Zeitschrift: Energeia : Newsletter des Bundesamtes für Energie
Herausgeber: Bundesamt für Energie
Band: - (2016)
Heft: [1]

Artikel: Generation M : ein Versprechen für die Schweiz
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-681784

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Siehe Rechtliche Hinweise.

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. Voir Informations légales.

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. See Legal notice.

Download PDF: 30.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

GENERATION M – EIN VERSPRECHEN FÜR DIE SCHWEIZ

Spezialpreis. Die Migros engagiert sich seit Jahrzehnten für Energieeffizienz und andere Nachhaltigkeitsthemen. Nun erhält sie den Watt-d'Or-Spezialpreis 2016 für ihr Nachhaltigkeitsprogramm «Generation M». Darin verspricht die Migros der Generation von morgen, den Stromverbrauch bis 2020 absolut um zehn Prozent und die Treibhausgasemissionen um 20 Prozent gegenüber dem Jahr 2010 zu senken.

Schon Migros-Gründer Gottlieb Duttweiler war überzeugt, dass sein Unternehmen nicht nur wirtschaftliche Ziele zu verfolgen habe, sondern auch Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt übernehmen müsse. Nachhaltigkeit hat bei der Migros daher eine sehr lange Tradition. So setzte sich das Unternehmen bereits anlässlich der Ölkrise 1973 in seinem damaligen Energiesparplan folgendes Ziel: «Jeder Betrieb soll jeden Monat seinen mittleren Verbrauch an Energie und Wasser je Tonne Produktion etwas weiter senken.» 1984 konkretisierte die Migros ihre Ziele im ersten Leitbild M-Umweltschutz. Das Thema Energieeffizienz ist heute aktueller denn je, wie Andreas Münch, Mitglied der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB), sagt. «Wir erarbeiten gemeinsam mit den Kollegen in den zehn Genossenschaften und den Unternehmensleitern die besten Ideen, anstatt sie von oben zu verordnen. Das kann manchmal etwas länger dauern, aber so kommt die Kraft zur Umsetzung von innen.» Dabei sei es wichtig, dass sich wirtschaftliche, ökologische und soziale Aspekte die Balance halten.

Von links nach rechts: Marcus Dredge, Andreas Münch, Andreas Moser

Ehrgeizige Ziele

Rund 150 Millionen Franken gibt das Unternehmen derzeit allein für Strom aus und ist damit für rund zwei Prozent des schweizerischen Stromverbrauchs verantwortlich. Diese Zahlen dürften den rund 1,4 Millionen Menschen, die täglich bei der Migros einkaufen, kaum bewusst sein. Was sie jedoch wahrnehmen können, ist das grosse Nachhaltigkeitsengagement. Für dieses wurde die Migros 2015 von einer unabhängigen Ratingagentur als nachhaltigste Detailhändlerin der Welt ausgezeichnet.

Die Migros richtet ihr Engagement für den Umweltschutz nach ihrer Klima- und Energiestrategie 2020 aus. Diese ist für alle Migros-Unternehmen verpflichtend. Der Genossenschaftliche Detailhandel hat sich im Rahmen dieser Strategie das ehrgeizige Ziel gesetzt, zwischen 2010 und 2020 zehn Prozent weniger Strom zu verbrauchen und 20 Prozent weniger Treibhausgase auszustossen.

Die Zwischenbilanz ist positiv: Bis 2014 konnten der Stromverbrauch gegenüber 2010 absolut um knapp fünf Prozent und die Treibhausgasemissionen um 15 Prozent vermindert werden. Dies ist umso beeindruckender, weil im gleichen Zeitraum die Filialfläche um über fünf Prozent gewachsen ist.

Versprechen an die Generation von morgen

Die Migros will nicht nur selber eine Vorbildrolle einnehmen, sondern kommuniziert ihre Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit auch an ihre Kunden. 2012 lancierte der orange Riese zu diesem Zweck die Initiative «Generation M». Darin formuliert er seine Ziele als Versprechen an die Generation von morgen. Die Fortschritte bei der Umsetzung der 60 Ziele in den fünf Bereichen Konsum, Umweltschutz, Gesellschaft, Gesundheit und Mitarbeitende (aktuell rund 97 000 Angestellte) werden zweimal jährlich überprüft und im Internet veröffentlicht. «Ich wüsste nicht, wer sonst sich aktuell so ambitiöse Stromeffizienzziele pro Standort setzt und diese derart konsequent umsetzt und kontrolliert wie wir», sagt Marcus Dredge, Fachbereichsleiter Energieeffizienz und Klimaschutz.

Pionierarbeit lohnt sich

Manchmal gibt es noch keine Erfahrungen, auf denen man aufbauen kann. Die Migros musste laut Dredge mit seinen Projekten darum oft Pionierarbeit leisten. So hat die Migros 2006 als erste Detailhändlerin in Europa eine Filiale komplett mit LED ausgerüstet. Andere Detailhändler zogen nach. Seit 2013 ist LED in den Migros-Supermärkten Standard, seit 2014 ebenfalls in den Fachmärkten. «Vorausgegangen sind wir auch mit unseren Minergiefilialen. Und als erste Detailhändlerin der Schweiz setzt Migros seit 2011 Glastüren bei den Pluskühlmöbeln ein, die deren Stromverbrauch um bis zu 45 Prozent senken.» Zudem werden neue oder umgebaute Filialen in der Regel komplett mit Abwärmenutzung beheizt, so kann auf fossile Brennstoffe verzichtet werden.

Solarenergie vom Dach

Die Migros entschied sich ausserdem früh dazu, ihre zahlreichen Dächer für die Gewinnung von Solarenergie zu nutzen. 2014 produzierten insgesamt 45 Solaranlagen jährlich rund 16 000 MWh Strom, was einem Stromverbrauch von rund 3500 Einfamilienhäusern entspricht. Kürzlich feierte das Unternehmen in Zuzwil (SG) eine weitere Premiere: die Eröffnung seiner ersten Plusenergiefiliale mit einem grossen Solardach. Dieses produziert mehr Solarenergie, als die Filiale im Jahr durchschnittlich an Energie verbraucht.

Auch beim Transport will die Migros ihren Energiekonsum optimieren: Bereits heute erfolgen rund 40 Prozent der Warentransporte des Grossverteilers auf der Schiene; die Migros ist damit der grösste Kunde von SBB Cargo. «Als erster Detailhändler setzten wir zudem auf Lkw mit Biogas», sagt Andreas Moser, Projektleiter Energieeffizienz und Klimaschutz. Welches Modell künftig für die Feinverteilung am besten geeignet ist, wird derzeit evaluiert. Ebenfalls zu berücksichtigen ist dabei das sich ändernde Einkaufsverhalten. Das Unternehmen erwartet, dass es künftig mehr kleine Haushalte gibt, die ihren Bedarf an Frischwaren im Quartier decken wollen.

Gesunder Wettbewerb

In Gränichen, wenige Kilometer von der neuen Grossbäckerei von einem weiteren Watt-d'Or-Gewinner in Schafisheim (siehe S. 16), baut die Migros-Bäckerei Jowa derzeit eine eigene Grossbäckerei, die ebenfalls auf Holzfeuerung setzt. «In der Schweiz spielt unter den Grossverteilern ein gesunder Nachhaltigkeitswettbewerb», sagt Dredge. «Die Migros kann die Energie- und Klimaziele der Schweiz nicht allein erreichen.» Darum sei es gut, wenn andere grosse Energieverbraucher mitmachen.

Anhand von ersten Modellrechnungen ist die Migros bereits dabei, eine längerfristige Vision für die Periode nach 2020 zu erarbeiten. Der Fokus liegt weiterhin auf einer ambitionierten Reduktion des eigenen Energieverbrauchs und nicht auf der Kompensation von CO_2-Emissionen. Ganz im Sinne der langjährigen Tradition der Migros, die der Energieeffizienz Priorität einräumt. *(bra)*