

# UNSER BEITRAG ZU EINER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG



## Migros für Lebensqualität

Die Migros hat seit ihrer Gründung soziale und gesellschaftliche Anliegen als zentrale Elemente ihrer Politik betrachtet. Entsprechend will sie einen bedeutenden Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung, zur Lebensqualität leisten.

Um dem Anspruch, Pionierin zu sein, gerecht zu werden, hat die Migros ein neues Leitbild erarbeitet. Daraus abgeleitet entstand die vorliegende Umwelt- und Sozialpolitik, mit der das Leitbild konkretisiert wird. Die Leitziele geben Schwerpunkte unseres Handelns vor und helfen der Migros bei der verantwortungsvollen Mitgestaltung unserer Zukunft.

MIGROS-GENOSSENSCHAFTS-BUND  
Generaldirektion

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. Scherrer'.

Anton Scherrer  
Präsident der Generaldirektion

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. Meier'.

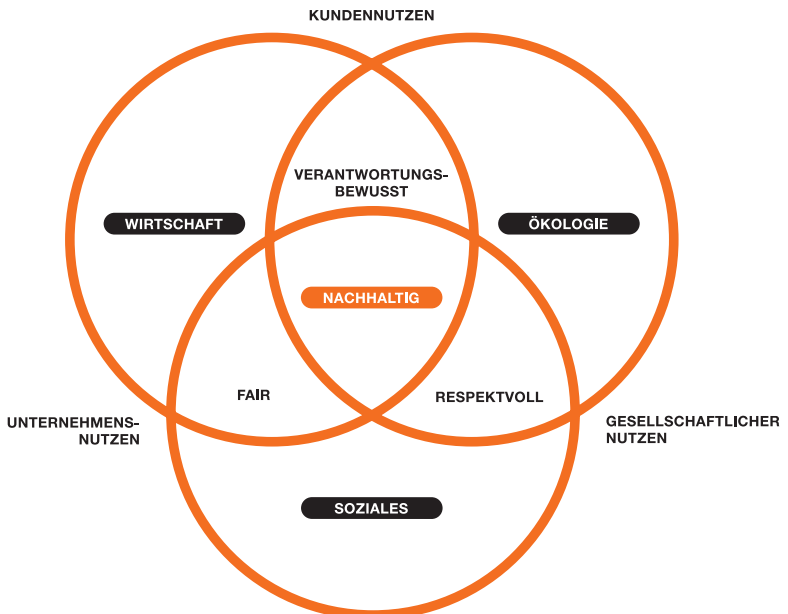
Armin Meier  
Leiter Departement Logistik und Informatik



## Leitlinien – Vision einer nachhaltigen Entwicklung

Die Migros ist das Schweizer Unternehmen, das sich mit Leidenschaft für die Lebensqualität seiner Kundinnen und Kunden einsetzt. Lebensqualität verstehen wir umfassend und langfristig. Mit dieser «Mission» aus dem Unternehmensleitbild ist die Grundlage gegeben, um uns für eine nachhaltige Entwicklung einzusetzen.

Gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden, unseren Lieferanten und den interessierten gesellschaftlichen Gruppen wollen wir die Zukunft aktiv mitgestalten. Wir engagieren uns dafür, dass zwischen den wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Ansprüchen ein Gleichgewicht gefunden wird (vgl. Grafik). Dies führt zu einer nachhaltigen Entwicklung, wie sie der Überzeugung der Migros entspricht und in den Unternehmenswerten formuliert ist.



Nachhaltig ist eine Entwicklung, «die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen». *Brundtland Report 1987*



**Das Unternehmensleitbild definiert das Verhalten der Migros in diesem Spannungsfeld und gibt folgende Leitlinien für unser Engagement vor:**

**KUNDINNEN UND KUNDEN**

**Wir bieten Qualitätsprodukte und -dienstleistungen zu günstigen Preisen an.**

**MITARBEITENDE**

**Als vorbildliche Arbeitgeberin schaffen wir Voraussetzungen für ein motivierendes und leistungsorientiertes Arbeitsklima, das die besten Kräfte anzieht.**

**LIEFERANTEN**

**Basierend auf der freien Marktwirtschaft und dem Leistungswettbewerb streben wir die direkte Zusammenarbeit mit unseren Produzenten an. Wir verbessern Produkte und Dienstleistungen laufend und setzen zudem ökologische und soziale Standards bei Arbeits- und Produktionsbedingungen.**

**GENOSSENSCHAFTERINNEN UND GENOSSENSCHAFTER**

**Gegenüber unseren Genossenschafterinnen und Genossenschaftern verpflichten wir uns Werte zu schaffen, die den langfristigen und unabhängigen Fortbestand der Migros sicherstellen.**

**GESELLSCHAFT**

**Wir fördern die freie, verantwortliche Entfaltung des Menschen. Mit dem Kulturprozent unterstützen wir einerseits das aktive künstlerische Schaffen und damit die Auseinandersetzung mit der Gesellschaft, andererseits fördern wir den breiten Zugang zu Kultur und Bildung. Wir tragen Sorge zur Umwelt und erbringen Pionierleistungen.**

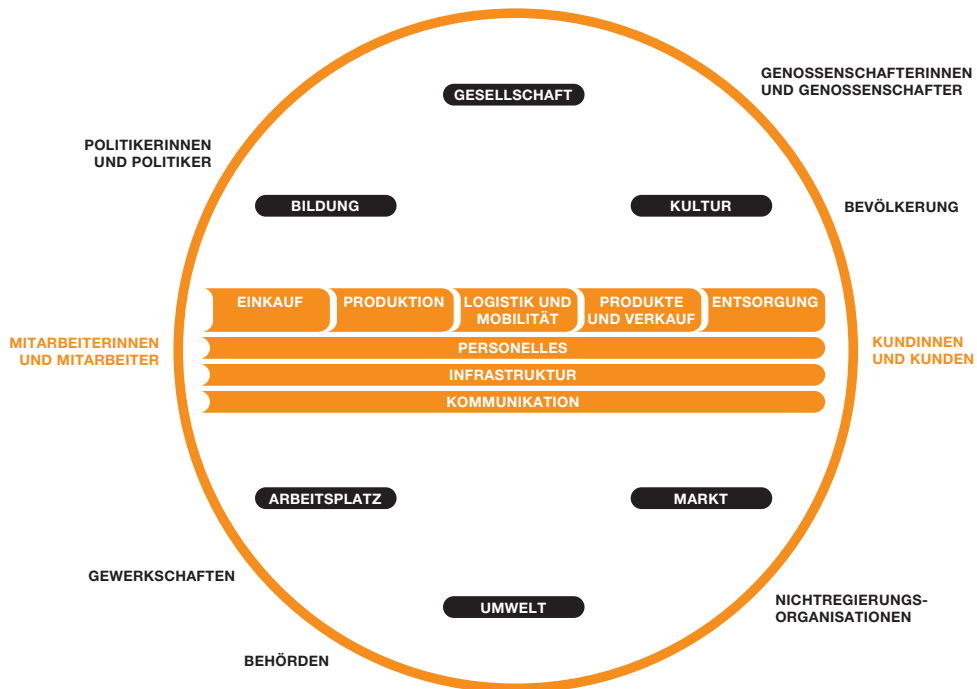


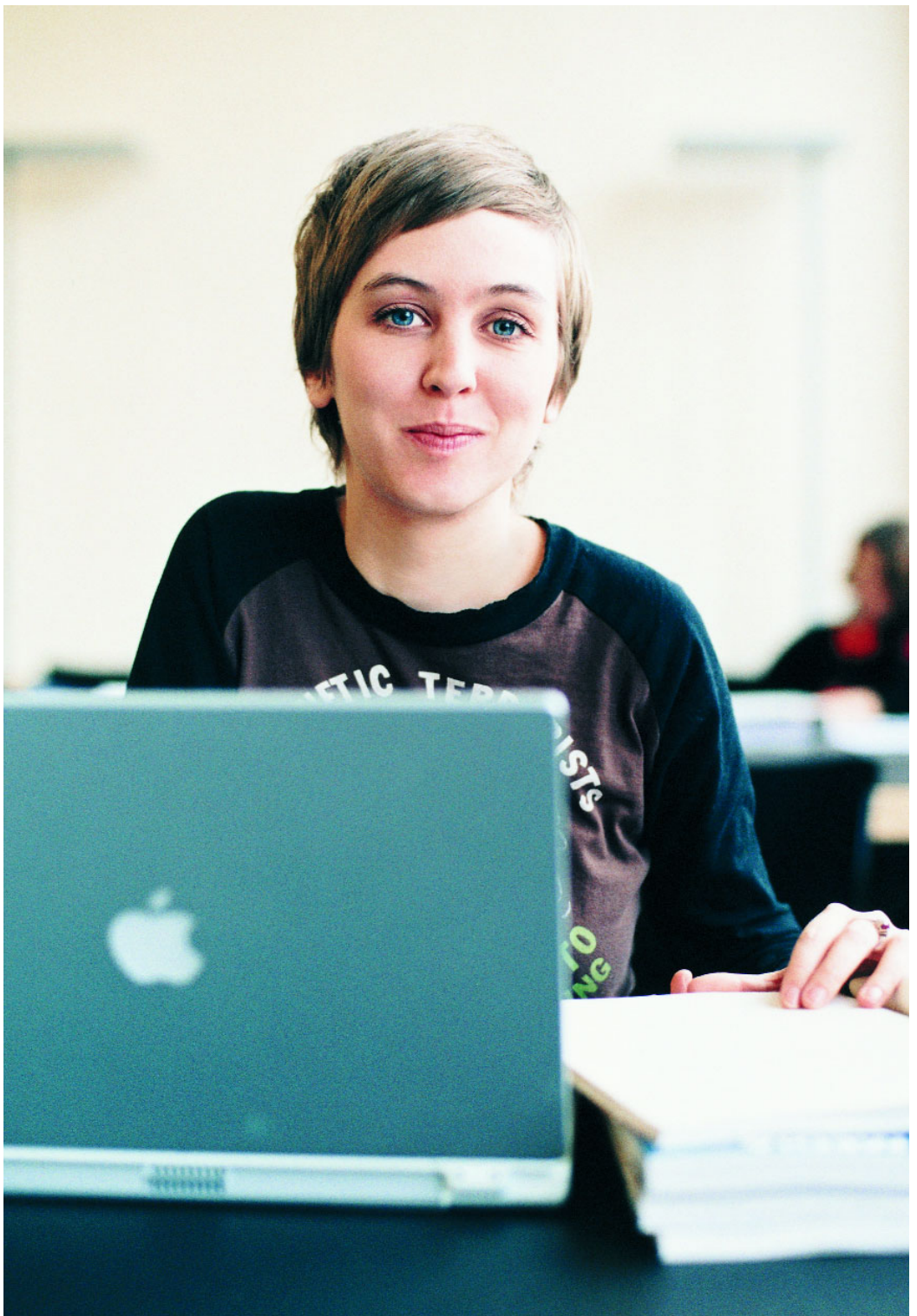




## Leitziele – ein langfristiges Programm

Die folgenden Leitziele konkretisieren unseren Anspruch an uns und an eine nachhaltige Entwicklung. Sie decken die im folgenden Schema vereinfacht dargestellten Prozesse der Migros ab.





## **Wertschöpfungskette optimiert**

### **EINKAUF**

**Sicherheit für die Kundinnen und Kunden: Definition umfassender Qualitätsstandards und konsequente Durchsetzung.**

**Ein gutes Gefühl beim Einkauf: Förderung von ökologisch und sozial optimierten Produktionsstandards bei unseren Lieferanten.**

**Sicherung von fairen Preisen für gute Leistungen und Produkte.**

### **PRODUKTION**

**Fortschrittliche Produktionsweisen zum Wohl der Beschäftigten, der lokalen Bevölkerung und zum Schutz von Lebensräumen, Boden, Wasser und Luft.**

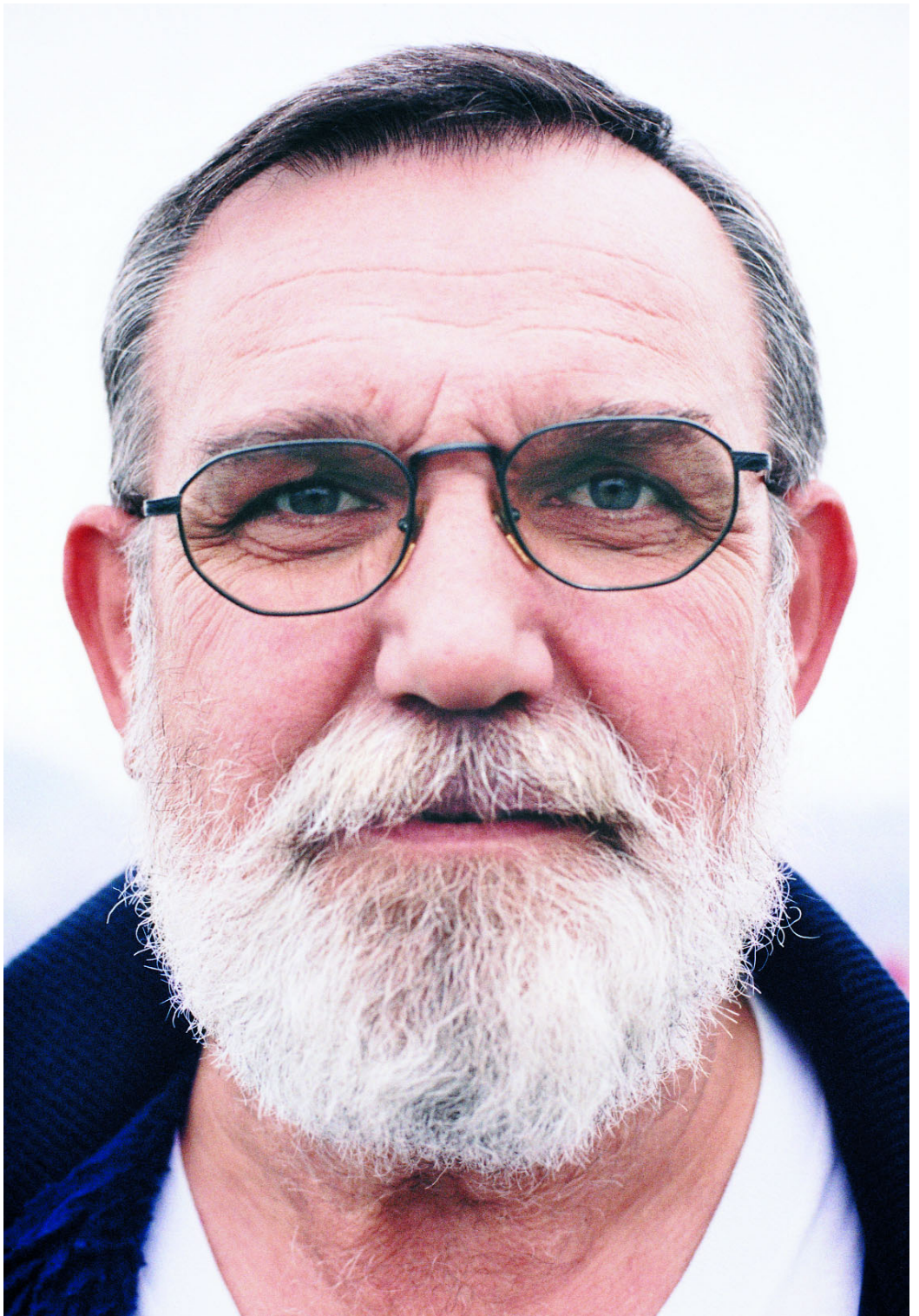
**Verringerung des spezifischen Ressourcen- und Energieverbrauches, d.h. Mehrproduktion ohne entsprechende Mehrbelastung.**

### **PRODUKTE UND VERKAUF**

**Ausbau des Sortimentes mit Produkten, die ökologischen oder gesellschaftlichen bzw. sozialen Zusatznutzen und damit auch Mehrwert für die Kundinnen und Kunden stiften.**

**Umsetzung ausgewählter pionierhafter Projekte zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung.**

**Förderung von Angeboten und Dienstleistungen, die die Lebensqualität der Kundinnen und Kunden langfristig verbessern.**





#### LOGISTIK UND MOBILITÄT

**Steigerung der Transporteffizienz, d.h. mehr Waren mit weniger Aufwand transportieren.**

**Partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Leistungspartnern und Interessengruppen.**

**Förderung innovativer und umweltschonender Logistik- und Transportsysteme.**

#### ENTSORGUNG

**Beschreiten innovativer Entsorgungs- bzw. Recyclingwege in Zusammenarbeit mit geeigneten Partnern. Wenn möglich werden Stoffkreisläufe geschlossen.**

**Produkte und Verpackungen werden so gestaltet, dass auch deren Entsorgung zu gesellschaftlich und ökologisch günstigen Lösungen führt.**





# **Zukunftsfähige Supportprozesse**

## **PERSONELLES**

**Förderung auf allen Ebenen durch gezielte Weiterbildung sowie durch unternehmerische Herausforderungen und Eigenverantwortung.**

**Gestaltung tragfähiger sozialpartnerschaftlicher Beziehungen nach innen und nach aussen.**

**Entwicklung eines zeitgemässen Gesundheitsmanagements und konsequente Förderung der Arbeitssicherheit.**

## **INFRASTRUKTUR**

**Bauwerke werden von der Planung bis zur Entsorgung nach ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Kriterien optimiert. Migros handelt dabei beispielhaft.**

**Die Wirtschaftlichkeit ist an den langfristigen Kosten zu messen. Dabei sind insbesondere auch Nutzungszeit sowie Betriebs- und Unterhaltskosten zu berücksichtigen.**

**Migros-Bauwerke werden so geplant, dass sich Menschen darin und in deren Umgebung wohl fühlen!**

## **KOMMUNIKATION**

**Rasche, offene und ehrliche Kommunikation als Grundprinzip.**

**Schaffung grösstmöglicher Transparenz: Information und Rückverfolgbarkeit für die Kundinnen und Kunden.**





## **Migros als ökologisch engagiertes Unternehmen**

### ENGAGEMENT

**Materielle Unterstützung von Projekten der Bereiche Umwelt- und Naturschutz.**

**Beitrag zur Information und zur Bewusstseinsbildung der Bevölkerung.**

### RECHT UND POLITIK

**Aktive Interessenvertretung, die den sozial-liberalen Grundwerten der Migros Rechnung trägt.**

**Mitwirkung bei der Weiterentwicklung der wirtschafts-politischen Rahmenbedingungen; dabei nehmen die ökologischen Ziele einen hohen Stellenwert ein.**

## **Migros als sozial engagiertes Unternehmen**

### KULTUR UND SOZIALES

**Förderung des aktiven künstlerischen Schaffens und damit der Auseinandersetzung mit der Gesellschaft.**

**Förderung des breiten Zugangs zur Kultur.**

**Soziales Engagement für die Allgemeinheit.**

### BILDUNG UND FREIZEIT

**Mit den Klubschulen fördert die Migros für breite Bevölkerungskreise die persönliche und berufliche Weiterbildung sowie die aktive Gestaltung der Freizeit.**

## **Migros als wirtschaftlich gesundes Unternehmen**

### WIRTSCHAFTLICHKEIT

**Im Sinne der Nachhaltigkeit müssen die Wirtschaftlichkeit der Geschäftsprozesse sowie die Wertschöpfung zur Sicherung des langfristigen Unternehmenserfolges im Gleichgewicht mit dem sozialen und ökologischen Engagement sein.**

**Auch ökologische und soziale Massnahmen sind der langfristigen Wirtschaftlichkeit verpflichtet. Im Rahmen eines Gesamtportfolios von Projekten ist es möglich, einzelne Projekte durchzuführen, die nicht die festgelegte Mindestwirtschaftlichkeit erreichen, sofern sie wesentliche andere Nutzenpotenziale erschliessen.**

### GELTUNG

**Die Umwelt- und Sozialpolitik ist für alle am Migros-Detailhandel partizipierenden eigenen Unternehmen gültig. Die anderen Konzerngesellschaften erarbeiten sich spezifisch angepasste Zielsetzungen.**



Von der Verwaltung MGB verabschiedet am 24.10.2003.

## IMPRESSUM

MIGROS-GENOSSENSCHAFTS-BUND, Infostelle Umwelt  
Postfach, 8031 Zürich, M-Infoline: 0848 84 0848,  
engagement@mgb.ch, www.migros.ch, Engagement

Art Direction und Design: Studio Achermann

Fotograf: Cat Tuong Nguyen

Druck und Produktion: Druckerei Feldegg

Produktionsberatung: Limmatdruck AG / Media Services

Das hier verwendete Papier besteht aus mindestens  
75 % deinktem Altpapier und 25 % FSC-Frischfaseranteil.  
Es wurde gänzlich ohne Chlor hergestellt.

SQS-CoC-22349

FSC Trademark © 1996 / Forest Stewardship Council A.C.





**MIGROS**