



Nachhaltiger Welthandel – Wo liegen Wirkung und Grenzen?

Jürg von Niederhäusern, Bereichsleiter Sozialstandards

Christine Zwahlen, Projektleiterin Ökologie Nonfood

Migros-Genossenschafts-Bund

amfori Stakeholder Event Basel, 04. Februar 2019

MIGROS

Was wir heute besprechen

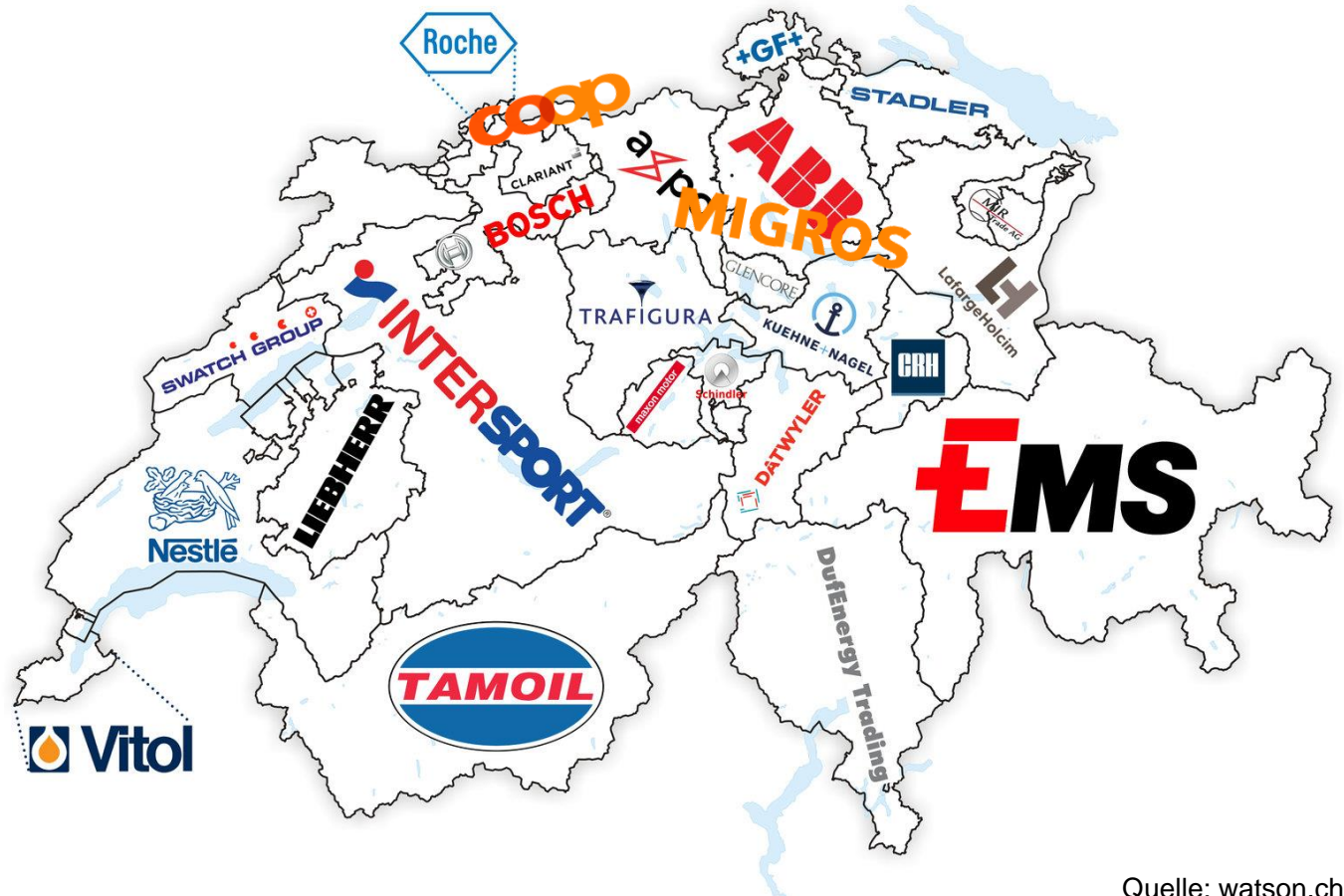
Agenda

- 1 Ausgangslage Grossunternehmen
- 2 Strategisches Fundament
- 3 Nachhaltigkeit & Kundenrelevanz
- 4 Blick in die Praxis



1

Grossunternehmen



Quelle: watson.ch

04.02.2019 | 3



Ein paar Zahlen aus der Handelsbilanz (2017)

- Gesamtexportvolumen China: **2'263 Mrd US\$**
 - Anzahl Container: 36'000'000 TEUs

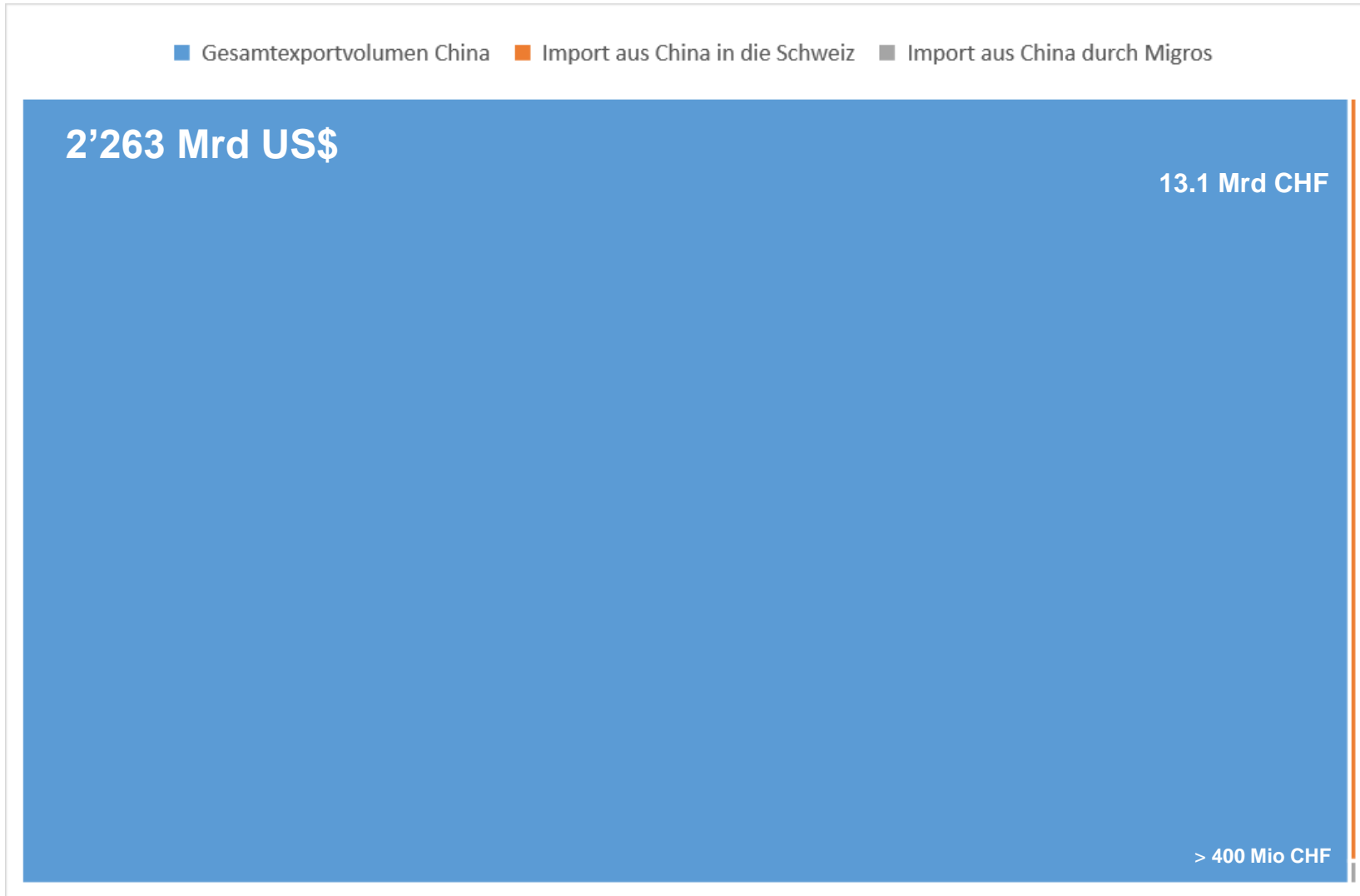
- Import aus China in die Schweiz: **13.1 Mrd CHF**

- Import aus China durch Migros: **> 400 Mio CHF**
 - Anzahl Container: 6000 TEUs

- = weniger als 0.02% der chinesischen Exporte werden durch Migros gekauft



Gross = Einflussreich?



⇒ < 0.02% der chinesischen Exporte werden durch Migros gekauft

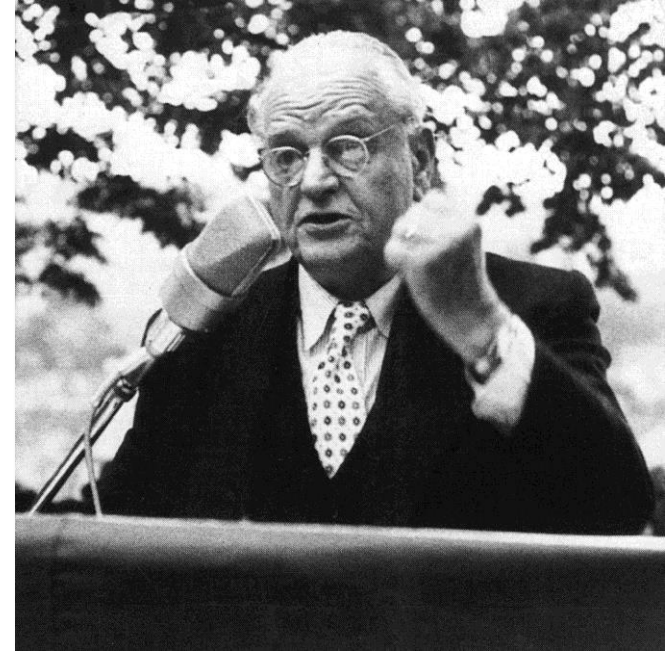
2

Strategisches Fundament



„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



Nachhaltigkeit bei Migros

Individuelle Nachhaltigkeitsstrategien
eingebettet in die jeweiligen Geschäftsfelder



Basisanforderungen Lieferanten/Sortiment & Betrieblicher Umweltschutz

Gesamtarbeitsverträge (GAVs)*

Migros-Kulturprozent/Migros-Unterstützungsfonds/Förderfonds Engagement



Unsere Werte

Glaubwürdigkeit & Verantwortungsbewusstsein

SDGs

Sustainable Development Goals

- Der stärkste Brand in der Schweiz
 - Brand Asset Valuator
- Das populärste Unternehmen
 - Studie “Handels-Check Schweiz”
- Das nachhaltigste Unternehmen
 - World Retail Congress
 - ISS-Oekom rating

MIGROS





3

Nachhaltigkeit & Kundenrelevanz



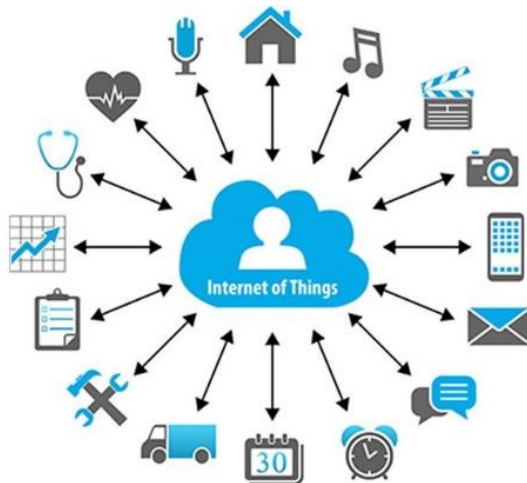
Entwicklung des Konsumverhaltens



Vom Tante Emma laden um die Ecke via Selbstbedienungsladen zum Internet of Things

Widersprüchliches Verhalten «des Konsumenten»:

- Steigende Sensibilität zu **nachhaltiger Lebensweise** und trotzdem immer höhere Relevanz des **Produkt-preises** auf den Kaufentscheid (Transparenz online)
- Alles muss immer und **überall verfügbar** sein / kleine Verpackungsgrößen und «Convenience» Verpflegung führen zu **erhöhtem Bedarf an Verpackungen** und Transport



Zunahme der «nachhaltigen» Sortimente



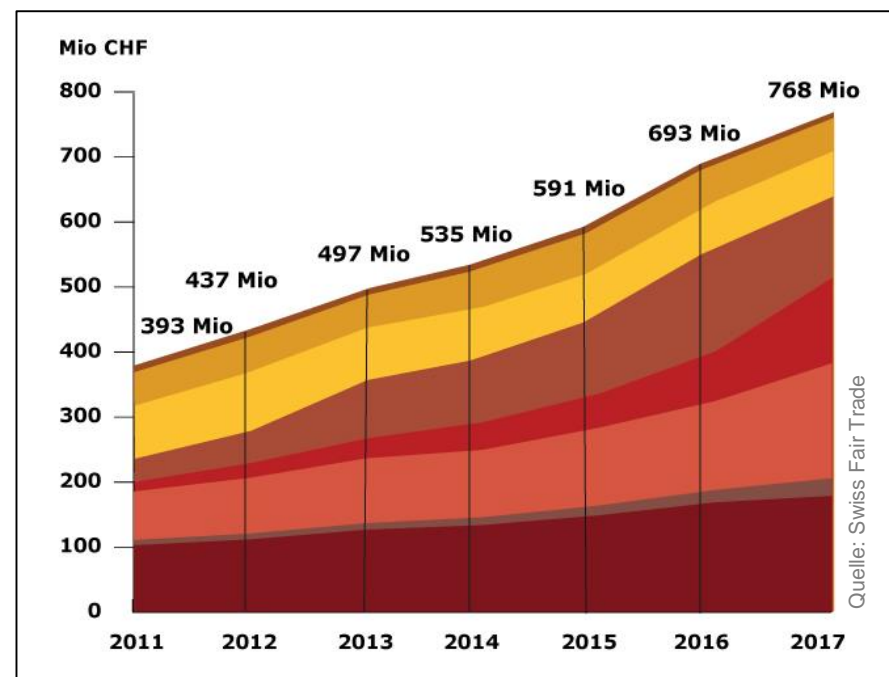
- **Cumulus Green Anteil am Migros-Warenkorb: 20.7%**
(Labelprodukte, Jahr 2017)

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2014	2015	2016	2017	Veränderung zum Vorjahr
Produkte					
Gesamtumsatz Nachhaltigkeits-, Regional- und Gesundheitslabels Gen. Detailhandel	3'400	3'648	3'881	4'010	3.3%

20.7 %

Green-Anteil Schweiz 2017

- **Steigender Anteil an Fair Trade Produkten im CH-Markt allgemein**





4

Blick in die Praxis



Herausforderung «Grossunternehmen»



Was sind die speziellen Herausforderungen grosser Unternehmen (versus KMU)?

Sicht Schweiz

Logos of Swiss companies: balthasar, NILE, III rotho (ADVANCED SOLUTIONS), bb trading, Ivreco (D ARBEITSPLATZLÖSUNGEN), Rohner (advanced socks), neogard (im Garten gut beraten), and a large orange M logo.



Sicht International

Logos of international companies: Walmart, H&M, M, Carrefour, TARGET, and COSTCO WHOLESALE.

Herausforderung Sortimentsvielfalt

Sortiment 1925: 5 Verkaufswagen mit 6 Artikel



Herausforderung Sortimentsvielfalt



Sortiment 2019: 613 Migros-Filialen mit über 35'000 Produkten



Herausforderungen in den Lieferketten



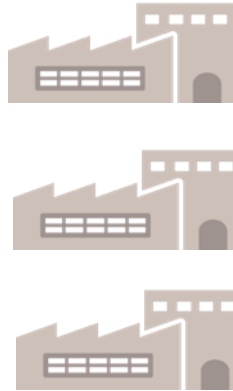
Primärproduktion
Rohstoffe



Halbfertigprodukte /
Verarbeitungsstufen



Hersteller / Letzte
Verarbeitungsstufe



Agenten / Händler /
Importeure



Detailhandel



Komplexität

Einfluss



Ein Beispiel

Kerzenständer MONKEY

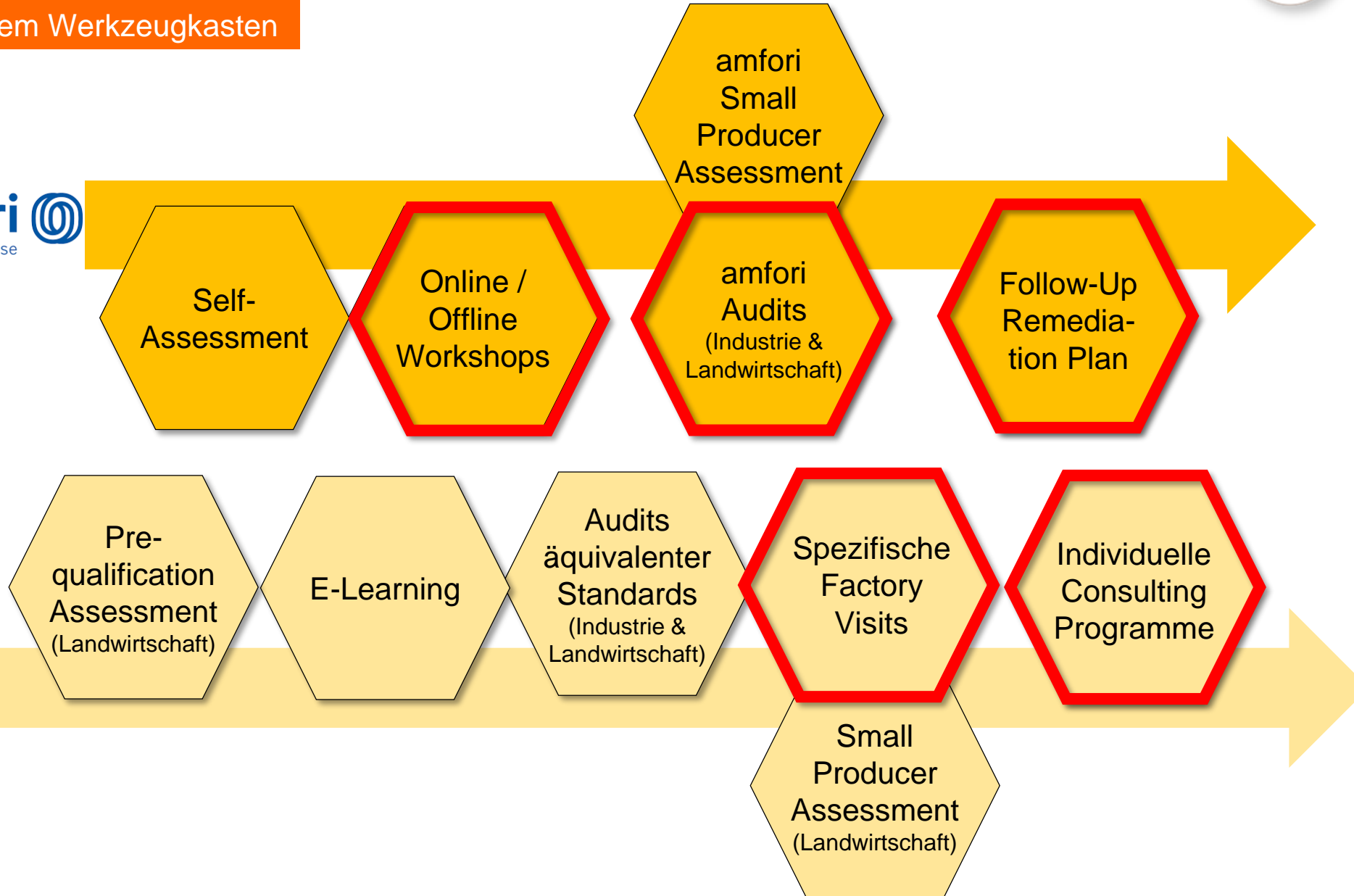


- Material: Metall
- Herkunft: Indien
- Herstellung: Handarbeit in kleinem Familienbetrieb
- Herausforderungen:
 - kaum transparente WSK möglich
 - prekäre Arbeitsbedingungen
 - Korruptionspotential

Wie reagieren wir auf unterschiedliche Bedürfnisse?



Mit einem Werkzeugkasten





Chemical safety

How can workplace chemicals enter our body?
कैसे कार्यस्थल रसायन हमारे शरीर में प्रवेश कर सकते हैं?



zurück

Audit



zurück

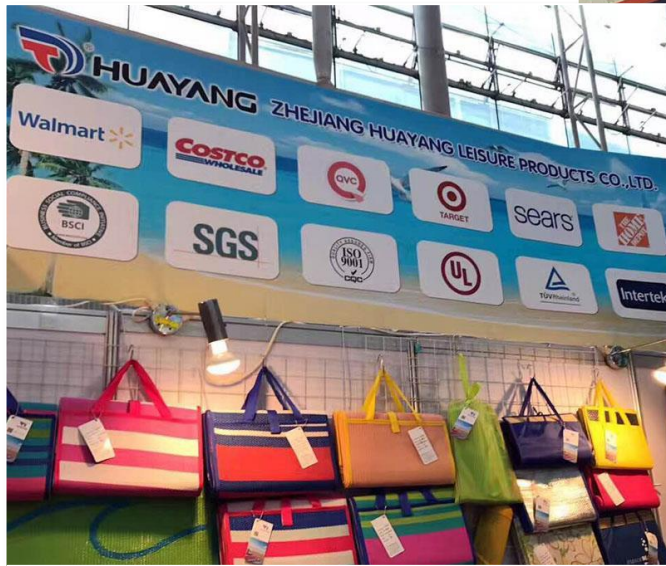
Schlussfolgerung

Diese 5 Punkte möchten wir Ihnen mitgeben:

Wir sind im globalen Handel zwar klein und unser Hebel mengenmässig gering. Wir haben aber dennoch wirkungsvolle Handlungsmöglichkeiten:

1. Aktive Förderung von **Branchenlösungen**
2. Internationale **Beschaffungskoperationen**
3. Auf **politischer Ebene** Einfluss nehmen
4. Partnerschaftliche Beziehungen zu den **Lieferanten**
5. Wirkung der Aktivitäten **messen** und **kritisch hinterfragen**

BSCI an der Canton Fair in Guangzhou





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Fragen?