

Gesundheit

Die Migros unterstützt ihre Kundinnen und Kunden darin, einen aktiven, genussvollen und gesunden Lebensstil zu führen. 2014 hat sie sich insbesondere für eine verbesserte Zusammensetzung ihrer Produkte eingesetzt und das Angebot für Menschen mit besonderen Bedürfnissen erweitert.

Das Thema Volksgesundheit hat für die Migros eine lange Tradition. Bereits Migros-Gründer Gottlieb Duttweiler setzte sich für gesunde Lebensmittel ein und schaffte Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten für die Bevölkerung. Gesundheit ist bis heute ein wichtiges Qualitätsversprechen der Migros an ihre Kundinnen und Kunden. Neben der konstanten Verbesserung ihrer Produkte setzt sie auf Angebote und Projekte, mit denen Jung und Alt ihre Gesundheitskompetenz erhöhen und ihr Bewegungsverhalten verbessern können.

Ziel der Migros ist es, ab 2019 über 150 Produkte mit weniger Zucker, Salz und Fett herzustellen.

Um sich künftig als ganzheitliche Gesundheitsanbieterin zu positionieren, hat die Migros 2014 entschieden, den Bereich Gesundheit innerhalb des Unternehmens ab 2015 noch stärker zu fördern – insbesondere in den Fachgebieten Medizin, Ernährung, Bewegung, Wellness und Entspannung. Das Gesundheitsprogramm hat zum Ziel, das körperliche, psychische und soziale Wohlbefinden sowie die Gesundheitskompetenz der Schweizer Bevölkerung zu fördern.

Weniger ist mehr – verbesserte Rezepturen

Salz, Fett und Zucker spielen in Lebensmitteln eine wichtige Rolle. Allerdings konsumieren viele Menschen zu viel davon, was Herz-Kreislauf-Krankheiten und Übergewicht begünstigen kann. Die Migros hat sich daher 2014 zum Ziel gesetzt, ihr Lebensmittelangebot nach ernährungsrelevanten Kriterien zu überprüfen und wo nötig zu verbessern. Im Fokus standen die Nährstoffe Salz, Fett, Zucker, Nahrungsfasern und Protein. Ziel ist es, ab 2019 über 150 Produkte mit weniger Zucker, Salz und Fett, dafür mit mehr Nahrungsfasern und Protein herzustellen.

Im Berichtsjahr hat die Migros für 20 Lebensmittelgruppen wie Frühstückscerealien oder Fertiggerichte Rezeptur-Standards verabschiedet, die auch für die Einführung neuer Produkte gelten. Je Produktkategorie geben die Standards Zielwerte, Toleranzwerte und Handlungsbedarf für die genannten Nährstoffe vor. Bis heute hat die Migros über 1400 Migros-Produkte analysiert und bei rund 150 Artikeln Handlungsbedarf erkannt. In den kommenden Jahren werden bei diesen Produkten die Rezepturen sukzessive verbessert. Bis Ende 2014 wurden bereits 100 Produkte optimiert.

Bis Ende 2014 wurden bereits 100 Produkte optimiert.

Als Basis für die Rezepturverbesserungen dienen die neuen Migros-Nährwertrichtlinien, die im Rahmen einer Zusammenarbeit mit der Zürcher Fachhochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) Wädenswil entwickelt wurden. Die Richtlinien berücksichtigen aktuelle nationale und internationale Ernährungsempfehlungen. Gleichzeitig wurde in Zusammenarbeit mit der M-Industrie die technologische Machbarkeit der Anpassungen überprüft.

Ausbau des Allergikersortiments

In der Schweiz sind etwa 2 Millionen Menschen von einer Lebensmittelunverträglichkeit betroffen, viele davon leiden unter sogenannten Nahrungsmittelintoleranzen. Die Betroffenen sind oft bei ihrer Verpflegung ausser Haus eingeschränkt.

2 Mio.

Mit den aha!-Produkten bietet die Migros ein breites Allergikersortiment wie Milchprodukte, Brot, Pasta, Cerealien, Snacks und Kosmetika. Das Sortiment ist durch die unabhängige Zertifizierungsstelle Service Allergie Suisse SAS geprüft und wird regelmässig kontrolliert. Inzwischen tragen über 90 Produkte aus dem Lebensmittel- und Kosmetikbereich das aha!-Gütesiegel. Besonders die Nachfrage nach gluten- und laktosefreien Produkten steigt stetig. Ziel der Migros ist es, bis Ende 2016 das Allergikersortiment um weitere 30% auszubauen, um den steigenden Kundenbedürfnissen gerecht zu werden.

Menschen sind von einer Lebensmittelunverträglichkeit betroffen.

Seit Oktober 2014 bietet die Migros aha!-zertifizierte Produkte auch in rund 40 ausgewählten Migros-Restaurants und Take-Aways an. Kundinnen und Kunden können hier zwischen gluten- und laktosefreien Menus, Sandwiches, Brötchen, Kuchen, Müesli, Salatsaucen und laktosefreier Milch sowie laktosefreiem Kaffeeahm wählen. Um Kundenanfragen fachgerecht beantworten zu können, hat die Migros im Berichtsjahr zusammen mit dem aha!-Allergiezentrum Schweiz Schulungen für Mitarbeitende der Gastronomiebetriebe begonnen. Sie werden 2015 weiter ausgebaut.

Ernährung als Gesundheitsfaktor

Gemeinsam essen

Soziale Kontakte sind der wichtigste Gesundheitsfaktor – auf dieser Erkenntnis beruht Tavolata [<http://www.tavolata.net>] ein 2010 vom Migros-Kulturprozent lanciertes Projekt für Tischgemeinschaften für ältere Menschen, das dem Wandel der Gesellschaft Rechnung trägt. Neben den Migros-Genossenschaften Aare, Luzern und Ostschweiz sind Pro Senectute und Forum Elle erfolgreiche Multiplikatoren für die mittlerweile über 200 aktiven Tavolata-Tischgemeinschaften. 2014 hat das beispielhafte Projekt auch in der Westschweiz Fuss gefasst.

Gesund leben

Das Projekt Kebab+ [<http://www.kebabplus.ch/>] wurde 2008 in Zusammenarbeit mit dem Dachverband offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz (DOJ) lanciert. Es soll Jugendliche für eine gesunde Ernährung und Lebensweise sensibilisieren. Für ihr Projekt "Jetzt nehmen Sie Platz" hat die Jugendanimation Kriens im März den Kebab+-Award 2014 gewonnen. Die Gewinner erhielten 1000 CHF. Drei weitere Projekte zur Gesundheitsförderung bekamen eine Auszeichnung und je 300 CHF.

Wie isst die Schweiz?

Der Gottlieb Duttweiler Lehrstuhl für Internationales Handelsmanagement an der Universität St. Gallen [<http://www.irm.unisg.ch>] hat 2014 zum vierten Mal eine Studie zum Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz durchgeführt, die sich an Akteure im Foodmarkt richtet. Neben Industrie und Handel zählen dazu insbesondere auch Institutionen und Unternehmen im Gesundheitsmarkt. Die Resultate wurden Anfang 2015 publiziert.

Freizeitanlagen & Gesundheitszentren

Neben dem Angebot für eine aktive Natur- und Freizeitnutzung im Rahmen des Migros-Kulturprozent [<http://www.migros-kulturprozent.ch>] unternimmt die Migros vielfältige Anstrengungen für mehr Lebensqualität und zur Steigerung der Volksgesundheit. 2014 kamen sieben neue Zentren im Bereich Fitness, Wellness und Gesundheit hinzu. Damit ist die Migros an 96 Standorten in der ganzen Schweiz mit Fitness- und Golfanlagen, Bädern und den Gesundheitszentren von Medbase präsent. Auch die 50 Standorte der Klubschule Migros [<http://www.klubschule.ch>] bieten vielfältige Kurse und Lehrgänge im Bereich Bewegung und Gesundheit an. Das Angebot im Überblick:

96

Fitness- und Golfanlagen, Bäder und Gesundheitszentren

Marke	Genossenschaft	Anzahl
Fitnessparks	Aare, Basel, Luzern, Ostschweiz, Waadt, Zürich	16
Activ Fitness	Zürich (Franchise Tessin/Romandie)	27
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	5

Medbase Gesundheitszentren	Aare, Luzern, Ostschweiz, Zürich	12
Sportparks (Rental-Dierikon, Pilatus-Kriens, Milandia)	Luzern, Zürich	3
Golfparks (inkl. Golfcampus)	Zürich, Luzern, Ostschweiz, Aare, Waadt	8
Gesamt 2014		96
Gesamt 2013		86

Mit ihren Freizeitanlagen setzt sich die Migros seit den 1970er-Jahren dafür ein, Körper und Geist zu pflegen und zu stärken – und etablierte sich als Pionierin im Freizeit- und Gesundheitsmarkt. Mit der Erweiterung der Geschäftstätigkeit in den präventivmedizinischen Bereich betreibt sie heute eine breite Palette an Freizeitanlagen und Gesundheitszentren. Die Angebote für die Volksgesundheit folgen dem Grundsatz "mehr Lebensqualität für alle zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis". Das Gesundheitsprogramm zielt darauf, das körperliche, psychische und soziale Wohlbefinden sowie die Gesundheitskompetenz der Schweizer Bevölkerung zu fördern.

“Wir versprechen Dylan, ab Ende 2017 Fitness- und Wellnesskurse sowie Trainingsanlagen für 10 Millionen Besucher pro Jahr anzubieten.”

Generation M-Versprechen

Fitness-/Wellness- & Aquaparks sowie Medbase-Gesundheitszentren
2014 konnte die Migros ihre führende Position im Schweizer Fitness-, Wellness- und Gesundheitsmarkt mit sieben neuen Fitnessanlagen weiter stärken.

Sie umfasst nun 73 Fitness-/Wellness- und Aquaparks. Im November wurde der Fitnesspark Glattpark in Zürich eröffnet, der mit Private SPA ein exklusives Wohlfühlerlebnis anbietet. Die Tochtergesellschaft Activ Fitness eröffnete je einen Standort im Tessin (Losone) und in der Romandie (Lausanne) sowie zwei Center im Grossraum Zürich. Migros Freizeit Deutschland GmbH – eine Tochterfirma der Genossenschaft Migros Zürich – weihte je ein Center der Gruppe Elements in München und Frankfurt ein, die mit einem ganzheitlichen Trainings- und Wellness-Konzept überzeugen. In ihren Freizeit- und Gesundheitszentren begrüsst die Migros 2014:

- 166'981 Jahresmitglieder (+12.6% gegenüber Vorjahr)
- 9.9 Mio. Besucherinnen und Besucher (+12.7% gegenüber Vorjahr)
- 16'908 Inhaber von Intercity-Cards (+29.9% gegenüber Vorjahr)

(Zahlen betreffen die 67 Anlagen in der Schweiz)

Das General-Abo für mehr Bewegung & Gesundheit.
Die Intercity-Card gilt heute in 58 Städten und für mehr als 70 Anlagen und bildet damit den grössten Verbund in der Schweiz.

Sie ist das ideale Eintrittsticket für Pendler, die schweizweit flexibel von einer abwechslungsreichen Kombination von Fitness-, Kurs- und Wellnessangeboten profitieren möchten.

Medbase-Gesundheitszentren
Die Medbase AG, kompetente Partnerin für ganzheitliche Beratung und Betreuung im medizinischen und paramedizinischen Bereich, betreibt insgesamt zwölf Gesundheitszentren.

Der jüngste und mit 1000 Quadratmetern grösste Standort wurde 2014 in Abtwil eingeweiht. Dank der langjährigen Zusammenarbeit mit den Migros-Fitnessanlagen profitieren die Patienten von einem umfassenden Angebot aus medizinischer Betreuung, Therapie und Training. Die Zusammenarbeit zwischen Fitnessanlagen und Medbase-Gesundheitszentren wurde 2014 mit der Lancierung gemeinsamer Produkte und Dienstleistungen weiter gestärkt.

Das jüngste und mit 1000 Quadratmetern grösste Gesundheitszentrum von Medbase wurde 2014 in Abtwil eingeweiht.

Migros Golfparks
"Golf für alle", dieses Ziel verfolgt die Migros seit 1995. Ihre sechs Golfparks und zwei

Golfcampus tragen schweizweit wesentlich dazu bei, Golf in einen Breitensport zu verwandeln.

Mit insgesamt 180 Löchern ist die Migros die grösste Anbieterin von öffentlichem Golf in der Schweiz. Mit der ASG GolfCard Migros weisen sich bereits über 14'000 unabhängige Golfer als Mitglied einer anerkannten Organisation für clubfreie Golfer aus. Damit entsprechen die Migros Golfparks dem breiten Wunsch nach einer Alternative zu traditionellen Clubmitgliedschaften. Um auch ein jüngeres Publikum für den Golfsport zu begeistern, fand 2014 eine Kooperation mit dem Jugend-TV-Sender JOIZ mit einer Reportage statt. Das Migros-Golfengagement umfasst:

- 180 Löcher
- 14'306 Inhaber ASG GolfCard Migros
- 441'544 gespielte Golfrunden
- 21.4 Millionen abgeschlagene Bälle auf Driving Range
- 1'100 Platzreifeprüfungen

Weitere Gesundheits-Engagements

Gesundheit am Arbeitsplatz

Gesunde Mitarbeitende sind ein zentraler Motor jedes Unternehmens. In allen Unternehmen der Migros-Gruppe werden Aktivitäten zur Förderung der Arbeitsfähigkeit, zur Vermeidung von Arbeitsunfähigkeit und für den erleichterten Wiedereinstieg im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements systematisch gesteuert und optimiert.

Fitness und Entspannung

Ob gezieltes Training oder Bewegung im Alltag: Regelmässige Bewegung ist ein Garant für das Wohlbefinden. Im Rahmen des Nachhaltigkeitsprogramms Generation M [<http://www.migros.ch/generation-m>] führt die Migros das Angebot Fitness & Entspannung mit Tipps und Tricks für Bewegung, Erholung und Ernährung. Sie setzt sich zudem für mehr Bewegung an den Schulen ein und will als grösster Partner im Sportbereich bis 2015 insgesamt über 800'000 Menschen bewegen. Die Migros unterstützt die Veranstalter der beliebtesten Volksläufe in der ganzen Schweiz sowohl finanziell als auch mit Sach- und Kommunikationsleistungen. 2014 wurden 45 Laufveranstaltungen gefördert.

“Wir versprechen Deborah, als
Hauptsponsorin bis 2015
jedes Jahr
Laufveranstaltungen für über
200'000 Sportler zu
ermöglichen.”

Generation M-Versprechen

Délifit: Ausgewogene Ernährung in Gastronomie und Take Aways

Die Migros baut ihr Angebot an ausgewogenen Délifit-Produkten [<http://delifit.ch>] im Take-Away und in der Gastronomie stetig aus. Délifit setzt auf saisonale Produkte und Gerichte, die aus frischen Zutaten und mit wenig Fett zubereitet werden. Diese entstehen jeweils in enger Zusammenarbeit mit Ernährungsberaterinnen und -beratern.