

BIS 2025 WILL METRO SEINEN PLASTIK-FUSSABDRUCK ENTSCHEIDEN VERRINGERN

1 - 3

- Gemeinsam mit seinen Ländergesellschaften hat der Düsseldorfer Großhandels- und Lebensmittelspezialist eine globale Selbstverpflichtung zum Umgang mit Einwegplastik verabschiedet
- METRO hat sich zum Ziel gesetzt, seine Kunden bestmöglich durch die Umstellung und alle damit verbundenen Fragen und Herausforderungen zu navigieren
- Bis 2025 sollen herkömmliche Einwegkunststoffe durch wiederverwendbare, recycelbare oder kompostierbare Alternativen ersetzt und der Übergang zu einer geschlossenen Kunststoff-Kreislaufwirtschaft gefördert werden
- Die Basis dafür bilden vertrauensvolle Partnerschaften mit den eigenen Ländergesellschaften sowie mit Industrie, Politik und NGOs
- Über die Selbstverpflichtung hinausgehend arbeitet METRO erfolgreich an der Optimierung von Kunststoffverpackungen im Bereich Eigenmarken

Düsseldorf, 28. September 2018 - Im Rahmen der umfassenden METRO Plastik Initiative veröffentlicht der international operierende Großhändler heute seine globale Selbstverpflichtung zum Umgang mit Einwegplastik – abgestimmt mit und getragen von den METRO Ländergesellschaften. Millionen von Kunden aus dem Hotel-, Restaurant- und Cateringbereich benötigen täglich Einwegprodukte – von der Serviette bis zur Take-Out-Box. Hier ist der Hebel von METRO am größten, um nachhaltige Veränderungen voranzutreiben. Im engen Austausch mit den Kunden, den METRO Gesellschaften und Partnern entlang der kompletten Lieferkette wird die METRO Plastik Initiative stetig weiterentwickelt. Denn für den Großhandelskonzern ist klar: Nachhaltige Veränderung und mutiges Voranschreiten gelingt nur im partnerschaftlichen Miteinander.

Zu über 21 Millionen Großhandelskunden pflegt METRO weltweit enge und partnerschaftliche Beziehungen. Viele von ihnen arbeiten im Hotel-, Restaurant und Cateringbereich. Dort sind Einwegprodukte oft noch nicht aus dem Alltag zu streichen. Doch mit nachhaltigen Alternativen im Sortiment und der Förderung einer Kunststoff-Wirtschaft, die Plastik in geschlossene Kreisläufe überführt und so Ressourcen effizient nutzt, können hier wesentliche Fortschritte erreicht werden. Deswegen hat METRO in enger Abstimmung mit den eigenen Ländergesellschaften eine global geltende Selbstverpflichtung zum Umgang mit konventioneller Einwegplastik verabschiedet:

Bis 2025 werden wir es unseren Kunden und deren Unternehmen ermöglichen, ihre Zukunft ohne konventionelle Einwegkunststoffe zu gestalten. Das erreichen wir, indem wir:

- wiederverwendbare, recycelbare oder kompostierbare Alternativprodukte anbieten
- unsere Kunden in der Übergangsphase unterstützen
- die Entwicklung hin zu einer Kunststoff-Kreislaufwirtschaft fördern.

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf

„Nachhaltiges Handeln heißt für uns, nicht nur kurzfristige Lösungen zu verfolgen, sondern vor allem systematisch positive Veränderungen herbeizuführen.“, sagt Heiko Hutmacher, unter anderem für Nachhaltigkeit verantwortliches Mitglied des Vorstands der METRO AG. Das Unternehmen verfolgt eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie. „Wichtige Elemente sind hierbei ein weitreichendes Alternativangebot zu konventionellen Plastikprodukten und die gezielte Förderung geschlossener Stoffkreisläufe“, so Hutmacher weiter.

Das Großhandelsunternehmen setzt deswegen auf alternative Angebote im Bereich Einweggeschirr: Hochwertige Rohstoffe und Monomaterialien können besser in einen Kreislauf überführt, also mehrfach wiederverwendet werden. Nachwachsende Rohstoffe wie Holz, Pflanzenfasern, Zuckerrohr oder Maisstärke werden als Materialien für Einweggeschirr genutzt, wobei der Fokus ganz klar darauf gesetzt ist, jene Ressourcen zu nutzen, die nicht zu Lasten der Nahrungsmittelproduktion gehen. Über innovative Start-ups wie HALM werden beispielsweise robuste, wiederverwendbare Glasstrohhalm angeboten. METRO ist sich zudem bewusst, dass die Verwendung und Entsorgung von Kunststoff derzeit einen großen Unsicherheitsfaktor darstellt. Aus diesem Grund bietet METRO Beratung und Information, um die eigenen Kunden bei der Auswahl der für ihre Bedürfnisse geeigneten Materialien zu unterstützen, ihnen Tipps zur richtigen Entsorgung zu geben und sie mit Informationen zu versorgen, die sie im Gespräch mit ihren eigenen Kunden unterstützen.

Darüber hinaus ist die Auseinandersetzung mit der Verpackung von Food- und Non-Food-Produkten ein zentraler Bestandteil der täglichen Arbeit von METRO. Vom Produzenten über den Transport in den Markt bis in die Küche des Kunden muss entlang der Lieferkette sichergestellt werden, dass die Verpackung der Produkte so gewählt ist, dass die durch METRO verkauften Lebensmittel dem hohen Anspruch der Kunden an Qualität und Sicherheit gerecht werden. Eine gut abgestimmte Verpackung kann die Haltbarkeit von Lebensmitteln deutlich verbessern und somit Lebensmittelverschwendung vorbeugen. Gleichwohl ist sich METRO der Herausforderung von Ressourcenverschwendung durch singuläre Nutzung und zunehmende Plastikvermüllung von Umwelt und Meeren bewusst. Im Rahmen der METRO Plastik Initiative führt der Großhandelsspezialist deswegen seit 2014 eine von derzeit 12 METRO Ländern unterstützte Verpackungsoptimierungsinitiative im Bereich Eigenmarken durch. Eigenmarken machen rund 17% des gesamten METRO Sortiments aus. Bis 2018 sind bereits rund 11.000 Eigenmarken-Produkte einer Verpackungsoptimierungsprüfung unterzogen worden. Das Ziel: Gewicht, Materialstärke, Abmessungen und Schichten einer Verpackung reduzieren. Seit 2014 konnten so bereits 400 Tonnen Verpackungsmaterial eingespart werden. Außerdem wird ein weiterer Schwerpunkt auf die Auslistung bedenklicher Kunststoffe gesetzt: PVC und PVDC werden nach und nach als Verpackungsmaterialien verbannt; EPS wird nur dort eingesetzt, wo es keine tragfähigen Alternativen gibt. Kurzum, Verpackungsmüll soll minimiert und im Zusammenspiel mit optimierter Logistik und Transporteffizienz der Plastik-Fußabdruck von METRO verringert werden. Zudem wird an der Verbesserung von Abfall- und Müllmanagement in Kollaboration mit Drittanbietern gearbeitet, um die Recyclingquoten zu erhöhen.

Am 8. Juni nutzte METRO den internationalen World Oceans Day, um unter dem Hashtag #METROPlasticFighters eine interne Aufmerksamkeitskampagne zu starten, die seitdem rund 150.000 Mitarbeiter weltweit mit Informationen und Aufklärung für das Thema sensibilisiert. Am selben Tag wurde ein Pfandbechersystem am METRO Campus eingeführt, sodass der Coffee-to-Go nun in einem wiederverwendbaren Becher unterwegs genossen werden kann. Auch in den unternehmenseigenen Kantinen stehen die Zeichen auf Neuanfang: bis 2019 soll ein Mehrwegsystem bisherige Einweglösungen ersetzen.

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf

Partnerschaften zum Erreichen der Ziele lautet das 17. Nachhaltige Entwicklungsziel (Sustainable Development Goal, SDG) der Vereinten Nationen. Um Kunststoffe zukünftig ressourceneffizient zu nutzen, setzt METRO bewusst auf den Dialog mit Akteuren entlang der kompletten Plastik-Wertschöpfungskette, angefangen bei Herstellern, über Wissenschaft und Politik, bis hin zu Entsorgern und NGOs. Vor diesem Hintergrund hat METRO am 20. September 2018 zum Runden Tisch eingeladen. Unter dem Motto „Unser Ausweg aus dem Einweg“ wurde mit verschiedenen Akteuren aus den Bereichen Recycling, Einwegprodukte, Gastronomie sowie EU-Politik und Vertretern von METRO Deutschland über Herausforderungen, Chancen und mögliche Lösungen diskutiert. Zu den Teilnehmern zählten u.a. Julia Philipp, Büroleiterin des EU-Abgeordneten Karl-Heinz Florenz, Dr. Henning Wilts, Bereichsleiter Kreislaufwirtschaft am Wuppertal Institut, Joachim Nolte, Key Account Manager Interseroh, Frank Kolvenbach, Vertriebsdirektor PAPSTAR und der Dormagener Gastronom Kay Küsters.

METRO ist ein führender internationaler Spezialist für den Groß- und Lebensmittelhandel. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2016/17 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von rund 37 Mrd. €. Das Unternehmen liefert maßgeschneiderte Lösungen für die lokalen und internationalen Bedürfnisse seiner Groß- und Einzelhandelskunden. Mit seinen Vertriebsmarken METRO/MAKRO und Real sowie Belieferungsservices und Digitalisierungsinitiativen setzt METRO die Standards von morgen: für Kundenfokussierung, digitale Lösungen und tragfähige Geschäftsmodelle. Mehr Informationen unter www.metroag.de.

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf