

11.04.2016 – 11:30 Uhr

## Erfolgreiche Generation M: 15 Versprechen eingelöst

Zürich (ots) -

2015 war ein wichtiges Jahr für die Generation M: Es galt 20 Versprechen zu erfüllen. Die Bilanz ist mit 15 erreichten Zielen sehr positiv ausgefallen. Der Migros ist es beispielsweise gelungen, ihr Angebot an Bio-Baumwolltextilien zu verdoppeln. Neu stammt auch das gesamte Palmöl, das die Migros-Industrie für die Lebensmittelproduktion verwendet, aus nachhaltigen Quellen und ist bis zur Plantage rückverfolgbar. Zudem hat die Migros zusammen mit dem WWF über 200'000 Kindern und Jugendlichen die Natur und den Umweltschutz näher gebracht.

2015 hat die Migros 15 von 20 Versprechen erfolgreich abgeschlossen. "Wir haben 2015 viel erreicht. Besonders freut mich, dass wir über 200'000 Kinder für Umweltthemen sensibilisiert haben, denn die Kinder von heute sind die Erwachsenen von morgen. Bei fünf Versprechen gelang es uns nicht, die ehrgeizigen Vorgaben zu erreichen, aber inhaltlich konnten wir trotzdem viel bewegen", sagt Cornelia Diethelm, Leiterin Direktion Nachhaltigkeit und Issue Management beim Migros-Genossenschafts-Bund.

Versprechen zu Bio-Baumwolltextilien und Palmöl eingelöst

Bis Ende 2015 hat sich die Migros zum Ziel gesetzt, ihr Angebot an nachhaltigen Baumwolltextilien gegenüber 2011 zu verdoppeln. Dieses Ziel hat die Migros mehr als erfüllt. Heute beträgt der Umsatzanteil des Labels Migros Bio Cotton am Textilsortiment der Eigenmarken 18.1 Prozent. Um das Versprechen zu erfüllen, hat die Migros teilweise ganze Produktlinien, wie zum Beispiel die Herrenwäsche-Serie Maestro, auf Bio-Cotton umgestellt. Die zertifizierte Baumwolle stammt vor allem von Bauernkooperativen aus Indien. Sie bewirtschaften ihre Felder auf natürliche Weise, dies schont die Umwelt und die Gesundheit der Menschen in den Anbaugebieten.

Die Migros engagiert sich zudem seit Jahren für den verantwortungsvollen Anbau von Palmöl und hat darum versprochen, bis 2015 in der Migros-Industrie nur noch Palmöl aus nachhaltigen Quellen für ihre Lebensmittelproduktion zu verwenden. Bis auf eine Kleinmenge hat sie das Ziel erreicht: Die M-Industrie bezieht 98% ihres Palmöls von RSPO-zertifizierten Plantagen. Dieses Palmöl ist bis auf die Plantage rückverfolgbar (Logistikvariante Segregated). Bei den verbleibenden zwei Prozent handelt es sich um zugekaufte Halbfabrikate, wie beispielsweise Waffeln für die Produktion von Glacés. Diese Mengen entsprechen auch den RSPO-Anforderungen, aber sind noch nicht physisch rückverfolgbar.

Erfolg in der Umweltbildung und Gesundheitsförderung

Mit der Unterstützung des WWF Kinder- und Jugendprogramms möchte die Migros Kindern und Jugendlichen den Umweltschutz näher bringen und ihnen aufzeigen, wie sie sich selbst aktiv für die Umwelt engagieren können. Seit 2012 haben insgesamt 239'140 Kinder und Jugendliche an den Umweltprogrammen des WWF, wie beispielsweise Ferienlager oder Schulbesuche, teilgenommen. Die Migros hat somit ihr Ziel, in vier Jahren 200'000 Kinder und Jugendliche für Umweltthemen zu sensibilisieren, übertroffen. Die Migros unterstützt bereits seit 2009 als Hauptsponsorin das WWF Kinder- und Jugendprogramm und wird diese erfolgreiche Zusammenarbeit auch in Zukunft fortführen.

Die Migros investiert mit einem systematischen betrieblichen Gesundheitsmanagement in die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden. Wie versprochen, tragen per Ende 2015 alle zehn Migros-Genossenschaften sowie der Migros-Genossenschafts-Bund (MGB) das Label "Friendly Work Space" und bieten Mitarbeitenden unter anderem ergonomisch eingerichtete Arbeitsplätze, eine Sozialberatung und gezielte Weiterbildungsmöglichkeiten.

Ziel verfehlt bei energieeffizienten Geräten

Bei der Umsatzsteigerung der besonders energieeffizienten Topten-Geräten hat die Migros ihr Ziel nicht erreicht. Der Umsatzanteil lag Ende 2015 bei knapp 20 Prozent des Gesamtumsatzes mit Elektrogeräten und nicht wie versprochen bei 35 Prozent. Der Grund liegt bei den TV-Geräten, welche knapp die Hälfte des Topten-Umsatzes ausmachen. Die Modelle mit den neuesten Technologien erreichen die Energieeffizienzkriterien von Topten leider noch nicht. Die Migros wird sich aber weiterhin dafür einsetzen, dass der Umsatzanteil mit Topten-Geräten künftig wieder ansteigt.

Meilenstein im Umweltschutz

Die Migros will ihren Ausstoss von Treibhausgasen vom Jahr 2010 bis 2020 um 20 Prozent reduzieren. Dieses ehrgeizige Versprechen ist auf Kurs: In den vergangenen sechs Jahren haben die Treibhausgasemissionen bereits um 17 Prozent abgenommen. Dazu beigetragen hat unter anderem der Einsatz von LED-Beleuchtung in den Filialen. Für ihr langjähriges Engagement für den Klimaschutz und die Energieeffizienz wurde die Migros mit dem renommierten Preis "Watt d'Or" des Bundesamtes für Energie ausgezeichnet.

Zwei Mal im Jahr informiert die Migros ausführlich über den Stand der Umsetzung ihrer Generation-M-Versprechen. Details zu jedem Versprechen sind online einsehbar: [www.generation-m.ch](http://www.generation-m.ch)

Kontakt:

Christine Gaillet, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 22 81,

christine.gaillet@mgb.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100786405> abgerufen werden.