

Fachbericht Nachhaltigkeit

Migros-Genossenschafts-Bund

2013

» www.migros.ch/m13

Inhalt

Nachhaltigkeit und die Migros

- Kennzahlen Konsum, Umwelt, Gesellschaft
- Grundsätze der Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Nachhaltigkeitsmanagement
- Fortschritte 2013
- Die Migros im Dialog

Nachhaltiger Konsum

- Nachhaltige Beschaffung
- Herstellungsbedingungen
- Produktverantwortung
- Sortiment und Labels
- Ernährung und Bewegung

Umwelt

- Energie und Klima
- Transport und Mobilität
- Abfall und Recycling

Mitarbeitende

- Kennzahlen Mitarbeitende
- Personalwesen
- Gesundheit und Arbeitssicherheit
- Sozialpartnerschaft und GAV
- Berufsbildung und Personalentwicklung

Nachhaltigkeit und die Migros

Die Migros hat das Prinzip Nachhaltigkeit im Unternehmensleitbild und in ihrer Gruppenstrategie verankert. Insbesondere der Genossenschaftliche Detailhandel engagiert sich in langer Tradition für soziale, ökologische und gesellschaftliche Anliegen. 2013 hat die Migros verstärkt daran gearbeitet, die gesamte Gruppe in die Nachhaltigkeitsbestrebungen einzubeziehen.

Kennzahlen Konsum, Umwelt, Gesellschaft

Die Migros bekennt sich zur nachhaltigen Entwicklung. Mit dem Nachhaltigkeitsprogramm Generation M verpflichtet sie sich, die Umwelt zu schützen, den nachhaltigen Konsum zu fördern, gegenüber Gesellschaft und Mitarbeitenden sozial und vorbildlich zu handeln und sich für einen gesunden Lebensstil einzusetzen.

	Einheiten	2009	2010	2011	2012	2013	Veränderung zu Vorjahr in %
Nachhaltiger Konsum¹							
Umsatz nachhaltige & regionale Labels Genoss. Detailhandel ²	Mio. CHF	2'018	2'149	2'288	2'614	2'833	8.4
Anteil nachhaltige und regionale Labels am Umsatz Genoss. Detailhandel ²	%	13.3	14.2	15.6	18.0	19.3	7.2
Anteil Fisch aus nachhaltigen Quellen am Gesamtumsatz Fisch/Meeresfrüchte	%			87	93	94	1.1
Anteil nachhaltige Schokolade (Utz Certified) am Frey Schokoladensortiment	%				62.4	100.0	60.3
Anteil physisch nachhaltiges Palmöl am Gesamtverbrauch der M-Industrie im Bereich Food ³	%				30	65	116.7
Anteil Holz/Papier/Zellstoffprodukte aus nachhaltigen Quellen (Recycling/FSC) am Umsatz Holz- und Papierprodukte Super-/Verbrauchermarkt	%				84	82.5	-1.8
Anteil Topten am relevanten Elektronik-Umsatz	%				35	32	-8.6
Anteil Textilien (Migros Eigenmarken), die nach dem eco-Standard produziert werden	%					58.7	
Anzahl befähigte Mitarbeitende in Fabriken						25'392	
Umwelt⁴							
Energie und Klima							
Treibhausgasemissionen absolut ⁵	1'000 Tonnen CO ₂ eq	309.5	298.2	291.7	292.8	283.0	-3.3
Spezifische Treibhausgasemissionen der Industriebetriebe	kg CO ₂ eq pro t Produktion	95.3	95.2	93.5	92.3	91.6	-0.8
Spezifische Treibhausgasemissionen der Filialen	kg CO ₂ eq pro m ² Verkaufsfläche	105.2	94.4	89.9	88.8	80.7	-9.1
Energieverbrauch absolut (aus Strom-, Wärme- und Treibstoffverbrauch)	GWh	1'632	1'638	1'599	1'612	1'595	-1.1
Spezifischer Energieverbrauch der Industriebetriebe (aus Strom- und Wärmeverbrauch)	kWh pro t Produktion	573.5	581.6	565.4	571.5	562.4	-1.6
Spezifischer Energieverbrauch der Filialen (aus Strom- und Wärmeverbrauch)	kWh pro m ² Verkaufsfläche	477.0	466.6	439.3	429.4	415.1	-3.3
Minergie-zertifizierte Fläche (Migros-Gruppe)	1'000 m ²	293.9	404.9	789.9	821.5	872.2	6.2
Solarstromanlagen (auf Migros-Dächern installierte Leistung)	Kilowatt Peak	750	2'604	3'220	4'690	12'190	159.9
Anteil Wärme aus erneuerbarer Energie	%	12.6	14.1	13.8	15.6	15.4	-1.3
Transport							
Kilometerleistung Bahntransport (Binnenverkehr Migros-Gruppe)	Mio. km	10.3	10.6	10.1	9.9	10.7	8.0
Kilometerleistung LKW (eigene Flotte)	Mio. km	30.0	30.5	30.4	29.9	29.9	-0.1
Spezifische CO ₂ -Emissionen LKW (eigene Flotte)	g CO ₂ pro Tonnenkilometer	28.8	29.9	30.2	29.9	29.8	-0.4
Entsorgung/Recycling							
Abfälle total	1'000 t	214.5	221.2	228.3	230.5	235.6	2.2
Kundenretouren	1'000 t	12.9	13.0	13.4	13.9	14.3	2.9
Verwertungsquote Abfälle	%	70.5	71.6	72.0	72.5	74.1	2.2
Gesellschaft							
Aufwendungen Migros-Kulturprozent	Mio. CHF	114.1	114.9	117.6	125.0	120.3	-3.8
Förderfonds Engagement Migros-Gruppe ⁶	Mio. CHF				10.6	8.7	-17.9

¹ Werte stehen in der Regel erstmals für das Jahr zur Verfügung, in dem ein Ziel gemäss Nachhaltigkeitsprogramm Generation M festgelegt wurde.

² Folgende Labels: AdR, TerraSuisse, Bio, Bio Cotton, Bio Garden, Utz Certified, Max Havelaar, MSC/ASC, Topten, Climatop. Inkl. doppelt ausgezeichnete Produkte. Gemessen am Umsatz Genossenschaftlicher Detailhandel ohne tegut...

³ Der übrige Palmölverbrauch der M-Industrie im Bereich Food und Noon-Food ist über Mischprodukte (Mass Balance) oder Zertifikate (Book&Claim) abgedeckt. Bis 2011 wurde der Palmölbedarf über Zertifikate abgedeckt.

⁴ Die Umweltkennzahlen umfassen – sofern nicht anders vermerkt – die Geschäftsfelder Genossenschaftlicher Detailhandel (10 regionale Genossenschaften, nationale Logistikzentren, MGB) sowie Industrie & Grosshandel (15 Industrie- und Grosshandelsunternehmen in der Schweiz).

⁵ Treibhausgasemissionen aus Brenn- und Treibstoffverbrauch, Kältemittelverlusten und Stromverbrauch (gemäss Schweizer Verbrauchermix mit 132.9 g CO₂eq/kWh Strom; neuer Emissionsfaktor gemäss BAFU, zur Vergleichbarkeit auch auf Vorjahre angewandt). Scope 1 und 2 gemäss Greenhouse Gas Protocol.

⁶ 2012 wurden erstmals Gelder zur Verfügung gestellt.

Grundsätze der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung ist integrierter Bestandteil des Geschäftsberichts. Die Migros legt darin ihre wesentlichen ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen gemäss dem GRI-Standard offen.

Berichterstattung nach GRI und Global Compact

Die Berichterstattung der Migros erfolgt in Übereinstimmung mit den [GRI-Richtlinien G4](#).

Zusätzlich zum Online-Bericht liegt ab dem 30. Mai 2014 ein Fachbericht Nachhaltigkeit mit ergänzenden Angaben inkl. GRI Content Index vor.

Global Compact Fortschrittsbericht

Der vorliegende Jahresbericht dient als Fortschrittsbericht im Sinne des UN Global Compact. Der GRI Content Index gibt Auskunft über die Erfüllung der zehn Prinzipien.



Berichtsgrenzen

Alle Angaben im Migros Geschäftsbericht 2013 beziehen sich auf die [Migros-Gruppe](#). Eine Ausnahme bildet das Kapitel «Unsere Verantwortung»: Gewisse Kennzahlen und Aussagen in den Unterkapiteln Nachhaltiger Konsum (Seite 14) und Umwelt (Seite 27) beziehen sich vorwiegend auf die folgenden zwei Strategischen Geschäftsfelder:

- Genossenschaftlicher Detailhandel: Filialen und Betriebszentralen der 10 regionalen Migros-Genossenschaften, Migros-Genossenschafts-Bund sowie die nationalen Verteilzentralen Neuendorf und Suhr (exkl. Freizeitanlagen und tegut...)
- Industrie und Grosshandel: 15 Industrie- und Grosshandelsunternehmen in der Schweiz.

Redaktionsschluss für die Kennzahlen ist der 19. März 2014. Da einige Umweltkennzahlen zu diesem Zeitpunkt noch nicht definitiv vorliegen, kann es nach Online-Schaltung des Geschäftsberichts Aktualisierungen geben. Aktualisierte Kennzahlen werden entsprechend gekennzeichnet.

2011 hat die Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes Entscheidungen gefällt, die seit 2012 eine schrittweise Erweiterung der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf die Migros-Gruppe ermöglichen:

- Für alle Unternehmen der Strategischen Geschäftsfelder Handel und Industrie & Grosshandel wurden soziale und ökologische Basisanforderungen erlassen, die mittlerweile für 22 Unternehmen gelten. Der Fortschrittsbericht (Seite 7) zeigt den Stand der Umsetzung an ausgewählten Beispielen.
- Alle Unternehmen der Migros-Gruppe werden sukzessive in das Energie- und Umweltmanagement eingebunden. Seit 2011 werden im Kapitel Energie & Klima die relevanten Kennzahlen Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen (Seite 31 – 33) auch für Unternehmen der Strategischen Geschäftsfelder Handel, Finanzdienstleistungen und Reisen dargelegt.

Das Kapitel «Unsere Verantwortung» deckt folgende Themen und Geschäftsfelder ab:

Kapitel	Strategische Geschäftsfelder				
	Genoss. Detailhandel	Handel	Industrie & Grosshandel	Finanzdienstleistungen	Reisen
Konsum		1	1	2	3
Umwelt		4		4	4
Gesellschaft		5		5	5
Mitarbeitende					
Umsatz-Anteil ⁶	59%	19%	16%	3%	3%

vollständige Berichterstattung

teilweise Berichterstattung

¹ **Soziale und ökologische Basisanforderungen** für alle Unternehmen der Migros-Gruppe

² Siehe **Website Migros Bank**

³ Siehe **Website Hotelplan Schweiz**

⁴ **Erweiterung Umwelt- und Energiemanagement** auf alle Unternehmen der Migros-Gruppe

⁵ Mit dem Förderfonds **Engagement Migros** hat die Migros 2012 ihr gesellschaftliches Engagement auf die ganze Unternehmens-Gruppe erweitert

⁶ Gemessen an: Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen vor Elimination gruppeninterner Nettoerlöse. Migros Bank: Ertrag aus dem Finanzdienstleistungsgeschäft

Überprüfung

Die Mitreva Interne Revision AG hat die Aussagen und Kennzahlen im Geschäftsbericht sowie die Zielerreichung des Nachhaltigkeitsprogramms Generation M geprüft. Sie erbringt als Interne Revision des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) unabhängige und objektive Prüfungs- und Beratungsdienstleistungen. Rechenschaft legt die Mitreva direkt dem Audit-Ausschuss der Verwaltung MGB ab. Ihre Prüfungen führt die Mitreva unter Einhaltung der vom internationalen Berufsverband der internen Auditoren (The Institute of Internal Auditors – IIA) als Best Practice definierten Berufsstandards aus (International Professional Practices Framework – IPPF).

Die Umweltkennzahlen CO₂-Fracht und Energieeffizienz werden jährlich von der unabhängigen Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) auditiert. Zusätzlich führen das Bundesamt für Energie (BfE) und das Bundesamt für Umwelt (BAFU) bei ausgewählten Betrieben Umsetzungsaudits durch.

Ermittlung der wesentlichen Aspekte und Grenzen

Für die Auswahl der relevanten Themen wurde im Herbst 2013 ein Workshop mit externen Stakeholdern durchgeführt. Im Anschluss wurden die aus interner Sicht relevanten Themen priorisiert. Die Einbindung von externen und internen Stakeholdern in den Prozess der Berichterstattung legt die Themenauswahl transparent dar, trägt zur Vollständigkeit des Berichts bei und erhöht dadurch die Glaubwürdigkeit. Gleichzeitig sollen dadurch die Interessen der Zielgruppe der Migros-Nachhaltigkeitsberichterstattung stärker berücksichtigt werden.

Bei der Auswahl der relevanten Themen diente der GRI Leitfaden G4 als Vorlage, weitere Informationen zu Auswahl und Priorisierung der relevanten Themen finden sich im Fachbericht Nachhaltigkeit unter G4-17 bis G4-21.

Nachhaltigkeitsmanagement

Die Migros nimmt ihre Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette wahr und sucht bei all ihren Tätigkeiten ökonomisch, sozial und ökologisch ausgewogene Lösungen. 2013 hat die Migros Industrie eine Nachhaltigkeitsstrategie verabschiedet.

«Verantwortungsvolles Handeln gehört zum Erbgut der Migros, dafür hat bereits der visionäre Gründer Gottlieb Duttweiler gesorgt.»

Prof. Dr. Thomas Beschorner
Direktor des Instituts für Wirtschaftsethik
der Universität St. Gallen

Verantwortungsvolles Handeln ist seit jeher Bestandteil der Migros-Kultur: Der Gründer Gottlieb Duttweiler wandelte die Migros 1941 in eine Genossenschaft um und verschenkte sie an die Schweizer Bevölkerung. Als Genossenschaft ist die Migros nicht den Interessen von Investoren verpflichtet, sondern hat sich einem gesellschaftlich verträglichen Wachstum zum Wohle aller verpflichtet. 2013 feierte die Migros 125 Jahre Gottlieb Duttweiler.

Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist Teil der Kultur der Migros und im Unternehmensleitbild wie auch in der Gruppenstrategie explizit verankert. Darin fokussiert die Migros ihr Nachhaltigkeitsverständnis auf fünf Handlungsfelder. Zudem verpflichtet sie sich als Mitglied des Global Compact bereits seit 2006, die internationalen Grundwerte in Bezug auf die Menschenrechte, das Arbeitsrecht und den Umweltschutz sowie gegen Korruption innerhalb ihres Einflussbereichs zu unterstützen.

Gelebte Nachhaltigkeit

Die oberste Verantwortung für das nachhaltige Wirtschaften trägt die Verwaltung des Migros-Genossenschafts-Bundes. Fachstellen sowie Linienverantwortliche in sämtlichen Unternehmen der Gruppe sind für die Umsetzung sozialer und ökologischer Anliegen zuständig. Die Direktion Nachhaltigkeit & Issue Management ist für das Nachhaltigkeitsmanagement der ganzen Migros-Gruppe zuständig und direkt dem Präsidenten der Generaldirektion MGB unterstellt. Um ihre Nachhaltigkeitsleistungen zu steuern und zu überwachen, betreibt die Migros ein Monitoring. Anhand strategischer Kennzahlen (KPI, Key Performance Indicators) lassen sich nicht nur wirtschaftliche, sondern auch soziale und umweltbezogene Unternehmensleistungen wie etwa der Erfüllungsgrad des BSCI-Verhaltenskodex und der CO₂-Ausstoss steuern.

Mit ihrem Nachhaltigkeitsprogramm Generation M verfolgt die Migros seit 2012 konkrete Nachhaltigkeitsziele in den fünf Handlungsfeldern Konsum, Umwelt, Mitarbeitende, Gesellschaft und Gesundheit. Ob sie diese Vorgaben erreicht, überprüft die Migros zweimal jährlich und kommuniziert die Resultate auf der Website. Der aktuelle Fortschrittsbericht findet sich hier (PDF). 2013 haben zahlreiche Migros-Unternehmen in die Sensibilisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investiert. Dazu gehören zum Beispiel Stromspartage in Filialen, Betriebs- und Verteilzentralen und die nachhaltigen Fischtage in mehreren Personalrestaurants. Am World Retail Congress wurde Generation M als weltweit beste Nachhaltigkeitsinitiative des Jahres ausgezeichnet. Die Migros erhält nach 2009 zum zweiten Mal diese Auszeichnung.

Nachhaltigkeit in der Migros-Gruppe

Für alle Unternehmen der Migros-Gruppe gelten 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 Industrie-Unternehmen die gleichen Richtlinien schrittweise umgesetzt. Der Fortschrittsbericht (Seite 7) zeigt den Stand der Umsetzung an ausgewählten Beispielen auf. Die Richtlinien beinhalten zum Beispiel den Verhaltenskodex BSCI, Aspekte zur Lebensmittelsicherheit und zum Tierwohl sowie den Schutz der weltweiten Fischbestände und der Tropenwälder. Alle Unternehmen der Gruppe werden zudem sukzessive in das Umwelt- und Energiemanagement eingebunden. 2013 haben die Unternehmen der M-Industrie eine Nachhaltigkeitsstrategie verabschiedet. Diese leistet einen wichtigen Beitrag an die nachhaltige Wertschöpfungskette der Migros, stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der M-Industrie und stellt ihre Attraktivität als Arbeitgeberin sicher.

Verantwortungsvoller Konsum

Die Migros nimmt ihre Verantwortung an der Schnittstelle zwischen Angebot und Nachfrage ernst und bietet eine breite Palette an umwelt- und sozialverträglichen Produkten sowie Dienstleistungen an. Mit ihren hohen Standards setzt sich die Migros dafür ein, dass alle von ihr angebotenen Waren respektvoll gegenüber Mensch, Tier und Umwelt entstehen. Zudem fördert sie den gesunden Lebensstil, etwa mit ihren Bewegungs- und Sportangeboten sowie mit Produkten und Kursen in den Migros Klubschulen.

Vorbildlicher betrieblicher Umweltschutz

Die Migros betreibt ein umfassendes betriebliches Umwelt- und Energiemanagement. Darin integriert sind neben sämtlichen Filialen, Logistikzentren und Migros-Industriebetrieben auch die Handelsunternehmen Globus, Interio, Denner und Migrol sowie die Migros Bank und Hotelplan mit den wichtigsten Kennzahlen. Im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsstrategie streben alle Unternehmen der M-Industrie ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 an. Die Genossenschaften Migros Luzern und Migros Wallis sowie die Industriebetriebe Chocolat Frey AG, Aproz SA und die Scana AG sind bereits nach ISO 14001 zertifiziert.

Seit 2012 gilt für den Genossenschaftlichen Detailhandel die Klima- und Energiestrategie 2020. Die Ziele lauten: Bis 2020 will die Migros die Treibhausgase um 20% und den Stromverbrauch um 10% reduzieren (gegenüber 2010). 2013 haben die 18 Industrieunternehmen der Migros sowie die Handelsunternehmen Globus, Interio und Denner ihre Klima- und Energiestrategie definiert und individuelle Ziele festgelegt.

Gesellschaft

Mit ihren vielfältigen Institutionen und Projekten will die Migros der Gesellschaft «etwas zurückgeben». Zum Beispiel durch die jährlich rund CHF 120 Mio. zugunsten des Migros-Kulturprozent, mit der Unterstützung entwicklungspolitischer Projekte durch den Hilfsfonds oder durch breit gefasste Sponsoring-Aktivitäten. Damit leistet die Migros einen bedeutenden gesellschaftlichen Beitrag und wird bis 2020 insgesamt CHF 1 Mrd. in Kultur, Bildung, Freizeit und soziale Projekte investieren. Mit Engagement Migros, einem Förderfonds der Migros-Gruppe, wurde die gesellschaftliche Verantwortung auf die ganze Migros-Gruppe ausgeweitet. 2013 unterstützte der Förderfonds in seinem ersten regulären Betriebsjahr Projekte in den Bereichen Kultur und Nachhaltigkeit und hat insgesamt CHF 8.7 Mio. zur Verfügung gestellt (ausgegeben CHF 4.8 Mio.).

Darüber hinaus unterstützt die Migros weitere Organisationen. Eine Liste von unterstützten Organisationen finden Sie [hier \(PDF\)](#).

Mitarbeitende

Die Migros ist die grösste Arbeitgeberin der Schweiz. Sie übernimmt dabei eine Vorbildfunktion und setzt sich für ein motivierendes und leistungsorientiertes Arbeitsklima ein. Sie beschäftigt über 94'276 Mitarbeitende aus 152 Ländern.

Innerhalb des Nachhaltigkeitsprogramms Generation M setzt sich die Migros für die Schaffung von nachhaltigen Arbeitsbedingungen ein. So werden bis 2015 alle regionalen Genossenschaften mit dem Gütesiegel «Friendly Work Space» ausgezeichnet. Zwischen 2012 und 2014 bietet die Migros 3'300 Jugendlichen eine Lehrstelle an und bis 2015 bietet sie über 2'200 Lehrabsolventen eine Stelle mit guten Perspektiven an.

Im Berichtsjahr wurde fokussiert an der Erreichung der anspruchsvollen Ziele gearbeitet: Ende 2013 verfügten bereits sechs Genossenschaften über das Label «Friendly Work Space» und 1'384 Stellen in der Migros-Gruppe waren mit neuen Lernenden besetzt. 64% der Lehrabsolventen konnten weiterbeschäftigt werden.

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 zertifiziert 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.
	Die Migros beschliesst, Rezepturstandards für verschiedene Lebensmittelkategorien zu schaffen. Im Fokus stehen Zucker, Salz, Fett, Proteine und Nahrungsfasern.
Förderung einer ausgewogenen Ernährung	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.

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 Sporterlebnisse 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.

Die Migros im Dialog

Die Migros hat ein offenes Ohr für gesellschaftliche Anliegen. Sie arbeitet mit zahlreichen Stakeholdern aus Gesellschaft und Politik zusammen und pflegt einen regen Austausch mit ihren Kundinnen und Kunden.

Als grösste Detailhändlerin und private Arbeitgeberin des Landes steht die Migros mit zahlreichen Anspruchsgruppen in Kontakt. Im Rahmen des Gruppenstrategie-Prozesses identifizierte die Migros als zentrale Anspruchsgruppen Kundinnen und Kunden, Mitarbeitende, Genossenschafter sowie Lieferanten. Mit gesellschaftlichen Institutionen und Gruppen wie Medien, Behörden, Wirtschaft, Politik, Verbänden und NGOs pflegt die Migros ebenfalls einen kontinuierlichen Austausch. Die Formen des Dialogs reichen von informellen Treffen über Mitgliedschaften bis hin zu Partnerschaften. Mit einigen Organisationen hat die Migros längerfristige Zusammenarbeitsvereinbarungen abgeschlossen, so etwa bei der Beschaffung von Produkten und Rohstoffen.

Eine Liste der Mitgliedschaften und Partnerschaften findet sich [hier](#) (PDF).

Kundinnen und Kunden

Jedes Jahr zählt die Migros rund 430 Mio. Kundenkontakte an der Kasse. Mit ihren Kundinnen und Kunden pflegt sie über Verkaufsgespräche hinaus einen offenen und vielfältigen Dialog. Ein etablierter Kanal ist die M-Infoline, die im vergangenen Jahr rund 145'000 Kontakte zählte. Regelmässig führt die Migros auch Passanten- und Kundenbefragungen durch. Mit ihren gedruckten Medien (Migros Magazin, Saisonküche, Viva!) erreicht sie jede Woche über 3 Millionen Leserinnen und Leser. Daneben setzt sie verstärkt auf das Internet und auf Social Media, wodurch der Dialog in den letzten Jahren wesentlich interaktiver wurde. Mit Migipedia werden Konsumenten und Produzenten näher zusammengebracht: Die Benutzer können auf der Internetplattform nicht nur Produkte bewerten, sondern auch neue vorschlagen. 2013 haben Kundinnen und Kunden sieben Produkte mitentwickelt.

Kundendialog

	2009	2010	2011	2012	2013
Anzahl Kundenanfragen M-Infoline (in Tausend)	150	165	167	167	145
Auflage Migros-Magazin-LeserInnen (in Tausend)	2'176	2'156	2'163	2'160	2'162
Anzahl Migros-Magazin-LeserInnen (in Tausend)	3'074	3'013	3'066	3'107	3'300

Mitarbeitende

Als vorbildliche Arbeitgeberin schafft die Migros Voraussetzungen für ein motivierendes und leistungsorientiertes Arbeitsklima, das die besten Kräfte anzieht. Ende 2013 zählte die Migros-Gruppe 94'276 Mitarbeitende (Seite 40).

Genossenschafterinnen und Genossenschafter

Gegenüber den Genossenschafterinnen und Genossenschaftern verpflichtet sich die Migros, Werte zu schaffen, die den langfristigen und unabhängigen Fortbestand der Migros sicherstellen. Ende 2013 zählte die Migros über zwei Millionen Mitglieder in den zehn regionalen Genossenschaften. Diese sind zu gleichen Teilen Miteigentümer ihrer regionalen Genossenschaft. In der jährlichen Urabstimmung befinden die Mitglieder über die Abnahme der Jahresrechnung, die Verwendung des Bilanzgewinns und die Entlastung der Organe. Alle vier Jahre erfolgt die Wahl der statutarischen Organe. Über das Migros-Magazin werden die Mitglieder regelmässig über Aktuelles in ihren Regionen informiert.

Lieferanten

Basierend auf der freien Marktwirtschaft und dem Leistungswettbewerb strebt die Migros die direkte Zusammenarbeit mit ihren Produzenten an. Sie ist mit zahlreichen Verbänden im Gespräch, zum Beispiel kooperiert sie im Rahmen des «TerraSuisse»-Labels partnerschaftlich mit der IP-Suisse, der Vereinigung der integriert produzierenden Bäuerinnen und Bauern der Schweiz. Diese Landwirte erbringen Mehrleistungen im Bereich des Tierwohls und der Biodiversität, der biologischen und landschaftlichen Vielfalt. Die dazu notwendigen Massnahmen hat die Schweizer Vogelwarte Sempach entwickelt.

Regelmässiger Dialog mit NGOs

Die Migros steht mit nationalen Nichtregierungs-Organisationen im Austausch. Ihr Ziel ist es, einen konstruktiven Dialog zu führen, frühzeitig zu erkennen, welche Themen sie beschäftigen, und interessante Ideen aufzunehmen. 2013 trafen sich die Fachleute der Migros unter anderem mit WWF Schweiz, Greenpeace Schweiz, Erklärung von Bern und dem Schweizer Tierschutz STS. Im Mittelpunkt der Gespräche standen Themen wie der Erhalt der biologischen Vielfalt in der Schweiz, die nachhaltige Beschaffung pflanzlicher Rohstoffe (u.a. Palmöl, Baumwolle), Produktionsbedingungen in Entwicklungsländern oder das Tierwohl. Seit 2009 arbeiten die Migros und der WWF Schweiz in einer strategischen Partnerschaft zusammen. 2013 konnten insbesondere Fortschritte bei der CO₂-Reduktion, beim Schutz der Bienen sowie beim Ausbau des nachhaltigen Sortiments erzielt werden. Ein besonderes Augenmerk lag auf der Sensibilisierung der Kundinnen und Kunden sowie der Mitarbeitenden. Ausserdem konnte die Unterstützung der Kinder- und Jugendprojekte des WWF weiter ausgebaut werden.

Politisches Engagement

Die Direktion Wirtschaftspolitik verantwortet die strategische Ausrichtung der M-Wirtschaftspolitik. Sie vertritt die Interessen der Migros gegenüber Behörden und Verbänden sowie jene der Kundinnen und Kunden nach innen und aussen. Sie steht in einem engen Dialog mit Konsumentenorganisationen, Verbänden und Parteien.

2013 fokussierte das Engagement der Wirtschaftspolitik auf Massnahmen gegen den wachsenden Einkaufstourismus. Die Migros sprach sich für eine gezielte Revision des Kartellgesetzes aus, um der Kaufkraftabschöpfung internationaler Markenartikelhersteller in der Schweiz Gegensteuer bieten zu können. Neben den Tiefpreisen locken auch längere Ladenöffnungszeiten die Kundinnen und Kunden über die Grenze. Die Migros setzte sich deshalb für die Motion «Frankenstärke. Teilharmonisierung der Ladenöffnungszeiten» ein, die das Parlament 2013 annahm. Damit wird eine moderate Erweiterung der Öffnungszeiten in der gesamten Schweiz möglich. Dank dem vermittelnden Engagement der Migros hat das Parlament nach fünf Jahren zudem die Swissness-Vorlage verabschiedet. Bei der Umsetzung der Agrarpolitik 2014–2017 setzte sie sich für die Abschaffung der Tierhaltungsbeiträge ein.

Mehr zum Thema Die Migros im Dialog

Humagora Award

Die Innovationskraft und Wirkung der Partnerschaft zeigt Resonanz: Migros und WWF gewinnen den Humagora Award 2013 in der Kategorie «Grosses Unternehmen» für ihren Ideenwettbewerb «Idées Vertes».

» [Humagora Award](#)

Nachhaltiger Konsum

Der Genossenschaftliche Detailhandel nimmt seine Verantwortung an der Nahtstelle von Angebot und Nachfrage ernst. Er vermittelt nachhaltige Produkte und Dienstleistungen und informiert umfassend, damit die Kunden bewusst einkaufen können. Die Migros erweitert zudem laufend das Sortiment an ökologisch und sozial ausgezeichneten Labelprodukten. 2013 gelangen wichtige Schritte bei Bio-Produkten, beim Fischangebot und beim eco-Standard für Textilien.

Nachhaltige Beschaffung

Einwandfreie Rohstoffe einsetzen

Die Migros will ausschliesslich Rohstoffe verwenden, die mit Respekt vor Natur und Umwelt gewonnen wurden. 2013 hat sie entschieden, die hohen Schweizer Tierschutzstandards auch bei allen Produkten aus dem Ausland einzuführen.

Die Migros erwirtschaftet rund 80 Prozent ihres Umsatzes mit ihren Eigenmarken. Als Lebensmittelproduzentin weiss sie, woher die Rohstoffe stammen und unter welchen Bedingungen sie erzeugt wurden. Als grösste Schweizer Detailhändlerin nutzt die Migros aber auch ihren Einfluss auf Zulieferer, damit diese ihre Verantwortung wahrnehmen: 2011 hat sie so genannte Basisanforderungen aufgestellt. Diese schreiben vor, dass alle Unternehmen der Migros-Gruppe nur noch Rohstoffe und Produkte beschaffen, die ökologische und soziale Mindestanforderungen erfüllen. So sind beispielsweise Globus, Denner, LeShop, Mérat und Scana im Rahmen der Basisanforderungen derzeit dabei, bedrohte Fischarten aus dem Sortiment zu nehmen.

Tierschutz im Ausland

Die Migros verkauft überwiegend einheimisches Fleisch. Rind-, Kalb- und Schweinefleisch stammen hauptsächlich aus der Schweiz. Wegen des beschränkten inländischen Angebots sind bei einigen Tiergattungen wie bei Pferde-, Kaninchen-, Truten-, Lamm- und Pouletfleisch jedoch Importe nötig. In der Schweiz sorgen strenge gesetzliche Bestimmungen für eine artgerechte Haltung der Tiere. Im Ausland fehlen diesbezüglich oft gesetzliche Grundlagen, das Tierwohl kommt dadurch zu kurz. Aus diesem Grund hat die Migros 2013 entschieden, das ganze Sortiment an tierischen Produkten aus dem Ausland auf die hiesigen Tierschutzstandards umzustellen. Sie verpflichtet ihre ausländischen Lieferanten, spätestens bis Ende 2020 die Schweizer Bestimmungen einzuhalten. Im Bereich Kaninchen- und Trutenfleisch hat die Migros entsprechende Pilotprojekte erfolgreich durchgeführt. In Zusammenarbeit mit dem Schweizer Tierschutz STS wurde die gesamte Wertschöpfungskette beim Trutenfleisch angepasst. Auf der Grundlage dieser Erfahrungen sollen in den nächsten Jahren weitere ausländische Lieferanten befähigt werden, die Schweizer Bestimmungen anzuwenden.

Verantwortungsvoller Fischfang

Die Migros hat das Versprechen abgegeben, bis Ende 2020 nur noch Fische und Meeresfrüchte zu verkaufen, die entweder einem Label entsprechen (Bio, MSC, ASC) oder vom WWF als empfehlenswert bzw. akzeptabel eingestuft werden. Beim Frischfisch im Offenverkauf ist dieser Anspruch Anfang 2014 erfüllt. Ebenso stammen im Gesamtsortiment bereits 94 Prozent aus nachhaltigen Quellen. 2013 hat die Migros als weltweit erste Detailhändlerin MSC-zertifizierten rosa Thunfisch in Konserven eingeführt. Als weiterer Meilenstein wurde das gesamte Eigenmarken-Konservensortiment dieser Fischart auf die nachhaltige Fangmethode mit Angelruten umgestellt. Dabei wurde die Migros durch die International Pole and Line Foundation unterstützt.

«Mit unserer Arbeit möchten wir den Wert von mit der Angel gefangenen Thunfisch verdeutlichen und steigern, um dadurch das Wohl der Küstenfischerei und der Menschen und Meere, die durch sie miteinander verbunden werden, zu verbessern. Dank der Unterstützung der Migros konnten diese Ambitionen verwirklicht werden.»

John Burton
Vorsitzender der International
Pole & Line Foundation

Der Genossenschaftliche Detailhandel ist seit 2008 Mitglied der WWF Seafood Group Schweiz, der Produktionsbetrieb Micarna seit 2013. Für die Unternehmen dieser Gruppe bewertet der WWF regelmässig alle Produkte. Gefährdete Arten werden aus dem Sortiment genommen oder durch alternative Produkte ersetzt. Im Rahmen eines Gruppenvertrags mit dem WWF haben sich weitere Unternehmen der Migros dazu verpflichtet. Anlässlich einer Mitarbeiter-Sensibilisierung wurden 2013 Fischtage in Kantinen von 13 Migros-Unternehmen durchgeführt.

UTZ-zertifizierter Kaffee, Kakao und Tee

Mit UTZ Certified fördert die Migros den nachhaltigen Rohstoffanbau für den Massenmarkt. Das Programm setzt auf die drei Säulen professionelle Anbaupraktiken, Umwelt und Soziales. Bereits Ende 2010 hat die Migros das Kaffee-Basissortiment auf UTZ Certified umgestellt, 2012/13 folgten die Kult-Ice-Tea-Linie sowie drei Artikel der Linie Tea Time. Neu bietet ab 2014 auch Denner Kaffee-Kapseln aus UTZ-zertifiziertem Rohkaffee an. Seit Ende 2013 sind zusätzlich das gesamte Süsswarenangebot der Chocolat Frey sowie diverse schokolatierte Produkte wie Muesli-Riegel und Glaces ausgezeichnet. Für die Kakaobeschaffung ist die Migros-Tochter mit verschiedenen Bauernkooperativen in Westafrika eine langfristige Zusammenarbeit eingegangen. Im März 2013 konnte Chocolat Frey der ersten Kooperative eine UTZ-Prämie in der Höhe von gut 140'000 Dollar überreichen.

Nachhaltiges Palmöl

Die Migros als Gründungsmitglied des «Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)» setzt sich seit über zehn Jahren für den Anbau von nachhaltigem Palmöl ein. 2011 beschloss sie, den Palmölbedarf der M-Industrien für die Lebensmittelproduktion nicht mehr über Zertifikate abzudecken, sondern bis Ende 2015 auf physisch rückverfolgbares, nachhaltiges Palmöl aus RSPO-zertifizierten Plantagen umzustellen. Ende 2013 waren bereits 65% der verarbeiteten Menge Palmöl auf physisch rückverfolgbares, nachhaltiges Palmöl (Segregated) aus RSPO-zertifizierten Plantagen umgestellt. Den übrigen Bedarf decken die M-Industrien über Mischprodukte (Mass Balance) oder den Kauf von Zertifikaten.

Seit 2013 werden alle Margarinen, die in die Regale der Migros gelangen, mit Palmöl aus RSPO-zertifizierten Plantagen produziert, das physisch rückverfolgbar ist. Das Produkt wird mit der Palme des RSPO-Logos gekennzeichnet. Ende 2013 erzielte die Migros im Palmöl-Rating des WWF 11 von 12 möglichen Punkten. Innerhalb des RSPO setzt sich die Migros weiterhin für strengere Kriterien ein, zum Beispiel bezüglich Moorschutz.

Neue Beschaffungsgrundsätze Holz

Jede Minute verschwindet eine Waldfläche in der Grösse von 35 Fussballfeldern. Um den Raubbau zu stoppen, bekennt sich die Migros in den 2013 neu definierten Beschaffungsgrundsätzen zur Förderung von Holz, Papier und Zellstoff aus Recycling oder mit dem FSC-Label. 82.5 Prozent aller Holz- und Papierprodukte stammen bereits aus nachhaltigen Quellen. Zudem wird geregelt, dass Holz, Papier und Zellstoff auch bei nicht zertifiziertem Holz ausschliesslich aus nachweislich vertrauenswürdigen Quellen kommen darf. Zur Sicherheit nimmt die Migros künftig Dokumentenprüfungen und Stichprobenkontrollen vor. Ab 2014 werden alle Migros-Werbemittel aus Papier und Karton in umweltschonender Recycling- oder FSC-Qualität hergestellt. Sämtliche Publikationen der Migros-Medien und der Migros Bank sowie alle Reisekataloge von Hotelplan sind bereits FSC-zertifiziert.

Umwelt- und sozialverträgliche Baumwolle

Die Migros will ihr Bekleidungssortiment aus Biobaumwolle zwischen 2011 und 2015 verdoppeln. Parallel zum Bio-Anbau unterstützt sie als Gründungsmitglied die Better Cotton Initiative (BCI) und damit den umweltschonenden und sozialverträglichen Anbau von Baumwolle auf breiter Fläche. Für 2013 war geplant, gemeinsam mit einem örtlichen Lieferanten ein Ausbildungsprogramm für 350 Bauern in Indien durchzuführen. Aufgrund zu hoher Beschaffungspreise von BCI-Baumwolle zog sich der Projektpartner jedoch zurück, so dass nur die Hälfte der Bauern geschult werden konnte. Die hohen Beschaffungspreise führten auch dazu, dass die Migros im Berichtsjahr keine Textilien aus BCI-Baumwolle im Sortiment führte. Sie setzt sich dafür ein, dass der Preis der BCI-Baumwolle an jenen von konventioneller Baumwolle angepasst wird, indem die Anbauflächen vergrössert und die Beschaffungskanäle verbessert werden. Derzeit zeichnet sich eine Stabilisierung der Preise auf dem gewünschten Niveau ab.

Mehr zum Thema Nachhaltige Beschaffung

Schweizer Fleisch auf dem Teller

Die Migros-Gastronomie hat sich verpflichtet, spätestens ab 2015 ausschliesslich Schweizer Rind-, Kalb-, Schweine- und Pouletfleisch anzubieten. Bei einheimischer Produktion haben die Gäste die Gewissheit, dass das Fleisch von artgerecht gehaltenen Tieren stammt. Aufgrund des beschränkten Schweizer Angebots bleiben Wild, Pferd, Kaninchen und Lamm vorerst von dieser Verpflichtung ausgenommen.

» [Schweizer Fleisch auf dem Teller](#)

Mehr Heu für Weiderinder

Die Migros verzichtet seit Anfang 2013 auf Soja als Ergänzungsfutter für Rinder im Bio- und konventionellen Weide-Beef-Programm. Dasselbe gilt für Milchkühe, deren Milch als TerraSuisse-Wiesensmilch verkauft wird. Anstelle von Soja fressen die Tiere Gras und Raufutter wie Heu oder Silage.

» [Mehr Heu für Weiderinder](#)

Junges Gemüse von nebenan

In der Migros Basel sind seit August 2013 im M-Parc Dreispitz testweise frische Fische und Gemüse erhältlich, die von Urban Farmers auf demselben Gelände angebaut werden. Die Produkte entstehen im geschlossenen Wasserkreislauf auf den Dächern. Sie sind frei von chemischen Düngemitteln und verbrauchen keine Energie für den Transport.

» [Junges Gemüse von nebenan](#)

Herstellungsbedingungen

Lieferanten fordern und fördern

2013 setzte sich die Migros verstärkt dafür ein, ihre Lieferanten, insbesondere in Fernost, zu befähigen, soziale und ökologische Standards umzusetzen.

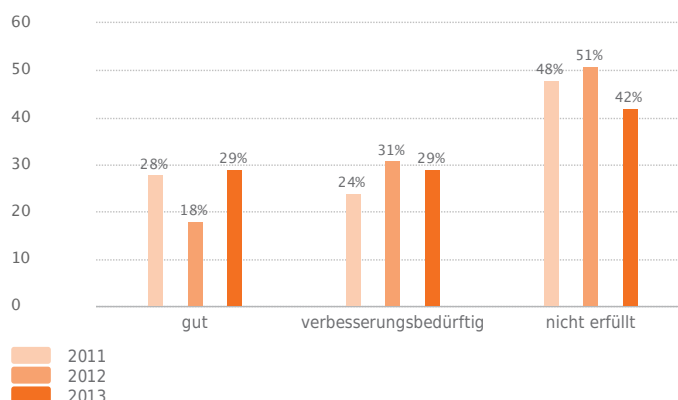
Die Migros will Gewissheit darüber haben, dass ihre Artikel möglichst umweltschonend und unter menschenwürdigen Bedingungen produziert werden. Dafür setzt sie auf weltweite Produktionsstandards, partnerschaftliche Initiativen und einen Verhaltenskodex mit sozialen Mindestanforderungen. Sie überprüft regelmässig, ob sich die Hersteller an die Bedingungen für Sozial- und Umweltverträglichkeit halten. Für sämtliche Lieferanten der Migros-Gruppe gelten zudem ökologische und soziale Basisanforderungen bei der Beschaffung.

BSCI-Verhaltenskodex

Als Gründungsmitglied der Business Social Compliance Initiative BSCI verlangt die Migros von allen Lieferanten, soziale Mindestanforderungen gemäss dem BSCI-Verhaltenskodex oder gleichwertige Anforderungen einzuhalten. Die Migros engagiert sich zudem im Global Social Compliance Programme GSCP. Das GSCP ist eine Multi-Stakeholder-Initiative und hat zum Ziel, Standards und Initiativen im Sozial- und Umweltbereich zu harmonisieren. Ende 2013 befanden sich 549 Zulieferbetriebe der Migros-Gruppe im BSCI-Prozess. Dabei führen unabhängige Experten regelmässige Sozialaudits durch. 2013 wurde bei 206 Lieferanten ein Audit durchgeführt, über die Hälfte davon in China. 29% schnitten dabei gut ab; 29% der überprüften Zulieferer erfüllten die Anforderungen teilweise nicht und müssen noch kleinere Mängel beheben; 42% erfüllten mehrere und teilweise grundlegende Anforderungen nicht. Diese Zahlen liegen im Branchenschnitt.

Kennzahlen Herstellungsbedingungen

Ergebnisse BSCI-Audits Erstaudits und Folgeaudits
[in %]



Geschäftspartner unterstützen

Über die Kontrollen hinaus unterstützt die Migros ihre Geschäftspartner bei der Umsetzung von Standards. In den vergangenen Jahren hat sie vermehrt Schulungen und Weiterbildungen für Lieferanten in Fabriken und landwirtschaftlichen Betrieben angeboten.

Seit 1995 unterhält die Migros in Hongkong, seit 2005 in Shanghai und seit 2013 in Gurgaon (Indien) eigene Büros. Mitarbeitende begleiten die Produzenten vor Ort bei der Umsetzung der Sozialstandards. Auf die Befähigung der Lieferanten ausgerichtet sind auch das GSCP sowie das Better Work Programme der ILO. 2013 waren zwei Zulieferunternehmen aus der Schwerpunktregion Südostasien an einem Better-Work-Pilotprojekt beteiligt. Das GSCP hat im Berichtsjahr Workshops in China durchgeführt. Bis 2015 will die Migros die Arbeitsbedingungen von insgesamt 75'000 Mitarbeitenden bei den Lieferanten verbessern. 2013 hat sie bereits 25'392 Personen über Schulungen, Ausbildungen oder Programme erreicht.

Gemeinsam für mehr Sicherheit

In Bangladesch sterben jedes Jahr Arbeiterinnen und Arbeiter wegen mangelnder Gebäudesicherheit. Im Frühjahr 2013 kamen über 1'000 Mitarbeitende ums Leben, als eine Textilfabrik einstürzte. Obwohl keine eigenen Zulieferer betroffen waren, unterstützt die Migros im Rahmen der BSCI-Mitgliedschaft Massnahmen für strengere Kontrollen, mehr unangemeldete Audits und zusätzliche Schulungen. Zudem hat sie bei ihren Lieferanten Kontrollen durch unabhängige Auditunternehmen im Bereich der Gebäude- und Feuersicherheit eingeleitet. Die Entwicklungen im Rahmen des «Accord on Fire- und Building Safety in Bangladesh» werden weiterhin aktiv beobachtet.

Produzenten von Gemüse und Südfrüchten in die Pflicht genommen

Fast alle Früchte- und Gemüse- sowie Blumen- und Pflanzenlieferanten der Migros sind nach einem internationalen Standard für Gute Agrarpraxis (GlobalGAP) oder gleichwertigen Systemen zertifiziert. Diese Standards beinhalten Anforderungen an Anbau, Lebensmittelsicherheit und Umweltschutz. Der neuere Standard Global GAP-GRASP (Global GAP Risk Assessment on Social Practice) verpflichtet landwirtschaftliche Betriebe zudem, angemessene Arbeitsbedingungen zu gewährleisten. GRASP findet in Regionen Anwendung, in denen die Arbeitsbedingungen oft ungenügend sind. Ende 2013 waren alle 1'000 Lieferanten und Kleinbauern in Italien sowie in den spanischen Provinzen Huelva, Murcia und Almería in den GRASP-Prozess eingebunden. Weitere Regionen, etwa in Griechenland, werden folgen.

Mehr zum Thema Herstellungsbedingungen

Sparsame Bewässerung

Die Migros bezieht jährlich 4'000 Tonnen Erdbeeren aus der Region Huelva in Spanien. In Zusammenarbeit mit dem WWF Spanien führte sie bei 44 Erdbeerproduzenten Wasser-Audits durch und unterstützte die Lieferanten bei einem verantwortungsvollen Umgang mit Wasser.

» Sparsame Bewässerung

Verträgliche eco-Textilien

Spätestens ab Ende 2017 werden alle Textil-Eigenmarken zu 100 Prozent nach dem strengen eco-Standard produziert. eco steht für eine umweltverträgliche, schadstofffreie Textil-Produktion sowie für sichere und gesunde Arbeitsplätze. Heute entsprechen rund 70 Prozent der Migros-Bekleidung dem Standard.

» Verträgliche eco-Textilien

Produktverantwortung

Auf der sicheren Seite

Die Migros tut alles für die Sicherheit ihrer Lebensmittel und Produkte und passt die entsprechenden Prozesse laufend den neusten Entwicklungen an. Zudem baut sie derzeit ihren eco-Standard für schadstofffreie Textilien weiter aus.

Um einwandfreie Nahrungsmittel zu gewährleisten, setzt die Migros-Gruppe auf die Global Food Safety Initiative (GFSI). Die meisten in- und ausländischen Lieferanten von verarbeiteten Lebensmitteln sowie die eigenen Industriebetriebe sind nach einem von der GFSI anerkannten Standard zertifiziert. Der Umsetzungsgrad liegt seit mehreren Jahren bei etwa 95 Prozent. Zudem lässt die Migros laufend ihre Nahrungsmittel überwachen. Die Swiss Quality Testing Services (SQTS) unterziehen die Produkte im Rahmen der Selbstkontrolle einer risikobasierten Überprüfung. 2013 hat die Migros insgesamt rund 20'000 Produktprüfungen vorgenommen, 14 Produkte musste sie aufgrund von Mängeln [zurückrufen](#).

Rückverfolgbarkeit gewährleistet

Lange Wertschöpfungsketten führen oft zu komplexen Verarbeitungsprozessen und erhöhen die Anzahl von Lieferanten und Sublieferanten. Dank der Eigenindustrie verfügt die Migros über eine einzigartige Kontrolle über ihr Sortiment. Um auch die Rückverfolgbarkeit der eingekauften Produkte zu gewährleisten, verwendet sie eine Datenbank mit rund 11'000 Lieferanten und Herstellern, die an die Migros-Gruppe liefern. Diese Zahl steigt laufend wie auch die zur Verfügung stehenden Informationen über die Lieferkette insgesamt. Hinterlegt ist die vollständige Wertschöpfungskette der Produkte vom Lieferanten bis zur letzten Verarbeitungsstufe. So kennt die Migros die Herkunft ihrer Produkte auch bei verarbeiteten Produkten mit zahlreichen Zutaten aus verschiedenen Ländern. Bei Bedarf kann sie sehr schnell zurückverfolgen, welche Firmen an der Herstellung eines Produkts beteiligt sind.

Verträgliche eco-Textilien

Um Textilien anbieten zu können, die garantiert ohne schädliche Chemikalien produziert wurden, hat die Migros 1996 den eco-Standard eingeführt, der inzwischen als branchenweit führend gilt. Der eco-Standard steht für eine umweltverträgliche Textil-Produktion und gesunde Arbeitsplätze. Diese Anforderungen gelten bereits für rund 70 Prozent der Migros-Bekleidung. Ab Ende 2017 sollen alle Textil-Eigenmarken vollständig gemäss eco-Standard produziert werden. Als Vorreiter für saubere Kleidung setzt das Unternehmen damit bereits um, was Greenpeace in seiner Detox-Kampagne fordert: den Verzicht auf kritische Stoffe in der Textil-Produktion.

Die Migros unterstützt ihre Lieferanten, nach dem [eco-Standard](#) zu produzieren, und baut den Lieferantenpool aus. Gleichzeitig achtet sie auf die Aktualität ihres Standards und berücksichtigt laufend neue Chemikaliengruppen. Auch die Aus- und Weiterbildung der Lieferanten ist Bestandteil des eco-Programms. 2013 fanden dazu Workshops in Gurgaon (Indien), Hongkong, Shanghai und Zürich mit insgesamt über 300 Teilnehmenden statt.

Klare Regeln für die Werbung

Der Migros-Genossenschafts-Bund (MGB) hat Mitte 2013 Grundsätze für eine verantwortungsvolle Marketingkommunikation erlassen. Das Papier gilt für Supermärkte, Fachmärkte, die Migros-Gastromie sowie den MGB und die regionalen Genossenschaften. Mit den neuen Grundsätzen garantiert die Migros eine faire und respektvolle Marketingkommunikation mit den Kundinnen und Kunden. Jede Diskriminierung oder Irreführung soll vermieden werden. Detailliert geregelt ist insbesondere der Umgang mit Kindern in der Werbung. Die Migros verzichtet zum Beispiel darauf, Kinder zu Werbezwecken mit Formulierungen wie «Sammle jetzt ...» oder «Hole dir ...» direkt anzusprechen.

Mehr zum Thema Produktverantwortung

Im Zweifel für die Bienen

Den Bienen geht es nicht gut. Daher hat die Migros im Frühjahr 2013 Chemikalien und Pflanzenschutzmittel aus dem Verkauf genommen, die potenziell gefährdende Wirkstoffe enthalten. Ab 2014 wird das Sortiment kontinuierlich überprüft.

» [Im Zweifel für die Bienen](#)

Biologisch abbaubar

Die Migros hat 2013 das Versprechen abgegeben, dass sie den Anteil an besonders gut biologisch abbaubaren Wasch- und Reinigungsmitteln im Sortiment von heute 76 auf 80 Prozent erhöhe. Dabei bezieht sie das gesamte Sortiment mit ein, nicht nur hochpreisige Nischenprodukte.

» [Biologisch abbaubar](#)

Gentechnikfreie Lebensmittel

Die Migros verkauft keine gentechnisch veränderten pflanzlichen Produkte wie Früchte, Gemüse oder Getreide. Auch Fleisch, Geflügel, Eier und Milch aus der Schweiz sowie biologische Produkte sind GVO-frei.

» [Gentechnikfreie Lebensmittel](#)

Umgang mit Nano-Technologie

In der EU gelten seit Mitte 2013 Deklarationsvorgaben für Nanoprodukte. Kosmetika der Mibelle AG werden entsprechend gekennzeichnet, der Einsatz von Nanopartikeln in Kosmetika ist damit für die Kundinnen und Kunden direkt erkennbar. Bereits seit mehreren Jahren veröffentlicht die Migros auf ihrer Website eine Liste aller Produkte, die Nanopartikel enthalten.

» [Umgang mit Nano-Technologie](#)

Sortiment und Labels

Ausgezeichnete Produkte für alle

Die Migros baut ihr Angebot an nachhaltigen Produkten mit besonderem ökologischen und sozialen Mehrwert stetig aus. Die neuen Alnatura-Biosupermärkte finden Anklang.

Die Migros bietet ein breites Sortiment an zertifizierten Produkten mit einem ökologischen oder sozialen Mehrwert. Der Gesamtumsatz der nachhaltigen Labels wie Bio, TerraSuisse, Max Havelaar und MSC sowie dem regionalen Label «Aus der Region. Für die Region.» stieg gegenüber dem Vorjahr um 8 Prozent auf insgesamt CHF 2.8 Mrd. Das Angebot an nachhaltigen und regionalen Labels macht rund 19 Prozent des Gesamtumsatzes des Genossenschaftlichen Detailhandels aus (exkl. tegut...).

Bio auf dem Vormarsch

«Mit dem Raps-Projekt schafft die Migros die entscheidende Grundlage, dass künftig das gesunde Rapsöl auch im Bio-Anbau erfolgreich produziert werden kann. Die Zusammenarbeit zwischen Forschung, Beratung, Vermarkter und Grossver-teiler trägt ganz allgemein zu einer nachhaltigeren Landwirtschaft bei.»

Hans-Georg Kessler
Leiter Landwirtschaft Biofarm

Im Berichtsjahr hat die Migros die Preise bei 100 Bio-Artikeln um durchschnittlich zehn Prozent gesenkt. Zudem baute sie mit dem deutschen Bio-Pionier Alnatura eine gemeinsame Bio-Supermarktkette in der Schweiz auf. Inzwischen betreibt die Genossenschaft Migros Zürich drei Alnatura-Märkte, weitere Geschäfte sind in Planung. Die Migros beabsichtigt zudem, etwa 300 Alnatura-Artikel ins Sortiment ihrer eigenen Märkte aufzunehmen. Diese werden voraussichtlich ab Ende 2014 in rund 60 Filialen der Deutschschweiz sowie in zehn Testfilialen in der Romandie und im Tessin erhältlich sein. Ergänzend wird die Forschung von Bio-Produkten unterstützt: 2013 finanzierte die Migros ein Projekt zum biologischen Anbau von Rapsöl, der schwierig ist, sowie die Entwicklung von natürlichen Heilmitteln für die biologische Aquakultur von Lachsen.

Mehr Tierwohl in Schweizer Ställen

Mit ihrem Angebot an Labelprodukten trägt die Migros entscheidend zum Tierwohl in Schweizer Landwirtschaftsbetrieben bei. Unter dem Bio-Label, dem Label TerraSuisse und der Marke Optigal produzieren Landwirte tierfreundlicher, als es das Schweizer Tierschutzgesetz vorschreibt. Die Migros erhöht ihre Labelbestimmungen laufend. So wurde 2013 für TerraSuisse-Kälber mehr Auslauf vorgeschrieben und gleichzeitig der Antibiotika-Einsatz eingeschränkt. Auch ist Soja als Ergänzungsfutter bei den Migros-Produkten Weide- und Bio-Weide-Beef sowie TerraSuisse- Wiesenmilch nicht mehr zulässig. Parallel zu den neuen Bestimmungen unterstützt die Migros Forschungen der Universität Bern, um den Einsatz von Antibiotika weiter zu reduzieren.

FSC-Label als Standard

Dank kontinuierlicher Bemühungen ist das FSC-Label bei der Migros weitgehend zum Standard für Holz und Holzprodukte geworden. Mit über 2'000 Artikeln und einem Umsatz von CHF 196 Mio. verfügt die Migros über das grösste Angebot von FSC-zertifizierten Produkten in der Schweiz. Gegenüber dem Vorjahr ging der Umsatz leicht zurück (-2.5%). Grund waren Preissenkungen und der fehlende Umsatz aus der Animanca-Produktion.

Die Migros hat das Versprechen abgegeben, bis 2015 drei Viertel der Holz- und Papierprodukte in den Supermärkten entsprechend den Richtlinien Nachhaltigkeit (FSC oder aus dem Recycling stammend) anzubieten. Derzeit entsprechen bereits über 80 Prozent der Produkte diesen Richtlinien. Das Sortiment soll in den nächsten Jahren weiter ausgebaut werden.

Direktverbindung zwischen Produzent und Konsument

Gemäss dem Konsumenten-Barometer geniesst das Migros-Label «Aus der Region. Für die Region.» (AdR) hohes Vertrauen in der Bevölkerung. Inzwischen sind rund 8'000 AdR-Produkte verfügbar, ihr Jahresumsatz betrug im Berichtsjahr CHF 827 Mio. Mit dem AdR-Label stärkt die Migros die regionale Wirtschaft. In der Migros-Genossenschaft Ostschweiz werden beispielsweise 60 Prozent der Frischmilch unter dem AdR-Label verkauft, die aus 41 Ostschweizer Landwirtschaftsbetrieben stammt.

Die Migros ist zudem eine der grössten Eigenmarkenproduzenten weltweit: Das neu lancierte Programm «Von uns. Von hier.» ruft in Erinnerung, dass sie rund 10'000 Produkte in eigenen Industriebetrieben im Inland herstellt. So kann sie eine hochwertige Schweizer Qualität zu fairen Preisen garantieren.

Eine Brücke zwischen Produzenten und Konsumenten schafft auch Migipedia: Die Benutzer können auf der Migros-Internetplattform nicht nur Produkte bewerten, sondern auch neue vorschlagen. 2013 entstanden so insgesamt sieben Produkte, die von der Migipedia-Community mitentwickelt wurden, wie etwa die Mojito Zahnpasta oder die Mary Jane's Swiss Chilbi.

Mehr zum Thema Sortiment und Labels

Fisch von der Angel

Die Migros ist Mitglied der internationalen Pole & Line Foundation und nahm als erste Detailhändlerin Europas mit der Angel gefangenen Thunfisch mit MSC-Label ins Angebot. Bis Ende 2013 stellte sie das gesamte Dosenangebot an rosa Thunfisch ihrer Eigenmarken auf Angelrutenfang um.

» [Fisch von der Angel](#)

Fairtrade-Sortiment erweitern

Die Migros will ihr Fairtrade-Angebot zwischen 2011 und 2015 um 75 Prozent ausbauen und weitere Fairtrade Max-Havelaar-Dosenprodukte anbieten. Da es im Dosen-Bereich kaum zertifizierte Anbieter gibt, leistet die Migros Pionierarbeit und überzeugt Bauern und Verarbeiter von den Vorteilen einer Fairtrade-Zertifizierung.

» [Fairtrade-Sortiment erweitern](#)

LED-Leuchten mischen Markt auf

Der Umsatz mit LED-Leuchten ist 2013 auf ein Viertel des gesamten Leuchtumsatzes gestiegen. Gleichzeitig sind die Preise der Leuchtmittel innert Jahresfrist um 40 Prozent gefallen. Im Betrieb rechnen sie sich daher bereits nach kurzer Zeit.

» [LED-Leuchten mischen Markt auf](#)

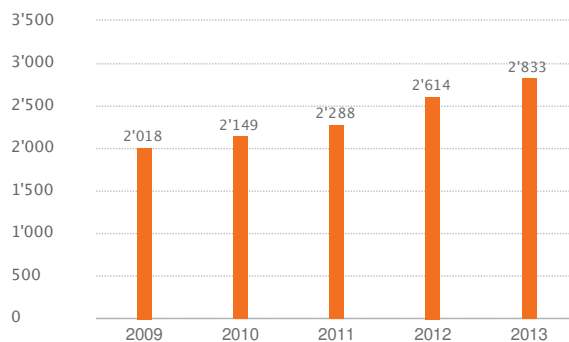
Mehr Biobaumwolle

Die Migros will ihr Sortiment an Bekleidung aus Biobaumwolle zwischen 2011 und 2015 verdoppeln. 2013 hat sie das Angebot an Baby- und Kinderbekleidung sowie Damenwäsche aus Biobaumwolle stark ausgebaut und ist auf bestem Weg, das Ziel zu erreichen. Der Gesamtumsatz mit Bio-Cotton-Textilien wuchs gegenüber dem Vorjahr um 33 Prozent auf CHF 44 Mio.

» [Mehr Biobaumwolle](#)

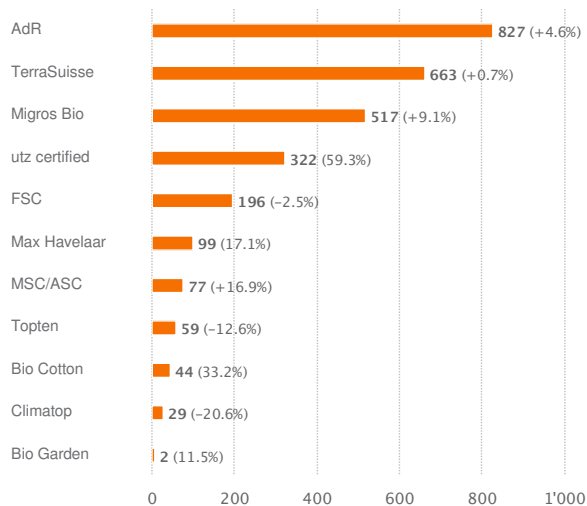
Kennzahlen nachhaltiges Sortiment und Labels

Gesamtumsatz nachhaltige & regionale Labels¹ [in Mio. CHF]



¹ Inkl. doppelt ausgezeichnete Produkte

Umsätze der einzelnen Labels 2013 [in Mio. CHF (Veränderung gegenüber Vorjahr in %)]



Ernährung und Bewegung

Gesundheit im Angebot

Mit ihren Produkten und Programmen fördert die Migros einen aktiven Lebensstil und eine ausgewogene Ernährung. Das Sortiment für Menschen mit besonderen Ernährungsbedürfnissen wird derzeit stark ausgebaut.

Die Migros macht gesunde Nahrungsmittel verfügbar und informiert umfassend über Inhaltsstoffe und ausgewogene Ernährung. Mit Fitnessparks, Kursen und Sponsoring engagiert sie sich für einen aktiven Lebensstil. Im Mai 2013 wurde die Strategie «Freizeit und Gesundheit» verabschiedet. Das Unternehmen will damit seine Marktführerschaft im Freizeit- und Gesundheitsbereich ausbauen, insbesondere in den Geschäftsfeldern Fitness, Wellness, Prävention, medizinische Dienstleistungen und Golf.

Engagement für eine bessere Ernährung

Im Berichtsjahr hat die Migros entschieden, Rezepturstandards für verschiedene Lebensmittelkategorien zu schaffen, um sie ernährungstechnisch zu optimieren. Im Fokus stehen dabei Zucker, Salz, Fett, Proteine und Nahrungsfasern. Jeder Rezepturstandard gibt Zielwerte, Toleranzbereich, Ausnahmen und Handlungsbedarf innerhalb der jeweiligen Produktkategorie vor. Neben einer ausgewogenen Ernährung will die Migros auch die Lust auf frische, nachhaltig produzierte Nahrungsmittel fördern.

Weil vielen Kundinnen und Kunden heute der direkte Bezug zu den Lebensmitteln fehlt, lancierte die Migros unter dem Motto «Lebensmittel wertschätzen» eine Reihe von Aktivitäten. So zeigte die Migros-Genossenschaft Aare zusammen mit den IP-Suisse-Bauern in grösseren Filialen eine Wanderausstellung zum TerraSuisse-Label. In weiteren Genossenschaften fanden Degustationen und andere Veranstaltungen statt.

Wachsendes Délifit-Angebot

Die Migros baut ihr Angebot an ausgewogenen Délifit-Produkten im Take-Away-Bereich und in der Gastronomie stetig aus. Seit 2013 sind auch Wraps, Sandwiches, Salate sowie süsse und salzige Mahlzeiten im Becher erhältlich. Délifit-Produkte werden wo immer möglich mit saisonalen Zutaten, ohne Konservierungsmittel und Zusatzstoffe sowie mit wenig Fett zubereitet. Die Hauptzutaten für das Sandwichbrot stammen aus der Schweiz.

Zwischen 2011 und 2013 hat die Migros den Umsatz mit Délifit-Angeboten um rund 2 Prozent gesteigert. Das Versprechen, bis Ende 2013 den Anteil an Délifit-Produkten in den Restaurants und Take-Away-Bereichen flächendeckend auf 20 Prozent zu erhöhen, konnte jedoch nicht eingelöst werden. Dies ist einerseits auf regionale Unterschiede zurückzuführen: Die angebotene Menge und die Präsentation des Angebots variieren je nach Standort stark. Andererseits bedarf es offensichtlich längerer Zeit, bis sich Ernährungsgewohnheiten ändern. Auch im kommenden Jahr wird die Migros neue Délifit-Produkte einführen und bestehende Angebote optimieren.

Grösseres Angebot für Allergiker

«Produkte mit dem Schweizer Allergie-Gütesiegel «empfohlen durch aha!» werden nach strikten Vorgaben hergestellt, streng kontrolliert und optimal deklariert. Mit ihrem Sortiment an aha!-Produkten leistet die Migros einen grossen Beitrag an die Gesundheit und Lebensqualität von Menschen mit Allergien und Intoleranzen.»

Georg Schächli
Geschäftsleiter aha!
Allergiezentrum Schweiz

Unter dem Label aha! bietet die Migros Produkte für Menschen an, die an einer Allergie oder Intoleranz leiden. Inzwischen tragen rund 80 Produkte aus dem Lebensmittel- und Kosmetikbereich dieses Gütesiegel. Insbesondere die Nachfrage nach gluten- und laktosefreien Produkten nahm in den letzten Jahren stark zu. Seit April 2013 werden sämtliche Salatsaucen in den Migros-Restaurants und Take-Aways ohne gluten- und laktosehaltige Zutaten hergestellt. Damit kommt die Migros einem Kundenwunsch entgegen und nimmt eine Vorreiterrolle in der Gastronomie ein.

Aktiv für mehr Bewegung

Die Migros setzt sich für einen aktiven Lebensstil mit viel Bewegung ein und engagiert sich als Sponsorin von über 30 Laufveranstaltungen. 2013 hat sie über 200'000 Läuferinnen und Läufer einen Start an einem Lauf ermöglicht, bis Ende 2015 sollen es 800'000 sein. Zur Migros gehören 66 Fitness-, Wellness- und Aquaparks, zwölf Medbase Gesundheitszentren und sechs Golfparks. In den kommenden Jahren will die Migros ihre Marktführerschaft in den Geschäftsfeldern Fitness, medizinische Dienstleistungen und Golf weiter ausbauen.

Mehr zum Thema Ernährung und Bewegung

Förderung gesunder Ernährung

Das Migros-Kulturprozent unterstützt mit club minu, kebab+ und tavolata Projekte, die eine gesunde Ernährung fördern. Diese sprechen besonders Kinder, Jugendliche und ältere Menschen an.

» [Förderung gesunder Ernährung](#)

Mehr Schwung im Klassenzimmer

Mit zahlreichen Programmen für Kinder und Jugendliche fördert die Migros gesunde Ernährung und Spass an der Bewegung. So will sie bis 2015 10'000 Klassen für die Teilnahme an der Online-Plattform Muuvit begeistern.

» [Mehr Schwung im Klassenzimmer](#)

Kostenlose Ernährungsberatung

Ernährungsberaterinnen der Migros beantworten spezifische Fragen in Zusammenhang mit Migros-Produkten. 2013 haben über 2'100 Personen diesen kostenlosen Auskunftsdienst in Anspruch genommen.

» [Kostenlose Ernährungsberatung](#)

Auszeichnung für Jowa

Die Stiftung aha! Allergiezentrum Schweiz hat den Migros-Produktionsbetrieb Jowa für den Umbau der ehemaligen Teigwarenfabrik in Huttwil in ein glutenfreies Zentrum ausgezeichnet. In einer eigens dafür konzipierten Halle werden seit 2012 ausschliesslich glutenfreie Brot-, Back- und Teigwaren hergestellt.

» [Auszeichnung für Jowa](#)

Umwelt

Die Migros leistet einen grossen Einsatz im betrieblichen Umweltschutz. 2013 gelang es ihr erneut, die Umweltbelastungen zu reduzieren. Nicht nur die Filialen, sondern auch die M-Industrie senkten Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen. Die regionalen Genossenschaften trugen massgeblich zur Vermeidung von Abfällen und zum Recycling bei. Seit 2013 nimmt die Migros als erste Detailhändlerin in der Schweiz alle Plastikflaschen aus dem Haushaltbereich zurück.

Energie und Klima

Mit der Klima- und Energiestrategie auf Kurs

Die Migros arbeitet daran, ihren Stromverbrauch und den Ausstoss von Treibhausgasen weiter zu senken. 2013 hat sie die Ziele ihrer Klima- und Energiestrategie 2020 konkretisiert und die Mitarbeitenden in ihre Anstrengungen zum Stromsparen einbezogen.

Seit vielen Jahren arbeitet die Migros daran, den Strom- und Energieverbrauch sowie den Ausstoss von Treibhausgasen systematisch zu senken. Mit ihrer Klima- und Energiestrategie 2020 anvisiert sie ambitionierte Ziele auf drei Ebenen: Die Migros will den Energieverbrauch und die Klimabelastung von Produkten senken, den Energieverbrauch und die Emissionen im Betrieb reduzieren sowie Kundinnen und Kunden beim energieeffizienten und klimafreundlichen Einkaufen unterstützen. In den vergangenen Jahren wurden weitere Unternehmen der Migros-Gruppe in das Umwelt- und Energiedatenmanagement eingeschlossen; für die Handelsunternehmen Globus, Interio, Denner und Migrol sowie für die Migros Bank und Hotelplan liegen Kennzahlen zu Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen vor.

Die Tabellen zu den Treibhausgasemissionen (THG) und zum Energieverbrauch der Migros-Gruppe finden Sie auf Seite 31.

Konkrete Ziele

Der Genossenschaftliche Detailhandel hat die Ziele der Klima- und Energiestrategie in den letzten Monaten für alle Filialen, die zehn regionalen Betriebszentralen und die drei überregionalen Verteilzentralen konkretisiert. Die allgemeinen Ziele – zwischen 2010 und 2020 zehn Prozent weniger Strom zu verbrauchen und zwanzig Prozent weniger Treibhausgase auszustossen – wurden bestätigt. Die detaillierte Planung ergab, dass insbesondere beim Strom zusätzliche Anstrengungen nötig sind, um die angestrebten absoluten Werte zu erreichen, da das Flächenwachstum der Filialen kompensiert werden muss.

Die 18 Industrieunternehmen der Migros haben mit der Umsetzung ihrer gesetzten Ziele begonnen. Sie peilen an, den Stromverbrauch jedes Jahr um ein Prozent und den Wärmeverbrauch um 1.8 Prozent pro produzierte Tonne zu reduzieren. Die CO₂-Emissionen aus Brennstoffen sollen zwischen 2010 und 2020 absolut um zehn Prozent gesenkt werden. Per Ende 2013 hat die M-Industrie ihren Stromverbrauch um 0.7% und den Wärmeverbrauch um 5.4% pro produzierte Tonne reduziert; die CO₂-Emissionen aus Brennstoffen sanken absolut um 5.5%. Der Genossenschaftliche Detailhandel hat den Stromverbrauch gegenüber 2010 um 1.7% und die Treibhausgasemissionen um 8.0% reduziert.

Stromspartage für Mitarbeitende

Ein Schwerpunkt war 2013 der Einbezug der Mitarbeitenden beim Stromsparen. Damit will die Migros dem in der Schweiz vorherrschenden Trend zum höheren Stromverbrauch entgegenwirken. In 18 Unternehmen fanden Stromspartage zu den vier Themen Beleuchtung, Standby-Geräte, Kälte und Wasser statt. Insgesamt konnten über 40'000 Mitarbeitende für das Stromsparen am Arbeitsplatz und zu Hause sensibilisiert werden. Die Mitarbeitenden reichten weit über 200 Ideen für Stromsparmassnahmen im eigenen Betrieb ein.

Sparsame Filialen

«Mit der Photovoltaikanlage in Neuendorf hat die Migros das grösste Solarkraftwerk der Schweiz gebaut und damit aufgezeigt, dass in der Schweiz auch grosse Solaranlagen wirtschaftlich realisierbar sind. Dass im MVN neben der Solarstromproduktion auch an der intelligenten Steuerung der Stromverbraucher gearbeitet wird, zeigt dass es der Migros mit der Energiewende ernst ist.»

David Stickelberger
Geschäftsleiter aha!
Geschäftsleiter Swissolar

Bei den Filialen liegt das grösste Einsparpotenzial bei der Installation von energieeffizienter Technik im Rahmen von Um- und Neubauten. Ein gelungenes Beispiel dafür ist die Filiale Brunnen, wo nach dem Umbau der Stromverbrauch um die Hälfte und der Gasverbrauch auf null zurückgingen. Zu diesem Erfolg führten ein konsequenter Einsatz der LED-Technik für die Beleuchtung, ein optimiertes Haustechnikkonzept mit bedarfsabhängiger Lüftung sowie effiziente Kältetechnik.

Der Stromverbrauch lässt sich dank innovativer Kältetechnik sehr stark mindern, etwa durch CO₂- oder Propan-Kältekompressoren und Glastüren bei Pluskühlmöbeln. Mit den Glastüren sinkt der Stromverbrauch pro Laufmeter um 30 bis 45 Prozent im Vergleich zu herkömmlichen Kühlmöbeln. 2009 hat die Migros als erste Schweizer Detailhändlerin mit der Umrüstung begonnen. Inzwischen sind bereits 112 Migros-Filialen vollständig oder in einzelnen Bereichen mit Glastüren ausgestattet. Dies entspricht einer Länge von 2'991 Laufmetern Kühlmöbel.

Erneuerbare Energien

Die Migros reduziert ihre Treibhausgasemissionen nicht nur durch eine verbesserte Energieeffizienz, sondern auch, indem sie fossile Brennstoffe durch erneuerbare Energien ersetzt. Bereits neun Logistikzentralen verwenden Wärme aus Holz, Umwelt oder Fernwärme. 2013 wurde neu auch die Betriebszentrale der Migros Basel am Fernwärmenetz der Industriellen Werke angeschlossen. Der Anteil an erneuerbaren Energien am Gesamtwärmeverbrauch der Migros beträgt inzwischen 15.4% (2012: 15.6%).

Die Migros ist eine der grössten Abnehmerinnen von erneuerbarem Strom in der Schweiz und hat 2013 84 GWh zertifizierten Ökostrom bezogen (naturemade star und basic sowie nach TÜV zertifizierten Ökostrom). An der Produktion von Ökostrom beteiligt sich die Migros selber: Insgesamt 30 Solaranlagen mit einer installierten Leistung von 12'193 Kilowatt-Peak befinden sich auf Dächern von Migros-Gebäuden. Sie produzieren jährlich rund 11'400 MWh Strom, was einem Stromverbrauch von rund 2'500 Einfamilienhäusern entspricht.

Minergie & erneuerbare Energien

	2009	2010	2011	2012	2013
Minergie-zertifizierte Fläche (1000m ² , Migros-Gruppe)	293.9	404.9	789.9	821.5	872.2
Bezug Öko-Strom (in GWh)	85	89	101	87	84
Solarstromanlagen (auf Migros-Dächern installierte Leistung in Kilowatt Peak)	750	2'604	3'220	4'690	12'190
Anteil Wärme aus erneuerbarer Energie (in %)	12.6	14.1	13.8	15.6	15.4

Mehr zum Thema Energie und Klima

Nachhaltiges Bauen

Die Migros hat sich zum Ziel gesetzt, ab 2014 alle Neu- und Umbauten von Migros-Filialen nach dem Standard «Nachhaltiges Bauen Migros» zu erstellen. Neben energieeffizienten Gebäudehüllen und Haustechnikanlagen beinhaltet dieser ökologische Baumaterialien sowie biologische Vielfalt in der Umgebungsgestaltung.

» [Nachhaltiges Bauen](#)

Grosses Solarengagement

Im August 2013 nahm der Verteilbetrieb in Neuendorf auf seinem Dach die grösste Fotovoltaikanlage der Schweiz in Betrieb. Im selben Monat eröffnete die Migros Wallis auf dem Einkaufszentrum «Forum des Alpes» eine Solaranlage.

» [Grosses Solarengagement](#)

Energieeffiziente Produkte

Die Migros gestaltet ihr Sortiment bewusst so, dass die Kundinnen und Kunden über eine grosse Auswahl an energieeffizienten Geräten verfügen. Besonders sparsame Produkte sind mit dem Topten-Label gekennzeichnet.

» [Energieeffiziente Produkte](#)

Ausgezeichnete Migros-Kälte

Die britische Environmental Investigation Agency (EIA) prüft regelmässig die Umweltverträglichkeit der Kältetechnik im europäischen Detailhandel, so auch im vergangenen Jahr. Von 21 untersuchten Unternehmen erhielten sieben die Auszeichnung «Green Cooling Leader», darunter die Migros.

» [Ausgezeichnete Migros-Kälte](#)

Minergie-Meisterin

Mit einer Gesamtfläche von 872'185 Quadratmetern bleibt die Migros Schweizermeisterin bei der Umsetzung des Minergie-Standards. Neben 41 Migros-Supermärkten sind über 50 andere Gebäude wie Bürogebäude, Wohnbauten der Migros Pensionskasse oder migrolino Tankstellen-Shops mit dem Label ausgezeichnet.

» [Minergie-Meisterin](#)

Kennzahlen Energie und Klima

Migros-Gruppe

Direkt und indirekt verursachte Treibhausgasemissionen (THG) 2013

Scope 1, 2 und 31, absolut

[in Tonnen CO₂eq]

	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)			Indirekte THG-Emissionen (Scope 2)		TOTAL (Scope 1, 2)	Andere indirekte THG-Emissionen (Scope 3)			TOTAL (Scope 3)
	Wärme	Treibstoff ⁵	Kältemittel	Elektrizität ⁶	Fernwärme		Fremdtransporte ⁷	Betriebsabfall ⁸	Personenflüge ⁹	
Genossenschaftlicher Detailhandel	23'412	26'907	29'908	83'880	73	164'179	6'083	20'200	1'292	27'575
Filialen	13'592		29'049	65'034	1'157	108'832			20	
Logistikbetriebe ²	9'820	26'907	859	18'845	-1'084	55'347	6'083		1'272	
Industrie	68'490	1'659	3'512	44'525	675	118'860		7'100	1'205	8'305
Genoss. Detailhandel + Industrie	91'901	28'565	33'420	128'405	748	283'039	6'083	27'300	2'498	35'881
Handel³	8'102		1'605	16'700		26'407				
Finanzdienstleistungen und Reisen⁴	274			1'221		1'495			396	396
Freizeitanlagen (Fitnessparks)	2'629			3'697	1'172	7'498				
TOTAL	102'906	28'565	35'025	150'023	1'920	318'439			2'894	36'277

Energieverbrauch 2013, absolut

[in GWh]

	Elektrizität	Wärme	Treibstoff ⁵	TOTAL
Genossenschaftlicher Detailhandel	631	134	105	871
Filialen	489	71		560
Logistikbetriebe ²	142	64	105	311
Industrie	335	384	6	725
Genoss. Detailhandel + Industrie	966	518	111	1'595
Handel³	126	27		152
Finanzdienstleistungen und Reisen⁴	9	1		10
Freizeitanlagen (Fitnessparks)	28	27		55
Total Energieverbrauch	1'129	573	111	1'813

¹ Scope der Treibhausgasemissionen gemäss Greenhouse Gas Protocol

² Betriebszentralen, Verteilbetriebe und MGB

³ Basierend auf Daten der Handelsunternehmen Globus, Interio, Migrol und Denner (enthält teilweise Hochrechnungen und Vorjahresdaten)

⁴ Basierend auf Daten der Unternehmen Migros Bank und Hotelplan Schweiz

⁵ Eigene Fahrzeugflotten der Migros-Genossenschaften und Scania

⁶ Gemäss Schweizer Verbrauchermix mit 132.9 g CO₂-eq/kWh Strom

⁷ LKW-Warentransport durch Transportpartner der Migros Genossenschaften

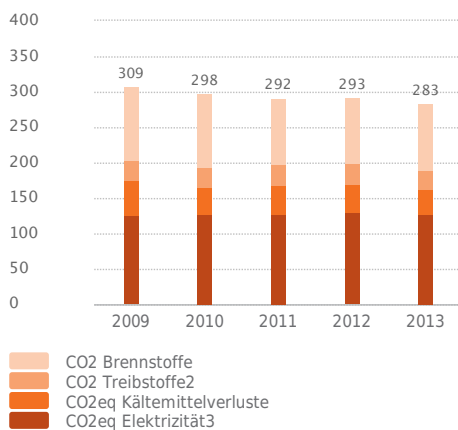
⁸ Berechnung basierend auf Emissionsfaktoren von 2010 der Schweizer Treibhausgasstatistik; in der industriellen Produktion fallen weniger Kehrrikt, aber v.a. CO₂-neutrale organische Abfälle an.

⁹ Geschäftsflüge der Mitarbeitenden; Kompensation über myClimate

Kennzahlen Energie und Klima

Genossenschaftlicher Detailhandel und Industrie

Treibhausgasemissionen (THG)¹, absolut
[in 1000 Tonnen CO₂-Äquivalente]

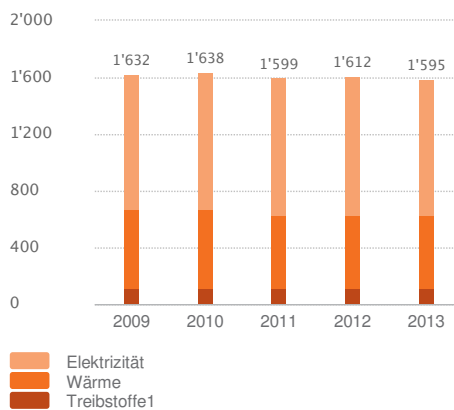


¹ Scope 1 und 2, gemäss Greenhouse Gas Protocol

² Eigene Fahrzeugflotten der Migros-Genossenschaften und Scana

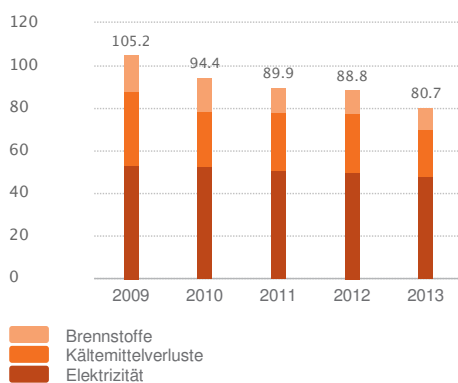
³ Gemäss Schweizer Verbrauchermix mit 132.9 g CO₂eq/kWh Strom. Neuer Emissionsfaktor gemäss BAFU, zur Vergleichbarkeit auch auf Vorjahre angewandt.

Energieverbrauch, absolut
[in GWh]

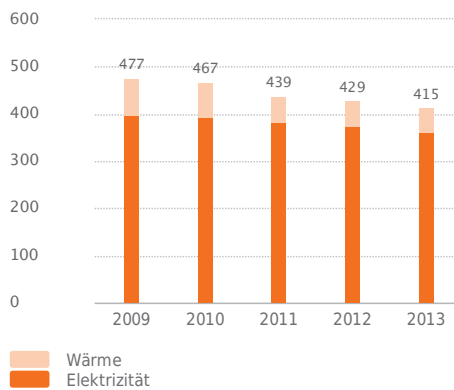


¹ Eigene Fahrzeugflotten der Migros-Genossenschaften und Scana

Spezifische Treibhausgasemissionen (THG), Filialen
[in kg CO₂-eq/m² Verkaufsfläche]



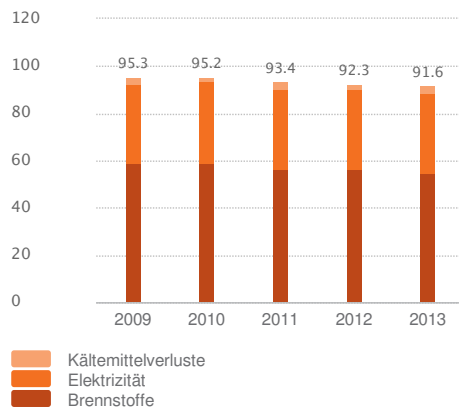
Spezifischer Energieverbrauch, Filialen
[in kWh/m² Verkaufsfläche]



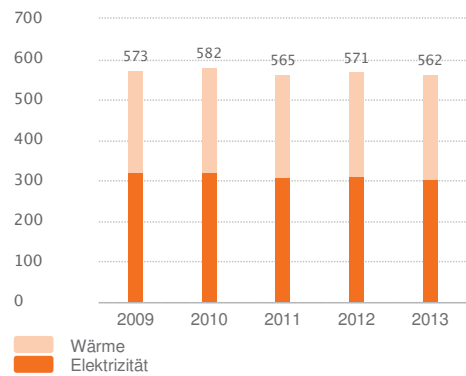
Kennzahlen Energie und Klima

Genossenschaftlicher Detailhandel und Industrie

**Spezifische Treibhausgasemissionen (THG),
Industriebetriebe**
[in kg CO₂-eq/t Produktion]



Spezifischer Energieverbrauch, Industriebetriebe
[in kWh/t Produktion]



Transport und Mobilität

Sauber, effizient – und noch mehr per Bahn

2013 setzte die Migros vermehrt auf den kombinierten Verkehr, um noch mehr Transporte von der Strasse auf die Schiene zu verlagern.

Die internationale Beschaffungslogistik und die nationale Verteilung der Waren sind zentrale Bestandteile der Klima- und Energiestrategie 2020 der Migros. Für Binnentransporte setzt die Migros wenn immer möglich auf den Schienenengüterverkehr. So beträgt der Bahnanteil zwischen nationalen und regionalen Verteilzentren 75%. Für die letzte Meile zu den Supermärkten kann aber nicht auf Strassentransporte verzichtet werden. Deshalb verfügen die regionalen Genossenschaften über einen eigenen Fuhrpark von 557 Fahrzeugen, die jährlich 29.8 Mio. Kilometer zurücklegen. Hier setzt sich die Migros für effiziente Fahrten und saubere Fahrzeuge ein. 73% der gefahrenen Kilometer werden mit emissionsarmen Lastwagen der Euronormen 5 und 6 zurückgelegt.

Wachsender Bahnanteil

Mit jährlich über einer Mio. Tonnen Frachtaufkommen ist die Migros seit Jahren die grösste Kundin von SBB Cargo. 2013 legten Güterwaggons von SBB Cargo rund 10.7 Mio. Kilometer für die Migros-Gruppe zurück, das sind 8% mehr als im Jahr zuvor. Gründe dafür sind die Verlagerung von der Strasse auf die Schiene und der kombinierte Verkehr (KV): Zum Beispiel wurden Transporte zwischen dem Migros-Verteilzentrum Suhr (MVS) und der Betriebszentrale der Migros Waadt in Ecublens im Herbst 2013 vollständig auf die Bahn verlagert.

Zusätzlich setzt Globus seit März 2013 für lange Distanzen ausschliesslich auf den KV: Im Verteilzentrum Otelfingen wird die Ware filialkommissioniert in Wechselbehälter verladen und per Lastwagen zum Bahnterminal nach Dietikon gefahren. Von dort gelangen die Lieferungen auf der Schiene zu den Umschlagterminals in der Ost-, Süd- und Westschweiz. Die «letzte Meile» vom Terminal zur Verkaufsstelle wird mit dem Lastwagen zurückgelegt. Mit diesem Transportkonzept können jährlich 380 Tonnen CO₂ gespart werden.

Direktanschluss vom Hafen

«Die Migros Logistik setzt neue Standards in Bezug auf Effizienz und Nachhaltigkeit. Ein Beispiel dafür ist die Erschliessung der Containertransporte über die ligurischen Häfen, die dank den kürzeren Transportdistanzen zu erheblichen Einsparungen des CO₂-Verbrauchs führt. Eine Pionierleistung der Migros.»

Marek Fausel
Leiter Seefracht Schweiz und Mitglied
der Geschäftsleitung Panalpina Ltd.

Luftfrachtimporte machen einen marginalen Teil der gesamten Einfuhrmengen aus. Waren aus dem Fernen Osten gelangen in der Migros fast ausschliesslich per Schiff nach Europa. Sie achtet darauf, dass sie auf ebenso umweltfreundlichem Weg vom europäischen Empfangshafen weiterverfrachtet werden: 97% der Container werden per Bahn von den Seehäfen in die Schweiz transportiert, der Rest mit dem Rheinschiff. Der Lastwagen gelangt im grenzüberschreitenden Containerverkehr nur in Ausnahmefällen zum Einsatz.

Gut etabliert haben sich im Berichtsjahr auch die Bahntransporte aus den Südhäfen in Italien. Seit Mai 2013 werden Textilien aus Südindien nur noch über die italienischen Häfen eingeführt und anschliessend mit der Bahn in die Schweiz weiterbefördert, was die Reise um mehrere Tausend Kilometer verkürzt. Auf dem Weg zwischen Indien und dem Verteilzentrum werden mit dieser Lösung 30% Energie und 16% Kohlendioxid gespart. Zudem sind die Waren bis zu zwei Wochen schneller am Ziel als über den herkömmlichen Seeweg und Häfen in den Niederlanden und Deutschland. Ferner lässt die Migros als einzige Detailhändlerin Europas seit Jahren Bananen auf der Schiene von Bremerhaven in die hiesigen Reifereien transportieren.

Mehr zum Thema Transport und Mobilität

Ökologie im Geschäftsverkehr

Die regionalen Migros-Genossenschaften und Scana verfügen insgesamt über rund 780 Geschäftsautos, die jährlich knapp 20 Mio. Kilometer zurücklegen. Die Migros hat entschieden, den CO₂-Ausstoss der PW-Flotte bis 2016 auf 130 Gramm CO₂ pro Kilometer zu beschränken.

» [Ökologie im Geschäftsverkehr](#)

Mit dem Velo in die Migros

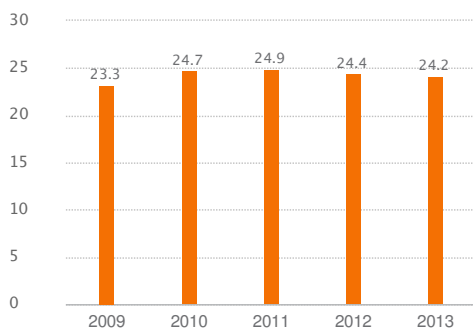
Die Migros setzt sich für eine klimafreundliche Mobilität ihrer Kundinnen und Kunden ein. Ihre Filialen sind optimal zu Fuss, mit dem Velo oder dem öffentlichen Verkehr erreichbar. Wer einen Grosseinkauf oder Sperriges zu transportieren hat, kann dafür einen Wagen oder ein Elektromobil mieten.

» [Mit dem Velo in die Migros](#)

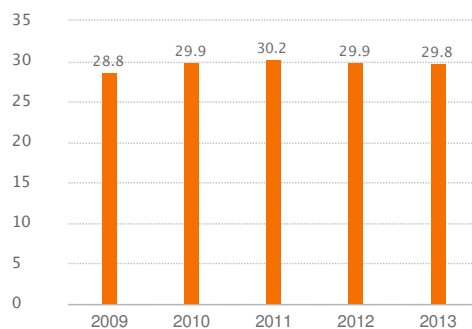
Kennzahlen Transport und Mobilität

Genossenschaftlicher Detailhandel und Industrie

CO₂-Emissionen aus Warentransport LKW (eigene Flotte)
[in 1000 Tonnen CO₂]

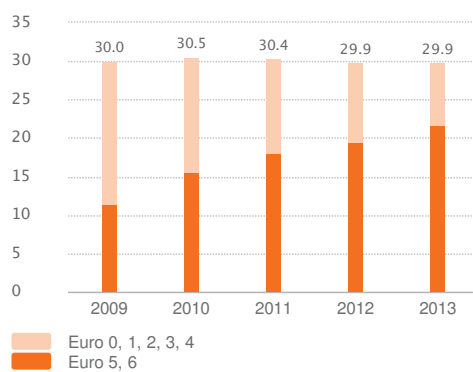


Spezifische CO₂-Emissionen aus Warentransport LKW (eigene Flotte)
[in gCO₂/Tonnenkilometer]¹

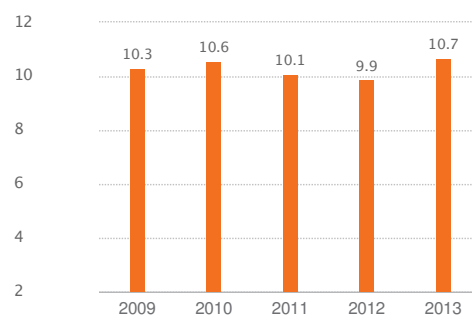


¹ Eigene Fahrzeugflotten der Migros-Genossenschaften und Scana

Kilometerleistung LKW nach Eurokategorie (eigene Flotte)
[in Mio. km]



Kilometerleistung Bahntransporte (Binnenverkehr Migros-Gruppe)
[in Mio. km]



Abfall und Recycling

Weniger Verpackung, besser recyklierbar

Die Migros betreibt die grösste Recycling-Plattform der Schweiz. Als erste Detailhändlerin nimmt sie nun auch alle Plastikflaschen aus dem Haushaltbereich zurück. 2013 hat sie ihr Rücknahmesystem dafür vorbereitet.

Um Rohstoffe und Energie zu sparen, vermeidet die Migros Abfall und schliesst Stoffkreisläufe. Für die anfallenden Abfälle hat sie ein System zur Wiederverwertung entwickelt. Von den jährlich rund 236'000 Tonnen Abfällen – davon 14'000 Tonnen Kundenretouren – werden über 74% recykliert. Das Rücknahmesystem der Migros für Kundenretouren ist das umfangreichste in der Schweiz. Am stärksten fallen dabei die PET-Getränkeflaschen ins Gewicht: 2013 retournierten die Kundinnen und Kunden 9'375 Tonnen Flaschen.

Alle Plastikflaschen willkommen

Als erste Detailhändlerin der Schweiz nimmt die Migros systematisch sämtliche Plastikflaschen aus dem Haushaltsbereich zurück und lässt sie fachgerecht recyklieren. Zusätzlich werden auch CDs und DVDs separat zurückgenommen. Ausgediente Plastikflaschen erhalten ein zweites Leben, zum Beispiel als Kabelrohre. Das Rezyklat der Datenträger wird unter anderem in Motorradhelmen eingesetzt.

Die Migros rüstete 2013 alle Recycling-Rücknahmestellen in den fast 600 Filialen um. Neben einem neuen Design im Stil der Generation-M-Kampagne und baulichen Anpassungen der Sammelvorrichtungen wurden auch die Entsorgungsprozesse angepasst. Das neue Recyclingangebot wurde den Kundinnen und Kunden mit Wettbewerben und Spielen vor Ort sowie Infotexten in der Eigenpresse nähergebracht.

Freiwillig für Kreisläufe

Mit ihrem ausgebauten Rücknahmesystem leistet die Migros einen Beitrag zur Grünen Wirtschaft. Eine einseitige Rücknahmeverpflichtung für Verpackungen beim Detailhandel, wie sie der Bund diskutiert, lehnt sie jedoch ab. Sie setzt auf freiwillige Massnahmen und stellt regelmässig unter Beweis, dass sie auch handelt. So setzen etwa verschiedene Migros-Take-Aways Mehrwegbehälter für Heissgetränke ein. In einigen Take-Aways der Migros Aare hatten Kunden zudem die Möglichkeit, sich ihr Mittagessen in robustes Mehrweggeschirr abfüllen zu lassen. Ausserdem beteiligte sich das Unternehmen 2013 am ersten nationalen Clean-Up-Day. In allen Take-Aways und Restaurants der Migros-Genossenschaft Aare erhielten Kunden, die an diesem Tag ihren Mehrwegbecher mitbrachten, ein kostenloses Heissgetränk.

Lebensmittelabfälle

«Dank dem finanziellen Beitrag der Migros können wir einerseits die laufenden Betriebskosten decken, andererseits unsere Tätigkeit in der ganzen Schweiz ausbauen. Somit trägt die Migros dazu bei, dass wir noch mehr Nahrungsmittel vor der Vernichtung retten und noch mehr armutsbetroffene Menschen unterstützen können.»

Daniela Rondelli
Geschäftsleiterin Schweizer Tafel

Alex Stähli
Geschäftsführer Tischlein deck dich

Die Migros erhebt jährlich detaillierte Daten über ihre Lebensmittelabfälle. Die Zahlen belegen, dass 98.6% der angebotenen Lebensmittel auch als solche verwendet werden. Das heisst, sie werden verkauft oder vor dem Verfall vergünstigt an Mitarbeitende abgegeben. Zudem arbeitet die Migros seit Jahren mit karitativen Organisationen wie «Tischlein deck dich», «Schweizer Tafel» und «Partage» zusammen, um noch einwandfreie Lebensmittel an armutsbetroffene Menschen weiterzugeben.

Das 2013 lancierte Projekt «foodbridge» will erreichen, dass künftig noch mehr Nahrungsmittel Bedürftigen zugutekommen. Die Mitglieder der IG Detailhandel Schweiz, darunter die Migros, verpflichteten sich, «Tischlein deck dich» und «Schweizer Tafel» in den nächsten drei Jahren mit jährlich 680'000 Franken zu unterstützen. 2013 überprüfte das Unternehmen zudem eine Verlängerung der aufgedruckten Haltbarkeitsdaten. Beim Käse-Sortiment wurden bereits erste Korrekturen vorgenommen.

Umfassende Verpackungsstrategie

Sei einigen Jahren arbeitet die Migros daran, ihre Verpackungen ökologisch zu optimieren. 2013 erfasste sie erstmals umfassend die Verpackungsdaten ihrer Eigenindustrie und erarbeitete auf dieser Grundlage eine neue ganzheitliche Strategie über ökologischere Verpackungen. Schrittweise werden zuerst die eigenen Verpackungen, danach auch jene von wichtigen Drittlieferanten optimiert.

Im Berichtsjahr hat sie u.a. eine umweltgerechte Verpackung für ungekühlte Bio-Charcuterie eingeführt, die mit 60% weniger Plastik auskommt. Statt der bisherigen Plastikschele kommt nun ein beschichteter FSC-Karton zum Einsatz. Dem Produktionsbetrieb Bina ist es zudem gelungen, die Verpackung von Fertigsalaten zu reduzieren, indem die Plastikdeckel durch eine Folie ersetzt werden. Je nach Verpackungsgrösse können so bis zu 38% Material eingespart werden. Die Migros versieht ökologisch optimierte Verpackungen neu mit einem Button, der die Verbesserungsleistung ausweist.

Mehr zum Thema Abfall und Recycling

Weniger Kartongebinde

Die Migros reduziert zusätzliche Verpackungen, indem sie beim Transport wiederverwendbare Kunststoffbehälter anstatt Kartonschachteln einsetzt. So zum Beispiel bei den meisten Milch- und Fleischprodukten. Durch die Verwendung von Mehrweggebinden werden jährlich über 90'000 Tonnen Karton eingespart.

» [Weniger Kartongebinde](#)

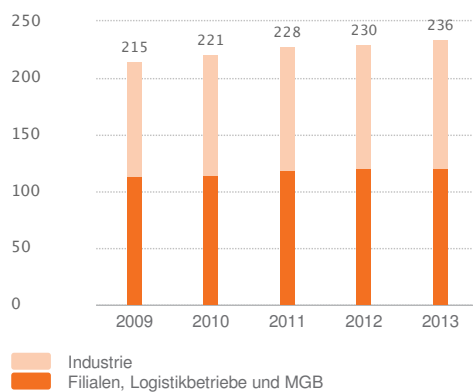
Gegen Lebensmittelabfälle

Der Verein «United Against Waste» ist eine neue Initiative von Schweizer Unternehmen, die sich zum Ziel gesetzt hat, die Lebensmittelabfälle in der Food-Service-Branche bis 2020 zu halbieren. Gründungsmitglied ist der Migros-Industriebetrieb Saviva, der im Bereich Gastronomie-Grosshandel tätig ist.

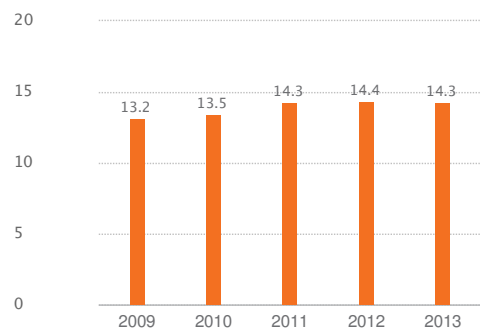
» [Gegen Lebensmittelabfälle](#)

Kennzahlen Abfälle und Recycling

Abfälle, total
[in 1000 Tonnen]



Abfälle, spezifisch
[in Kilogramm/1000 CHF Umsatz] ¹



¹ Ertrag Detailhandel und Industrie Migros (Migros-Genossenschaften exkl. tegut..., MGB, Industrie- und Logistikbetriebe)

Mitarbeitende

Die Migros ist die grösste Arbeitgeberin der Schweiz. Sie übernimmt dabei eine Vorbildfunktion und setzt sich mit Leidenschaft für ein motivierendes und leistungsorientiertes Arbeitsklima ein. Sie beschäftigt über 94'000 Mitarbeitende aus 152 Ländern in zahlreichen Wirtschaftsbereichen.

Kennzahlen Mitarbeitende

Als grösste private Arbeitgeberin der Schweiz ist die Migros in vielerlei Hinsicht ein Spiegel der Gesellschaft. Politische, soziale, wirtschaftliche und demographische Entwicklungen und Herausforderungen werden wirksam, aktiv und zukunftsgerichtet gestaltet. Die Mitarbeitenden sind Träger ihrer wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wertschöpfung.

	Einheiten	2009	2010	2011	2012	2013	Veränderung zu Vorjahr in %
Personalstruktur und -bewegungen							
Vollzeitstellen	FTE	61'734	61'615	63'462	64'002	68'866	7.6
Mitarbeitende	Personen	83'780	83'616	86'393	87'461	94'276	7.8
Anteil Frauen am Gesamtbestand	%	60.9	60.7	61.6	61.9	62.3	0.6
Anteil Frauen bei Vollzeitbeschäftigung	%	n. a.	42.1	42.0	43.8	44.1	0.7
Teilzeitbeschäftigungsquote Männer	%	n. a.	21.5	21.2	21.5	22.1	2.8
Einstellungsquote	%	12.44	10.97	12.60	12.90	13.08	1.4
Fluktuationsquote (netto)	%	5.41	5.52	6.05	5.90	5.74	-2.7
Durchschnittsalter	Jahre	n. a.	39.5	39.6	39.2	39.2	0.0
Anteil ältere Mitarbeitende (> 50 Jahre)	%	n. a.	22.5	23.1	22.9	23.3	1.5
Anteil ausländische Mitarbeitende	%	27.6	27.6	27.5	27.4	27.8	1.5
Mitarbeitende im Ausland	%	2.6	3.2	6.6	7.6	13.6	79.2
Personalaufwand/Wertschöpfung							
Lohnanpassungen real ¹	%	3.55	0.05	1.30	1.25	0.95	-24.0
Lohnsumme	Mio. CHF	3'847	3'843	3'917	3'916	4'117	5.1
Personalkosten	Mio. CHF	4'932	4'935	5'039	5'033	5'293	5.1
Wertschöpfungsanteil	%	71.0	71.6	75.0	74.0	73.6	-0.5
Arbeit & Gesundheit							
Gesundheitsquote	%	95.43	95.48	95.35	95.39	95.29	-0.1
Absenzquote (BU/NBU/Krankheit)	%	n. a.	4.04	4.15	4.10	4.16	1.5
Frauen in Führungspositionen							
Frauenanteil Direktion	%	9.8	12.5	14.6	15.2	15.5	2.0
Frauenanteil Kader	%	24.7	25.3	25.9	26.5	26.7	0.8
Berufsbildung							
Anzahl Lernende	Anzahl	3'264	3'328	3'386	3'358	3'495	4.1
Lernendenquote	%	5.5	5.6	5.7	6.0	6.1	1.7
Erfolgsquote	%	97.5	98.3	97.2	97.4	96.3	-1.1
Weiterbeschäftigungsquote	%	65.2	60.2	62.1	62.1	63.7	2.6
Sozialpartnerschaft							
Mitgliederbestand Personalkommissionen	Anzahl	n. a.	439	462	359	362	0.8
Frauenanteil in Personalkommissionen	%	n. a.	41.46	49.57	39.28	37.58	-4.3
Gesamtarbeitsverträge							
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Migros-L-GAV	%	65.2	64.2	63.2	61.7	61.1	-1.0
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter GAV Globus	%	4.9	5.0	5.0	5.1	4.9	-3.9
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter GAV Travel	%	–	–	1.6	1.6	1.5	-6.3

¹ Basis: Teuerung per Dezember Berichtsjahr

Personalwesen

Als grösste private Arbeitgeberin der Schweiz ist die Migros in vielerlei Hinsicht ein Spiegel der heutigen Gesellschaft. Politische, soziale, wirtschaftliche und demografische Entwicklungen und Herausforderungen werden in der Migros aktiv und zukunftsgerichtet angegangen.

Personalbestand und -bewegungen

Die Migros-Gruppe als Ganzes bietet eine aussergewöhnliche Vielfalt an Aufgaben in unterschiedlichen Funktionen und Berufen an. Im Berichtsjahr konnte die Migros-Gruppe ihren Personalbestand insgesamt um 7.8% auf 94'276 Mitarbeitende erhöhen.

Die Erhöhung ist hauptsächlich auf die Konsolidierung des Handelsunternehmens tegut... zurückzuführen sowie auf den Ausbau in einzelnen Unternehmen der Migros-Gruppe. Nur punktuell sind rückläufige Personalzahlen in anderen Unternehmen zu verzeichnen.

Im Mehrjahresvergleich ergibt sich für die Periode 2008 bis 2013 trotz teilweise unerfreulichem konjunkturellem Umfeld ein konsolidiertes Beschäftigungswachstum von über 12%.

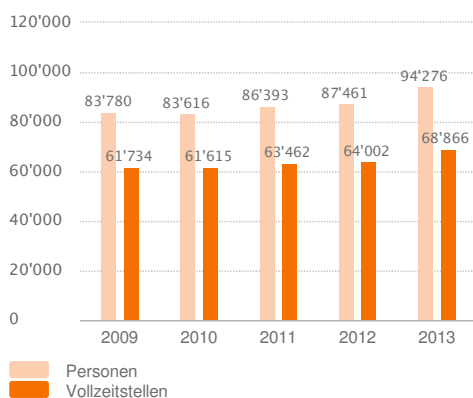
Die Netto-Fluktuationsrate (freiwillige Austritte von Mitarbeitenden) von 5.74% ist gegenüber dem Vorjahr leicht gesunken.

Innerhalb der Migros-Gruppe kommt dem Genossenschaftlichen Detailhandel, in dem im Jahr 2013 knapp 70% der Mitarbeitenden tätig waren, eine identitätsprägende Stellung zu. In der Schweiz sind rund 318'500 Beschäftigte im Detailhandel tätig, davon arbeiten annähernd 20% im Detailhandel der Migros. Gemessen an der Anzahl der Beschäftigten kommt auch den anderen Geschäftsbereichen eine erhebliche volkswirtschaftliche Bedeutung zu. So beschäftigt die Migros-Industrie ein Viertel der Arbeitnehmenden in der Schweizer Nahrungsmittelindustrie. Im Strategischen Geschäftsfeld Reisen sind rund 10% aller Mitarbeitenden der Schweizer Reisebranche tätig.

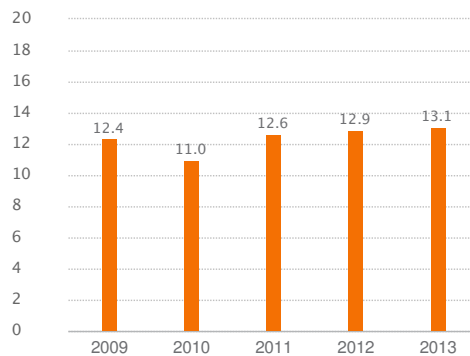
Kennzahlen Personalbestand und -bewegungen

Personalwesen Migros-Gruppe

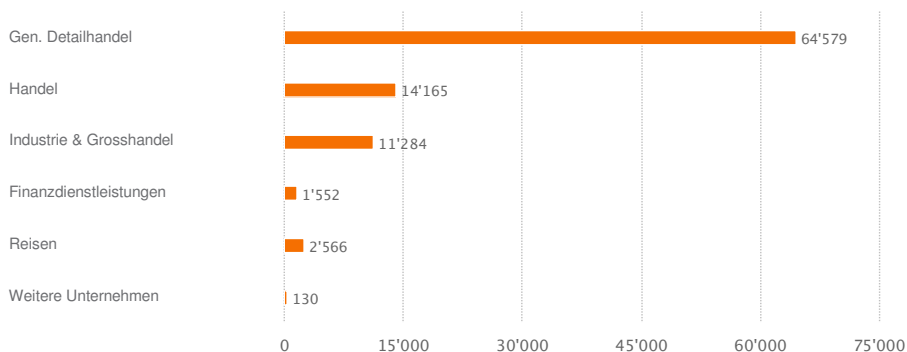
Personalbestand Migros-Gruppe



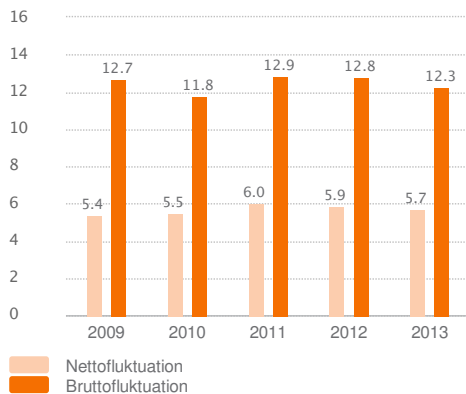
Einstellungsquote [in %]



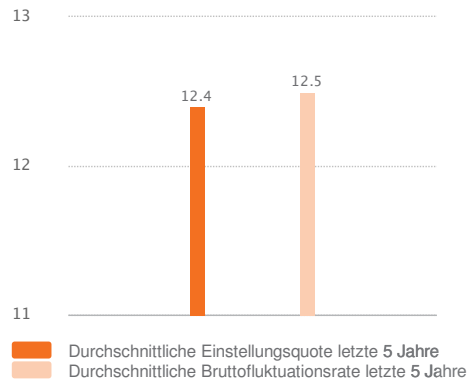
Personalbestand nach Strategischen Geschäftsfeldern



Fluktuationsquote



Einstellungs- und Fluktuationsquote im Vergleich [in %]



Personalstruktur

Folgende Hauptcharakteristika kennzeichnen die Migros-Mitarbeitenden: Sie sind mehrheitlich weiblich und bleiben lange im Unternehmen, sie ergeben eine ausgewogene Altersstruktur und sind ein gutes Beispiel für eine erfolgreich gelebte Diversität.

Geschlechterstruktur

«Die Migros ist weiblich» – dieser Satz ist weiterhin gültig: 2013 waren in der Migros-Gruppe 58'699 Frauen und 35'577 Männer beschäftigt, der Frauenanteil betrug rund 62%. In der Schweizer Wirtschaft ist dieser Wert im Durchschnitt bedeutend tiefer (46%). In den drei Strategischen Geschäftsfeldern Genossenschaftlicher Detailhandel, Handel und Reisen, in denen knapp 85% aller Mitarbeitenden der Migros-Gruppe tätig sind, ist der Frauenanteil noch höher; er liegt zwischen 65% und 76%. Ohne die weibliche Erwerbstätigkeit wäre der Erfolg des Unternehmens kaum vorstellbar. Dies ist mit ein Grund, weshalb die Migros die Vereinbarkeit von Beruf und Familie mit einem breiten Spektrum an familienpolitischen Massnahmen und Leistungen fördert.

Beschäftigungsstruktur

Die Migros setzt zu Gunsten ihrer Mitarbeitenden in der Beschäftigungsstruktur immer wieder wichtige Akzente auf dem Schweizer Arbeitsmarkt. Innovative Arbeitszeitmodelle sind ein wesentlicher Bestandteil der Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Beschäftigungsgrad

Das Verhältnis zwischen Voll- und Teilzeitbeschäftigung ist in der Migros-Gruppe seit längerem stabil: 53% arbeiten Vollzeit, 47% Teilzeit. Im Vergleich zum Schweizer Arbeitsmarkt mit 34% Teilzeitbeschäftigten ist diese Teilzeitbeschäftigungsrate überdurchschnittlich hoch.

Voll- und Teilzeitbeschäftigung nach Geschlecht

Im Vergleich zur Schweiz (30%) ist der Frauenanteil der Vollzeitbeschäftigten in der Migros-Gruppe mit 44% sehr hoch. Auch bei der Teilzeitarbeit übertrifft die Migros-Gruppe mit einem Frauenanteil von 82% den Wert des Schweizerischen Arbeitsmarktes von 78%.

Teilzeitbeschäftigungsquote

Rund 62% der in den Migros-Unternehmen beschäftigten Frauen arbeiten Teilzeit, bei den Männern beträgt die Teilzeitbeschäftigungsquote im Berichtsjahr über alle Altersgruppen hinweg 22%. Im Vergleich zum Schweizer Arbeitsmarkt ist die Teilzeitbeschäftigungsquote der Männer damit um knapp die Hälfte höher.

Altersstruktur

Die Zusammenarbeit zwischen Mitarbeitenden unterschiedlicher Generationen ist in der Migros ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur. So unterstreicht auch die Altersstruktur die Wirksamkeit der familienpolitischen Massnahmen des Unternehmens und die Bedeutung eines altersgerechten Personalmanagements.

Verteilung nach Altersgruppen

Die Entwicklung 2013 zeigt, dass in der Migros eine ausgewogene Altersstruktur über alle berufstätigen Altersgruppen von den Lernenden bis ins Pensionierungsalter besteht. Das durchschnittliche Lebensalter der Mitarbeitenden beträgt 39.2 Jahre.

Verteilung nach Geschlecht

Der Anteil von männlichen und weiblichen Mitarbeitenden pro Altersgruppe ist insgesamt ausgeglichen. Betrachtet man hingegen die Altersverteilung innerhalb der Frauen- beziehungsweise der Männergruppe, ist der Anteil der 15- bis 40-Jährigen bei den Frauen grösser als bei den Männern. Dies zeigt, dass Frauen bei einer gezielten Förderung Beruf und Familie gut miteinander vereinbaren können.

Dienstjahre

Dauer der Betriebszugehörigkeit nach Geschlecht

Die Mitarbeitenden bleiben der Migros treu: Rund 58% der Männer und 54% der Frauen arbeiten seit mehr als fünf Jahren im Unternehmen, wobei Männer mit durchschnittlich 10.8 Jahren etwas länger verweilen als Frauen (9.2 Jahre). Mit diesen Werten liegt die Migros über dem Schweizer Durchschnitt. Dieser liegt bei 54% der Mitarbeitenden mit einer Beschäftigungsdauer von fünf Jahren und länger.

Anteil Frauen und Männer nach Dienstjahren

Der überdurchschnittlich hohe Frauenanteil in der Belegschaft über die Anzahl Dienstjahre hinweg illustriert, dass in der Migros Frauen ihre Erwerbstätigkeit nicht unterbrechen müssen, wenn sie Kinder bekommen. In der Migros angestellte Frauen besitzen daher oft nicht weniger, sondern mehr Berufserfahrung. Diese Faktoren führen nicht zuletzt zu mehr Gleichstellung im Erwerbsleben und verhindern erwerbsbiografische Lohndifferenzen.

Nationalitäten und Nationen

Die Migros ist ein Schweizer Unternehmen. Dies gilt auch in Bezug auf die kulturelle Diversität. Ein typisch schweizerischer Erfolgsfaktor ist die gelebte Integration einer grossen Vielfalt von Mitarbeitenden mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen.

Anteil ausländische Mitarbeitende

Im Berichtsjahr beschäftigte die Migros 72.2% Schweizer und 27.8% ausländische Staatsangehörige. Die Verteilung der Staatsangehörigkeiten ist seit Jahren stabil geblieben. Mehr als ein Drittel der ausländischen Mitarbeitenden wurde in der Schweiz geboren und gehört der zweiten oder dritten Generation an. 2013 waren Menschen aus 152 Nationen in der Migros tätig. Diese Art von «diversity» erachtet die Migros als eine Chance, sie pflegt deshalb bewusst die Vielfalt an Kulturen im Unternehmen durch ein tolerantes und diskriminierungsfreies Betriebsklima.

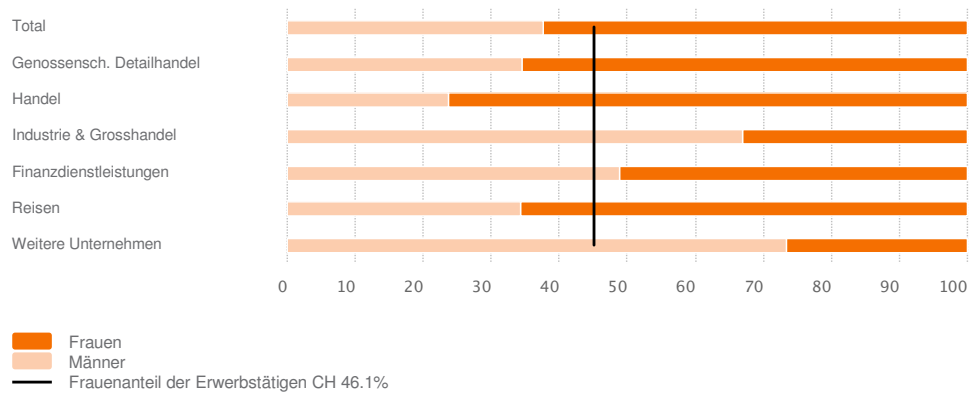
Mitarbeitende Schweiz und Ausland

Die Migros versteht sich als Teil der Schweizer Gesellschaft und stellt ihre Ressourcen in den Dienst der Steigerung der volkswirtschaftlichen Wertschöpfung des Landes. Über 86% der Mitarbeitenden in der Migros-Gruppe sind in der Schweiz tätig.

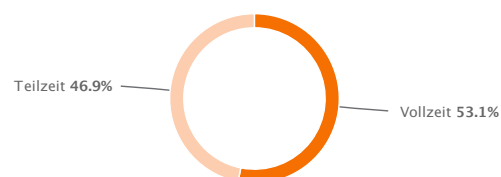
Kennzahlen Personalstruktur

Personalwesen Migros-Gruppe

Mitarbeitende nach Geschlecht

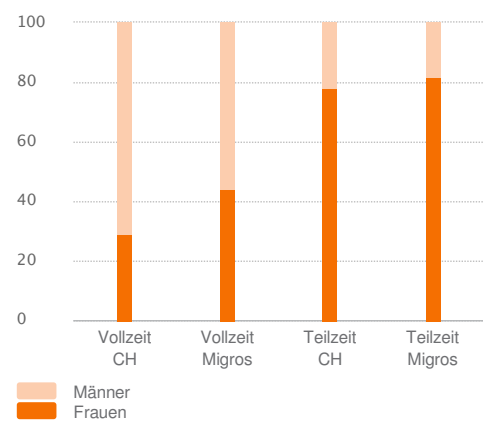


Beschäftigungsgrad



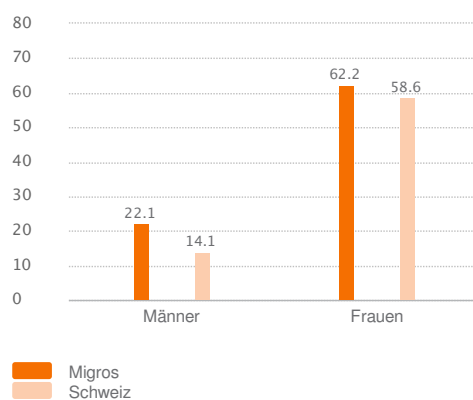
Voll- und Teilzeitbeschäftigung nach Geschlecht (Migros/Schweiz)

[in %]

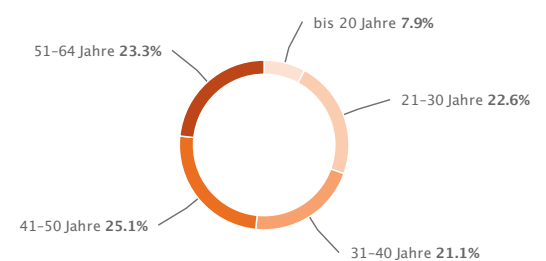


Teilzeitbeschäftigungsquote

[in %]



Verteilung nach Altersgruppen

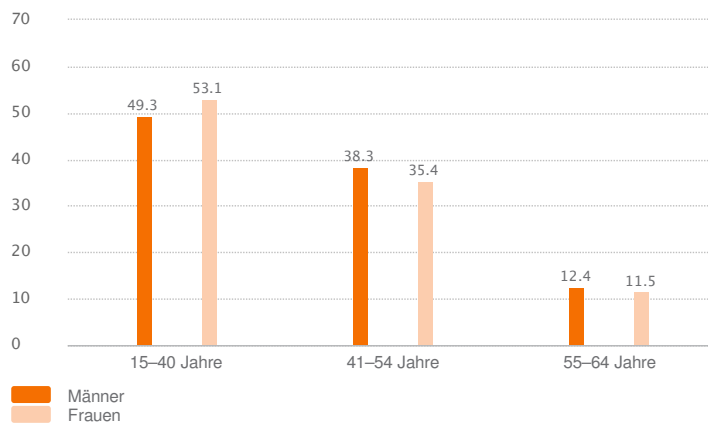


Kennzahlen Personalstruktur

Personalwesen Migros-Gruppe

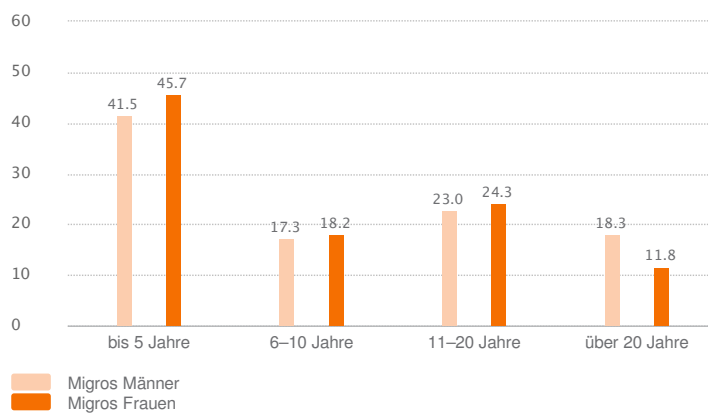
Verteilung nach Geschlecht

[in %]



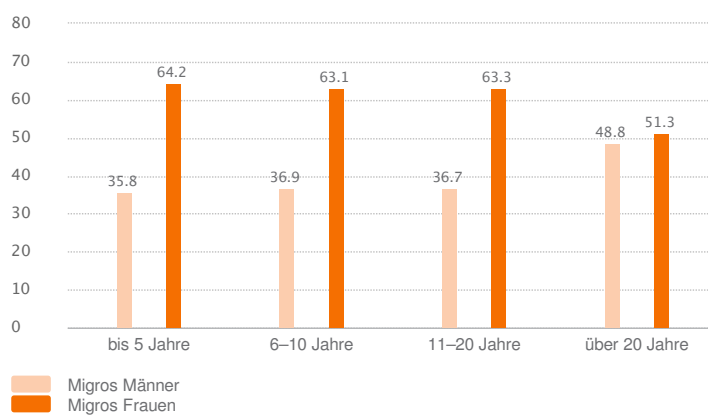
Dauer der Betriebszugehörigkeit nach Geschlecht

[in %]



Anteil Frauen und Männer nach Dienstjahren

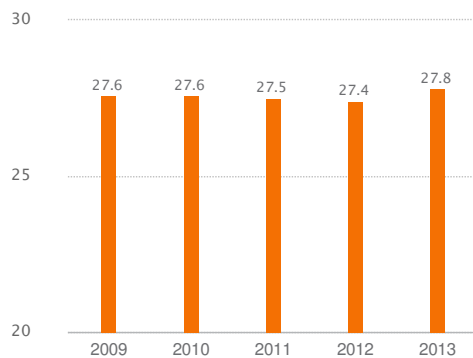
[in %]



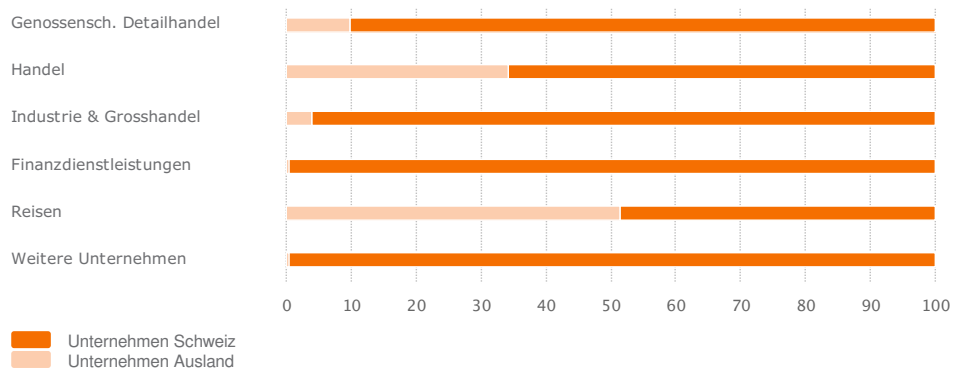
Kennzahlen Personalstruktur

Personalwesen Migros-Gruppe

Anteil ausländische Mitarbeitende [in %]



Mitarbeitende Unternehmen Schweiz/Ausland [in %]



Personalaufwand und Wertschöpfung

Die Migros als Arbeitgeberin: attraktive Anstellungsbedingungen, gerechter Lohn mit überdurchschnittlicher Lohnentwicklung und grosszügige Vorsorgeleistungen.

Personalkosten

Auf den 1. Januar 2013 stiegen die Reallöhne in der Migros um durchschnittlich 0.95%. Da zwischen 2004 und 2013 die Löhne in der Schweizer Privatwirtschaft nominell um 12.1% und real um 6.3% gestiegen sind, hat die Migros die Nominallöhne um 15.85% und die Reallöhne um 10.15% angehoben.

Die Mitarbeitenden haben einen wichtigen Anteil am Beitrag, den die Migros zur volkswirtschaftlichen Wertschöpfung in der Schweiz leistet. Daher sind sie auch wesentlich am gesellschaftlichen Mehrwert der Wertschöpfung der Migros beteiligt. Im Jahr 2013 hat die Migros rund 74% der Netto-Wertschöpfung zugunsten ihrer Mitarbeitenden aufgewendet.

Lohngleichheit

Das Mitarbeiter-Führungs-Entwicklungs-Entlohnungssystem (M-FEE) der Migros setzt den Grundsatz «Gleicher Lohn für gleichwertige Funktionen, Leistungen und Erfahrungen» konsequent in die Praxis um. Das Instrument ist geschlechtsneutral konzipiert. Der Grundsatz steht damit nicht nur für die Lohngleichheit zwischen Frau und Mann, sondern hat in der Migros allgemeine Gültigkeit.

Er gewährleistet bei Löhnen und Lohnanpassungen die Funktions-, Leistungs- und Verteilungsgerechtigkeit als Basis einer transparenten, verständlichen und gerechten Lohnpolitik.

Personalvorsorge

Die Migros-Pensionskasse (MPK) führt die berufliche Vorsorge für die Versicherten von 45 angeschlossenen Unternehmen der Migros-Gruppe im Leistungsprimat durch. Betreut werden rund 56'000 aktive Versicherte und 27'000 Rentenbezüger.

Die MPK 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. Der Arbeitgeberbeitrag beträgt für über 25-jährige 17%, der Arbeitnehmerbeitrag 8.5% des versicherten Lohnes. Die Migros übernimmt mithin zwei Drittel der Beiträge zu ihren Lasten und liegt damit weit über dem Schweizer Durchschnitt.

Die MPK bietet den Versicherten attraktive Einkaufsmöglichkeiten zur Verbesserung der Vorsorgeleistungen und diverse Wahlmöglichkeiten bei der Pensionierung (vorzeitige Pensionierung ab Alter 58, Teilpensionierungsvarianten, im Einvernehmen mit dem Arbeitgeber kann die Pensionierung auch über Alter 64 hinaus aufgeschoben werden, und frei wählbare Kapitalbezugsmöglichkeiten anstelle einer Rente).

Dank einem erfolgreichen Anlagejahr mit einer Gesamtperformance von 8.4% und einem Deckungsgrad von 116.9% befindet sich die MPK in einer guten finanziellen Situation.

Zusätzliche Leistungen

Die Migros unterstreicht ihre Position als attraktive Arbeitgeberin im Schweizer Detailhandel mit attraktiven zusätzlichen Leistungen für die Mitarbeitenden.

Das Unternehmen gewährt allen Müttern einen Mutterschaftsurlaub von 16 Wochen bei vollem Lohn und übertrifft damit die gesetzlichen Vorschriften. Auch Väter können während des ersten Lebensjahres ihrer Kinder bis zu vier Wochen Vaterschaftsurlaub beziehen. Davon werden zwei Wochen von der Migros bezahlt, für weitere zwei Wochen kann ein unbezahlter Urlaub beansprucht werden.

Beim Tod eines Familienangehörigen finanziert die Migros eine spezielle Todesfallversicherung, aus der den hinterbliebenen Familienangehörigen von Mitarbeitenden eine Kapitalauszahlung von bis zu drei Jahreslöhnen erbracht wird. Davon profitieren Konkubinatspaare ebenso wie auch gleichgeschlechtliche Paare.

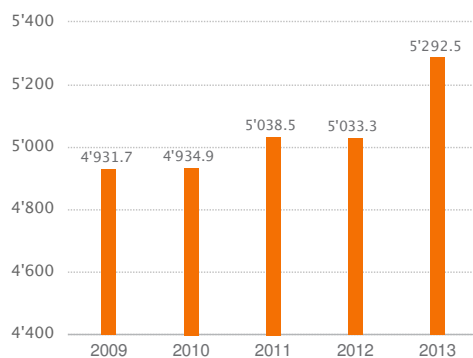
Die Migros beteiligt ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Erfolg. In den ersten vier Anstellungsjahren erhalten sie jährlich CHF 1'000 auf ihr M-Partizipationskonto gutgeschrieben, das zu Vorzugskonditionen verzinst wird. Diese Guthaben der Mitarbeitenden beliefen sich 2013 auf über CHF 200 Mio.

Die Unternehmen der Migros-Gruppe gewähren ihren Mitarbeitenden zudem zahlreiche Rabatte und Vergünstigungen auf eine Vielzahl Produkte und Dienstleistungen.

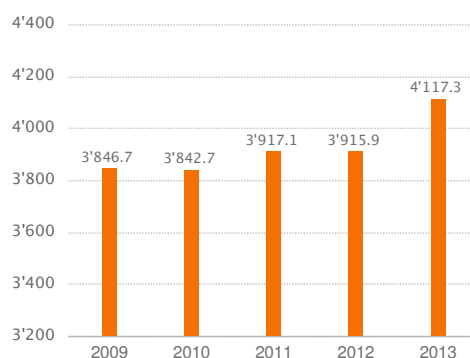
Kennzahlen Personalaufwand und Wertschöpfung

Personalwesen Migros-Gruppe

Personalkostenentwicklung
[in Mio. CHF]



Lohnsummenentwicklung
[in Mio. CHF]

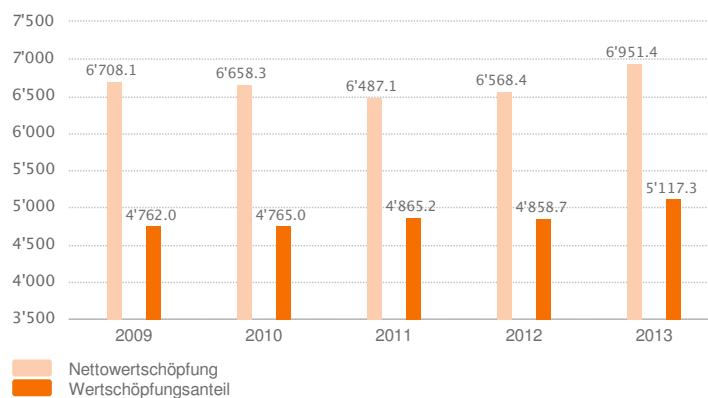


Kennzahlen Personalaufwand und Wertschöpfung

Personalwesen Migros-Gruppe

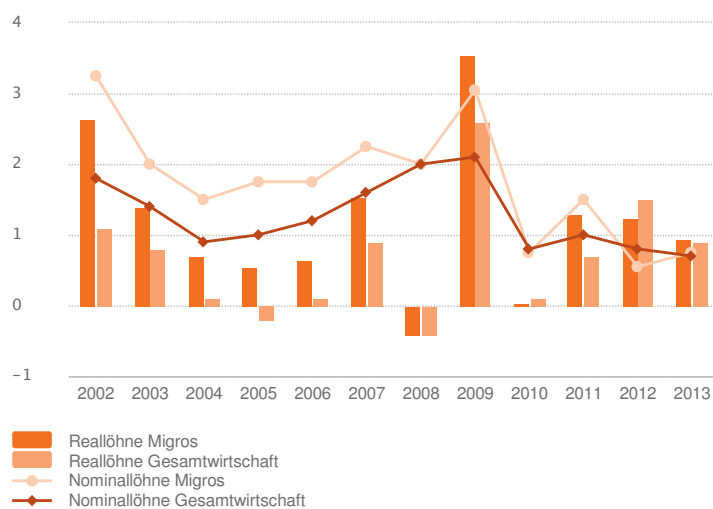
Wertschöpfungsanteil

[in Mio. CHF]



Lohnanpassungen

[in %]



Frau, Familie und Beruf

Die Stellung der Frauen im Arbeits- und Wirtschaftsleben spielt eine wichtige Rolle sowohl für den Wohlstand und Fortschritt der Gesellschaft als auch für die Entwicklung von Unternehmen. Aus diesem Grund setzt sich die Migros mit einer zukunftsgerichteten Familienpolitik für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ein und unterstützt darin ihre Mitarbeitenden vorbildlich.

Frauenanteil in Führungspositionen

Der Anteil der Frauen in Führungspositionen erhöhte sich 2013 weiter, er beträgt auf Direktionsstufe 15.5% und auf Kaderstufe 26.7%. Der positive Trend der letzten Jahre innerhalb der Migros-Gruppe setzt sich fort.

Familienfreundliche Arbeitszeitmodelle

Familienfreundliche Arbeitszeitmodelle setzen Rahmenbedingungen voraus, die die Vereinbarkeit von Beruf und Familie unterstützen. Deshalb engagiert sich die Migros dafür, dass in der Schweizer Gesetzgebung die familiären Bedürfnisse der Mitarbeitenden berücksichtigt werden.

Seit 1. August 2010 ist eine Regelung im Arbeitsgesetz in Kraft, die neben der Wechselschicht auch ein Arbeitszeitsystem mit reiner Nachtarbeit und reiner Tagesarbeit ohne ständigen Wechsel zwischen beiden zulässt. Dies trägt dem Umstand Rechnung, dass es vielen Mitarbeitenden – und insbesondere Frauen – aus familiären oder sozialen Gründen oft nicht zumutbar ist, in einem Wechselschichtsystem zu arbeiten. Die Migros hat sich mit Nachdruck für diese Regelung eingesetzt, die Bedürfnisse von Mitarbeitenden mit Kindern ernst nimmt und zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie beiträgt.

Unterstützungsmöglichkeiten und Sozialberatung

Die Migros bietet ihren Mitarbeitenden ein breites Angebot an Dienstleistungen zur Unterstützung in unterschiedlichen Lebenssituationen.

Die betriebliche Sozial- und Familienberatung der Migros offeriert kostenlos eine vertrauliche Beratung und unterstützt die Mitarbeitenden bei beruflichen und persönlichen Fragen in Bereichen wie Arbeit, Gesundheit, Privatleben, Finanzen oder Recht. Sie hilft, Lösungswege zu entwickeln, begleitet deren Umsetzung, gibt Auskünfte oder vermittelt an interne und externe Fachstellen und Experten.

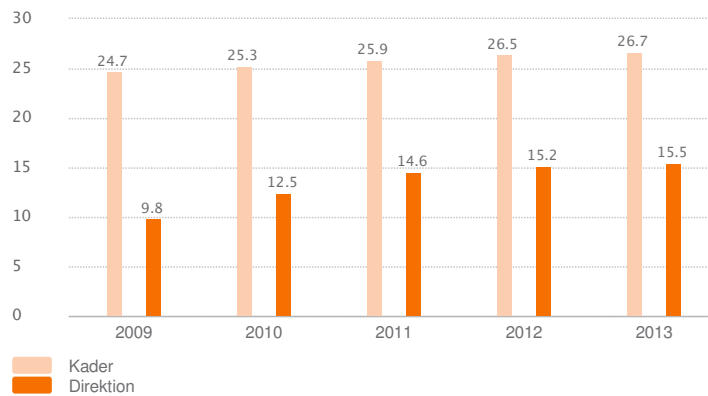
Insbesondere bei Themen wie der Wiedereingliederung von Langzeitabwesenden oder psychischen Erkrankungen fördert die Migros aktiv die Zusammenarbeit aller Fachpersonen zur umfassenden Unterstützung der Mitarbeitenden.

Weitere Informationen und Personalzahlen zum Thema Frauen: siehe Personalstruktur Seite 44.

Kennzahlen Frauenanteil in Führungspositionen

Personalwesen Migros-Gruppe

Frauenanteil in Führungspositionen
[in %]



Gesundheit und Arbeitssicherheit

«Gesunde Mitarbeitende = gesundes Unternehmen» – dieser Ansatz verlangt eine umfassende, systematische Gesundheitspolitik, die über den gesetzlichen Rahmen und die Standards zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz hinausgeht. Dazu gehören sowohl Aktivitäten zum Erhalt und zur Förderung der Arbeitsfähigkeit als auch Massnahmen zur Vermeidung von Arbeitsunfähigkeit und für den erleichterten Wiedereinstieg an den Arbeitsplatz.

Betriebliches Gesundheitsmanagement

In den Unternehmen der Migros-Gruppe werden Aktivitäten zur Förderung der Arbeitsfähigkeit, zur Vermeidung von Arbeitsunfähigkeit und für den erleichterten Wiedereinstieg im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) systematisch gesteuert und optimiert.

Spezialisten aus verschiedenen Bereichen tragen zum Gelingen der BGM-Aktivitäten bei. Um das Potenzial des interdisziplinären Austausches zu nutzen und das gemeinsame Engagement zu stärken, fand im Herbst 2013 eine unternehmensübergreifende Tagung aller Spezialisten des BGM statt.

Friendly Work Space®

Bereits zwölf Unternehmen der Migros-Gruppe erhielten von der Gesundheitsförderung Schweiz das Qualitätssiegel Friendly Work Space® für vorbildliches Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM). Das Label wird an Unternehmen verliehen, die sich nach den Kriterien für BGM umfassend und systematisch für die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden einsetzen. Die ausgezeichneten Unternehmen repräsentieren die gesamte Wertschöpfungskette der Migros. Sechs stehen für das Geschäftsfeld Genossenschaftlicher Detailhandel (davon zwei in der Romandie), zwei für die Industrie und vier für die übrigen Geschäftsfelder; ein Unternehmen hat 2013 das Label neu erworben und zwei weitere wurden erfolgreich rezertifiziert.

Die Zertifizierungen sind ein Beleg für die positiven Entwicklungen im BGM der Migros-Gruppe und unterstützen dessen weitere Verankerung im Unternehmen. Die Gesamtbilanz zeigt: Ein systematisches Betriebliches Gesundheitsmanagement hat in der gesamten Migros-Gruppe seinen festen Platz – und es wird kontinuierlich weiterentwickelt.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Die Migros nimmt ihre gesetzliche Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden im Rahmen einer Betriebsgruppenlösung für die Migros-Unternehmen wahr. Diese gewährleistet eine systematische und umfassende Umsetzung der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes. Unternehmensübergreifend werden Stärken und Handlungspotenziale aufgedeckt und gemeinsame Lösungen erarbeitet. Die einzelnen Unternehmen werden laufend über aktuelle Aspekte zu Sicherheit und Gesundheit informiert und erhalten Unterstützung durch Spezialisten sowie themenspezifische Arbeits- und Kommunikationsmittel.

Prävention und Gesundheitsförderung

Zur Erhaltung und Förderung der Arbeitsfähigkeit wird in den Unternehmen der Migros-Gruppe gezielt Prävention und Gesundheitsförderung betrieben. Das Gesundheitspotenzial der Mitarbeitenden wird durch gesundheitsfördernde Arbeitsbedingungen erhalten beziehungsweise verbessert und durch die Vermittlung von gesundheitsförderlichen Massnahmen gestärkt.

So fanden 2013 zahlreiche Aktivitäten zu den Themen Ergonomie und psychische Gesundheit statt. Im Fokus stand die Umsetzung von überbetrieblich erarbeiteten Instrumenten in Unternehmen der Migros-Gruppe, um die psychische Gesundheit gezielt zu erhalten und zu fördern.

Absenzen- und Case-Management

Ein wesentlicher Aspekt der sozialen Verantwortung der Migros-Unternehmen liegt in der Unterstützung und Reintegration von kranken oder verunfallten Mitarbeitenden. Dabei werden frühzeitig begleitende Gespräche mit den Betroffenen geführt und Reintegrationsprozesse aktiv gefördert. Die Massnahmen werden rasch und den Bedürfnissen der Mitarbeitenden entsprechend eingeleitet. Um die notwendigen Ressourcen für eine optimale Unterstützung zu mobilisieren, arbeiten die involvierten Stellen eng zusammen.

Auf dieser Basis konnte die Zusammenarbeit mit der Invalidenversicherung (IV) dank einer zentralen IV-Stelle in der Romandie weiter verbessert werden.

Arbeitszeiten, Absenzen und Unfälle

Gesundheit, Arbeitsplatzqualität, Arbeitszufriedenheit und Produktivität gehören unmittelbar zusammen: Gesunde, motivierte und leistungsfähige Mitarbeitende erbringen die grösste Wertschöpfung. In der Migros gehen Arbeit und Gesundheit Hand in Hand, wobei dem systematischen und nachhaltigen Betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM) eine zentrale Bedeutung zukommt.

Das BGM ist in der Migros als strategisches Element in die Managementsysteme integriert und Bestandteil einer verantwortungsvollen Unternehmensführung. Dies zeigen die Zahlen für 2013: Der Anteil der tatsächlich geleisteten gegenüber den bezahlten Arbeitsstunden ging mit einem Wert von 80.84% nur minim zurück (Seite 56). Die Gesundheitsquote lag mit 95.29% leicht unter Vorjahreswert (Seite 56). Die Gesundheitsquote ist der Umkehrwert des Verhältnisses der gesundheitlich bedingten Absenzen zur Sollarbeitszeit.

Die Absenzquote infolge Krankheit und Unfall liegt bei 4.16% und hat sich gegenüber dem Vorjahr leicht verschlechtert. Sie liegt leicht über dem Schweizer Durchschnitt, wobei die wöchentliche Absenzzdauer pro Personaleinheit im Schweizer Durchschnitt liegt (Seite 57). Die Zunahme ist hauptsächlich auf den Anstieg der Absenzquote aufgrund von Krankheit um 0.07% auf 3.45% zurückzuführen (Seite 58). Die Nichtberufsunfall-Quote (NBU-Quote) sank minim und liegt bei 0.45%, während die Berufsunfall-Quote (BU-Quote inkl. Berufskrankheits-Quote; BK-Quote) gegenüber dem Vorjahr von 0.24% auf 0.26% leicht anstieg (Seite 58). Die praktisch stabilen Quoten zeigen die nachhaltige Wirkung der zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz getätigten Massnahmen.

Die von Mitte 2008 bis 2013 ausgewerteten Unfallzahlen lassen beim Fallrisiko für Betriebsunfälle in den Industriebetrieben einen Trend zu geringerem Risiko erkennen. Für die Migros-Genossenschaften und die Tochterunternehmen zeigen sich keine relevanten Änderungen. Allerdings ist der Trend für das Fallrisiko bei Nichtbetriebsunfällen für alle Unternehmen der Gruppe leicht steigend. Das Fallrisiko entspricht der Anzahl Unfälle pro 1'000 Personaleinheiten.

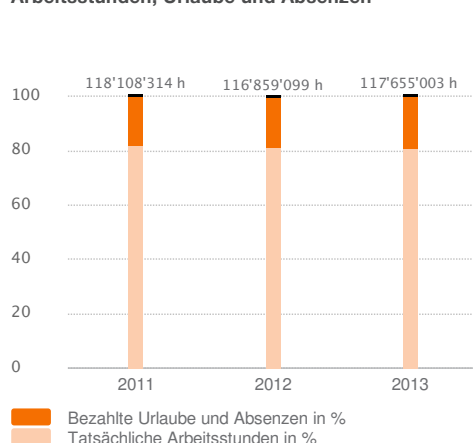
Aufgrund der Entwicklung 2013 und entsprechend dem Unternehmensleitbild unternimmt die Migros eine Vielzahl von Aktivitäten, um gesundheitsförderliche Arbeitsbedingungen zu bieten. Erkrankte Mitarbeitende werden begleitet und Wiedereingliederungen nach langer Abwesenheit sorgfältig gestaltet. Andere Aktivitäten wirken direkt auf die Verhältnisse und das Verhalten der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz ein und sensibilisieren diese für ein sicherheitsgerechtes Verhalten auch in der Freizeit.

Eine Unterstützung bei der Wiedereingliederung wird auch IV-Rentnerinnen und -Rentnern geboten. 2013 beschäftigte die Migros rund 720 Mitarbeitende, die eine IV-Rente beziehen; dies entspricht 0.9% der Migros-Belegschaft in der Schweiz. Im Genossenschaftlichen Detailhandel liegt diese Quote bei rund 1.1%, es gilt jedoch die Einschränkung, dass dem Arbeitgeber nicht jeder Rentenbezug bekannt ist.

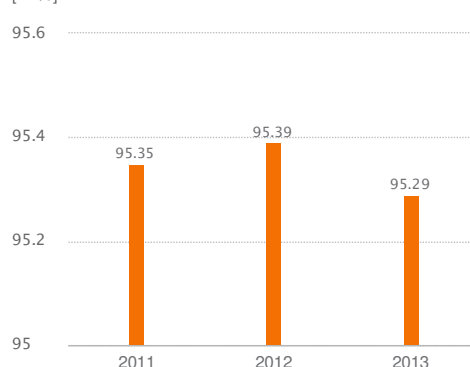
Kennzahlen Arbeitszeiten, Absenzen und Unfälle

Gesundheit und Arbeitssicherheit

Arbeitsstunden, Urlaube und Absenzen



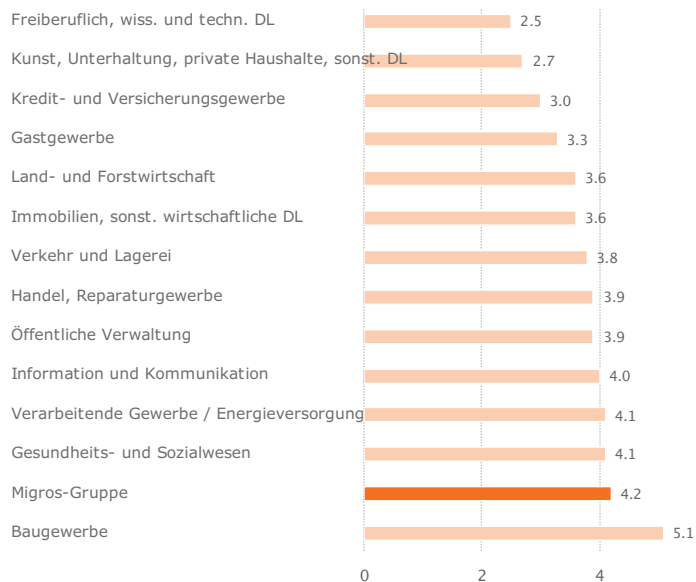
Gesundheitsquote [in %]



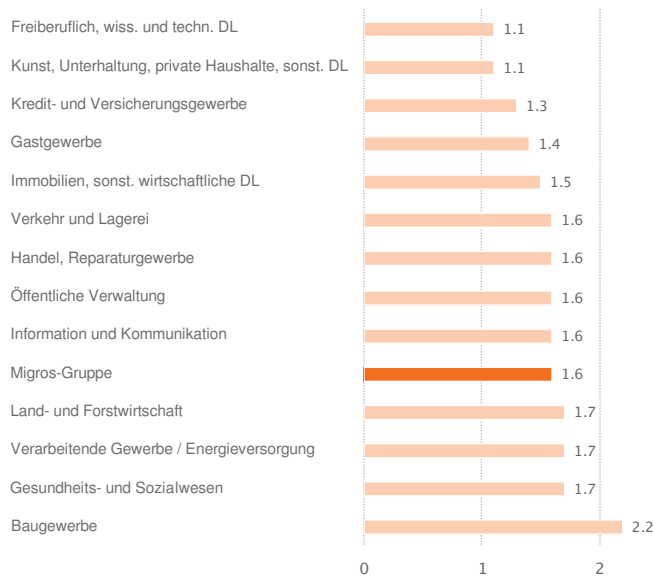
Kennzahlen Arbeitszeiten, Absenzen und Unfälle

Gesundheit und Arbeitssicherheit

Absenzenquote [in %]



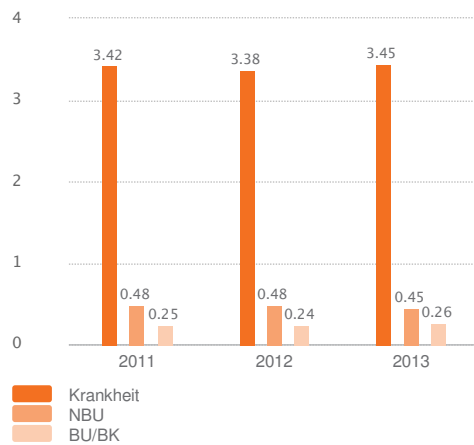
Wöchentliche Dauer der Absenzen pro Arbeitsstelle [in %]



Kennzahlen Arbeitszeiten, Absenzen und Unfälle

Gesundheit und Arbeitssicherheit

Absenzenquote Krankheit, Berufs- und Nichtberufsunfall
[in %]



Sozialpartnerschaft und GAV

Sozialpartnerschaft ist in der Migros eine Haltung, die sich auf die Repräsentativität und Professionalität von Hunderten von gewählten Personalvertreterinnen und -vertretern abstützt. Diese engagieren sich in den Verwaltungsräten, den Personalkommissionen der Migros-Unternehmen und in der Landeskommission der Migros-Gruppe für die Anliegen des Personals. Die im Rahmen dieser Sozialpartnerschaft abgeschlossenen Gesamtarbeitsverträge sind somit immer auch die Gesamtarbeitsverträge der Migros-Mitarbeitenden.

Meilensteine

Der Landesgesamtarbeitsvertrag (L-GAV) der Migros hat seit Jahren eine Vorbild- und Schrittmacherfunktion. Seit dem 1.1.2011 gilt der L-GAV von 2011–2014, der trotz schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen den Migros-Mitarbeitenden für weitere vier Jahre eine Garantie für solide, überdurchschnittlich gute Arbeitsbedingungen gibt.

Der zum gleichen Datum eingeführte GAV Travel 2011–2014 ist einer der wenigen Gesamtarbeitsverträge in der Reise- und Tourismusbranche und setzt dort einen hohen Standard für die Arbeitsbedingungen.

Vom 1. Januar 2012 bis Ende 2015 gilt der GAV der Globus-Gruppe. Er ist noch immer schweizweit einer der ganz wenigen Gesamtarbeitsverträge des Detailhandels inkl. der Warenhäuser.

Der L-GAV der Migros setzt weiterhin Massstäbe

Der Migros-Landesgesamtarbeitsvertrag (L-GAV) steht seit 1983 für fortschrittliche, vorbildliche und verantwortungsvolle Arbeitsbedingungen und zählt heute zu den besten und grössten Gesamtarbeitsverträgen in der Schweiz. Über 50'000 Mitarbeitende in rund 40 Unternehmen profitieren von den Vorzügen dieses Gesamtarbeitsvertrages; seine Standards, Leistungen und Errungenschaften setzen landesweit Massstäbe in 29 Branchen und Märkten. Damit dies so bleibt, wurde der Migros-L-GAV in den vergangenen Jahren ständig ausgebaut und an neue Bedürfnisse angepasst. So übertrifft zum Beispiel die Lohnentwicklung in der Migros seit Jahren jene der Gesamtwirtschaft.

GAV Travel für alle Hotelplan-Mitarbeitenden

Am 1. Januar 2011 trat mit dem GAV Travel der erste Gesamtarbeitsvertrag in der Schweizer Reisebranche in Kraft. Er wurde von Hotelplan Suisse, Hotelplan Management und Interhome mit dem Angestelltenverband Travel bis Ende 2014 abgeschlossen. Die Tochtergesellschaften BTA First Travel und Travelwindow wenden diese GAV-Bedingungen sinngemäss an. Damit haben alle Unternehmen der Hotelplan-Gruppe in der Schweiz zum ersten Mal einheitliche Arbeitsbedingungen. Eine umfassende Mitwirkungsordnung verschafft den Mitarbeitenden über die betrieblichen Personaldelegationen weitreichende Möglichkeiten zur Mitgestaltung der Arbeitsbedingungen.

GAV für Globus, Herren Globus, Interio und Office World

Mit der Erneuerung des Gesamtarbeitsvertrags auf den 1. Januar 2012 wurde den Mitarbeitenden von Globus, Herren Globus, Interio und Office World für weitere vier Jahre fortschrittliche Arbeitsbedingungen garantiert. Dieser GAV setzt Akzente in Familienpolitik und Weiterbildung, im Betrieblichen Gesundheitsmanagement und in der Sozialpartnerschaft sowie beim Schutz von Whistleblowern und bei der ausserschulischen Jugendarbeit.

Mit dem 2011 gegründeten Angestelltenverband ghio wurden die Mitwirkungsmöglichkeiten der Mitarbeitenden gestärkt und ausgebaut – ghio ist der Sozialpartner bei den Verhandlungen für den Gesamtarbeitsvertrag, insbesondere bezüglich der Lohnpolitik. Der GAV der Globus-Gruppe bleibt der einzige exklusive Gesamtarbeitsvertrag in der Warenhausbranche, im Bekleidungsfach- und im Bürobedarfshandel sowie in der Möbel- und Inneneinrichtungsbranche.

Partizipation

2013 bestanden die 48 Personalkommissionen beziehungsweise Personaldelegationen aus rund 360 Mitgliedern. Etwa 140 Frauen und 220 Männer erfüllten als demokratisch gewählte Vertreter der Mitarbeitenden eine Schlüsselrolle mit weitreichenden Mitwirkungsrechten auf Unternehmensebene.

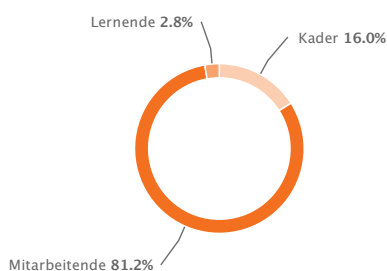
Als betriebliche Sozialpartner der Unternehmen und der regionalen Genossenschaften haben sie in allen Geschäftsfeldern an rund 1300 Betriebsstandorten die sozialen und wirtschaftlichen Interessen der Mitarbeitenden wahrgenommen.

Die Personalkommissionen sind demokratisch legitimiert und repräsentativ. Ihre Kandidaturen wurden von über 5'000 Kolleginnen und Kollegen unterstützt, bei der Wahl gingen mehrere Zehntausend Stimmen ein. Die Personalkommissionen repräsentieren zudem auch die Kaderangehörigen unterhalb der Direktionsebene, die ihre Kompetenzen entsprechend in die Gremien einbringen können. Mit einem Anteil von 81.2% Mitarbeitenden, 2.8% Lernenden und 16% Kaderangehörigen besteht in der Migros eine ausgewogene und umfassende Repräsentation in den Personalkommissionen.

Kennzahlen Partizipation

Sozialpartnerschaft und Gesamtarbeitsverträge

Funktionale Stellung der Mitglieder der Personalkommissionen



GAV-Unterstellung

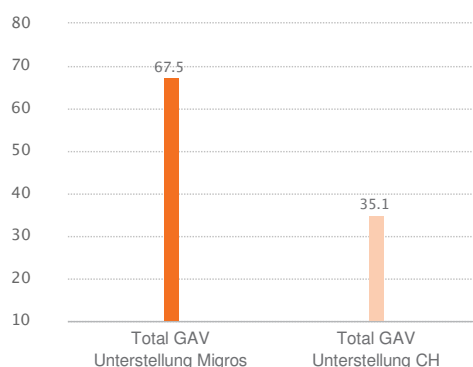
Die Anzahl der Mitarbeitenden, die einem Gesamtarbeitsvertrag unterstellt sind, ist in den Migros-Unternehmen mit rund 70% fast doppelt so hoch wie im Durchschnitt der Schweizer Arbeitswelt.

2013 waren rund 70% aller Migros-Mitarbeitenden entweder dem Migros-Landes-Gesamtarbeitsvertrag oder dem Gesamtarbeitsvertrag für die Magazine zum Globus AG, Interio und Office World AG unterstellt – oder dem Gesamtarbeitsvertrag Travel, dem jüngsten GAV in der Migros-Gruppe (gültig seit 1.1.2011). Die GAV-Unterstellung ist damit annähernd doppelt so hoch wie im Durchschnitt der Schweizer Arbeitswelt, wo rund 40% der Beschäftigten von einem GAV profitieren.

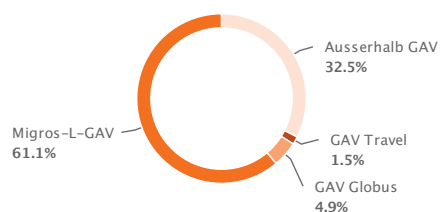
Kennzahlen GAV-Unterstellung

Sozialpartnerschaft und Gesamtarbeitsverträge

GAV-Unterstellung im Vergleich Migros/Schweiz
[in %]



GAV-Unterstellung in der Migros-Gruppe



Berufsbildung und Personalentwicklung

Die Migros-Gruppe als grösste private Arbeitgeberin der Schweiz bekennt sich zum dualen Bildungssystem. Mit der Ausbildung von Lernenden investiert sie gezielt in die Jugend und bietet jungen Menschen eine Zukunftsperspektive. Weitere wichtige Pfeiler der Personal- und Führungsentwicklung sind berufliche Weiterbildung und lebenslanges Lernen. 2013 investierte die Migros-Gruppe rund CHF 40 Mio. in die Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden.

Lernende in der Migros

Lernende werden in der Migros professionell begleitet, ausgebildet und individuell gefördert. Optimale Rahmenbedingungen und eine umfassende, praxisnahe Ausbildung bereiten sie auf eine Zukunft als selbstständige und kompetente Berufsleute vor.

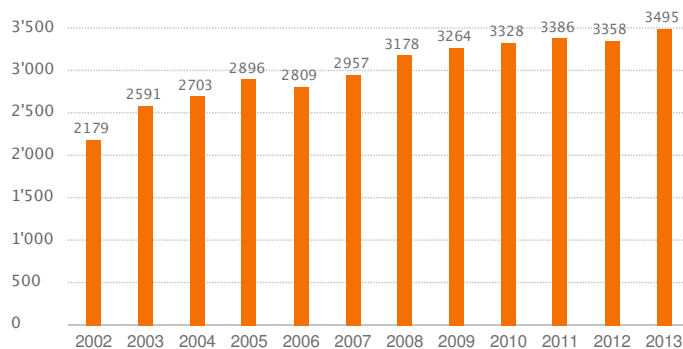
Dank der starken Positionierung der Migros als bedeutendste Bildungsanbieterin der Schweiz ist das Versprechen des Nachhaltigkeitsprogramms Generation M 2013 trotz eines anspruchsvollen Lehrstellenmarkts auf Kurs. Die Migros bietet 3'495 jungen Berufsleuten eine Lehrstelle an.

Jungen Berufsleuten bietet die Migros mit über 40 verschiedenen Berufen in 34 Unternehmen aus den Bereichen Detailhandel, Industrie, Logistik und Dienstleistungen eine grosse Vielfalt. Rund 85% der Grundbildungen werden mit einem eidgenössischen Fähigkeitszeugnis abgeschlossen, davon 4% mit einer eidgenössischen Berufsmatura und rund 15% mit einem eidgenössischen Berufsattest. Seit vielen Jahren zeichnet sich die Migros bei den Qualifikationsverfahren mit einer Erfolgsquote von über 96% aus; die durchschnittliche Weiterbeschäftigungsquote der Ausgebildeten in der Migros-Gruppe beträgt 64%.

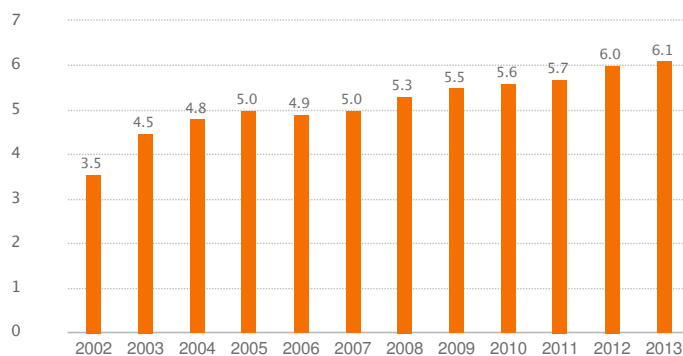
Kennzahlen Lernende in der Migros

Berufsbildung und Personalentwicklung

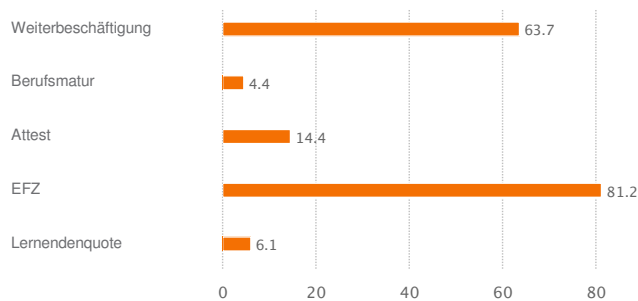
Lernende in der Migros – Entwicklung und Bestand



Lernendenquote [in %]



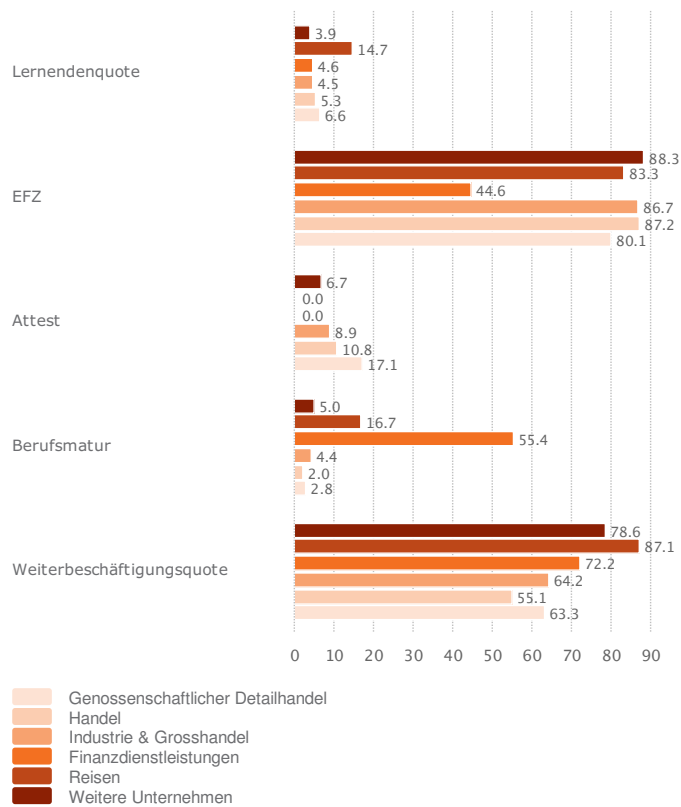
Berufsbildung Migros-Gruppe [in %]



Kennzahlen Lernende in der Migros

Berufsbildung und Personalentwicklung

Berufsbildung nach Strategischen Geschäftsfeldern [in %]



Berufsbildungsmarketing und Qualitätsmanagement

Die Berufsbildung der Migros-Gruppe wirbt mit dem Label «New Talents – 3'300 Lehrstellen mit Zukunft». Mit vielfältigen Aktivitäten präsentiert sie sich in sozialen Medien und in Printmedien, auf Internet-Plattformen und an Bildungsmessen.

Für Schülerinnen und Schüler sowie Eltern werden zudem Informationsveranstaltungen durchgeführt. Auf der Website der Berufsbildung sind Informationen zu über 40 verschiedenen Berufen und 34 Unternehmen sowie zu den jeweiligen Kontaktpersonen zu finden. Zudem geben Berufsvideos Einblick in den Alltag der Lernenden in ihrem Arbeits- und Ausbildungsumfeld. Die Berufsbildung der Migros-Gruppe betreibt ausserdem eine Facebook-Fanseite mit Posts rund um die Berufsbildung.

Gemäss Artikel 8 des Berufsbildungsgesetzes (BBG) sind Unternehmen, die Lernende ausbilden, dazu verpflichtet, das Qualitätsmanagement in die Berufsbildung zu integrieren. Die Migros-Gruppe evaluiert alle zwei Jahre die Qualität ihrer Prozesse in der Berufsbildung. Damit stellt sie einerseits die Umsetzung der gesetzlichen Vorgaben sowie der unternehmensinternen Kriterien sicher, andererseits werden dabei Optimierungspotenziale sichtbar gemacht.

Personal- und Führungsentwicklung

Die Migros unterstützt aktiv das lebenslange Lernen ihrer Mitarbeitenden und ermöglicht ihnen, ihre Kompetenzen in fachlicher und sozialer Hinsicht kontinuierlich zu erweitern. Neben betrieblichen Lehr- und Lernchancen sowie beruflichen Aufstiegsmöglichkeiten bietet die Migros ein differenziertes Aus- und Weiterbildungsangebot.

Laufbahn-Förderung

Motivierte, kompetente Mitarbeitende sind die beste Visitenkarte eines Unternehmens und Grundlage für den Erfolg. Die Migros fördert daher die Kompetenzen ihrer Mitarbeitenden zielgerichtet und wirksam. Den Mitarbeitenden steht auf allen Stufen von der Grundausbildung bis zur Direktionsstufe ein laufbahnorientiertes Aus- und Weiterbildungsangebot offen. Dieses setzt sich zusammen aus unternehmensinternen und externen Entwicklungsmassnahmen, die von der Fachausbildung über die Vermittlung von Management-Methoden bis hin zur persönlichen Entwicklung als kompetente Führungsperson reichen.

Die berufliche Weiterbildung in der Migros erfolgt kompetenzorientiert und deckt den Entwicklungsbedarf hinsichtlich Fach-, Führungs- und Persönlichkeitskompetenzen stufengerecht ab. Sie stellt die erforderlichen Schlüsselqualifikationen der Mitarbeitenden ins Zentrum und gewährleistet, dass sie sowohl den persönlichen als auch den betrieblichen Bedürfnissen gerecht wird. Bei den periodischen M-FEE-Gesprächen («Mitarbeitende führen, entwickeln, entlohnen») werden die Aus- und Weiterbildungsmassnahmen gemeinsam mit dem direkten Vorgesetzten individuell vereinbart.

Unterstützung der Arbeitsmarktfähigkeit

Eine systematische Personalentwicklung, die bezahlte berufliche Weiterbildung sowie die Unterstützung der persönlichen Weiterbildung trägt dem personalpolitischen Ziel Rechnung, die Arbeitsmarktfähigkeit der Mitarbeitenden zu steigern. Hierzu werden gezielte Massnahmen getroffen, um vorhandene Kompetenzen zu erweitern und zu vertiefen. Die Migros fördert u.a. den Erwerb zertifizierter beziehungsweise eidgenössisch anerkannter Bildungsabschlüsse und nutzt, komplementär zu den Kursen der Klubschule Migros, auch das Angebot von externen Anbietern. Auf höherer Kaderebene wird die Weiterbildung der Führungs- und Nachwuchsführungskräfte an renommierten Business-Schools und Hochschulen aktiv unterstützt.

Berufliche Weiterbildung

Die Mitarbeitenden der Migros haben im Hinblick auf die bestmögliche Erfüllung ihrer betrieblichen Funktion und die Entwicklung der dafür notwendigen Kompetenzen ein Recht auf bezahlte berufliche Weiterbildung. Das Unternehmen entrichtet während der Weiterbildung den vollen Lohn und übernimmt von Fall zu Fall auch deren Kosten.

Im Jahr 2013 nutzten die Mitarbeitenden die Möglichkeiten der Weiterbildung intensiv: Insgesamt wurden 673'750 bezahlte Aus- und Weiterbildungsstunden absolviert. Davon entfallen 571'900 Stunden auf Basis-Mitarbeitende und 101'850 Stunden auf Kadermitarbeitende der Migros-Gruppe. Ergänzend wurden rund 40'000 Stunden für E-Learning-Programme genutzt.

Die Migros-Unternehmen investierten 2013 rund CHF 40 Mio. in die Weiterbildung der Mitarbeitenden (Lohnzahlungen und weitere Absenkkosten nicht eingerechnet)

Ausbildungsstunden 2013 während der Arbeitszeit*

	Summe der Stunden 2013	Stunden pro Person
Mitarbeitende	571'900	7.5
Kadermitarbeiter	101'850	19.4
Total	673'750	8.3

*Ausbildung mittels E-Learning nicht eingerechnet

Private Weiterbildung

Die Migros unterstützt Mitarbeitende, die sich in der Freizeit für ihr berufliches Fortkommen einsetzen, und beteiligt sich an den Kosten für Lehrgänge und Kurse in der Klubschule Migros – der schweizweit grössten und führenden Anbieterin in der Erwachsenenbildung.

MIGROS-GENOSSENSCHAFTS-BUND
Limmatstrasse 152
Postfach
8031 Zürich

www.migros.ch/m13