



# METRO UNBOXED

**DIE ERLEBNIS-AUSSTELLUNG 2017**  
***THE INTERACTIVE EXHIBITION 2017***



# INHALT

## CONTENTS

<b>DIE NEUE METRO THE NEW METRO</b>	4-7
<b>METRO – WELTWEIT FÜR DIE KUNDEN DA METRO – SERVING CUSTOMERS AROUND THE WORLD</b>	8-9
<b>FOKUSSIERT UND SPEZIALISIERT FOCUSED AND SPECIALISED</b>	12-17
<b>PARTNERSCHAFTLICH UND VERANTWORTUNGSVOLL COLLABORATIVE AND RESPONSIBLE</b>	18-29
<b>REGIONAL UND VIELFÄLTIG LOCAL AND VARIED</b>	30-37
<b>FLEXIBEL UND SCHNELL FAST AND FLEXIBLE</b>	38-47
<b>INNOVATIV UND DIGITAL INNOVATIVE AND DIGITAL</b>	48-55
<b>UNTERSTÜTZEND UND STARK STRONG AND SUPPORTIVE</b>	56-66
<b>IMPRESSUM IMPRINT</b>	67

## EINBLICKE IN DEN MODERNEN HANDEL

Mit dem Börsengang der neuen METRO am 13. Juli 2017 haben wir unser Geschäft noch stärker auf das fokussiert, was im Mittelpunkt unseres Handelns steht: Mehrwert für unsere Kunden schaffen. Aber wie genau machen wir das? Mit unserer Ausstellung „METRO unboxed“ und diesem Katalog laden wir Sie zu einer Entdeckungsreise durch unser Unternehmen ein.

„To unbox“ heißt auspacken. Wir packen vor Ihnen auf den folgenden Seiten die Welt des modernen Handels aus: Sie erhalten Einblicke in 38 spannende Themen und Projekte der METRO, lernen dabei regionale Spezialitäten aus verschiedenen Ländern kennen und erfahren mehr über nachhaltige Logistiklösungen und digitale Zukunftstrends.

Diese vielfältigen Themen und Projekte verbindet ein Ziel: Wir wollen unseren Kunden maßgeschneiderte Lösungen für ihre Bedürfnisse bieten und sie so noch erfolgreicher machen. Dafür steht die neue METRO als internationaler Spezialist für den Groß- und Lebensmittelhandel.

**Viel Vergnügen beim Lesen!**

## AN INSIGHT INTO MODERN WHOLESALE AND RETAIL

*The new METRO was launched on the stock market on 13 July 2017. With this move, we further sharpened our business focus on the goal which is at the heart of everything we do: creating added value for our customers. So how exactly do we do that? With our exhibition 'METRO unboxed' and this catalogue, we are inviting you to explore our company and find out.*

*Over the next few pages, we will 'unbox' the world of modern wholesale and retail, offering you an insight into 38 interesting issues and projects at METRO, introducing you to regional specialities from different countries and revealing more about sustainable logistics solutions and the digital trends of the future.*

*These wide-ranging issues and projects have one thing in common: our aim to offer customers solutions that are tailored to their needs so that they can become even more successful. That is precisely what the new METRO stands for as an international wholesale and food specialist.*

**We hope you enjoy reading the catalogue!**

# DIE NEUE METRO

**GOING FURTHER TOGETHER**

# THE NEW METRO

**GOING FURTHER TOGETHER**

**Das Geschäft mit Lebensmitteln ist für eine gesunde Wirtschaft und ein pulsierendes Miteinander unverzichtbar. METRO versteht sich dabei als Partner, der sich jeden Tag aufs Neue dem Erfolg seiner Kunden verschreibt. Wir sind Partner der vielen kleinen und mittelgroßen selbstständigen Unternehmen. Ob Restaurants, Kioske, Cafés oder Caterer – der Erfolg unserer Kunden steht für uns im Mittelpunkt und spornt uns tagtäglich an.**

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, den Lebensmittel- und Gastronomie-Sektor auf eine neue Ebene zu heben. Dabei nutzen wir die Chancen, die sich aus der Digitalisierung der Branche ergeben – für uns und für unsere Kunden. Diese unterstützen wir dabei, ihre Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln und langfristig am Markt erfolgreich zu sein. Unsere Vision: Wir liefern nachhaltige Lösungen mit überlegenem wirtschaftlichem Mehrwert für selbstständige Unternehmer.

Fundament unseres Erfolgs ist – mit METRO/MAKRO Cash & Carry und dem Belieferungsgeschäft – unser Großhandelssegment. Es ist geprägt durch vertrauensvolle Beziehungen zu unseren rund 21 Millionen Geschäftskunden in 35 Ländern. In Deutschland sind wir zudem mit Real auch im Lebensmitteleinzelhandel erfolgreich. METRO, das sind darüber hinaus mehr als 150.000 hoch motivierte Mitarbeiter: Mit Leidenschaft, Teamgeist und neuen Ideen erzielen sie herausragende Leistungen und bringen unser Geschäft voran.

Auf dieser starken Basis setzt METRO die Standards von morgen: Wir bauen unsere Food-Kompetenz weiter aus, um auch in Zukunft bevorzugter Partner unserer Kunden zu sein. Wir forcieren weltweit unser Belieferungsgeschäft, damit sich unsere Kunden auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können. Wir fördern kreative Start-ups, die das Geschäft unserer Kunden mit innovativen Digitallösungen noch erfolgreicher machen.

**Unser Anspruch: Going further together.**

***The food business is absolutely essential for a healthy economy and a vibrant community. METRO sees itself as a partner, renewing its dedication to its customers' success every day. We are a partner to countless small and medium-sized independent businesses. From restaurants and kiosks to cafés and caterers – our customers' success is at the heart of everything we do and motivates us each and every day.***

*We have set ourselves the goal of taking the food and hospitality sector to the next level. To do this, we are capitalising on the opportunities arising from the industry's digitisation – for us and for our customers. We help them to further develop their business models and achieve long-term market success. Our vision is to deliver sustainable solutions with superior added economic value for independent entrepreneurs.*

*Our success is built on our wholesale segment, consisting of METRO/MAKRO Cash & Carry and our delivery services. It is hallmarked by trusting partnerships with some 21 million corporate customers in 35 countries. In Germany, we are successful in the food retail sector as well with Real. METRO is also made up of more than 150,000 highly motivated employees who do an outstanding job and drive our business forward with their passion, team spirit and fresh ideas.*

*On these strong foundations, METRO is setting standards for tomorrow: we are further expanding our food expertise to ensure we remain our customers' preferred partner in the future. We are ramping up our delivery services around the world to enable our customers to concentrate on their core business. And we are supporting creative start-ups that can make our customers' businesses even more successful with innovative digital solutions.*

***We believe in 'Going further together'.***



# 4 STARKE SÄULEN

## 4 STRONG PILLARS

Der Erfolg unserer Kunden steht für die METRO absolut im Mittelpunkt. Für sie arbeiten wir gezielt an maßgeschneiderten Sortimenten, tragfähigen Geschäftsmodellen und digitalen Lösungen. Wir verstehen uns als Partner und Impulsgeber, der einen spürbaren und nachhaltigen Mehrwert bietet.

*Everything at METRO revolves around our customers' success. We work on tailored product ranges, viable business models and digital solutions for them. We see ourselves as a partner and an initiator who delivers tangible, sustainable value added.*

**OLAF KOCH**  
VORSITZENDER DES VORSTANDS  
DER METRO AG  
CHAIRMAN OF THE MANAGEMENT  
BOARD OF METRO AG

**METRO ist ein international führender Spezialist für den Groß- und Lebensmittelhandel.**

Das Unternehmen besteht im Wesentlichen aus den Vertriebslinien METRO/MAKRO Cash & Carry und Real. Es umfasst außerdem Belieferungsspezialisten wie Classic Fine Foods, Rungis Express und Pro à Pro.

Das Start-up-Netzwerk „METRO Accelerator powered by Techstars“ ergänzt das Portfolio. Unter seinem Dach werden internationale Gründerteams bei der Entwicklung von digitalen Lösungen unterstützt. Hinzu kommen Servicegesellschaften, die konzernweit übergreifende Dienstleistungen übernehmen – zum Beispiel in den Bereichen Immobilien, Informationstechnologie, Logistik und Werbung.

**METRO is a leading international wholesale and food specialist.**

*The company consists primarily of the sales lines METRO/MAKRO Cash & Carry and Real. It also comprises delivery specialists such as Classic Fine Foods, Pro à Pro and Rungis Express.*

*The start-up network 'METRO Accelerator powered by Techstars' complements the group's offering and helps international teams of entrepreneurs to develop digital solutions. Companies that provide shared services – such as property management, information technology, logistics and advertising – round off the group.*

# METRO



# METRO – WELTWEIT FÜR DIE KUNDEN DA

**METRO – SERVING CUSTOMERS AROUND THE WORLD**

In insgesamt 35 Ländern West- und Osteuropas sowie Asiens ist METRO als Spezialist für den Groß- und Lebensmittelhandel aktiv. Kleine und mittlere Unternehmen – darunter Hotels, Restaurants, Bars, Caterer, Kantinen, kleine Lebensmittelläden, Kioske, Büros und Institutionen – profitieren in den Großmärkten und bei der Belieferung vom breiten und qualitativ hochwertigen Produkt- und Serviceangebot. In Deutschland ist METRO mit der Vertriebslinie Real auch im Lebensmitteleinzelhandel präsent.

*METRO operates as a wholesale and food specialist in a total of 35 countries in Western and Eastern Europe and in Asia. Small and medium-sized businesses – including hotels, restaurants, bars, caterers, canteens, small grocery stores, kiosks, offices and institutions – benefit from a wide range of high-quality products and services in both the wholesale stores and the delivery services. In Germany, METRO is also active in the food retail business with its sales line Real.*

**35** METRO ist weltweit in 35 Ländern vertreten.  
*METRO is present in 35 countries around the world.*

**150.000** Mehr als 150.000 Mitarbeiter arbeiten für das Unternehmen.  
*More than 150,000 people work for the company.*

**21 MIO.** Rund 21 Millionen Kunden vertrauen METRO.  
*Approximately 21 million customers place their trust in METRO.*



# FOKUSSIERT UND SPEZIALISIERT

## FOCUSED AND SPECIALISED

Bei METRO steht der Kunde im Mittelpunkt. Wir kennen die Herausforderungen der Branche und die Bedürfnisse unserer Zielgruppen – egal ob Restaurant, Hotel oder Lebensmittelladen um die Ecke. Deshalb entwickeln wir innovative Konzepte für die Märkte in Westeuropa und nutzen die Dynamik der Wachstumsmärkte in Asien und Osteuropa. Mit unserer Kompetenz im Food-Sektor, exzellenten Produkten sowie maßgeschneiderten Sortimenten und Services unterstützen wir unsere Kunden dabei, ihren Gästen und Kunden das Beste zu bieten und in einem sich ständig wandelnden Umfeld erfolgreich zu sein. Ein paar Einblicke geben die folgenden Seiten.

*At METRO our focus is on the customer. We know the challenges of the industry and the needs of our target groups – be they restaurants, hotels or local food shops. We develop innovative concepts for the markets of Western Europe and harness the dynamism of the growth markets in Asia and Eastern Europe. Our food sector expertise, excellent products and customised assortments and services help our customers offer their guests and clients the very best and be successful in an ever-changing environment. The following pages give some examples.*





## BONJOUR & GOEIEDAG, METRO BELGIEN!

**BONJOUR AND GOEIEDAG, METRO BELGIUM!**



## BUONGIORNO, METRO ITALIEN!

**BUONGIORNO, METRO ITALY!**



# 4

Viermal im Jahr erscheint das CHEF Magazin mit Trends und Innovationen aus der Gastronomie. Damit möchte METRO Belgien Kunden inspirieren, das Beste aus ihrer Küche herauszuholen.

*CHEF Magazine comes out 4 times a year and covers restaurant trends and innovations. METRO Belgium's aim is to inspire customers to make the most of their kitchens.*

### DIE KUNDENKENNER

Exzellente Produkte, innovative Services und Nähe zum Kunden – dafür steht METRO Belgien. Ein Sternekoch, der auf Facebook postet, dass ihm das Trockeneis ausgegangen ist? Wir sind vor Ort, um mit einer spontanen Lieferung auszuweichen. Restaurantbesitzer, die zur Hochsaison mehr Muscheln als erwartet servieren und dringend Nachschub benötigen? Dank unseres Kühlwagens können sich Gastronomen rund um die Uhr mit der Landesspezialität eindecken. Köchen die Ehre erweisen und sie inspirieren? Wir bringen sie auf das Cover unseres CHEF Magazins. Warum wir das alles tun? Weil wir METRO Menschen sind.

### CUSTOMER EXPERTS

*Excellent products, innovative services and proximity to customers – this is what METRO Belgium stands for. A top chef posts on Facebook that he has run out of dry ice? We are on hand to help out with an impromptu delivery. Restaurant owners serve more mussels during high season than expected and desperately need to replenish their supplies? Thanks to our refrigerated truck, they can stock up on the local speciality around the clock. Honouring chefs and inspiring them? We showcase them on the cover of our CHEF Magazine. Why do we do all this? Because we are METRO people.*

### LEIDENSCHAFT FÜR ESSEN UND TRADITION

Authentische Speisen, Gastfreundschaft und Innovationsgeist sind die Säulen der italienischen Kultur – und der Unternehmenskultur von METRO Italien. Kleine Gemeinden und Unternehmen bilden das Rückgrat der heimischen Wirtschaft und das Herzstück der reichhaltigen regionalen Küche. Ihre Wurzeln liegen in der gesellschaftlichen und geografischen Vielfalt des Landes. METRO Italien bringt durch lokale Partnerschaften das Beste aus nationalen und regionalen Traditionen zusammen. Das ermöglicht es uns, optimal auf die Bedürfnisse unserer Kunden einzugehen und sie jeden Tag neu zu inspirieren.

### A PASSION FOR FOOD AND TRADITION

*Authentic food, hospitality and innovation are the key ingredients of Italian culture – and the corporate culture of METRO Italy. Small communities and companies form the backbone of the domestic economy and are at the heart of Italy's rich, regional cuisine. Their roots can be found in the country's social and geographical diversity. Through local partnerships, METRO Italy brings together the best of national and regional traditions. Doing so enables us to best serve the needs of our customers and to inspire them day after day.*

# 533

533 Olivenöle – auf Italienisch auch „cultivars“ genannt – gibt es in Italien. Das ist mehr als die Hälfte aller Olivenöle weltweit.

*There are 533 types of olive oil – or cultivars – in Italy. That's more than half the world's olive oils.*





## NAMASTE, METRO INDIEN!

*NAMASTE, METRO INDIA!*



## KONNICHIWA, METRO JAPAN!

*KONNICHIWA, METRO JAPAN!*



# 12

Rund 12 Millionen Kiranas gibt es in Indien. Die kleinen, von Familien betriebenen Läden versorgen die Nachbarschaft mit Reis, Kräutern, Gemüse und anderen Waren des täglichen Bedarfs.

*There are around 12 million kiranas in India. These small, family-run shops supply their neighbourhoods with rice, herbs and spices, vegetables and other everyday necessities.*

### DER CHAMPION DER KIRANAS

Kirana – ein Begriff, der auch als Synonym für den indischen Einzelhandel gilt. 12 Millionen dieser traditionellen kleinen Geschäfte machen 95 % der Branche aus. Als zuverlässiger Partner unterstützt METRO Indien Kirana-Betreiber dabei, ihr Geschäft auszubauen und sich auf die digitale Zukunft einzustellen. Durch konkurrenzfähige Preise, ein relevantes Sortiment, schnelle Belieferungen und verschiedene Kreditlösungen können sowohl die Effizienz als auch die Profitabilität der Kirana-Läden verbessert werden.

### THE CHAMPION OF KIRANAS

*The term kirana is synonymous with the retail industry in India. 12 million of these traditional stores account for 95 % of the local sector. In its role as a reliable partner, METRO WHOLESAL India provides support to kirana store owners to help them boost their business and adapt to the digital future. Competitive prices, a relevant range of products, quick delivery and various credit solutions can all serve to enhance the efficiency and profitability of kirana stores.*

### EINTAUCHEN IN DIE WELT DES MEERESGEMÜSES

Von Seetang bis zu Braun- und Rotalgen – Meeresgemüse ist ein essenzieller Bestandteil der japanischen Küche („Washoku“), die 2013 zum Weltkulturerbe ernannt wurde. Die gesunden Zutaten sind nicht nur in einheimischen Brühen zu finden, sondern auch in anderen beliebten Gerichten wie Miso-Suppe und Sushi. Das Besondere daran: Die Pflanzen enthalten das Spurenelement Jod, das zur Erhaltung eines gesunden Stoffwechsels beiträgt. Mit mehr als 140 verschiedenen Sorten Meeresgemüse und einem wachsenden Eigenmarkensortiment unterstützt METRO die Vielfalt der japanischen Gastronomie.

### DIVE INTO THE WORLD OF SEA VEGETABLES

*From seaweed to brown and red algae, sea vegetables form an essential part of Japanese cuisine ('washoku'), which was awarded World Cultural Heritage status in 2013. The healthy ingredients are found not only in local broths, but also in other popular dishes such as miso soup and sushi. One special feature of sea vegetables is that they contain the trace element iodine, which helps maintain a healthy metabolism. With more than 140 different kinds of sea vegetables and a growing range of own brands, METRO supports diversity in Japan's food service industry.*

# 5

Fünfmal so groß wie der deutsche ist der japanische Lebensmittelmarkt. METRO Japan sorgt mit 10 Märkten im Großraum Tokio dafür, dass Küchenchefs stets alles für ihre Spezialitäten finden.

*The Japanese food market is 5 times the size of the German one. METRO Japan has 10 stores in the Tokyo area, ensuring that chefs can always find everything they need to prepare their specialities.*



# PARTNERSCHAFTLICH UND VERANTWORTUNGS- VOLL

## COLLABORATIVE AND RESPONSIBLE

Austausch inspiriert und stößt Veränderungen an. Deshalb verstehen wir uns nicht nur als Spezialist für Lebensmittel, sondern auch als starken Partner, wenn es um Vernetzung und Zusammenarbeit geht. Wie wir die Branche vorantreiben und gemeinsam mit unseren Kunden Lösungen für die Zukunft finden, zeigen die Beispiele auf den folgenden Seiten. Auch unsere Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft nehmen wir sehr ernst. Egal ob es um mehr Lebensmittelsicherheit entlang der Lieferkette geht oder um Mahlzeiten für bedürftige Kinder – METRO unterstützt Behörden und Gemeinden vor Ort.

*Sharing ideas inspires people and initiates change. So we see ourselves not only as a food specialist, but also as a strong partner when it comes to networking and collaboration. The examples on the following pages illustrate how we are driving the industry forward and working with our customers to find solutions for the future. We also take our environmental and social responsibility very seriously. From increasing food safety along the supply chain to providing meals for children in need – METRO supports local authorities and communities.*



# HALLO, MAKRO NIEDERLANDE!

**HALLO,  
MAKRO NETHERLANDS!**



# DOBRYJ DEN, METRO RUSSLAND!

**DOBRYJ DEN, METRO RUSSIA!**



# 2

**Weltweit zweitgrößter Exporteur von Lebensmitteln und landwirtschaftlichen Produkten sind die Niederlande. Entsprechend wichtig sind diese Sektoren für die niederländische Wirtschaft.**

*The Netherlands is the world's second-largest exporter of food and agricultural produce. These sectors play a correspondingly important role in the Dutch economy.*

## MARKTPLATZ FÜR SELBSTSTÄNDIGE UNTERNEHMER

In den Niederlanden gibt es 1,7 Millionen Unternehmen – 68 % davon sind Ein-Personen-Betriebe. Viele davon haben spezifische Bedürfnisse, auf die der Handel lange nicht optimal eingestellt war. MAKRO Niederlande hat diese Lücke erkannt und bietet selbstständigen Unternehmern einen Marktplatz, auf dem sie sich austauschen und miteinander ins Geschäft kommen können: In den Großmärkten von MAKRO Niederlande können selbstständige Unternehmer nicht nur einkaufen, sondern auch netzwerken und Geschäftsbeziehungen anbahnen. So können sie ihre Zeit bei MAKRO Niederlande bestmöglich nutzen.

## MARKETPLACE FOR INDEPENDENT ENTREPRENEURS

*The Netherlands is home to 1.7 million companies, of which 68 % are one-person businesses. Many of them have specific needs, but for a long time, the trade sector was unable to meet them. MAKRO Netherlands recognised this gap and provides a marketplace for independent entrepreneurs where they can engage in dialogue and business with one another. In addition to shopping at the wholesale stores of MAKRO Netherlands, they can network and establish business relationships, which lets them make optimum use of their time at MAKRO Netherlands.*

## WILLKOMMEN AUF DER METRO EXPO

5.200 Kilometer liegen zwischen dem westlichsten und dem östlichsten der 89 METRO Märkte in Russland. Um lokale Unternehmer, Landwirte und Handelspartner im Land besser zu vernetzen, findet seit 2011 jährlich die METRO EXPO statt, mit dem Ziel, kleine und mittlere Unternehmen zu fördern. Auf rund 21.000 Quadratmetern stellen 350 Teilnehmer innovative Handelslösungen vor und tauschen sich über Branchentrends aus. Vorträge und Seminare runden das abwechslungsreiche Programm ab.

## WELCOME TO METRO EXPO

*5,200 kilometres separate the westernmost and easternmost of the 89 METRO stores in Russia. METRO EXPO has been held each year since 2011 to better connect local entrepreneurs, farmers and trade partners in the country, with the aim of promoting small and medium-sized enterprises. To achieve this, 350 participants present innovative trade solutions over an exhibition area of roughly 21,000 square metres and discuss industry trends. Presentations and seminars round out the diverse programme.*

# 19.500

**Unternehmer aus ganz Russland bringt METRO EXPO zusammen, um sich weiterzuentwickeln, miteinander zu sprechen und Erfahrungen auszutauschen.**

*19,500 entrepreneurs from all over Russia – this is how many business owners METRO EXPO unites in order to develop, communicate and exchange experience.*



## İYİ GÜNLER, METRO TÜRKEİ!

**İYİ GÜNLER, METRO TURKEY!**

## BOM DIA, MAKRO PORTUGAL!

**BOM DIA, MAKRO PORTUGAL!**



# 3.000

So viele Fachleute aus der Gastronomie besuchten 2016 die „Gastronometro“. Dort gaben auch Michelin-Sterneköche Tipps.

*3,000 HoReCa professionals visited 'Gastronometro' in 2016, which included tips from Michelin-starred chefs.*

### INNOVATIONEN ZUM SCHUTZ DER GASTRONOMIE

Auch wenn sich die Gastronomie in den letzten Jahren fortschreitend internationalisiert hat, sind traditionelle Küche und Gastfreundschaft noch immer fester Bestandteil der türkischen Kultur. METRO hat es sich zum Ziel gesetzt, beides gemeinsam mit ihren Kunden zu bewahren. Mit „Gastronometro“ bieten wir deshalb neben Entdeckungsreisen in die Vielfalt türkischer Produkte und Kulinarik auch vielfältige Aktivitäten und Workshops an. So unterstützen wir unsere HoReCa Kunden dabei, sich auszutauschen und neue innovative Ansätze zu entwickeln, um die Tradition der türkischen Gastronomie fortzuführen.

### PROTECTING GASTRONOMY THROUGH INNOVATION

*Even if food service has grown increasingly international in recent years, traditional cuisine and hospitality are still an integral part of Turkish culture. METRO aims to preserve both, with the help of its customers. Our 'Gastronometro' provides the opportunity to discover the wide range of Turkish products and cuisine, and offers various activities and workshops as well. In this way, we help our HoReCa customers share ideas and develop new, innovative approaches to continue the tradition of Turkish food culture.*

### DIE ZUKUNFT GEMEINSAM GESTALTEN

Teamarbeit, Zusammenhalt und Solidarität – wichtige Merkmale, die das Streben und Handeln von so vielen jungen Köchen, Gastronomen und Produzenten in unserem Land widerspiegeln. MAKRO Portugal hat es sich zur Aufgabe gemacht, all diese Akteure zu einer gastronomischen Gemeinschaft zusammenzuführen. Wir haben einige der kreativsten und besten Chefköche Portugals dazu motiviert, gemeinsam an den wichtigsten Trendthemen zu arbeiten. Zusammen Lösungen finden und durch Innovationen und frische Ideen unsere Branche voranzutreiben – das ist unser gemeinsames Ziel.

### SHAPING THE FUTURE TOGETHER

*Teamwork, team spirit and solidarity – these are key features that characterise the efforts and actions of so many young chefs, restaurateurs and food producers in our country. MAKRO Portugal has set itself the task of bringing all these stakeholders together in one culinary community. We have motivated some of Portugal's most creative and best chefs to work together on the hottest trends and topics. Finding joint solutions and driving our industry forward through innovation and fresh ideas – that is our common goal.*

# 5

Seit 5 Jahren ist MAKRO Portugal Partner des „Sangue na Guelra“-Food-Festivals. Es bietet jungen Köchen die Möglichkeit zum Austausch und vermittelt Trends, kreative Techniken und wertvolles Wissen.

*MAKRO Portugal has been a partner of the 'Sangue na Guelra' food festival for 5 years. The festival offers young chefs the opportunity to network, provides information about trends and creative techniques and imparts useful knowledge.*



## BUENOS DÍAS, METRO SPANIEN!

*BUENOS DÍAS, METRO SPAIN!*

### KEIN DIENSTAG OHNE GÄSTE

Von Tapas aus Serrano-Schinken bis hin zu Tortilla: Die spanische Küche ist weltbekannt und einer der wichtigsten Treiber für den Tourismus und die Wirtschaft des Landes. In Zusammenarbeit mit dem spanischen HoReCa-Verband, dem Verband der Köche und Patissiers sowie weiteren Partnern hat MAKRO Spanien eine Initiative gestartet, die dafür sorgen soll, dass an Dienstagen kein Restaurant und keine Bar ohne Gäste bleibt. Daher gibt es – analog zum wöchentlichen Kinotag – in Spanien jetzt den HoReCa-Dienstag.

### **NO TUESDAYS WITHOUT PATRONS**

*From tapas of jamón serrano to tortilla, Spanish cuisine is world-renowned. It is also one of the major drivers of tourism and the country's economy. In collaboration with the Spanish HoReCa association, the Federation of Cooks and Pasty Chefs, and other partners, MAKRO Spain has launched an initiative to ensure that no restaurant or bar goes without patrons on Tuesdays. So, in addition to the weekly cinema day, Spain now has dine-out Tuesdays.*

# 300.000

Mehr als 300.000 Restaurants, Bars und Cafés gibt es in Spanien. Davon profitieren nicht nur knapp 46 Millionen Spanier, sondern auch rund 76 Millionen Touristen, die jährlich ins Land kommen.

*There are more than 300,000 restaurants, bars and cafés in Spain. They are enjoyed not only by nearly 46 million Spaniards, but also by the 76 million tourists who travel to Spain each year.*



## JÓ NAPOT, METRO UNGARN!

*JÓ NAPOT, METRO HUNGARY!*

### IMPULSE FÜR JUNGE KÜCHENTALENTE

Die bunte, lebendige Gastro-Szene in Budapest basiert auf der Leidenschaft und Kreativität talentierter Köche. Um die kulinarischen Spitzenleistungen weiterzuentwickeln, trainiert METRO Ungarn gestandene Küchenchefs und aufstrebende Jungköche in der „Gasztroakadémia“. Dort lernen die Küchenkünstler von preisgekrönten ungarischen Köchen alles über neue gastronomische Trends und Zubereitungsmethoden. Mit ausgesuchten Zutaten aus dem METRO-Sortiment zaubern sie kreative Gerichte und verbessern dabei ihr Können. Auf diese Weise fördert METRO Talente und gewinnt wertvolle Botschafter in der ungarischen HoReCa-Landschaft.

### **INSPIRATION FOR TALENTED YOUNG CHEFS**

*The vibrant culinary scene in Budapest relies on the passion and creativity of talented chefs. To further develop gastronomic excellence, METRO Hungary trains skilled chefs and aspiring young cooks at its 'Gasztroakadémia'. Here, these culinary artists learn all about new food trends and preparation methods from award-winning Hungarian chefs. With select ingredients from the METRO range, they whip up creative dishes and improve their skills. In this way, METRO is promoting young talent and winning valuable ambassadors on the Hungarian HoReCa scene.*



# 2.000

So viele Teilnehmer lernen jährlich in der „Gasztroakadémia“ in Budapest von ungarischen Spitzenköchen und anderen Experten.

*2,000 participants train at the 'Gasztroakadémia' in Budapest each year with top Hungarian chefs and other experts.*



# ASSALAMO ALEIKUM, METRO PAKISTAN!

ASSALAMO ALEIKUM, METRO PAKISTAN!



# DOBAR DAN, METRO SERBIEN!

DOBAR DAN, METRO SERBIA!



# 17.000

Als Teil des „Star Farm Pakistan“-Projekts unterstützt METRO Erzeuger dabei, Standards bei der Qualität und Sicherheit von Lebensmitteln einzuhalten. Seit 2012 wurden bereits rund 17.000 Landwirte geschult.

As part of the 'Star Farm Pakistan' project, METRO is supporting farmers to meet food quality and safety standards: Since 2012 almost 17,000 farmers have been trained through the project.

## VORREITER BEI LEBENSMITTELSICHERHEIT

Vor 10 Jahren eröffnete der erste Markt von METRO Cash & Carry in Pakistan. Heute gibt es neun Märkte und METRO ist eine etablierte Marke und, als einziger GFSI-zertifizierter Großhändler, ein wichtiger Gestalter der Branche im Land. Insbesondere bei Qualität und Sicherheit von Lebensmitteln setzt METRO Pakistan Maßstäbe: Die Anforderungen an Zulieferer sind hoch, frische Produkte stammen nur von staatlich geprüften Erzeugern und das gesamte Sortiment ist lückenlos rückverfolgbar. Zudem arbeitet METRO eng mit den Behörden zusammen, um einheitliche Standards im Lebensmittelhandel zu etablieren.

## FOOD SAFETY PIONEER

The first METRO Cash & Carry store opened in Pakistan 10 years ago. Now there are 9 stores, and METRO has become an established brand. As the only GFSI-certified wholesaler, METRO plays an important role in shaping the sector here. METRO Pakistan is busy setting standards, especially with regard to food quality and safety: suppliers have to meet tough requirements, fresh products are sourced exclusively from state-certified producers and the entire assortment can be traced seamlessly back to source. METRO has also joined forces with public authorities to establish uniform food trade standards.

## ENGAGIERT FÜR DIE GESELLSCHAFT

„Magisches Frühstück“ ist ein Projekt, mit dem sich METRO Serbien für das Gemeinwohl engagiert. Gemeinsam mit der Crédit Agricole Bank Serbien und der Food Bank Belgrad organisiert METRO Lebensmittelpenden an 35 Schulen. Unterstützt wird die Initiative von der Stadt Belgrad, dem Junior Chefs Club, METRO Angestellten und Lieferanten sowie den Medien. Die Lebensmittel und zubereiteten Mahlzeiten kommen Kindern mit Entwicklungsschwierigkeiten zugute. In den vergangenen zehn Jahren haben bereits 4.300 Kinder vom „Magischen Frühstück“ profitiert.

## COMMITTED TO SOCIETY

'Magic Breakfast' is a social welfare project in which METRO Serbia is involved. Together with Crédit Agricole bank Serbia and Food Bank Belgrade, METRO organises food donations to 35 schools. The initiative receives support from the City of Belgrade, the Junior Chefs Club, METRO employees and suppliers, as well as the media. The food and prepared meals are available to children with developmental difficulties. In the past 10 years, 4,300 children have benefited from 'Magic Breakfast'.

# 70

Für das „Magische Frühstück“ konnte METRO Serbien in den vergangenen Jahren 70 Tonnen Nahrungsmittel sammeln.

METRO Serbia has managed to collect 70 tonnes of food for 'Magic Breakfast' over the past 10 years.



## DOBAR DAN, METRO KROATIEN!

*DOBAR DAN, METRO CROATIA!*

### RETTUNG FÜR DIE BOŠKARIN-RINDER

Jahrhundertlang wurden Boškarin, eine sehr robuste istrische Rinderrasse, für die Feldarbeit eingesetzt. Doch mit der Modernisierung der Landwirtschaft sank ihre Zahl drastisch – von rund 50.000 Tieren in den 1950er-Jahren auf etwa hundert Tiere in den 1990er-Jahren. Um die Boškarin vor dem Aussterben zu retten, begann METRO Kroatien mit der Istrischen Behörde für Ländliche Entwicklung und Bauern aus der Region zusammenzuarbeiten. Heute gibt es wieder mehr als 3.500 Tiere und Boškarin-Fleisch gilt als kroatische Spezialität, die METRO Kroatien exklusiv an Hotels, Restaurants und Caterer liefert.

### ***SAVING BOŠKARIN CATTLE***

*For centuries, Boškarin cattle were an extremely robust Istrian breed used for fieldwork. But through the modernisation of farming, their numbers decreased dramatically, plummeting from around 50,000 in the 1950s to around 100 in the 1990s. To save Boškarin cattle from dying out, METRO Croatia began partnering with the Istrian rural development administration and farmers from the region. Today, there are more than 3,500 animals, and Boškarin meat is considered a Croatian delicacy, which METRO Croatia supplies exclusively to hotels, restaurants and caterers.*

# 1.300

**Bis zu 1.300 Kilogramm wiegen ausgewachsene Boškarin -Rinder. Damit zählen sie zu den größten Säugetieren Europas.**

***Adult Boškarin cows weigh up to 1,300 kilogrammes, making them some of the largest mammals in Europe.***



METRO ist auch deshalb international so erfolgreich, weil unser Geschäftsmodell es zulässt, in den einzelnen Märkten flexibel auf lokale Bedürfnisse zu reagieren. Wir nehmen gezielt kulinarische Besonderheiten aus der Region in unsere Ländersortimente auf und arbeiten eng mit Erzeugern vor Ort zusammen, um die Landwirtschaft zu unterstützen und die Qualität und Vielfalt lokaler Produkte zu sichern. Auch Kleinunternehmern aus Einzelhandel und Gastronomie stehen wir zur Seite - mit attraktiven Angeboten und Franchise-Konzepten. Wie wir dabei vorgehen, zeigen die folgenden Beispiele.

*One of the reasons METRO is so successful internationally is that our business model lets us respond flexibly to local requirements in the individual markets. We make a point of including local culinary specialities in our product ranges at national level and work closely with local producers to support the agricultural sector and ensure a high quality and variety of local products. We also support small retail and HoReCa businesses - with attractive offers and franchise concepts. The following examples show how we do it.*

## REGIONAL UND VIELFÄLTIG

**LOCAL AND VARIED**







## DOB-R DEN, METRO BULGARIEN!

**DOB-R DEN, METRO BULGARIA!**



## DOBRYJ DEN, METRO UKRAINE!

**DOBRYJ DEN, METRO UKRAINE!**



### ROSA TOMATEN UND ANDERE KÖSTLICHKEITEN

Die „Pink Tomato“ ist eine einzigartige Tomatensorte, die seit mehr als einem Jahrhundert auf bulgarischem Boden wächst. Auf der Suche nach den besten Exemplaren und anderen leckeren Obst- und Gemüsesorten reiste das „Obst & Gemüse“-Team von METRO Bulgarien kreuz und quer durch das Land. Es konnte mehr als 200 Landwirte dafür gewinnen, ein Sortiment von insgesamt mehr als 150 Erzeugnissen täglich frisch vom Feld an die 11 METRO Cash & Carry Märkte im Land zu liefern. Rund 6.000 Restaurants und 300.000 METRO Geschäftskunden zaubern daraus für ihre Kunden wohlschmeckende Gerichte.

### PINK TOMATOES AND OTHER DELICACIES

*Bulgaria's Pink Tomato is a unique tomato variety that has been growing in the country's soil for more than one century. In their search for the best Pink Tomatoes and other delicious fruits and vegetables, members of METRO Bulgaria's fruit and vegetable team travelled the length and breadth of the country. In the end, they recruited more than 200 farmers to put together an assortment of more than 150 products that are delivered fresh every day from the fields to the country's 11 METRO Cash & Carry stores. Some 6,000 restaurants and 300,000 METRO business clients use them to whip up tasty dishes for their customers.*

### VOM FELD AUF DEN TELLER

FERMOVE – so heißt eine Initiative in der Ukraine, mit der METRO lokale Kleinbauern unterstützt und eine gesunde Esskultur fördert. Dafür begleiten unsere Experten die einheimischen Erzeuger entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Am Anfang steht die Bestellung von regionalen Gemüsesorten durch die METRO Mitarbeiter. Die passenden Samen und Düngemittel für den Anbau erhalten die Bauern von Partnern aus dem Agrarbereich. Das frisch geerntete Gemüse bietet METRO anschließend unter dem Label FERMOVE ihren Kunden an, die so von gesunden einheimischen Erzeugnissen profitieren.

### FROM FARM TO TABLE

*FERMOVE is the name of an initiative in Ukraine through which METRO supports small, local farmers and promotes a healthy food culture. To achieve these aims, our experts provide assistance to domestic producers across the entire value chain. It begins with orders for regional vegetables placed by METRO employees. Farmers receive the right seeds and fertilisers for cultivation from partners in the agricultural sector. METRO then sells the freshly harvested vegetables to customers under the FERMOVE label and our customers benefit from healthy produce grown in Ukraine.*

# 1

Bis zu 1 Kilogramm schwer kann die bulgarische „Rosa Tomate“ werden. Eine normale Salattomate wiegt dagegen weniger als 100 Gramm.

*The Bulgarian Pink Tomato can weigh up to 1 kilogramme. By contrast, a normal salad tomato weighs less than 100 grammes.*

# 24

Um 24 % sind die Erträge von Obst und Gemüse aus ukrainischer Produktion seit Start der FERMOVE-Initiative 2016 gestiegen.

*Fruit and vegetable harvests in Ukraine have increased by 24 % since the start of the FERMOVE initiative in 2016.*



## SÄLEMETSIS BE, METRO KASACHSTAN!

**SÄLEMETSIS BE,  
METRO KAZAKHSTAN!**



## BUNĂ ZIUA, METRO MOLDAVIEN!

**BUNĂ ZIUA, METRO MOLDOVA!**



### NEUE WEGE ZUM BESTEN STEAK

Die lokale Artenvielfalt erhalten, einheimische Bauern unterstützen und Kunden hochwertiges Rindfleisch aus heimischer Aufzucht anbieten – so lauten die Ziele von METRO Kasachstan, die sich gemeinsam mit dem Anbieter „KazBeef“ seit 2016 für nachhaltige Rinderhaltung und die Förderung regionaler Erzeuger einsetzt. Inzwischen vertrauen Gastronomen im ganzen Land auf die Frische und Qualität des fein marmorierten Rindfleischs von den kasachischen Weiden.

### NEW WAYS TO GET THE BEST STEAK

*Preserving local biodiversity, supporting local farmers and offering customers high-quality beef from cattle raised in the country – these are the aims of METRO Kazakhstan. Since 2016, METRO Kazakhstan has been partnering with the supplier KazBeef to promote sustainable cattle farming and to support regional producers. Restaurant owners across the country now put their trust in the freshness and quality of the finely marbled beef from Kazakhstan's pastures.*

### EIN TOAST AUF EINHEIMISCHE WINZER

Moldawien ist berühmt für seine Gastfreundschaft und seine vielfältige Auswahl regionaler Weine. Mit ihrer langjährigen Expertise unterstützt METRO lokale Kleinerzeuger dabei, ihre Produkte besser in das heimische Gastronomie-Angebot zu integrieren und Kunden gezielt anzusprechen. Dafür bietet METRO Winzern mit regelmäßigen Aktionen und Events die Möglichkeit, ihre Weine einem breiten Publikum zu präsentieren und so die Aufmerksamkeit zu bekommen, die sie verdienen.

### A TOAST TO LOCAL WINEMAKERS

*Moldova is known for its hospitality and wide range of regional wines. Drawing on years of expertise, METRO helps small, local producers to integrate their products into the local HoReCa sector and to target customers directly. Through regular promotions and events, METRO gives winemakers the opportunity to present their wines to a wider public and generate the attention they deserve.*

# 300.000

Mehr als 300.000 Kilogramm „KazBeef“ hat METRO Kasachstan in den vergangenen 12 Monaten an Restaurants, Hotels und Cateringunternehmen im Land verkauft.

*METRO Kazakhstan has sold more than 300,000 kilogrammes of KazBeef to local restaurants, hotels and catering firms in the past 12 months.*

# 55

55 % der moldawischen Weine werden aus weißen Trauben gekeltert. Auch einige Rotweine werden in der Region hergestellt.

*55 % of Moldovan wines are made from white grapes. A few red wines are also produced in the region.*



## DZIEŃ DOBRY, MAKRO POLEN!

*DZIEŃ DOBRY, MAKRO POLAND!*

## DOBŘÉ RÁNO, METRO SLOWAKEI!

*DOBŘÉ RÁNO,  
METRO SLOVAKIA!*



# 2.000

Rund 2.000 Geschäfte in Polen gehören dem Franchise-Netzwerk ODIDO an. Damit unterstützt MAKRO Polen Einzelhändler dabei, neue Geschäfte zu gründen oder vorhandene zu modernisieren.

Around 2,000 shops in Poland are members of the ODIDO franchise network, through which MAKRO Poland helps retailers set up new shops and modernise existing ones.

### MASSGESCHNEIDERTE LÖSUNGEN FÜR KLEINUNTERNEHMER

Unternehmergeist, Optimismus und Leidenschaft zeichnen die dynamische Hospitality-Branche in Polen aus. Hier verbinden sich Tradition mit Innovation und Brauchtum mit Zukunftstrends. Die Geschichte vieler Kleinunternehmer im Land ist eng mit METRO verwoben. Vom Stammlokal um die Ecke bis zum Gourmet-Restaurant im Stadtzentrum: Seit 1994 unterstützt MAKRO Polen einheimische Kunden mit maßgeschneiderten Lösungen dabei, ihre individuelle Erfolgsgeschichte zu schreiben.

### **CUSTOMISED SOLUTIONS FOR SMALL BUSINESSES**

*Entrepreneurial drive, optimism and passion are the hallmarks of Poland's dynamic hospitality industry, where tradition meets innovation, and customs meet trends of the future. In Poland, the history of many small businesses is closely linked with METRO. From the local pub around the corner to the gourmet restaurant in the city centre, MAKRO Poland has been providing customised solutions since 1994, helping local customers to write their own success stories.*

### STARKER PARTNER FÜR LOKALE UNTERNEHMEN

Die slowakische Bevölkerung ist für ihre Gastfreundschaft, Offenheit und Hilfsbereitschaft bekannt. Das passt sehr gut zum Selbstverständnis und den Kundenbeziehungen der METRO Slowakei. Die 6 METRO Niederlassungen mit 1.300 Mitarbeitern bieten ihren Kunden qualitativ hochwertige Waren, eine breite Produktpalette und einen maßgeschneiderten Vertriebsservice bis in deren Betriebe hinein. Darüber hinaus unterstützt METRO aktiv 500 lokale unabhängige Einzelhandelsgeschäfte in einem als Môj obchod („Mein Laden“) bekannten Franchise-Netzwerk.

### **A STRONG PARTNER FOR LOCAL BUSINESSES**

*The people of Slovakia are known for being hospitable, open and helpful. These qualities fit perfectly with how METRO Slovakia sees itself and approaches customer relations. The 6 METRO wholesale stores with 1,300 employees provide high-quality goods, a wide range of products and a tailored distribution service right to their customers' premises. METRO also actively supports 500 local independent retailers through a franchise network known as Môj obchod ('My store').*

# 18

Seit 18 Jahren ist METRO für HoReCa-Kunden in der Slowakei da. Die 6 Großmärkte befinden sich an zentralen Standorten im ganzen Land.

*METRO has been serving HoReCa customers in Slovakia for 18 years. The 6 wholesale stores are in central locations across the country.*



# FLEXIBEL UND SCHNELL

## *Fast and flexible*

Mit einem maßgeschneiderten Sortiment samt dezentraler Infrastruktur bedient METRO weltweit Belieferungskunden aus Hotels, Restaurants und Catering-Unternehmen. Wie passgenaue und nachhaltige Food Service Distribution (FSD) aussehen kann, zeigen die folgenden Seiten. Gleichzeitig stärken weitere FSD-Spezialisten unser Zustellgeschäft in den Bereichen Frische und Ultrafrische. Classic Fine Foods versorgt Premiunkunden in Asien und dem Mittleren Osten, Rungis Express beliefert den deutschen Markt mit Spitzenprodukten und Pro à Pro ist in Frankreich auf Kantinen, Betriebs- und Systemgastronomie spezialisiert.

*With its tailored product range and decentralised infrastructure, METRO serves delivery customers from hotels, restaurants and catering companies around the world. Read on to find out what customised, sustainable Food Service Distribution (FSD) can look like. Additional FSD specialists are also strengthening our delivery service for fresh and ultra-fresh produce. Classic Fine Foods supplies premium clients in Asia and the Middle East, Rungis Express delivers top-quality products for the German market, and Pro à Pro specialises in canteens, corporate catering and the food service industry in France.*



# HALLO, METRO DEUTSCHLAND!

HALLO, METRO GERMANY!



# SERVUS, METRO ÖSTERREICH!

SERVUS, METRO AUSTRIA!



# 104

In Deutschland ist METRO mit 104 Großmärkten vertreten. Einige davon sind fast so groß wie 3 Fußballfelder. Einer der Märkte hat sogar ein Fußballfeld auf dem Dach.

*METRO has 104 wholesale stores in Germany. Some of them are almost as large as 3 football pitches. One of the stores even has a football pitch on the roof.*

## MARKTPLATZ DER GASTRONOMIE

Die Erfolgsgeschichte von METRO startete 1964 in Mülheim an der Ruhr. Heute sind rund 15.000 Mitarbeiter täglich für die Zufriedenheit unserer Kunden bei METRO Deutschland im Einsatz – in den Märkten, online oder für unseren Lieferservice. Mehr als 3 Millionen Kunden – darunter Hotels, Restaurants, Kioske und Wiederverkäufer – vertrauen unseren Sortimenten und Services, die wir kontinuierlich ausbauen, um ihr Geschäft gemeinsam erfolgreicher zu machen. Wir sind Multiplikator für innovative Konzepte und Trends, wir liefern regionale nachhaltige Produkte und leisten zusammen mit unseren Kunden einen Beitrag zur Lebensqualität von Menschen.

## THE MARKETPLACE FOR THE FOOD SERVICE INDUSTRY

*METRO's success story started in Mülheim an der Ruhr in 1964. Now, some 15,000 employees strive every day to ensure our customers' satisfaction at METRO Germany – at the store, online or through our delivery service. More than 3 million customers, such as hotels, restaurants, kiosks and resellers, put their trust in our range of products and services, which we are constantly expanding to make their businesses more successful – together. We champion innovative concepts and trends, we deliver sustainable, regional products and, together with our customers, we contribute to people's quality of life.*

## NACHHALTIG GELIEFERT

Neue Nachhaltigkeitsstandards für Handelslösungen zu setzen ist ein integraler Bestandteil der METRO Unternehmensstrategie. Deshalb übernehmen wir aktiv gesellschaftliche sowie ökologische Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Als Bekenntnis zu zukunftsorientierter Energieeffizienz errichtet METRO Österreich etwa in St. Pölten einen Null-Energie-Markt. Auch in der Logistik ist uns Umweltfreundlichkeit ein wichtiges Anliegen. Ein Beispiel dafür ist METRO Express in Wien: Innerhalb von 3 Stunden wird die Zustellung garantiert – ultrafrisch mit Elektrofahrzeugen.

## SUSTAINABILITY DELIVERED

*Setting new sustainability standards for retail and wholesale solutions is an integral part of METRO's corporate strategy, which is why we actively assume social and ecological responsibility across the entire value chain. As a commitment to future-oriented energy efficiency, METRO Austria is establishing a zero-energy store in St. Pölten, for example. Environmentally friendly performance is a key logistics concern as well. One example of this is the 'METRO Express' service in Vienna, which guarantees delivery within 3 hours – ultra fresh with electric vehicles.*

# 300

Bis zu 300 Artikel im Sortiment jedes österreichischen METRO Großmarkts stammen aus einem Umkreis von 100 Kilometern – ein weiterer Beitrag zur Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes.

*As many as 300 items in the product range at each METRO wholesale store in Austria are sourced from within a 100-kilometre radius – another means of helping to reduce CO<sub>2</sub> emissions.*



## DOBŘÝ DEN, MAKRO TSCHECHIEN!

**DOBŘÝ DEN,  
MAKRO CZECH REPUBLIC!**



## MINGALAR BÁ, METRO MYANMAR!

**MINGALAR BÁ,  
METRO MYANMAR!**



### GANZHEITLICHE FOOD-LÖSUNGEN FÜR PRAG

Von gemütlichen Cafés bis zu Sterne-Restaurants und historischen Hotels: Die tschechische Hauptstadt Prag ist nicht nur ein beliebtes Touristenziel für rund 10 Millionen Besucher jährlich, sondern auch ein Hotspot der Gastronomie-Branche. Um die individuellen Bedürfnisse der Kunden optimal zu erfüllen, hat MAKRO sein Geschäftsmodell kontinuierlich weiterentwickelt. Die Transformation vom traditionellen Großhändler zum Spezialisten für dynamische Belieferungsservices führt unsere seit 20 Jahren bestehende Partnerschaft mit lokalen Gastronomen fort und eröffnet täglich neue Möglichkeiten.

### INTEGRATED FOOD SOLUTIONS FOR PRAGUE

*From cosy cafés to Michelin-starred restaurants and historic hotels, the Czech capital Prague is not only a popular tourist destination for some 10 million visitors each year, but also a hotspot for the hospitality industry. To best meet the individual needs of its customers, MAKRO has continuously developed its business model. The transformation from a traditional wholesaler into a specialist provider of dynamic delivery services allows us to continue our 20-year partnership with local restaurant owners and creates new opportunities every day.*

# 4.200

**Knapp 4.200 Restaurants gibt es in Prag. Die meisten davon sind kleine, privat geführte Lokale.**

***There are almost 4,200 restaurants in Prague. Most of them are small, privately run eateries.***

### DIE TÜREN ZU NEUEN MÄRKTEN ÖFFNEN

Myanmar hat sich in den vergangenen Jahren rasant verändert und METRO vor die Frage gestellt: Wie beeinflusst die schnelle Digitalisierung die Einkaufsvorlieben der Kunden? Und worauf achten sie bei ihren Lieblingsprodukten? Um Antworten zu finden, haben wir den heimischen Markt analysiert. Ein Ergebnis: Aufgrund der rasanten Verkehrsentwicklung möchte die Mehrheit der Kunden online bestellen – über ihr mobiles Endgerät. Deshalb hat METRO Myanmar ein rein digitales Geschäftsmodell mit flexiblen Belieferungsservices entwickelt, das optimal auf die Bedürfnisse vor Ort abgestimmt ist.

### OPENING THE DOORS TO NEW MARKETS

*Myanmar has changed rapidly over the last few years, causing METRO to ask: how does fastpaced digitisation influence customers' preferences when it comes to shopping? And what matters to them most in terms of their favourite products? To answer these questions, we performed a domestic market analysis. This found that due to the rapid development of transport in the country, the majority of customers prefer ordering online using their mobile devices. Therefore, METRO Myanmar developed an all-digital business model, which is adapted perfectly to local needs thanks to a flexible delivery service.*

# 80

**Innerhalb von nur 3 Jahren ist die Smartphone-Nutzung in Myanmar von fast 0 auf 80 % der Bevölkerung angestiegen.**

***In the space of just 3 years, smartphone usage in Myanmar has climbed from virtually 0 to 80 % of the population.***



30

Classic Fine Foods  
führenden Belieferer  
für die Gastronomie  
der METRO seit



## WILLKOMMEN BEI CLASSIC FINE FOODS

WELCOME TO  
CLASSIC FINE FOODS

## WILLKOMMEN BEI PRO À PRO

WELCOME TO PRO À PRO



28

Pro à Pro -  
Belieferung  
Profikunden  
seit Februar

### DAS BESTE FÜR DEN ASIATISCHEN RAUM

Die besten Feinkosthersteller aus aller Welt vernetzt Classic Fine Foods mit Spitzenköchen in First-Class-Hotels und Sterne-Restaurants. Der Fokus liegt dabei auf Asien, dem Mittleren Osten und Großbritannien. Dort beliefert Classic Fine Foods mehr als 15.000 Kunden in 21 Städten und 14 Ländern. Die angebotenen Produkte stammen dagegen überwiegend aus Europa, insbesondere aus Frankreich. Seit der Übernahme durch METRO im Jahr 2015 ist das Unternehmen stark gewachsen – dank eines herausragenden Services, einer hervorragenden Produktqualität und reibungslosen Beschaffungs- und Logistikprozessen.

### THE CRÈME DE LA CRÈME FOR ASIA

*Classic Fine Foods links the best delicatessen producers from around the world with top chefs at first-class hotels and Michelin-starred restaurants. The firm focuses on Asia, the Middle East and the UK, delivering to more than 15,000 clients in 21 cities and 14 countries. Classic Fine Foods primarily offers products from Europe, with a special focus on France. The company has expanded rapidly since it was taken over by METRO in 2015 – thanks to its outstanding service, exceptional product quality, and smooth procurement and logistics processes.*

### DEM GUTEN GESCHMACK VERPFLICHTET

Mit Leidenschaft und einem tiefen Verständnis für die Bedürfnisse unterschiedlicher Kundengruppen versorgt Pro à Pro seit 2001 den französischen Markt. Gestartet als lokaler Belieferungsservice hat sich das Unternehmen schnell zu einem der wichtigsten Lebensmittellieferanten für den privatwirtschaftlichen und öffentlichen Sektor auf dem französischen Festland entwickelt. Zudem profitieren Profikunden auf Martinique, Guadeloupe, Französisch-Guayana und La Réunion von dem Angebot. 12.500 Artikel hat Pro à Pro im Sortiment. Seit Februar 2017 gehört Pro à Pro zur METRO.

### CHAMPIONS OF GOOD TASTE

*Pro à Pro has been serving the French market with passion and an in-depth understanding of different customer groups' needs since 2001. Established as a local delivery service, the company quickly developed into a major food supplier for the private and public sectors on the French mainland. Its service is also available to corporate customers in Martinique, Guadeloupe, French Guiana and La Réunion. Pro à Pro stocks 12,500 products and has been part of METRO since February 2017.*

# 42.000

So viele Kunden hat Pro à Pro. Darunter sind nicht nur Restaurants, Schulen und andere Einrichtungen in Frankreich, sondern auch die Raumfahrtindustrie in Französisch-Guayana.

*Pro à Pro has about 42,000 customers. As well as restaurants, schools and other establishments in France, it serves clients from the space industry in French Guiana.*

# 60

60 % der kulinarischen Köstlichkeiten, die Classic Fine Foods anbietet, stammen aus Frankreich.

*60 % of the culinary delicacies offered by Classic Fine Foods come from France.*



29 Rungis - Premium Belieferung für Gastronomie Österreich, Te April 2016.

All categories but special focus on ultra fresh fish & seafood



# WILLKOMMEN BEI RUNGIS EXPRESS

WELCOME TO RUNGIS EXPRESS



# 310

Von den 310 mit einem oder mehreren Michelin-Sternen ausgezeichneten Restaurants in Deutschland lassen sich rund zwei Drittel von Rungis Express beliefern.

*Of the 310 restaurants in Germany with one or more Michelin stars, approximately two-thirds order deliveries from Rungis Express.*

## SPITZENPRODUKTE FÜR SPITZENGASTRONOMEN

1978 war der Großmarkt im Pariser Vorort Rungis das Mekka für jeden anspruchsvollen Gastronomen. In Deutschland dagegen steckte die Gourmetgastronomie noch in den Kinderschuhen. Um die Entwicklung voranzutreiben, beschloss der Gründer von Rungis Express, die exklusiven Produkte auch nach Deutschland zu bringen. Heute gehört das Unternehmen, das seit April 2016 Teil von METRO ist, zu den führenden deutschen Belieferungsspezialisten für Gourmetprodukte und ultrafrische Lebensmittel aus der ganzen Welt und wird insbesondere von Sterneköchen geschätzt.

## TOP PRODUCTS FOR TOP CHEFS

*In 1978, the wholesale market in the Parisian suburb of Rungis was a Mecca for discerning chefs. Meanwhile, in Germany, gourmet cuisine was still in its infancy. To foster its development, the founder of Rungis Express decided to deliver the market's exclusive products to Germany. Now, the company is one of Germany's leading delivery specialists for gourmet products and ultra-fresh produce from around the world. It is particularly popular with Michelin-starred chefs and has been part of METRO since April 2016.*



# INNOVATIV UND DIGITAL

## ***INNOVATIVE AND DIGITAL***

Um nachhaltig erfolgreich zu sein, dürfen wir nicht stehen bleiben. Das gilt für neue Trends und Geschäftsmodelle im Lebensmittel- und Gastronomiektor genauso wie für Chancen, die aus der Digitalisierung entstehen. Hier versteht sich METRO als Impulsgeber und Treiber. Wir arbeiten an vielen Stellen im Unternehmen und mit externen Partnern daran, neue Wege in der Kundenansprache und -bindung zu gehen. Unsere Kunden aus Gastronomie und Einzelhandel unterstützen wir durch innovative Lösungen dabei, im Tagesgeschäft effizienter zu werden. Was wir bereits bewegen, zeigen die folgenden Seiten.

*To achieve lasting success, we have to move with the times. That applies both to new trends and business models in the food and hospitality industries and to the opportunities arising from digitisation, where METRO sees itself as inspiring and driving change. We are working to find new ways of addressing and retaining customers, both in various in-house departments and in conjunction with external partners. We help our clients from the food service and retail sectors to make their day-to-day business activities more efficient with our innovative solutions. Read on to find out how we are already making a difference.*





# BONJOUR, METRO FRANKREICH!

*BONJOUR, METRO FRANCE!*



# 美好的一天, METRO CHINA!

*美好的一天, METRO CHINA!*



# 200

Mehr als 200 fangfrische Fischsorten machen METRO Frankreich bei unabhängigen Restaurants zur Nummer 1 für Fischprodukte.

*More than 200 freshly caught varieties of fish make METRO France independent restaurants' number-one choice for fish products.*

## DAS „PHYGITALE“ EINKAUFSERLEBNIS

Das Beste aus der physischen und digitalen Welt in der Gastronomie miteinander verbinden – das ist das Ziel von METRO Frankreich. Mit mehr als 45 Jahren Erfahrung und 95 Märkten vor Ort ist METRO der führende Partner für unabhängige Restaurants im Land der Cuisine Française. Moderne Technologien und innovative Store-Formate sorgen dabei für ein besonderes Einkaufserlebnis. So können Kunden beispielsweise online eine Einkaufsliste für den nächsten Marktbesuch anlegen. Dort erleichtert ein METRO Scangerät, welches bereits die vorbereitete Liste beinhaltet, die Wareneinstellung.

## THE 'PHYGITAL' SHOPPING EXPERIENCE

*Combining the best of the physical and digital worlds in food service is the aim of METRO France. With more than 45 years of experience and 95 local stores, METRO is the leading partner to independent restaurants in the home of French cuisine. Modern technology and innovative store formats ensure a special shopping experience. For example, customers can go online to create a shopping list for their next trip to the store, where a METRO scanner, which already has the list, makes it easier to pick the items.*

## EIN GIGANT IN DER BELIEFERUNG

China ist ein Land der Superlative. Entsprechend beeindruckend sind auch die Kennzahlen von METRO China: 12.000 Mitarbeiter, 89 Märkte, 7 Millionen Kunden und der weltweit größte Absatzmarkt im HoReCa-Sektor. METRO China gehört damit zu den größten Geschäftseinheiten im METRO Kosmos. Einen besonderen Stellenwert hat dabei Food Service Distribution (FSD): 2 große Logistikzentren und 90 Auslieferungspunkte auf nationaler Ebene bilden das Grundgerüst für das ertragreiche Belieferungsgeschäft und machen das Reich der Mitte zu einem wahren FSD-Giganten.

## A GIANT IN THE DELIVERY SECTOR

*China is a country of superlatives, and the figures for METRO China are equally impressive: 12,000 employees, 89 stores, 7 million customers and the world's largest sales market in the HoReCa sector. These statistics make METRO China one of the biggest business units in the METRO universe. Food Service Distribution (FSD) is particularly important here: 2 large logistics centres and 90 delivery points across China provide the basic structure for the profitable food service delivery business, making China a true FSD giant.*

# 1,4

1,4 Milliarden Einwohner, fortschreitende Urbanisierung und die wachsende Mittelschicht machen China zum größten und abwechslungsreichsten HoReCa-Markt der Welt.

*1.4 billion inhabitants, increasing urbanisation and a growing middle class make China the largest and most diverse HoReCa market in the world.*



# BUNĂ ZIUA, METRO RUMĂNIEN!

*BUNĂ ZIUA, METRO ROMÂNIA!*

## GROSSE ZUKUNFT FÜR KLEINE UNTERNEHMEN

„La Doi Pași“, das bedeutet „zwei Schritte entfernt“, ist ein erfolgreiches Franchise-Konzept von METRO Rumänien. „La Doi Pași“ ist ein Verbund kleiner selbstständiger Lebensmittelhändler, der durch Qualitätsprodukte, Serviceangebote und Know-how für eine professionelle Unternehmensführung unterstützt wird. Die „La Doi Pași“-Läden sind Nahversorger. Kunden aus der Nachbarschaft finden dort ein ausgewogenes Angebot von Markenprodukten und regionalen Waren, mit denen sie ihren täglichen Bedarf schnell und bequem decken können. Mit „La Doi Pași“ unterstützt METRO Rumäniens kleine Lebensmittelhändler und macht sie so zukunftsfähig.

## A BIG FUTURE FOR SMALL BUSINESSES

*‘La Doi Pași’ meaning Two Steps Away, is a successful franchise concept from METRO România. ‘La Doi Pași’ is a network of independent grocery stores that receives support through quality products, services and expertise on professional business management. ‘La Doi Pași’ outlets are neighbourhood stores where customers find a balanced range of brand products and regional items to quickly and conveniently accommodate their daily needs. With ‘La Doi Pași’, METRO România supports small grocery stores and helps ensure they will be around for a long time to come.*

# 430

Rund 430 „La Doi Pași“-Läden gibt es in Rumänien.

*There are approximately 430 ‘La Doi Pași’ stores in România.*





## WILLKOMMEN BEI REAL

WELCOME TO REAL

## WILLKOMMEN BEI HORECA DIGITAL

WELCOME TO HORECA DIGITAL



### DAS GUTE LEBEN - JEDEN TAG!

Was zeichnet „das Gute“ eigentlich aus? Ist es die eine besondere Marmeladensorte? Das Bier aus der kleinen Privatbrauerei oder der Ibérico-Schinken, der im Urlaub so lecker war? Was immer es ist – bei Real werden Verbraucher fündig. Das Sortiment ist so vielfältig wie das Leben und deckt nicht nur kulinarische Bedürfnisse ab: von frischem Fisch bis zum Fahrrad. Auch die Zukunft des Einkaufens treibt Real voran: Das beste Beispiel ist die Markthalle Krefeld. Durch das neue Marktkonzept wird Einkaufen zum Genusserlebnis. Neben 282 Märkten deutschlandweit bietet real.de Deutschlands drittgrößten Onlinemarktplatz.

### THE GOOD LIFE - EVERY DAY!

*What is 'good' exactly? Is it getting that special kind of jam you like? A particular beer from a small independent brewery? Or that Ibérico ham that tasted so good on holiday? Whatever it is, you will find it at Real. The store's product range is as varied as life itself and includes everything from fresh fish to brilliant bicycles. Real is also driving the future of shopping: its Markthalle Krefeld store is a prime example. The new store concept turns shopping into a thoroughly enjoyable experience. In addition to its 282 stores throughout Germany, real.de operates the country's third-largest online marketplace.*

### DIGITALE LÖSUNGEN FÜR DIE GASTRONOMIE VON MORGEN

Restaurantbetreibern die Arbeit erleichtern und innovative Food-Produkte und -Technologien vorantreiben, das ist das Ziel von HoReCa Digital. Das internationale Expertenteam der METRO arbeitet bereichs-, vertriebslinien- und marktübergreifend an digitalen Lösungen für die Branche – häufig zusammen mit Start-ups. So ist zum Beispiel ein kostenloses Programm entstanden, mit dem Gastronomen in wenigen Minuten ihre eigene Website erstellen können. Und dank eines digitalen Personalassistenten, der unter anderem Schichtpläne erstellt und Einsatzzeiten erfasst, bleibt mehr Zeit für den Gast.

### DIGITAL SOLUTIONS FOR THE FOOD SERVICE INDUSTRY OF TOMORROW

*HoReCa Digital aims to make restaurateurs' work easier and promote innovative food products and technology. The international team of experts from METRO works across multiple divisions, sales lines and stores to develop digital solutions for the industry – often in conjunction with start-ups. One of the outcomes of this work is a free program which restaurateurs can use to create their own website in a matter of minutes. There is also a digital HR assistant which takes care of jobs such as producing rosters and recording working hours, giving restaurant managers more time for their customers.*

# 10

Auf real.de können Verbraucher unter rund 10 Millionen Artikeln online wählen und sich die Bestellung einfach nach Hause liefern lassen.

*At real.de, consumers can choose from approximately 10 million items online and simply have their order delivered to their door.*

# 30

So viele Start-ups haben bereits das METRO Accelerator-Programm durchlaufen, das seit 2015 von HoReCa Digital und dem Gründer-Netzwerk Techstars durchgeführt wird.

*That's how many start-ups have already completed the METRO Accelerator programme, which HoReCa Digital and the entrepreneurs' network Techstars have been running since 2015.*

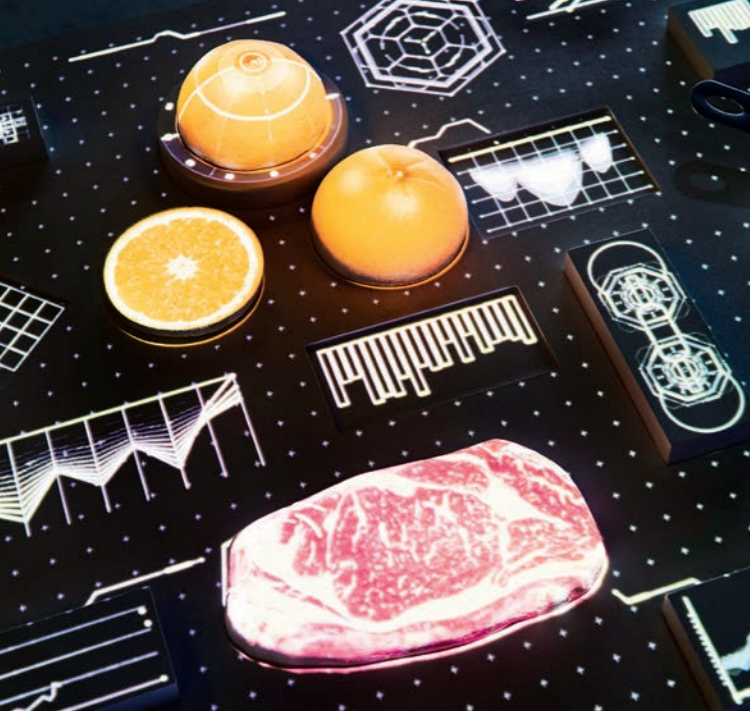


# UNTERSTÜTZEND UND STARK

## ***STRONG AND SUPPORTIVE***

METRO besteht aus den Vertriebslinien METRO/MAKRO Cash & Carry und Real sowie aus leistungsstarken Servicegesellschaften, die konzernweit Dienstleistungen übernehmen. Von Immobilien über Logistik, Beschaffung, IT-Unterstützung und der Steuerung von Finanz- und Accountingprozessen bis hin zu Werbung und Nachhaltigkeitsthemen sind Experten für unsere Kollegen in den METRO Ländern da. Sie unterstützen mit Know-how, nehmen administrative Aufgaben ab, optimieren laufend Prozesse, achten weltweit auf die Einhaltung von Standards und sorgen für einen einheitlichen Markenauftritt.

*METRO consists of 2 sales lines - METRO/MAKRO Cash & Carry and Real - plus high-performance, group-wide service companies. From real estate to logistics, procurement, IT support and the management of financial and accounting processes to advertising and sustainability issues, there are experts on hand to help our colleagues in the countries where METRO operates. They provide support with their expertise, take care of administrative jobs, continuously optimise processes, ensure global compliance with standards and safeguard a uniform brand image.*



## WILLKOMMEN BEI GLOBAL QUALITY ASSURANCE

**WELCOME TO GLOBAL QUALITY  
ASSURANCE**

### LEBENSMITTELSICHERHEIT GEHT JEDEN ETWAS AN

500 Qualitätsingenieure, Kontrolleure und Experten auf der ganzen Welt arbeiten für METRO, um sichere und qualitativ hochwertige Produkte Realität werden zu lassen. Die Zusammenarbeit mit unseren global mehr als 4.000 Lebensmittellieferanten basiert auf Vertrauen und einem gemeinsamen Qualitätsverständnis – gewährleistet durch Zertifikate und Audits. Unsere Plattformen, Märkte und Logistikprozesse folgen bindenden globalen Standards – auf der ganzen Welt. In unseren Märkten bilden wir jedes Jahr 34.000 Kollegen in Lebensmittelhygiene aus und wir geben unser professionelles Wissen an unsere Kunden weiter.

### **FOOD SAFETY IS EVERYBODY'S BUSINESS**

*500 quality engineers, controllers and experts work around the globe for METRO to make safe, high-quality products a reality. We collaborate with more than 4,000 food suppliers worldwide, based on mutual trust and a joint understanding of quality which is guaranteed by certifications and audits. Our platforms, stores and logistics operations follow binding global standards – in all parts of the world. We train 34,000 colleagues in food hygiene every year at our stores and share our professional knowledge with our customers.*

# 18

**18 METRO Qualitätsspezialisten überwachen die Umsetzung der Standards und teilen ihr Expertenwissen in der „Quality Community“.**

***18 METRO quality specialists monitor the implementation of standards and share their expert knowledge via the Quality Community.***

## WILLKOMMEN BEI GLOBAL BUSINESS SERVICES

**WELCOME TO GLOBAL  
BUSINESS SERVICES**

### OPTIMIERTE PROZESSE ENTLANG DER WERT- SCHÖPFUNGSKETTE

Hinter den freundlichen Gesichtern in unseren METRO Märkten steht ein großartiges Team von Global Business Services. Wir nehmen den Kollegen in den Märkten administrative Arbeit ab, bündeln wiederkehrende Aufgaben in unseren Shared Services und vereinfachen den Blick auf Zahlen – wir kümmern uns zum Beispiel um Monitoring und Reporting. Das Ziel: Unsere Kollegen sollen ihren Kunden die maximale Aufmerksamkeit schenken können, um sie noch erfolgreicher zu machen. Wir sprechen die Sprache unserer Kunden. Wir hinterfragen täglich jeden einzelnen Prozess, um ihn noch ein bisschen besser zu machen.

### **OPTIMISED PROCESSES THROUGHOUT THE ENTIRE VALUE CHAIN**

*Behind the friendly faces you see in our METRO stores, there's a great team of colleagues from METRO Global Business Services. We take care of administrative tasks for our in-store colleagues, deliver shared services to handle routine jobs and make figures easier to understand – for instance by monitoring and reporting. Our aim is to enable our colleagues to devote as much of their attention as possible to their customers and help them become champions. We speak the same language as our clients and question every single process day in, day out, so that we can keep making improvements.*



# 14

**Mit einem Team, das 14 Sprachen spricht, unterstützt Global Business Services die Kollegen in den METRO Märkten.**

***With a team that speaks 14 languages, Global Business Services supports colleagues in METRO wholesale stores.***

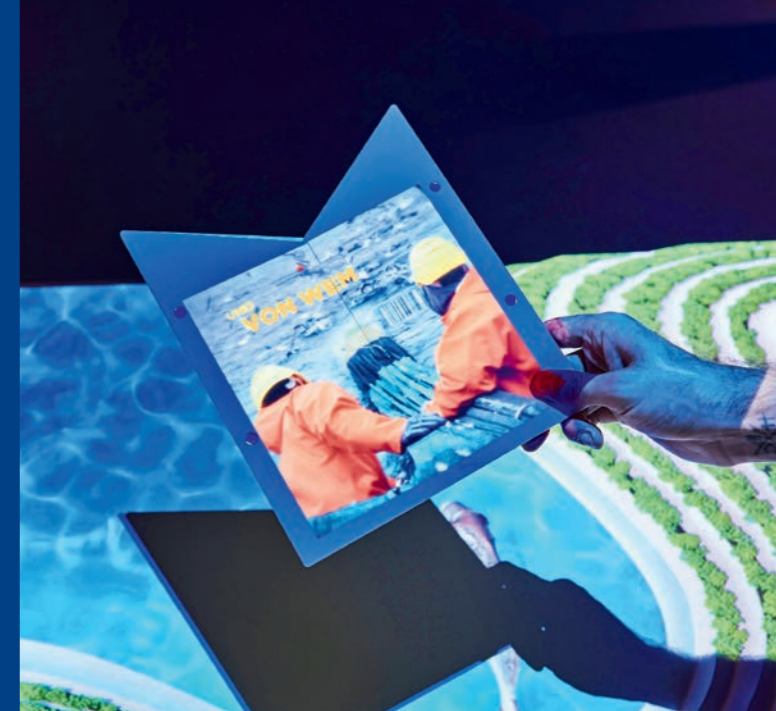


# WILLKOMMEN BEI GLOBAL FOOD SOURCING

**WELCOME TO  
GLOBAL FOOD SOURCING**

# WILLKOMMEN BEI CORPORATE RESPONSIBILITY

**WELCOME TO  
CORPORATE RESPONSIBILITY**



# 82

**METRO kauft jährlich so viele  
Flaschen Wein ein, wie Deutschland  
Einwohner hat - nämlich 82  
Millionen.**

**Every year, METRO buys as many  
bottles of wine as there are people  
living in Germany - that's 82 million.**

## **UNSERE LEIDENSCHAFT UND EXPERTISE MACHEN DEN UNTERSCHIED**

Wir wollen unseren Kunden das Beste bieten. Deshalb sind wir mit Leidenschaft dabei, wenn es um die Auswahl von Wein, Fleisch, Gemüse, Fisch und anderen Produkten für unsere Sortimente geht. Unsere Experten für Lebensmittelbeschaffung arbeiten in einem Netzwerk von Handelsbüros direkt mit Lieferanten und Produzenten zusammen, um Produkte von höchster Qualität zu bekommen, und sie entwickeln innovative Lösungen, um diese Produkte für unsere Kunden verfügbar zu machen. Die Teams entwickeln eine spezielle Lebensmittelauswahl für die METRO Eigenmarken, die den professionellen Erwartungen unserer Kunden und unseren Qualitätsanforderungen entsprechen.

### **FOOD PROCUREMENT WITH PASSION AND EXPERTISE**

*Because we want to offer our customers the very best, we are passionate about selecting the right wine, meat, vegetables, fish and other products for our ranges. Via a network of International Trading Offices, our food sourcing experts work directly with suppliers and producers to procure top-quality products and develop innovative solutions in order to make them available to our customers. The teams develop dedicated ranges of food products for our METRO own brands which meet our professional customers' expectations and our own stringent quality requirements.*

## **METRO NACHHALTIG: BESSER FÜR MENSCH UND UMWELT**

Wir sind davon überzeugt, dass unser wirtschaftlicher Erfolg mit nachhaltigem Handeln einhergeht. Gemeinsam mit unseren Mitarbeitern, Kunden und Partnern sind wir in dauerhaftem, vertrauensvollem Dialog, tragen mit gezielten Maßnahmen zur Lösung von Herausforderungen bei und nutzen Chancen für unser Geschäft. Wir engagieren uns in vielerlei Hinsicht - zum Beispiel indem wir unsere Lieferanten bei der Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards unterstützen, die Rückverfolgbarkeit unserer Waren ermöglichen, Treibhausgasemissionen reduzieren und uns auf vielfältige Art und Weise gegen Lebensmittelverschwendung einsetzen.

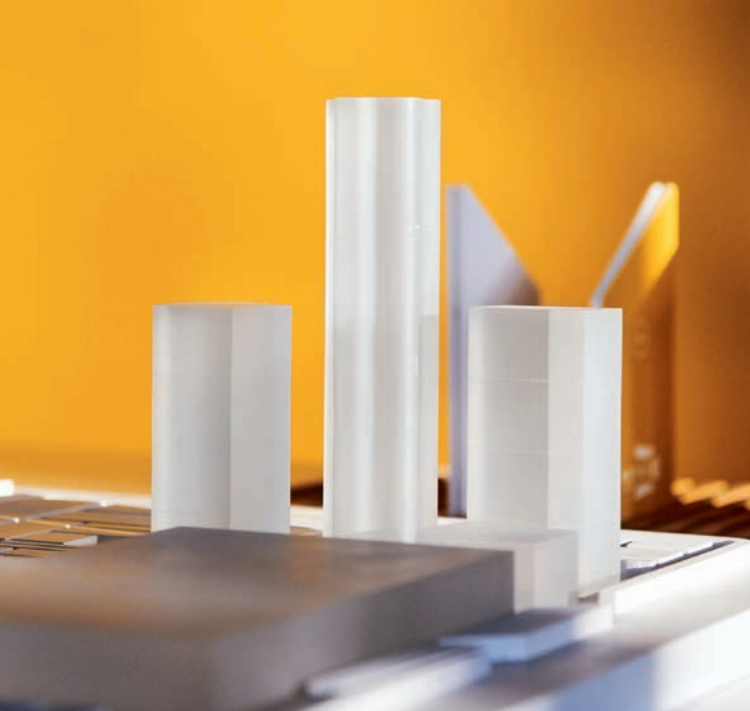
### **SUSTAINABILITY AT METRO: BETTER FOR PEOPLE AND NATURE**

*We firmly believe that our economic success goes hand in hand with sustainable action. We work together with our employees, customers and partners to maintain an ongoing dialogue founded on trust, take targeted steps to help meet challenges and capitalise on opportunities for our business. We are actively engaged in many ways - for example by helping our suppliers adhere to social and environmental standards, ensuring the traceability of our products, reducing greenhouse gas emissions and taking wide-ranging action to combat food waste.*

# 2030

**METRO hat sich zum Ziel gesetzt,  
die Treibhausgasemissionen bis  
2030 um 50 % je Quadratmeter  
Verkaufsfläche zu reduzieren.  
Ausgangsbasis hierfür sind die  
Emissionen im Jahr 2011.**

**METRO has set itself the goal of  
reducing greenhouse gas emissions  
by 50 % per square metre of selling  
space by 2030. Emissions figures  
from 2011 serve as the baseline.**



# WILLKOMMEN BEI METRO PROPERTIES

**WELCOME TO  
METRO PROPERTIES**

# WILLKOMMEN BEI METRO GLOBAL BRANDING & ACTIVATION

**WELCOME TO METRO  
GLOBAL BRANDING  
& ACTIVATION**



## IMMOBILIENWERTE SCHAFFEN

METRO PROPERTIES ist das Immobilienunternehmen der METRO. Wir vereinen umfassende Handelskompetenz mit einer ausgeprägten Immobilienexpertise und einer konsistenten Ausführung. Mit unserem Asset Management, dem Project Development Team und der Abteilung Transactions sind wir Partner für Investitionen und für die Entwicklung und Betreuung moderner Groß- und Einzelhandelsstandorte. METRO PROPERTIES hat sich dem Erfolg ihrer Kunden verschrieben und unterstützt ihre Mieter dabei, einen Mehrwert für ihre Kunden zu schaffen.

## **DRIVING REAL ESTATE VALUE**

*METRO PROPERTIES is the real estate entity of METRO. We combine comprehensive retail competence with extensive expertise in real estate and consistent execution. When it comes to investing in, developing and managing modern retail and wholesale locations, we are the partner of choice with our asset management services, project development team and transactions department. METRO PROPERTIES is committed to contributing to its clients' success and also supports its tenants to create added value for their customers.*

## „CHAMPION FOR INDEPENDENT BUSINESS“

Unser Markenzweck „Champion for Independent Business“ ist die Basis unseres Handelns. Wir entwickeln wirksame und stringente Markenelemente als Grundlage für die globale Kommunikation von Initiativen für sämtliche Märkte. Was wir tun, ist für die globale Marke in den Märkten und Ländern von großer Bedeutung. Wir unterstützen selbständige Unternehmer und arbeiten in erster Linie für ihren Erfolg.

## **‘CHAMPION FOR INDEPENDENT BUSINESS’**

*Everything we do is based on our brand purpose to be the Champion for Independent Business. We develop branding elements as our fundamentals for a powerful and consistent approach across all initiatives, communications activities and markets. We do what has significance for the global brand and majority of markets. We are dedicated to ‘everyday business people’ and primarily work for their success.*

# 1.000

**METRO PROPERTIES managt weltweit mehr als 1.000 Handelsstandorte für METRO.**

***METRO PROPERTIES manages more than 1,000 retail and wholesale locations for METRO around the world.***

# 2

**Jedes Jahr, am 2. Dienstag im Oktober, feiert METRO weltweit den Own Business Day und damit die vielen selbstständigen Unternehmer der Branche. Mehr unter: [www.own-business-day.com](http://www.own-business-day.com)**

***Every year on the second Tuesday in October, METRO celebrates and pays tribute to all business owners in the world by promoting and giving their business extra awareness. To find out more, please visit: [www.own-business-day.com](http://www.own-business-day.com)***





# WILLKOMMEN BEI METRO OWN BRANDS

**WELCOME TO  
METRO OWN BRANDS**

## **BESTE QUALITÄT FÜR UNSERE KUNDEN**

Als Lebensmittelgroßhändler vertreibt METRO nicht nur hochwertige Produkte von internationalen Markenherstellern und lokalen Erzeugern. Wir erfüllen die Bedürfnisse unserer Kunden in puncto Qualität und Vielfalt auch mit Eigenmarken. 3 neue Marken mit Produkten aus aller Welt ergänzen jetzt unser Großmarkt-Sortiment: METRO Chef bietet anspruchsvollen Gastronomen eine Vielzahl von qualitativ-hochwertigen Lebensmitteln, METRO Professional bietet unseren Kunden eine Auswahl an praktischen und zuverlässigen Arbeitsmitteln, Küchengeräten und Zubehör und METRO Premium ist unsere neue Eigenmarke für unverwechselbare und exklusive Lebensmittel mit hervorragender Qualität. Übrigens: Alle Eigenmarken sind in 25 Ländern erhältlich.

## **TOP QUALITY FOR OUR CUSTOMERS**

*As a food wholesaler, METRO does not just sell high-quality products from international brands and local producers. We also provide the quality and variety our customers need with our own brands. Now, we have added 3 new brands with products from all around the world to our wholesale range: METRO Chef offers demanding restaurateurs a quality world of food conceived to meet their needs, METRO Professional comprises a selection of practical, reliable accessories, tools and appliances; and METRO Premium is our new brand for distinctive, high-end quality food. All of our own brands are available in 25 countries.*

# 20 %

**Etwa jedes fünfte von METRO verkaufte Produkt ist ein Eigenmarken-Artikel.**

*Own-brand items make up approximately a fifth of the products sold by METRO.*



# UNSERE NEUE MARKE

## OUR NEW BRAND

### **METRO Partner**

Die Partnerschaft mit unseren Kunden, die sich leidenschaftlich für ihr Geschäft engagieren, hat für uns höchste Priorität.

We are committed to our partnership with our business passionate people.



### **METRO Smile**

Unsere positive Haltung prägt unser Denken und Handeln.

We have a positive spirit.



### **METRO Reach**

Mit unserer Lebensmittelkompetenz, unserem wertvollen Know-how und unseren digitalen Services liefern wir unseren Kunden nur das Beste.

Our food expertise, invaluable insights and digital services mean that we can deliver the very best.



### **METRO One**

Wir wollen die erste Wahl für Unternehmer werden.

Our focus is to become the number-one choice for businesses.



### **METRO Embrace**

Wir vernetzen und inspirieren durch persönliche Verbindungen, nicht durch Transaktionen.

We connect and inspire through relationships, not transactions.

### **METRO Base**

Wir unterstützen unsere Kunden dabei, wirtschaftlich erfolgreich zu sein und gelebte Netzwerke aufzubauen.

We support our business-passionate people to thrive and grow engaged communities.



## IMPRESSUM IMPRINT

Herausgeber:  
METRO AG  
Metro-Straße 1  
40235 Düsseldorf  
0211 6886-4252  
metroerleben@metro.de  
www.metroag.de  
@METRO\_News

Publisher:  
METRO AG  
Metro-Straße 1  
40235 Düsseldorf  
Germany  
+49 211 6886-4252  
metrounboxed@metro.de  
www.metroag.de  
@METRO\_News

Fotos/Photos:

Urban Zintel:  
Seite 14, 15, 16, 17, 18, 19,  
20, 21, 22, 23, 24, 25, 26,  
27, 28, 32, 33, 34, 35, 36,  
37, 40, 41, 42, 43, 44, 45,  
46, 50, 51, 52, 53, 54, 55,  
58, 59, 60, 61, 62, 63, 64

Boris Zorn:  
Seite 10, 11, 47

Sabine Grothues:  
Titel, Seite 29, 65

istockphoto:  
andresr, Seite 18  
Eva-Katalin, Seite 49  
fatihhoca, Seite 56

fotolia:  
luckybusiness, Seite 31

shutterstock:  
grafvision, Seite 13  
Pandora Studio, Seite 38



**METRO**