

# Schon mal etwas von „spheres of influence“ gehört ...?

Am 23. Februar 2022 hat die Europäische Kommission einen Richtlinienentwurf zur Ausweitung der Sorgfaltspflichten in Bezug auf Menschenrechte und Umwelt in der Lieferkette vorgelegt – die Richtlinie über die Nachhaltigkeitspflichten von Unternehmen (Corporate Sustainability Due Diligence Directive, CSDD). Als internationales Unternehmen mit Tochtergesellschaften in mehr als 30 Ländern, 17 Millionen Kundinnen und Kunden und mehr als 95.000 Mitarbeitenden weltweit fällt METRO nicht nur in den Anwendungsbereich der vorgeschlagenen Richtlinie, sondern ist davon auch massiv betroffen.

Angesichts ihrer internationalen Aktivitäten begrüßt METRO den Vorstoß der EU-Kommission, einen EU-weiten Rahmen für die Sicherung nachhaltiger Lieferketten in Unternehmen zu schaffen, nachdrücklich. Die CSDD bleibt jedoch hinter ihren zentralen politischen Zielen in Bezug auf Harmonisierung und die Schaffung gleicher Wettbewerbsbedingungen zurück und muss

## METRO AG

Metro-Straße 1  
40235 Düsseldorf  
Postfach 230361  
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-0  
[www.metroag.de](http://www.metroag.de)  
[@METRO\\_News](mailto:presse@metro.de)

Aufsichtsrat: Jürgen Steinemann, Vorsitzender  
Vorstand: Dr. Steffen Greubel, Vorsitzender  
Christian Baier, Rafael Gasset, Claude Sarailh

Sitz Düsseldorf  
HRB Nr. 79055  
Amtsgericht Düsseldorf

erheblich verbessert werden, um sicherzustellen, dass die Verantwortung über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg gerecht verteilt wird.

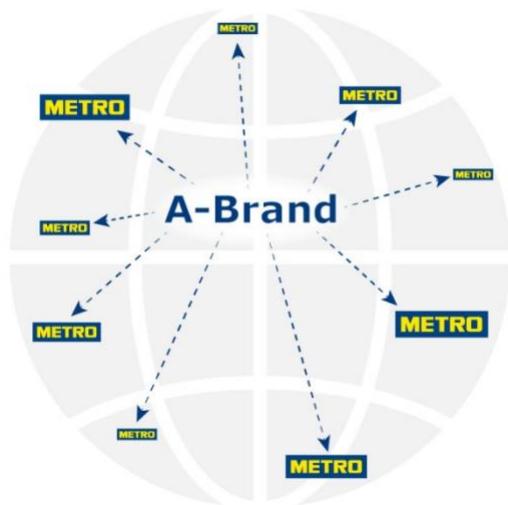
In diesem Positionspapier erläutern wir, was die EU-Stakeholder in diesem Zusammenhang berücksichtigen sollten. Dazu beleuchten wir zunächst, wie Lieferketten im Einzel- und Großhandel eigentlich funktionieren. Zweitens erklären wir, warum wir es in globalisierten Wertschöpfungsketten mit unterschiedlichen Einflusssphären zu tun haben. Zum Schluss richten ein Appell an die Entscheidungsträgerinnen und -träger: Wir müssen den EU-Binnenmarkt um jeden Preis schützen.

## 1

## Wie funktionieren unsere Lieferketten?

Als internationaler Großhändler führen und verkaufen wir eine breite Palette von Artikeln lokaler Hersteller bis hin zu multinationalen Markenprodukten. Stellen Sie sich vor, dass Sie einen METRO-Großmarkt betreten, und malen Sie sich die Regalreihen und die Vielfalt der angebotenen Artikel, von Küchenutensilien bis hin zu frischem Gemüse, aus. Ein einzelner Großmarkt kann zwischen 30.000 und 40.000 verschiedene Artikel führen. Weltweit haben wir etwa 2,5 Millionen Artikel im Angebot. Ein Teil davon wird über zentrale Strukturen eingekauft, hierzu gehört die Beschaffung und Entwicklung unserer sogenannten Eigenmarken (wie etwa [METRO Chef Tagliatelle](#)), aber auch die Beschaffung von Markenprodukten (beispielsweise [Penne von Barilla](#)).

Der größte Teil unserer Beschaffung findet jedoch auf nationaler Ebene statt. Neben dem Bezug von frischem Obst und Gemüse werden so auch die Artikel internationale Marken wie z. B. ein Shampoo einer Unilever-Marke beschafft. Auch diese Markenprodukte werden von jeder unserer Landesorganisationen auf dem nationalen Markt bezogen. Selbst bei großen FMCG-Lieferanten gibt



es nicht „die METRO“, die zentral bei „dem Lieferanten“ einkauft. Im Gegenteil, es bestehen eine Vielzahl nationaler Beziehungen und somit Lieferbeziehungen zwischen unseren Landesorganisationen und den Landesorganisationen der Lieferanten, wie Mondelez, Unilever, P&G und ähnlichen Unternehmen.

Die Komplexität der Lieferketten der Produkte, die wir anbieten, ist vor allem ist im Bereich Lebensmittel sehr hoch. Tatsächlich ist der Begriff „Kette“ hier irreführend. Vielmehr sollte von einem „Baum“ gesprochen werden, der sich auf jeder Wertschöpfungsstufe in verschiedene Zweige aufspaltet. Dies gilt



selbst für so genannte „Monoprodukte“ wie z. B. Tomaten. Denken Sie etwa an eine Dose mit geschälten Tomaten, ein Produkt das fast jeder von uns zu Hause hat. Unsere Kolleginnen und Kollegen im Einkauf beziehen den Artikel von einem einzigen Lieferanten. Hinter diesem einen Lieferanten und dessen Erzeugern stehen jedoch bis zu 14.000 Landwirte, die die Tomaten erzeugen. Je komplexer ein Lebensmittel ist, desto vielfältiger und komplexer ist auch der Lieferbaum, wie zum Beispiel bei einem Standard-Müsliriegel, der bis zu 50 Zutaten von jeweils unterschiedlichen Lieferanten aus wiederum verschiedenen Ländern enthält.

## 2

## Unsere “sphere of influence”

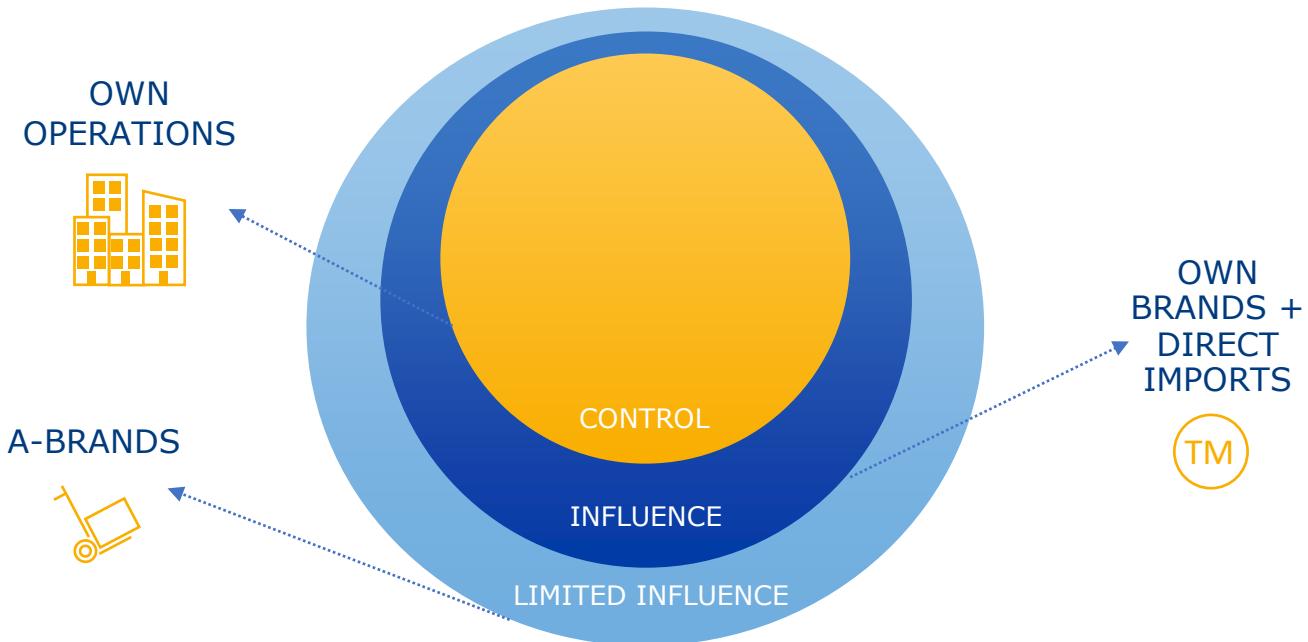
Zwei Drittel der 2,5 Millionen Artikel, die METRO weltweit in ihren Märkten führt, sind Markenartikel. Sie werden also von Dritten hergestellt und auf den Markt gebracht.

Denken Sie zum Beispiel an eine Packung Kaffeebohnen einer bekannten internationalen Marke, die in unseren Geschäften erhältlich ist: Sie wurde vom Hersteller selbst oder von einem seiner Vertriebshändler auf den EU-Markt gebracht. METRO hat keinerlei Verbindung zum Produktionsprozess – und auch keine Sichtbarkeit – und damit auch keinerlei Einfluss. Über die Ernte, die Auswahl, die Röstung und die Vermahlung entscheidet das produzierende Unternehmen nach eigenen wirtschaftlichen Gesichtspunkten. Wenn wir Markenartikel beziehen, die von Markenherstellern produziert und auf den Markt gebracht werden, geben wir diese Endprodukte lediglich weiter. Auf deren Produktionsstandards und die Wertschöpfungskette bis zu diesem Punkt haben wir keinen Einfluss.

Ein [Rioba-Kaffee](#) hingegen, eine Marke, die Sie vielleicht von Ihrem Lieblingscafé um die Ecke oder Ihrem letzten Hotelbesuch kennen, wird für METRO auf Grundlage eines detaillierten Anforderungsprofils hergestellt, das wir dem Hersteller vorgeben. So können wir festlegen, dass eine Packung zu 100 % aus Arabica-Bohnen peruanisch Ursprungs bestehen und Fair-Trade-zertifiziert sein muss. Unser Einfluss reicht hier viel weiter als der des direkten Lieferanten – und damit auch unsere Möglichkeit, Menschenrechtsverletzungen oder Umweltverstöße vor Ort zu verhindern.

Was bedeutet das im Klartext? Wir können nur für die Artikel verantwortlich sein und haftbar gemacht werden, deren Lieferketten wir kontrollieren und beeinflussen können, nämlich unsere Eigenmarkenprodukte bzw. die Produkte, die wir direkt auf den europäischen Markt bringen. Deshalb fordern wir, die Verantwortung von Unternehmen in Abhängigkeit von ihrer Position

## SPHERES OF INFLUENCE @ METRO



und Wirkung in der Lieferkette klar zu differenzieren. Der aktuelle EU-Vorschlag beinhaltet eine massiv ungleiche Verteilung, die die Verantwortung weitgehend an das Ende der Lieferkette verschiebt und damit auf Unternehmen wie METRO abwälzt.

### 3

### Warum wir den Binnenmarkt um jeden Preis schützen müssen

Als internationales Unternehmen, das in 14 EU-Mitgliedsstaaten tätig ist, hat sich METRO stets für einen europäischen oder sogar internationalen Ansatz im Hinblick auf die Einhaltung von Menschenrechten und Umweltauflagen eingesetzt. Wir müssen hier eine Harmonisierung erreichen und gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle auf dem europäischen Markt tätigen Unternehmen schaffen.

#### METRO AG

Metro-Straße 1  
40235 Düsseldorf  
Postfach 230361  
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-0  
[www.metroag.de](http://www.metroag.de)  
[@METRO\\_News](mailto:presse@metro.de)

Aufsichtsrat: Jürgen Steinemann, Vorsitzender  
Vorstand: Dr. Steffen Greubel, Vorsitzender  
Christian Baier, Rafael Gasset, Claude Sarraih

Sitz Düsseldorf  
HRB Nr. 79055  
Amtsgericht Düsseldorf

Eine EU-Richtlinie lässt jedoch – naturgemäß – Raum für nationale Auslegungen, da 27 verschiedene nationale Gesetze zu ihrer Umsetzung erforderlich sind. METRO muss folglich 14 verschiedene nationale Rechtsvorschriften umsetzen. Was bedeutet dies? Wenn wir keine stärkere Angleichung erreichen, wird es keinen übergreifenden, harmonisierten Ansatz für die CSDD geben. Die Fragmentierung des EU-Marktes wird sich fortsetzen – ein Trend, den wir bei einer Vielzahl von Gesetzesinitiativen beobachten, vom Einwegkunststoff über Produkte von zweierlei Qualität bis hin zu unlauteren Handelspraktiken.

Für Unternehmen wie METRO bedeutet dies einen erheblichen zusätzlichen Verwaltungsaufwand und den Einsatz enormer Ressourcen. Wir müssten für jedes Land eigene, neue Prozesse aufsetzen und gleichzeitig mit übergreifenden Systemen vernetzen. Wenn man jedoch das Gesamtbild betrachtet und über unsere individuellen Bedenken hinausblickt, ist die einhergehende Fragmentierung im europäischen Binnenmarkt besorgniserregend. Dies gilt umso mehr, als wir noch nie da gewesene Umstände durchleben. Von der Covid-19-Pandemie über den Krieg in der Ukraine bis hin zu einer weltweiten Nahrungsmittelkrise und historisch hohen Energiepreisen – Politik und Wirtschaft befinden sich im permanenten Krisenmanagement-Modus.

Wir fordern die Europäische Kommission daher dringend auf, die aktuellen Gegebenheiten zu berücksichtigen. Jetzt ist nicht die Zeit für komplexe Gesetzesinitiativen, die Ressourcen von dem abziehen, was eigentlich zu tun wäre: die Wirtschaft in Gang zu halten. Eine der wichtigsten Errungenschaften des Projekts Europäische Union ist der gemeinsame Binnenmarkt. Wir haben die Erfahrung machen müssen, dass Frieden in der EU nicht selbstverständlich ist. Gleiches gilt für unseren Binnenmarkt und unsere wirtschaftliche Entwicklung. Wir sollten beide weiter stärken, statt sie zu schwächen.

#### METRO AG

Metro-Straße 1  
40235 Düsseldorf  
Postfach 230361  
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-0  
[www.metroag.de](http://www.metroag.de)  
[@METRO\\_News](mailto:presse@metro.de)

Aufsichtsrat: Jürgen Steinemann, Vorsitzender  
Vorstand: Dr. Steffen Greubel, Vorsitzender  
Christian Baier, Rafael Gasset, Claude Sarraill

Sitz Düsseldorf  
HRB Nr. 79055  
Amtsgericht Düsseldorf

## Unsere Kernbotschaft

Ein Unternehmen trägt die Verantwortung für seinen eigenen Betrieb, seine eigenen Produkte und Produkte, die es auf den Markt bringt.

### METRO AG

Metro-Straße 1  
40235 Düsseldorf  
Postfach 230361  
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-0  
[www.metroag.de](http://www.metroag.de)  
[@METRO\\_News](mailto:presse@metro.de)

Aufsichtsrat: Jürgen Steinemann, Vorsitzender  
Vorstand: Dr. Steffen Greubel, Vorsitzender  
Christian Baier, Rafael Gasset, Claude Sarrailh

Sitz Düsseldorf  
HRB Nr. 79055  
Amtsgericht Düsseldorf