

Unsere Leitlinien zu Sponsoring und Spenden

Mit Sponsoring und Spenden engagiert die METRO GROUP sich für ein intaktes und attraktives gesellschaftliches Umfeld. Die Leitlinie Sponsoring & Spenden regelt, wie Sponsoring- und Spendenmaßnahmen durchgeführt werden müssen, um eine positive Außendarstellung zu ermöglichen und dem Missbrauch von Sponsoring und Spenden zu unrechtmäßigen Zwecken vorzubeugen.

1. Aufgabe und Ziele von strategischen Spenden- und Sponsoringmaßnahmen

Kernaufgabe des Corporate Sponsoring ist die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch unser Unternehmen sowie die kommunikative Unterstützung des operativen Geschäfts und der Zusammenarbeit mit den jeweiligen Standorten (Kommunen und Länder), in denen die METRO GROUP als Good Corporate Citizen präsent ist. Strategisches Sponsoring und Spenden-Aktionen haben darüber hinaus einen Bezug zur Unterstützung der Reputation des Unternehmens.

2. Operative Kriterien für die Auswahl von Aktivitäten

Effektives Corporate Sponsoring benötigt einen strategischen Rahmen mit klar definierten Auswahlkriterien. Sponsoring-Projekte der METRO GROUP sollten:

- Relevant für die Zielgruppen der METRO GROUP sein
- Relevant für mediale und öffentliche Interessengruppen sein
- Bezug zu den Standorten haben, an denen die METRO GROUP präsent ist
- Einzigartig sein und eine Differenzierung erlauben
- Aktive Mitwirkung und Mitgestaltung erlauben
- Kontinuität zeigen

3. Schwerpunkte Sponsoring

Die Sponsoring-Themen sind klar definiert und passen zu den Strategien, Inhalten und Werten des operativen Geschäfts der METRO GROUP. Folgende Schwerpunkte liegen den Sponsoring-Aktivitäten zugrunde:

- Ernährung, Gesundheit, Bewegung
- Ausbildungsprojekte, Weiterbildung, Förderung von Wissensvermittlung
- Projekte zum Verständnis der Kulturen, interkultureller Dialog und Globalisierung
- Projekte im Rahmen von Public Privat Partnerships, Standortpflege (lokal, national, international)
- Projekte zur Stärkung der strategischen Netzwerken zu Politik, Wirtschaft, Verbänden, Medien und Gesellschaft
- Projekte zur Stärkung des Wissens um Handelsbranche und Marktwirtschaft

4. Schwerpunkte Spenden

Alle im Lebensmittelhandel tätigen Vertriebslinien unterstützen die Tafelorganisationen in Deutschland sowie so genannte „food banks“ auf internationaler Ebene mit **Lebensmittelspenden**, personellen und finanziellen Ressourcen.

Die METRO GROUP leistet **Katastrophenhilfe**, wenn

- das Unternehmen in der betroffenen Region aktiv ist
- das globale Ausmaß der Katastrophe so erheblich ist, dass eine einmalige Zuwendung notwendig erscheint.

Spenden an politische Parteien werden nicht gegeben.

