

# Fortschritte 2012 im Bereich Nachhaltigkeit

2012 hat die Migros kontinuierlich soziale und ökologische Fortschritte erzielt. Wo sie mit der Umsetzung ihrer wichtigsten Ziele steht, zeigt die folgende Übersicht.

## Soziale und ökologische Basisanforderungen in der Migros-Gruppe

Mitte 2011 hat die Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) soziale und ökologische Basisanforderungen für alle Unternehmen der Migros-Gruppe festgelegt. Diese basieren auf den bereits etablierten Vorgaben im Genossenschaftlichen Detailhandel. In einem ersten Schritt hat der MGB zusammen mit rund 18 Migros-Unternehmen aus den Geschäftsfeldern Industrie & Grosshandel sowie Handel analysiert, von welchen Themenfeldern die einzelnen Unternehmen betroffen sind. Darauf basierend startete 2012 die rollierende Umsetzung der Basisanforderungen. Der Fortschrittsbericht zeigt den Stand der Umsetzung an ausgewählten Beispielen. 2013 werden diese Arbeiten abgeschlossen und zusätzliche Migros-Unternehmen in den Umsetzungsprozess involviert.

**Tabelle Basisanforderungen (Migros-Gruppe)**

Themenfelder	Massnahmen 2012 und Ausblick
<b>Sozialverträglichkeit</b>	Verhaltenskodex Business Social Compliance Initiative (BSCI): Die Lieferanten von 18 Unternehmen wurden in die zentrale Datenbank überführt mit allen Zertifikaten und Inspektionsberichten. Bei neun dieser Unternehmen hat die Risikobeurteilung der einzelnen Lieferanten stattgefunden, als Basis für die Planung der unabhängigen Kontrollen. Bei sieben Unternehmen wird die Planung anfangs 2013 abgeschlossen sein. Zusätzlich werden weitere Unternehmen auch in den BSCI-Prozess eingebunden.
<b>Lebensmittelsicherheit / Gute Agrarpraxis</b>	13 Unternehmen sind in den Food-Safety-Prozess für verarbeitete Lebensmittel eingebunden. Bei neun dieser Unternehmen sind alle Zertifikate (GlobalGAP und GFSI) und Inspektionsberichte in der zentralen Datenbank erfasst. Bei vier Unternehmen werden die Unterlagen anfangs 2013 vorliegen. Für die Inspektionen bei Kleinlieferanten wird 2013 ein neues Konzept erarbeitet mit dem Ziel, die Kontrollen vor Ort weiter zu vereinfachen.
<b>Schutz der Meere</b>	Die Micarna baut den Anteil an Fisch aus nachhaltigen Quellen laufend aus. Bei acht Unternehmen liegt die IST-Aufnahme des Sortiments vor, um diesen Weg ab 2013 ebenfalls zu gehen. Ihre Produkte werden nun von einer unabhängigen Stelle beurteilt als Basis für die Sortimentsumstellung.
<b>Schutz der Tropenwälder</b>	Holz/Papier: 13 Unternehmen haben ihr Holz- und Papiersortiment sowie das Verpackungsmaterial 2012 erfasst. Ziel ist, dass dieser Bedarf mittelfristig 100% FSC-zertifiziert ist. Für jedes Unternehmen existiert ein Umsetzungsplan. Neun Unternehmen konnten bereits 2012 grössere Fortschritte erzielen, darunter Micarna (70% der Verpackungen), Delica und Chocolat Frey (je 60% der Verpackungen).  Palmöl: Der MGB vertritt die Interessen der Migros im Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO). Er stellt sicher, dass alle Unternehmen bis spätestens 2015 nur noch nachhaltig produziertes Palmöl einsetzen.  Soja: Der MGB präsidiert das Soja Netzwerk Schweiz. Ziel ist, dass ab 2014 mindestens 90% der Schweizer Nutztiere mit nachhaltigem und GVO-freiem Futter gefüttert werden. Davon profitieren alle Unternehmen der Migros.
<b>Tierwohl</b>	Eier: Die Eigenindustrie verwendet im Herstellungsprozess seit 2007 nur Eier aus Bodenhaltung. Die Migros hat diese Nachweispflicht der Lieferanten verschärft und auf weitere Lieferanten von Migros-Unternehmen ausgedehnt. Im Verkauf sind Eier aus Käfighaltung in der Schweiz bereits seit 1992 verboten, nicht aber in der Lebensmittelproduktion.  Kaninchen: Alle Unternehmen verkaufen nur noch Fleisch von Kaninchen, die nach dem Schweizer Tierschutzgesetz gehalten werden. Bei einem Unternehmen liegt der entsprechende Nachweis anfangs 2013 vor.
<b>Gentechnisch veränderte Organismen</b>	Die Unternehmen der Migros verkaufen keine Lebensmittel, die unter die Deklarationspflicht fallen.
<b>Nanotechnologie</b>	Die Unternehmen sind im Besitz des Code of Conduct Nanotechnologien und wenden diesen wo relevant an, zum Beispiel bei der Mibelle Group (Kosmetik). 2013 erarbeitet der Bund eine Umsetzungshilfe. Die Migros wird im Rahmen der Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG DHS) entscheiden, was dies für die Zukunft bedeutet.
<b>Compliance</b>	Die Migros hat Ende 2012 eine zentrale Compliance Funktion im MGB geschaffen. Ein neuer, moderner Verhaltenskodex sowie die Einführung eines zentralen Compliance-Systems befinden sich in Arbeit.

## Fortschritte im Kerngeschäft

2012 hat die Migros wiederum soziale und ökologische Fortschritte erzielt – mehr dazu finden Sie in den einzelnen Kapiteln. Mehrere Ziele wurden auch im Rahmen des Nachhaltigkeitsprogramms Generation M als Versprechen an die nächste Generation abgegeben. Eine vollständige Übersicht über die Zielerreichung aller 2012 lancierten Versprechen finden Sie » [hier](#).

## Fortschrittstabelle Nachhaltigkeitsmanagement

Themenfelder	Ziele & Massnahmen
<b>Stärken der Nachhaltigkeit innerhalb des Unternehmens</b>	Der Wert «Verantwortungsbewusstsein» wurde 2012 zusätzlich in die Gruppen-Strategie aufgenommen und das Nachhaltigkeitsverständnis auf die fünf Handlungsfelder Konsum, Gesundheit, Umwelt, Gesellschaft und Mitarbeitende fokussiert.
	Für alle Unternehmen der Migros-Gruppe gelten neu soziale und ökologische Basisanforderungen. Die Umsetzung erfolgt seit 2012 rollierend (siehe oben).
	Die bisherige Stabsstelle Nachhaltigkeit & Issue Management wurde zur Direktion aufgewertet. Diese Neueinstufung ist Ausdruck davon, dass die Nachhaltigkeit in der Migros strategisch geführt wird und auf die oberste Unternehmensebene gehört.
	2012 hat die Migros das Nachhaltigkeitsprogramm Generation M lanciert mit konkreten Versprechen an die nächste Generation. Die Zielerreichung der einzelnen Versprechen wird zweimal jährlich überprüft; die Resultate werden jeweils auf der Website publiziert.
	Seit 2012 gilt die Klima- und Energiestrategie 2020. Bis 2020 will die Migros die Treibhausgase um 20% und den Stromverbrauch um 10% reduzieren gegenüber 2010.

## Fortschrittstabelle Nachhaltiger Konsum

Themenfelder	Ziele & Massnahmen
<b>Ausbau von Produkten mit einem sozialen oder ökologischen Mehrwert</b>	Der Umsatz mit nachhaltigen Labels stieg gegenüber dem Vorjahr um 14% auf CHF 2.6 Mrd. Das macht total 18% des Gesamtumsatzes des Genossenschaftlichen Detailhandels aus.
	2012 kamen rund 50 neue Produkte ins Bio-Sortiment. Der Umsatz mit Bio-Produkten hat gegenüber dem Vorjahr um 9% zugenommen.
	Das Fairtrade Max-Havelaar-Sortiment wurde um 26 neue Produkte erweitert. Der Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahr um 4.4% auf CHF 84 Mio.
	Bis im Frühjahr 2013 wird das gesamte Chocolat Frey Schokoladensortiment auf Utz certified umgestellt. Ende 2012 waren es bereits 62%. Das Label gibt es neu auch für die Eigenmarke Tea Time.
	Als erste Detailhändlerin in der Schweiz führte die Migros ASC-zertifizierten Fisch ein. Der Anteil Bio-Fisch am Zuchtfisch-Sortiment betrug 10%, der Anteil MSC-Fisch am Wildfang-Sortiment 45%. Bis Ende 2020 stammen 100% des Fischsortiments aus nachhaltigen Quellen – Ende 2012 waren es bereits 93%.
	Die Migros hat ihre Richtlinien beim Fleisch verschärft. Für Rindfleisch mit dem Label Bio-Weide-Beef und Weide-Beef ist das Verfüttern von Soja als Ergänzungsfutter seit 2013 verboten. Das Gleiche gilt für Milchkühe, die für die TerraSuisse-Wiesenmilch produzieren.
	83% des Migros Kalbfleischs trägt das Label TerraSuisse. 2012 wurden die Richtlinien bezüglich des Einsatzes von gewissen Wirkstoffen verschärft. Das TerraSuisse-Label ist damit das erste Programm, das den Einsatz von Antibiotika einschränkt.
	Bereits über 35% aller Elektrogeräte entsprechen den höchsten Energieklassen. Sie tragen das Label Topten.
	Auf Migipedia.ch hat die Migros die Klimabilanz von über 850 Produkten veröffentlicht.

<b>Beschaffung von nachhaltig produzierten Rohstoffen</b>	Der Umsatz mit Biobaumwoll-Textilien stieg 2012 um über 8% auf CHF 33 Mio. Ausserdem wurden erstmals Produkte aus Better-Cotton-Baumwolle in der Migros verkauft.
	Für 2/3 der Migros-Bekleidung gilt der Eco-Standard. Dieser steht für ökologisch, sozialverträglich und rückverfolgbar produzierte Textilien. Bis Ende 2017 werden alle Textilien der Migros Eigenmarken nach den strengen Eco-Richtlinien hergestellt.
	Der Umsatz mit FSC-zertifizierten Produkten stieg um knapp 20% auf CHF 200 Mio. Bis Ende 2015 sollen 75% der Holz- und Papierprodukte aus nachhaltigen Quellen stammen.
	Bereits 30 % des Palmöls, welches in der Migros-Industrie verarbeitet wird, stammen von einer nachhaltigen Plantage in Kambodscha. Der übrige Bedarf wird noch über den Kauf von Zertifikaten abgedeckt. Bis Ende 2015 werden es 100% physisch nachhaltiges Palmöl sein.
	Als Gründungsmitglied des Soja Netzwerks Schweiz verpflichtet sich die Migros, bis Ende 2014 90% nachhaltiges und GVO-freies Soja in der Nutztierfütterung einzusetzen. 2012 betrug der Anteil über 70%.
	Alle Migros Bio-Garden-Erden enthalten keinen Torf. Ab 2013 verzichtet die Migros komplett auf den Verkauf von Torferde. Mit dem Ausstieg hat die Migros bereits 2011 begonnen.
<b>Weiterentwicklung der Herstellungsbedingungen und Befähigung von Lieferanten</b>	Alle Lieferanten der Migros müssen den BSCI-Verhaltenskodex einhalten. 2012 wurde bei 246 Lieferanten ein Audit durchgeführt.
	Die Migros hat 2012 ihr Engagement zur Befähigung ihrer Lieferanten vor Ort verstärkt. So führte die Migros Hongkong zum Beispiel 20 Schulungen durch bei Lieferanten in China und anderen Ländern im asiatischen Raum.
	Rund 98% der Früchte- und Gemüselieferanten und 96% der Blumen- und Pflanzenlieferanten sind nach GlobalGAP/SwissGAP zertifiziert.
	Über 355 Lieferanten und Kleinbauern in Italien und Spanien sind in den GRASP-Prozess eingebunden.
<b>Investitionen in die Produktsicherheit &amp; Transparenz</b>	Die Migros hat rund 20'000 Produktprüfungen vorgenommen, neun Produkte musste sie aufgrund von Mängeln zurückrufen.
	Zusammen mit der IG DHS und dem Bundesamt für Gesundheit wurden Massnahmen definiert, um Verunreinigungen von Konserven durch Lackrückstände zu vermeiden.
	Bei verschiedenen Migros-Produkten ist die Rückverfolgbarkeit bis zum Produzenten möglich – zum Beispiel bei Utz-Kaffee, Utz-Kakao sowie bei Eiern.
	2012 hat die Migros entschieden, dass sie die Herkunftsdeklaration ihrer israelischen und marokkanischen Produkte präzisiert. Die Umsetzung erfolgt 2013.
	Alle Produkte, die Nanopartikel enthalten, werden auf der Website publiziert.
	Die Umstellung auf die neuen, weltweit harmonisierten Gefahrensymbole für Chemikalien ist erfolgt, begleitet von einer Informationskampagne.
<b>Förderung einer ausgewogenen Ernährung</b>	Bis Ende 2013 wird der Zuckergehalt bei 52 Joghurts schrittweise um fünf bis zehn Prozent gesenkt. Etwa die Hälfte dieser Reduktion ist bereits realisiert.
	Bei verschiedenen Getränken sowie in den Ausschankanlagen der Migros-Restaurants hat die Migros den Zuckergehalt reduziert.
	Bei den Fertig-Produkten hat die Migros für alle Produktgruppen verbindliche Grenzwerte festgelegt und bis Ende 2012 den Salzgehalt bei 130 Produkten reduziert.
	Die Migros-Restaurants und der Take-Away-Bereich haben die Linie Délifit ausgebaut und die Gastronomie-Mitarbeitenden für das Thema gesunde Ernährung sensibilisiert.
	Bereits rund 70 Produkte aus dem Lebensmittel-, Kosmetik- und Haushaltsbereich tragen das aha! Label. Darunter finden sich auch zehn glutenfreie Produkte der Jowa.
	Die Migros hat die Kennzeichnung der vegetarischen und veganen Produkte optimiert. Ende 2012 waren 120 Produkte mit dem V-Label gekennzeichnet.
	Seit 2012 umfasst das Migros-Sortiment neu Beta-Glucan-Produkte. Beta Glucan ist ein Bestandteil von Hafer und hilft mit, den Cholesterinspiegel zu senken.
	Die Ernährungsberaterinnen der Migros beantworten spezifische Fragen in Zusammenhang mit Migros-Produkten. 2012 haben mehr als 2300 Personen diesen kostenlosen Auskunftsdienst in Anspruch genommen.

## Fortschrittstabelle Umweltschutz

Themenfelder	Ziele & Massnahmen
<b>Erhöhung der Energieeffizienz und Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen</b>	Zwischen 2000 und 2012 hat die Migros ihre CO <sub>2</sub> -Emissionen aus Brenn- und Treibstoffen um 29.5% reduziert.
	2012 hat der Gesamtenergieverbrauch der Migros um 0.6% gegenüber dem Vorjahr abgenommen. Die angestrebten Zwischenziele wurden damit erreicht.
	Die Migros ist weiterhin Schweizer Minergie-Meisterin: 32 Migros-Supermärkte und über 50 weitere Gebäude und migrolino Tankstellen-Shops tragen das Minergie-Label. Dies entspricht einer Gesamtfläche von 821'526 m <sup>2</sup> .
	Ende 2012 sind bereits 78 Filialen mit Glastüren ausgestattet. Die Migros führte 2010 als erste Detailhändlerin in der Schweiz Glastüren an Pluskühlmöbeln ein.
	Bereits 30% aller Filialen verwenden Ende 2012 das klimafreundliche CO <sub>2</sub> als Kältemittel.
	Die Migros ist eine der grössten Abnehmerinnen von erneuerbarem Strom in der Schweiz und hat 2012 87 GWh zertifizierten Ökostrom (naturemade star und basic sowie nach TÜV zertifizierten Ökostrom) bezogen.
	2012 gingen ein Windrad sowie vier neue Solaranlagen auf Migros-Dächern in Betrieb. Insgesamt sind 24 Photovoltaikanlagen auf Migros-Gebäuden installiert mit einer Gesamtleistung von jährlich rund 4'400 MWh Strom.
	Der Anteil an erneuerbaren Energien am Gesamtwärmeverbrauch beträgt insgesamt 79'200 MWh, was rund 15% entspricht.
<b>Förderung von umweltschonenden Transporten</b>	2012 legten die Güterwaggons der Migros insgesamt rund 9.9 Mio. Kilometer zurück.
	Die Migros wickelt Transporte vermehrt per kombiniertem Verkehr ab, sowohl in der Schweiz als auch im Ausland.
	In China hat die Migros Testtransporte auf der Schiene gestartet – eine Pionierleistung. Der Transport über Land ist zukünftig je nach Herkunftsort eine zeitlich interessante Alternative zum Schiffftransport.
	Die eigene Lastwagenflotte wird laufend modernisiert: 84% der gefahrenen Kilometer werden mit den emissionsarmen Lastwagen der Eurokategorien 4, 5 und 6 zurückgelegt.
	Seit Mitte 2012 arbeitet der Migros-Genossenschafts-Bund nur noch mit Transporteuren zusammen, deren Fahrzeuge mindestens die Euro-5-Norm erfüllen.
	2012 haben die CO <sub>2</sub> -Emissionen der Geschäftsflüge um 28% auf rund 2'900 Tonnen zugenommen; sie werden über die Stiftung myclimate kompensiert.
	Bereits zum achten Mal hat sich die Migros an der Aktion «Bike to work» beteiligt.
	Die Migros hat sich am Projekt «Zukunft urbane Mobilität» beteiligt, das 2012 zu Ende ging. Über 50 Organisationen haben Lösungsvorschläge für eine nachhaltige Mobilität erarbeitet.
<b>Reduktion der Betriebsabfälle und Erweiterung des Rücknahmesystems für Kundenabfälle</b>	Die Migros hat die Produktverpackungen weiter optimiert. Innerhalb von zwei Jahren konnte sie insgesamt 1'360 Tonnen Material einsparen sowie rund 1'300 Tonnen Rezyklat und 3'780 Tonnen FSC-Karton einsetzen.
	Seit Herbst 2012 werden die Plastiksäcke durch Tragtaschen aus 100% rezykliertem Plastik ersetzt.
	Als erste und einzige Detailhändlerin der Schweiz hat sich die Migros 2012 verpflichtet, alle Arten von Plastikflaschen aus dem Haushaltsbereich zurückzunehmen und zu recyceln. Das Rücknahmesystem für Kundenabfälle wird neu gestaltet und um die Sammlung von CDs und DVDs erweitert. Bis Ende 2015 will die Migros jährlich fünf Tonnen CDs und DVDs sammeln und recyceln.
	Rund 98.6% aller von der Migros angebotenen Lebensmittel werden auch als solche verwendet. Dies zeigt eine interne Analyse im Jahr 2012. Die Zusammenarbeit mit karitativen Organisationen wurde teilweise noch intensiviert.
	2012 hat die Migros wiederum mehrere private und öffentliche Initiativen gegen das Littering unterstützt.
<b>Verantwortungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen wie Wasser und Biodiversität</b>	2012 wurde ein Pilotprojekt bei 38 Erdbeerproduzenten in Südspanien durchgeführt mit dem Ziel, die Wasser- und Bodennutzung weiter zu optimieren.
	Die Migros hat indische Bauern beim Aufbau einer umweltverträglichen und weniger wasserintensiven Reisproduktion unterstützt.
	Insgesamt hat die Migros ihren Wasserbedarf seit 1990 um rund 50% reduziert, auch dank dem deutlich geringeren Wasserverbrauch in den Filialen.
	Mehr als 500 Mitarbeitende haben 2011/2012 im Engadin, Oberwallis und im Tessin an einem WWF-Natureinsatz teilgenommen.
	Bis Ende 2013 sollen die artenreichen Lebensräume auf Schweizer IP-Suisse-Betrieben um 30% zunehmen. Bis Ende 2012 ist die Fläche bereits um 44% gewachsen.

## Fortschrittstabelle Gesellschaft

Themenfelder	Ziele & Massnahmen
<b>Förderung von Kultur und Bildung</b>	Das Migros-Kulturprozent investierte 2012 rund 125 Mio. Franken in Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft.
	Der fahrende Konzertsaal Classic-Express sowie der neu lancierte Workshop «Mit den Enkeln zur Klassik» brachten zahlreichen Kindern die klassische Musik näher.
	Am Migros-Kulturprozent-Tanzfestival Steps wurden 94 Vorstellungen in 33 Städten angeboten. Der Anlass hat 32'000 Tanzbegeisterte angesprochen.
	Nach zweijähriger Umbauzeit eröffnete das Migros-Museum für Gegenwartskunst Ende Jahr die renovierten und erweiterten Räumlichkeiten in Zürich.
	In der Klubschule Migros besuchten 2012 gesamthaft 410'000 Teilnehmende insgesamt 52'000 Kurse und Lehrgänge. Dazu gehörten auch Sprachkurse als Beitrag zur Integration von Migrantinnen und Migranten.
	Das Migros-Kulturprozent lancierte 2012 in Zusammenarbeit mit Partnern ein kostenloses digitales Lehrmittel zum Thema Migration: conTAKT-spuren.ch.
<b>Ausbau soziales Engagement</b>	Mit dem neuen Förderfonds «Engagement Migros» erweiterte die Migros ihr kulturelles und soziales Engagement auf die ganze Migros-Gruppe.
	Der Migros Hilfsfonds unterstützte 2012 rund 20 Projekte im In- und Ausland.
<b>Engagement für Freizeiterlebnisse</b>	Über 226'000 Läufer nahmen an von der Migros gesponserten Laufveranstaltungen teil. Bis 2015 will die Migros weiterhin Laufveranstaltungen ermöglichen, von denen jährlich über 200'000 Sportler profitieren.
	Seit 2012 unterstützt die Migros den Schweizer Alpen-Club dabei, der Öffentlichkeit eine naturverträgliche Nutzung der Gebirgswelt näherzubringen. Ein besonderer Fokus liegt auf der Sensibilisierung von Jugendlichen.
	Die Migros konnte ihre führende Position im Schweizer Fitness- und Wellnessmarkt weiter stärken. 2012 kamen sieben Center hinzu. Ausserdem wurde in Luzern das elfte Medbase-Gesundheitszentrum eröffnet.
	Mit sechs Golfparks und zwei Golfcampus bleibt die Migros die grösste Anbieterin von öffentlichem Golf. 2012 waren 11'010 Golferinnen und Golfer im Besitz der ASG GolfCard Migros.
<b>Förderung des Stakeholderdialogs</b>	Die Migros nimmt bei Social Media eine Vorreiterrolle ein: Die Kundenplattform Migipedia zum Beispiel bietet rund 30'000 Mitgliedern die Möglichkeit, online ihre Anregungen einzubringen und Produkte mit zu entwickeln.
	50'000 Personen haben sich 2012 über die Internetplattform an der Nachhaltigkeitskampagne «Generation M» beteiligt. Viele von ihnen haben eigene Nachhaltigkeitsversprechen abgegeben.
	Die neue Internetplattform Famigros unterstützt Familien mit Tipps zum Familienalltag und zur Freizeitgestaltung.
	Das Migros-Magazin informierte wöchentlich 3'107'000 Leserinnen und Leser.