

Umfeld & Engagement

Die Migros im Dialog

Als grösste Detailhändlerin und private Arbeitgeberin der Schweiz steht die Migros mit zahlreichen Anspruchsgruppen in Kontakt. Der Austausch trägt dazu bei, gesellschaftliche Anliegen frühzeitig zu erkennen und darauf zu reagieren.

Der Stakeholder-Dialog ist für die Migros ein wichtiges Element bei der Definition der Unternehmensziele und für deren Umsetzung. Er ist Ausdruck der gelebten **unternehmerischen Verantwortung**, einer offenen Unternehmenskultur und eines weitsichtigen Umgangs mit gesellschaftlichen Themen. Die Unternehmenswebsite informiert über die wichtigsten Mitgliedschaften und Partnerschaften der Migros.

Kundinnen & Kunden

Kundinnen und Kunden gehören zur grössten Anspruchsgruppe der Migros. Im Genossenschaftlichen Detailhandel zählte das Unternehmen im Berichtsjahr **rund 385 Mio. Kundenkontakte** an der Kasse.

Das Unternehmen pflegt den Dialog mit Kundinnen und Kunden über diverse Kanäle. Zum Beispiel die M-Infoline, über welche Kunden ihre Meinung zu Produkten oder Anliegen mitteilen können, sowie über die Social-Media-Kanäle Facebook, Twitter und Instagram. Die M-Infoline wurde 2020 über 216'000 Mal kontaktiert und es fanden über 34'000 Interaktionen mit Social-Media-Nutzern statt. Auf der Community-Plattform Migipedia konnten Kunden im Berichtsjahr bei fünf Fragen zu Sortiment und Filialen mitbestimmen.

Mitarbeitende

Die Migros-Gruppe beschäftigte 2020 im In- und Ausland insgesamt 99'155 Mitarbeitende. Zudem bildete sie 3'700 Lernende in über 50 Berufen in den Bereichen Detailhandel, Industrie, Logistik und Dienstleistungen aus.

Die Mitarbeitenden der Migros profitieren von **fortschrittlichen und verantwortungsvollen Arbeitsbedingungen**, von einem systematischen betrieblichen Gesundheitsmanagement und mit dem L-GAV von einem der besten Gesamtarbeitsverträge in der Schweiz.

Genossenschafterinnen & Genossenschafter

Die Migros zählte 2020 über 2.2 Mio. Genossenschafterinnen und Genossenschafter in den zehn regionalen Genossenschaften. Diese sind zu gleichen Teilen **Miteigentümer** ihrer regionalen Genossenschaft.

Über die **Migros-Medien** (Migros-Magazin, Migros Magazine, Azione) und die Genossenschaftsräte werden die Mitglieder regelmässig über Aktuelles in ihren Regionen informiert. Auch über ihre Website erreicht die Migros ein breites Publikum.

Geschäftspartner

Für die Migros sind hohe Qualitäts- und Tierwohlstandards wichtig. Zudem schätzt sie **langjährige Geschäftspartnerschaften** und fördert den respektvollen Umgang, die soziale Sicherheit für Lieferanten sowie inländische Produkte aus artgerechter Tierhaltung.

Mit der **Schweizerischen Vereinigung integriert produzierender Bauern und Bäuerinnen (IP-Suisse)** intensivierte die Migros im 2020 ihre Partnerschaft in mehreren Projekten. So löst das IP-Suisse-Label bis 2022 das TerraSuisse-Label flächendeckend ab. Weitere gemeinsame Projekte betreffen die Labelprämien und pestizidfreies Brotgetreide.

Wirtschaftspolitik

Die Migros nimmt aktiv am politischen Dialog zu **Wirtschafts-, Landwirtschafts-, Konsum-, Umwelt- und Ernährungsthemen** teil. Die **Direktion Wirtschaftspolitik** vertritt die Interessen der Migros-Gruppe sowie der Konsumentinnen und Konsumenten gegenüber Behörden, Parteien und Organisationen. Zudem engagiert sie sich im Rahmen der **Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz** für die Anliegen der Kundinnen und Kunden und für gute Rahmenbedingungen der Schweizer Detailhändler.

2020 engagierte sich die Migros für einen **Gegenvorschlag zur Konzernverantwortungsinitiative** sowie für ein Gegenprojekt zur Trinkwasser- und Pestizid-Initiative. Beide Initiativen nehmen aus Sicht der Migros wichtige Anliegen der Bevölkerung auf, lassen sich aber auf Gesetzesstufe besser umsetzen.

Die Migros leistet **keine direkte Parteienfinanzierung** und bezahlt auch keine Löhne von Politikerinnen und Politikern. Sie unterstützt hingegen Anlässe und Publikationen von Parteien im Rahmen ihrer Möglichkeiten.

Nichtregierungsorganisationen

Die Migros steht mit zahlreichen Nichtregierungsorganisationen (NGOs) in regelmässigem Austausch. Ihr Ziel ist es, einen **offenen Dialog** zu führen, frühzeitig zu erkennen, welche Themen die Organisationen beschäftigen und Ideen aufzunehmen. Zudem arbeitet sie projekt- und themenbezogen mit NGOs zusammen.

2020 stand die Migros im Austausch mit der NGO Transparentem, die sich auf Menschenrechtsverletzungen in Lieferketten konzentriert. Dabei ging es um die Verbesserung der **Arbeitsbedingungen in den Textilfabriken** in Tamil Nadu, Indien, von denen auch die Migros Textilien bezieht.

Medienschaffende

Als grösste Detailhändlerin der Schweiz ist die Migros eine **gefragte Gesprächspartnerin für die Medien**. Am 26. März 2020 gab sie ihr Jahresergebnis 2019 bedingt durch die Pandemie in einer Medienmitteilung bekannt.

Die **Medienstelle** des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) nahm im Berichtsjahr rund 9'400 Anfragen von Medienschaffenden entgegen, wovon die meisten Themen sich auf das Coronavirus bezogen.

Wissenschaft

Die Migros steht im engen Austausch mit Universitäten, Fachhochschulen und anderen Forschungseinrichtungen. Mit dem **Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL)** hat die Migros im 2020 an mehreren wissenschaftlichen Projekten gearbeitet. In diesen ging es beispielsweise um neue Strategien zur Wanzenbekämpfung im biologischen Landbau oder um die Nutzungsdauer von Milchkühen - mit dem Ziel, den CO₂-Austoss pro Liter Milch zu reduzieren.