

23.02.2012 - 14:15 Uhr

Migros lanciert "Generation M"

Zürich (ots) -

Die Migros gibt ihrem Nachhaltigkeits-Engagement einen Namen: Generation M. Unter diesem Begriff werden alle Anstrengungen der Migros in den Bereichen Gesundheit, Konsum, Mitarbeitende, Umwelt und Gesellschaft zusammengefasst. Die Migros setzt sich anspruchsvolle Ziele, indem sie über 30 ganz konkrete Versprechen abgibt.

"Generation M" steht für das breite Nachhaltigkeits-Engagement der Migros. Mit konkreten Versprechen an die Kinder und Jugendlichen setzt sich die Migros Ziele für die nächsten Jahre und kommuniziert diese aktiv. Die Versprechen illustrieren anschaulich, wie sich die Migros in den Bereichen Gesundheit, Konsum, Mitarbeitende, Umwelt und Gesellschaft weiter entwickeln will. Die Migros startet "Generation M" mit über 30 Versprechen, die sie stellvertretend für die ganze Generation M an ein ausgewähltes Kind oder einen Jugendlichen adressiert. In den folgenden Monaten werden laufend neue Versprechen hinzukommen. Fünf Beispiele zeigen, wie die Versprechen aufgebaut sind:

Konsum: Wir versprechen Nuyen, bis 2013 die Gesamtumweltbelastung der Verpackungen der 250 meistverkauften Produkte um 10% zu reduzieren.

Gesundheit: Wir versprechen Deborah, als Hauptsponsorin bis 2015 jedes Jahr Laufveranstaltungen für über 200'000 Sportler zu ermöglichen.

Umwelt: Wir versprechen Nik, unseren Stromverbrauch gegenüber 2010 bis Ende 2020 um 10% zu reduzieren.

Mitarbeiter: Wir versprechen Manuela, auch in den nächsten 3 Jahren 3300 Jugendlichen eine Lehrstelle anzubieten.

Gesellschaft: Wir versprechen Lisa, bis 2015 200'000 Kinder und Jugendliche für Umweltthemen zu sensibilisieren.

"Neu setzen wir uns konkrete Ziele für die nächsten Jahre. So schaffen wir in unserem Nachhaltigkeits-Engagement mehr Verbindlichkeit. Wir werden transparent über den Stand der Umsetzung der Programme kommunizieren", erklärt Herbert Bolliger, CEO der Migros. "Was wir heute tun, wird der Generation von morgen zu Gute kommen."

"Generation M" führt eine jahrzehntelange Tradition der Migros weiter. Bereits Gottlieb Duttweiler, Gründer der Migros, war überzeugt, dass geschäftlicher Erfolg und gesellschaftliches Engagement vereinbar sind. So schrieb er schon 1950: "Wir müssen wachsender eigener materieller Macht stets noch grössere soziale und kulturelle Leistungen zur Seite stellen. Für das müssen trotz aller geschäftlichen und politischen Beanspruchungen immer Mittel und die Zeit der Besten freigemacht werden, sonst wird das mächtige Migros Werk absterben wie ein Baum, der keine Blüten mehr treibt."

"Generation M" soll keine einseitige Unternehmens-Leistung der Migros sein. Auf der Website generation-m.ch (online ab dem 26. Februar) will die Migros den Austausch mit den Kundinnen und Kunden pflegen und sie auf eine unterhaltsame Art zu einer nachhaltigen Lebensweise motivieren.

Mit "Generation M" schafft die Migros auch eine visuelle Klammer für ihre Anstrengungen im Bereich Gesundheit, Konsum, Mitarbeitende, Umwelt und Gesellschaft. Das entsprechende Bildmaterial kann mit folgendem Link heruntergeladen werden: www.migros.ch/de/medieninformationen/medien/aktuelle-meldungen-2012/generation-m

Zürich, 23. Februar 2012

Kontakt:

Martina Bosshard, Mediensprecherin Migros, 044 277 20 67,
martina.bosshard@mgb.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100713505> abgerufen werden.