

Nachhaltigkeitsmanagement

Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil der Migros-Unternehmenstätigkeit und in der Gruppenstrategie fest verankert. Die Umsetzung erfolgt entlang der gesamten Wertschöpfungskette und berücksichtigt ökonomische, soziale und ökologische Ziele gleichermaßen.

Nachhaltigkeit hat Tradition bei Migros. Der Gründer Gottlieb Duttweiler wandelte Migros 1941 in eine Genossenschaft um und verschenkte sie an die Schweizer Bevölkerung. Als Genossenschaft ist Migros nicht den Interessen von Investoren verpflichtet, sondern hat sich einem gesellschaftlich verträglichen Wachstum zum Wohle aller verpflichtet. Dies zählt sich aus: Gemäss Nachhaltigkeits-Rating 2014/15 der Ratingagentur oekom research [<http://www.oekom-research.com/>] ist sie die nachhaltigste Detailhändlerin der Welt. Oekom research hat weltweit 140 Handelsunternehmen in Bezug auf ihr soziales und ökologisches Engagement untersucht. Die Migros-Gruppe zeichnet sich insbesondere durch eine gute Bewertung in den Bereichen Transporteffizienz, Klimaschutz, Mitarbeitende und Lieferanten aus.

Verantwortung als Kernprinzip

Nachhaltigkeit bedeutet für Migros ein ausbalanciertes Verhältnis aller Aktivitäten bezüglich wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Auswirkungen. Ziel ist, durch verantwortungsbewusstes Wirtschaften den längerfristigen Erfolg der Migros-Gruppe sicherzustellen.

Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist Teil der Kultur von Migros und die Werte Verantwortungsbewusstsein und Glaubwürdigkeit sind in der Gruppenstrategie [<http://www.migros.ch/mediaObject/GenM/docs/de/Migros-Gruppen-Strategie-Booklet-Deutsch/original/Migros-Gruppen+Strategie+Booklet+Deutsch.pdf>] verankert. Migros versteht darunter insbesondere, ein breites Sortiment an nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen anzubieten, Partnerin für einen gesunden Lebensstil zu sein, Massstäbe bei Klimaschutz und Ressourceneffizienz zu setzen, eine vorbildliche Arbeitgeberin zu sein und das gesellschaftliche Miteinander zu fördern.

Als Mitglied des Global Compact [<https://www.unglobalcompact.org/languages/german>], einer strategischen Initiative der Vereinten Nationen zur Unternehmensverantwortung, verpflichtet sich Migros seit 2006, die internationalen Grundwerte in Bezug auf die Menschenrechte, das Arbeitsrecht und den Umweltschutz sowie gegen Korruption innerhalb ihres Einflussbereichs zu unterstützen.

Steuerung auf mehreren Ebenen

Nachhaltigkeit ist bei Migros integraler Bestandteil der Unternehmenstätigkeit. Das Nachhaltigkeitsmanagement bezieht alle relevanten Bereiche ein und erfolgt auf verschiedenen Ebenen. Die oberste Verantwortung für das nachhaltige Wirtschaften trägt die Verwaltung des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB). Sie trifft den endgültigen Entscheid über die strategische Ausrichtung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Die Direktion Nachhaltigkeit & Issue Management ist für das Nachhaltigkeitsmanagement der ganzen Migros-Gruppe zuständig und direkt dem Präsidenten der Generaldirektion MGB unterstellt. Sie stellt sicher, dass die Werte Verantwortungsbewusstsein und Glaubwürdigkeit im gesamten Tätigkeitsgebiet der Migros-Gruppe hochgehalten werden. Zudem ist sie für die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie sowie die thematische Wissensteilung innerhalb der Migros-Gruppe zuständig. Fachstellen und Linienverantwortliche in sämtlichen Unternehmen der Gruppe sind für die Umsetzung und das Monitoring sozialer und ökologischer Anliegen zuständig.

Für die Umsetzung und Steuerung von Nachhaltigkeitszielen setzt Migros auf verschiedene Strategien und Programme im Genossenschaftlichen Detailhandel und in der Gruppe. Die Zielerreichung erfolgt auf Basis strategischer Kennzahlen, die ökonomische, soziale und

“Migros zeigt 2014 im Oekom Corporate Rating ein überdurchschnittliches Engagement – vor allem in den Bereichen Transporteffizienz, Klimaschutz und Arbeitsstandards.”

Ulrike Funk, branchenverantwortliche
Analystin bei Oekom research

Mit Generation M verfolgt der Genossenschaftliche Detailhandel seit 2012 konkrete Nachhaltigkeitsziele in den fünf Handlungsfeldern Konsum, Umwelt, Mitarbeitende, Gesellschaft und Gesundheit.

ökologische Aspekte berücksichtigen.

Genossenschaftlicher Detailhandel

Mit dem Nachhaltigkeitsprogramm Generation M verfolgt der Genossenschaftliche Detailhandel seit 2012 konkrete Nachhaltigkeitsziele in den fünf Handlungsfeldern Konsum, Umwelt, Mitarbeitende, Gesellschaft und Gesundheit.

Bislang wurden über 60 Ziele formuliert, die als Versprechen einem Kind oder Jugendlichen abgegeben werden. Auf diese Weise sichert Migros den Kundinnen und Kunden verbindlich zu, die Umwelt zu schützen, den nachhaltigen Konsum zu fördern, gegenüber Gesellschaft und Mitarbeitenden sozial und vorbildlich zu handeln und einen gesunden Lebensstil zu ermöglichen. Zweimal jährlich überprüft Migros, ob sie die Ziele erreicht, und kommuniziert den Fortschritt auf der Website.

Der aktuelle Fortschrittsbericht findet sich hier.

[\[http://www.migros.ch/mediaObject/GenM/docs-2015/d/Controlling/original/Controlling.pdf\]](http://www.migros.ch/mediaObject/GenM/docs-2015/d/Controlling/original/Controlling.pdf)

2014 wurden sieben neue Versprechen lanciert, so etwa, im laufenden Jahr mindestens 2.5 Millionen Quadratmeter naturnahen Lebensraum für Tiere und Pflanzen zu schaffen.

Generation M trägt wesentlich dazu bei, Mitarbeitende sowie Kundinnen und Kunden für zentrale Themen der Nachhaltigkeit zu sensibilisieren. 2014 wurden zwei Themenschwerpunkte gesetzt: Zum einen führte Migros verschiedene Aktivitäten durch, um Kundinnen und Kunden für das Thema "Genuss mit gutem Gewissen" zu sensibilisieren. In diesem Zusammenhang wurde die Initiative Cumulus-Green [\[http://www.migros.ch/cumulus/de/ueber-cumulus/cumulus-green/bewusster-einkaufen.htm\]](http://www.migros.ch/cumulus/de/ueber-cumulus/cumulus-green/bewusster-einkaufen.htm) lanciert. Zum anderen sensibilisierte Migros unter dem Titel Nachhaltige Filiale Mitarbeitende und Kunden für Recycling, indem Taschen für das korrekte Trennen von Plastikflaschen angeboten wurden.

Migros-Gruppe

Nachhaltiges Handeln in der Migros-Gruppe wird über verschiedene Programme und Massnahmen sichergestellt.

In 2014 hat die Migros zur Stärkung ihrer Compliance einen neuen Verhaltenskodex [\[http://m14-author.migros-report.namics.com/cooperative-governance/interne-kontrollinstrumente/\]](http://m14-author.migros-report.namics.com/cooperative-governance/interne-kontrollinstrumente/) eingeführt. Daneben gelten für alle Unternehmen der Migros-Gruppe 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 Industrieunternehmen die gleichen 18 Basisanforderungen für Lieferanten und Sortiment schrittweise umgesetzt. Die Anforderungen gelten auch für Unternehmen, die durch Migros im In- oder Ausland aufgekauft wurden. Die Richtlinien beinhalten den Verhaltenskodex BSCI, der Arbeitsstandards in globalen Lieferketten verbessern will, Aspekte zur Lebensmittelsicherheit und zum Tierwohl sowie den Schutz der weltweiten Fischbestände und der Tropenwälder. 2014 setzen neben den zehn Genossenschaften und dem MGB 24 Unternehmen der Migros-Gruppe die Basisanforderungen um.

Ergänzend dazu ist die Klima- und Energiestrategie 2020 für alle Unternehmen der Migros-Gruppe Pflicht. Sie besagt, dass alle Unternehmen einen Beitrag zum Klimaschutz leisten müssen, besonders in den Bereichen Reduktion von Treibhausgasen und Förderung klimaschonender Produkte. 2014 wurden alle Unternehmen sukzessive in das Umwelt- und Energiemanagement eingebunden, der betriebliche Umweltschutz ist neu Bestandteil der Basisanforderungen.

Seit 2013 haben die Unternehmen der M-Industrie zudem eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie, die mehr als 40 Ziele in den Bereichen Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft umfasst. Diese leistet einen wichtigen Beitrag an die nachhaltige Wertschöpfungskette von Migros, stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der M-Industrie und erhöht ihre Attraktivität als Arbeitgeberin. Bis 2015 werden alle Industriebetriebe Managementsysteme zur Umsetzung und Monitoring der Strategie einführen. Alle Unternehmen der M-Industrie setzen zudem die internationale Umweltmanagementnorm ISO 14001 um und streben in den nächsten Jahren die Zertifizierung nach ISO 14001 an.

7

neue Versprechen wurden 2014 lanciert.

18

Basisanforderungen werden für Lieferanten und Sortiment umgesetzt.

Ebenfalls seit 2013 haben die Handelsunternehmen Globus und Interio eine eigene Umwelt- und Energiestrategie. Schwerpunkte sind die Bereiche Logistik, Abfall und Energie. So setzen die Unternehmen auf umweltfreundliche Logistikpartner und optimierte Routenplanung mit kombiniertem Verkehr (Bahn/LKW). Abfälle werden in allen Betriebsstellen gesammelt und soweit möglich der Wiederverwertung zugeführt.

Auch Denner engagiert sich für mehr Nachhaltigkeit und hat eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie. Diese baut auf einem 5-Säulen-Nachhaltigkeitsmodell entlang der Bereiche Energie/Klimaschutz, Abfall/Recycling, Produkt/Label, Mitarbeiter und Gesellschaft auf. Mit der Nachhaltigkeitsstrategie werden nicht nur bisher geltende Standards verbessert, es bleibt auch Raum für neue Massnahmen, die der Discounter im Bereich Nachhaltigkeit künftig angehen will.

Weiterführende Themen

Nachhaltigste Detailhändlerin der Welt

Die renommierte Ratingagentur Oekom research hat weltweit Handelsunternehmen in Bezug auf ihr soziales und ökologisches Engagement untersucht. Die Migros-Gruppe hat mit Abstand das beste Resultat erreicht: Von 140 untersuchten Retailern weltweit liegt die Migros-Gruppe als einzige mit der Note B+ (sehr gut) an der Spitze. Damit ist sie die nachhaltigste Detailhändlerin der Welt [<http://www.migros.ch/generation-m/de/nachhaltigkeit-bei-der-migros/aktuelles/nummer-eins-in-sachen-nachhaltigkeit.html>].

Beste Reputation

2014 hat Migros im GfK Business Reflector [<http://www.gfk.com/ch/news-und-events/presse/pressemitteilungen/seiten/gfk-business-reflector-2014.aspx>] unter den 52 führenden Schweizer Unternehmen den ersten Platz belegt und ist demnach das Unternehmen mit dem besten Ruf in der Schweiz, was besonders auf die Bemühungen im Bereich Nachhaltigkeit zurückzuführen ist. Nach 2010 und 2012 steht Migros in diesem Jahr wiederum an der Spitze der 52 untersuchten Firmen.