

26.06.2014 – 10:30 Uhr

Neu von Cumulus: Mit Cumulus-Green mehr Transparenz im Einkaufskorb (BILD)



Zürich (ots) -

Für Cumulus-Teilnehmer wird das Einkaufen in Zukunft noch transparenter. Mit Cumulus-Green können Cumulus-Kunden neu feststellen, wie hoch ihr Anteil an umwelt- und sozialverträglichen Produkten ist, die sie bei der Migros eingekauft haben. Cumulus-Green wurde gemeinsam mit dem WWF erarbeitet, um Kunden mit präzisen Informationen für das bewusste Einkaufen zu sensibilisieren.

Cumulus-Green bietet Cumulus-Teilnehmern neu die Möglichkeit, auf einen Blick zu erkennen, wie gross der Anteil nachhaltiger Produkte an ihren Einkäufen ist. Zum Cumulus-Green-Anteil zählen Einkäufe von Produkten zwölf verschiedener nachhaltiger Label, wie beispielsweise Migros Bio, Terra Suisse, Max Havelaar oder TopTen. Der Cumulus-Green-Anteil wird bei Einkäufen in allen Migros-Filialen, den Fachmärkten Melectronics, Do it + Garden, SportXX und Micasa und deren Online-Shops errechnet sowie bei Einkäufen in Alnatura-Läden.

"Cumulus-Green gibt unseren Kunden mehr Transparenz über den Anteil nachhaltig produzierter Produkte in ihrem Einkaufskorb. Und dies ohne Aufwand", informiert Benedikt Zumsteg, Leiter Cumulus. Auf der Rückseite der alle zwei Monate erstellten Punkte-Abrechnung finden Cumulus-Teilnehmer ab sofort ihren Cumulus-Green-Anteil der abgeschlossenen Sammelperiode. Gleichzeitig sehen die Kunden, wo sie im Vergleich zu allen anderen Cumulus-Teilnehmern der Schweiz bezüglich nachhaltigen Einkaufsverhaltens stehen.

Im Sicherheitsbereich "Mein Konto" auf migros.ch/cumulus erhalten Cumulus-Mitglieder ihren Label-Split noch detaillierter. Auch können sie ihren eigenen Cumulus-Green-Anteil mit demjenigen anderer Cumulus-Teilnehmer in ihrem Wohnkanton, einem anderen Kanton oder in der ganzen Schweiz vergleichen. Wer seinen Cumulus-Green-Anteil bewusst erhöhen möchte, kann auf www.migros.ch/cumulus-green/wettbewerb sein Jahresziel 2014 festlegen und nimmt damit automatisch an einer Verlosung mit Preisen im Gesamtwert von insgesamt 20'000 Franken teil.

Cumulus-Green ist ein Teil von Generation M. Die Kunden erhalten keine zusätzlichen Punkte für den Einkauf nachhaltiger Produkte. Primäres Ziel ist es, Transparenz zu schaffen, die Kunden zu informieren und sie für nachhaltiges Handeln zu sensibilisieren. Labels sind hilfreiche Wegweiser für Konsumentinnen und Konsumenten, die beim Einkaufen nicht nur auf den Preis, sondern auch auf die Umwelt- und Sozialverträglichkeit der Produkte achten wollen. Diese neue Transparenz wird auch von Thomas Vellacott, CEO beim WWF Schweiz, begrüsst und unterstützt: "Mit unseren Entscheiden beim Einkaufen beeinflussen wir, ob die Produktion von Lebensmitteln, Getränken und anderen Gütern ökologischer und sozialer wird." Das gemeinsame Ziel der bereits fünfjährigen strategischen Partnerschaft zwischen Migros und WWF ist es, den Anteil nachhaltiger Produkte im Sortiment zu erhöhen - zum Wohle von Mensch, Tier und Natur und für die Generation von morgen.

Der Datenschutz ist für Cumulus wichtig. Mit dem zertifizierten Datenschutz-Qualitätssystem Good Privacy bietet die Migros Gewähr, dass der Datenschutz bei Cumulus zuverlässig umgesetzt wird. Cumulus-Green weist den Kunden lediglich ihren Cumulus-Green-Anteil separat aus und gibt ihnen mehr Transparenz.

Zürich, 26. Juni 2014

Druckfähige Bilder finden Sie unter folgendem Link: www.migros.ch/medien

Kontakt:

Monika Weibel, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 63,
monika.weibel@mgb.ch, www.migros.ch/cumulus-green

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100758221> abgerufen werden.