

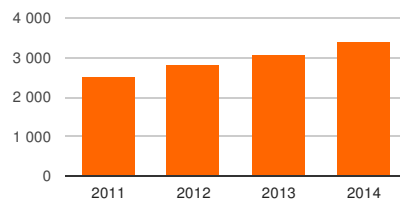
Sortiment & Labels

Migros bietet ein breites Sortiment an Produkten, die nachhaltig oder regional produziert werden und für Kunden mit besonderen Ernährungs- und Gesundheitsbedürfnissen geeignet sind. 2014 hat Migros ihr Angebot in allen Bereichen stark ausgebaut.

Von Kaffee über Fisch bis zu Elektrogeräten, Textilien und Naturkosmetik: Der Genossenschaftliche Detailhandel bietet zahlreiche Produkte an, die einen sozialen und ökologischen Mehrwert stiften. Zudem wendet sich Migros mit diversen Produkten an Kundinnen und Kunden, die spezielle Ernährungs- und Gesundheitsbedürfnisse haben, wie z.B. Lebensmittelunverträglichkeiten. Eine Vielzahl an Labels hilft den Kunden bei der Orientierung. Der Gesamtumsatz aller Produkte, die ein Nachhaltigkeits- oder Gesundheitslabel tragen oder aus regionaler Produktion stammen, stieg 2014 gegenüber dem Vorjahr um 10.5% auf CHF 3.4 Mrd. Produkte mit nachhaltigen, gesundheitlichen und regionalen Labels machen rund 24% des Gesamtumsatzes des Genossenschaftlichen Detailhandels aus.

Gesamtumsatz Nachhaltigkeits-, Regional- und Gesundheitslabels

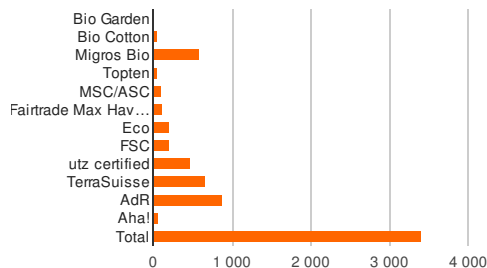
Gesamtumsatz Nachhaltigkeits-, Regional- und Gesundheitslabels
(in CHF Mio.)



■ Gesamtumsatz der Labels

Umsätze der einzelnen Labelumsätze Nachhaltigkeits-, Regional- und Gesundheitslabels

Umsätze der einzelnen Labels 2014 (in CHF Mio.)



■ 2014

Nachhaltigkeitslabels: bio, fair & umweltfreundlich

Wer bei Migros nachhaltig einkaufen will, findet ein breites Sortiment an zertifizierten Produkten, die einen ökologischen und/oder sozialen Mehrwert stiften.

Über das Kundenprogramm Cumulus bzw. Cumulus-Green

[\[http://www.migros.ch/cumulus/de/ueber-cumulus/cumulus-green/bewusster-einkaufen.html\]](http://www.migros.ch/cumulus/de/ueber-cumulus/cumulus-green/bewusster-einkaufen.html) können Konsumentinnen und Konsumenten regelmässig überprüfen, wie hoch der Anteil an Produkten mit nachhaltigen Labels in ihrem Warenkorb ist.

Migros-Bio Labels

Migros bietet eine breite Palette an Produkten mit dem Label Migros Bio an, das eine biologische Landwirtschaft, schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen und einen hohen Tierwohlstandard garantiert.

2014 wurde das Sortiment weiter ausgebaut, besonders im Bereich Bio-Poulet. Mittlerweile umfasst das Angebot an Bio-Lebensmitteln über tausend Produkte, von der Schokolade über Früchte und Gemüse, Fleisch, Fisch, Brot und Milchprodukte bis zu Tee. Der Umsatz mit Lebensmitteln, die das Migros-Bio Label tragen, betrug im Berichtsjahr rund CHF 593 Mio. und konnte sich gegenüber dem Vorjahr um 15.0% steigern (2013: CHF 517 Mio.).

Migros hat auch 2014 das Sortiment mit Textilien, die das Label Migros Bio Cotton tragen, ausgebaut. Der Umsatz konnte gegenüber 2013 um mehr als 15% gesteigert werden und betrug im Berichtsjahr CHF 51 Mio.

Umweltbewusste Gärtnerinnen und Gärtner finden in den Migros Do it + Garden-Geschäften eine grosse Auswahl an ökologischen Produkten mit dem Label Migros Bio Garden. Alle Produkte unterliegen strengen Richtlinien, die Migros gemeinsam mit dem schweizerischen Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) entwickelt hat.

TerraSuisse

Das Migros-eigene Label TerraSuisse zeichnet Produkte aus, die ausschliesslich aus einer nachhaltigen Schweizer Landwirtschaft stammen. TerraSuisse ist mit einem Umsatz von CHF 670 Mio. das nachhaltige Label mit dem grössten Umsatz.

Es wurde in Partnerschaft mit der Schweizerischen Vogelwarte Sempach und der Vereinigung der integriert produzierenden Bäuerinnen und Bauern der Schweiz (IP-Suisse) ins Leben gerufen. Mit dem Label TerraSuisse setzt sich Migros aktiv für eine naturnahe, tierfreundliche Schweizer Landwirtschaft ein.

Über 11'000 IP-Suisse-Bauerinnen und -Bauern sorgen sich um das Tierwohl und halten ihre Tiere in artgerechten Ställen mit Auslauf. Getreide, Kartoffeln und Raps werden umweltschonend angebaut, auf die Verwendung von Insektiziden, Wachstumsregulatoren und Fungiziden wird verzichtet. Zudem engagieren sich die Bäuerinnen und Bauer für den Erhalt der Biodiversität, indem sie z.B. Lebensräume für Wildtiere und selten gewordene Pflanzen schaffen.

Migros und IP-Suisse engagieren sich kontinuierlich für die Weiterentwicklung der Labelanforderungen. So hat ein langjähriges Forschungsprojekt mit der Vetsuisse Fakultät der Universität Bern zum Ziel, den Antibiotikaeinsatz in der Kälbermast zu reduzieren. Erste Resultate führten dazu, dass der Einsatz von gewissen Wirkstoffen in der IP-Suisse-Produktion seit 2014 nicht mehr zugelassen sind.

MSC & ASC

Mit den Labels MSC (Marine Stewardship Council) und ASC (Aquaculture Stewardship Council) bezieht Migros Produkte aus nachhaltigem Fischfang bzw. aus verantwortungsvoller Aquakultur. Sie hat in den vergangenen Jahren ihr Angebot an Fisch und Meeresfrüchten, die eines der Logos tragen, stetig ausgebaut.

Ihr Umsatz belief sich 2014 auf CHF 93 Mio. (2013: CHF 77 Mio.). Ende 2014 stammten 97% des verkauften Fisches aus nachhaltigen Quellen, d.h., dass die Produkte das MSC-, ASC- oder Migros Bio-Label trugen oder vom WWF als empfehlenswert oder akzeptabel beurteilt wurden. Die Migros-Frischtheken bieten seit 2014 sogar 100% Fisch aus nachhaltigen Quellen an. Bis 2020 soll das ganze Angebot an Fisch und Meeresfrüchten von Migros nachhaltig sein.

Auch die übrigen Handelsunternehmen der Migros-Gruppe und die Industrieunternehmen, die Fisch als Rohstoff verwenden, haben sich zum Ziel gesetzt, keinen Fisch mehr im Sortiment

CHF 593 Mio.

beträgt der Umsatz mit Lebensmitteln mit dem Migros-Bio Label.

TerraSuisse ist mit einem Umsatz von CHF 670 Mio. das Nachhaltigkeits-Label mit dem grössten Umsatz

zu haben, der vom WWF als gefährdet kategorisiert wird. 2014 wurde das Ziel zu 98% erreicht.

FSC

Das Label FSC (Forest Stewardship Council) kennzeichnet Produkte aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft. Der Umsatz mit FSC Produkten betrug 2014 CHF 216 Mio., was einer Steigerung gegenüber Vorjahr um 10% entspricht (2013: CHF 197 Mio.).

Migros produziert zudem seit 2014 alle Werbemittel aus Papier und Karton in umweltschonender Recycling- oder FSC-Qualität. Bis Ende 2015 sollen drei Viertel aller Holz- und Papierprodukte nachhaltigen Richtlinien entsprechen.

Auch in der Migros-Gruppe wird der Anteil an FSC-Produkten verfolgt. Im Departement Handel wurde 2014 ein Anteil von 35% (2013: 42%) erreicht. Im Departement Industrie & Grosshandel, wo der Grossteil des Packmaterials anfällt, stieg der Anteil auf 87% (2013: 85%) des gesamten Verbrauchsmaterials mit Holzanteil.

Fairtrade Max Havelaar & UTZ Certified

Migros bietet über 164 Produkte mit dem Fairtrade Max Havelaar-Label an; sie bekennt sich damit zu fairem Handel und stärkt Kleinbauern und Arbeiter in Entwicklungs- und Schwellenländern.

2014 hat Migros ihr Sortiment u.a. um Konservenprodukte und Produkte im Glas sowie grüne Spargeln erweitert. Bei Kaffee, Tee und Kakao setzt Migros auf UTZ Certified. Durch das UTZ-Programm verbessern Bäuerinnen und Bauern ihre Ernte und ihr Einkommen, während sie die Umwelt schonen. Nachdem Migros 2010 als erste Detailhändlerin der Schweiz ihr gesamtes Kaffee-Basis-Sortiment und 2013 alle Schokoladen der Marke Frey auf UTZ-zertifizierten Kakao umgestellt hat, folgten 2014 diverse Produkte wie Biskuits, Müsliriegel und Zerealien.

Eco-Label

Mit dem Eco-Label hat Migros 1996 einen eigenen anspruchsvollen Standard für Textilien entwickelt, der auf den ganzheitlichen Ansatz von Produkt und Produktionsökologie setzt: ökologisch, sozialverträglich und rückverfolgbar.

Eco beruht auf einem vorbeugenden Vermeidungsprinzip. Ziel ist es, saubere Bekleidung und Textilien mit maximaler Rücksicht auf die Umwelt zu produzieren. Die Basis für Verbesserungen bilden die Rückverfolgbarkeit der Artikel und die Überwachung ökologisch kritischer Prozesse. Die Sozialverträglichkeit richtet sich nach den Normen der internationalen Arbeitsorganisation ILO.

Ende 2014 trugen knapp drei Viertel aller Bekleidungsartikel bei Migros das Eco-Label. Im Berichtsjahr hat sie Lieferanten, die neu nach den Eco-Richtlinien produzieren, individuell begleitet. Bis Ende 2017 will Migros alle Textilien der Eigenmarken nach den strengen Eco-Richtlinien produzieren.

Der Labelguide mit einer Übersicht zu allen Nachhaltigkeitslabels findet sich hier

[<http://www.migros.ch/generation-m/de/labels-und-produkte/nachhaltige-und-oekologische-labels.html>] .

Der Umsatz mit Produkten mit Nachhaltigkeitslabels im Genossenschaftlichen Detailhandel machte 2014 CHF 2.5 Mia aus.

Gesundheitslabels: allergiefreundlich und natürlich

Migros bietet zahlreiche Produkte an, die den besonderen Ernährungs- und Gesundheitsbedürfnissen ihrer Kundinnen und Kunden entsprechen. Das aha!-Label kennzeichnet Produkte, die für Personen mit Allergien oder Intoleranzen besonders geeignet sind.

Inzwischen sind über 90 Produkte im Bereich Lebensmittel und Kosmetika im Sortiment, wobei laufend neue Artikel hinzukommen. Das Migros-aha!-Sortiment ist durch die unabhängige Zertifizierungsstelle Service Allergie Suisse SAS geprüft und wird regelmässig kontrolliert.

Kundinnen und Kunden, die Kosmetika auf Basis natürlicher Substanzen und ohne

synthetische Farb- und Duftstoffe bevorzugen, finden bei Migros ein grosses Angebot an Naturkosmetik-Produkten, unter anderem mit dem Natrue Label. Das international anerkannte Label garantiert weitestgehend natürliche und biologische Inhaltsstoffe, einen schonenden Herstellungsprozess, den Verzicht auf Tierversuche und umweltfreundliche Praktiken. Zwischen 2011 und 2014 hat Migros das Sortiment an Naturkosmetika von 40 Produkten auf 74 Produkte erweitert. Ziel ist, das Angebot im laufenden Jahr zu verdoppeln.

Regionale Labels

Unter dem Label "Aus der Region. Für die Region." (AdR) verkauft Migros Produkte, die in der Region hergestellt wurden und die es nur in der Region zu kaufen gibt. Damit fördert sie speziell die Existenz von kleinen und mittelgrossen Betrieben in der Region. Rund 8000 Produkte tragen das Label.

Mit CHF 874 Mio. Jahresumsatz ist AdR 2014 das umsatzstärkste Label im Genossenschaftlichen Detailhandel von Migros. Das Sortiment besteht aus Produkten landwirtschaftlichen Ursprungs, anderen Lebensmitteln wie Getränken sowie Blumen und Pflanzen. Um zu gewährleisten, dass die Produkte garantiert aus der Region stammen, müssen sie strenge Anforderungen an Herkunft, Wertschöpfung und Sortiment erfüllen.

Mit dem Label "Aus der Region. Für die Region." fördert Migros die regionale Landwirtschaft.

Alnatura: mehr Bio für die Schweiz

Mit dem Ziel, das Angebot an Bio-Lebensmitteln deutlich auszuweiten, baut Migros mit dem deutschen Bio-Pionier Alnatura seit 2012 eine gemeinsame Bio-Supermarktkette in der Schweiz auf.

Aufgrund der positiven Nachfrage 2014 hat Migros weitere Alnatura-Märkte eröffnet und verfügt derzeit über fünf Märkte in der Deutschschweiz. Zusätzlich wurden im Berichtsjahr Alnatura-Sortimente in 85 Migros-Filialen eingeführt. Auch der Migros-Onlineshop Le Shop.ch verkauft die Marke Alnatura – mit wachsendem Umsatz. Um sicherzustellen, dass Migros-Kundinnen und -Kunden über das neue Sortiment gut informiert werden, hat Migros für ihre Mitarbeitenden Schulungen zu den Alnatura-Produkten durchgeführt.

2014 wurden Alnatura-Sortimente in 85 Migros-Filialen eingeführt.

Alnatura-Produkte entsprechen der EU-Bio-Verordnung und, wo dies möglich ist, auch höheren Standards wie Demeter, der Bio-Knospe oder Naturland. Alle 300 Alnatura-Produkte, die in Migros-Läden angeboten werden, sind vegetarisch, über ein Viertel davon ist auch für Veganer geeignet.

Weiterführende Themen

Konsequent mit LED-Lampen

Migros hat 2014 ihr LED-Leuchtmittel-Sortiment [<http://www.migros.ch/de/medien/medienmitteilungen/aktuelle-meldungen-2014/migros-setzt-auf-led-lampen.html>] ausgebaut. Sie reduzierte ihr Angebot an Energiesparlampen und setzte konsequent auf LED-Leuchtmittel, die energieeffizienter sind und kein Quecksilber enthalten.

Mit Cumulus-Green bewusster einkaufen

Cumulus-Green [<http://www.migros.ch/cumulus/de/ueber-cumulus/cumulus-green/bewusster-einkaufen.html>] wurde gemeinsam mit dem WWF erarbeitet und soll Kundinnen und Kunden zum Einkauf nachhaltiger Produkte motivieren. Die Karte ermöglicht es, auf einen Blick zu erkennen, wie gross der Anteil nachhaltiger Produkte an den Einkäufen ist. Zum Cumulus-Green-Anteil zählen Einkäufe von Produkten zwölf verschiedener Nachhaltigkeitslabels wie Migros Bio, Alnatura oder Max Havelaar.

Kochbuch "Green Gourmet Family"

2014 hat Migros gemeinsam mit dem WWF Schweiz das Kochbuch "Green Gourmet Family" [<http://www.migros.ch/de/medien/medienmitteilungen/aktuelle-meldungen-2014/medienmitteilung-green-gourmet.html>] lanciert. Während mehreren Monaten konnten Kundinnen und Kunden eines der 120'000 Exemplare in sämtlichen Filialen kaufen. Mit dem Kochbuch fördert Migros gezielt die saisonale, umweltbewusste und ausgewogene Ernährung besonders bei Kindern.

