

Fachbericht Nachhaltigkeit

Migros-Genossenschafts-Bund

2013

» www.migros.ch/m13

Inhalt

Nachhaltigkeit und die Migros	3
Kennzahlen Konsum, Umwelt, Gesellschaft	4
Grundsätze der Nachhaltigkeitsberichterstattung	5
Nachhaltigkeitsmanagement	7
Fortschritte 2013	9
Die Migros im Dialog	14
Nachhaltiger Konsum	17
Nachhaltige Beschaffung	18
Herstellungsbedingungen	21
Produktverantwortung	24
Sortiment und Labels	26
Ernährung und Bewegung	29
Umwelt	31
Energie und Klima	32
Transport und Mobilität	39
Abfall und Recycling	42
Gesellschaft	46
Migros-Kulturprozent	47
Soziales Engagement	52
Freizeitanlagen	54
Migros Sponsoring	56
Mitarbeitende	57
Kennzahlen Mitarbeitende	58
Personalwesen	59
Gesundheit und Arbeitssicherheit	71
Sozialpartnerschaft und GAV	76
Berufsbildung und Personalentwicklung	79
GRI-Index	85
Wesentliche Aspekte und Berichtsgrenzen	86
Einbindung von Stakeholdern	88
GRI Index	89

Nachhaltigkeit und die Migros

Die Migros hat das Prinzip Nachhaltigkeit im Unternehmensleitbild und in ihrer Gruppenstrategie verankert. Insbesondere der Genossenschaftliche Detailhandel engagiert sich in langer Tradition für soziale, ökologische und gesellschaftliche Anliegen. 2013 hat die Migros verstärkt daran gearbeitet, die gesamte Gruppe in die Nachhaltigkeitsbestrebungen einzubeziehen.

Kennzahlen Konsum, Umwelt, Gesellschaft

Die Migros bekennt sich zur nachhaltigen Entwicklung. Mit dem Nachhaltigkeitsprogramm Generation M verpflichtet sie sich, die Umwelt zu schützen, den nachhaltigen Konsum zu fördern, gegenüber Gesellschaft und Mitarbeitenden sozial und vorbildlich zu handeln und sich für einen gesunden Lebensstil einzusetzen.

	Einheiten	2009	2010	2011	2012	2013	Veränderung zu Vorjahr in %
Nachhaltiger Konsum¹							
Umsatz nachhaltige & regionale Labels Genoss. Detailhandel ²	Mio. CHF	2'018	2'149	2'288	2'614	2'833	8.4
Anteil nachhaltige und regionale Labels am Umsatz Genoss. Detailhandel ²	%	13.3	14.2	15.6	18.0	19.3	7.2
Anteil Fisch aus nachhaltigen Quellen am Gesamtumsatz Fisch/Meeresfrüchte	%			87	93	94	1.1
Anteil nachhaltige Schokolade (Utz Certified) am Frey Schokoladensortiment	%				62.4	100.0	60.3
Anteil physisch nachhaltiges Palmöl am Gesamtverbrauch der M-Industrie im Bereich Food ³	%				30	65	116.7
Anteil Holz/Papier/Zellstoffprodukte aus nachhaltigen Quellen (Recycling/FSC) am Umsatz Holz- und Papierprodukte Super-/Verbrauchermarkt	%				84	82.5	-1.8
Anteil Topten am relevanten Elektronik-Umsatz	%				35	32	-8.6
Anteil Textilien (Migros Eigenmarken), die nach dem eco-Standard produziert werden	%					58.7	
Anzahl befähigte Mitarbeitende in Fabriken						25'392	
Umwelt⁴							
Energie und Klima							
Treibhausgasemissionen absolut ⁵	1'000 Tonnen CO ₂ eq	309.5	298.2	291.7	292.8	283.0	-3.3
Spezifische Treibhausgasemissionen der Industriebetriebe	kg CO ₂ eq pro t Produktion	95.3	95.2	93.5	92.3	91.6	-0.8
Spezifische Treibhausgasemissionen der Filialen	kg CO ₂ eq pro m ² Verkaufsfläche	105.2	94.4	89.9	88.8	80.7	-9.1
Energieverbrauch absolut (aus Strom-, Wärme- und Treibstoffverbrauch)	GWh	1'632	1'638	1'599	1'612	1'595	-1.1
Spezifischer Energieverbrauch der Industriebetriebe (aus Strom- und Wärmeverbrauch)	kWh pro t Produktion	573.5	581.6	565.4	571.5	562.4	-1.6
Spezifischer Energieverbrauch der Filialen (aus Strom- und Wärmeverbrauch)	kWh pro m ² Verkaufsfläche	477.0	466.6	439.3	429.4	415.1	-3.3
Minergie-zertifizierte Fläche (Migros-Gruppe)	1'000 m ²	293.9	404.9	789.9	821.5	872.2	6.2
Solarstromanlagen (auf Migros-Dächern installierte Leistung)	Kilowatt Peak	750	2'604	3'220	4'690	12'190	159.9
Anteil Wärme aus erneuerbarer Energie	%	12.6	14.1	13.8	15.6	15.4	-1.3
Transport							
Kilometerleistung Bahntransport (Binnenverkehr Migros-Gruppe)	Mio. km	10.3	10.6	10.1	9.9	10.7	8.0
Kilometerleistung LKW (eigene Flotte)	Mio. km	30.0	30.5	30.4	29.9	29.9	-0.1
Spezifische CO ₂ -Emissionen LKW (eigene Flotte)	g CO ₂ pro Tonnenkilometer	28.8	29.9	30.2	29.9	29.8	-0.4
Entsorgung/Recycling							
Abfälle total	1'000 t	214.5	221.2	228.3	230.5	235.6	2.2
Kundenretouren	1'000 t	12.9	13.0	13.4	13.9	14.3	2.9
Verwertungsquote Abfälle	%	70.5	71.6	72.0	72.5	74.1	2.2
Gesellschaft							
Aufwendungen Migros-Kulturprozent	Mio. CHF	114.1	114.9	117.6	125.0	120.3	-3.8
Förderfonds Engagement Migros-Gruppe ⁶	Mio. CHF				10.6	8.7	-17.9

¹ Werte stehen in der Regel erstmals für das Jahr zur Verfügung, in dem ein Ziel gemäss Nachhaltigkeitsprogramm Generation M festgelegt wurde.

² Folgende Labels: AdR, TerraSuisse, Bio, Bio Cotton, Bio Garden, Utz Certified, Max Havelaar, MSC/ASC, Topten, Climatop. Inkl. doppelt ausgezeichnete Produkte. Gemessen am Umsatz Genossenschaftlicher Detailhandel ohne tegut...

³ Der übrige Palmölverbrauch der M-Industrie im Bereich Food und Noon-Food ist über Mischprodukte (Mass Balance) oder Zertifikate (Book&Claim) abgedeckt. Bis 2011 wurde der Palmölbedarf über Zertifikate abgedeckt.

⁴ Die Umweltkennzahlen umfassen – sofern nicht anders vermerkt – die Geschäftsfelder Genossenschaftlicher Detailhandel (10 regionale Genossenschaften, nationale Logistikzentren, MGB) sowie Industrie & Grosshandel (15 Industrie- und Grosshandelsunternehmen in der Schweiz).

⁵ Treibhausgasemissionen aus Brenn- und Treibstoffverbrauch, Kältemittelverlusten und Stromverbrauch (gemäss Schweizer Verbrauchermix mit 132.9 g CO₂ eq/kWh Strom; neuer Emissionsfaktor gemäss BAFU, zur Vergleichbarkeit auch auf Vorjahre angewandt), Scope 1 und 2 gemäss Greenhouse Gas Protocol.

⁶ 2012 wurden erstmals Gelder zur Verfügung gestellt.

Grundsätze der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung ist integrierter Bestandteil des Geschäftsberichts. Die Migros legt darin ihre wesentlichen ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen gemäss dem GRI-Standard offen.

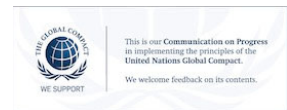
Berichterstattung nach GRI und Global Compact

Die Migros orientiert sich bei ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Dabei wird das Berichtsprofil «G4 comprehensive» angewendet (zuvor: «G3»). Für diesen Bericht wurde eine Materiality Matters Überprüfung durch die Global Reporting Initiative durchgeführt. Die Überprüfung bestätigt, dass alle kritischen Angaben im Bericht basierend auf den GRI G4 Vorgaben für Nachhaltigkeitsberichterstattung sowohl im GRI Index als auch im Bericht korrekt platziert wurden.



Global Compact Fortschrittsbericht

Der vorliegende Jahresbericht dient als Fortschrittsbericht im Sinne des UN Global Compact. Der GRI Content Index gibt Auskunft über die Erfüllung der zehn Prinzipien.



Berichtsgrenzen

Alle Angaben im Migros Geschäftsbericht 2013 beziehen sich auf die Migros-Gruppe. Eine Ausnahme bildet das Kapitel «Unsere Verantwortung»: Gewisse Kennzahlen und Aussagen in den Unterkapiteln Nachhaltiger Konsum (Seite 17) und Umwelt (Seite 31) beziehen sich vorwiegend auf die folgenden zwei Strategischen Geschäftsfelder:

- Genossenschaftlicher Detailhandel: Filialen und Betriebszentralen der 10 regionalen Migros-Genossenschaften, Migros-Genossenschafts-Bund sowie die nationalen Verteilzentralen Neuendorf und Suhr (exkl. Freizeitanlagen und tegut...)
- Industrie und Grosshandel: 15 Industrie- und Grosshandelsunternehmen in der Schweiz.



Redaktionsschluss für die Kennzahlen ist der 19. März 2014. Da einige Umweltkennzahlen zu diesem Zeitpunkt noch nicht definitiv vorliegen, kann es nach Online-Schaltung des Geschäftsberichts Aktualisierungen geben. Aktualisierte Kennzahlen werden entsprechend gekennzeichnet.

2011 hat die Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes Entscheidungen gefällt, die seit 2012 eine schrittweise Erweiterung der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf die Migros-Gruppe ermöglichen:

- Für alle Unternehmen der Strategischen Geschäftsfelder Handel und Industrie & Grosshandel wurden soziale und ökologische Basisanforderungen erlassen, die mittlerweile für 22 Unternehmen gelten. Der Fortschrittsbericht (Seite 9) zeigt den Stand der Umsetzung an ausgewählten Beispielen.
- Alle Unternehmen der Migros-Gruppe werden sukzessive in das Energie- und Umweltmanagement eingebunden. Seit 2011 werden im Kapitel Energie & Klima die relevanten Kennzahlen Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen (Seite 35–38) auch für Unternehmen der Strategischen Geschäftsfelder Handel, Finanzdienstleistungen und Reisen dargelegt.

Das Kapitel «Unsere Verantwortung» deckt folgende Themen und Geschäftsfelder ab (G4-17):

Kapitel	Strategische Geschäftsfelder				
	Genoss. Detailhandel	Handel	Industrie & Grosshandel	Finanzdienstleistungen	Reisen
Konsum		1	1	2	3
Umwelt		4		4	4
Gesellschaft		5		5	5
Mitarbeitende					
Umsatz-Anteil ⁶	59%	19%	16%	3%	3%

 vollständige Berichterstattung
 teilweise Berichterstattung

- ¹ **Soziale und ökologische Basisanforderungen** für alle Unternehmen der Migros-Gruppe
- ² Siehe [Website Migros Bank](#)
- ³ Siehe [Website Hotelplan Schweiz](#)
- ⁴ **Erweiterung Umwelt- und Energiemanagement** auf alle Unternehmen der Migros-Gruppe
- ⁵ Mit dem Förderfonds **Engagement Migros** hat die Migros 2012 ihr gesellschaftliches Engagement auf die ganze Unternehmens-Gruppe erweitert
- ⁶ Gemessen an: Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen vor Elimination gruppeninterner Nettoerlöse. Migros Bank: Ertrag aus dem Finanzdienstleistungsgeschäft

Überprüfung

Die Mitreva Interne Revision AG hat die Aussagen und Kennzahlen im Geschäftsbericht sowie die Zielerreichung des Nachhaltigkeitsprogramms Generation M geprüft. Sie erbringt als Interne Revision des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) unabhängige und objektive Prüfungs- und Beratungsdienstleistungen. Rechenschaft legt die Mitreva direkt dem Audit-Ausschuss der Verwaltung MGB ab. Ihre Prüfungen führt die Mitreva unter Einhaltung der vom internationalen Berufsverband der internen Auditoren (The Institute of Internal Auditors – IIA) als Best Practice definierten Berufsstandards aus (International Professional Practices Framework – IPPF).

Die Umweltkennzahlen CO₂-Fracht und Energieeffizienz werden jährlich von der unabhängigen Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) auditiert. Zusätzlich führen das Bundesamt für Energie (BfE) und das Bundesamt für Umwelt (BAFU) bei ausgewählten Betrieben Umsetzungsaudits durch.

Ermittlung der wesentlichen Aspekte und Grenzen

Für die Auswahl der relevanten Themen wurde im Herbst 2013 ein Workshop mit externen Stakeholdern durchgeführt. Im Anschluss wurden die aus interner Sicht relevanten Themen priorisiert. Die Einbindung von externen und internen Stakeholdern in den Prozess der Berichterstattung legt die Themenauswahl transparent dar, trägt zur Vollständigkeit des Berichts bei und erhöht dadurch die Glaubwürdigkeit. Gleichzeitig sollen dadurch die Interessen der Zielgruppe der Migros-Nachhaltigkeitsberichterstattung stärker berücksichtigt werden.

Bei der Auswahl der relevanten Themen diente der GRI Leitfaden G4 als Vorlage, weitere Informationen zu Auswahl und Priorisierung der relevanten Themen finden sich im Fachbericht Nachhaltigkeit unter G4-17 bis G4-21.

Nachhaltigkeitsmanagement

Die Migros nimmt ihre Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette wahr und sucht bei all ihren Tätigkeiten ökonomisch, sozial und ökologisch ausgewogene Lösungen. 2013 hat die Migros Industrie eine Nachhaltigkeitsstrategie verabschiedet.

«Verantwortungsvolles Handeln gehört zum Erbgut der Migros, dafür hat bereits der visionäre Gründer Gottlieb Duttweiler gesorgt.»

Prof. Dr. Thomas Beschorner
Direktor des Instituts für Wirtschaftsethik
der Universität St. Gallen

Verantwortungsvolles Handeln ist seit jeher Bestandteil der Migros-Kultur: Der Gründer Gottlieb Duttweiler wandelte die Migros 1941 in eine Genossenschaft um und verschenkte sie an die Schweizer Bevölkerung. Als Genossenschaft ist die Migros nicht den Interessen von Investoren verpflichtet, sondern hat sich einem gesellschaftlich verträglichen Wachstum zum Wohle aller verpflichtet. 2013 feierte die Migros 125 Jahre Gottlieb Duttweiler.

Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist Teil der Kultur der Migros und im Unternehmensleitbild wie auch in der Gruppenstrategie explizit verankert. Darin fokussiert die Migros ihr Nachhaltigkeitsverständnis auf fünf Handlungsfelder. Zudem verpflichtet sie sich als Mitglied des Global Compact bereits seit 2006, die internationalen Grundwerte in Bezug auf die Menschenrechte, das Arbeitsrecht und den Umweltschutz sowie gegen Korruption innerhalb ihres Einflussbereichs zu unterstützen.

Gelebte Nachhaltigkeit

Die oberste Verantwortung für das nachhaltige Wirtschaften trägt die Verwaltung des Migros-Genossenschafts-Bundes. Fachstellen sowie Linienverantwortliche in sämtlichen Unternehmen der Gruppe sind für die Umsetzung sozialer und ökologischer Anliegen zuständig. Die Direktion Nachhaltigkeit & Issue Management ist für das Nachhaltigkeitsmanagement der ganzen Migros-Gruppe zuständig und direkt dem Präsidenten der Generaldirektion MGB unterstellt. Um ihre Nachhaltigkeitsleistungen zu steuern und zu überwachen, betreibt die Migros ein Monitoring. Anhand strategischer Kennzahlen (KPI, Key Performance Indicators) lassen sich nicht nur wirtschaftliche, sondern auch soziale und umweltbezogene Unternehmensleistungen wie etwa der Erfüllungsgrad des BSCI-Verhaltenskodex und der CO₂-Ausstoss steuern.

Mit ihrem Nachhaltigkeitsprogramm Generation M verfolgt die Migros seit 2012 konkrete Nachhaltigkeitsziele in den fünf Handlungsfeldern Konsum, Umwelt, Mitarbeitende, Gesellschaft und Gesundheit. Ob sie diese Vorgaben erreicht, überprüft die Migros zweimal jährlich und kommuniziert die Resultate auf der Website. Der aktuelle Fortschrittsbericht findet sich hier (PDF). 2013 haben zahlreiche Migros-Unternehmen in die Sensibilisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investiert. Dazu gehören zum Beispiel Stromspartage in Filialen, Betriebs- und Verteilzentralen und die nachhaltigen Fischtage in mehreren Personalrestaurants. Am World Retail Congress wurde Generation M als weltweit beste Nachhaltigkeitsinitiative des Jahres ausgezeichnet. Die Migros erhält nach 2009 zum zweiten Mal diese Auszeichnung.

Nachhaltigkeit in der Migros-Gruppe

Für alle Unternehmen der Migros-Gruppe gelten seit 2011 eine Reihe von sozialen und ökologischen Basisanforderungen. Neben den zehn regionalen Genossenschaften und dem MGB, die für das Kerngeschäft verantwortlich sind, werden in allen Handels- und Industrie-Unternehmen die gleichen Richtlinien schrittweise umgesetzt. Der Fortschrittsbericht (Seite 9) zeigt den Stand der Umsetzung an ausgewählten Beispielen auf. Die Richtlinien beinhalten zum Beispiel den Verhaltenskodex BSCI, Aspekte zur Lebensmittelsicherheit und zum Tierwohl sowie den Schutz der weltweiten Fischbestände und der Tropenwälder. Alle Unternehmen der Gruppe werden zudem sukzessive in das Umwelt- und Energiemanagement eingebunden. 2013 haben die Unternehmen der M-Industrie eine Nachhaltigkeitsstrategie verabschiedet. Diese leistet einen wichtigen Beitrag an die nachhaltige Wertschöpfungskette der Migros, stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der M-Industrie und stellt ihre Attraktivität als Arbeitgeberin sicher.

Verantwortungsvoller Konsum

Die Migros nimmt ihre Verantwortung an der Schnittstelle zwischen Angebot und Nachfrage ernst und bietet eine breite Palette an umwelt- und sozialverträglichen Produkten sowie Dienstleistungen an. Mit ihren hohen Standards setzt sich die Migros dafür ein, dass alle von ihr angebotenen Waren respektvoll gegenüber Mensch, Tier und Umwelt entstehen. Zudem fördert sie den gesunden Lebensstil, etwa mit ihren Bewegungs- und Sportangeboten sowie mit Produkten und Kursen in den Migros Klubschulen.

Vorbildlicher betrieblicher Umweltschutz

Die Migros betreibt ein umfassendes betriebliches Umwelt- und Energiemanagement. Darin integriert sind neben sämtlichen Filialen, Logistikzentren und Migros-Industriebetrieben auch die Handelsunternehmen Globus, Interio, Denner und Migrol sowie die Migros Bank und Hotelplan mit den wichtigsten Kennzahlen. Im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsstrategie streben alle Unternehmen der M-Industrie ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 an. Die Genossenschaften Migros Luzern und Migros Wallis sowie die Industriebetriebe Chocolat Frey AG, Aproz SA und die Scana AG sind bereits nach ISO 14001 zertifiziert.

Seit 2012 gilt für den Genossenschaftlichen Detailhandel die Klima- und Energiestrategie 2020. Die Ziele lauten: Bis 2020 will die Migros die Treibhausgase um 20% und den Stromverbrauch um 10% reduzieren (gegenüber 2010). 2013 haben die 18 Industrieunternehmen der Migros sowie die Handelsunternehmen Globus, Interio und Denner ihre Klima- und Energiestrategie definiert und individuelle Ziele festgelegt.

Gesellschaft

Mit ihren vielfältigen Institutionen und Projekten will die Migros der Gesellschaft «etwas zurückgeben». Zum Beispiel durch die jährlich rund CHF 120 Mio. zugunsten des Migros-Kulturprozent, mit der Unterstützung entwicklungspolitischer Projekte durch den Hilfsfonds oder durch breit gefasste Sponsoring-Aktivitäten. Damit leistet die Migros einen bedeutenden gesellschaftlichen Beitrag und wird bis 2020 insgesamt CHF 1 Mrd. in Kultur, Bildung, Freizeit und soziale Projekte investieren. Mit Engagement Migros, einem Förderfonds der Migros-Gruppe, wurde die gesellschaftliche Verantwortung auf die ganze Migros-Gruppe ausgeweitet. 2013 unterstützte der Förderfonds in seinem ersten regulären Betriebsjahr Projekte in den Bereichen Kultur und Nachhaltigkeit und hat insgesamt CHF 8.7 Mio. zur Verfügung gestellt (ausgegeben CHF 4.8 Mio.).

Darüber hinaus unterstützt die Migros weitere Organisationen. Eine Liste von unterstützten Organisationen finden Sie [hier \(PDF\)](#).

Mitarbeitende

Die Migros ist die grösste Arbeitgeberin der Schweiz. Sie übernimmt dabei eine Vorbildfunktion und setzt sich für ein motivierendes und leistungsorientiertes Arbeitsklima ein. Sie beschäftigt über 94'276 Mitarbeitende aus 152 Ländern.

Innerhalb des Nachhaltigkeitsprogramms Generation M setzt sich die Migros für die Schaffung von nachhaltigen Arbeitsbedingungen ein. So werden bis 2015 alle regionalen Genossenschaften mit dem Gütesiegel «Friendly Work Space» ausgezeichnet. Zwischen 2012 und 2014 bietet die Migros 3'300 Jugendlichen eine Lehrstelle an und bis 2015 bietet sie über 2'200 Lehrabsolventen eine Stelle mit guten Perspektiven an.

Im Berichtsjahr wurde fokussiert an der Erreichung der anspruchsvollen Ziele gearbeitet: Ende 2013 verfügten bereits sechs Genossenschaften über das Label «Friendly Work Space» und 1'384 Stellen in der Migros-Gruppe waren mit neuen Lernenden besetzt. 64% der Lehrabsolventen konnten weiterbeschäftigt werden.

Fortschritte 2013

2013 hat die Migros kontinuierlich soziale und ökologische Fortschritte erzielt.

Wo sie mit der Umsetzung ihrer wichtigsten Ziele Ende 2013 steht, zeigt die folgende Übersicht.

Soziale und ökologische Basisanforderungen in der Migros-Gruppe

2011 wurden für alle Unternehmen der Migros-Gruppe soziale und ökologische Basisanforderungen festgelegt. In einer ersten Phase wurde untersucht, welche Unternehmen von welchen Themenfeldern betroffen sind. In einer zweiten Phase folgte die Umsetzung der Basisanforderungen. Ende 2013 ging die Projektphase für die Umsetzung nun zu Ende. Die Mehrheit der Anforderungen befinden sich mittlerweile im Regelbetrieb¹, die weiteren folgen im Verlauf von 2014. Ende 2013 waren 22 Unternehmen von den Basisanforderungen betroffen; Unternehmen, welche nach Projektstart neu zur Migros-Gruppe gestossen sind, werden laufend in den Prozess eingebunden.

Tabelle Basisanforderungen (Migros-Gruppe)

Themenfelder	Massnahmen 2013 und Ausblick
Erfassen und verwalten der Lieferantendaten	Jeder Lieferant wird in einer zentralen Datenbank einmalig erfasst. Über eine Risikoeinschätzung werden für jeden Lieferanten Anforderungen und Prozesse definiert. Der Status der relevanten Themenfelder wird laufend nachgeführt. Per Ende 2013 waren über 9000 Lieferanten von 22 Unternehmen erfasst (mit Vorstufen: über 11'000). 2014 werden Lieferanten weiterer Unternehmen aufgenommen (Schild, tegut..., Bergsenn).
Sozialverträglichkeit	Verhaltenskodex Business Social Compliance Initiative (BSCI): Von den 22 Unternehmen sind zehn im Regelbetrieb und setzen den BSCI bei ihren Lieferanten und Vorstufen um. Zwölf Unternehmen haben die Anforderungen teilweise erfüllt und werden 2014 ebenfalls in den Regelbetrieb übergehen.
Lebensmittelsicherheit	21 Unternehmen sind in den Food-Safety-Prozess für verarbeitete Lebensmittel eingebunden. Acht Unternehmen befinden sich im Regelbetrieb, elf haben die Anforderungen teilweise erfüllt, zwei gehen Ende 2014 in den Regelbetrieb. Für Inspektionen bei Kleinlieferanten wurde 2013 ein neues Konzept erarbeitet. Alle Unternehmen verwenden einheitliche Checklisten und Bewertungsraster für Audits.
Gute Agrarpraxis	Die relevanten Produzenten, Händler und Importeure von Früchten und Gemüse sind Mitglied bei GlobalGAP/SwissGAP. Die systematische Erfassung der Lieferanten pro Unternehmen und das Controlling erfolgen 2014.
Schutz der Meere	Seit 2013 ist Micarna Vollmitglied der WWF Seafood Group. Ein Gruppenvertrag zwischen dem WWF und fünf weiteren Unternehmen der Migros-Gruppe besteht seit Dezember 2013. Die Fischprodukte dieser Unternehmen werden periodisch vom WWF beurteilt. Drei weitere Unternehmen beschaffen ausschliesslich über diese Unternehmen, ein weiteres Unternehmen wird 2014 die Anforderungen umsetzen. Damit sind neun von zehn Unternehmen im Regelbetrieb. MSC/ASC: Der Anteil MSC-/ASC-zertifizierter Produkte wird laufend ausgebaut.
Schutz der Tropenwälder	Holz/Papier: 16 Unternehmen setzen in den Bereichen Holz- und Papiersortiment sowie Verpackungsmaterial Massnahmen um. Ziel ist, dass dieser Bedarf mittelfristig 100% FSC-zertifiziert ist oder aus Recyclingmaterial stammt. Für jedes Unternehmen existiert ein Umsetzungsplan. Alle 16 Unternehmen haben grössere Fortschritte erzielt, u.a. Frey/Delica (100% der Verpackungen) und Jowa (85% der Verpackungen). Palmöl: Der MGB vertritt die Interessen der Migros-Gruppe im Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) sowie bei der RSPO Gruppe Europäischer Detailhändler. Der MGB stellt sicher, dass alle Unternehmen bis spätestens 2015 im Lebensmittelbereich nur noch nachhaltig produziertes Palmöl einsetzen. Soja: Der MGB präsidiert das Soja Netzwerk Schweiz. Ziel ist, dass ab Ende 2014 mindestens 90% der Schweizer Nutztiere mit nachhaltigem und GVO-freier Soja gefüttert werden. Davon profitieren alle Unternehmen der Migros.
Tierwohl	Eier: Alle betroffenen Unternehmen stellen sicher, dass auch in der Lebensmittelverarbeitung nur Eier aus Boden- bzw. Freilandhaltung verwendet werden. Entsprechende Nachweise werden stichprobenweise bei den Lieferanten eingefordert. Kaninchen: Sechs Unternehmen verkaufen nur noch Fleisch von Kaninchen, die nach dem Schweizer Tierschutzgesetz gehalten werden. Bei einem Unternehmen liegen noch nicht alle Nachweise vor.

¹ Ein Unternehmen ist im Regelbetrieb, wenn dem Unternehmen die Vorgaben bekannt sind, die Lieferanten und deren Status in der SIM Datenbank erfasst, sowie die Ist-Situation aufgearbeitet und die Umsetzungspläne mit Endtermin definiert.

Gentechnisch veränderte Organismen	Die Unternehmen der Migros verkaufen keine Lebensmittel, die unter die Deklarationspflicht fallen.
Nanotechnologie	Die Unternehmen sind im Besitz des Code of Conduct Nanotechnologien und wenden diesen wo relevant an, zum Beispiel bei der Mibelle Group (Kosmetik). Die 2013 vom Bund erarbeitete Umsetzungshilfe steht den Unternehmen zur Verfügung. Die Migros engagiert sich im Rahmen der Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG DHS) in der Arbeitsgruppe Nanotechnologie.
Compliance	Ein neuer, moderner Verhaltenskodex für die Migros-Gruppe wurde verabschiedet. Die Umsetzung in den Migros-Unternehmen erfolgt ab 2014. Die Umsetzungsmassnahmen umfassen u.a. die Abgabe des Verhaltenskodexes an die Mitarbeitenden sowie weitere Sensibilisierungsmassnahmen. Das Compliance-System wird weiter ausgebaut.

Fortschritte im Kerngeschäft

2013 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 Versprechen finden Sie [auf der Website](#).

Fortschrittstabelle Nachhaltigkeitsmanagement

Themenfelder	Ziele & Massnahmen
Stärken der Nachhaltigkeit innerhalb des Unternehmens	Das Nachhaltigkeitsprogramm Generation M wird am World Retail Congress als weltweit beste Nachhaltigkeitsinitiative des Jahres ausgezeichnet.
	2013 wurden elf neue Versprechen an die Generation M lanciert; neun Ziele wurden erreicht, 31 sind auf guten Wegen, vier Ziele sind nicht auf Kurs und ein Ziel wurde knapp verfehlt. Seit der Lancierung von Generation M wurden insgesamt über 50 Versprechen abgegeben.
	Die Unternehmen der M-Industrie verabschieden eine Nachhaltigkeitsstrategie. Alle 17 Unternehmen streben in den nächsten Jahren ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 an.
	Der MGB verabschiedet Grundsätze für eine verantwortungsvolle Marketingkommunikation.
Förderung des Stakeholderdialogs	Auf der Internetplattform Migipedia haben Benutzerinnen und Benutzer sieben Produkte mitentwickelt.
	Mit den IP-Suisse-Produzenten wurden verbindliche Verträge für die nächsten fünf Jahre vereinbart.
	Für ihren Ideenwettbewerb «Idées Vertes» gewinnen Migros und WWF den Humagora-Award in der Kategorie «Grosses Unternehmen».

Fortschrittstabelle Nachhaltiger Konsum

Themenfelder	Ziele & Massnahmen
Beschaffung von nachhaltig produzierten Rohstoffen	Die Migros verspricht, bis 2020 das ganze Sortiment an tierischen Produkten aus dem Ausland auf Schweizer Tierschutzstandards umzustellen.
	Die Migros Gastronomie verpflichtet sich, spätestens ab 2015 ausschliesslich Schweizer Rind-, Kalb-, Schweine- und Pouletfleisch anzubieten.
	94% des gesamten Fisch- und Meeresfrüchtesortiments stammen aus nachhaltigen Quellen, bei Frischfisch sind es bereits 100%. Der Anteil Bio-Fisch am Zuchtfisch-Sortiment beträgt 12%, der Anteil MSC-Fisch am Wildfang-Sortiment 46%.
	Alle Schokoladen von Chocolat Frey sowie verschiedene Teesorten sind auf UTZ zertifiziert umgestellt.
	65% der gesamten in der M-Industrie für die Lebensmittelproduktion verarbeiteten Menge Palmöl ist physisch rückverfolgbar und nachhaltig. Der übrige Bedarf wird über Mischprodukte oder Zertifikate abgedeckt.
	Beschaffungsgrundsätze zur Förderung von Holz, Papier und Zellstoff aus nachhaltigen Quellen wurden erlassen. 83% aller Holz- und Papierprodukte stammen bereits aus nachhaltigen Quellen.
	2014 werden alle Migros Werbemittel aus Papier und Karton in umweltschonender Recycling- oder FSC-Qualität hergestellt.
	Seit Mitte 2013 verzichtet die Migros komplett auf den Verkauf von Torferde: Alle Gartenerden wurden umgestellt.

Weiterentwicklung der Herstellungsbedingungen und Befähigung von Lieferanten	Bei 206 Lieferanten wird ein BSCI-Audit durchgeführt. 58% erfüllen die Anforderungen ganz oder teilweise.
	Die Migros will bis 2015 die Arbeitsbedingungen von 75'000 Mitarbeitenden bei Lieferanten verbessern – 2013 hat sie in 51 Fabriken über Schulungen, Ausbildungen und Programme 25'392 Personen erreicht.
	Über 1000 Lieferanten und Kleinbauern in Italien und Spanien sind in den GRASP-Prozess eingebunden.
	In Zusammenarbeit mit WWF Spanien führt die Migros bei 44 Erdbeerproduzenten Audits zum Thema Wasser durch.
Investitionen in die Produktsicherheit & Transparenz	Die Migros nimmt rund 20'000 Produktprüfungen vor, 14 Produkte ruft sie aufgrund von Mängeln zurück.
	Bis Ende 2017 werden alle Textilien der Migros Eigenmarken nach dem eco-Standard hergestellt, Ende 2013 waren es bei Bekleidung bereits 72%.
	Die Migros nimmt Chemikalien und Pflanzenschutzmittel aus dem Verkauf, welche für Bienen potenziell gefährdende Wirkstoffe enthalten. Ab 2014 wird das Sortiment kontinuierlich überprüft.
	Bis 2018 sind acht von zehn Wasch- und Reinigungsmitteln der Eigenmarken besonders gut biologisch abbaubar.
	Kassenzettel werden auf Bisphenol-freies Papier umgestellt.
Ausbau von Produkten mit einem sozialen oder ökologischen Mehrwert	Der Umsatz mit nachhaltigen und regionalen Labels steigt gegenüber Vorjahr um 8% auf CHF 2.8 Mrd. Das entspricht 19% des Gesamtumsatzes des Genossenschaftlichen Detailhandels.
	Bio für alle: Die Migros senkt Preise bei rund 100 Bio-Artikeln. Der Umsatz mit Bio-Produkten wächst um 9% auf CHF 517 Mio.
	Die Migros finanziert ein Projekt zum biologischen Anbau von Rapsöl sowie die Entwicklung von natürlichen Heilmitteln für die biologische Aquakultur von Lachsen.
	Im Raum Zürich eröffnet die Migros drei Alnatura-Märkte und führt in einzelnen Migros-Supermärkten Alnatura-Produkte ein.
	Die Migros verschärft die Richtlinien beim Fleisch: Für TerraSuisse-Kälber gelten mehr Auslauf und eingeschränkter Antibiotika-Einsatz; Soja als Ergänzungsfutter ist bei Weide-Beef, Bio-Weide-Beef und TerraSuisse-Wiesenmilch nicht mehr zugelassen.
	Der Umsatz mit Fairtrade-Produkten steigt um 17% auf CHF 99 Mio.
	Der Umsatz mit FSC-zertifizierten Produkten beträgt CHF 196 Mio. Über 80% der Holz- und Papierprodukte stammen aus nachhaltigen Quellen.
	32% aller Elektrogeräte entsprechen den höchsten Energieklassen. Sie tragen das Label Topten.
	Gegenüber 2012 ist der Umsatz an Bekleidung aus Biobaumwolle um 33% auf CHF 44 Mio. gewachsen.
	Förderung einer ausgewogenen Ernährung
Die Migros-Restaurants und der Take-Away-Bereich bauen die Linie Délifit aus: der Umsatz ist seit 2011 um 2% gewachsen.	
Rund 80 Produkte aus dem Lebensmittel-, Kosmetik- und Haushaltsbereich tragen das aha!-Label. Die Jowa wird für ihr glutenfreies Zentrum mit dem aha!-Preis ausgezeichnet.	
Rund 2100 Personen profitieren von der kostenlosen Ernährungsberatung der Migros.	

Fortschrittstabelle Umwelt

Themenfelder	Ziele & Massnahmen
Erhöhung der Energieeffizienz und Reduktion der CO₂-Emissionen	Der Genossenschaftliche Detailhandel reduziert den Stromverbrauch um 1.7% und seine Treibhausgasemissionen um 8.0% gegenüber 2010.
	In 18 Unternehmen der Migros-Gruppe finden Stromspartage statt.
	Ende 2013 sind bereits 112 Filialen mit Glastüren ausgestattet. Die Migros führte 2010 als erste Detailhändlerin in der Schweiz Glastüren an Pluskühlmöbeln ein.
	Der Anteil an erneuerbaren Energien am Gesamtwärmeverbrauch beträgt 15.4%.
	Die Migros ist eine der grössten Abnehmerinnen von erneuerbarem Strom in der Schweiz und bezieht 2013 84 GWh zertifizierten Ökostrom.
	2013 gehen vier neue Solaranlagen auf Migros-Dächern in Betrieb, darunter die grösste Fotovoltaikanlage in der Schweiz. Insgesamt sind 30 Photovoltaikanlagen auf Migros-Gebäuden installiert mit einer Leistung von 12'190 Kilowatt-Peak Strom.
	Die Migros ist weiterhin Schweizer Minergie-Meisterin: 41 Migros-Supermärkte und über 50 weitere Gebäude und migrolino Tankstellen-Shops tragen das Minergie-Label. Dies entspricht einer Gesamtfläche von 872'185 m ² .
	Die Migros beschliesst, ab 2014 alle Neu- und Umbauten von Migros-Filialen nach dem Standard «Nachhaltiges Bauen Migros» zu erstellen.
Förderung von umweltschonenden Transporten	Die eigene Lastwagenflotte wird laufend modernisiert: 73% der gefahrenen Kilometer werden mit den emissionsarmen Lastwagen der Eurokategorien 5 und 6 zurückgelegt.
	Die Migros ist die grösste Kundin von SBB Cargo. 2013 legten die Güterwaggons der Migros insgesamt rund 10.7 Mio. Kilometer zurück, über 8% mehr als im Vorjahr.
	Transporte zwischen dem Migros-Verteilzentrum Suhr und der Betriebszentrale der Migros Waadt in Ecublens werden auf die Bahn verlagert.
	Seit 2013 werden die Textiltransporte aus Südindien über italienische Häfen eingeführt – das spart auf dieser Strecke 30% Energie und 16% CO ₂ ein.
Reduktion der Betriebsabfälle und Erweiterung des Rücknahmesystems für Kundenabfälle	Seit 2013 nehmen alle Migros-Filialen sämtliche Plastikflaschen aus dem Haushaltsbereich sowie CDs und DVDs zurück.
	Rund 98.6% aller von der Migros angebotenen Lebensmittel werden auch als solche verwendet. Die Zusammenarbeit mit karitativen Organisationen wird intensiviert.
	Umfassende Verpackungsdaten der M-Industrie werden erfasst und eine ganzheitliche Strategie über ökologische Verpackungen erarbeitet.
	Weitere Produktverpackungen werden optimiert, zum Beispiel wird bei Fertigsalaten der Plastikdeckel durch eine Folie ersetzt – je nach Verpackungsgrösse spart dies bis zu 38% Material ein.
	Beim Transport setzt die Migros auf Mehrweggebinde: 2013 werden über 93'000 Tonnen Karton eingespart.

Fortschrittstabelle Gesellschaft

Themenfelder	Ziele & Massnahmen
Förderung von Kultur und Bildung	Das Migros-Kulturprozent investiert 2013 rund CHF 120 Mio. in Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft.
	In der Klubschule Migros besuchen 391'000 Teilnehmende 600 verschiedene Kurse und Lehrgänge. Dazu zählen auch Sprachkurse als Beitrag zur Integration von Migrantinnen und Migranten.
Ausbau soziales Engagement	Mit dem Migros-Kulturprozent, den Sponsoring-Aktivitäten und dem Hilfsfonds investiert die Migros 2013 bis 2020 eine Milliarde Franken in Freizeit, Bildung und Kultur.
	Die neu gegründete Geschäftsstelle des Förderfonds Engagement der Migros-Gruppe nimmt ihre Tätigkeit auf. 2013 wurden insgesamt CHF 8.7 Mio. zur Verfügung gestellt (ausgegeben CHF 4.8 Mio.).
	Der Migros Hilfsfonds unterstützt 23 Projekte im In- und Ausland mit insgesamt CHF 1 Mio.

Engagement für Freizeiterlebnisse	Die Migros stärkt ihre führende Position im Schweizer Fitness- und Wellnessmarkt: 2013 kommen neun neue Fitness-Center hinzu, die Strategie «Freizeit und Gesundheit» wird verabschiedet.
	Über 216'000 Läufer nehmen 2013 an von der Migros gesponserten Laufveranstaltungen teil. Bis 2015 will die Migros weiterhin Laufveranstaltungen ermöglichen, von denen jährlich über 200'000 Sportler profitieren.
Vielfältiges Sponsoring	Das Migros-Sponsoring fördert die Gesundheit, unterstützt ökologische Bemühungen und übernimmt soziale Verantwortung bei Nachwuchsprojekten: 2013 werden 241'204 Kindern Kultur-, Umwelt- und Sportlerlebnisse ermöglicht.
	Nach 2007 und 2010 unterstützt die Migros 2013 erneut das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest mit mehr als 300'000 Besucherinnen und Besuchern. Als exklusive Nachwuchspartnerin des Eidgenössischen Schwingerverbands unterstützt die Migros zudem Schwingsportanlässe für Kinder.

Fortschrittstabelle Mitarbeitende

Themenfelder	Ziele & Massnahmen
Die grösste private Arbeitgeberin	Der Personalbestand der Migros-Gruppe erhöht sich insbesondere aufgrund der Konsolidierung des Handelsunternehmens tegut... und des Ausbaus in einzelnen Unternehmen um knapp 8% auf 94'276 Mitarbeitende.
	Die Migros-Industrie beschäftigt rund ein Viertel der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in der Schweizer Nahrungsmittelindustrie.
	Die Netto-Fluktuationsrate (freiwillige Austritte von Mitarbeitenden) ist gegenüber dem Vorjahr leicht gesunken auf 5.7%.
	Die Migros ist weiblich: Der Frauenanteil beträgt rund 62%. Der Anteil der Frauen in Führungspositionen liegt bei 25.8%.
Fortschrittliche Arbeitgeberin	Die Migros fördert die Vereinbarkeit von Beruf und Familie mit einem breiten Spektrum an familienpolitischen Massnahmen und Leistungen.
	Auf den 1. Januar 2013 steigen die Reallöhne in der Migros um durchschnittlich 0.95%.
	Die Migros-Pensionskasse erbringt überdurchschnittlich gute Vorsorgeleistungen: Das Leistungsziel beträgt bei voller Versicherungsdauer 70.2% des versicherten Lohnes im Zeitpunkt des ordentlichen Rücktrittsalters von 64 Jahren für Mann und Frau. Die Migros übernimmt zwei Drittel der Beiträge zu ihren Lasten und liegt damit weit über dem Schweizer Durchschnitt.
	Über 50'000 Mitarbeitende in rund 40 Unternehmen profitieren von den Vorzügen des Gesamtarbeitsvertrages.
	Zwölf Unternehmen der Migros-Gruppe verfügen über das Qualitätssiegel Friendly Work Space® für vorbildliches Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM). 2013 hat ein Unternehmen das Label neu erworben und vier Unternehmen wurden rezertifiziert. Bis Ende 2015 haben sich alle Genossenschaften sowie der MGB das Gesundheits-Label zum Ziel gesetzt.
Lebenslanges Lernen	Die Migros ist die wichtigste Bildungsanbieterin in der Schweiz: 2013 beschäftigt sie 3495 Lernende in über 40 verschiedenen Berufen, davon haben 1384 ihre Lehrstelle 2013 neu angetreten.
	Über 96% der Lernenden schliessen ihre Ausbildung erfolgreich ab, 2013 hat die Migros 691 Lehrabsolventen weiterbeschäftigt. Bis 2015 bietet die Migros 2200 der eigenen Lehrabsolventen eine Stelle an.
	Die Migros unterstützt aktiv das lebenslange Lernen ihrer Mitarbeitenden. 2013 absolvieren Mitarbeitende insgesamt 673'750 bezahlte Aus- und Weiterbildungsstunden.
	Die Migros-Unternehmen investieren 2013 rund CHF 40 Mio. in die Weiterbildung der Mitarbeitenden (Lohnzahlungen und weitere Absenkkosten nicht eingerechnet).
Mitarbeitersensibilisierung	143 Mitarbeitende aus fünf Unternehmen sind an einem WWF-Natureinsatz beteiligt.
	In 18 Unternehmen der Migros-Gruppe finden Stromspartage statt. 40'000 Mitarbeitende werden so für den bewussten Energieverbrauch sensibilisiert.
	2013 nehmen 1164 Mitarbeitende an der Aktion Bike to work statt – damit stellt die Migros erneut am meisten Teilnehmende von allen Schweizer Privatunternehmen.

Die Migros im Dialog

Die Migros hat ein offenes Ohr für gesellschaftliche Anliegen. Sie arbeitet mit zahlreichen Stakeholdern aus Gesellschaft und Politik zusammen und pflegt einen regen Austausch mit ihren Kundinnen und Kunden.

Als grösste Detailhändlerin und private Arbeitgeberin des Landes steht die Migros mit zahlreichen Anspruchsgruppen in Kontakt. Im Rahmen des Gruppenstrategie-Prozesses identifizierte die Migros als zentrale Anspruchsgruppen Kundinnen und Kunden, Mitarbeitende, Genossenschafter sowie Lieferanten. Mit gesellschaftlichen Institutionen und Gruppen wie Medien, Behörden, Wirtschaft, Politik, Verbänden und NGOs pflegt die Migros ebenfalls einen kontinuierlichen Austausch. Die Formen des Dialogs reichen von informellen Treffen über Mitgliedschaften bis hin zu Partnerschaften. Mit einigen Organisationen hat die Migros längerfristige Zusammenarbeitsvereinbarungen abgeschlossen, so etwa bei der Beschaffung von Produkten und Rohstoffen. (G4-24/25)

Eine Liste der Mitgliedschaften und Partnerschaften findet sich [hier](#) (PDF).

Kundinnen und Kunden

Jedes Jahr zählt die Migros rund 430 Mio. Kundenkontakte an der Kasse. Mit ihren Kundinnen und Kunden pflegt sie über Verkaufsgespräche hinaus einen offenen und vielfältigen Dialog. Ein etablierter Kanal ist die M-Infoline, die im vergangenen Jahr rund 145'000 Kontakte zählte. Regelmässig führt die Migros auch Passanten- und Kundenbefragungen durch. Mit ihren gedruckten Medien (Migros Magazin, Saisonküche, Viva!) erreicht sie jede Woche über 3 Millionen Leserinnen und Leser. Daneben setzt sie verstärkt auf das Internet und auf Social Media, wodurch der Dialog in den letzten Jahren wesentlich interaktiver wurde. Mit Migipedia werden Konsumenten und Produzenten näher zusammengebracht: Die Benutzer können auf der Internetplattform nicht nur Produkte bewerten, sondern auch neue vorschlagen. 2013 haben Kundinnen und Kunden sieben Produkte mitentwickelt.

Kundendialog

	2009	2010	2011	2012	2013
Anzahl Kundenanfragen M-Infoline (in Tausend)	150	165	167	167	145
Auflage Migros-Magazin-LeserInnen (in Tausend)	2'176	2'156	2'163	2'160	2'162
Anzahl Migros-Magazin-LeserInnen (in Tausend)	3'074	3'013	3'066	3'107	3'300

Mitarbeitende

Als vorbildliche Arbeitgeberin schafft die Migros Voraussetzungen für ein motivierendes und leistungsorientiertes Arbeitsklima, das die besten Kräfte anzieht. Ende 2013 zählte die Migros-Gruppe 94'276 Mitarbeitende (Seite 57).

Genossenschafterinnen und Genossenschafter

Gegenüber den Genossenschafterinnen und Genossenschafte rn verpflichtet sich die Migros, Werte zu schaffen, die den langfristigen und unabhängigen Fortbestand der Migros sicherstellen. Ende 2013 zählte die Migros über zwei Millionen Mitglieder in den zehn regionalen Genossenschaften. Diese sind zu gleichen Teilen Miteigentümer ihrer regionalen Genossenschaft. In der jährlichen Urabstimmung befinden die Mitglieder über die Abnahme der Jahresrechnung, die Verwendung des Bilanzgewinns und die Entlastung der Organe. Alle vier Jahre erfolgt die Wahl der statutari-schen Organe. Über das Migros-Magazin werden die Mitglieder regelmässig über Aktuelles in ihren Regionen informiert.

Lieferanten

Basierend auf der freien Marktwirtschaft und dem Leistungswettbewerb strebt die Migros die direkte Zusammenarbeit mit ihren Produzenten an. Sie ist mit zahlreichen Verbänden im Gespräch, zum Beispiel kooperiert sie im Rahmen des «TerraSuisse»-Labels partnerschaftlich mit der IP-Suisse, der Vereinigung der integriert produzierenden Bäuerinnen und Bauern der Schweiz. Diese Landwirte erbringen Mehrleistungen im Bereich des Tierwohls und der Biodiversität, der biologischen und landschaftlichen Vielfalt. Die dazu notwendigen Massnahmen hat die Schweizer Vogelwarte Sempach entwickelt.

Regelmässiger Dialog mit NGOs

Die Migros steht mit nationalen Nichtregierungs-Organisationen im Austausch. Ihr Ziel ist es, einen konstruktiven Dialog zu führen, frühzeitig zu erkennen, welche Themen sie beschäftigen, und inter-essante Ideen aufzunehmen. 2013 trafen sich die Fachleute der Migros unter anderem mit WWF Schweiz, Greenpeace Schweiz, Erklärung von Bern und dem Schweizer Tierschutz STS. Im Mittel-punkt der Gespräche standen Themen wie der Erhalt der biologischen Vielfalt in der Schweiz, die nachhaltige Beschaffung pflanzlicher Rohstoffe (u.a. Palmöl, Baumwolle), Produktionsbedingungen in Entwicklungsländern oder das Tierwohl. Seit 2009 arbeiten die Migros und der WWF Schweiz in einer strategischen Partnerschaft zusammen. 2013 konnten insbesondere Fortschritte bei der CO₂-Reduktion, beim Schutz der Bienen sowie beim Ausbau des nachhaltigen Sortiments erzielt werden. Ein besonderes Augenmerk lag auf der Sensibilisierung der Kundinnen und Kunden sowie der Mitarbeitenden. Ausserdem konnte die Unterstützung der Kinder- und Jugendprojekte des WWF weiter ausgebaut werden.

Politisches Engagement

Die Direktion Wirtschaftspolitik verantwortet die strategische Ausrichtung der M-Wirtschaftspolitik. Sie vertritt die Interessen der Migros gegenüber Behörden und Verbänden sowie jene der Kundinnen und Kunden nach innen und aussen. Sie steht in einem engen Dialog mit Konsumentenorganisationen, Verbänden und Parteien.

2013 fokussierte das Engagement der Wirtschaftspolitik auf Massnahmen gegen den wachsenden Einkaufstourismus. Die Migros sprach sich für eine gezielte Revision des Kartellgesetzes aus, um der Kaufkraftabschöpfung internationaler Markenartikelhersteller in der Schweiz Gegensteuer bieten zu können. Neben den Tiefpreisen locken auch längere Ladenöffnungszeiten die Kundinnen und Kunden über die Grenze. Die Migros setzte sich deshalb für die Motion «Frankenstärke. Teilharmo-nisierung der Ladenöffnungszeiten» ein, die das Parlament 2013 annahm. Damit wird eine moderate Erweiterung der Öffnungszeiten in der gesamten Schweiz möglich. Dank dem vermittelnden Enga-gement der Migros hat das Parlament nach fünf Jahren zudem die Swissness-Vorlage verabschiedet. Bei der Umsetzung der Agrarpolitik 2014–2017 setzte sie sich für die Abschaffung der Tierhaltungs-beiträge ein.

Mehr zum Thema Die Migros im Dialog

Humagora Award

Die Innovationskraft und Wirkung der Partnerschaft zeigt Resonanz: Migros und WWF gewinnen den Humagora Award 2013 in der Kategorie «Grosses Unternehmen» für ihren Ideenwettbewerb «Idées Vertes».

» [Humagora Award](#)

Nachhaltiger Konsum

Der Genossenschaftliche Detailhandel nimmt seine Verantwortung an der Nahtstelle von Angebot und Nachfrage ernst. Er vermittelt nachhaltige Produkte und Dienstleistungen und informiert umfassend, damit die Kunden bewusst einkaufen können. Die Migros erweitert zudem laufend das Sortiment an ökologisch und sozial ausgezeichneten Labelprodukten. 2013 gelangen wichtige Schritte bei Bio-Produkten, beim Fischangebot und beim eco-Standard für Textilien.

Nachhaltige Beschaffung

Einwandfreie Rohstoffe einsetzen

Die Migros will ausschliesslich Rohstoffe verwenden, die mit Respekt vor Natur und Umwelt gewonnen wurden. 2013 hat sie entschieden, die hohen Schweizer Tierschutzstandards auch bei allen Produkten aus dem Ausland einzuführen.

Die Migros erwirtschaftet rund 80 Prozent ihres Umsatzes mit ihren Eigenmarken. Als Lebensmittelproduzentin weiss sie, woher die Rohstoffe stammen und unter welchen Bedingungen sie erzeugt wurden. Als grösste Schweizer Detailhändlerin nutzt die Migros aber auch ihren Einfluss auf Zulieferer, damit diese ihre Verantwortung wahrnehmen: 2011 hat sie so genannte Basisanforderungen aufgestellt. Diese schreiben vor, dass alle Unternehmen der Migros-Gruppe nur noch Rohstoffe und Produkte beschaffen, die ökologische und soziale Mindestanforderungen erfüllen. So sind beispielsweise Globus, Denner, LeShop, Mérat und Scana im Rahmen der Basisanforderungen derzeit dabei, bedrohte Fischarten aus dem Sortiment zu nehmen.

Tierschutz im Ausland

Die Migros verkauft überwiegend einheimisches Fleisch. Rind-, Kalb- und Schweinefleisch stammen hauptsächlich aus der Schweiz. Wegen des beschränkten inländischen Angebots sind bei einigen Tiergattungen wie bei Pferde-, Kaninchen-, Truten-, Lamm- und Pouletfleisch jedoch Importe nötig. In der Schweiz sorgen strenge gesetzliche Bestimmungen für eine artgerechte Haltung der Tiere. Im Ausland fehlen diesbezüglich oft gesetzliche Grundlagen, das Tierwohl kommt dadurch zu kurz. Aus diesem Grund hat die Migros 2013 entschieden, das ganze Sortiment an tierischen Produkten aus dem Ausland auf die hiesigen Tierschutzstandards umzustellen. Sie verpflichtet ihre ausländischen Lieferanten, spätestens bis Ende 2020 die Schweizer Bestimmungen einzuhalten. Im Bereich Kaninchen- und Trutenfleisch hat die Migros entsprechende Pilotprojekte erfolgreich durchgeführt. In Zusammenarbeit mit dem Schweizer Tierschutz STS wurde die gesamte Wertschöpfungskette beim Trutenfleisch angepasst. Auf der Grundlage dieser Erfahrungen sollen in den nächsten Jahren weitere ausländische Lieferanten befähigt werden, die Schweizer Bestimmungen anzuwenden.

Verantwortungsvoller Fischfang

Die Migros hat das Versprechen abgegeben, bis Ende 2020 nur noch Fische und Meeresfrüchte zu verkaufen, die entweder einem Label entsprechen (Bio, MSC, ASC) oder vom WWF als empfehlenswert bzw. akzeptabel eingestuft werden. Beim Frischfisch im Offenverkauf ist dieser Anspruch Anfang 2014 erfüllt. Ebenso stammen im Gesamtsortiment bereits 94 Prozent aus nachhaltigen Quellen. 2013 hat die Migros als weltweit erste Detailhändlerin MSC-zertifizierten rosa Thunfisch in Konserven eingeführt. Als weiterer Meilenstein wurde das gesamte Eigenmarken-Konservensortiment dieser Fischart auf die nachhaltige Fangmethode mit Angelruten umgestellt. Dabei wurde die Migros durch die International Pole and Line Foundation unterstützt.

«Mit unserer Arbeit möchten wir den Wert von mit der Angel gefangenen Thunfisch verdeutlichen und steigern, um dadurch das Wohl der Küstenfischerei und der Menschen und Meere, die durch sie miteinander verbunden werden, zu verbessern. Dank der Unterstützung der Migros konnten diese Ambitionen verwirklicht werden.»

John Burton
Vorsitzender der International
Pole & Line Foundation

Der Genossenschaftliche Detailhandel ist seit 2008 Mitglied der WWF Seafood Group Schweiz, der Produktionsbetrieb Micarna seit 2013. Für die Unternehmen dieser Gruppe bewertet der WWF regelmässig alle Produkte. Gefährdete Arten werden aus dem Sortiment genommen oder durch alternative Produkte ersetzt. Im Rahmen eines Gruppenvertrags mit dem WWF haben sich weitere Unternehmen der Migros dazu verpflichtet. Anlässlich einer Mitarbeiter-Sensibilisierung wurden 2013 Fischtage in Kantinen von 13 Migros-Unternehmen durchgeführt.

UTZ-zertifizierter Kaffee, Kakao und Tee

Mit UTZ Certified fördert die Migros den nachhaltigen Rohstoffanbau für den Massenmarkt. Das Programm setzt auf die drei Säulen professionelle Anbaupraktiken, Umwelt und Soziales. Bereits Ende 2010 hat die Migros das Kaffee-Basissortiment auf UTZ Certified umgestellt, 2012/13 folgten die Kult-Ice-Tea-Linie sowie drei Artikel der Linie Tea Time. Neu bietet ab 2014 auch Denner Kaffee-Kapseln aus UTZ-zertifiziertem Rohkaffee an. Seit Ende 2013 sind zusätzlich das gesamte Süsswarenangebot der Chocolat Frey sowie diverse schokoladierte Produkte wie Muesli-Riegel und Glaces ausgezeichnet. Für die Kakaobeschaffung ist die Migros-Tochter mit verschiedenen Bauernkooperativen in Westafrika eine langfristige Zusammenarbeit eingegangen. Im März 2013 konnte Chocolat Frey der ersten Kooperative eine UTZ-Prämie in der Höhe von gut 140'000 Dollar überreichen.

Nachhaltiges Palmöl

Die Migros als Gründungsmitglied des «Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)» setzt sich seit über zehn Jahren für den Anbau von nachhaltigem Palmöl ein. 2011 beschloss sie, den Palmölbedarf der M-Industrien für die Lebensmittelproduktion nicht mehr über Zertifikate abzudecken, sondern bis Ende 2015 auf physisch rückverfolgbares, nachhaltiges Palmöl aus RSPO-zertifizierten Plantagen umzustellen. Ende 2013 waren bereits 65% der verarbeiteten Menge Palmöl auf physisch rückverfolgbares, nachhaltiges Palmöl (Segregated) aus RSPO-zertifizierten Plantagen umgestellt. Den übrigen Bedarf decken die M-Industrien über Mischprodukte (Mass Balance) oder den Kauf von Zertifikaten.

Seit 2013 werden alle Margarinen, die in die Regale der Migros gelangen, mit Palmöl aus RSPO-zertifizierten Plantagen produziert, das physisch rückverfolgbar ist. Das Produkt wird mit der Palme des RSPO-Logos gekennzeichnet. Ende 2013 erzielte die Migros im Palmöl-Rating des WWF 11 von 12 möglichen Punkten. Innerhalb des RSPO setzt sich die Migros weiterhin für strengere Kriterien ein, zum Beispiel bezüglich Moorschutz.

Neue Beschaffungsgrundsätze Holz

Jede Minute verschwindet eine Waldfläche in der Grösse von 35 Fussballfeldern. Um den Raubbau zu stoppen, bekennt sich die Migros in den 2013 neu definierten Beschaffungsgrundsätzen zur Förderung von Holz, Papier und Zellstoff aus Recycling oder mit dem FSC-Label. 82.5 Prozent aller Holz- und Papierprodukte stammen bereits aus nachhaltigen Quellen. Zudem wird geregelt, dass Holz, Papier und Zellstoff auch bei nicht zertifiziertem Holz ausschliesslich aus nachweislich vertrauenswürdigen Quellen kommen darf. Zur Sicherheit nimmt die Migros künftig Dokumentenprüfungen und Stichprobenkontrollen vor. Ab 2014 werden alle Migros-Werbemittel aus Papier und Karton in umweltschonender Recycling- oder FSC-Qualität hergestellt. Sämtliche Publikationen der Migros-Medien und der Migros Bank sowie alle Reisekataloge von Hotelplan sind bereits FSC-zertifiziert.

Umwelt- und sozialverträgliche Baumwolle

Die Migros will ihr Bekleidungsassortiment aus Biobaumwolle zwischen 2011 und 2015 verdoppeln. Parallel zum Bio-Anbau unterstützt sie als Gründungsmitglied die Better Cotton Initiative (BCI) und damit den umweltschonenden und sozialverträglichen Anbau von Baumwolle auf breiter Fläche. Für 2013 war geplant, gemeinsam mit einem örtlichen Lieferanten ein Ausbildungsprogramm für 350 Bauern in Indien durchzuführen. Aufgrund zu hoher Beschaffungspreise von BCI-Baumwolle zog sich der Projektpartner jedoch zurück, so dass nur die Hälfte der Bauern geschult werden konnte. Die hohen Beschaffungspreise führten auch dazu, dass die Migros im Berichtsjahr keine Textilien aus BCI-Baumwolle im Sortiment führte. Sie setzt sich dafür ein, dass der Preis der BCI-Baumwolle an jenen von konventioneller Baumwolle angepasst wird, indem die Anbauflächen vergrössert und die Beschaffungskanäle verbessert werden. Derzeit zeichnet sich eine Stabilisierung der Preise auf dem gewünschten Niveau ab.

Mehr zum Thema Nachhaltige Beschaffung

Schweizer Fleisch auf dem Teller

Die Migros-Gastronomie hat sich verpflichtet, spätestens ab 2015 ausschliesslich Schweizer Rind-, Kalb-, Schweine- und Pouletfleisch anzubieten. Bei einheimischer Produktion haben die Gäste die Gewissheit, dass das Fleisch von artgerecht gehaltenen Tieren stammt. Aufgrund des beschränkten Schweizer Angebots bleiben Wild, Pferd, Kaninchen und Lamm vorerst von dieser Verpflichtung ausgenommen.

» [Schweizer Fleisch auf dem Teller](#)

Mehr Heu für Weiderinder

Die Migros verzichtet seit Anfang 2013 auf Soja als Ergänzungsfutter für Rinder im Bio- und konventionellen Weide-Beef-Programm. Dasselbe gilt für Milchkühe, deren Milch als TerraSuisse-Wiesemilch verkauft wird. Anstelle von Soja fressen die Tiere Gras und Raufutter wie Heu oder Silage.

» [Mehr Heu für Weiderinder](#)

Junges Gemüse von nebenan

In der Migros Basel sind seit August 2013 im M-Parc Dreispitz testweise frische Fische und Gemüse erhältlich, die von Urban Farmers auf demselben Gelände angebaut werden. Die Produkte entstehen im geschlossenen Wasserkreislauf auf den Dächern. Sie sind frei von chemischen Düngemitteln und verbrauchen keine Energie für den Transport.

» [Junges Gemüse von nebenan](#)

Herstellungsbedingungen

Lieferanten fordern und fördern

2013 setzte sich die Migros verstärkt dafür ein, ihre Lieferanten, insbesondere in Fernost, zu befähigen, soziale und ökologische Standards umzusetzen.

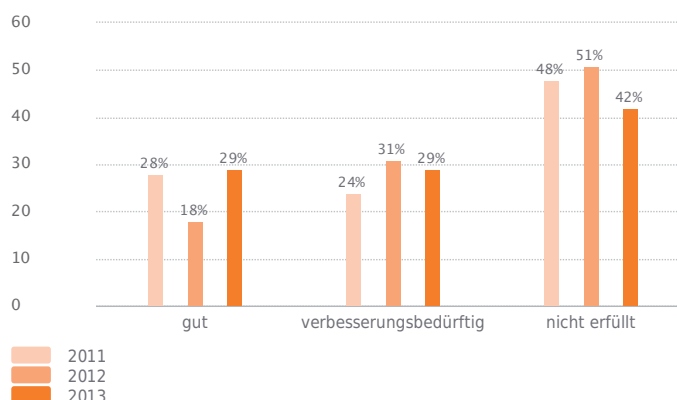
Die Migros will Gewissheit darüber haben, dass ihre Artikel möglichst umweltschonend und unter menschenwürdigen Bedingungen produziert werden. Dafür setzt sie auf weltweite Produktionsstandards, partnerschaftliche Initiativen und einen Verhaltenskodex mit sozialen Mindestanforderungen. Sie überprüft regelmässig, ob sich die Hersteller an die Bedingungen für Sozial- und Umweltverträglichkeit halten. Für sämtliche Lieferanten der Migros-Gruppe gelten zudem ökologische und soziale Basisanforderungen bei der Beschaffung.

BSCI-Verhaltenskodex

Als Gründungsmitglied der Business Social Compliance Initiative BSCI verlangt die Migros von allen Lieferanten, soziale Mindestanforderungen gemäss dem BSCI-Verhaltenskodex oder gleichwertige Anforderungen einzuhalten. Die Migros engagiert sich zudem im Global Social Compliance Programme GSCP. Das GSCP ist eine Multi-Stakeholder-Initiative und hat zum Ziel, Standards und Initiativen im Sozial- und Umweltbereich zu harmonisieren. Lieferanten bzw. Fabriken werden aufgrund einer Risikobeurteilung (z.B. Land, Branche) im BSCI-Prozess integriert. Ende 2013 befanden sich 549 Zulieferbetriebe der Migros-Gruppe im BSCI-Prozess. Dabei führen unabhängige Experten regelmässige Sozialaudits durch. 2013 wurde bei 206 Lieferanten ein Audit durchgeführt, über die Hälfte davon in China. 29% schnitten dabei gut ab; 29% der überprüften Zulieferer erfüllten die Anforderungen teilweise nicht und müssen noch kleinere Mängel beheben; 42% erfüllten mehrere und teilweise grundlegende Anforderungen nicht. Diese Zahlen liegen im Branchenschnitt.

Kennzahlen Herstellungsbedingungen

Ergebnisse BSCI-Audits Erstaudits und Folgeaudits
[in %]



Audits: Verteilung der Verstösse gegen Standards
 [Anzahl nicht-erfüllte Audits & aufgeschlüsselt nach Nichterreichung]

	2011	2012	2013
Audits: Verteilung der Verstösse gegen Standards			
Managementsystem	13	9	8
Dokumentation	6	8	15
Höchstleistungszeiten	97	67	50
Entlohnung	84	59	54
Kinderarbeit	4	2	4
Jugendliche Arbeiter	3	7	0
Zwangsarbeit	2	2	1
Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen	1	4	1
Diskriminierung	3	4	1
Arbeitsbedingungen (Sauberkeit, Belüftung, etc.)	2	1	1
Gesundheit und Soziale Einrichtungen	36	21	15
Betriebliche Gesundheit und Sicherheit (OHS)	0	0	50
Unterkünfte	16	6	0
Umweltanforderungen	118	85	3
Gesamtzahl der Verstösse	385	275	203
Gesamtzahl der ausgeführten Audits bei Migros-Produzenten	248	168	206

Geschäftspartner unterstützen

Über die Kontrollen hinaus unterstützt die Migros ihre Geschäftspartner bei der Umsetzung von Standards. In den vergangenen Jahren hat sie vermehrt Schulungen und Weiterbildungen für Lieferanten in Fabriken und landwirtschaftlichen Betrieben angeboten.

Seit 1995 unterhält die Migros in Hongkong, seit 2005 in Shanghai und seit 2013 in Gurgaon (Indien) eigene Büros. Mitarbeitende begleiten die Produzenten vor Ort bei der Umsetzung der Sozialstandards. Auf die Befähigung der Lieferanten ausgerichtet sind auch das GSCP sowie das Better Work Programme der ILO. 2013 waren zwei Zulieferunternehmen aus der Schwerpunktregion Südostasien an einem Better-Work-Pilotprojekt beteiligt. Das GSCP hat im Berichtsjahr Workshops in China durchgeführt. Bis 2015 will die Migros die Arbeitsbedingungen von insgesamt 75'000 Mitarbeitenden bei den Lieferanten verbessern. 2013 hat sie bereits 25'392 Personen über Schulungen, Ausbildungen oder Programme erreicht.

Gemeinsam für mehr Sicherheit

In Bangladesch sterben jedes Jahr Arbeiterinnen und Arbeiter wegen mangelnder Gebäudesicherheit. Im Frühjahr 2013 kamen über 1'000 Mitarbeitende ums Leben, als eine Textilfabrik einstürzte. Obwohl keine eigenen Zulieferer betroffen waren, unterstützt die Migros im Rahmen der BSCI-Mitgliedschaft Massnahmen für strengere Kontrollen, mehr unangemeldete Audits und zusätzliche Schulungen. Zudem hat sie bei ihren Lieferanten Kontrollen durch unabhängige Auditorunternehmen im Bereich der Gebäude- und Feuersicherheit eingeleitet. Die Entwicklungen im Rahmen des «Accord on Fire- und Building Safety in Bangladesh» werden weiterhin aktiv beobachtet.

Produzenten von Gemüse und Südfrüchten in die Pflicht genommen

Fast alle Früchte- und Gemüse- sowie Blumen- und Pflanzenlieferanten der Migros sind nach einem internationalen Standard für Gute Agrarpraxis (GlobalGAP) oder gleichwertigen Systemen zertifiziert. Diese Standards beinhalten Anforderungen an Anbau, Lebensmittelsicherheit und Umweltschutz. Der neuere Standard Global GAP-GRASP (Global GAP Risk Assessment on Social Practice) verpflichtet landwirtschaftliche Betriebe zudem, angemessene Arbeitsbedingungen zu gewährleisten. GRASP findet in Regionen Anwendung, in denen die Arbeitsbedingungen oft ungenügend sind. Ende 2013 waren alle 1'000 Lieferanten und Kleinbauern in Italien sowie in den spanischen Provinzen Huelva, Murcia und Almeria in den GRASP-Prozess eingebunden. Weitere Regionen, etwa in Griechenland, werden folgen.

Mehr zum Thema Herstellungsbedingungen

Sparsame Bewässerung

Die Migros bezieht jährlich 4'000 Tonnen Erdbeeren aus der Region Huelva in Spanien. In Zusammenarbeit mit dem WWF Spanien führte sie bei 44 Erdbeerproduzenten Wasser-Audits durch und unterstützte die Lieferanten bei einem verantwortungsvollen Umgang mit Wasser.

» [Sparsame Bewässerung](#)

Verträgliche eco-Textilien

Spätestens ab Ende 2017 werden alle Textil-Eigenmarken zu 100 Prozent nach dem strengen eco-Standard produziert. eco steht für eine umweltverträgliche, schadstofffreie Textil-Produktion sowie für sichere und gesunde Arbeitsplätze. Heute entsprechen rund 70 Prozent der Migros-Bekleidung dem Standard.

» [Verträgliche eco-Textilien](#)

Produktverantwortung

Auf der sicheren Seite

Die Migros tut alles für die Sicherheit ihrer Lebensmittel und Produkte und passt die entsprechenden Prozesse laufend den neusten Entwicklungen an. Zudem baut sie derzeit ihren eco-Standard für schadstofffreie Textilien weiter aus.

Um einwandfreie Nahrungsmittel zu gewährleisten, setzt die Migros-Gruppe auf die Global Food Safety Initiative (GFSI). Die meisten in- und ausländischen Lieferanten von verarbeiteten Lebensmitteln sowie die eigenen Industriebetriebe sind nach einem von der GFSI anerkannten Standard zertifiziert. Der Umsetzungsgrad liegt seit mehreren Jahren bei etwa 95 Prozent. Zudem lässt die Migros laufend ihre Nahrungsmittel überwachen. Die Swiss Quality Testing Services (SQTS) unterziehen die Produkte im Rahmen der Selbstkontrolle einer risikobasierten Überprüfung. 2013 hat die Migros insgesamt rund 20'000 Produktprüfungen vorgenommen, 14 Produkte musste sie aufgrund von Mängeln [zurückrufen](#).

Rückverfolgbarkeit gewährleistet

Lange Wertschöpfungsketten führen oft zu komplexen Verarbeitungsprozessen und erhöhen die Anzahl von Lieferanten und Sublieferanten. Dank der Eigenindustrie verfügt die Migros über eine einzigartige Kontrolle über ihr Sortiment. Um auch die Rückverfolgbarkeit der eingekauften Produkte zu gewährleisten, verwendet sie eine Datenbank mit rund 11'000 Lieferanten und Herstellern, die an die Migros-Gruppe liefern. Diese Zahl steigt laufend wie auch die zur Verfügung stehenden Informationen über die Lieferkette insgesamt. Hinterlegt ist die vollständige Wertschöpfungskette der Produkte vom Lieferanten bis zur letzten Verarbeitungsstufe. So kennt die Migros die Herkunft ihrer Produkte auch bei verarbeiteten Produkten mit zahlreichen Zutaten aus verschiedenen Ländern. Bei Bedarf kann sie sehr schnell zurückverfolgen, welche Firmen an der Herstellung eines Produkts beteiligt sind.

Verträgliche eco-Textilien

Um Textilien anbieten zu können, die garantiert ohne schädliche Chemikalien produziert wurden, hat die Migros 1996 den eco-Standard eingeführt, der inzwischen als branchenweit führend gilt. Der eco-Standard steht für eine umweltverträgliche Textil-Produktion und gesunde Arbeitsplätze. Diese Anforderungen gelten bereits für rund 70 Prozent der Migros-Bekleidung. Ab Ende 2017 sollen alle Textil-Eigenmarken vollständig gemäss eco-Standard produziert werden. Als Vorreiter für saubere Kleidung setzt das Unternehmen damit bereits um, was Greenpeace in seiner Detox-Kampagne fordert: den Verzicht auf kritische Stoffe in der Textil-Produktion.

Die Migros unterstützt ihre Lieferanten, nach dem [eco-Standard](#) zu produzieren, und baut den Lieferantenpool aus. Gleichzeitig achtet sie auf die Aktualität ihres Standards und berücksichtigt laufend neue Chemikaliengruppen. Auch die Aus- und Weiterbildung der Lieferanten ist Bestandteil des eco-Programms. 2013 fanden dazu Workshops in Gurgaon (Indien), Hongkong, Shanghai und Zürich mit insgesamt über 300 Teilnehmenden statt.

Klare Regeln für die Werbung

Der Migros-Genossenschafts-Bund (MGB) hat Mitte 2013 Grundsätze für eine verantwortungsvolle Marketingkommunikation erlassen. Das Papier gilt für Supermärkte, Fachmärkte, die Migros-Gastronomie sowie den MGB und die regionalen Genossenschaften. Mit den neuen Grundsätzen garantiert die Migros eine faire und respektvolle Marketingkommunikation mit den Kundinnen und Kunden. Jede Diskriminierung oder Irreführung soll vermieden werden. Detailliert geregelt ist insbesondere der Umgang mit Kindern in der Werbung. Die Migros verzichtet zum Beispiel darauf, Kinder zu Werbezwecken mit Formulierungen wie «Sammele jetzt ...» oder «Hole dir ...» direkt anzusprechen.

Mehr zum Thema Produktverantwortung

Im Zweifel für die Bienen

Den Bienen geht es nicht gut. Daher hat die Migros im Frühjahr 2013 Chemikalien und Pflanzenschutzmittel aus dem Verkauf genommen, die potenziell gefährdende Wirkstoffe enthalten. Ab 2014 wird das Sortiment kontinuierlich überprüft.

» [Im Zweifel für die Bienen](#)

Biologisch abbaubar

Die Migros hat 2013 das Versprechen abgegeben, dass sie den Anteil an besonders gut biologisch abbaubaren Wasch- und Reinigungsmitteln im Sortiment von heute 76 auf 80 Prozent erhöhe. Dabei bezieht sie das gesamte Sortiment mit ein, nicht nur hochpreisige Nischenprodukte.

» [Biologisch abbaubar](#)

Gentechnikfreie Lebensmittel

Die Migros verkauft keine gentechnisch veränderten pflanzlichen Produkte wie Früchte, Gemüse oder Getreide. Auch Fleisch, Geflügel, Eier und Milch aus der Schweiz sowie biologische Produkte sind GVO-frei.

» [Gentechnikfreie Lebensmittel](#)

Umgang mit Nano-Technologie

In der EU gelten seit Mitte 2013 Deklarationsvorgaben für Nanoprodukte. Kosmetika der Mibelle AG werden entsprechend gekennzeichnet, der Einsatz von Nanopartikeln in Kosmetika ist damit für die Kundinnen und Kunden direkt erkennbar. Bereits seit mehreren Jahren veröffentlicht die Migros auf ihrer Website eine Liste aller Produkte, die Nanopartikel enthalten.

» [Umgang mit Nano-Technologie](#)

Sortiment und Labels

Ausgezeichnete Produkte für alle

Die Migros baut ihr Angebot an nachhaltigen Produkten mit besonderem ökologischen und sozialen Mehrwert stetig aus. Die neuen Alnatura-Biosupermärkte finden Anklang.

Die Migros bietet ein breites Sortiment an zertifizierten Produkten mit einem ökologischen oder sozialen Mehrwert. Der Gesamtumsatz der nachhaltigen Labels wie Bio, TerraSuisse, Max Havelaar und MSC sowie dem regionalen Label «Aus der Region. Für die Region.» stieg gegenüber dem Vorjahr um 8 Prozent auf insgesamt CHF 2.8 Mrd. Das Angebot an nachhaltigen und regionalen Labels macht rund 19 Prozent des Gesamtumsatzes des Genossenschaftlichen Detailhandels aus (exkl. tegut...).

Bio auf dem Vormarsch

Im Berichtsjahr hat die Migros die Preise bei 100 Bio-Artikeln um durchschnittlich zehn Prozent gesenkt. Zudem baute sie mit dem deutschen Bio-Pionier Alnatura eine gemeinsame Bio-Supermarktkette in der Schweiz auf. Inzwischen betreibt die Genossenschaft Migros Zürich drei Alnatura-Märkte, weitere Geschäfte sind in Planung. Die Migros beabsichtigt zudem, etwa 300 Alnatura-Artikel ins Sortiment ihrer eigenen Märkte aufzunehmen. Diese werden voraussichtlich ab Ende 2014 in rund 60 Filialen der Deutschschweiz sowie in zehn Testfilialen in der Romandie und im Tessin erhältlich sein. Ergänzend wird die Forschung von Bio-Produkten unterstützt: 2013 finanzierte die Migros ein Projekt zum biologischen Anbau von Rapsöl, der schwierig ist, sowie die Entwicklung von natürlichen Heilmitteln für die biologische Aquakultur von Lachsen.

«Mit dem Raps-Projekt schafft die Migros die entscheidende Grundlage, dass künftig das gesunde Rapsöl auch im Bio-Anbau erfolgreich produziert werden kann. Die Zusammenarbeit zwischen Forschung, Beratung, Vermarkter und Grossverteiler trägt ganz allgemein zu einer nachhaltigeren Landwirtschaft bei.»

Hans-Georg Kessler
Leiter Landwirtschaft Biofarm

Mehr Tierwohl in Schweizer Ställen

Mit ihrem Angebot an Labelprodukten trägt die Migros entscheidend zum Tierwohl in Schweizer Landwirtschaftsbetrieben bei. Unter dem Bio-Label, dem Label TerraSuisse und der Marke Optigal produzieren Landwirte tierfreundlicher, als es das Schweizer Tierschutzgesetz vorschreibt. Die Migros erhöht ihre Labelbestimmungen laufend. So wurde 2013 für TerraSuisse-Kälber mehr Auslauf vorgeschrieben und gleichzeitig der Antibiotika-Einsatz eingeschränkt. Auch ist Soja als Ergänzungsfutter bei den Migros-Produkten Weide- und Bio-Weide-Beef sowie TerraSuisse- Wiesenmilch nicht mehr zulässig. Parallel zu den neuen Bestimmungen unterstützt die Migros Forschungen der Universität Bern, um den Einsatz von Antibiotika weiter zu reduzieren.

FSC-Label als Standard

Dank kontinuierlicher Bemühungen ist das FSC-Label bei der Migros weitgehend zum Standard für Holz und Holzprodukte geworden. Mit über 2'000 Artikeln und einem Umsatz von CHF 196 Mio. verfügt die Migros über das grösste Angebot von FSC-zertifizierten Produkten in der Schweiz. Gegenüber dem Vorjahr ging der Umsatz leicht zurück (-2.5%). Grund waren Preissenkungen und der fehlende Umsatz aus der Animanca-Produktion.

Die Migros hat das Versprechen abgegeben, bis 2015 drei Viertel der Holz- und Papierprodukte in den Supermärkten entsprechend den Richtlinien Nachhaltigkeit (FSC oder aus dem Recycling stammend) anzubieten. Derzeit entsprechen bereits über 80 Prozent der Produkte diesen Richtlinien. Das Sortiment soll in den nächsten Jahren weiter ausgebaut werden.

Direktverbindung zwischen Produzent und Konsument

Gemäss dem Konsumenten-Barometer geniesst das Migros-Label «Aus der Region. Für die Region.» (AdR) hohes Vertrauen in der Bevölkerung. Inzwischen sind rund 8'000 AdR-Produkte verfügbar, ihr Jahresumsatz betrug im Berichtsjahr CHF 827 Mio. Mit dem AdR-Label stärkt die Migros die regionale Wirtschaft. In der Migros-Genossenschaft Ostschweiz werden beispielsweise 60 Prozent der Frischmilch unter dem AdR-Label verkauft, die aus 41 Ostschweizer Landwirtschaftsbetrieben stammt.

Die Migros ist zudem eine der grössten Eigenmarkenproduzenten weltweit: Das neu lancierte Programm «Von uns. Von hier.» ruft in Erinnerung, dass sie rund 10'000 Produkte in eigenen Industriebetrieben im Inland herstellt. So kann sie eine hochwertige Schweizer Qualität zu fairen Preisen garantieren.

Eine Brücke zwischen Produzenten und Konsumenten schafft auch Migipedia: Die Benutzer können auf der Migros-Internetplattform nicht nur Produkte bewerten, sondern auch neue vorschlagen. 2013 entstanden so insgesamt sieben Produkte, die von der Migipedia-Community mitentwickelt wurden, wie etwa die Mojito Zahnpasta oder die Mary Jane's Swiss Chilbi.

Mehr zum Thema Sortiment und Labels

Fisch von der Angel

Die Migros ist Mitglied der internationalen Pole & Line Foundation und nahm als erste Detailhändlerin Europas mit der Angel gefangenen Thunfisch mit MSC-Label ins Angebot. Bis Ende 2013 stellte sie das gesamte Dosenangebot an rosa Thunfisch ihrer Eigenmarken auf Angelrutenfang um.

» [Fisch von der Angel](#)

Fairtrade-Sortiment erweitern

Die Migros will ihr Fairtrade-Angebot zwischen 2011 und 2015 um 75 Prozent ausbauen und weitere Fairtrade Max-Havelaar-Dosenprodukte anbieten. Da es im Dosen-Bereich kaum zertifizierte Anbieter gibt, leistet die Migros Pionierarbeit und überzeugt Bauern und Verarbeiter von den Vorteilen einer Fairtrade-Zertifizierung.

» [Fairtrade-Sortiment erweitern](#)

LED-Leuchten mischen Markt auf

Der Umsatz mit LED-Leuchten ist 2013 auf ein Viertel des gesamten Leuchtumsatzes gestiegen. Gleichzeitig sind die Preise der Leuchtmittel innert Jahresfrist um 40 Prozent gefallen. Im Betrieb rechnen sie sich daher bereits nach kurzer Zeit.

» [LED-Leuchten mischen Markt auf](#)

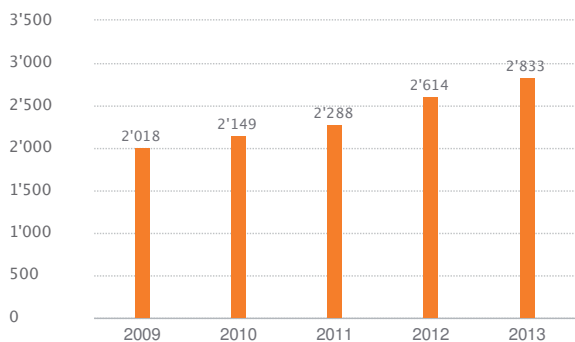
Mehr Biobaumwolle

Die Migros will ihr Sortiment an Bekleidung aus Biobaumwolle zwischen 2011 und 2015 verdoppeln. 2013 hat sie das Angebot an Baby- und Kinderbekleidung sowie Damenwäsche aus Biobaumwolle stark ausgebaut und ist auf bestem Weg, das Ziel zu erreichen. Der Gesamtumsatz mit Bio-Cotton-Textilien wuchs gegenüber dem Vorjahr um 33 Prozent auf CHF 44 Mio.

» [Mehr Biobaumwolle](#)

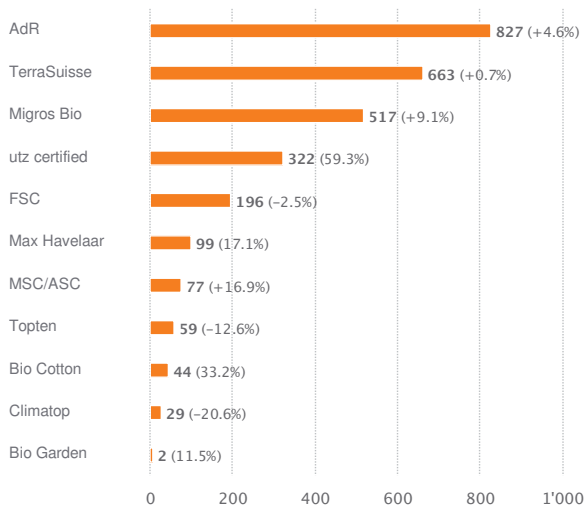
Kennzahlen nachhaltiges Sortiment und Labels

Gesamtumsatz nachhaltige & regionale Labels¹
[in Mio. CHF]



¹ Inkl. doppelt ausgezeichnete Produkte

Umsätze der einzelnen Labels 2013
[in Mio. CHF (Veränderung gegenüber Vorjahr in %)]



Ernährung und Bewegung

Gesundheit im Angebot

Mit ihren Produkten und Programmen fördert die Migros einen aktiven Lebensstil und eine ausgewogene Ernährung. Das Sortiment für Menschen mit besonderen Ernährungsbedürfnissen wird derzeit stark ausgebaut.

Die Migros macht gesunde Nahrungsmittel verfügbar und informiert umfassend über Inhaltsstoffe und ausgewogene Ernährung. Mit Fitnessparks, Kursen und Sponsoring engagiert sie sich für einen aktiven Lebensstil. Im Mai 2013 wurde die Strategie «Freizeit und Gesundheit» verabschiedet. Das Unternehmen will damit seine Marktführerschaft im Freizeit- und Gesundheitsbereich ausbauen, insbesondere in den Geschäftsfeldern Fitness, Wellness, Prävention, medizinische Dienstleistungen und Golf.

Engagement für eine bessere Ernährung

Im Berichtsjahr hat die Migros entschieden, Rezepturstandards für verschiedene Lebensmittelkategorien zu schaffen, um sie ernährungstechnisch zu optimieren. Im Fokus stehen dabei Zucker, Salz, Fett, Proteine und Nahrungsfasern. Jeder Rezepturstandard gibt Zielwerte, Toleranzbereich, Ausnahmen und Handlungsbedarf innerhalb der jeweiligen Produktkategorie vor. Neben einer ausgewogenen Ernährung will die Migros auch die Lust auf frische, nachhaltig produzierte Nahrungsmittel fördern.

Weil vielen Kundinnen und Kunden heute der direkte Bezug zu den Lebensmitteln fehlt, lancierte die Migros unter dem Motto «Lebensmittel wertschätzen» eine Reihe von Aktivitäten. So zeigte die Migros-Genossenschaft Aare zusammen mit den IP-Suisse-Bauern in grösseren Filialen eine Wanderausstellung zum TerraSuisse-Label. In weiteren Genossenschaften fanden Degustationen und andere Veranstaltungen statt.

Wachsendes Délifit-Angebot

Die Migros baut ihr Angebot an ausgewogenen Délifit-Produkten im Take-Away-Bereich und in der Gastronomie stetig aus. Seit 2013 sind auch Wraps, Sandwiches, Salate sowie süsse und salzige Mahlzeiten im Becher erhältlich. Délifit-Produkte werden wo immer möglich mit saisonalen Zutaten, ohne Konservierungsmittel und Zusatzstoffe sowie mit wenig Fett zubereitet. Die Hauptzutaten für das Sandwichbrot stammen aus der Schweiz.

Zwischen 2011 und 2013 hat die Migros den Umsatz mit Délifit-Angeboten um rund 2 Prozent gesteigert. Das Versprechen, bis Ende 2013 den Anteil an Délifit-Produkten in den Restaurants und Take-Away-Bereichen flächendeckend auf 20 Prozent zu erhöhen, konnte jedoch nicht eingelöst werden. Dies ist einerseits auf regionale Unterschiede zurückzuführen: Die angebotene Menge und die Präsentation des Angebots variieren je nach Standort stark. Andererseits bedarf es offensichtlich längerer Zeit, bis sich Ernährungsgewohnheiten ändern. Auch im kommenden Jahr wird die Migros neue Délifit-Produkte einführen und bestehende Angebote optimieren.

Grösseres Angebot für Allergiker

«Produkte mit dem Schweizer Allergie-Gütesiegel «empfohlen durch aha!» werden nach strikten Vorgaben hergestellt, streng kontrolliert und optimal deklariert. Mit ihrem Sortiment an aha!-Produkten leistet die Migros einen grossen Beitrag an die Gesundheit und Lebensqualität von Menschen mit Allergien und Intoleranzen.»

Georg Schächli
Geschäftsleiter aha!
Allergiezentrum Schweiz

Unter dem Label aha! bietet die Migros Produkte für Menschen an, die an einer Allergie oder Intoleranz leiden. Inzwischen tragen rund 80 Produkte aus dem Lebensmittel- und Kosmetikbereich dieses Gütesiegel. Insbesondere die Nachfrage nach gluten- und laktosefreien Produkten nahm in den letzten Jahren stark zu. Seit April 2013 werden sämtliche Salatsaucen in den Migros-Restaurants und Take-Aways ohne gluten- und laktosehaltige Zutaten hergestellt. Damit kommt die Migros einem Kundenwunsch entgegen und nimmt eine Vorreiterrolle in der Gastronomie ein.

Aktiv für mehr Bewegung

Die Migros setzt sich für einen aktiven Lebensstil mit viel Bewegung ein und engagiert sich als Sponsorin von über 30 Laufveranstaltungen. 2013 hat sie über 200'000 Läuferinnen und Läufer einen Start an einem Lauf ermöglicht, bis Ende 2015 sollen es 800'000 sein. Zur Migros gehören 66 Fitness-, Wellness- und Aquaparks, zwölf Medbase Gesundheitszentren und sechs Golfparks. In den kommenden Jahren will die Migros ihre Marktführerschaft in den Geschäftsfeldern Fitness, medizinische Dienstleistungen und Golf weiter ausbauen.

Mehr zum Thema Ernährung und Bewegung

Förderung gesunder Ernährung

Das Migros-Kulturprozent unterstützt mit club minu, kebab+ und tavolata Projekte, die eine gesunde Ernährung fördern. Diese sprechen besonders Kinder, Jugendliche und ältere Menschen an.

» [Förderung gesunder Ernährung](#)

Mehr Schwung im Klassenzimmer

Mit zahlreichen Programmen für Kinder und Jugendliche fördert die Migros gesunde Ernährung und Spass an der Bewegung. So will sie bis 2015 10'000 Klassen für die Teilnahme an der Online-Plattform Muuvit begeistern.

» [Mehr Schwung im Klassenzimmer](#)

Kostenlose Ernährungsberatung

Ernährungsberaterinnen der Migros beantworten spezifische Fragen in Zusammenhang mit Migros-Produkten. 2013 haben über 2'100 Personen diesen kostenlosen Auskunftsdienst in Anspruch genommen.

» [Kostenlose Ernährungsberatung](#)

Auszeichnung für Jowa

Die Stiftung aha! Allergiezentrum Schweiz hat den Migros-Produktionsbetrieb Jowa für den Umbau der ehemaligen Teigwarenfabrik in Huttwil in ein glutenfreies Zentrum ausgezeichnet. In einer eigens dafür konzipierten Halle werden seit 2012 ausschliesslich glutenfreie Brot-, Back- und Teigwaren hergestellt.

» [Auszeichnung für Jowa](#)

Umwelt

Die Migros leistet einen grossen Einsatz im betrieblichen Umweltschutz. 2013 gelang es ihr erneut, die Umweltbelastungen zu reduzieren. Nicht nur die Filialen, sondern auch die M-Industrie senkten Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen. Die regionalen Genossenschaften trugen massgeblich zur Vermeidung von Abfällen und zum Recycling bei. Seit 2013 nimmt die Migros als erste Detailhändlerin in der Schweiz alle Plastikflaschen aus dem Haushaltbereich zurück.

Energie und Klima

Mit der Klima- und Energiestrategie auf Kurs

Die Migros arbeitet daran, ihren Stromverbrauch und den Ausstoss von Treibhausgasen weiter zu senken. 2013 hat sie die Ziele ihrer Klima- und Energiestrategie 2020 konkretisiert und die Mitarbeitenden in ihre Anstrengungen zum Stromsparen einbezogen.

Seit vielen Jahren arbeitet die Migros daran, den Strom- und Energieverbrauch sowie den Ausstoss von Treibhausgasen systematisch zu senken. Mit ihrer Klima- und Energiestrategie 2020 anvisiert sie ambitionierte Ziele auf drei Ebenen: Die Migros will den Energieverbrauch und die Klimabelastung von Produkten senken, den Energieverbrauch und die Emissionen im Betrieb reduzieren sowie Kundinnen und Kunden beim energieeffizienten und klimafreundlichen Einkaufen unterstützen. In den vergangenen Jahren wurden weitere Unternehmen der Migros-Gruppe in das Umwelt- und Energiedatenmanagement eingeschlossen; für die Handelsunternehmen Globus, Interio, Denner und Migrol sowie für die Migros Bank und Hotelplan liegen Kennzahlen zu Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen vor.

Die Tabellen zu den Treibhausgasemissionen (THG) und zum Energieverbrauch der Migros-Gruppe finden Sie auf Seite 35. Die Systemabgrenzung der Treibhausgasemissionen gem. Greenhouse Gas Protocol finden Sie hier.

Konkrete Ziele

Der Genossenschaftliche Detailhandel hat die Ziele der Klima- und Energiestrategie in den letzten Monaten für alle Filialen, die zehn regionalen Betriebszentralen und die drei überregionalen Verteilzentralen konkretisiert. Die allgemeinen Ziele – zwischen 2010 und 2020 zehn Prozent weniger Strom zu verbrauchen und zwanzig Prozent weniger Treibhausgase (THG) auszustossen – wurden bestätigt. Die detaillierte Planung ergab, dass insbesondere beim Strom zusätzliche Anstrengungen nötig sind, um die angestrebten absoluten Werte zu erreichen, da das Flächenwachstum der Filialen kompensiert werden muss. Damit hat sich die Migros im Vergleich zu den schweizerischen THG-Emissionsreduktionsziele sehr ehrgeizige Ziele gesetzt.

Die 18 Industrieunternehmen der Migros haben mit der Umsetzung ihrer gesetzten Ziele begonnen. Sie peilen an, den Stromverbrauch jedes Jahr um ein Prozent und den Wärmeverbrauch um 1.8 Prozent pro produzierte Tonne zu reduzieren. Die CO₂-Emissionen aus Brennstoffen sollen zwischen 2010 und 2020 absolut um zehn Prozent gesenkt werden. Per Ende 2013 hat die M-Industrie gegenüber dem Vorjahr ihren Stromverbrauch um 0.7% und den Wärmeverbrauch um 5.4% pro produzierte Tonne reduziert; die CO₂-Emissionen aus Brennstoffen sanken gegenüber 2010 absolut um 5.5%.

Der Genossenschaftliche Detailhandel hat den Stromverbrauch gegenüber 2010 um 1.7% reduziert. Im selben Zeitraum stieg der durchschnittliche Stromverbrauch in der Schweiz um 0.6% an. Gegenüber dem Vorjahr sank der Stromverbrauch in der Migros gar um 2.8% reduziert. Vor allem in den Filialen sind deutliche Einsparungen zu erkennen. Dank Massnahmen wie effizienten CO₂-Kälteanlagen, Glastüren an Pluskühlmöbeln oder LED-Beleuchtung nahm der Stromverbrauch in den Filialen 2013 gegenüber dem Vorjahr gar um 3.1% ab. Die Treibhausgasemissionen hat die Migros gegenüber 2010 bereits um 8% reduziert.

Betriebliche Kälte

Seit Bekanntwerden der klimaschädigenden Wirkung synthetischer Kältemittel engagiert sich die Migros für die Minimierung von Kältemittelverlusten. Seit 2011 werden sämtliche Emissionen von Treibhausgasen, d.h. auch Kältemittelverluste, im Geschäftsbericht der Migros aufgeführt. Im Filialbereich verursachen Kältemittelverluste aus den herkömmlichen H-FKW Kältemitteln grössere Klimabelastungen als das CO₂ aus der Brennstoffverbrennung. Sämtliche Industrieunternehmen sowie der Genossenschaftliche Detailhandel sind inzwischen FCKW-frei. Als Standardkältemittel in neuen Kühlanlagen verwenden die Filialen Kohlendioxid (CO₂). Dieses natürlich in der Atmosphäre vorkommende Kältemittel wird aus Industrieprozessen nachgenutzt und verursacht keine zusätzliche Klimabelastung.

Die Migros betreibt bereits über 360 der über 2'000 Filialanlagen mit dem natürliche Kältemittel CO₂. Rund ein Drittel aller Filialen betreibt mindestens eine CO₂ – Kälteanlage. Im vergangenen Jahr hat die Migros dafür zum zweiten Mal in Folge eine Anerkennung der Environmental Investigation Agency erhalten. Momentan betreibt die Migros insgesamt noch 295 H-FCKW-Anlagen (2012: 439), die sie bis Ende 2014 ersetzen will. Ab Januar 2015 gilt hierfür ein Nachfüllverbot.

Stromspartage für Mitarbeitende

Ein Schwerpunkt war 2013 der Einbezug der Mitarbeitenden beim Stromsparen. Damit will die Migros dem in der Schweiz vorherrschenden Trend zum höheren Stromverbrauch entgegenwirken. In 18 Unternehmen fanden Stromspartage zu den vier Themen Beleuchtung, Standby-Geräte, Kälte und Wasser statt. Insgesamt konnten über 40'000 Mitarbeitende für das Stromsparen am Arbeitsplatz und zu Hause sensibilisiert werden. Die Mitarbeitenden reichten weit über 200 Ideen für Stromsparmassnahmen im eigenen Betrieb ein.

Sparsame Filialen

Bei den Filialen liegt das grösste Einsparpotenzial bei der Installation von energieeffizienter Technik im Rahmen von Um- und Neubauten. Ein gelungenes Beispiel dafür ist die Filiale Brunnen, wo nach dem Umbau der Stromverbrauch um die Hälfte und der Gasverbrauch auf null zurückgingen. Zu diesem Erfolg führten ein konsequenter Einsatz der LED-Technik für die Beleuchtung, ein optimiertes Haustechnikkonzept mit bedarfsabhängiger Lüftung sowie effiziente Kältetechnik.

Der Stromverbrauch lässt sich dank innovativer Kältetechnik sehr stark mindern, etwa durch CO₂- oder Propan-Kältekompressoren und Glastüren bei Pluskühlmöbeln. Mit den Glastüren sinkt der Stromverbrauch pro Laufmeter um 30 bis 45 Prozent im Vergleich zu herkömmlichen Kühlmöbeln. 2009 hat die Migros als erste Schweizer Detailhändlerin mit der Umrüstung begonnen. Inzwischen sind bereits 112 Migros-Filialen vollständig oder in einzelnen Bereichen mit Glastüren ausgestattet. Dies entspricht einer Länge von 2'991 Laufmetern Kühlmöbel.

Erneuerbare Energien

Die Migros reduziert ihre Treibhausgasemissionen nicht nur durch eine verbesserte Energieeffizienz, sondern auch, indem sie fossile Brennstoffe durch erneuerbare Energien ersetzt. Bereits neun Logistikzentralen verwenden Wärme aus Holz, Umwelt oder Fernwärme. 2013 wurde neu auch die Betriebszentrale der Migros Basel am Fernwärmenetz der Industriellen Werke angeschlossen. Der Anteil an erneuerbaren Energien am Gesamtwärmeverbrauch der Migros beträgt inzwischen 15.4% (2012: 15.6%).

Die Migros ist eine der grössten Abnehmerinnen von erneuerbarem Strom in der Schweiz und hat 2013 84 GWh zertifizierten Ökostrom bezogen (naturemade star und basic sowie nach TÜV zertifizierten Ökostrom). An der Produktion von Ökostrom beteiligt sich die Migros selber: Insgesamt 30 Solaranlagen mit einer installierten Leistung von 12'193 Kilowatt-Peak befinden sich auf Dächern von Migros-Gebäuden. Sie produzieren jährlich rund 11'400 MWh Strom, was einem Stromverbrauch von rund 2'500 Einfamilienhäusern entspricht.

«Mit der Photovoltaikanlage in Neuendorf hat die Migros das grösste Solarkraftwerk der Schweiz gebaut und damit aufgezeigt, dass in der Schweiz auch grosse Solaranlagen wirtschaftlich realisierbar sind. Dass im MVN neben der Solarstromproduktion auch an der intelligenten Steuerung der Stromverbraucher gearbeitet wird, zeigt dass es der Migros mit der Energiewende ernst ist.»

David Stichelberger
Geschäftsleiter aha!
Geschäftsleiter Swissolar

Minergie & erneuerbare Energien

	2009	2010	2011	2012	2013
Minergie-zertifizierte Fläche (1000m ² , Migros-Gruppe)	293.9	404.9	789.9	821.5	872.2
Bezug Öko-Strom (in GWh)	85	89	101	87	84
Solarstromanlagen (auf Migros-Dächern installierte Leistung in Kilowatt Peak)	750	2'604	3'220	4'690	12'190
Anteil Wärme aus erneuerbarer Energie (in %)	12.6	14.1	13.8	15.6	15.4

Mehr zum Thema Energie und Klima

Nachhaltiges Bauen

Die Migros hat sich zum Ziel gesetzt, ab 2014 alle Neu- und Umbauten von Migros-Filialen nach dem Standard «Nachhaltiges Bauen Migros» zu erstellen. Neben energieeffizienten Gebäudehüllen und Haustechnikanlagen beinhaltet dieser ökologische Baumaterialien sowie biologische Vielfalt in der Umgebungsgestaltung.

» [Nachhaltiges Bauen](#)

Grosses Solarengagement

Im August 2013 nahm der Verteilbetrieb in Neuendorf auf seinem Dach die grösste Fotovoltaikanlage der Schweiz in Betrieb. Im selben Monat eröffnete die Migros Wallis auf dem Einkaufszentrum «Forum des Alpes» eine Solaranlage.

» [Grosses Solarengagement](#)

Energieeffiziente Produkte

Die Migros gestaltet ihr Sortiment bewusst so, dass die Kundinnen und Kunden über eine grosse Auswahl an energieeffizienten Geräten verfügen. Besonders sparsame Produkte sind mit dem Topten-Label gekennzeichnet.

» [Energieeffiziente Produkte](#)

Ausgezeichnete Migros-Kälte

Die britische Environmental Investigation Agency (EIA) prüft regelmässig die Umweltverträglichkeit der Kältetechnik im europäischen Detailhandel, so auch im vergangenen Jahr. Von 21 untersuchten Unternehmen erhielten sieben die Auszeichnung «Green Cooling Leader», darunter die Migros.

» [Ausgezeichnete Migros-Kälte](#)

Minergie-Meisterin

Mit einer Gesamtfläche von 872'185 Quadratmetern bleibt die Migros Schweizermeisterin bei der Umsetzung des Minergie-Standards. Neben 41 Migros-Supermärkten sind über 50 andere Gebäude wie Bürogebäude, Wohnbauten der Migros Pensionskasse oder migrolino Tankstellen-Shops mit dem Label ausgezeichnet.

» [Minergie-Meisterin](#)

Kennzahlen Energie und Klima

Migros-Gruppe

Direkt und indirekt verursachte Treibhausgasemissionen (THG) 2013

Scope 1, 2 und 31, absolut

[in Tonnen CO₂eq]

	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)			Indirekte THG-Emissionen (Scope 2)		TOTAL (Scope 1, 2)	Andere indirekte THG-Emissionen (Scope 3)			TOTAL (Scope 3)
	Wärme	Treibstoff ⁵	Kältemittel	Elektrizität ⁶	Fernwärme		Fremdtransporte ⁷	Betriebsabfall ⁸	Personenflüge ⁹	
Genossenschaftlicher Detailhandel	23'412	26'907	29'908	83'880	73	164'179	6'083	20'200	1'292	27'575
Filialen	13'592		29'049	65'034	1'157	108'832			20	
Logistikbetriebe ²	9'820	26'907	859	18'845	-1'084	55'347	6'083		1'272	
Industrie	68'490	1'659	3'512	44'525	675	118'860		7'100	1'205	8'305
Genoss. Detailhandel + Industrie	91'901	28'565	33'420	128'405	748	283'039	6'083	27'300	2'498	35'881
Handel³	8'102		1'605	16'700		26'407				
Finanzdienstleistungen und Reisen⁴	274			1'221		1'495			396	396
Freizeitanlagen (Fitnessparks)	2'629			3'697	1'172	7'498				
TOTAL	102'906	28'565	35'025	150'023	1'920	318'439			2'894	36'277

Energieverbrauch 2013, absolut

[in GWh]

	Elektrizität	Wärme	Treibstoff ⁵	TOTAL
Genossenschaftlicher Detailhandel	631	134	105	871
Filialen	489	71		560
Logistikbetriebe ²	142	64	105	311
Industrie	335	384	6	725
Genoss. Detailhandel + Industrie	966	518	111	1'595
Handel³	126	27		152
Finanzdienstleistungen und Reisen⁴	9	1		10
Freizeitanlagen (Fitnessparks)	28	27		55
Total Energieverbrauch	1'129	573	111	1'813

¹ Scope der Treibhausgasemissionen gemäss Greenhouse Gas Protocol

² Betriebszentralen, Verteilbetriebe und MGB

³ Basierend auf Daten der Handelsunternehmen Globus, Interio, Migrol und Denner (enthält teilweise Hochrechnungen und Vorjahresdaten)

⁴ Basierend auf Daten der Unternehmen Migros Bank und Hotelplan Schweiz

⁵ Eigene Fahrzeugflotten der Migros-Genossenschaften und Scana

⁶ Gemäss Schweizer Verbrauchermix mit 132.9 g CO₂-eq/kWh Strom

⁷ LKW-Warentransport durch Transportpartner der Migros Genossenschaften

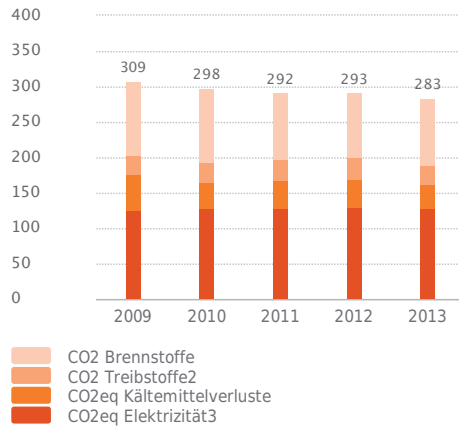
⁸ Berechnung basierend auf Emissionsfaktoren von 2010 der Schweizer Treibhausgasstatistik; in der industriellen Produktion fallen weniger Kehrriecht, aber v.a. CO₂-neutrale organische Abfälle an.

⁹ Geschäftsflüge der Mitarbeitenden; Kompensation über myClimate

Kennzahlen Energie und Klima

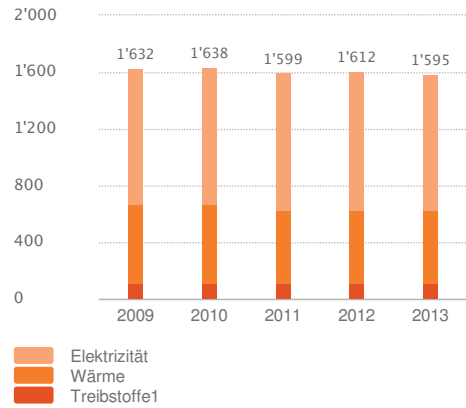
Genossenschaftlicher Detailhandel und Industrie

Treibhausgasemissionen (THG)¹, absolut
[in 1000 Tonnen CO₂-Äquivalente]



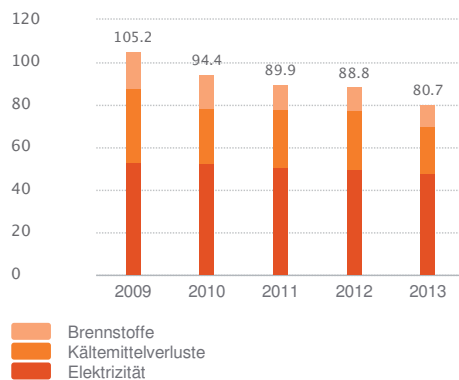
- ¹ Scope 1 und 2, gemäss Greenhouse Gas Protocol
- ² Eigene Fahrzeugflotten der Migros-Genossenschaften und Scana
- ³ Gemäss Schweizer Verbrauchermix mit 132.9 g CO₂eq/kWh Strom. Neuer Emissionsfaktor gemäss BAFU, zur Vergleichbarkeit auch auf Vorjahre angewandt.

Energieverbrauch, absolut
[in GWh]

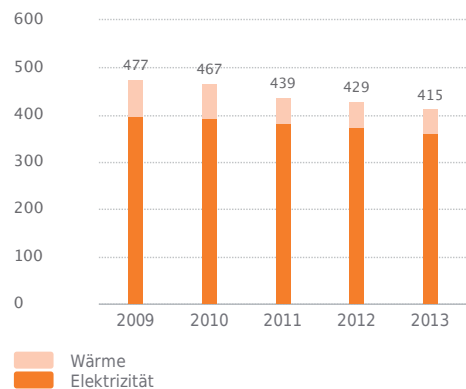


- ¹ Eigene Fahrzeugflotten der Migros-Genossenschaften und Scana

Spezifische Treibhausgasemissionen (THG), Filialen
[in kg CO₂-eq/m² Verkaufsfläche]



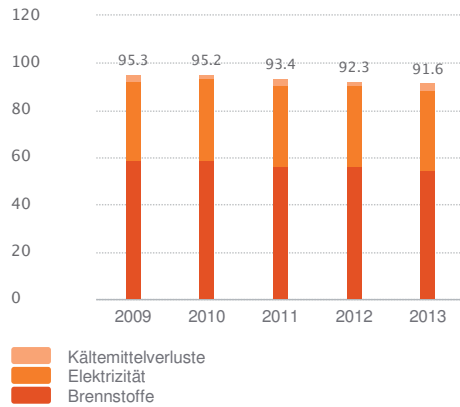
Spezifischer Energieverbrauch, Filialen
[in kWh/m² Verkaufsfläche]



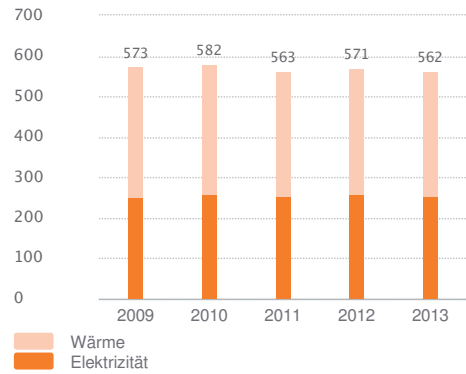
Kennzahlen Energie und Klima

Genossenschaftlicher Detailhandel und Industrie

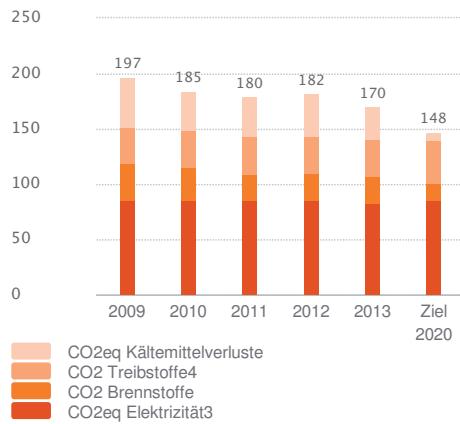
Spezifische Treibhausgasemissionen (THG), Industriebetriebe
[in kg CO₂-eq/t Produktion]



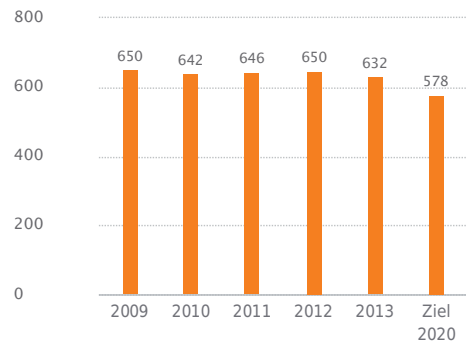
Spezifischer Energieverbrauch, Industriebetriebe
[in kWh/t Produktion]



THG-Emissionen Detailhandel¹
[in 1000 Tonnen CO₂-Äquivalente]



Elektrizität absolut Detailhandel
[GWh]

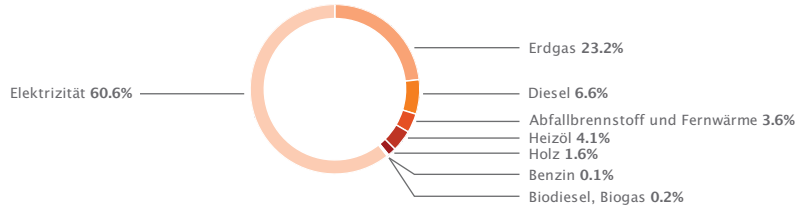


¹ Scope 1 und 2, gemäss Greenhouse Gas Protocol

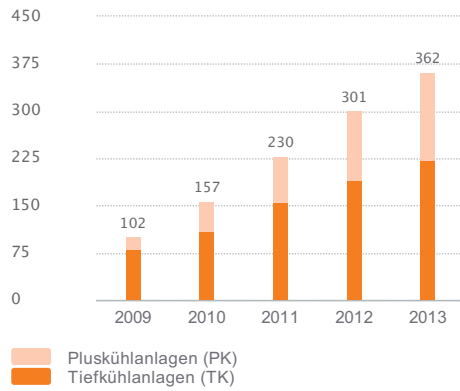
³ Gemäss Schweizer Verbrauchermix mit 132.9 g CO₂-eq/kWh Strom. Neuer Emissionsfaktor gemäss BAFU, zur Vergleichbarkeit auch auf Vorjahre angewandt.

⁴ inkl. LKW-Warentransport durch Dritte im Auftrag der Migros Genossenschaften (Scope 3)

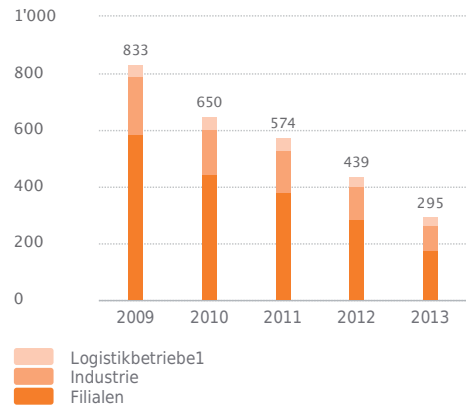
Anteil der Energieträger am Energieverbrauch



CO₂-Kälteanlagen in den Migros-Filialen
[Anzahl Anlagen]



H-FCKW-Kälteanlagen
[Anzahl Anlagen]



¹ Betriebszentralen, Verteilbetriebe und MGB

Transport und Mobilität

Sauber, effizient – und noch mehr per Bahn

2013 setzte die Migros vermehrt auf den kombinierten Verkehr, um noch mehr Transporte von der Strasse auf die Schiene zu verlagern.

Die internationale Beschaffungslogistik und die nationale Verteilung der Waren sind zentrale Bestandteile der Klima- und Energiestrategie 2020 der Migros. Für Binnentransporte setzt die Migros wenn immer möglich auf den Schienenengüterverkehr. So beträgt der Bahnanteil zwischen nationalen und regionalen Verteilzentren 75%. Für die letzte Meile zu den Supermärkten kann aber nicht auf Strassentransporte verzichtet werden. Deshalb verfügen die regionalen Genossenschaften über einen eigenen Fuhrpark von 557 Fahrzeugen, die jährlich 29.8 Mio. Kilometer zurücklegen. Hier setzt sich die Migros für effiziente Fahrten und saubere Fahrzeuge ein. 73% der gefahrenen Kilometer werden mit emissionsarmen Lastwagen der Euronormen 5 und 6 zurückgelegt.

Wachsender Bahnanteil

Mit jährlich über einer Mio. Tonnen Frachtaufkommen ist die Migros seit Jahren die grösste Kundin von SBB Cargo. 2013 legten Güterwaggons von SBB Cargo rund 10.7 Mio. Kilometer für die Migros-Gruppe zurück, das sind 8% mehr als im Jahr zuvor. Gründe dafür sind die Verlagerung von der Strasse auf die Schiene und der kombinierte Verkehr (KV): Zum Beispiel wurden Transporte zwischen dem Migros-Verteilzentrum Suhr (MVS) und der Betriebszentrale der Migros Waadt in Ecublens im Herbst 2013 vollständig auf die Bahn verlagert.

Zusätzlich setzt Globus seit März 2013 für lange Distanzen ausschliesslich auf den KV: Im Verteilzentrum Otelfingen wird die Ware filialkommissioniert in Wechselbehälter verladen und per Lastwagen zum Bahnterminal nach Dietikon gefahren. Von dort gelangen die Lieferungen auf der Schiene zu den Umschlagterminals in der Ost-, Süd- und Westschweiz. Die «letzte Meile» vom Terminal zur Verkaufsstelle wird mit dem Lastwagen zurückgelegt. Mit diesem Transportkonzept können jährlich 380 Tonnen CO₂ gespart werden.

Direktanschluss vom Hafen

«Die Migros Logistik setzt neue Standards in Bezug auf Effizienz und Nachhaltigkeit. Ein Beispiel dafür ist die Erschliessung der Containertransporte über die ligurischen Häfen, die dank den kürzeren Transportdistanzen zu erheblichen Einsparungen des CO₂-Verbrauchs führt. Eine Pionierleistung der Migros.»

Marek Fausel
Leiter Seefracht Schweiz und Mitglied
der Geschäftsleitung Panalpina Ltd.

Luftfrachtimporte machen einen marginalen Teil der gesamten Einfuhrmengen aus. Waren aus dem Fernen Osten gelangen in der Migros fast ausschliesslich per Schiff nach Europa. Sie achtet darauf, dass sie auf ebenso umweltfreundlichem Weg vom europäischen Empfangshafen weiterverfrachtet werden: 97% der Container werden per Bahn von den Seehäfen in die Schweiz transportiert, der Rest mit dem Rheinschiff. Der Lastwagen gelangt im grenzüberschreitenden Containerverkehr nur in Ausnahmefällen zum Einsatz.

Gut etabliert haben sich im Berichtsjahr auch die Bahntransporte aus den Südhäfen in Italien. Seit Mai 2013 werden Textilien aus Südindien nur noch über die italienischen Häfen eingeführt und anschliessend mit der Bahn in die Schweiz weiterbefördert, was die Reise um mehrere Tausend Kilometer verkürzt. Auf dem Weg zwischen Indien und dem Verteilzentrum werden mit dieser Lösung 30% Energie und 16% Kohlendioxid gespart. Zudem sind die Waren bis zu zwei Wochen schneller am Ziel als über den herkömmlichen Seeweg und Häfen in den Niederlanden und Deutschland. Ferner lässt die Migros als einzige Detailhändlerin Europas seit Jahren Bananen auf der Schiene von Bremerhaven in die hiesigen Reifereien transportieren.

Ökologie im Geschäftsverkehr

Die regionalen Migros-Genossenschaften und der Migros Industriebetrieb Saviva verfügen insgesamt über rund 780 Geschäftsautos, die jährlich knapp 20 Mio. Kilometer zurücklegen. Die Geschäftsfahrten machen rund 11% des gesamten Treibstoffverbrauchs des Unternehmens aus. Die Richtlinie zur Beschaffung von klimafreundlichen Geschäftswagen sieht vor, dass die PW-Flotte der Migros bis 2016 im Durchschnitt nur noch 130 Gramm CO₂ pro Kilometer ausstossen soll. Um dieses Ziel zu erreichen, setzt die Migros auf verbrauchsarme Personenwagen, zudem sind einige Elektroautos sowie Vollhybrid-Fahrzeuge im Einsatz. Per Ende 2013 wurde der CO₂-Ausstoss der PW-Flotte bereits auf 144 Gramm CO₂ pro Kilometer gesenkt. Mitarbeitende verschiedener Unternehmen der Migros-Gruppe können sowohl dienstlich als auch privat auf Mobility-Fahrzeuge zurückgreifen; geschäftlich legten sie damit 2013 rund 154'000 Kilometer zurück. Ausserdem erhalten Mitarbeitende verschiedener Migros-Unternehmen vergünstigte Abonnemente für den öffentlichen Verkehr. Die Migros fördert auch die Benutzung des Velos: 2013 nahmen über 1'000 Mitarbeitende verschiedener Migros-Unternehmen an der Aktion «Bike to Work» teil. Indem die Migros vermehrt Video- und Telefonkonferenzen durchführt, versucht sie auch, Flugreisen zu reduzieren. 2013 haben die CO₂-Emissionen um 14 Prozent auf rund 2'500 Tonnen abgenommen. Alle Geschäftsflüge des MGB, der regionalen Genossenschaften sowie der Industrie- und Logistikbetriebe werden über die Stiftung myclimate CO₂-kompensiert.

Mehr zum Thema Transport und Mobilität

Ökologie im Geschäftsverkehr

Die regionalen Migros-Genossenschaften und Scana verfügen insgesamt über rund 780 Geschäftsautos, die jährlich knapp 20 Mio. Kilometer zurücklegen. Die Migros hat entschieden, den CO₂-Ausstoss der PW-Flotte bis 2016 auf 130 Gramm CO₂ pro Kilometer zu beschränken.

» [Ökologie im Geschäftsverkehr](#)

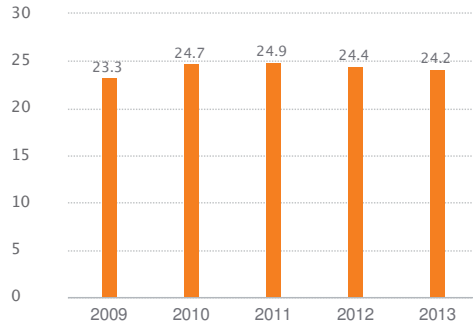
Mit dem Velo in die Migros

Die Migros setzt sich für eine klimafreundliche Mobilität ihrer Kundinnen und Kunden ein. Ihre Filialen sind optimal zu Fuss, mit dem Velo oder dem öffentlichen Verkehr erreichbar. Wer einen Grosseinkauf oder Sperriges zu transportieren hat, kann dafür einen Wagen oder ein Elektromobil mieten.

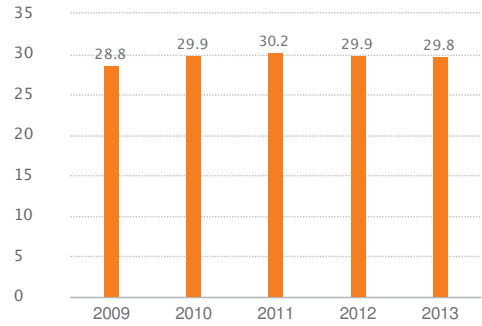
» [Mit dem Velo in die Migros](#)

Kennzahlen Transport und Mobilität
Genossenschaftlicher Detailhandel und Industrie

CO₂-Emissionen aus Warentransport LKW (eigene Flotte)
[in 1'000 Tonnen CO₂]

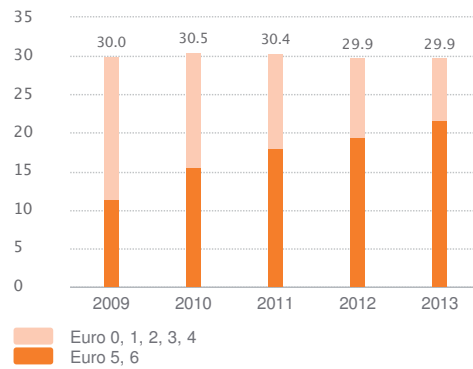


Spezifische CO₂-Emissionen aus Warentransport LKW (eigene Flotte)
[in gCO₂/Tonnenkilometer]¹

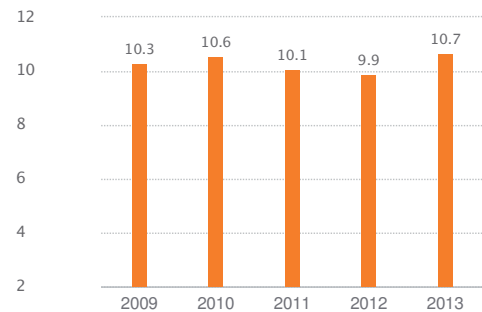


¹ Eigene Fahrzeugflotten der Migros-Genossenschaften und Scana

Kilometerleistung LKW nach Eurokategorie (eigene Flotte)
[in Mio. km]



Kilometerleistung Bahntransporte (Binnenverkehr Migros-Gruppe)
[in Mio. km]



Stickoxid- und Feinstaub-Emissionen
[in Tonnen]

	2009	2010	2011	2012	2013
Stickoxid- und Feinstaub-Emissionen					
Stickoxid-Emissionen ¹	149	126	114	102	88
Feinstaub-Emissionen ¹	2.9	2.5	2.1	1.8	1.5

¹ Berechnet auf Basis Kilometer und Euroklassen (LKW-Flotte Genossenschaften + Saviva)

Abfall und Recycling

Weniger Verpackung, besser recycelbar

Die Migros betreibt die grösste Recycling-Plattform der Schweiz. Als erste Detailhändlerin nimmt sie nun auch alle Plastikflaschen aus dem Haushaltbereich zurück. 2013 hat sie ihr Rücknahmesystem dafür vorbereitet.

Um Rohstoffe und Energie zu sparen, vermeidet die Migros Abfall und schliesst Stoffkreisläufe. Für die anfallenden Abfälle hat sie ein System zur Wiederverwertung entwickelt. Von den jährlich rund 236'000 Tonnen Abfällen – davon 14'000 Tonnen Kundenretouren – werden über 74% recycelt. Das Rücknahmesystem der Migros für Kundenretouren ist das umfangreichste in der Schweiz. Am stärksten fallen dabei die PET-Getränkeflaschen ins Gewicht: 2013 retournierten die Kundinnen und Kunden 9'375 Tonnen Flaschen.

Alle Plastikflaschen willkommen

Als erste Detailhändlerin der Schweiz nimmt die Migros systematisch sämtliche Plastikflaschen aus dem Haushaltsbereich zurück und lässt sie fachgerecht recyceln. Zusätzlich werden auch CDs und DVDs separat zurückgenommen. Ausgediente Plastikflaschen erhalten ein zweites Leben, zum Beispiel als Kabelrohre. Das Rezyklat der Datenträger wird unter anderem in Motorradhelmen eingesetzt.

Die Migros rüstete 2013 alle Recycling-Rücknahmestellen in den fast 600 Filialen um. Neben einem neuen Design im Stil der Generation-M-Kampagne und baulichen Anpassungen der Sammelvorrichtungen wurden auch die Entsorgungsprozesse angepasst. Das neue Recyclingangebot wurde den Kundinnen und Kunden mit Wettbewerben und Spielen vor Ort sowie Infotexten in der Eigenpresse nähergebracht.

Freiwillig für Kreisläufe

Mit ihrem ausgebauten Rücknahmesystem leistet die Migros einen Beitrag zur Grünen Wirtschaft. Eine einseitige Rücknahmeverpflichtung für Verpackungen beim Detailhandel, wie sie der Bund diskutiert, lehnt sie jedoch ab. Sie setzt auf freiwillige Massnahmen und stellt regelmässig unter Beweis, dass sie auch handelt. So setzen etwa verschiedene Migros-Take-Aways Mehrwegbehälter für Heissgetränke ein. In einigen Take-Aways der Migros Aare hatten Kunden zudem die Möglichkeit, sich ihr Mittagessen in robustes Mehrweggeschirr abfüllen zu lassen. Ausserdem beteiligte sich das Unternehmen 2013 am ersten nationalen Clean-Up-Day. In allen Take-Aways und Restaurants der Migros-Genossenschaft Aare erhielten Kunden, die an diesem Tag ihren Mehrwegbecher mitbrachten, ein kostenloses Heissgetränk.

Mit diesen Massnahmen sorgt die Migros für mehr Sauberkeit im öffentlichen Raum. Sie engagiert sich auch auf politischer Ebene gegen Littering und setzt auf partnerschaftliche, freiwillige und wirkungsvolle Lösungen. Bereits 2012 hat sie die Gespräche am Runden Tisch in Basel wieder aufgenommen, mit dem Ziel, freiwillige Massnahmen gegen das Littering weiter umzusetzen und

zu fördern. Für 2014 wird in diesem Kontext vom Detailhandel und der öffentlichen Hand gemeinsam eine grosse Kampagne zur Bewusstseinsbildung bei Jugendlichen durchgeführt. Die Migros erachtet freiwillige Massnahmen als wirkungsvoller als verordnete Gebühren, wie sie z.B. in der Stadt Bern aktuell diskutiert werden.

Lebensmittelabfälle

«Dank dem finanziellen Beitrag der Migros können wir einerseits die laufenden Betriebskosten decken, andererseits unsere Tätigkeit in der ganzen Schweiz ausbauen. Somit trägt die Migros dazu bei, dass wir noch mehr Nahrungsmittel vor der Vernichtung retten und noch mehr armutsbetroffene Menschen unterstützen können.»

Daniela Rondelli
Geschäftsleiterin Schweizer Tafel

Alex Stähli
Geschäftsführer Tischlein deck dich

Die Migros erhebt jährlich detaillierte Daten über ihre Lebensmittelabfälle. Die Zahlen belegen, dass 98.6% der angebotenen Lebensmittel auch als solche verwendet werden. Das heisst, sie werden verkauft oder vor dem Verfall vergünstigt an Mitarbeitende abgegeben. Zudem arbeitet die Migros seit Jahren mit karitativen Organisationen wie «Tischlein deck dich», «Schweizer Tafel» und «Partage» zusammen, um noch einwandfreie Lebensmittel an armutsbetroffene Menschen weiterzugeben.

Das 2013 lancierte Projekt «foodbridge» will erreichen, dass künftig noch mehr Nahrungsmittel Bedürftigen zugutekommen. Die Mitglieder der IG Detailhandel Schweiz, darunter die Migros, verpflichteten sich, «Tischlein deck dich» und «Schweizer Tafel» in den nächsten drei Jahren mit jährlich 680'000 Franken zu unterstützen. 2013 überprüfte das Unternehmen zudem eine Verlängerung der aufgedruckten Haltbarkeitsdaten. Beim Käse-Sortiment wurden bereits erste Korrekturen vorgenommen.

Umfassende Verpackungsstrategie

Sei einigen Jahren arbeitet die Migros daran, ihre Verpackungen ökologisch zu optimieren. 2013 erfasste sie erstmals umfassend die Verpackungsdaten ihrer Eigenindustrie und erarbeitete auf dieser Grundlage eine neue ganzheitliche Strategie über ökologischere Verpackungen. Schrittweise werden zuerst die eigenen Verpackungen, danach auch jene von wichtigen Drittlieferanten optimiert.

Im Berichtsjahr hat sie u.a. eine umweltgerechte Verpackung für ungekühlte Bio-Charcuterie eingeführt, die mit 60% weniger Plastik auskommt. Statt der bisherigen Plastikschaale kommt nun ein beschichteter FSC-Karton zum Einsatz. Dem Produktionsbetrieb Bina ist es zudem gelungen, die Verpackung von Fertigsalaten zu reduzieren, indem die Plastikdeckel durch eine Folie ersetzt werden. Je nach Verpackungsgrösse können so bis zu 38% Material eingespart werden. Die Migros versieht ökologisch optimierte Verpackungen neu mit einem Button, der die Verbesserungsleistung ausweist.

Mehr zum Thema Abfall und Recycling

Weniger Kartongebinde

Die Migros reduziert zusätzliche Verpackungen, indem sie beim Transport wiederverwendbare Kunststoffbehälter anstatt Kartonschachteln einsetzt. So zum Beispiel bei den meisten Milch- und Fleischprodukten. Durch die Verwendung von Mehrweggebinden werden jährlich über 90'000 Tonnen Karton eingespart.

» [Weniger Kartongebinde](#)

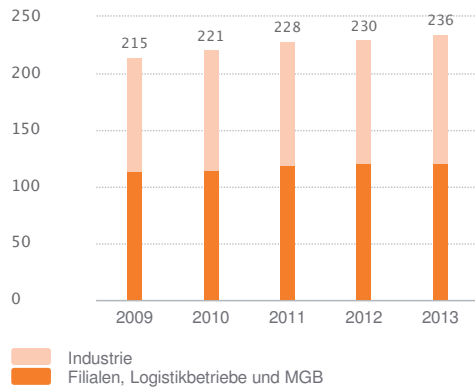
Gegen Lebensmittelabfälle

Der Verein «United Against Waste» ist eine neue Initiative von Schweizer Unternehmen, die sich zum Ziel gesetzt hat, die Lebensmittelabfälle in der Food-Service-Branche bis 2020 zu halbieren. Gründungsmitglied ist der Migros-Industriebetrieb Saviva, der im Bereich Gastronomie-Grosshandel tätig ist.

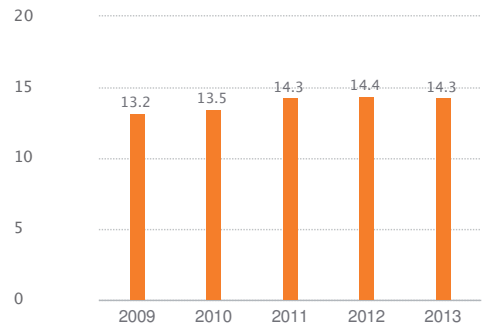
» [Gegen Lebensmittelabfälle](#)

Kennzahlen Abfälle und Recycling

Abfälle, total
[in 1'000 Tonnen]

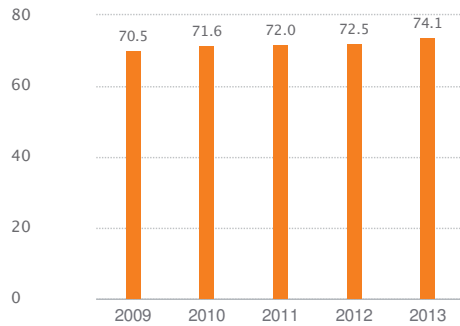


Abfälle, spezifisch
[in Kilogramm/1'000 CHF Umsatz]¹



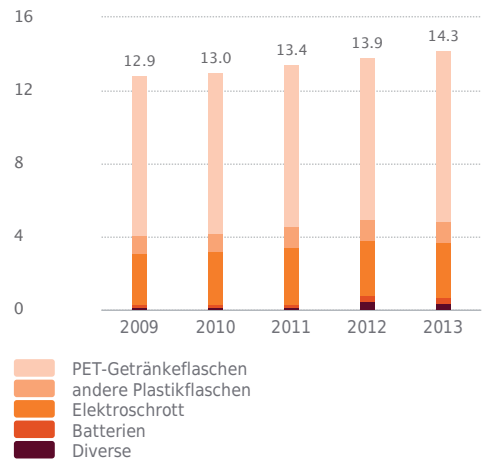
¹ Ertrag Detailhandel und Industrie Migros (Migros-Genossenschaften exkl. tegut..., MGB, Industrie- und Logistikbetriebe)

Recyclingquote Abfälle¹
[in Prozent]

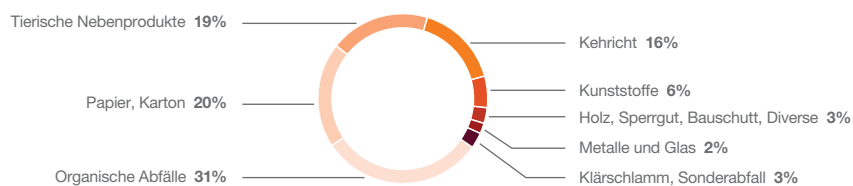


¹ Stoffliches Recycling, Tierfutter, Vergärung, Kompositierung ohne thermische Verwertung (Verbrennung)

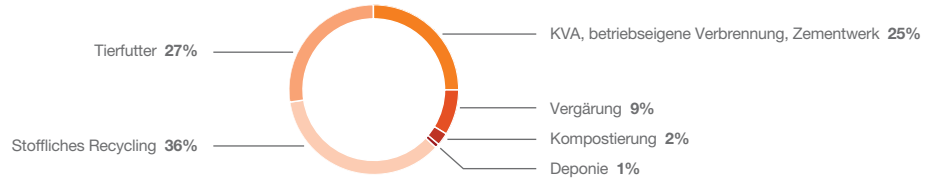
Kundenretouren nach Art
[in 1'000 Tonnen]



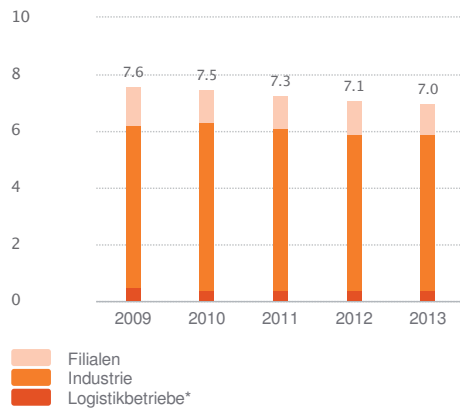
Zusammensetzung Abfälle



Entsorgungsprozess Abfälle

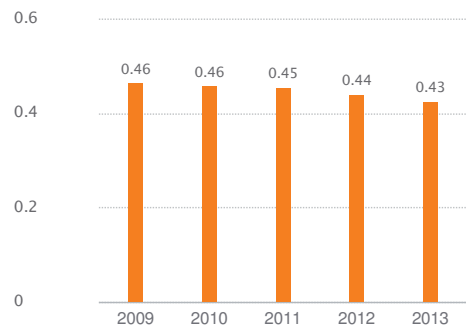


Wasserverbrauch, absolut
[in Mio. m³]



* Betriebszentralen, Verteilbetriebe und MGB

Wasserverbrauch, spezifisch
[in Mio. m³/1'000 CHF Umsatz¹]



¹ Ertrag Detailhandel und Industrie Migros (Migros-Genossenschaften, MGB, Industrie- und Logistikbetriebe)

Gesellschaft

Die Bevölkerung der Schweiz steht im Mittelpunkt des vielfältigen sozialen Engagements der Migros – ganz im Sinne ihres Gründers Gottlieb Duttweiler. Über das Migros-Kulturprozent, die Sponsoring-Aktivitäten und den Hilfsfonds leistet die Migros ihren grössten gesellschaftlichen Beitrag. Durch den Förderfonds Engagement der Migros-Gruppe wird diese gesellschaftliche Verantwortung auf die Migros-Gruppe ausgeweitet.

Das Migros-Kulturprozent

Die Migros stellte 2013 CHF 120 Mio. dem Migros-Kulturprozent zur Verfügung, um im Sinne ihres Gründers Gottlieb Duttweiler der Gesellschaft «etwas zurückzugeben». Bis ins Jahr 2020 wird sie weitere CHF 1 Mrd. in Kultur, Bildung, Freizeit und soziale Projekte investieren.

Das Migros-Kulturprozent wurde 1957 in den Statuten verankert und setzt sich mit seinen Institutionen und Projekten in den Bereichen Kultur, Gesellschaft, Bildung und Freizeit für den gesellschaftlichen Zusammenhalt der Menschen in der Schweiz ein. Das freiwillige Engagement erfolgt auf Basis eines festen Prozentsatzes des Umsatzes im Detailhandel und ist weltweit einzigartig. Mit einer breit gefächerten Onlinestrategie orientiert das Migros-Kulturprozent die Öffentlichkeit ausführlich über seine vielfältigen Engagements und Förderaktivitäten.

Nachhaltige Impulse für die Kultur

Die Förderaktivitäten des Migros-Kulturprozent im Bereich der zeitgenössischen Kultur tragen den Entwicklungen der heutigen Gesellschaft Rechnung und ermöglichen einem breiten Publikum den Zugang zu qualitativ hochstehenden Projekten, die in der Schweizer Kulturlandschaft bedeutende Impulse setzen.

Gleich zwei Gewinner des Migros-Kulturprozent CH-Dokfilm-Wettbewerbs konnten 2013 ihre fertigen Filme der Öffentlichkeit präsentieren: «Zum Beispiel Suberg» von Simon Baumann (Preisträger 2010) wurde im internationalen Wettbewerb des Festivals Visions du Réel uraufgeführt und fand im Herbst grosse Beachtung in den Deutschschweizer Kinos und Medien. Und im Wettbewerb des Zurich Film Festival lief «Service inbegriffe» von Eric Bergkraut (Preisträger 2011), dessen Kinostart im Frühling 2014 folgt. Das Migros-Kulturprozent begleitet und finanziert die Arbeit der Preisträger des CH-Dokfilm-Wettbewerbs von der Idee bis zum Endprodukt.

Das junge Klaviertrio Rafale begeisterte in der Tonhalle Zürich am 14. Kammermusik-Wettbewerb des Migros-Kulturprozent Jury und Publikum gleichermaßen und gewann die Auszeichnung zum «Migros-Kulturprozent-Ensemble» wie auch den Publikumspreis. Das Migros-Kulturprozent unterstützt begabte Nachwuchstalente mit finanziellen Beiträgen und Auftrittsmöglichkeiten. Talente mit einem besonders grossen Potenzial erhalten zudem eine nachhaltige Förderung samt Talentplattform und Konzertvermittlung, Engagements und Beratungen. Bei Konzerten der vermittelten Musikerinnen und Musiker übernimmt das Migros-Kulturprozent zwei Drittel des Honorars.

An der Frankfurter Buchmesse wurde die Anthologie «Moderne Poesie in der Schweiz» vorgestellt, die das lyrische Schaffen in der Schweiz vom Beginn des 20. Jahrhunderts bis heute reflektiert – erstmals in seiner ganzen Breite. Der von Roger Perret im Auftrag des Migros-Kulturprozent herausgegebene Band umfasst gegen 600 Werke von rund 250 Autorinnen und Autoren. Lyrische Prosa ist ebenso berücksichtigt wie Wort-Bild-Arbeiten, Mundartgedichte oder Songtexte. Das Buch stiess auf ein grosses Publikumsinteresse und wurde von Kritikern im gesamten deutschsprachigen Raum gelobt.

Mit IntegrART engagierte sich das Migros-Kulturprozent zum vierten Mal für die Aufhebung von normativen Grenzen zwischen Menschen mit und ohne Behinderung in den darstellenden Künsten. In Kooperation mit lokalen Festivals in Basel, Bern, Genf und Zürich präsentierte IntegrART nationale und internationale Tanz- und Musikproduktionen. Im Mai 2013 fand zudem das Symposium «Vom Abfall zur Avantgarde – schöne Aussichten!» statt. Dabei wurde untersucht, was der Schönheitswahn für die Selbstverwirklichung des Menschen und für darstellende Künstlerinnen und Künstler mit einer Behinderung bedeutet.

Engagement für den gesellschaftlichen Zusammenhalt

Das Migros-Kulturprozent realisiert Projekte in gesellschaftlich relevanten Feldern und engagiert sich dafür, dass sich die gesamte Bevölkerung aktiv an Prozessen zur Stärkung der Zivilgesellschaft beteiligen kann.

2013 konzipierte die Generationenakademie das spartenübergreifende Projekt GiM – Generationen im Museum. Dieses fördert mit Fachtagungen und Projektunterstützung Begegnungen zwischen Menschen unterschiedlicher Generationen in Museen der Deutschschweiz.

Zum zweiten Mal haben das Migros-Kulturprozent und die Eidgenössische Kommission für Migrationsfragen EKM das gemeinsame Förderprogramm kontakt-citoyenneté ausgeschrieben. In der ersten Runde im Jahr 2011 wurden 30 integrative Projektideen mit insgesamt CHF 320'000 unterstützt, und über 450 Personen setzten diese in interkulturellen Teams und mit Freiwilligenarbeit um. Die Veranstaltungen haben gezeigt, dass sich die Schweizer Bevölkerung durchaus für Themen wie Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt interessiert.

Mit dem Wettbewerb x-hoch-herz ermuntert das Migros-Kulturprozent Schulen, sich im Unterricht mit den Themen «freiwillig helfen» und «Verantwortung übernehmen» auseinanderzusetzen. Im Schuljahr 2012/2013 ging es um Songtexte zum Thema «Guets tue tuet guet!», eingereicht wurden 500 Songs und Raps aus der ganzen Schweiz. Die Gewinnerklassen konnten ihren Song unter professionellen Bedingungen im Tonstudio aufnehmen, die fünfzehn prämierten Titel sind auf einer CD erschienen und auch online hörbar.

Die Migros-Filiale Bubenberg in Bern lancierte im August 2013 mit Unterstützung des Migros-Kulturprozent ein Pilotprojekt, das den Begriff der sozialen Verantwortung neu definiert: Junge Erwachsene mit gesundheitlichen oder sozialen Beeinträchtigungen erhalten die Möglichkeit, eine Ausbildung zu absolvieren, um sich besser am Arbeitsmarkt zu positionieren. Die Lernenden mit Leistungseinschränkung sind zu normalen Konditionen angestellt und besuchen die öffentliche Berufsschule, dank einer individuellen Betreuung durch die Migros haben sie die Chance auf einen erfolgreichen eidgenössischen Lehrabschluss.

«Bildung für alle» – eine Realität seit 1944

Migros-Gründer Gottlieb Duttweiler setzte sich für das Prinzip «Bildung für alle» ein und bot bereits 1944 erste Sprachkurse in Italienisch, Französisch, Englisch, Spanisch und Russisch an. Das Migros-Kulturprozent führt Duttweilers Vision weiter und unterstützt mit rund der Hälfte seines Budgets die Klubschule Migros und die Eurocentres, das GDI Gottlieb Duttweiler Institute und den Gottlieb Duttweiler Lehrstuhl an der Universität St. Gallen. Das Thema Bildung hat traditionell für das Migros-Kulturprozent einen hohen Stellenwert. Es wird bewusst weit gefasst und berücksichtigt neben Bildung und Weiterbildung im engeren Sinne eine ganze Palette an Bildungsmöglichkeiten – bis hin zur kulturellen Selbstbefragung.

Die Klubschule Migros ist die grösste Erwachsenenbildnerin der Schweiz und bietet dank dem Migros-Kulturprozent für jede Lebenslage eine Vielzahl von Kursen und Lehrgängen in allen Regionen an. Sie identifiziert Lücken im Bildungssystem und hilft den Lernenden dabei, gezielt eine Brücke zwischen den Bildungswegen zu schlagen, zum Beispiel, um ein Diplom zu erwerben. Zum breiten Sprachangebot kommen die Bereiche Kultur und Kreativität, Bewegung und Gesundheit, Management und Wirtschaft, Informatik und Neue Medien sowie Ausbilderinnen und Ausbilder hinzu.

Die Zahlen für das Jahr 2013:

8'911'000	Teilnehmerstunden
391'000	Kurs- und Lehrgangsteilnehmende
53'000	durchgeführte Kurse und Lehrgänge
7'500	Kursleitende
1'600	Mitarbeitende
600	verschiedene Kurs- und Lehrgangangebote
50	verschiedene Standorte

«Die Klubschule Migros ist Teil der Schweitzer DNA – gleichbedeutend mit Schokolade, Uhren oder dem Matterhorn. Ebenso wie das Lernen selbst ist sie ein integraler Bestandteil unserer Kultur; alle Menschen hierzulande besuchen irgendwann einmal einen Kurs der Klubschule Migros. Das ist eine Tatsache.»

Dr. Xavier Comtesse
 Directeur Romand bei Avenir Suisse
 und Beirat DIPLOMA der Klubschule
 Migros

Mehr als 100'000 Personen haben ihre Sprachkenntnisse bereits auf der Website der Klubschule Migros getestet. Diese Dienstleistung wurde 2013 überarbeitet: Neu passt sich der Schwierigkeitsgrad dem Wissen der Kandidaten an.

Die Klubschule Migros stellt ihren Studierenden schweizweit anerkannte DIPLOMA-Abschlüsse aus. Im Beirat finden sich namhafte Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Bildung. Diese Persönlichkeiten unterstützen die Strategieentwicklung und die Qualitätssicherung bei den DIPLOMA-Abschlüssen. Damit engagiert sich die Klubschule Migros als private Bildungsanbieterin dafür, dass die bildungspolitischen Ziele der Schweiz auf dem Weiterbildungsmarkt angemessen berücksichtigt werden.

Das Lernen von Fremdsprachen im Sprachgebiet ermöglicht neue Zugänge zu anderen Kulturen und Menschen. Mit der Stiftung Eurocentres will das Migros-Kulturprozent diesen Zugang möglichst vielen Menschen vor Ort verschaffen. 2013 eröffnete die neue Eurocentres-Schule in London in der Gegend des Eltham Palace. Parallel dazu wurde der bisherige Standort in London Central renoviert und mit neuer Technologie ausgestattet.

Im Berichtsjahr ging die innovative Plattform «my.Eurocentres» online, die es den Studierenden erlaubt, ihren Lernfortschritt online zu überprüfen und sich zu verbessern. my.Eurocentres enthält Multimedia-Übungen, Aufgaben und Bewertungen der Lehrenden sowie eine App zum Trainieren des Wortschatzes. Zudem bietet sie ein soziales Netzwerk innerhalb der Schule, mit dem Aktivitäten organisiert und Freundschaften auch nach Beendigung eines Sprachaufenthalts gepflegt werden können.

2013 entstand ausserdem die Marke Unicentres. Sie bietet Vorbereitungskurse auf ein Studium im Ausland an und arbeitet eng mit renommierten Universitäten in Grossbritannien, in den USA und Kanada zusammen. Neu garantiert Eurocentres das Bestehen des Cambridge-ESOL-Examens mit einer «Exam Success Garantie». Alle Eurocentres-Schulen in Grossbritannien wurden von anerkannten externen Institutionen auf ihre Qualität geprüft und als überdurchschnittlich gut bewertet.

1962 legte Gottlieb Duttweiler persönlich den Grundstein zum GDI Gottlieb Duttweiler Institute in Rüschlikon, das seit seiner Eröffnung 1963 einen festen Platz im Migros-Kulturprozent einnimmt. Auf der Basis von Duttweilers Leitsatz «Der Mensch im Mittelpunkt und nicht das Kapital» erforscht und diskutiert der älteste Think-Tank der Schweiz zukunftsrelevante Entwicklungen und Megatrends aus den Bereichen Konsum, Handel, Wirtschaft und Gesellschaft.

Zu seinem 50-Jahr-Jubiläum stellte das GDI 2013 an öffentlichen Veranstaltungen einige ökonomische Gewissheiten in Frage. Den Anfang machte eine Neubetrachtung der Wirtschaft durch den tschechischen Ökonomen Tomáš Sedláček. Mit Matthias Sutter (Uni Innsbruck) folgte ein Vertreter der Verhaltensökonomie, der das nichtrationale Wesen des Menschen untersucht. Für kontroverse Debatten sorgten Wachstumsskeptiker Robert J. Gordon (Northwestern University) und der Vordenker der Occupy-Bewegung, David Graeber. Den Höhepunkt des Jahres bildete die Verleihung des Gottlieb-Duttweiler-Preises an den Verhaltensökonom und Querdenker Ernst Fehr von der Universität Zürich.

2013 führte das GDI zwölf Eigenveranstaltungen durch. Hinzu kamen diverse Kundenanlässe, an denen Auftrags- und Partnerstudien vorgestellt wurden. Zwei Eigenstudien erhielten grosse Beachtung: «European Food Trends Report 2013» und «Sharity: Die Zukunft des Teilens». Über 160-mal referierten die GDI-Forschenden im In- und Ausland. Die Bereiche Gastronomie und Gastveranstaltungen legten in der ersten Jahreshälfte den Grundstein für ein erfolgreiches Jahr.

Das Lehrangebot des Gottlieb Duttweiler Lehrstuhls für Internationales Handelsmanagement der Universität St. Gallen erfreute sich 2013 einer regen Nachfrage bei den Studierenden. Auf Bachelorstufe kam neu der Kurs «Market Intelligence im kulturellen Kontext» hinzu, auf Masterstufe wurden «Customer Value im Handel» und «Internationales Handelsmarketing» gelehrt, und auf Doktoratsstufe «Writing Proposals for Academic Conferences». Der Lehrstuhl betreute 55 Bachelorarbeiten, 36 Masterarbeiten und 3 Dissertationen.

Die Kompetenzzentren «E-Commerce» und «Retail Branding» sowie das neue Zentrum für «Preismanagement» erarbeiten Forschungsergebnisse für Wissenschaft und Praxis. Der St. Galler Inter-nettag thematisierte, wie Unternehmen mobile Kunden emotional verwurzeln, und stellte die Studie «Der Schweizer Online-Handel. Internetnutzung Schweiz 2013» vor. Fünf Branchenstudien analysierten Trends und Veränderungen im Kundenverhalten des Schweizer Detailhandels.

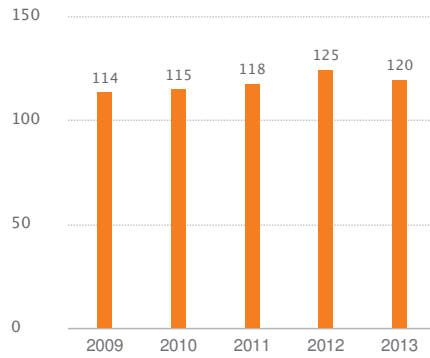
Für eine aktive Freizeitnutzung

Das Migros-Kulturprozent bietet der Schweizer Bevölkerung diverse Angebote für die aktive Freizeitgestaltung in der stadtnahen Natur. Im Zentrum stehen dabei vier Parks «im Grünen» sowie der Ausflugsberg Monte Generoso. Die Institutionen bieten Erholung, Naturerlebnis, Events und Gastronomie für Jung und Alt.

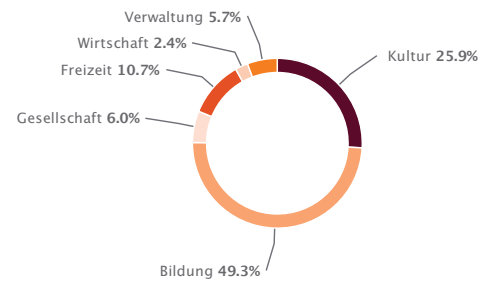
- Im Park im Grünen in Münchenstein fand während den Sommerferien täglich ein Kindertheater statt. Das Stück «Glaini Häggs Tintegläggs» begeisterte ebenso wie das zweitägige «Lilibiggs-Kinder-Festival». Neben dem «Drachenfest» und den Theaterabenden für Erwachsene war das Open-Air «Summerstage» mit internationalen Musikgrössen ein weiterer Höhepunkt.
- Im Park «im Grüene» Rüschlikon waren 2013 grosse Namen angesagt. So gastierte etwa Noëmi Nadelmann mit dem Zürcher Kammerorchester im Park. Im Herbst war der «Russ im Bergell» mit alpinen Abenteuern zu Gast. Der nahe gelegene Orange Garten, die begehbbare, interaktive Geschichte der Migros, stiess auf grosses Publikumsinteresse.
- Im Gurten-Park überraschten am Wochenende Bands aller Stilrichtungen die Besucherinnen und Besucher. Rund 5'000 Gäste sahen im April «Robin Hood» in einem Zirkuszelt. Das Gurtenfestival im Juli erlebte mit 77'000 Fans einen neuen Zuschauerrekord. Auf der Mountainbike-Strecke fand 2013 die Europameisterschaft statt, die rund 8'000 Sportlerinnen und Sportler anzog.
- Der Park Pré Vert du Signal de Bougy stand im Zeichen der Wiedereröffnung des aufwändig renovierten Restaurants. Zum neuen Angebot zählen Produkte aus der Region, mehr Ökologie und ein grösserer Komfort für die Gäste. Ebenfalls ausgebaut wurden die Dienstleistungen für die Besucherinnen und Besucher des Parks, darunter Gratis-Aufführungen für Kinder und Kochkurse.
- Auf dem Monte Generoso wurde das Neubauprojekt auf dem Kulm vorangetrieben, das nach einem Felsrutsch notwendig wurde. Der Neubau wird vom Tessiner Architekten Mario Botta konzipiert. Das meteorologisch aussergewöhnliche Jahr widerspiegelte sich auch in den Gästezahlen, die (bei weiterhin reduziertem Angebot auf dem Kulm) auf dem Stand 2012 blieben.

Kennzahlen zu Migros-Kulturprozent

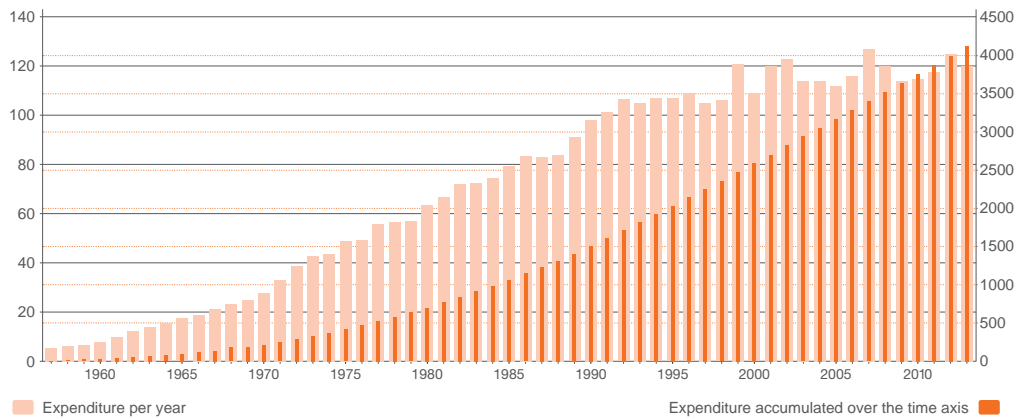
Ausgaben Migros-Kulturprozent
[in Mio. CHF]



Aufteilung der Ausgaben Migros-Kulturprozent nach Bereich 2013
[in %]



Migros-Kulturprozent Ausgaben 1957–2013
[in Mio. CHF]



Soziales Engagement

Gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen ist ein wesentlicher Auftrag der Migros, der durch Gottlieb Duttweiler fest im Wertesystem des Unternehmens verankert wurde. Ausdruck davon sind – neben dem weltweit einzigartigen Migros-Kulturprozent – der Förderfonds Engagement der Migros-Gruppe, die Spendentätigkeit und der Migros-Hilfsfonds.

Der Förderfonds Engagement der Migros-Gruppe

Der Förderfonds Engagement der Migros-Gruppe setzte 2013 erste Schwerpunkte in Kultur, Nachhaltigkeit und Wirtschaft. Mit diesem Fonds weitet die Migros – ergänzend zum Migros-Kulturprozent – ihre gesellschaftliche Verantwortung auf weitere Unternehmen der Migros-Gruppe aus. Der Förderfonds Engagement der Migros-Gruppe speist sich aus zehn Prozent der Dividende einzelner Unternehmen der Migros-Gruppe, darunter Denner, Globus, Migros Bank und Migrol. 2013 wurden insgesamt CHF 8.7 Mio. zur Verfügung gestellt (ausgegeben CHF 4.8 Mio.).

2013 nahm die neu gegründete Geschäftsstelle ihre Tätigkeit auf. Im Juni 2013 lancierte der Förderfonds Engagement der Migros-Gruppe an der Art Basel seine Designförderung, von der u.a. die Plattform «Mode Suisse» profitiert. Sie stellt Schweizer Modeschaffenden vor und unterstützt Designerinnen und Designer darin, sich auf dem Markt zu etablieren. Den Bereich Produktdesign fördert der Fonds durch seinen «Creative Hub».

Ein weiterer Schwerpunkt widmet sich risikoreichen, innovativen Pilotprojekten im Bereich Nachhaltigkeit im Sinne einer Anschubfinanzierung. Dazu zählen nachhaltige Beheizungssysteme in Gewächshäusern, nachhaltige Verpackungen sowie Ersatzstoffe für Palmöl. Mit Hilfe des Förderfonds Engagement der Migros-Gruppe wird zudem auf den Malediven ein Ausbildungs- und Begegnungszentrum für nachhaltigen Thunfischfang errichtet.

Der Gesellschaft etwas zurückgeben: das Migros-Kulturprozent

Mit dem Migros-Kulturprozent investiert die Migros im Rahmen ihrer gesellschaftlichen Verantwortung jährlich einen substanziellen Betrag, um der Schweizer Bevölkerung im Sinne Gottlieb Duttweilers «etwas zurückzugeben». Für das weltweit einzigartige, freiwillige Engagement konnten 2013 CHF 120 Mio. eingesetzt werden. Seit der Gründung des Migros-Kulturprozent engagierte sich die Migros mit rund CHF 4.1 Mia. für ein Leben mit Mehrwert.

Das Migros-Kulturprozent wurde 1957 von Gottlieb Duttweiler als eigenständiger Geschäftszweck in den Migros-Statuten festgeschrieben – gleichberechtigt neben der Vermittlung von günstigen Waren und Dienstleistungen. Damit wurde die gesellschaftliche Verantwortung nachhaltig und unabhängig vom Konzerngewinn tief im Bewusstsein des Unternehmens verankert. Der Migros-Genossenschafts-Bund und die zehn regionalen Genossenschaften verpflichten sich zu einem jährlichen Beitrag, der sich auf der Grundlage des Umsatzes berechnet und auch bei rückläufigem Geschäftsgang ausgerichtet wird.

Das vielfältige Engagement des Migros-Kulturprozent gliedert sich in die Bereiche Kultur, Gesellschaft, Bildung und Freizeit. Tragende Säulen sind seine schweizweiten und regionalen Institutionen und Projekte, die breite Bevölkerungskreise ansprechen, vom Migros-Museum für Gegenwartskunst bis zur Grossmütterrevolution, von den vier Parks «im Grünen» bis zum Roboterwettbewerb für Jugendliche, von der Klubschule Migros bis zur individuellen Förderung begabter Nachwuchstalente. Zentrales Anliegen ist es, den Menschen den Zugang zu aktuellen künstlerischen Ausdrucksformen zu vermitteln und sie zu befähigen, am sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Wandel der Gesellschaft teilzunehmen.

Migros Hilfsfonds: Hilfe zur Selbsthilfe

Insgesamt 23 Projekte von anerkannten Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit oder von privaten Initiativen erhielten 2013 eine finanzielle Zuwendung aus dem Migros-Hilfsfonds. Dazu gehören in der Schweiz der Tierpark Goldau, der einen Beitrag an den Neubau der Bartgeier-Volière erhielt, oder die Naturschutzorganisation Pro Natura für ihren Einsatz für Alpwirtschaften. Beiträge an Projekte im Ausland erhielten u.a. die Stiftung Biovision, die mit Kamelhaltung gegen Dürren vorgeht, die Organisation Helvetas für ein Frauenförderungsprojekt in Moçambique und die Fondation Aide aux Enfants, die in Kolumbien ein Erziehungsprogramm für Kinder im Vorschulalter anbietet.

Seit 1979 unterstützt der Migros-Hilfsfonds soziale und ökologische Projekte der Entwicklungszusammenarbeit im In- und Ausland. Dafür stehen jährlich CHF 1 Mio. zur Verfügung; Mehr als CHF 34 Mio. konnten bisher investiert werden. Die vom Hilfsfonds berücksichtigten Projekte haben zum Ziel, Minderheiten zu fördern und die regionale Bevölkerung mit einzubeziehen. Sie sind professionell aufgebaut, verfolgen das Prinzip der Hilfe zur Selbsthilfe und weisen sich über einen nachhaltigen Ansatz aus. Die ausgewählten Projekte erhalten in der Regel zwischen CHF 40'000 und CHF 100'000.

Die Migros spendet

Im Rahmen verschiedener Spendenaktionen engagiert sich die Migros für benachteiligte und notleidende Menschen. Zu den wichtigsten gemeinnützigen Zuwendungen 2013 zählen:

- Die Spende von CHF 1 Mio. zugunsten der Opfer der Verwüstungen des Taifuns «Haiyan» auf den Philippinen. Der Betrag wurde im Sinne einer schnellen und unkomplizierten Soforthilfe der Stiftung Glückskette überwiesen.
- Anlässlich einer Weihnachts-Spendenaktion im Rahmen der Partnerschaft der Migros mit der Stiftung Pro Juventute sammelten Kundinnen und Kunden CHF 559'515. Die Migros verdoppelte den Betrag auf gut CHF 1.1 Mio. Unterstützt werden Projekte zugunsten von Kindern und Jugendlichen in Not, darunter insbesondere der Ausbau der Notrufnummer 147, die von täglich über 400 Kindern angewählt wird.
- Einwandfreie Lebensmittelspenden an die karitativen Organisationen «Tischlein deck dich», «Schweizer Tafel» und «Partage», die sich in der Dachorganisation «Food Bridge» zusammenschlossen haben. Die Mitglieder der IG Detailhandel Schweiz, darunter auch die Migros, unterstützen die Organisationen in den nächsten drei Jahren zudem mit jährlich CHF 680'000.
- Spenden von nicht verkaufter Ware im Nonfood-Bereich (Kleider, Unterwäsche, Schuhe, Körperhygieneartikel, Büromaterial etc.) an wohltätige Organisationen. 2013 erhielten das Hilfswerk AVC Waren im Wert von rund CHF 3.5 Mio., die Caritas von CHF 270'000, die Stiftung Pfarrer Sieber von CHF 60'000, die Rumänienhilfe von CHF 157'000 und ein Kinderheim in Peru von CHF 46'000.

Freizeitanlagen

Die Migros hat 2013 ihre führende Position im Schweizer Fitness- und Wellnessmarkt durch die Neueröffnung von neun Fitnesscentern weiter ausgebaut. Die Intercity-Card für mehr Bewegung und Gesundheit gilt mittlerweile in 53 Städten und über 60 Anlagen.

Freizeitanlagen – mehr Lebensqualität für alle

Unserer hektischen Welt begegnet die Migros mit Orten der Entspannung für Körper und Geist seit den 1970er Jahren mit ihren Freizeitanlagen. Jahrzehnte vor dem Wellness-Trend hat sie sich bereits als Leaderin im Freizeit- und Gesundheitsmarkt etabliert. Durch den Ausbau des Engagements in den präventivmedizinischen Bereich hinein betreibt die Migros heute eine breite Palette an Freizeitanlagen und Gesundheitszentren. Ihr Ziel ist die Verbesserung der Lebensqualität sowie ein gezieltes Engagement für die Volksgesundheit.

Im Frühjahr 2013 verabschiedete der Ausschuss Detailhandel die Strategie «Freizeit und Gesundheit». Diese zeigt auf, welche Wachstumsmöglichkeiten in den Geschäftsfeldern Fitness, medizinische Dienstleistungen und Golf bestehen und wie die vorhandenen Potenziale genutzt werden können. Indem die Migros ihre Marktführerschaft im Freizeit- und Gesundheitsbereich ausbaut, strebt sie eine starke Positionierung im Themenfeld Gesundheit an. Nicht zuletzt ist dies auch ein starkes Differenzierungsmerkmal gegenüber ihren Mitbewerbern.

- 66 Fitness-, Wellness- und Aquaparks, inkl. Elements (D) und Vitam (F)
- 12 Medbase Gesundheitszentren
- 6 Golfparks und 2 GolfCampus

Migros Fitness-, Wellness- und Aquaparks

Die Migros konnte 2013 ihre führende Position im Schweizer Fitness- und Wellnessmarkt durch die Neueröffnung von neun Fitnesscentern weiter stärken: 66 Anlagen zählen heute zum Angebot. Die Tochtergesellschaft Activ Fitness eröffnete neue Center in Martigny, Bulle, Nyon und La Chaux-de-Fonds und plant in Losone einen ersten Standort im Tessin. Im April eröffnete das Fitnesscenter Frenkendorf, eine neue Marke der Genossenschaft Migros Basel. In der Zentralschweiz expandierte ONE Training Center in Rotkreuz, in der Ostschweiz nahm MFIT die Standorte Winterthur und Kreuzlingen in Betrieb, und die Genossenschaft Migros Aare investierte in Schönbühl in das Spin-off «FlowerPower 30», das 30-minütige Kurse offeriert.

- 148'300 Jahresmitglieder (+12%)
- 8.8 Mio. Besucherinnen und Besucher (+13.6%)
- 13'019 Intercity-Card-Besitzer/innen (+25.6%)*

Veränderung gegenüber Vorjahr in %

* bezogen auf die 62 Anlagen in der Schweiz

Die Tochterfirma Migros Freizeit Deutschland GmbH der Genossenschaft Migros Zürich eröffnete 2013 neue Elements-Center in München und Stuttgart. Für 2014 sind ein weiterer Standort in München und eine Eröffnung in Frankfurt geplant. Die Intercity-Card, das General-Abo der Migros für mehr Bewegung und Gesundheit, gilt mittlerweile in 53 Städten und mehr als 60 Anlagen und ist damit der grösste Verbund für mehr Gesundheit in der Schweiz.

Übersicht Migros Fitness-/Wellness-/Aquaparks:

Marke	Genossenschaft	Anzahl
Fitnessparks	Aare, Basel, Luzern, Ostschweiz, Waadt, Zürich	15
Activ Fitness	Zürich	23
FlowerPower Fitness & Wellness	Aare	7
ONE Training	Luzern	8
MFIT	Ostschweiz	6
Fitnesscenter	Basel	1
Aquaparks (Bernaqua, Säntispark, Vitam)	Aare, Ostschweiz, Migros France	3
Elements (Expansion Deutschland)	Zürich	3
Gesamt		66

Medbase: Gesundheit im Zentrum

Medbase bietet eine ganzheitliche Beratung und Betreuung im medizinischen und paramedizinischen Bereich an und betreibt derzeit zwölf Gesundheitszentren. Ein neuer Standort in Zürich wurde 2013 eingeweiht. Dank der langjährigen Zusammenarbeit mit den Migros-Fitnessanlagen profitieren Patientinnen und Patienten von einem gesamtheitlichen Angebot, bestehend aus medizinischer Betreuung, Therapie und Training. An der Medbase AG partizipieren seit 2010 die Migros-Genossenschaften Aare, Luzern, Ostschweiz und Zürich mit einem Aktienanteil von 68 Prozent. 2013 hat der Migros-Genossenschafts-Bund die Anteile der Genossenschaft Migros Aare übernommen.

Migros Golfparks

«Golf für alle» – dieses Prinzip verfolgt die Migros seit 1995 mit sechs Golfparks und zwei Golfcampus, 180 Löcher machen die Migros zur grössten Anbieterin von öffentlichem Golf in der Schweiz. Die Migros Golfparks tragen wesentlich dazu bei, das Golfen in einen Breitensport zu wandeln. Seit 2007 sind sie Mitglied des Schweizerischen Golfverbandes (ASG). Mit der ASG GolfCard Migros weisen sich die Golferinnen und Golfer weltweit als Mitglied einer anerkannten Organisation für clubfreie Golfer aus.

Im Rahmen des strategischen Schwerpunkts Jugendförderung haben die Migros Golfparks ihre Juniorenausbildung vereinheitlicht und in Zusammenarbeit mit der ASG/Swiss PGA klare Ausbildungsstandards definiert. 2013 erzielte die zum fünften Mal durchgeführte Golfpark Trophy – das grösste Golfturnier der Schweiz – einen neuen Rekord mit 1147 Teilnehmenden. Gespielt wurde auf allen sechs Migros Golfparks in der ganzen Schweiz. Erstmals publizierten die Migros Golfparks ein Imagemagazin mit Informationen für Beginnende und Profis sowie drei Imagefilme, die das Migros-typische Preis-Leistungs-Verhältnis in den Vordergrund stellen.

- 13'082 Inhaber/innen ASG GolfCard Migros
- 411'325 gespielte Golfkunden
- 21 Millionen abgeschlagener Bälle auf Driving Range
- 1'213 Platzreifepfahrungen
- 180 Löcher insgesamt

Migros Sponsoring: Swissness, Regionalität und Nachhaltigkeit

Seit vielen Jahren unterstützt die Migros als Hauptsponsorin eine grosse Anzahl von Initiativen in Kultur, Sport und Umwelt. Beim Sponsoring von Breitensportanlässen, ökologischen Anliegen und Nachwuchsprojekten stützt sie sich auf drei Werteversprechen: Swissness, Regionalität und Nachhaltigkeit.

Geglückter «Hosenlupf» am Eidgenössischen Schwing- und Älplerfest

Über die Vielzahl der aktuellen Sponsoringaktivitäten und langjährigen Partnerschaften informiert die Migros auf ihrer [Sponsoring-Website](#). Der Schwerpunkt 2013 lag auf dem Eidgenössischen Schwing- und Älplerfest (ESAF), dem grössten wiederkehrenden Sportereignis und einem der wichtigsten Volksfeste der Schweiz. Das «Eidgenössische» findet alle drei Jahre an einem anderen Ort statt.

Mehr als 300'000 Besucherinnen und Besucher verfolgten 2013 in Burgdorf die Geschehnisse rund um die Sportarten Schwingen, Hornussen und Steinstossen an drei Wettkampftagen in der Emmental-Arena. Höhepunkt des Fests war die Krönung des neuen Schwingerkönigs Matthias Sempach. Nach Aarau (2007) und Frauenfeld (2010) unterstützte die Migros das ESAF 2013 in Burgdorf zum dritten Mal als Königspartnerin. Die nächste Austragung wird 2016 in Estavayer stattfinden.

Neben dem Migros Sponsoring war die Genossenschaft Migros Aare verantwortlich für das VIP-Catering von täglich 2500 VIP-Gästen sowie für einen grossen Teil der Warenlieferungen im Food-Bereich. Verpflegt wurden zudem die Besucherinnen und Besucher an fünf Public-Catering-Ständen sowie an einem Stand im Campingbereich.

Seit 2007 unterstützt die Migros neben den eidgenössischen Schwingfesten auch diverse regionale Anlässe sowie die Bergschwingfeste Schwarzsee, Rigi, Weissenstein und Schwägalp. Als exklusive Nachwuchspartnerin des Eidgenössischen Schwingerverbands (ESV) begleitete sie den nationalen Schwinger-Schnuppertag und das Nachwuchstrainingslager des ESV. Auch der Schnuppertag für Mädchen des Eidgenössischen Frauen-Schwingverbands (EFSV) wurde unterstützt sowie das Jungschwinger-Königscamp, das 10- bis 15-Jährigen die Möglichkeit bietet, mit den Besten des Sports trainieren zu können. Darüber hinaus pflegt die Migros eine langfristige Zusammenarbeit mit den Schwingerkönigen Jörg Abderhalden und Kilian Wenger.

Mitarbeitende

Die Migros ist die grösste Arbeitgeberin der Schweiz. Sie übernimmt dabei eine Vorbildfunktion und setzt sich mit Leidenschaft für ein motivierendes und leistungsorientiertes Arbeitsklima ein. Sie beschäftigt über 94'000 Mitarbeitende aus 152 Ländern in zahlreichen Wirtschaftsbereichen.

Kennzahlen Mitarbeitende

Als grösste private Arbeitgeberin der Schweiz ist die Migros in vielerlei Hinsicht ein Spiegel der Gesellschaft. Politische, soziale, wirtschaftliche und demographische Entwicklungen und Herausforderungen werden wirksam, aktiv und zukunftsgerichtet gestaltet. Die Mitarbeitenden sind Träger ihrer wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wertschöpfung.

	Einheiten	2009	2010	2011	2012	2013	Veränderung zu Vorjahr in %
Personalstruktur und -bewegungen							
Vollzeitstellen	FTE	61'734	61'615	63'462	64'002	68'866	7.6
Mitarbeitende	Personen	83'780	83'616	86'393	87'461	94'276	7.8
Anteil Frauen am Gesamtbestand	%	60.9	60.7	61.6	61.9	62.3	0.6
Anteil Frauen bei Vollzeitbeschäftigung	%	n. a.	42.1	42.0	43.8	44.1	0.7
Teilzeitbeschäftigungsquote Männer	%	n. a.	21.5	21.2	21.5	22.1	2.8
Einstellungsquote	%	12.44	10.97	12.60	12.90	13.08	1.4
Fluktuationsquote (netto)	%	5.41	5.52	6.05	5.90	5.74	-2.7
Durchschnittsalter	Jahre	n. a.	39.5	39.6	39.2	39.2	0.0
Anteil ältere Mitarbeitende (> 50 Jahre)	%	n. a.	22.5	23.1	22.9	23.3	1.5
Anteil ausländische Mitarbeitende	%	27.6	27.6	27.5	27.4	27.8	1.5
Mitarbeitende im Ausland	%	2.6	3.2	6.6	7.6	13.6	79.2
Personalaufwand/Wertschöpfung							
Lohnanpassungen real ¹	%	3.55	0.05	1.30	1.25	0.95	-24.0
Lohnsumme	Mio. CHF	3'847	3'843	3'917	3'916	4'117	5.1
Personalkosten	Mio. CHF	4'932	4'935	5'039	5'033	5'293	5.1
Wertschöpfungsanteil	%	71.0	71.6	75.0	74.0	73.6	-0.5
Arbeit & Gesundheit							
Gesundheitsquote	%	95.43	95.48	95.35	95.39	95.29	-0.1
Absenzquote (BU/NBU/Krankheit)	%	n. a.	4.04	4.15	4.10	4.16	1.5
Frauen in Führungspositionen							
Frauenanteil Direktion	%	9.8	12.5	14.6	15.2	15.5	2.0
Frauenanteil Kader	%	24.7	25.3	25.9	26.5	26.7	0.8
Berufsbildung							
Anzahl Lernende	Anzahl	3'264	3'328	3'386	3'358	3'495	4.1
Lernendenquote	%	5.5	5.6	5.7	6.0	6.1	1.7
Erfolgsquote	%	97.5	98.3	97.2	97.4	96.3	-1.1
Weiterbeschäftigungsquote	%	65.2	60.2	62.1	62.1	63.7	2.6
Sozialpartnerschaft							
Mitgliederbestand Personalkommissionen	Anzahl	n. a.	439	462	359	362	0.8
Frauenanteil in Personalkommissionen	%	n. a.	41.46	49.57	39.28	37.58	-4.3
Gesamtarbeitsverträge							
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Migros-L-GAV	%	65.2	64.2	63.2	61.7	61.1	-1.0
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter GAV Globus	%	4.9	5.0	5.0	5.1	4.9	-3.9
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter GAV Travel	%	–	–	1.6	1.6	1.5	-6.3

¹ Basis: Teuerung per Dezember Berichtsjahr

Personalwesen

Als grösste private Arbeitgeberin der Schweiz ist die Migros in vielerlei Hinsicht ein Spiegel der heutigen Gesellschaft. Politische, soziale, wirtschaftliche und demografische Entwicklungen und Herausforderungen werden in der Migros aktiv und zukunftsgerichtet angegangen.

Personalbestand und -bewegungen

Die Migros-Gruppe als Ganzes bietet eine aussergewöhnliche Vielfalt an Aufgaben in unterschiedlichen Funktionen und Berufen an. Im Berichtsjahr konnte die Migros-Gruppe ihren Personalbestand insgesamt um 7.8% auf 94'276 Mitarbeitende erhöhen.

Die Erhöhung ist hauptsächlich auf die Konsolidierung des Handelsunternehmens tegut... zurückzuführen sowie auf den Ausbau in einzelnen Unternehmen der Migros-Gruppe. Nur punktuell sind rückläufige Personalzahlen in anderen Unternehmen zu verzeichnen.

Im Mehrjahresvergleich ergibt sich für die Periode 2008 bis 2013 trotz teilweise unerfreulichem konjunkturellem Umfeld ein konsolidiertes Beschäftigungswachstum von über 12%.

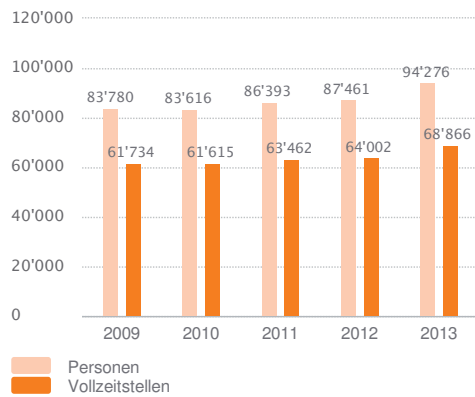
Die Netto-Fluktuationsrate (freiwillige Austritte von Mitarbeitenden) von 5.74% ist gegenüber dem Vorjahr leicht gesunken.

Innerhalb der Migros-Gruppe kommt dem Genossenschaftlichen Detailhandel, in dem im Jahr 2013 knapp 70% der Mitarbeitenden tätig waren, eine identitätsprägende Stellung zu. In der Schweiz sind rund 318'500 Beschäftigte im Detailhandel tätig, davon arbeiten annähernd 20% im Detailhandel der Migros. Gemessen an der Anzahl der Beschäftigten kommt auch den anderen Geschäftsbereichen eine erhebliche volkswirtschaftliche Bedeutung zu. So beschäftigt die Migros-Industrie ein Viertel der Arbeitnehmenden in der Schweizer Nahrungsmittelindustrie. Im Strategischen Geschäftsfeld Reisen sind rund 10% aller Mitarbeitenden der Schweizer Reisebranche tätig.

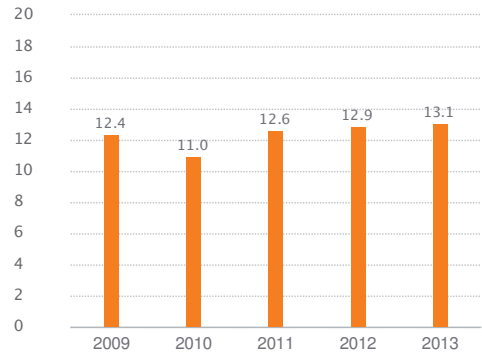
Kennzahlen Personalbestand und -bewegungen

Personalwesen Migros-Gruppe

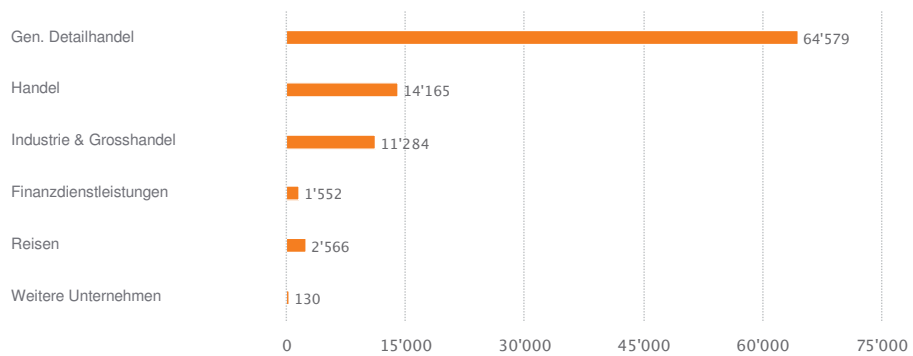
Personalbestand Migros-Gruppe



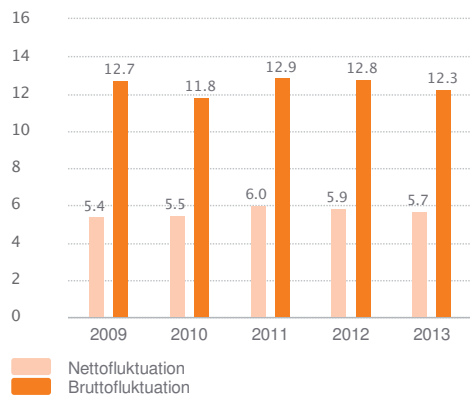
Einstellungsquote
[in %]



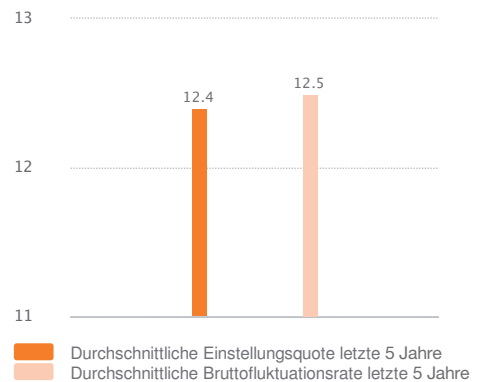
Personalbestand nach Strategischen Geschäftsfeldern



Fluktuationsquote



Einstellungs- und Fluktuationsquote im Vergleich
[in %]



Personalstruktur

Folgende Hauptcharakteristika kennzeichnen die Migros-Mitarbeitenden: Sie sind mehrheitlich weiblich und bleiben lange im Unternehmen, sie ergeben eine ausgewogene Altersstruktur und sind ein gutes Beispiel für eine erfolgreich gelebte Diversität.

Geschlechterstruktur

«Die Migros ist weiblich» – dieser Satz ist weiterhin gültig: 2013 waren in der Migros-Gruppe 58'699 Frauen und 35'577 Männer beschäftigt, der Frauenanteil betrug rund 62%. In der Schweizer Wirtschaft ist dieser Wert im Durchschnitt bedeutend tiefer (46%). In den drei Strategischen Geschäftsfeldern Genossenschaftlicher Detailhandel, Handel und Reisen, in denen knapp 85% aller Mitarbeitenden der Migros-Gruppe tätig sind, ist der Frauenanteil noch höher; er liegt zwischen 65% und 76%. Ohne die weibliche Erwerbstätigkeit wäre der Erfolg des Unternehmens kaum vorstellbar. Dies ist mit ein Grund, weshalb die Migros die Vereinbarkeit von Beruf und Familie mit einem breiten Spektrum an familienpolitischen Massnahmen und Leistungen fördert.

Beschäftigungsstruktur

Die Migros setzt zu Gunsten ihrer Mitarbeitenden in der Beschäftigungsstruktur immer wieder wichtige Akzente auf dem Schweizer Arbeitsmarkt. Innovative Arbeitszeitmodelle sind ein wesentlicher Bestandteil der Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Beschäftigungsgrad

Das Verhältnis zwischen Voll- und Teilzeitbeschäftigung ist in der Migros-Gruppe seit längerem stabil: 53% arbeiten Vollzeit, 47% Teilzeit. Im Vergleich zum Schweizer Arbeitsmarkt mit 34% Teilzeitbeschäftigten ist diese Teilzeitbeschäftigungsrate überdurchschnittlich hoch.

Voll- und Teilzeitbeschäftigung nach Geschlecht

Im Vergleich zur Schweiz (30%) ist der Frauenanteil der Vollzeitbeschäftigten in der Migros-Gruppe mit 44% sehr hoch. Auch bei der Teilzeitarbeit übertrifft die Migros-Gruppe mit einem Frauenanteil von 82% den Wert des Schweizerischen Arbeitsmarktes von 78%.

Teilzeitbeschäftigungsquote

Rund 62% der in den Migros-Unternehmen beschäftigten Frauen arbeiten Teilzeit, bei den Männern beträgt die Teilzeitbeschäftigungsquote im Berichtsjahr über alle Altersgruppen hinweg 22%. Im Vergleich zum Schweizer Arbeitsmarkt ist die Teilzeitbeschäftigungsquote der Männer damit um knapp die Hälfte höher.

Altersstruktur

Die Zusammenarbeit zwischen Mitarbeitenden unterschiedlicher Generationen ist in der Migros ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur. So unterstreicht auch die Altersstruktur die Wirksamkeit der familienpolitischen Massnahmen des Unternehmens und die Bedeutung eines altersgerechten Personalmanagements.

Verteilung nach Altersgruppen

Die Entwicklung 2013 zeigt, dass in der Migros eine ausgewogene Altersstruktur über alle berufstätigen Altersgruppen von den Lernenden bis ins Pensionierungsalter besteht. Das durchschnittliche Lebensalter der Mitarbeitenden beträgt 39.2 Jahre.

Verteilung nach Geschlecht

Der Anteil von männlichen und weiblichen Mitarbeitenden pro Altersgruppe ist insgesamt ausgeglichen. Betrachtet man hingegen die Altersverteilung innerhalb der Frauen- beziehungsweise der Männergruppe, ist der Anteil der 15- bis 40-Jährigen bei den Frauen grösser als bei den Männern. Dies zeigt, dass Frauen bei einer gezielten Förderung Beruf und Familie gut miteinander vereinbaren können.

Dienstjahre

Dauer der Betriebszugehörigkeit nach Geschlecht

Die Mitarbeitenden bleiben der Migros treu: Rund 58% der Männer und 54% der Frauen arbeiten seit mehr als fünf Jahren im Unternehmen, wobei Männer mit durchschnittlich 10.8 Jahren etwas länger verweilen als Frauen (9.2 Jahre). Mit diesen Werten liegt die Migros über dem Schweizer Durchschnitt. Dieser liegt bei 54% der Mitarbeitenden mit einer Beschäftigungsdauer von fünf Jahren und länger.

Anteil Frauen und Männer nach Dienstjahren

Der überdurchschnittlich hohe Frauenanteil in der Belegschaft über die Anzahl Dienstjahre hinweg illustriert, dass in der Migros Frauen ihre Erwerbstätigkeit nicht unterbrechen müssen, wenn sie Kinder bekommen. In der Migros angestellte Frauen besitzen daher oft nicht weniger, sondern mehr Berufserfahrung. Diese Faktoren führen nicht zuletzt zu mehr Gleichstellung im Erwerbsleben und verhindern erwerbsbiografische Lohndifferenzen.

Nationalitäten und Nationen

Die Migros ist ein Schweizer Unternehmen. Dies gilt auch in Bezug auf die kulturelle Diversität. Ein typisch schweizerischer Erfolgsfaktor ist die gelebte Integration einer grossen Vielfalt von Mitarbeitenden mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen.

Anteil ausländische Mitarbeitende

Im Berichtsjahr beschäftigte die Migros 72.2% Schweizer und 27.8% ausländische Staatsangehörige. Die Verteilung der Staatsangehörigkeiten ist seit Jahren stabil geblieben. Mehr als ein Drittel der ausländischen Mitarbeitenden wurde in der Schweiz geboren und gehört der zweiten oder dritten Generation an. 2013 waren Menschen aus 152 Nationen in der Migros tätig. Diese Art von «diversity» erachtet die Migros als eine Chance, sie pflegt deshalb bewusst die Vielfalt an Kulturen im Unternehmen durch ein tolerantes und diskriminierungsfreies Betriebsklima.

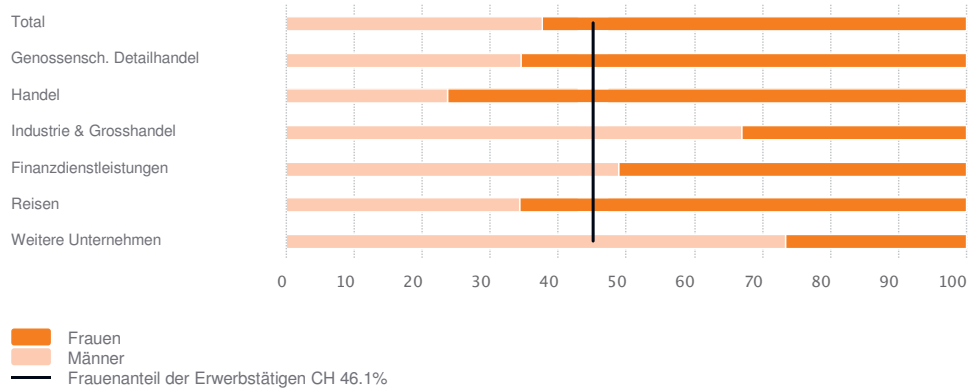
Mitarbeitende Schweiz und Ausland

Die Migros versteht sich als Teil der Schweizer Gesellschaft und stellt ihre Ressourcen in den Dienst der Steigerung der volkswirtschaftlichen Wertschöpfung des Landes. Über 86% der Mitarbeitenden in der Migros-Gruppe sind in der Schweiz tätig.

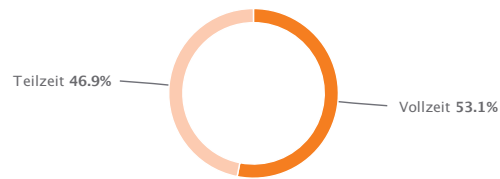
Kennzahlen Personalstruktur

Personalwesen Migros-Gruppe

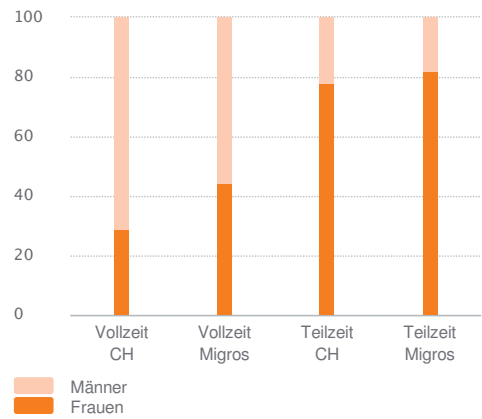
Mitarbeitende nach Geschlecht



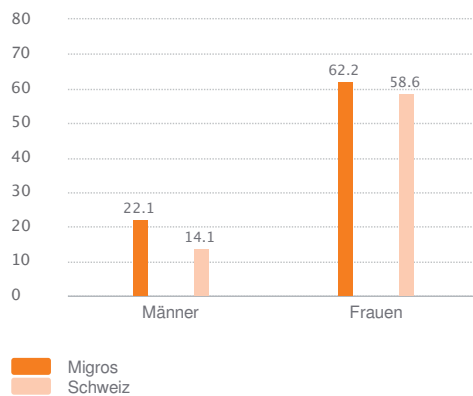
Beschäftigungsgrad



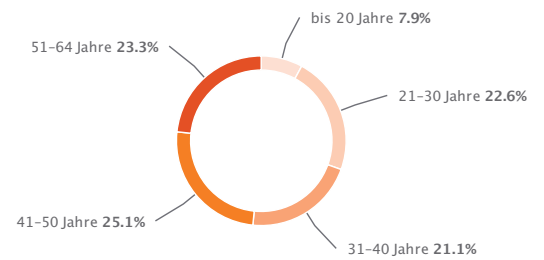
Voll- und Teilzeitbeschäftigung nach Geschlecht (Migros/Schweiz) [in %]



Teilzeitbeschäftigungsquote [in %]



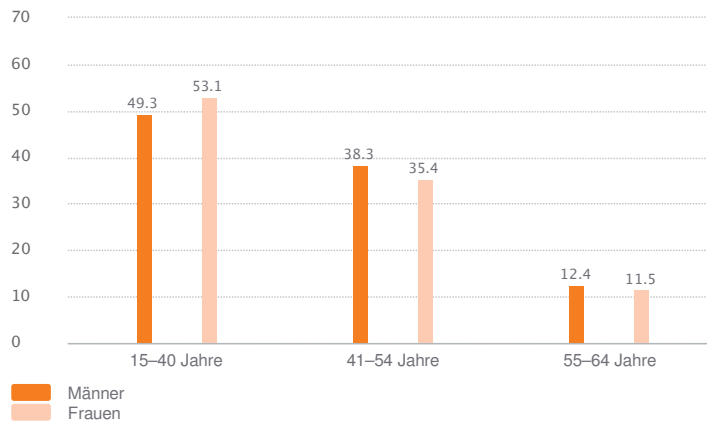
Verteilung nach Altersgruppen



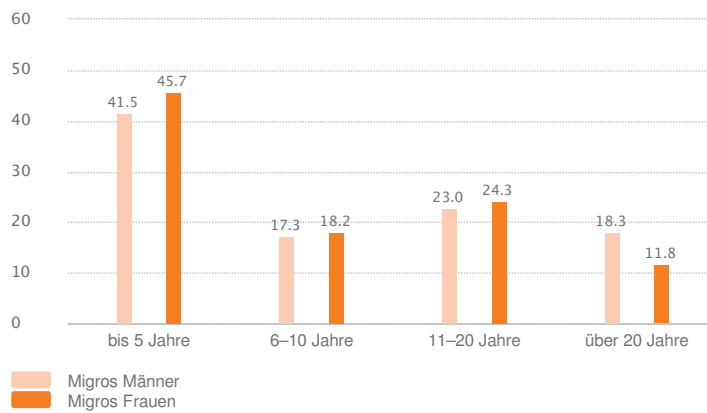
Kennzahlen Personalstruktur

Personalwesen Migros-Gruppe

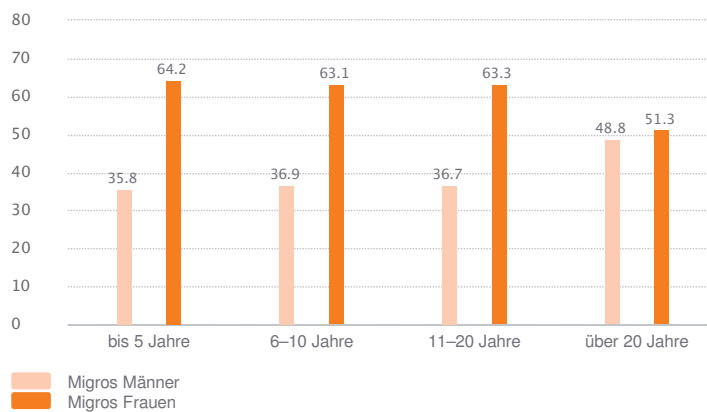
Verteilung nach Geschlecht
[in %]



Dauer der Betriebszugehörigkeit nach Geschlecht
[in %]



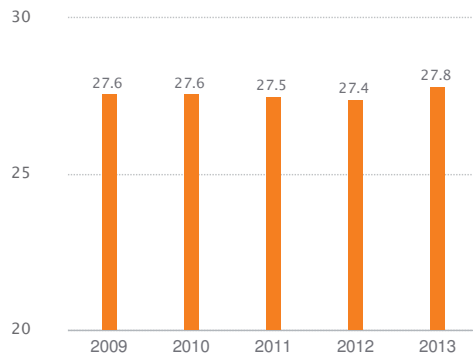
Anteil Frauen und Männer nach Dienstjahren
[in %]



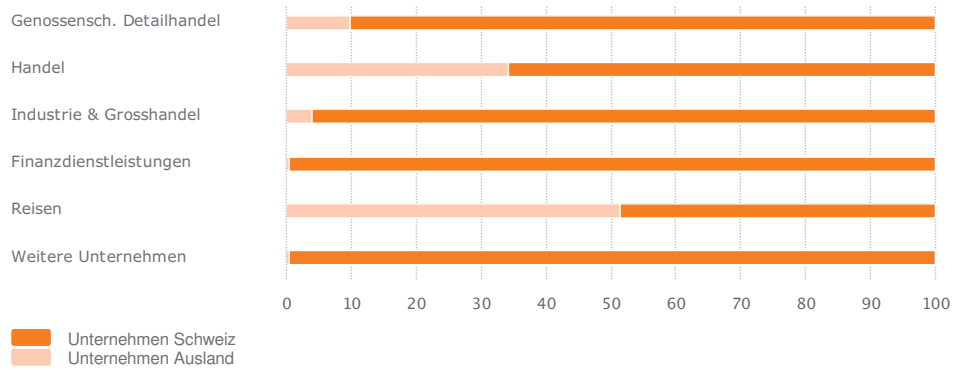
Kennzahlen Personalstruktur

Personalwesen Migros-Gruppe

Anteil ausländische Mitarbeitende [in %]



Mitarbeitende Unternehmen Schweiz/Ausland [in %]



Personalaufwand und Wertschöpfung

Die Migros als Arbeitgeberin: attraktive Anstellungsbedingungen, gerechter Lohn mit überdurchschnittlicher Lohnentwicklung und grosszügige Vorsorgeleistungen.

Personalkosten

Auf den 1. Januar 2013 stiegen die Reallöhne in der Migros um durchschnittlich 0.95%. Da zwischen 2004 und 2013 die Löhne in der Schweizer Privatwirtschaft nominell um 12.1% und real um 6.3% gestiegen sind, hat die Migros die Nominallöhne um 15.85% und die Reallöhne um 10.15% angehoben.

Die Mitarbeitenden haben einen wichtigen Anteil am Beitrag, den die Migros zur volkswirtschaftlichen Wertschöpfung in der Schweiz leistet. Daher sind sie auch wesentlich am gesellschaftlichen Mehrwert der Wertschöpfung der Migros beteiligt. Im Jahr 2013 hat die Migros rund 74% der Netto-Wertschöpfung zugunsten ihrer Mitarbeitenden aufgewendet.

Lohngleichheit

Das Mitarbeiter-Führungs-Entwicklungs-Entlohnungssystem (M-FEE) der Migros setzt den Grundsatz «Gleicher Lohn für gleichwertige Funktionen, Leistungen und Erfahrungen» konsequent in die Praxis um. Das Instrument ist geschlechtsneutral konzipiert. Der Grundsatz steht damit nicht nur für die Lohngleichheit zwischen Frau und Mann, sondern hat in der Migros allgemeine Gültigkeit.

Er gewährleistet bei Löhnen und Lohnanpassungen die Funktions-, Leistungs- und Verteilungsgerechtigkeit als Basis einer transparenten, verständlichen und gerechten Lohnpolitik.

Personalvorsorge

Die Migros-Pensionskasse (MPK) führt die berufliche Vorsorge für die Versicherten von 45 angeschlossenen Unternehmen der Migros-Gruppe im Leistungsprimat durch. Betreut werden rund 56'000 aktive Versicherte und 27'000 Rentenbezügler.

Die MPK erbringt überdurchschnittlich gute Vorsorgeleistungen: Das Leistungsziel beträgt bei voller Versicherungsdauer 70.2% des versicherten Lohnes im Zeitpunkt des ordentlichen Rücktrittsalters von 64 Jahren für Mann und Frau. Der Arbeitgeberbeitrag beträgt für über 25-jährige 17%, der Arbeitnehmerbeitrag 8.5% des versicherten Lohnes. Die Migros übernimmt mithin zwei Drittel der Beiträge zu ihren Lasten und liegt damit weit über dem Schweizer Durchschnitt.

Die MPK bietet den Versicherten attraktive Einkaufsmöglichkeiten zur Verbesserung der Vorsorgeleistungen und diverse Wahlmöglichkeiten bei der Pensionierung (vorzeitige Pensionierung ab Alter 58, Teilpensionierungsvarianten, im Einvernehmen mit dem Arbeitgeber kann die Pensionierung auch über Alter 64 hinaus aufgeschoben werden, und frei wählbare Kapitalbezugsmöglichkeiten anstelle einer Rente).

Dank einem erfolgreichen Anlagejahr mit einer Gesamtperformance von 8.4% und einem Deckungsgrad von 116.9% befindet sich die MPK in einer guten finanziellen Situation.

Zusätzliche Leistungen

Die Migros unterstreicht ihre Position als attraktive Arbeitgeberin im Schweizer Detailhandel mit attraktiven zusätzlichen Leistungen für die Mitarbeitenden.

Das Unternehmen gewährt allen Müttern einen Mutterschaftsurlaub von 16 Wochen bei vollem Lohn und übertrifft damit die gesetzlichen Vorschriften. Auch Väter können während des ersten Lebensjahres ihrer Kinder bis zu vier Wochen Vaterschaftsurlaub beziehen. Davon werden zwei Wochen von der Migros bezahlt, für weitere zwei Wochen kann ein unbezahlter Urlaub beansprucht werden.

Beim Tod eines Familienangehörigen finanziert die Migros eine spezielle Todesfallversicherung, aus der den hinterbliebenen Familienangehörigen von Mitarbeitenden eine Kapitalauszahlung von bis zu drei Jahreslöhnen erbracht wird. Davon profitieren Konkubinatspaare ebenso wie auch gleichgeschlechtliche Paare.

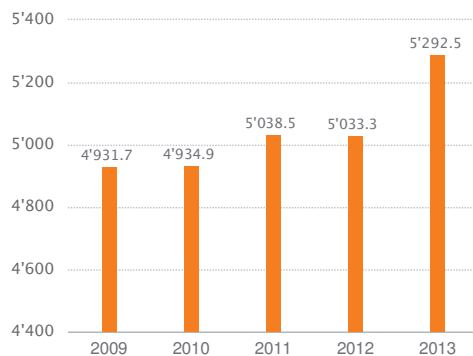
Die Migros beteiligt ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Erfolg. In den ersten vier Anstellungsjahren erhalten sie jährlich CHF 1'000 auf ihr M-Partizipationskonto gutgeschrieben, das zu Vorzugskonditionen verzinst wird. Diese Guthaben der Mitarbeitenden beliefen sich 2013 auf über CHF 200 Mio.

Die Unternehmen der Migros-Gruppe gewähren ihren Mitarbeitenden zudem zahlreiche Rabatte und Vergünstigungen auf eine Vielzahl Produkte und Dienstleistungen.

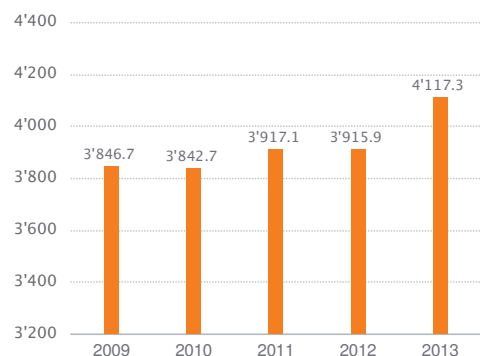
Kennzahlen Personalaufwand und Wertschöpfung

Personalwesen Migros-Gruppe

Personalkostenentwicklung
[in Mio. CHF]



Lohnsummenentwicklung
[in Mio. CHF]

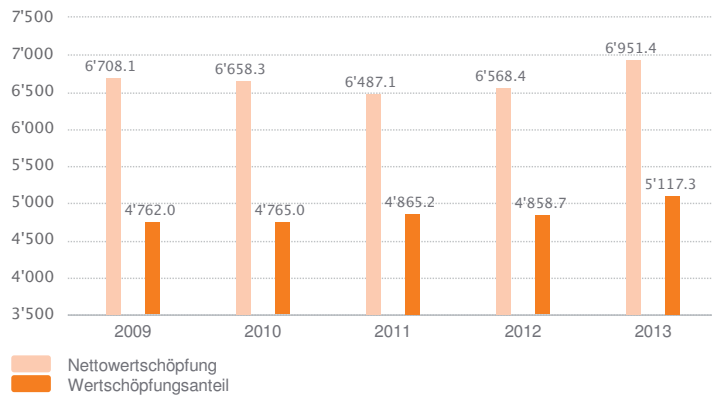


Kennzahlen Personalaufwand und Wertschöpfung

Personalwesen Migros-Gruppe

Wertschöpfungsanteil

[in Mio. CHF]



Lohnanpassungen

[in %]



Frau, Familie und Beruf

Die Stellung der Frauen im Arbeits- und Wirtschaftsleben spielt eine wichtige Rolle sowohl für den Wohlstand und Fortschritt der Gesellschaft als auch für die Entwicklung von Unternehmen. Aus diesem Grund setzt sich die Migros mit einer zukunftsgerichteten Familienpolitik für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ein und unterstützt darin ihre Mitarbeitenden vorbildlich.

Frauenanteil in Führungspositionen

Der Anteil der Frauen in Führungspositionen erhöhte sich 2013 weiter, er beträgt auf Direktionsstufe 15.5% und auf Kaderstufe 26.7%. Der positive Trend der letzten Jahre innerhalb der Migros-Gruppe setzt sich fort.

Familienfreundliche Arbeitszeitmodelle

Familienfreundliche Arbeitszeitmodelle setzen Rahmenbedingungen voraus, die die Vereinbarkeit von Beruf und Familie unterstützen. Deshalb engagiert sich die Migros dafür, dass in der Schweizer Gesetzgebung die familiären Bedürfnisse der Mitarbeitenden berücksichtigt werden.

Seit 1. August 2010 ist eine Regelung im Arbeitsgesetz in Kraft, die neben der Wechselschicht auch ein Arbeitszeitsystem mit reiner Nachtarbeit und reiner Tagesarbeit ohne ständigen Wechsel zwischen beiden zulässt. Dies trägt dem Umstand Rechnung, dass es vielen Mitarbeitenden – und insbesondere Frauen – aus familiären oder sozialen Gründen oft nicht zumutbar ist, in einem Wechselschichtsystem zu arbeiten. Die Migros hat sich mit Nachdruck für diese Regelung eingesetzt, die Bedürfnisse von Mitarbeitenden mit Kindern ernst nimmt und zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie beiträgt.

Unterstützungsmöglichkeiten und Sozialberatung

Die Migros bietet ihren Mitarbeitenden ein breites Angebot an Dienstleistungen zur Unterstützung in unterschiedlichen Lebenssituationen.

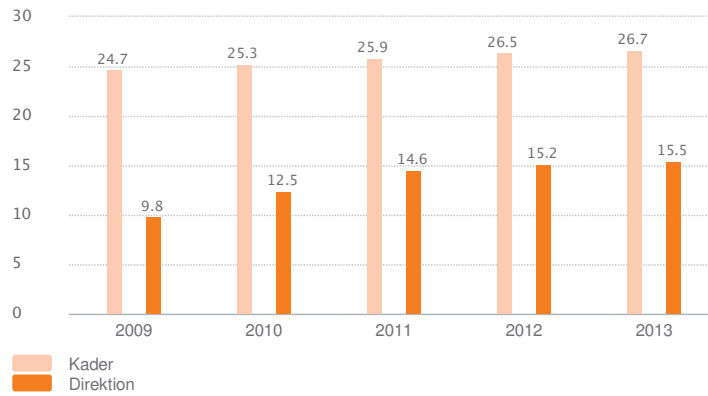
Die betriebliche Sozial- und Familienberatung der Migros offeriert kostenlos eine vertrauliche Beratung und unterstützt die Mitarbeitenden bei beruflichen und persönlichen Fragen in Bereichen wie Arbeit, Gesundheit, Privatleben, Finanzen oder Recht. Sie hilft, Lösungswege zu entwickeln, begleitet deren Umsetzung, gibt Auskünfte oder vermittelt an interne und externe Fachstellen und Experten.

Insbesondere bei Themen wie der Wiedereingliederung von Langzeitabwesenden oder psychischen Erkrankungen fördert die Migros aktiv die Zusammenarbeit aller Fachpersonen zur umfassenden Unterstützung der Mitarbeitenden.

Weitere Informationen und Personalzahlen zum Thema Frauen: siehe Personalstruktur Seite 59.

Kennzahlen Frauenanteil in Führungspositionen Personalwesen Migros-Gruppe

Frauenanteil in Führungspositionen
[in %]



Gesundheit und Arbeitssicherheit

«Gesunde Mitarbeitende = gesundes Unternehmen» – dieser Ansatz verlangt eine umfassende, systematische Gesundheitspolitik, die über den gesetzlichen Rahmen und die Standards zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz hinausgeht. Dazu gehören sowohl Aktivitäten zum Erhalt und zur Förderung der Arbeitsfähigkeit als auch Massnahmen zur Vermeidung von Arbeitsunfähigkeit und für den erleichterten Wiedereinstieg an den Arbeitsplatz.

Betriebliches Gesundheitsmanagement

In den Unternehmen der Migros-Gruppe werden Aktivitäten zur Förderung der Arbeitsfähigkeit, zur Vermeidung von Arbeitsunfähigkeit und für den erleichterten Wiedereinstieg im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) systematisch gesteuert und optimiert.

Spezialisten aus verschiedenen Bereichen tragen zum Gelingen der BGM-Aktivitäten bei. Um das Potenzial des interdisziplinären Austausches zu nutzen und das gemeinsame Engagement zu stärken, fand im Herbst 2013 eine unternehmensübergreifende Tagung aller Spezialisten des BGM statt.

Friendly Work Space®

Bereits zwölf Unternehmen der Migros-Gruppe erhielten von der Gesundheitsförderung Schweiz das Qualitätssiegel Friendly Work Space® für vorbildliches Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM). Das Label wird an Unternehmen verliehen, die sich nach den Kriterien für BGM umfassend und systematisch für die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden einsetzen. Die ausgezeichneten Unternehmen repräsentieren die gesamte Wertschöpfungskette der Migros. Sechs stehen für das Geschäftsfeld Genossenschaftlicher Detailhandel (davon zwei in der Romandie), zwei für die Industrie und vier für die übrigen Geschäftsfelder; ein Unternehmen hat 2013 das Label neu erworben und zwei weitere wurden erfolgreich rezertifiziert.

Die Zertifizierungen sind ein Beleg für die positiven Entwicklungen im BGM der Migros-Gruppe und unterstützen dessen weitere Verankerung im Unternehmen. Die Gesamtbilanz zeigt: Ein systematisches Betriebliches Gesundheitsmanagement hat in der gesamten Migros-Gruppe seinen festen Platz – und es wird kontinuierlich weiterentwickelt.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Die Migros nimmt ihre gesetzliche Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden im Rahmen einer Betriebsgruppenlösung für die Migros-Unternehmen wahr. Diese gewährleistet eine systematische und umfassende Umsetzung der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes. Unternehmensübergreifend werden Stärken und Handlungspotenziale aufgedeckt und gemeinsame Lösungen erarbeitet. Die einzelnen Unternehmen werden laufend über aktuelle Aspekte zu Sicherheit und Gesundheit informiert und erhalten Unterstützung durch Spezialisten sowie themenspezifische Arbeits- und Kommunikationsmittel.

Prävention und Gesundheitsförderung

Zur Erhaltung und Förderung der Arbeitsfähigkeit wird in den Unternehmen der Migros-Gruppe gezielt Prävention und Gesundheitsförderung betrieben. Das Gesundheitspotenzial der Mitarbeitenden wird durch gesundheitsfördernde Arbeitsbedingungen erhalten beziehungsweise verbessert und durch die Vermittlung von gesundheitsförderlichen Massnahmen gestärkt.

So fanden 2013 zahlreiche Aktivitäten zu den Themen Ergonomie und psychische Gesundheit statt. Im Fokus stand die Umsetzung von überbetrieblich erarbeiteten Instrumenten in Unternehmen der Migros-Gruppe, um die psychische Gesundheit gezielt zu erhalten und zu fördern.

Absenzen- und Case-Management

Ein wesentlicher Aspekt der sozialen Verantwortung der Migros-Unternehmen liegt in der Unterstützung und Reintegration von kranken oder verunfallten Mitarbeitenden. Dabei werden frühzeitig begleitende Gespräche mit den Betroffenen geführt und Reintegrationsprozesse aktiv gefördert. Die Massnahmen werden rasch und den Bedürfnissen der Mitarbeitenden entsprechend eingeleitet. Um die notwendigen Ressourcen für eine optimale Unterstützung zu mobilisieren, arbeiten die involvierten Stellen eng zusammen.

Auf dieser Basis konnte die Zusammenarbeit mit der Invalidenversicherung (IV) dank einer zentralen IV-Stelle in der Romandie weiter verbessert werden.

Arbeitszeiten, Absenzen und Unfälle

Gesundheit, Arbeitsplatzqualität, Arbeitszufriedenheit und Produktivität gehören unmittelbar zusammen: Gesunde, motivierte und leistungsfähige Mitarbeitende erbringen die grösste Wertschöpfung. In der Migros gehen Arbeit und Gesundheit Hand in Hand, wobei dem systematischen und nachhaltigen Betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM) eine zentrale Bedeutung zukommt.

Das BGM ist in der Migros als strategisches Element in die Managementsysteme integriert und Bestandteil einer verantwortungsvollen Unternehmensführung. Dies zeigen die Zahlen für 2013: Der Anteil der tatsächlich geleisteten gegenüber den bezahlten Arbeitsstunden ging mit einem Wert von 80.84% nur minim zurück (Seite 73). Die Gesundheitsquote lag mit 95.29% leicht unter Vorjahreswert (Seite 73). Die Gesundheitsquote ist der Umkehrwert des Verhältnisses der gesundheitlich bedingten Absenzen zur Sollarbeitszeit.

Die Absenzquote infolge Krankheit und Unfall liegt bei 4.16% und hat sich gegenüber dem Vorjahr leicht verschlechtert. Sie liegt leicht über dem Schweizer Durchschnitt, wobei die wöchentliche Absenzdauer pro Personaleinheit im Schweizer Durchschnitt liegt (Seite 74). Die Zunahme ist hauptsächlich auf den Anstieg der Absenzquote aufgrund von Krankheit um 0.07% auf 3.45% zurückzuführen (Seite 75). Die Nichtberufsunfall-Quote (NBU-Quote) sank minim und liegt bei 0.45%, während die Berufsunfall-Quote (BU-Quote inkl. Berufskrankheits-Quote; BK-Quote) gegenüber dem Vorjahr von 0.24% auf 0.26% leicht anstieg (Seite 75). Die praktisch stabilen Quoten zeigen die nachhaltige Wirkung der zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz getätigten Massnahmen.

Die von Mitte 2008 bis 2013 ausgewerteten Unfallzahlen lassen beim Fallrisiko für Betriebsunfälle in den Industriebetrieben einen Trend zu geringerem Risiko erkennen. Für die Migros-Genossenschaften und die Tochterunternehmen zeigen sich keine relevanten Änderungen. Allerdings ist der Trend für das Fallrisiko bei Nichtbetriebsunfällen für alle Unternehmen der Gruppe leicht steigend. Das Fallrisiko entspricht der Anzahl Unfälle pro 1'000 Personaleinheiten.

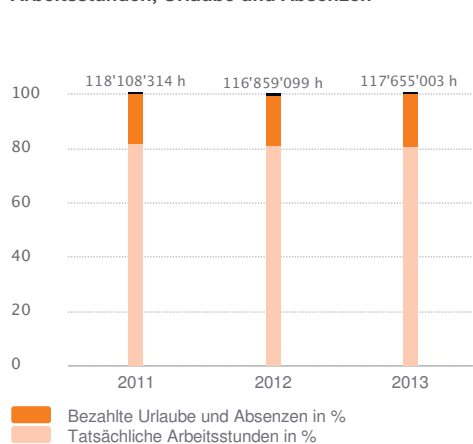
Aufgrund der Entwicklung 2013 und entsprechend dem Unternehmensleitbild unternimmt die Migros eine Vielzahl von Aktivitäten, um gesundheitsförderliche Arbeitsbedingungen zu bieten. Erkrankte Mitarbeitende werden begleitet und Wiedereingliederungen nach langer Abwesenheit sorgfältig gestaltet. Andere Aktivitäten wirken direkt auf die Verhältnisse und das Verhalten der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz ein und sensibilisieren diese für ein sicherheitsgerechtes Verhalten auch in der Freizeit.

Eine Unterstützung bei der Wiedereingliederung wird auch IV-Rentnerinnen und -Rentnern geboten. 2013 beschäftigte die Migros rund 720 Mitarbeitende, die eine IV-Rente beziehen; dies entspricht 0.9% der Migros-Belegschaft in der Schweiz. Im Genossenschaftlichen Detailhandel liegt diese Quote bei rund 1.1%, es gilt jedoch die Einschränkung, dass dem Arbeitgeber nicht jeder Rentenbezug bekannt ist.

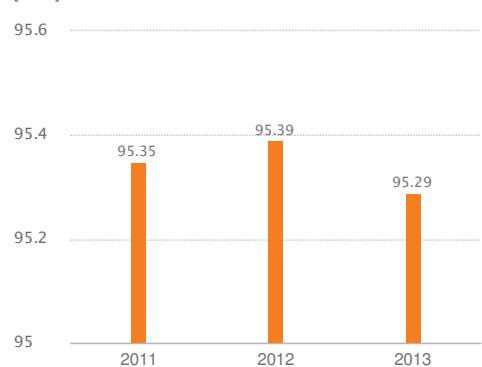
Kennzahlen Arbeitszeiten, Absenzen und Unfälle

Gesundheit und Arbeitssicherheit

Arbeitsstunden, Urlaube und Absenzen



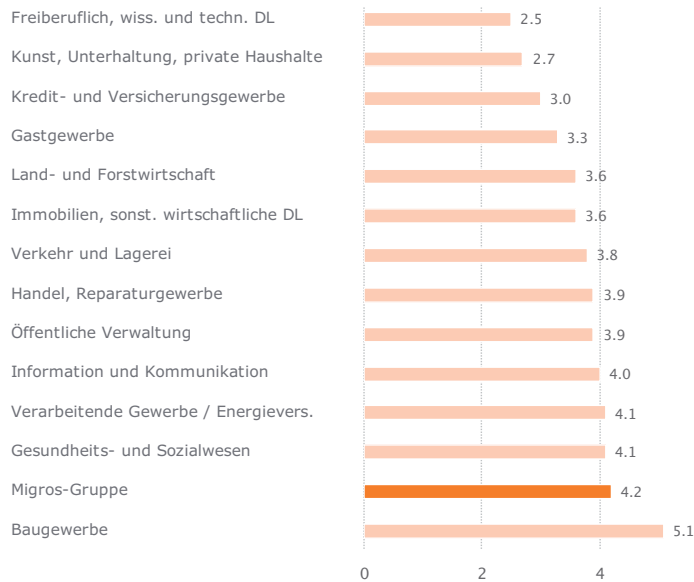
Gesundheitsquote [in %]



Kennzahlen Arbeitszeiten, Absenzen und Unfälle

Gesundheit und Arbeitssicherheit

Absenzenquote [in %]

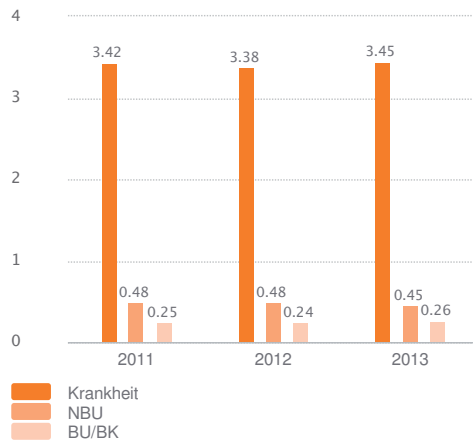


Wöchentliche Dauer der Absenzen pro Arbeitsstelle [in %]



Kennzahlen Arbeitszeiten, Absenzen und Unfälle
 Gesundheit und Arbeitssicherheit

Absenzenquote Krankheit, Berufs- und Nichtberufsunfall
 [in %]



Sozialpartnerschaft und GAV

Sozialpartnerschaft ist in der Migros eine Haltung, die sich auf die Repräsentativität und Professionalität von Hunderten von gewählten Personalvertreterinnen und -vertretern abstützt. Diese engagieren sich in den Verwaltungsräten, den Personalkommissionen der Migros-Unternehmen und in der Landeskommission der Migros-Gruppe für die Anliegen des Personals. Die im Rahmen dieser Sozialpartnerschaft abgeschlossenen Gesamtarbeitsverträge sind somit immer auch die Gesamtarbeitsverträge der Migros-Mitarbeitenden.

Meilensteine

Der Landesgesamtarbeitsvertrag (L-GAV) der Migros hat seit Jahren eine Vorbild- und Schrittmacherfunktion. Seit dem 1.1.2011 gilt der L-GAV von 2011–2014, der trotz schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen den Migros-Mitarbeitenden für weitere vier Jahre eine Garantie für solide, überdurchschnittlich gute Arbeitsbedingungen gibt.

Der zum gleichen Datum eingeführte GAV Travel 2011–2014 ist einer der wenigen Gesamtarbeitsverträge in der Reise- und Tourismusbranche und setzt dort einen hohen Standard für die Arbeitsbedingungen.

Vom 1. Januar 2012 bis Ende 2015 gilt der GAV der Globus-Gruppe. Er ist noch immer schweizweit einer der ganz wenigen Gesamtarbeitsverträge des Detailhandels inkl. der Warenhäuser.

Der L-GAV der Migros setzt weiterhin Massstäbe

Der Migros-Landesgesamtarbeitsvertrag (L-GAV) steht seit 1983 für fortschrittliche, vorbildliche und verantwortungsvolle Arbeitsbedingungen und zählt heute zu den besten und grössten Gesamtarbeitsverträgen in der Schweiz. Über 50'000 Mitarbeitende in rund 40 Unternehmen profitieren von den Vorzügen dieses Gesamtarbeitsvertrages; seine Standards, Leistungen und Errungenschaften setzen landesweit Massstäbe in 29 Branchen und Märkten. Damit dies so bleibt, wurde der Migros-L-GAV in den vergangenen Jahren ständig ausgebaut und an neue Bedürfnisse angepasst. So übertrifft zum Beispiel die Lohnentwicklung in der Migros seit Jahren jene der Gesamtwirtschaft.

GAV Travel für alle Hotelplan-Mitarbeitenden

Am 1. Januar 2011 trat mit dem GAV Travel der erste Gesamtarbeitsvertrag in der Schweizer Reisebranche in Kraft. Er wurde von Hotelplan Suisse, Hotelplan Management und Interhome mit dem Angestelltenverband Travel bis Ende 2014 abgeschlossen. Die Tochtergesellschaften BTA First Travel und Travelwindow wenden diese GAV-Bedingungen sinngemäss an. Damit haben alle Unternehmen der Hotelplan-Gruppe in der Schweiz zum ersten Mal einheitliche Arbeitsbedingungen. Eine umfassende Mitwirkungsordnung verschafft den Mitarbeitenden über die betrieblichen Personaldelegationen weitreichende Möglichkeiten zur Mitgestaltung der Arbeitsbedingungen.

GAV für Globus, Herren Globus, Interio und Office World

Mit der Erneuerung des Gesamtarbeitsvertrags auf den 1. Januar 2012 wurde den Mitarbeitenden von Globus, Herren Globus, Interio und Office World für weitere vier Jahre fortschrittliche Arbeitsbedingungen garantiert. Dieser GAV setzt Akzente in Familienpolitik und Weiterbildung, im Betrieblichen Gesundheitsmanagement und in der Sozialpartnerschaft sowie beim Schutz von Whistleblowern und bei der ausser-schulischen Jugendarbeit.

Mit dem 2011 gegründeten Angestelltenverband ghio wurden die Mitwirkungsmöglichkeiten der Mitarbeitenden gestärkt und ausgebaut – ghio ist der Sozialpartner bei den Verhandlungen für den Gesamtarbeitsvertrag, insbesondere bezüglich der Lohnpolitik. Der GAV der Globus-Gruppe bleibt der einzige exklusive Gesamtarbeitsvertrag in der Warenhausbranche, im Bekleidungsfach- und im Bürobedarfshandel sowie in der Möbel- und Inneneinrichtungsbranche.

Partizipation

2013 bestanden die 48 Personalkommissionen beziehungsweise Personaldelegationen aus rund 360 Mitgliedern. Etwa 140 Frauen und 220 Männer erfüllten als demokratisch gewählte Vertreter der Mitarbeitenden eine Schlüsselrolle mit weitreichenden Mitwirkungsrechten auf Unternehmensebene.

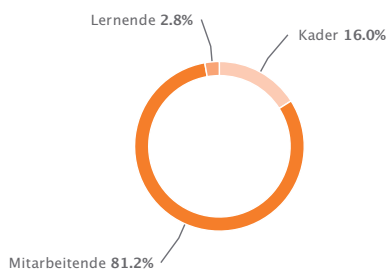
Als betriebliche Sozialpartner der Unternehmen und der regionalen Genossenschaften haben sie in allen Geschäftsfeldern an rund 1300 Betriebsstandorten die sozialen und wirtschaftlichen Interessen der Mitarbeitenden wahrgenommen.

Die Personalkommissionen sind demokratisch legitimiert und repräsentativ. Ihre Kandidaturen wurden von über 5'000 Kolleginnen und Kollegen unterstützt, bei der Wahl gingen mehrere Zehntausend Stimmen ein. Die Personalkommissionen repräsentieren zudem auch die Kaderangehörigen unterhalb der Direktionsebene, die ihre Kompetenzen entsprechend in die Gremien einbringen können. Mit einem Anteil von 81.2% Mitarbeitenden, 2.8% Lernenden und 16% Kaderangehörigen besteht in der Migros eine ausgewogene und umfassende Repräsentation in den Personalkommissionen.

Kennzahlen Partizipation

Sozialpartnerschaft und Gesamtarbeitsverträge

Funktionale Stellung der Mitglieder der Personalkommissionen



GAV-Unterstellung

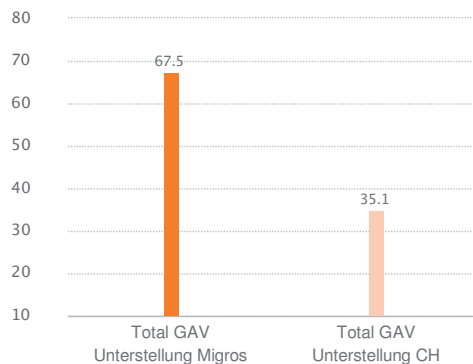
Die Anzahl der Mitarbeitenden, die einem Gesamtarbeitsvertrag unterstellt sind, ist in den Migros-Unternehmen mit rund 70% fast doppelt so hoch wie im Durchschnitt der Schweizer Arbeitswelt.

2013 waren rund 70% aller Migros-Mitarbeitenden entweder dem Migros-Landes-Gesamtarbeitsvertrag oder dem Gesamtarbeitsvertrag für die Magazine zum Globus AG, Interio und Office World AG unterstellt – oder dem Gesamtarbeitsvertrag Travel, dem jüngsten GAV in der Migros-Gruppe (gültig seit 1.1.2011). Die GAV-Unterstellung ist damit annähernd doppelt so hoch wie im Durchschnitt der Schweizer Arbeitswelt, wo rund 40% der Beschäftigten von einem GAV profitieren.

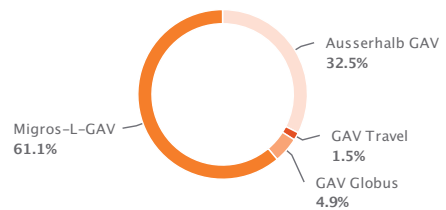
Kennzahlen GAV-Unterstellung

Sozialpartnerschaft und Gesamtarbeitsverträge

GAV-Unterstellung im Vergleich Migros/Schweiz
[in %]



GAV-Unterstellung in der Migros-Gruppe



Berufsbildung und Personalentwicklung

Die Migros-Gruppe als grösste private Arbeitgeberin der Schweiz bekennt sich zum dualen Bildungssystem. Mit der Ausbildung von Lernenden investiert sie gezielt in die Jugend und bietet jungen Menschen eine Zukunftsperspektive. Weitere wichtige Pfeiler der Personal- und Führungsentwicklung sind berufliche Weiterbildung und lebenslanges Lernen. 2013 investierte die Migros-Gruppe rund CHF 40 Mio. in die Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden.

Lernende in der Migros

Lernende werden in der Migros professionell begleitet, ausgebildet und individuell gefördert. Optimale Rahmenbedingungen und eine umfassende, praxisnahe Ausbildung bereiten sie auf eine Zukunft als selbstständige und kompetente Berufsleute vor.

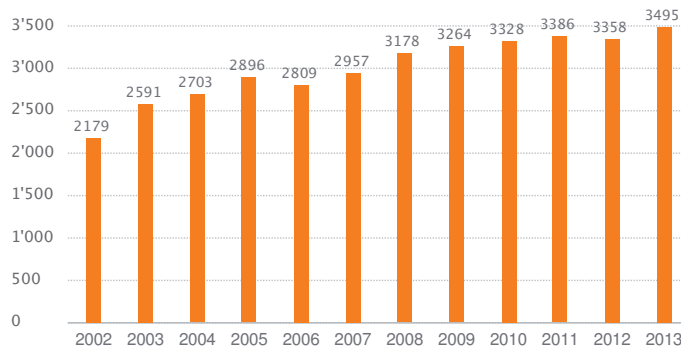
Dank der starken Positionierung der Migros als bedeutendste Bildungsanbieterin der Schweiz ist das Versprechen des Nachhaltigkeitsprogramms Generation M 2013 trotz eines anspruchsvollen Lehrstellenmarkts auf Kurs. Die Migros bietet 3'495 jungen Berufsleuten eine Lehrstelle an.

Jungen Berufsleuten bietet die Migros mit über 40 verschiedenen Berufen in 34 Unternehmen aus den Bereichen Detailhandel, Industrie, Logistik und Dienstleistungen eine grosse Vielfalt. Rund 85% der Grundbildungen werden mit einem eidgenössischen Fähigkeitszeugnis abgeschlossen, davon 4% mit einer eidgenössischen Berufsmatura und rund 15% mit einem eidgenössischen Berufsattest. Seit vielen Jahren zeichnet sich die Migros bei den Qualifikationsverfahren mit einer Erfolgsquote von über 96% aus; die durchschnittliche Weiterbeschäftigungsquote der Ausgebildeten in der Migros-Gruppe beträgt 64%.

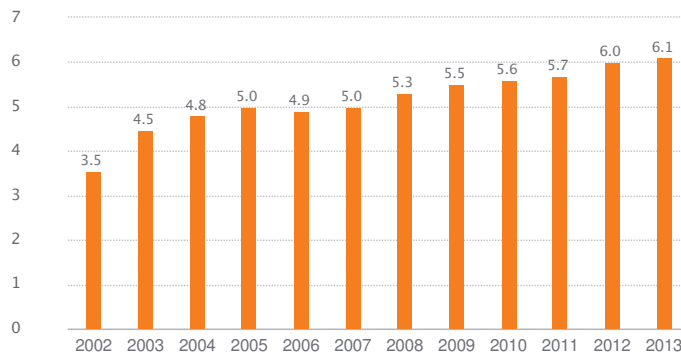
Kennzahlen Lernende in der Migros

Berufsbildung und Personalentwicklung

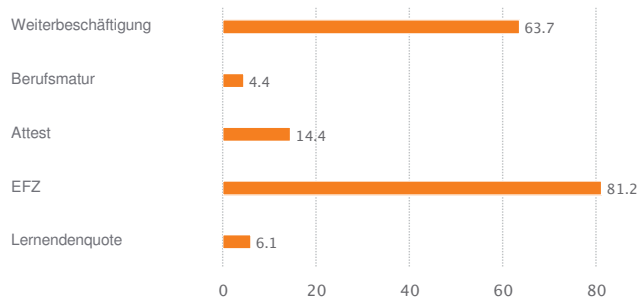
Lernende in der Migros – Entwicklung und Bestand



Lernendenquote [in %]



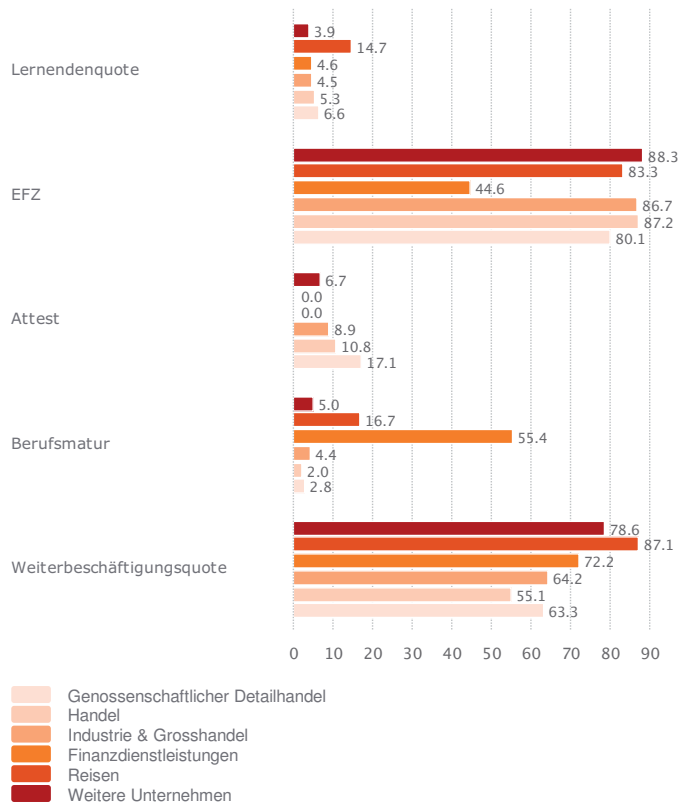
Berufsbildung Migros-Gruppe [in %]



Kennzahlen Lernende in der Migros

Berufsbildung und Personalentwicklung

Berufsbildung nach Strategischen Geschäftsfeldern
[in %]



Berufsbildungsmarketing und Qualitätsmanagement

Die Berufsbildung der Migros-Gruppe wirbt mit dem Label «New Talents – 3'300 Lehrstellen mit Zukunft». Mit vielfältigen Aktivitäten präsentiert sie sich in sozialen Medien und in Printmedien, auf Internet-Plattformen und an Bildungsmessen.

Für Schülerinnen und Schüler sowie Eltern werden zudem Informationsveranstaltungen durchgeführt. Auf der Website der [Berufsbildung](#) sind Informationen zu über 40 verschiedenen Berufen und 34 Unternehmen sowie zu den jeweiligen Kontaktpersonen zu finden. Zudem geben Berufsvideos Einblick in den Alltag der Lernenden in ihrem Arbeits- und Ausbildungsumfeld. Die Berufsbildung der Migros-Gruppe betreibt ausserdem eine Facebook-[Fanseite](#) mit Posts rund um die Berufsbildung.

Gemäss Artikel 8 des Berufsbildungsgesetzes (BBG) sind Unternehmen, die Lernende ausbilden, dazu verpflichtet, das Qualitätsmanagement in die Berufsbildung zu integrieren. Die Migros-Gruppe evaluiert alle zwei Jahre die Qualität ihrer Prozesse in der Berufsbildung. Damit stellt sie einerseits die Umsetzung der gesetzlichen Vorgaben sowie der unternehmensinternen Kriterien sicher, andererseits werden dabei Optimierungspotenziale sichtbar gemacht.

Personal- und Führungsentwicklung

Die Migros unterstützt aktiv das lebenslange Lernen ihrer Mitarbeitenden und ermöglicht ihnen, ihre Kompetenzen in fachlicher und sozialer Hinsicht kontinuierlich zu erweitern. Neben betrieblichen Lehr- und Lernchancen sowie beruflichen Aufstiegs-möglichkeiten bietet die Migros ein differenziertes Aus- und Weiterbildungsangebot.

Laufbahn-Förderung

Motivierte, kompetente Mitarbeitende sind die beste Visitenkarte eines Unternehmens und Grundlage für den Erfolg. Die Migros fördert daher die Kompetenzen ihrer Mitarbeitenden zielgerichtet und wirksam. Den Mitarbeitenden steht auf allen Stufen von der Grundausbildung bis zur Direktionsstufe ein laufbahnorientiertes Aus- und Weiterbildungsangebot offen. Dieses setzt sich zusammen aus unternehmensinternen und externen Entwicklungsmaßnahmen, die von der Fachausbildung über die Vermittlung von Management-Methoden bis hin zur persönlichen Entwicklung als kompetente Führungsperson reichen.

Die berufliche Weiterbildung in der Migros erfolgt kompetenzorientiert und deckt den Entwicklungsbedarf hinsichtlich Fach-, Führungs- und Persönlichkeitskompetenzen stufengerecht ab. Sie stellt die erforderlichen Schlüsselqualifikationen der Mitarbeitenden ins Zentrum und gewährleistet, dass sie sowohl den persönlichen als auch den betrieblichen Bedürfnissen gerecht wird. Bei den periodischen M-FEE-Gesprächen («Mitarbeitende führen, entwickeln, entlohnen») werden die Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen gemeinsam mit dem direkten Vorgesetzten individuell vereinbart.

Unterstützung der Arbeitsmarktfähigkeit

Eine systematische Personalentwicklung, die bezahlte berufliche Weiterbildung sowie die Unterstützung der persönlichen Weiterbildung trägt dem personalpolitischen Ziel Rechnung, die Arbeitsmarktfähigkeit der Mitarbeitenden zu steigern. Hierzu werden gezielte Massnahmen getroffen, um vorhandene Kompetenzen zu erweitern und zu vertiefen. Die Migros fördert u.a. den Erwerb zertifizierter beziehungsweise eidgenössisch anerkannter Bildungsabschlüsse und nutzt, komplementär zu den Kursen der Klubschule Migros, auch das Angebot von externen Anbietern. Auf höherer Kaderebene wird die Weiterbildung der Führungs- und Nachwuchsführungskräfte an renommierten Business-Schools und Hochschulen aktiv unterstützt.

Berufliche Weiterbildung

Die Mitarbeitenden der Migros haben im Hinblick auf die bestmögliche Erfüllung ihrer betrieblichen Funktion und die Entwicklung der dafür notwendigen Kompetenzen ein Recht auf bezahlte berufliche Weiterbildung. Das Unternehmen entrichtet während der Weiterbildung den vollen Lohn und übernimmt von Fall zu Fall auch deren Kosten.

Im Jahr 2013 nutzten die Mitarbeitenden die Möglichkeiten der Weiterbildung intensiv: Insgesamt wurden 673'750 bezahlte Aus- und Weiterbildungsstunden absolviert. Davon entfallen 571'900 Stunden auf Basis-Mitarbeitende und 101'850 Stunden auf Kadermitarbeitende der Migros-Gruppe. Ergänzend wurden rund 40'000 Stunden für E-Learning-Programme genutzt.

Die Migros-Unternehmen investierten 2013 rund CHF 40 Mio. in die Weiterbildung der Mitarbeitenden (Lohnzahlungen und weitere Absenkkosten nicht eingerechnet)

Ausbildungsstunden 2013 während der Arbeitszeit*

	Summe der Stunden 2013	Stunden pro Person
Mitarbeitende	571'900	7.5
Kadermitarbeiter	101'850	19.4
Total	673'750	8.3

*Ausbildung mittels E-Learning nicht eingerechnet

Private Weiterbildung

Die Migros unterstützt Mitarbeitende, die sich in der Freizeit für ihr berufliches Fortkommen einsetzen, und beteiligt sich an den Kosten für Lehrgänge und Kurse in der Klubschule Migros – der schweizweit grössten und führenden Anbieterin in der Erwachsenenbildung.

GRI Index

Die Migros legt ihre wesentlichen ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen gemäss den Leitlinien der Global Reporting Initiative GRI zur Nachhaltigkeitsberichterstattung offen («G4 comprehensive»). Die Nachhaltigkeitsberichterstattung ist integrierter Bestandteil des Geschäftsberichts und stellt gleichzeitig auch den Fortschrittsbericht im Sinne des Global Compact (COP) dar.

Wesentliche Aspekte und Berichtsgrenzen

Die Migros orientiert sich bei ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Dabei wird das Berichtsprofil «G4 comprehensive» angewendet (zuvor: «G3»). Zusätzlich verwendet die Migros das Zusatzprotokoll für die Lebensmittelverarbeitung. Für diesen Bericht wurde eine Materiality Matters Überprüfung durch die Global Reporting Initiative durchgeführt. Die Überprüfung bestätigt, dass alle kritischen Angaben im Bericht basierend auf den GRI G4 Vorgaben für Nachhaltigkeitsberichterstattung sowohl im GRI Index als auch im Bericht korrekt platziert wurden.



Zur Ermittlung der wesentlichen Aspekte wurde im Herbst 2013 ein Workshop mit zehn externen Stakeholdern durchgeführt. Anschliessend wurde in einem internen Verfahren die 15 wichtigsten Aspekte priorisiert (G4-18). Das Ergebnis dieses Prozesses ist in nachstehender Abbildung dargestellt (G4-19). Die Abbildung zeigt zudem auf, ob ein Aspekt innerhalb oder ausserhalb der Organisation wesentlich ist (G4-21).



Der Fokus der Migros Nachhaltigkeitsberichterstattung liegt auf den beiden Strategischen Geschäftsfeldern Genossenschaftlicher Detailhandel (Kerngeschäft) und Industrie & Grosshandel (G4-17). Mit diesen Geschäftsfeldern erwirtschaftet die Migros rund 75% ihres Umsatzes und knapp 75% der Mitarbeitenden sind hier beschäftigt. Ausserdem verfügt die Migros hier über direktere Einflussmöglichkeiten auf die Umwelt als in den übrigen Geschäftsfeldern Handel, Finanzdienstleistungen und Reisen. (G4-20)

Die Migros veröffentlicht seit 2004 einen jährlichen Nachhaltigkeitsbericht. Seit 2009 erscheint der Nachhaltigkeitsbericht im Rahmen des Online-Geschäftsberichts. Der Inhalt des vorliegenden Berichts bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2013 (1. Januar 2013 bis 31. Dezember 2013). Publikationstermin des Online-Berichts war der 2. April 2014, des vorliegenden Dokuments «Fachbericht Nachhaltigkeit» im Juni 2014. Der Fachbericht wurde auf der Grundlage der Online-Berichterstattung erstellt und mit weiteren Angaben ergänzt (z.B. ökologischer Geschäftsverkehr, betriebliche Kälte, Umweltgrafiken, Lieferantenbeurteilungen).

Dieses Dokument gibt es nur auf Deutsch. Der Migros Geschäftsbericht auf Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch findet sich online unter www.migros.ch/m13

Bei Fragen zur Migros Nachhaltigkeitsberichterstattung:
Migros-Genossenschafts-Bund
Direktion Nachhaltigkeit & Issue Management
Limmatplatz 152, CH-8031 Zürich
Isabel.specker@mgb.ch

Einbindung von Stakeholdern

Als grösste Detailhändlerin und private Arbeitgeberin des Landes steht die Migros mit zahlreichen Anspruchsgruppen in Kontakt. Im Rahmen des Gruppenstrategie-Prozesses identifizierte die Migros als zentrale Anspruchsgruppen Kundinnen und Kunden, Mitarbeitende, Genossenschafter sowie Lieferanten. Mit gesellschaftlichen Institutionen und Gruppen wie Medien, Behörden, Wirtschaft, Politik, Verbänden und NGOs pflegt die Migros ebenfalls einen kontinuierlichen Austausch. Weitere Informationen zum Dialog mit den Anspruchsgruppen finden sich auf Seite 14-15. (G4-24, G4-25)

Regelmässiger Dialog

Die Fachstellen im Migros-Genossenschafts-Bund stehen in regelmässigen Kontakt mit ihren zentralen Anspruchsgruppen: Die Direktion Wirtschaftspolitik steht zum Beispiel mit Bauernverbänden in Kontakt und ist bei der Gründung von Interessengruppen beteiligt. Die Abteilung Umwelt steht in Kontakt mit nationalen Entsorgungsorganisationen, die Nachhaltigkeitsverantwortlichen im Marketing mit verschiedenen Labelorganisationen und Tierschutzverbänden, die Personalabteilung mit internen und externen Sozialpartnern (Sozialpartnerschaft). Die Direktion Nachhaltigkeit & Issue Management identifiziert die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen und sucht entsprechend den Austausch mit nationalen Organisationen, die in diesen Bereichen tätig sind. Zudem geht sie aktiv auf NGOs zu, diskutiert deren Anliegen, sucht wo möglich nach gemeinsamen Lösungen und geht mitunter auch Partnerschaften mit NGOs ein – wie z.B. die strategische Partnerschaft mit dem WWF Schweiz. Weitere Informationen zum Dialog mit den Anspruchsgruppen finden sich auf Seite 14-15. (G4-27)

Die Formen des Dialogs sind vielfältig: Die Fachstellen suchen entweder den bilateralen Austausch (z.B. im Rahmen der strategischen Partnerschaft mit dem WWF tagt der gemeinsame Steuerungsausschuss dreimal pro Jahr) oder beteiligen sich an Interessensgruppen (z.B. die Interessensgemeinschaft Detailhandel Schweiz führt neben den regulären Sitzungen auch themenspezifische Treffen durch). Der Rhythmus der Kontakte reicht von einmal pro Woche bis hin zu einmal pro Jahr. (G4-26)

Eine Liste der Mitgliedschaften und Partnerschaften findet sich [hier \(PDF\)](#).

Stakeholder-Workshop

Für die Auswahl der relevanten Themen für den vorliegenden Bericht hat die Direktion Nachhaltigkeit & Issue Management im Herbst 2013 einen Workshop mit externen Stakeholdern durchgeführt. Dadurch sollten die Interessen der Zielgruppe der Migros Nachhaltigkeitsberichterstattung stärker berücksichtigt werden. Insgesamt zehn VertreterInnen ausgewählter nationaler NGOs und Interessensorganisationen aus den Bereichen Umwelt und Konsum nahmen am Austausch teil. Ziel des Workshops war, die für die Migros-Gruppe rund 15 wesentlichsten GRI-Aspekte für den Nachhaltigkeitsbericht 2013 aus Sicht der externen Stakeholder festzulegen. In einem ersten Schritt wurden die GRI-Aspekte nach ihrer Relevanz für die Migros eingestuft. Die meisten GRI-Aspekte wurden dabei von den Teilnehmenden als relevant bis sehr relevant beurteilt. In einem zweiten Schritt sollten die relevantesten GRI-Aspekte nach ihrer Priorität eingestuft werden. Da dies in der gewählten Workshop-Form nicht möglich war, wurde eine Priorisierung aus interner Sicht vorgenommen. Eine Stakeholder-Einbindung zur Auswahl der relevanten Themen für die Nachhaltigkeitsberichterstattung 2014 wird im Sommer 2014 geprüft. (G4-26)

GRI Index

		GRI/ext/UNGC	www/Seite
Strategie und Analyse			
G4-1	Vorwort des Präsidenten	<input type="checkbox"/>	www
G4-2	Nachhaltigkeitsrisiken, Chancen und Auswirkungen	<input type="checkbox"/>	www
Organisation			
G4-3	Name der Organisation	<input type="checkbox"/>	www
G4-4	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	<input type="checkbox"/>	www
G4-5	Standort des Unternehmens	<input type="checkbox"/>	www
G4-6	Länder, in welchen das Unternehmen tätig ist	<input type="checkbox"/>	www
G4-7	Eigentümerstruktur und Rechtsform	<input type="checkbox"/>	www
G4-8	Absatzmärkte	<input type="checkbox"/>	www
G4-9	Grösse des Unternehmens	<input type="checkbox"/>	www
G4-10	Anzahl Mitarbeitende	<input type="checkbox"/> UNGC	www
G4-11	Mitarbeitervereinbarungen	<input type="checkbox"/> UNGC	www
G4-12	Lieferkette des Unternehmens	<input type="checkbox"/>	9
G4-13	Wesentliche Veränderungen während der Berichtsperiode	<input type="checkbox"/>	www
G4-14	Anwendung des Vorsorgeprinzips	<input type="checkbox"/>	www , 24
G4-15	Unterstützung externer Initiativen	<input type="checkbox"/>	www
G4-16	Mitgliedschaften in Interessenverbänden	<input type="checkbox"/>	www
Identifizierte materielle Aspekte und Berichtsgrenzen			
G4-17	In den Bericht eingeschlossene Unternehmenseinheiten	◆ <input type="checkbox"/>	6
G4-18	Festlegung der Berichtsinhalte und Abgrenzung von Aspekten	◆ <input type="checkbox"/>	86
G4-19	Materielle Aspekte	◆ <input type="checkbox"/>	86
G4-20	Materielle Aspekte und Berichtsgrenzen innerhalb der Organisation	◆ <input type="checkbox"/>	86
G4-21	Materielle Aspekte und Berichtsgrenzen ausserhalb der Organisation	◆ <input type="checkbox"/>	86
G4-22	Unternehmensveränderungen gegenüber dem Vorjahr Keine wesentliche Veränderungen gegenüber früheren Berichten.	◆ <input type="checkbox"/>	
G4-23	Signifikante Veränderungen bezüglich Umfang und Aspekten gegenüber dem Vorjahr Einige neue Aspekte und Kennzahlen aus der Migros-Gruppe wurden in den Bericht integriert (z.B. zusätzliche Energieverbräuche und Treibhausgasemissionen). Dadurch ergeben sich jedoch keine wesentliche Veränderungen gegenüber früheren Berichtszeiträumen.	◆ <input type="checkbox"/>	
Stakeholder-Engagement			
G4-24	Einbezug der Stakeholder durch die Organisation	◆ <input type="checkbox"/>	88
G4-25	Identifikation und Auswahl der Stakeholder	◆ <input type="checkbox"/>	88
G4-26	Engagement mit Stakeholder-Gruppen	◆ <input type="checkbox"/>	www , 88
G4-27	Durch Stakeholder vorgebrachte Anliegen	◆ <input type="checkbox"/>	88

Legende
 keine externe Prüfung der Berichtsinhalte
 ◆ «Materiality Matters» Prüfung
 UNGC UN Global Compact Prinzip
 www Link auf Online-Geschäftsbericht / Website
 FP Indikatoren gemäss Sektor Zusatzprotokoll Lebensmittelverarbeitung

		GRI/ext/UNGC	www/Seite
Berichtsprofil			
G4-28	Berichtszeitraum	<input type="checkbox"/>	86
G4-29	Datum des letzten Berichts	<input type="checkbox"/>	86
G4-30	Angabe zum Berichtszyklus	<input type="checkbox"/>	86
G4-31	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	<input type="checkbox"/>	86
G4-32	Gewählte Berichtsoption	<input type="checkbox"/>	86
G4-33	Externe Prüfung Die Nachhaltigkeitsberichterstattung wurde keiner externen Überprüfung unterzogen. Die Mitreva Interne Revision AG hat die Aussagen und Kennzahlen im Online-Nachhaltigkeitsbericht sowie die Zielerreichung des Nachhaltigkeitsprogramms Generation M geprüft.	<input type="checkbox"/>	6
Governance			
G4-34	Führungsstruktur	<input type="checkbox"/>	www
G4-35	Befugnisübertragung für wirtschaftliche, ökologische und soziale Themen	<input type="checkbox"/>	7
G4-36	Verantwortung für wirtschaftliche, ökologische und soziale Themen	<input type="checkbox"/>	7
G4-37	Prozesse für Beratung zwischen Stakeholdern und Führungsebenen Der nationale Stakeholderdialog erfolgt Themenbezogen über die einzelnen Mitglieder der Generaldirektion sowie über die Direktionen im MGB wie z.B. Nachhaltigkeit & Issue Management, Wirtschaftspolitik und HRM Migros-Gruppe. Das Rückmeldungsverfahren erfolgt schriftlich (interne Newsletter) sowie mündlich (Bestandteil einzelner Entscheide).	<input type="checkbox"/>	
G4-38	Zusammensetzung der höchsten Führungsebene	<input type="checkbox"/>	www
G4-39	Funktion der höchsten Führungsebene Der Präsident der Verwaltung ist unabhängig, er hat keine weitere Funktion in der Migros-Gruppe inne.	<input type="checkbox"/>	
G4-40	Nomination und Auswahl der höchsten Führungsebenen	<input type="checkbox"/>	www
G4-41	Vermeidung von Interessenskonflikten bei den höchsten Führungsebenen	<input type="checkbox"/>	www
G4-42	Rolle der höchsten Führungsebenen bei der Entwicklung der Unternehmensstrategie in Bezug auf wirtschaftliche, ökologische und soziale Auswirkungen Im Rahmen des Gruppenstrategieprozesses legt die Verwaltung Themen fest, bereitet sie vor und setzt sie in der Linie um.	<input type="checkbox"/>	
G4-43	Kollektives Wissen der höchsten Führungsebenen in Bezug auf wirtschaftliche, ökologische und soziale Themen In ökonomischen, ökologischen und sozialen Fragen verfügen die Mitglieder der Verwaltung sowie der Geschäftsleitung über umfangreiches Wissen. Aktuelle Themen und Entwicklungen werden im Rahmen des Gruppenstrategieprozesses sowie Themenbezogen periodisch traktantiert.	<input type="checkbox"/>	
G4-44	Leistung der höchsten Führungsebene in Bezug auf wirtschaftliche, ökologische und soziale Themen	<input type="checkbox"/>	www
G4-45	Rolle der höchsten Führungsebene in Bezug auf Identifizierung und Management von wirtschaftliche, ökologische und soziale Risiken und Chancen	<input type="checkbox"/>	www
G4-46	Rolle der höchsten Führungsebene in Bezug auf Überprüfung des Unternehmensrisikos zu wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Themen	<input type="checkbox"/>	www
G4-47	Häufigkeit der Überprüfung der wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen durch die höchste Führungsebene	<input type="checkbox"/>	www

Legende

- keine externe Prüfung der Berichtsinhalte
- ◆ «Materiality Matters» Prüfung
- UNGC UN Global Compact Prinzip
- [www](#) Link auf Online-Geschäftsbericht / Website
- FP Indikatoren gemäss Sektor Zusatzprotokoll Lebensmittelverarbeitung

		GRI/ext/UNGC	www/Seite
G4-48	Überprüfung und Genehmigung des Nachhaltigkeitsberichts des Unternehmens Der Online-Nachhaltigkeitsbericht ist Bestandteil des Geschäftsbericht und ist somit Bestandteil des jährlichen Rechenschaftsberichts der Verwaltung. Der Geschäftsbericht wird von der Delegiertenversammlung genehmigt. Der Inhalt des Nachhaltigkeitsberichts wird von der Leiterin der Direktion Nachhaltigkeit & Issue Management auf Relevanz und Vollständigkeit geprüft.	<input type="checkbox"/>	
G4-49	Mitteilungsverfahren kritischer Anliegen an die höchste Führungsebene Im Rahmen des regelmässigen Reportings an die Verwaltung.	<input type="checkbox"/>	
G4-50	Kritische Anliegen, die an die höchste Führungsebene berichtet wurden Die höchste Führungsebene hat sich 2013 zweimal mit dem Controlling Generation M sowie einmal mit dem Umsetzungsstand der Basisanforderungen in der Migros-Gruppe auseinandergesetzt. Ergänzend dazu werden in der Generaldirektion MGB aktuelle kritische Themen zeitnah besprochen.	<input type="checkbox"/>	
G4-51	Entschädigungspolitik für die höchste Führungsebene	<input type="checkbox"/>	www
G4-52	Prozess zur Festlegung der Entschädigung	<input type="checkbox"/>	www
G4-53	Berücksichtigung der Meinung von Stakeholdern bezüglich Entschädigung Die Delegiertenversammlung genehmigt den Geschäftsbericht und damit den Entschädigungsbericht der Verwaltung. Die G. und A. Duttweiler Stiftung überwacht die Verwaltung und genehmigt die Salärbänder.	<input type="checkbox"/>	
G4-54	Verhältnis der gesamten jährlichen Vergütungen Das Verhältnis der Jahresgesamtvergütung des höchstbezahlten Mitarbeiters zur Jahresgesamtvergütung des tiefsten Einkommens betrug 2013 1:17.	<input type="checkbox"/>	
G4-55	Verhältnis des prozentualen Anstiegs der Vergütungen Die prozentuale Steigerung der Jahresgesamtvergütung des höchstbezahlten Mitarbeiters betrug per 1.1.2013 2.15%; die prozentuale Steigerung der Jahresgesamtvergütung aller Mitarbeitenden 0.95%. Das ergibt ein Verhältnis von 1:2.2.	<input type="checkbox"/>	

Ethik und Integrität

G4-56	Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen der Organisation 2013 wurde durch die Verwaltung MGB ein einheitlicher Verhaltenskodex für die Migros-Gruppe sowie für deren Mitarbeitende und Exekutivorgane verabschiedet. Der Verhaltenskodex ist in vier Sprachen erhältlich. Die Umsetzung des Verhaltenskodexes erfolgt in sämtlichen konsolidierten Unternehmen der Migros-Gruppe ab Juni 2014 mittels Verteilung an die Mitarbeitenden (einschliesslich neuer Mitarbeitender) sowie mittels weiterer Sensibilisierungsmassnahmen wie Informationsveranstaltungen durch die jeweilige Geschäftsleitung des Migros-Unternehmens, eines Einführungsvideos, Q&A sowie weiterer Begleitunterlagen.	<input type="checkbox"/>	9/10
G4-57	Interne und externe Verfahren zur Ratsuche betreffend ethischem und gesetzeskonformem Verhalten Die Beratung erfolgt grundsätzlich durch die in den jeweiligen Unternehmen der Migros-Gruppe vorgesehenen internen Ansprechpartner. Im MGB erfolgt die spezialisierte Beratung primär durch die Direktion Legal & Compliance, welche bei Bedarf zudem externe Spezialisten beiziehen kann.	<input type="checkbox"/>	
G4-58	Interne und externe Mechanismen zur Berichterstattung bezüglich unethischem oder gesetzeswidrigem Verhalten Das Meldesystem der Migros-Gruppe basiert auf drei Pfeilern: Primär stehen den Mitarbeitenden als Ansprechpartner für die Meldung von ethischen oder rechtlichen Bedenken die Linienorganisationen zur Verfügung. Steht einer Besprechung innerhalb der Linienorganisation ein wichtiger Grund entgegen, stehen die im Verhaltenskodex der Migros-Gruppe sowie den spezifischen Reglementen des jeweiligen Migros-Unternehmens vorgesehenen sonstigen Anlaufstellen zur Verfügung. Diese sind beispielsweise die Personaldienste, die Personalberatungsstellen oder die Direktion Legal & Compliance. Für bestimmte Kategorien von Missständen steht den Migros-Mitarbeitenden und Exekutivorganen auf der Basis des Verhaltenskodexes zusätzlich eine internet-basierte interne Meldestelle zur Verfügung, welche im Ausnahmefall auch die anonyme Meldung von Missständen zulässt.	<input type="checkbox"/>	

Legende

- keine externe Prüfung der Berichtsinhalte
- ◆ «Materiality Matters» Prüfung
- UNGC UN Global Compact Prinzip
- www Link auf Online-Geschäftsbericht / Website
- FP Indikatoren gemäss Sektor Zusatzprotokoll Lebensmittelverarbeitung

		GRI/ext/UNGC	www/Seite
Umwelt		UNGC	
G4-DMA		<input type="checkbox"/>	8, 26, 32, 39
G4-EN3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	<input type="checkbox"/>	35-38
G4-EN4	Energieverbrauch ausserhalb der Organisation	<input type="checkbox"/>	35-38
G4-EN5	Energieintensität	<input type="checkbox"/>	36/37
G4-EN6	Energieeinsparungen	<input type="checkbox"/>	36/37
G4-EN7	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	<input type="checkbox"/>	www , 27
G4-EN15	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	<input type="checkbox"/>	35-37
G4-EN16	Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	<input type="checkbox"/>	35
G4-EN17	Weitere indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	<input type="checkbox"/>	35
G4-EN18	Intensität der THG-Emissionen	<input type="checkbox"/>	36/37
G4-EN19	Reduzierung der THG-Emissionen	<input type="checkbox"/>	36/37
G4-EN20	Emission Ozon-abbauender Stoffe	<input type="checkbox"/>	38
G4-EN21	Nox, SOx und andere signifikanten Luftemissionen	<input type="checkbox"/>	41
G4-EN27	Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	<input type="checkbox"/>	www
G4-EN28	Verpackungsmaterial	<input type="checkbox"/>	43
G4-EN30	Umweltauswirkungen verursacht durch den Transport	<input type="checkbox"/>	41
Gesellschaft, Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung		UNGC	
G4-DMA		<input type="checkbox"/>	59, 61, 62, 66, 71, 79
G4-LA1	Neue Mitarbeitende und Mitarbeiterfluktuation	<input type="checkbox"/>	60
G4-LA2	Betriebliche Leistungen	<input type="checkbox"/>	78
G4-LA3	Rückkehr nach Elternurlaub Die Informationen sind gegenwärtig nicht verfügbar. Grund ist, dass die Kennzahl nicht zentral erhoben wird und somit keine konsolidierten Zahlen vorliegen.	<input type="checkbox"/>	
G4-LA5	Mitarbeitende in Gesundheits- und Arbeitssicherheitsausschüssen	<input type="checkbox"/>	78
G4-LA6	Verletzung, Berufskrankheiten, Ausfalltage, arbeitsbedingten Todesfälle Die Informationen sind gegenwärtig nicht vollständig verfügbar. Weitere Kennzahlen sind Bearbeitung und sollten für das Geschäftsjahr 2014 erstmals vorliegen.	<input type="checkbox"/>	73-75
G4-LA7	Berufsfelder mit erhöhter Erkrankungsrate/-gefährdung Die Informationen sind gegenwärtig nicht verfügbar. Grund ist die Vielfalt der Unternehmen der Migros-Gruppe, die Angaben werden nicht einheitlich oder zentral erfasst. Aus dem Grund liegen keine konsolidierten Daten für die Migros-Gruppe vor.	<input type="checkbox"/>	
G4-LA8	Arbeitsschutzthemen Eine institutionalisierte Zusammenarbeit mit Mitarbeitenden-Vertreter/innen (PEKOs) und den Sozialpartnern findet im Rahmen des Gesamtarbeitsvertrags statt.	<input type="checkbox"/>	
G4-LA9	Umfang der Aus- und Weiterbildung	<input type="checkbox"/>	84
G4-LA10	Weiterbildungsprogramme	<input type="checkbox"/>	83
G4-LA11	Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung für Mitarbeitende Im Rahmen des M-FEE-System (Mitarbeitende führen, entwickeln und entlohnen) wird sichergestellt, dass mit allen Mitarbeitenden (jede Ebene) jährlich mindestens ein Mitarbeitergespräch geführt wird.	<input type="checkbox"/>	
G4-LA12	Zusammensetzung des Managements und Mitarbeiterstruktur	<input type="checkbox"/>	63-65

Legende
 keine externe Prüfung der Berichtsinhalte
 ◆ «Materiality Matters» Prüfung
 UNGC UN Global Compact Prinzip
[www](#) Link auf Online-Geschäftsbericht / Website
 FP Indikatoren gemäss Sektor Zusatzprotokoll Lebensmittelverarbeitung

		GRI/ext/UNGC	www/Seite
G4-LA13	Verhältnis des Grundgehalts von Frauen gegenüber Männern	<input type="checkbox"/>	66
G4-LA14	Neue Lieferanten, die nach Arbeitspraktiken überprüft wurden	<input type="checkbox"/>	21
G4-LA15	Wesentliche Auswirkungen bezüglich Arbeitspraktiken in der Lieferkette	<input type="checkbox"/>	21
Menschenrechte		UNGC	
G4-DMA		<input type="checkbox"/>	21
G4-HR10	Neue Lieferanten, die nach Menschenrechtskriterien überprüft wurden	<input type="checkbox"/>	21
G4-HR11	Wesentliche Auswirkungen bezüglich Menschenrechte in der Lieferkette	<input type="checkbox"/>	21
Produktverantwortung			
G4-DMA		<input type="checkbox"/>	24, 29
G4-PR1	Produktauswirkungen	<input type="checkbox"/>	24
G4-PR2	Verletzung von Vorschriften und Verhaltensregeln zu Produktrichtlinien	<input type="checkbox"/>	24
FP5	Produkte aus unabhängig zertifizierter Produktion	<input type="checkbox"/>	29
FP6	Produkte mit vermindertem Gehalt von Fetten, Salz und Zucker	<input type="checkbox"/>	29
FP7	Produkte mit gesundheitsfördernden Zusatzstoffen	<input type="checkbox"/>	29
Beschaffung			
G4-DMA		<input type="checkbox"/>	18
FP1	Beschaffungsvolumen von konformen Lieferanten	<input type="checkbox"/>	18, 21
FP2	Beschaffungsvolumen gemäss internationalen Standards	<input type="checkbox"/>	18, 21
Tierwohl			
G4-DMA		<input type="checkbox"/>	www
FP9	Anzahl, Rasse und Zuchtform der verarbeiteten Tiere Die Angaben werden zur Zeit erarbeitet und stehen ab August 2014 auf migros.ch > Tierwohl zur Verfügung.	<input type="checkbox"/>	
FP10	Physische Veränderungen an Tieren Die Angaben werden zur Zeit erarbeitet und stehen ab August 2014 auf migros.ch > Tierwohl zur Verfügung.	<input type="checkbox"/>	
FP11	Anzahl Tierarten und Rassen nach Haltungsart Die Angaben werden zur Zeit erarbeitet und stehen ab August 2014 auf migros.ch > Tierwohl zur Verfügung.	<input type="checkbox"/>	
FP12	Umgang mit Antibiotika, Entzündungshemmern und Hormonen Die Angaben werden zur Zeit erarbeitet und stehen ab August 2014 auf migros.ch > Tierwohl zur Verfügung.	<input type="checkbox"/>	
FP13	Transport und Schlachtung Die Angaben werden zur Zeit erarbeitet und stehen ab August 2014 auf migros.ch > Tierwohl zur Verfügung.	<input type="checkbox"/>	

Legende

- keine externe Prüfung der Berichtsinhalte
- ◆ «Materiality Matters» Prüfung
- UNGC UN Global Compact Prinzip
- [www](#) Link auf Online-Geschäftsbericht / Website
- FP Indikatoren gemäss Sektor Zusatzprotokoll Lebensmittelverarbeitung

MIGROS-GENOSSENSCHAFTS-BUND

Limmatstrasse 152
Postfach
8031 Zürich

www.migros.ch/m13