

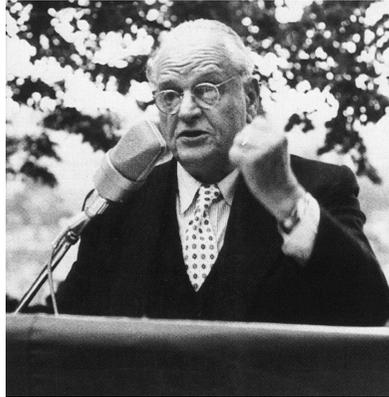


**MIGROS**

GENERATION **M**

Integrales Nachhaltigkeitskonzept der Migros  
und wie es die BINA praktisch umsetzt

# Migros-Kultur mit starken Werten



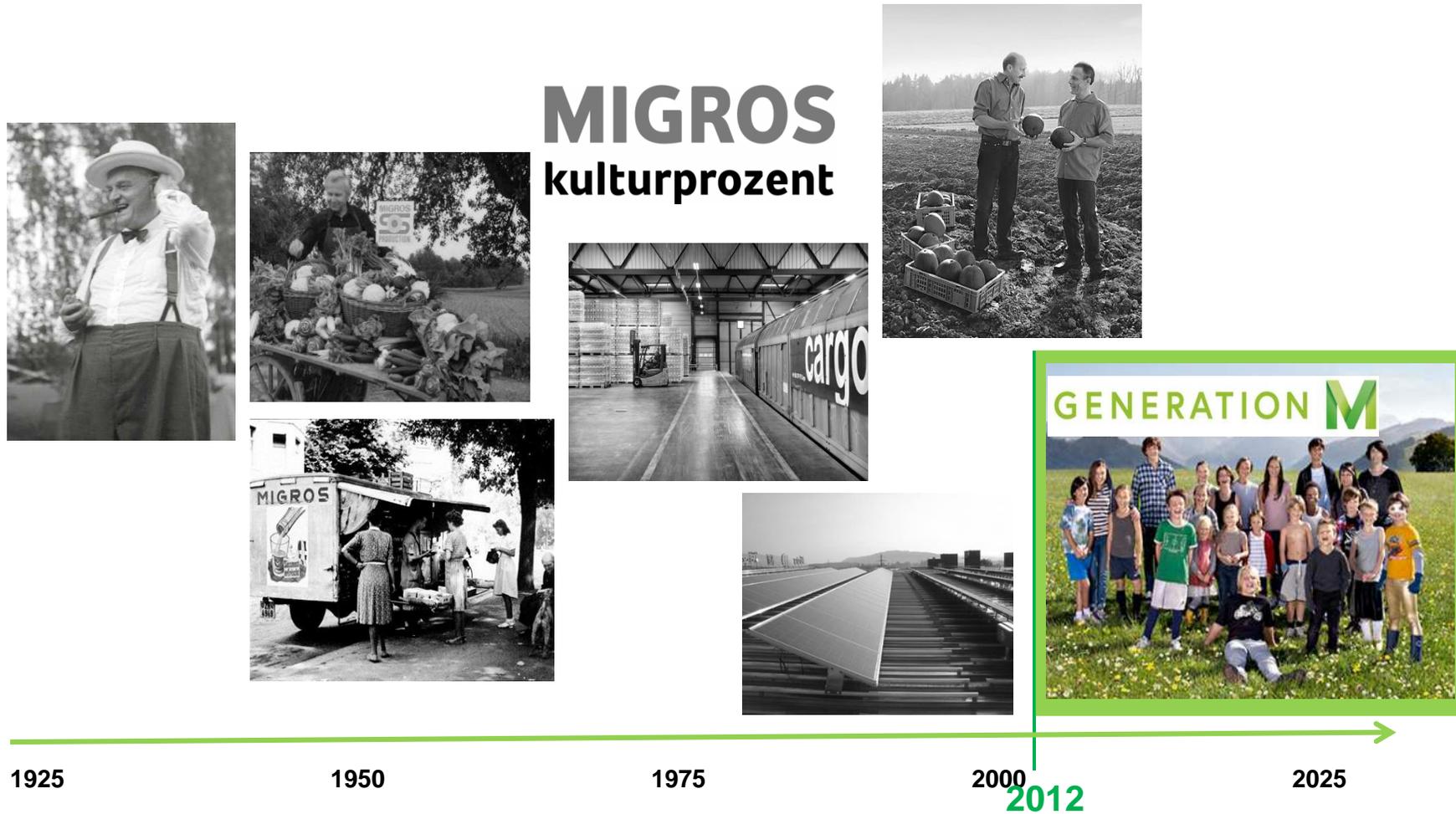
**„Es setzt sich die Erkenntnis durch, dass je grösser eine Unternehmung ist, desto grösser ihre Verpflichtung ist, sich über geschäftliche Aspekte hinaus hinsichtlich der Lösung von Problemen der Menschheit zu engagieren.“**

Migros Gründer Gottlieb Duttweiler, zitiert in „Wir Brückenbauer“, 31. Juli 1959

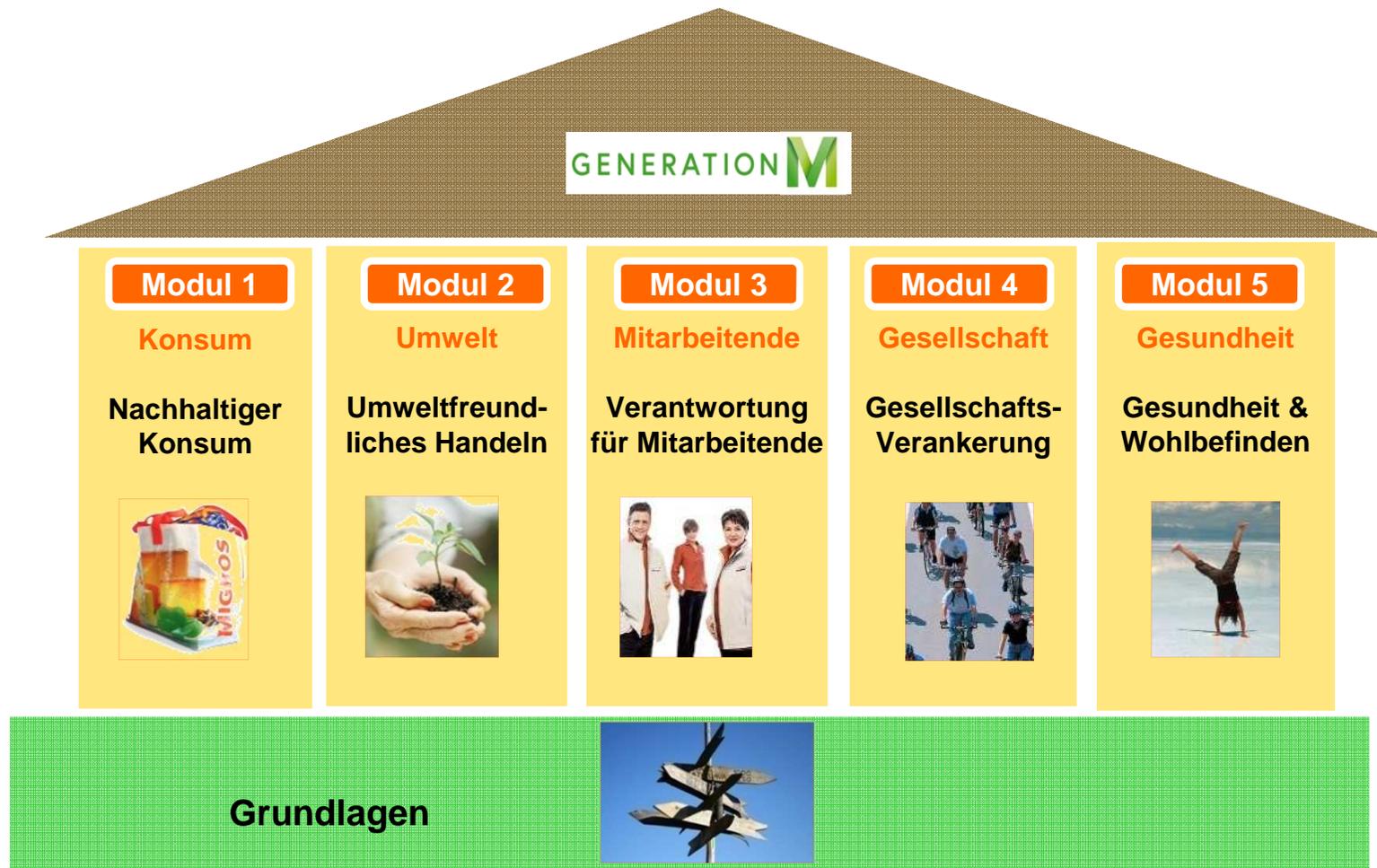
# Unsere Verantwortung als Unternehmen



# Die Migros ist und bleibt Pionierin



# Der Genossenschaftliche Detailhandel Unser Kerngeschäft



# GENERATION M



Mit verbindlichen Versprechen zu Gesundheit, Konsum, Mitarbeitende, Umwelt und Gesellschaft engagieren wir uns für die Generation von morgen.

Erfahren Sie mehr auf [generation-m.ch](http://generation-m.ch)

**MIGROS**

Ein **M** besser.

# Cockpit der Versprechen

Konsum	Umwelt	Mitarbeitende	Gesellschaft	Gesundheit
<p>Wir bieten ein breites Sortiment an nachhaltigen Produkten an.</p>	<p>Wir verpflichten uns langfristig, die Umwelt zu schützen.</p>	<p>Wir setzen uns für berufliche Perspektiven und vorbildliche Arbeitsplätze ein.</p>	<p>Wir handeln sozial und vorbildlich gegenüber der Gesellschaft.</p>	<p>Wir ermöglichen einen gesunden und ausgewogenen Lebensstil.</p>
<p><b>Natürliche Ressourcen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grössere Bio-Getreide-Flächen</li> <li>Unterstützung von 300 Bio-Bauern</li> <li>Artenreichere Lebensräume durch TerraSuisse</li> <li>100% nachhaltiges Fischsortiment</li> <li>Palmöl aus nachhaltiger Produktion</li> <li>Nachhaltige Papier- und Holzprodukte</li> <li>Alle Milette-Windeln FSC-zertifiziert</li> <li>Textilien aus nachhaltiger Baumwolle</li> <li>Produktion von Textilien nach Eco-Standard</li> <li>Grösseres Angebot an Naturkosmetika</li> <li>Reduktion der Verpackungen</li> <li>Verzicht auf Torferde</li> </ul> <p><b>Klima und Energie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Veröffentlichung CO<sub>2</sub>-Fussabdruck von 850 Produkten</li> <li>Energieeffiziente Elektrogeräte</li> </ul> <p><b>Soziales und Fairness</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Erweiterung des Max-Havelaar-Sortiments</li> <li>Nachhaltiger Kakao in allen Frey-Schokoladen</li> <li>Teesorten aus nachhaltigem Anbau</li> </ul>	<p><b>Ressourcen und Klima</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Reduktion der Treibhausgas-Emissionen</li> <li>Minimierung unseres Stromverbrauchs</li> <li>Förderung der erneuerbaren Energien</li> <li>Maximaler Gütertransport auf der Schiene</li> <li>Geschäftsfahrten mit ÖV oder Mobility</li> <li>Schweizer Meisterin bei Minergie-Flächen</li> </ul> <p><b>Recycling</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nationales Recyclingsystem für CDs</li> <li>Grösste Sammlung von PET-Flaschen</li> <li>Recycling von allen Plastikflaschen</li> <li>Geringere Kartonmengen im Warentransport</li> <li>Recycling von all unseren Kleiderbügeln</li> </ul> <p><b>Nachhaltiges Bauen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nachhaltige Migros-Filialen bauen</li> </ul>	<p><b>Gesundheit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Betriebliches Gesundheitsmanagement</li> </ul> <p><b>Lehrstellen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Über 3000 Lehrstellen</li> </ul> <p><b>Berufliche Perspektiven</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Perspektive für junge Berufleute</li> </ul> <p><b>Sensibilisierung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Schulungen für bewussten Energieverbrauch</li> <li>Unterstützung der Bike-to-Work-Initiative</li> <li>1000 Teilnehmende an WWF-Natureinsätzen</li> </ul>	<p><b>Bewegungs- und Freizeiterlebnisse</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kultur-, Sport- und Umwelt-erlebnisse für Kinder</li> <li>Kinder den Schwingsport ermöglichen</li> <li>Schulen für Bewegung begeistern</li> <li>650 000 m<sup>2</sup> Grünfläche für Spass und Erholung</li> </ul> <p><b>Kulturelle und soziale Aktivitäten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Open Airs für 2,9 Mio. Besucher</li> </ul> <p><b>Bildung für alle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sprachkurse für Zuwanderer</li> <li>Bildung für berufliches Weiterkommen ermöglichen</li> <li>Jugendliche für die Umwelt sensibilisieren</li> <li>Eine Milliarde Franken in Freizeit, Bildung und Kultur investieren</li> </ul>	<p><b>Ernährung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Minimierung des Salzgehalts</li> <li>Reduktion des Zuckergehalts in Joghurts</li> <li>Gesündere Take-away-Nahrungsmittel</li> <li>Deklaration des Sortiments für Vegetarier und Veganer</li> </ul> <p><b>Bewegung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Förderung von Laufveranstaltungen</li> </ul>

Stand der Erhebungen: 31. Dezember 2012

Ziel erfüllt 
 Auf Kurs 
 Nicht auf Kurs 
 Ziel verfehlt 
 Prüfung erstmalig 2013



## Auszeichnung 2013

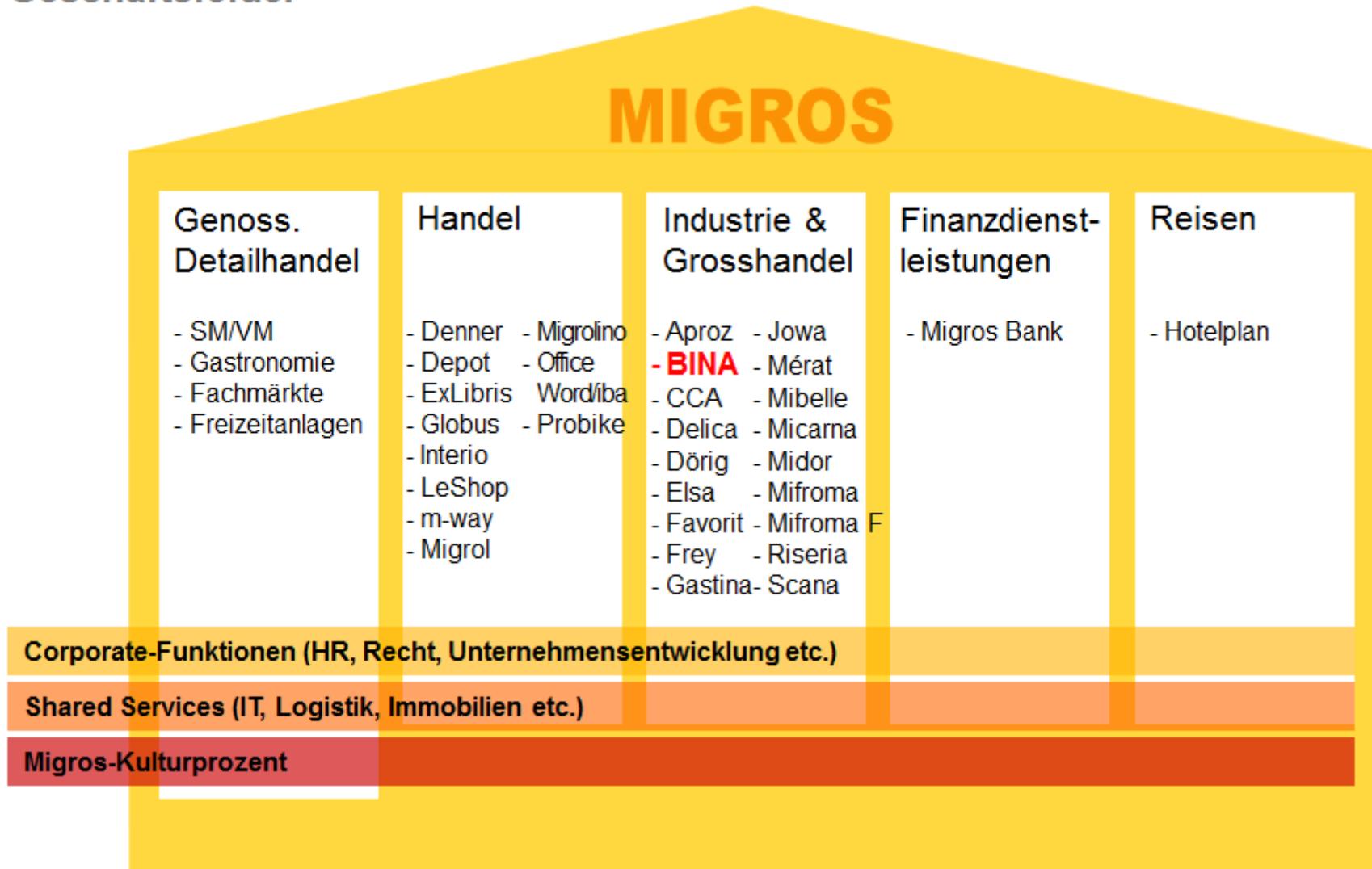


10.10.2013 - Am World Retail Congress 2013 in Paris sind diese Woche die besten Leistungen im Detailhandel weltweit prämiert worden. **Die Migros gewinnt mit Generation M in der Kategorie „CSR Initiative of the year“ (Nachhaltigkeitsinitiative des Jahres).** Sie erhält den begehrten Preis bereits zum zweiten Mal nach 2009. Damals hiess die gleiche Auszeichnung noch „Responsible Retailer of the Year“.



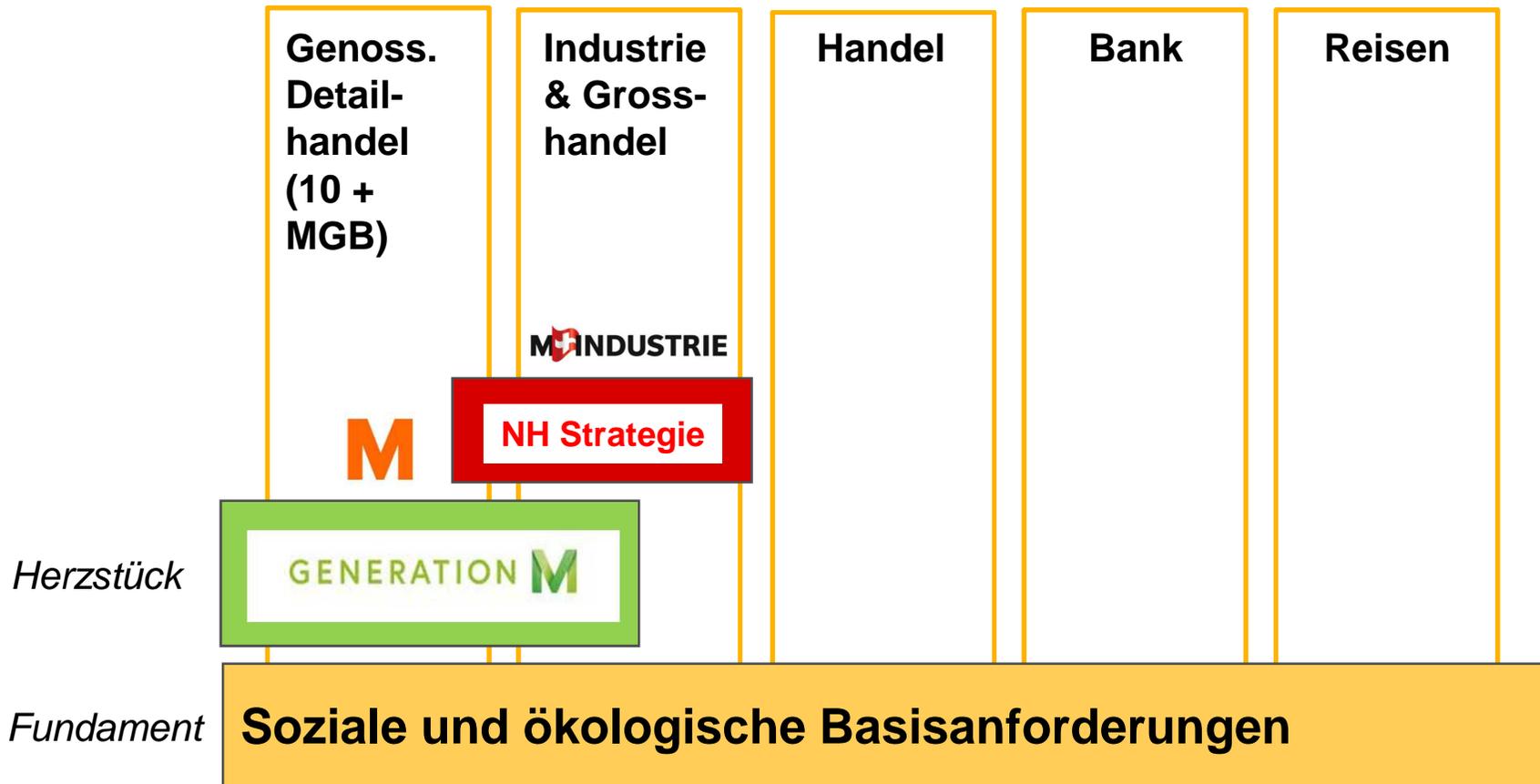
# DIE MIGROS-GRUPPE

## Die Geschäftsfelder





# Nachhaltigkeit in der Eigenindustrie



# DIE M-INDUSTRIE

## Ihre Struktur und Unternehmen



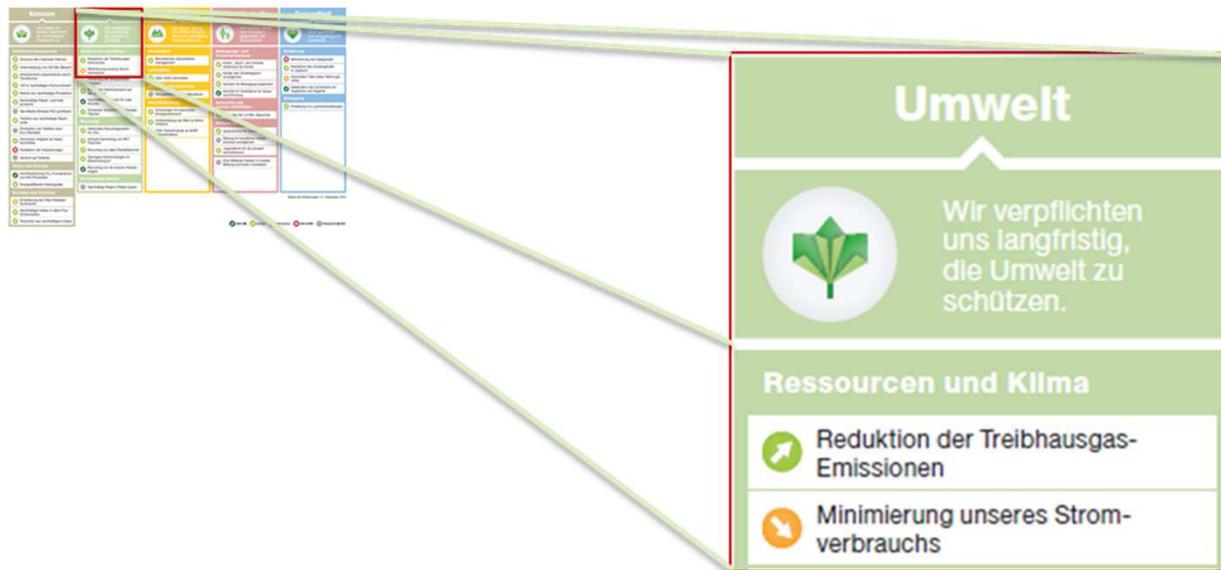


MIGROS  
GENERATION M

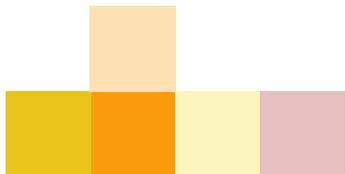
Integrales Nachhaltigkeitskonzept der Migros  
und

**wie es die BINA praktisch umsetzt**

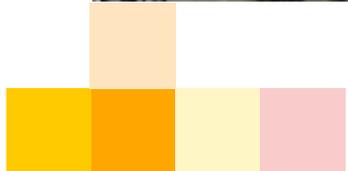
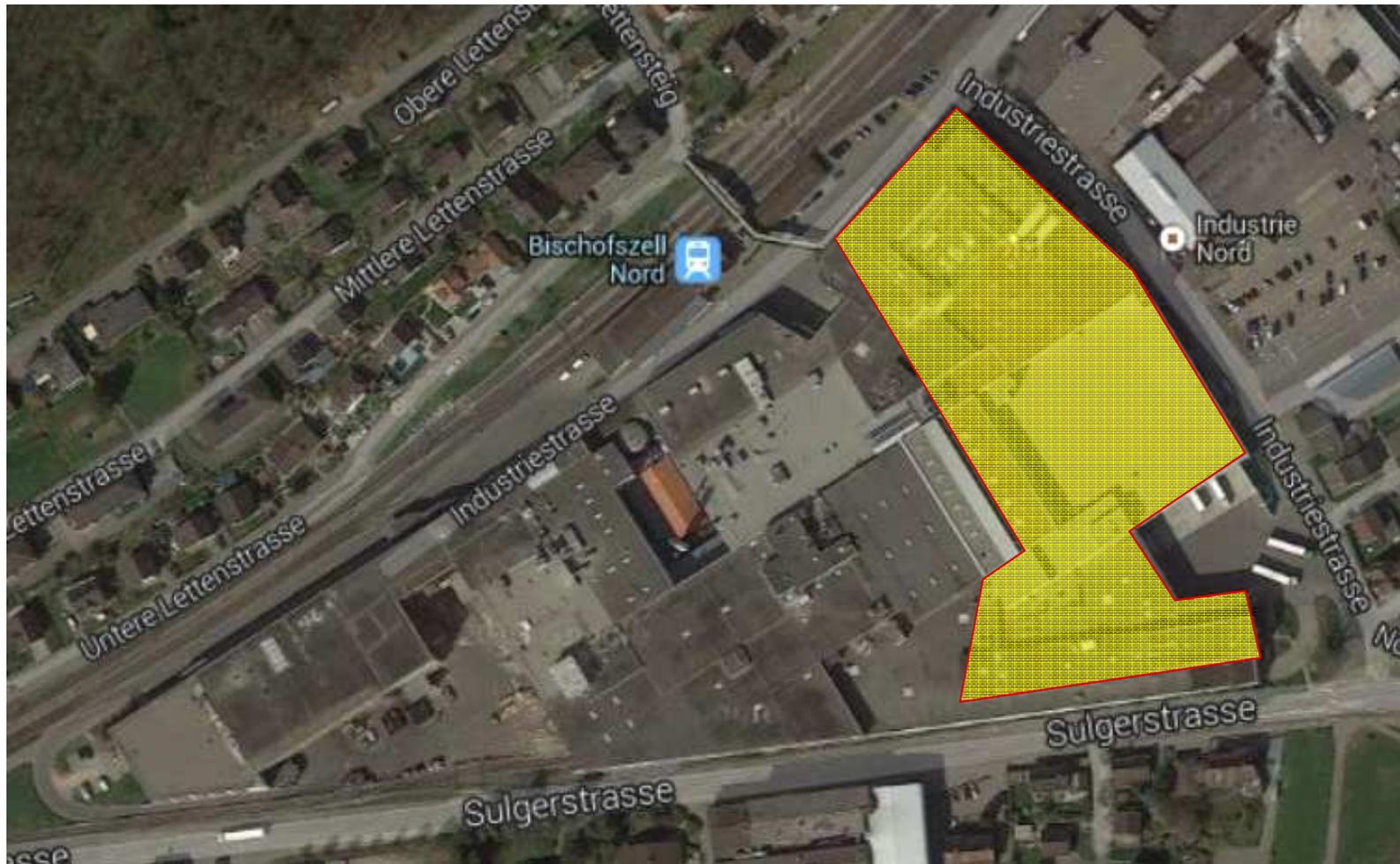
# Engagement der BINA



**Beispiel:  
Energieeinsparung durch Wärmerückgewinnung**

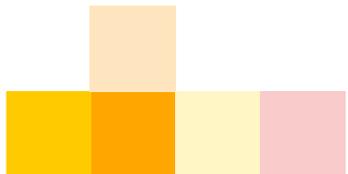


# Gebäudeheizung Bau Ost, Convenience Gate & Bürogebäude



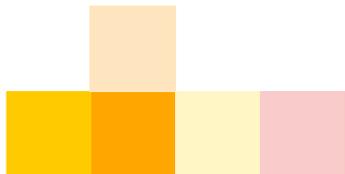
# Ausgangslage

- Heizung Bau Ost, Convenience Gate
  - Gas, Kesselhaus, Heizdampf
- Heizung Bürogebäude
  - Heizoel, Brenner 45KW, Wasserkreislauf
- Kältezentrale Abwärme
  - Abführung über das Dach
- **Wärmebedarf: 1'700 MWh**



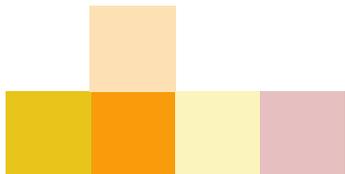
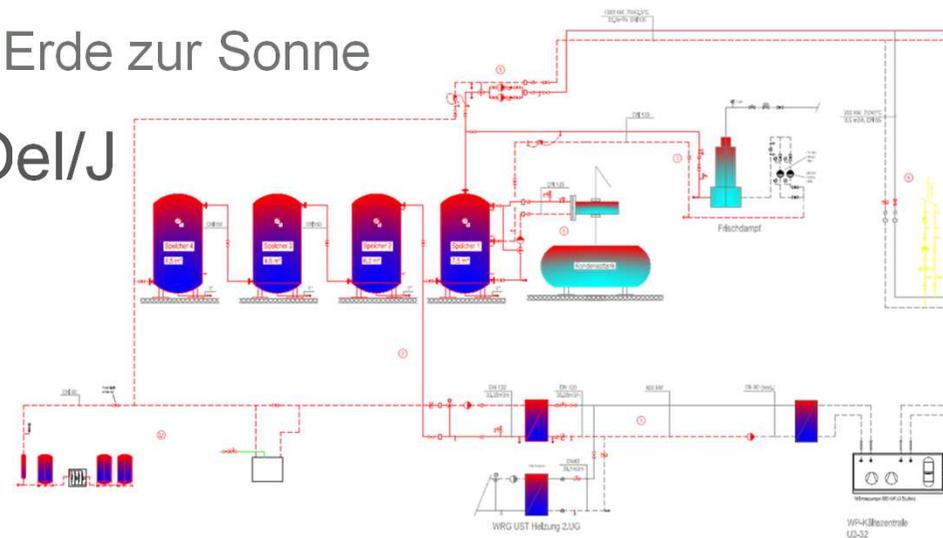
# Projekt

- Ziel / Nutzen
  - Reduktion CO<sub>2</sub> Ausstoss 250t/J
  - Reduktion fossile Brennstoffe 1'400 MWhH<sub>0</sub>/J
- Investition
  - Aufwand CHF 280'000
  - Projektdauer 18 Monate
- Einsparung pro Jahr
  - **Wärmeenergie** CHF 113'000
  - Mehraufwand el. Energie CHF 27'000
  - Kosteneinsparung pro Jahr CHF 86'000

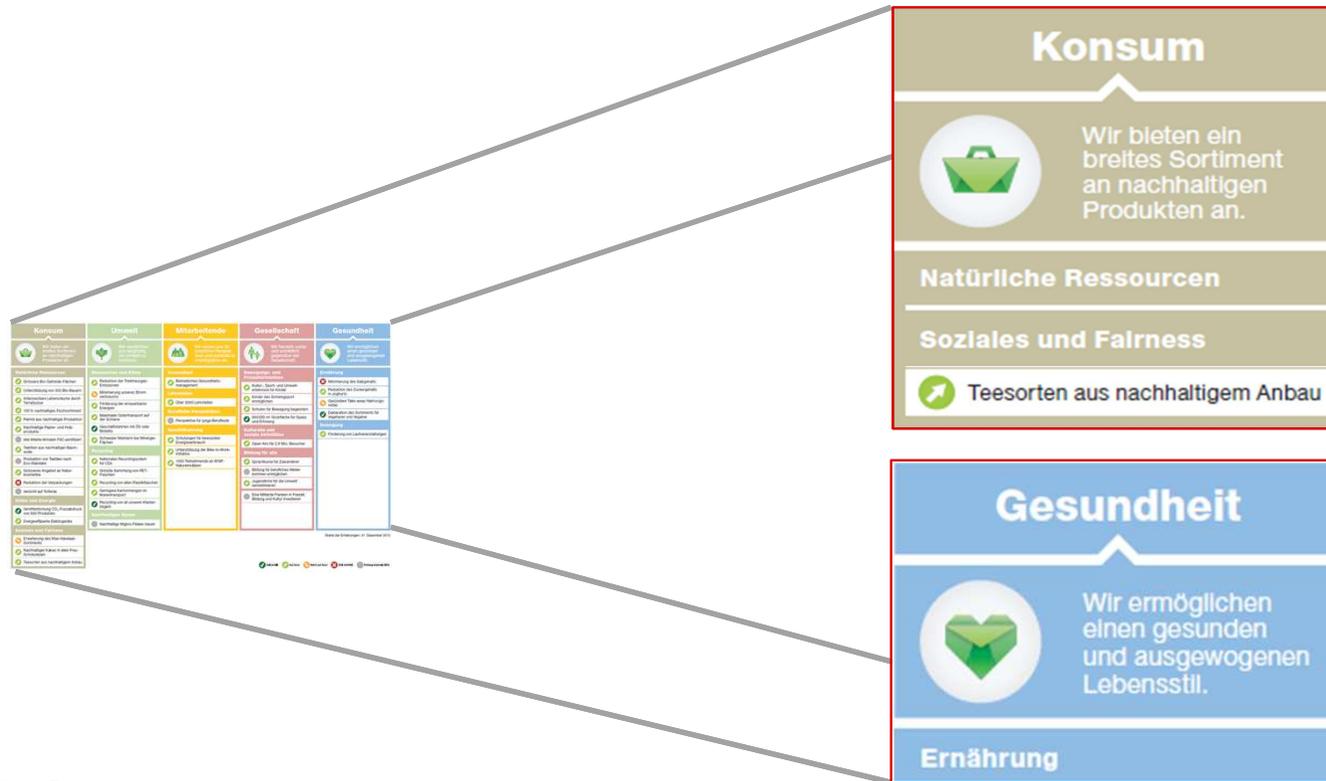


# Information

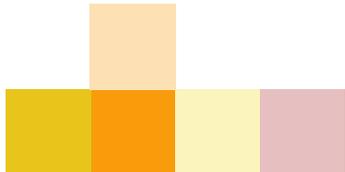
- Wärmepumpe zur effizienten Wärme-Rückgewinnung
  - 1 Teil Input -> 6 Teile Output (COP 6)
- Warmwasserspeicher (23m<sup>3</sup>, 4 Tanks)
- Reduktion CO<sub>2</sub> Ausstoss: 250 t/J
  - Mit dem Diesel PW von der Erde zur Sonne
- Ca. 100'000L weniger Oel/J
  - Ca. 50 EFH/J heizen



# Engagement der BINA



Beispiel:  
**KULT ICETEA, «Soziales und Fairness»,  
 «Gesunder Lebensstil»**

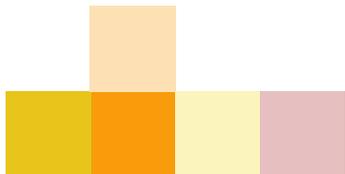


# Rohstoffe aus nachhaltigem Anbau, wenig Zucker

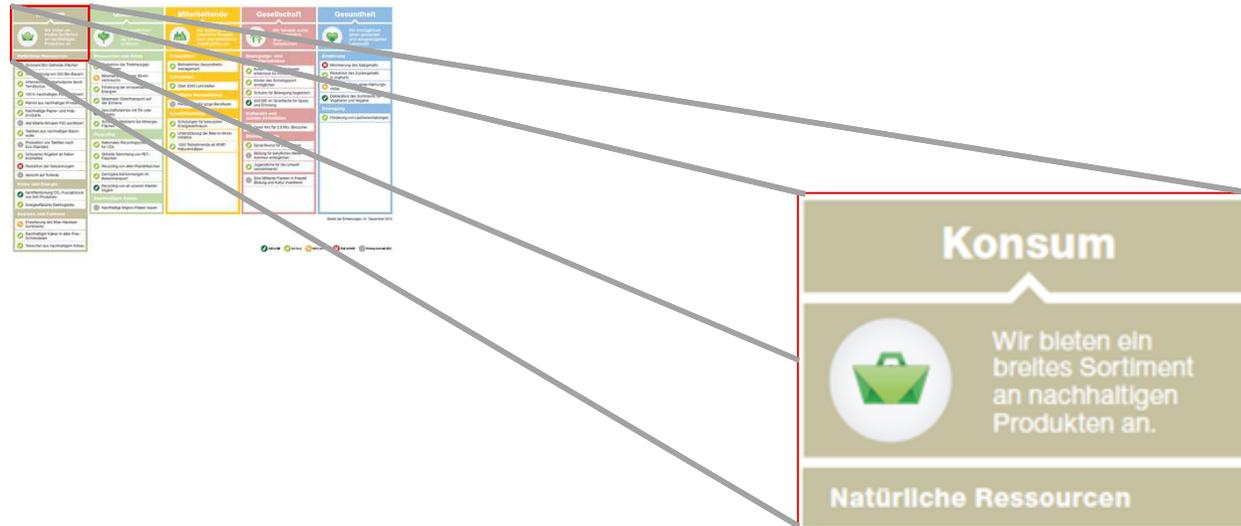


## KULT ICETEA

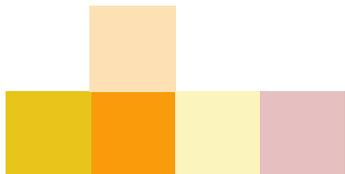
- Tee aus UTZ zertifiziertem Anbau, frisch gebrüht
- Ca. 1/3 weniger Zucker als Süssgetränke



# Engagement der BINA



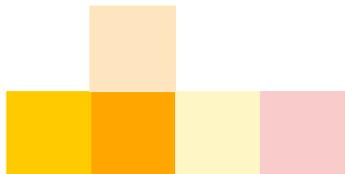
**Beispiel:**  
**Schweizer Früchte, Label-Produkte, Förderung von Biodiversität, Landschafts- und Gewässerschutz**



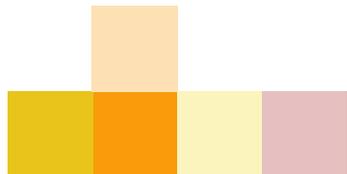
# Schweizer Früchte in Konfitüren



- <2.5% Schweizer Früchte (steigend) der total eingekauften Früchte
- 30% Kirschen, 30% Aprikosen, 25% Beeren, 15% andere Früchte
- 13% AdR



# Schweizer Früchte in Konfitüren



Gutes aus der Schweiz



# Mit Verantwortung in die Zukunft

Nachhaltigkeit im Fokus!