

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 certified 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 beschliesst, Rezepturstandards für verschiedene Lebensmittelkategorien zu schaffen. Im Fokus stehen Zucker, Salz, Fett, Proteine und Nahrungsfasern.
	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 Pluskülmöbeln 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.