

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2017

Was wir bewirken

DENNER
Nachhaltiger als man denkt

Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor für Denner



Im Jahr 2015 hat die renommierte Ratingagentur Oekom Research weltweit 140 Handelsunternehmen in Bezug auf ihr soziales und ökologisches Engagement untersucht. Sie hat die Migros zur nachhaltigsten Detailhändlerin gekürt. Zu diesem Erfolg innerhalb der Migros-Gruppe hat auch Denner beigetragen. Denner ist es in den letzten Jahren gelungen, bei Mitarbeitenden und Kunden das Bewusstsein für die Nachhaltigkeit zu schärfen und eine spürbare Veränderung zu bewirken.

Diese positive Entwicklung zeigt: Discount und Nachhaltigkeit sind kein Widerspruch mehr. Oder anders gesagt: Kleine Preise für die Konsumenten schliessen nicht aus, dass ein Discounter den Bedürf-

nissen der Umwelt und der Menschen, die in ihr leben, grosse Beachtung schenkt. Das ist im hart umkämpften Detailhandel, wo um jeden Rappen gerungen wird, alles andere als selbstverständlich.

Im letzten Jahr gehörte Denner erneut zu den Gewinnern im Schweizer Detailhandel. Dabei dürfte den Konsumenten das Engagement für mehr Nachhaltigkeit nicht entgangen sein. Die Kunden haben dies honoriert. Es ist somit zum wesentlichen Erfolgsfaktor geworden, bei allen Entscheidungen ökonomische, ökologische und soziale Aspekte ausgewogen zu berücksichtigen. Das wird bei Denner gelebt. Für dieses grosse Engagement gebührt allen Mitarbeitenden ein Dankeschön.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht beschreibt die eingeleiteten Prozesse, um gleichzeitig erfolgreicher und nachhaltiger zu handeln. Er ist jedoch lediglich eine Momentaufnahme. Der Bericht soll das ganze Unternehmen motivieren, in Zukunft noch verstärkt und über die gesamte Wertschöpfungskette verantwortungsbewusst und nachhaltig zu planen, zu entscheiden und zu handeln. Denn als führendem Discounter in der Schweiz kommt Denner eine besondere Vorreiter- und Vorbildrolle zu. Die Denner Kunden werden das zu schätzen wissen – und unsere Umwelt erst recht.

Beat Zahnd

Verwaltungsratspräsident Denner AG
Leiter Departement Handel
beim Migros-Genossenschafts-Bund



Die Denner Geschäftsleitung (v.l.n.r.): Roland Studer, Leiter Logistik; Sascha Göbels, Leiter Einkauf; Serge Gafner, Leiter Human Resources; Mario Irminger, CEO; Adrian Bodmer, Leiter Finanzen und Andreas Siegmann, Leiter Verkauf.

GESCHÄTZTE LESERIN, GESCHÄTZTER LESER

Henry Ford sagte einst: «Alles kann immer noch besser gemacht werden, als es gemacht wird». Dieser Satz könnte für unser nachhaltiges Engagement nicht treffender sein, denn, wir beherzigen diese Absicht seit Jahren. Nachhaltiges Handeln erfordert ein Umdenken, sonst bleibt Nachhaltigkeit ein unnützes Wort ohne Wert.

Auch wir mussten im Unternehmen erkennen, dass zuerst ein Umdenken stattfinden muss, damit nachhaltiges Handeln überhaupt möglich ist. Wir hatten die Vision, Denner zum nachhaltigsten Discounter der Schweiz zu machen, wir sind uns aber bewusst, dass noch viel Arbeit vor uns liegt, um das Ziel zu erreichen.

In kleinen Schritten haben wir begonnen, Ziele zu definieren, wegweisende Massnahmen einzuleiten

und der Gesellschaft etwas zurückzugeben. Mit über 4800 Mitarbeitenden ist Denner ein wichtiger Arbeitgeber in der Schweiz, wir haben deshalb die Verpflichtung, etwas für die Umwelt zu unternehmen, sind es den nächsten Generationen schuldig, damit die Natur nicht eine schöne Erinnerung bleibt.

Auch im 2017 haben wir vieles bewirkt und in den drei Schwerpunkten «Umwelt», «Sortiment» und «Mensch» vieles erreicht, wie der nachfolgende Bericht beweist. Und wir werden uns weiter engagieren, damit wir alles noch besser machen können, als es bisher gemacht wurde.

Nachhaltige Grüsse
Die Denner Geschäftsleitung

| | | |
|----------|-------------------------------------|----|
| | Vorwort | 1 |
| | Unternehmenspräsentation | 4 |
| | Meilensteine | 6 |
| | Strategie und Vision | 8 |
| | Organigramm des Unternehmens | 10 |
| | Auswirkungen | 11 |
| | Stakeholder | 12 |
| | Wesentlichkeitsanalyse | 13 |
| | Kundenbedürfnisse im Fokus | 14 |
| | Strategische Ziele | 16 |
| | Übersicht Themenschwerpunkte | 20 |
| 1 | Schwerpunkt Umwelt | 22 |
| | Recycling | 24 |
| | Treibhausgasemissionen senken | 28 |
| | Energieeffizienz verbessern | 31 |
| 2 | Schwerpunkt Sortiment | 34 |
| | Die Gestaltung des Sortiments | 36 |
| | Label-Übersicht | 40 |
| | Nachhaltig produzierte Produkte | 42 |
| 3 | Schwerpunkt Mensch | 46 |
| | Führung und Kultur | 48 |
| | Aus- und Weiterbildung | 51 |
| | Gesellschaftliche Engagements | 55 |
| | Geschäftspartner | |
| | Die IP-SUISSE Partnerschaft | 56 |
| | Die WWF-Partnerschaft | 58 |
| | Kennzahlen | 60 |
| | GRI-Inhaltsindex | 62 |
| | Über diesen Bericht | 65 |

Dieser Bericht wurde nur in einer kleinen Auflage gedruckt.
Die elektronische Fassung ist im Internet abrufbar unter:

www.denner.ch/nachhaltigkeit

Denner setzt sich für eine nachhaltige Zukunft ein – Tag für Tag

Denner ist der führende Discounter der Schweiz und als Nahversorger in allen Regionen der Schweiz in der Bevölkerung fest verankert. Mit über 800 Standorten in der Schweiz sind alle Läden einfach und bequem zu Fuss erreichbar. Dadurch haben die Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, Produkte für den täglichen Bedarf zu erschwinglichen Preisen zu erwerben und dies umweltfreundlich gleich um die Ecke.



«Denner ist sich seiner Verantwortung und Vorbildfunktion bewusst und trägt zur Schonung der Ressourcen und Förderung eines gesunden Lebensraumes bei.»

Mario Irminger, CEO Denner AG

Seit über 50 Jahren steht Denner als Discounter im Dienste der Schweizer Bevölkerung. Über 1950 Produkte, davon 75 Prozent Markenartikel und 25 Prozent Eigenmarken, ermöglichen in den über 800 Denner Verkaufsstellen ein einfaches und schnelles Einkaufen. Wo immer Sie in der Schweiz zu Hause sind, Denner ist in Ihrer Nähe. In den Verkaufsstellen erwartet Sie ein ausgewogenes Sortiment an Produkten für den täglichen Bedarf: frische Früchte, saisonales Gemüse und knusprige Backwaren bis Ladenschluss sowie ein attraktives, wöchentlich wechselndes Aktionsangebot. Auch Weinliebhaber kommen mit unserem Sortiment von über 300 Weinen aus den verschiedensten Provenienzen auf ihre Kosten.

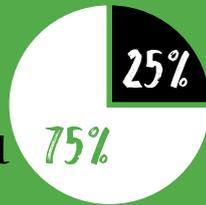
Denner und die Mitarbeitenden

Der Hauptsitz der Denner AG ist in der Zürcher Innenstadt. Über 4800 Mitarbeitende arbeiten im Unternehmen, davon 409 in der Verwaltung, 431 in den fünf Verteilzentralen und die restlichen in den Filialen. Die Denner Familie ist zudem Ausdruck unserer Zeit, denn, mit Mitarbeitenden aus über 70 Nationen ist sie ein Schmelztiegel – und ein Beispiel für ein inspirierendes und erfolgreiches Miteinander.

Denner in Zahlen

ÜBER 1950 PRODUKTE

MARKENARTIKEL



EIGENMARKEN



NETTOUMSATZ 2017

CHF 3 064 MIO.



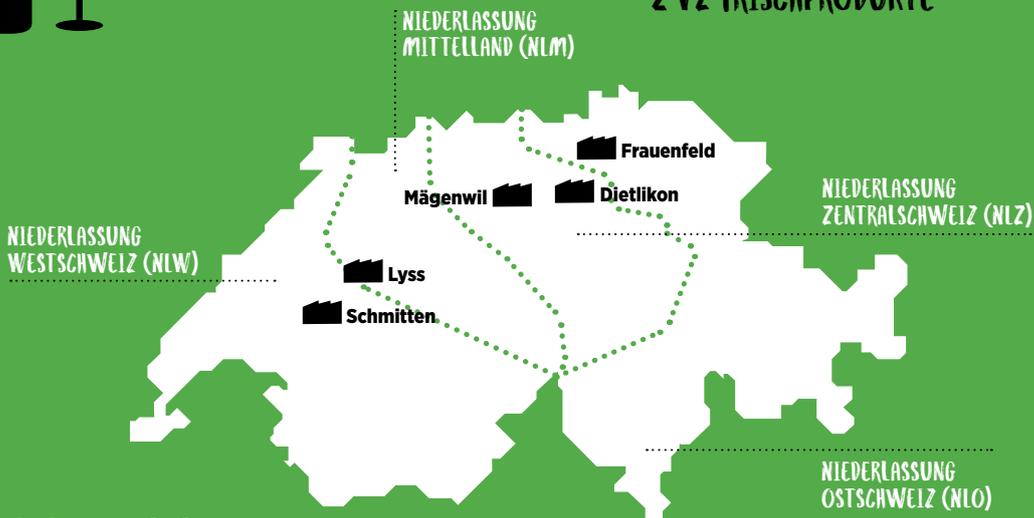
SORTIMENT VON ÜBER
300 WEINEN



5 VERTEILZENTRALEN

3 VZ HARTWAREN

2 VZ FRISCHPRODUKTE



ÜBER 4800
MITARBEITENDE

3979 FILIALEN

409 VERWALTUNG

431 VERTEILZENTRALEN



811 VERKAUFSSTELLEN

522 DENNER FILIALEN

289 DENNER PARTNER BETRIEBE

MITARBEITENDE AUS
70 NATIONEN



Nachhaltiges Handeln im Laufe der Zeit

2003

Juli

Max Havelaar*-Kaffee: Das Label kommt erstmals in die Denner Läden

2009

April

Caritas-Märkte: Jährliche Produktsubventionen im Wert von CHF 250 000.–

2012

Juni

Verein Velo-Lieferdienste Schweiz (VLD): Denner ist Gründungsmitglied und fördert schweizweit die Velo-Hauslieferdienste

August

Denner benennt Verantwortlichen für den Bereich Nachhaltigkeit
IG DHS gründet die Arbeitsgruppe Umwelt und Energie

2014

April

RSPO*: Denner wird im Rahmen der Migros-Gruppe Teil der RSPO-Organisation

BSCI*: Denner ist im Rahmen der Migros-Gruppe Teil der BSCI-Organisation

Mai

Bienenhotel: Die Verwaltung bekommt das erste Bienenhotel

Juni

«Drägg-Sagg»: Denner unterstützt die Anti-Littering Kampagne in der Innenstadt Basel

2006

Mai

IG DHS: Denner ist als Gründungsmitglied dabei

2010

Februar

Lernende auf dem Chefposten: Denner lanciert die erste Lehrlingsfiliale

Januar

Nachhaltigkeitsstrategie: Die Denner Geschäftsleitung stellt die Weichen für ein nachhaltiges Engagement

Oktober

LED-Beleuchtung: Die erste Filiale stellt auf LED um, und reduziert den Energieverbrauch um 50 Prozent

Projekt «Food-Bridge»: Die IG DHS, die «Schweizer Tafel» und «Tischlein deck dich» erarbeiten ein gemeinsames Projekt

Dezember

Reduktion des CO₂-Ausstosses und Steigerung der Energieeffizienz: Zielvereinbarung mit Bund und Kantonen

1967

Oktober

Karl Scheri gründet den ersten Discounter der Schweiz



2016

Januar

Denner bezieht Strom zu 100 Prozent aus Schweizer Wasserkraftwerken

Organische Abfälle: Die Filialen beginnen organische Abfälle zu sammeln

März

Propangas-Kälteanlage: Denner eröffnet die erste Filiale mit einer Propan-gas-Kälteanlage und verzichtet damit freiwillig auf den Einsatz klima-schädlicher Kältemittel

April

Nachhaltigkeitsbericht: Denner veröffentlicht den ersten Bericht

Juli

FSC* Schweiz: Denner wird Mitglied

August

IP-SUISSE*: Das Käfer-Label kommt mit 30 nachhaltig produzierten Produkten in die Filialen

September

CO₂-Kälteanlage: Denner eröffnet die erste Filiale mit einer eigenständigen CO₂-Kälteanlage und verzichtet damit freiwillig auf den Einsatz klimaschädlicher Kältemittel

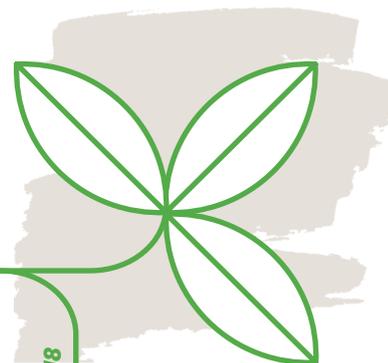
September

Einweg-Plastiksäcke: Denner unterzeichnet die freiwillige Branchenver-einbarung zur Reduktion von Einweg-Plastiksäcken, welche zusammen mit den Partnern der IG DHS und der SRF erarbeitet wurde

Oktober

Denner wird Mitglied von MSC* und ASC*

Denner wird Mitglied des Öbu



2018

2015

Januar

Klima- und Energie-Strategie 2020: Abnahme durch die Geschäftsleitung

April

Energie- und Umweltbilanz: Erscheint erstmals für das Jahr 2014

Juni

Abfall und Recycling Strategie 2020: Abnahme durch die Geschäftsleitung

September

Sortiment- und Lieferanten-Strategie 2020: Abnahme durch die Geschäftsleitung

Dezember

WWF-Umweltrating 2015: Denner ist im Rating im «oberen Mittelfeld»

Januar

Denner wird Mitglied der GGS (Gruppe grosser Stromkunden)

Februar

Denner spendet der Schweizer Berghilfe CHF 20 000.-

Mai

Jubiläum: 40 Jahre Denner Satellit/Partner

Juni

Nachhaltigkeitsbericht: Denner veröffentlicht den zweiten Bericht

Denner wird Partner des WWF

Unterzeichnung der Absichtserklärung an der Gründungssitzung für die Lancierung einer Schweizer Plattform für nachhaltigen Kakao

August

Denner wird Mitglied im Soja Netzwerk Schweiz

Oktober

Jubiläum: 50 Jahre Denner

Dezember

Absichtserklärung zu «Schweine Plus Gesund-heitsprogramm»

Denner spendet CHF 20 000.- der Theodora-Stiftung

Laufend im 2017

Ausbau IP-SUISSE Sortiment* auf über 70 Artikel

*Mehr zu den Labels auf den Seiten 40 / 41

Strategie und Vision des Unternehmens

Der Discountgedanke ist tief verwurzelt in der DNA von Denner. 50 Jahre nach der Eröffnung des ersten Denner Discount ist die Vision von Karl Schwenk Realität und Denner der führende Discounter der Schweiz. Das Jubiläumsjahr 2017 schliesst Denner mit einem sehr guten Ergebnis ab und stellt eindrücklich unter Beweis: Die Denner Strategie – einfach, nah und kleine Preise – ist heute aktueller denn je.

Aber was macht Denner so erfolgreich? Es ist die offene und ehrliche Unternehmenskultur, die seit Jahren gepflegt und gelebt wird. Und zwar Tag für Tag – mit viel Engagement. Die schlanken und effizienten Strukturen eines Discounters setzen

engagierte Mitarbeitende voraus, die ihr Handwerk verstehen. Diese Symbiose von Loyalität und Zielstrebigkeit macht die Einzigartigkeit von Denner aus, und ihn zur Nummer eins unter den Schweizer Discountern.

Unser Leitbild – Das ist Denner



Unternehmensgrundsätze und Werte

Die Unternehmensgrundsätze von Denner prägen unsere tägliche Arbeit. Wie ein roter Faden ziehen sich die Denner Werte durch den Arbeitsalltag der Mitarbeitenden und sorgen für überdurchschnittliche Leistungen in allen Unternehmensbereichen. Die erfolgreiche Umsetzung der Theorie in die Praxis widerspiegelt sich auch in den Umsatzzahlen, die seit acht Jahren konstant steigen und Denner an der Spitze der Schweizer Discounter hält. Die Nachhaltigkeitsstrategie baut auf diesen Grundwerten auf und stellt sicher, dass nachhaltiges Handeln nicht im Gegensatz zu unseren Werten steht, sondern sie optimal ergänzt.

Wertehaltung – ein Unternehmensgrundsatz

Der Verhaltenskodex des Migros-Genossenschaftsbundes (MGB) ist für das Tochterunternehmen Denner ebenfalls verbindlich. Er umfasst elf zentrale Grundsätze zur Einhaltung der gesetzlichen und internen Vorgaben und gibt die Leitplanken vor, innerhalb derer sich Denner bewegt. Die Berücksichtigung des Verhaltenskodex im Arbeitsalltag ist nicht nur eine Frage der Respektierung von Rechtsvorschriften, sondern vielmehr eine Wertehaltung, die unserem Handeln und unseren Entscheidungen stets zugrunde liegt.

Der Verhaltenskodex wurde 2014 eingeführt und beinhaltet die folgenden elf Grundsätze:

- In all unseren Handlungen sind wir verantwortungsbewusst, ehrlich und zuverlässig
- Wir respektieren die Gesetze und die internen Richtlinien
- Wir bestechen nicht und lassen uns nicht bestechen
- Wir bekennen uns zum freien und fairen Wettbewerb
- Wir vermeiden Interessenskonflikte oder legen diese rechtzeitig offen
- Wir gehen gewissenhaft mit vertraulichen Informationen um
- Wir tragen Sorge zu den Vermögenswerten der Migros-Gruppe
- Innerhalb der Migros-Gruppe gehen wir wertschätzend und respektvoll miteinander um
- Im Umgang mit unseren Kunden, unseren Geschäftspartnern und deren Behörden handeln wir verlässlich, fair und verantwortungsbewusst
- In unserer Kommunikation sind wir offen, ehrlich und klar
- In unseren Aktivitäten und Entscheidungen verfolgen wir das Prinzip der Nachhaltigkeit



Wir sind verantwortungsbewusst, ehrlich und zuverlässig.

Ein Grundsatz betrifft auch die Nachhaltigkeit, umso wichtiger ist es auch für uns, eine Balance zwischen Wirtschaftlichkeit, Ökologie und sozialem Engagement zu finden.

Mitarbeitende von Denner kennen den Verhaltenskodex des Unternehmens und wissen, an wen sie sich wenden können, falls Unstimmigkeiten auftreten. Verunmöglicht ein Sachverhalt aus Sicht der Mitarbeitenden den Dialog mit seinen direkten Vorgesetzten, so steht eine Compliance-Stelle zur Verfügung, die als neutraler Vermittler auftritt. Mitarbeitende können im Bedarfsfall sowohl die Compliance-Stelle von Denner als auch jene der Migros kontaktieren.

Leuchtturm-Werte

Ein erfolgreiches Unternehmen wie Denner zeichnet sich aus durch engagierte, loyale Mitarbeitende und eine starke Führung, die den Weg zum Erfolg aufzeigt und die Unternehmenswerte täglich vorlebt. Deshalb werden Denner Kadermitarbeitende regelmässig darin geschult, ihre Führungskompetenz weiter zu verbessern und ihre Vorbildfunktion wahrzunehmen.

Unter dem Projektnamen «Leuchtturm» sind alle Massnahmen zur Förderung der Unternehmenskultur und der Führungskompetenz zusammengefasst. In praxisorientierten Schulungen verinnerlichen Denner Mitarbeitende aller Führungsstufen die Unternehmensgrundsätze und lernen, diese in ihrem Berufsalltag als Repräsentanten des Unternehmens umzusetzen und aktiv vorzuleben. Kooperation, Integration und Dialog sind die tragenden Säulen der Denner Unternehmenskultur. Sie ermöglichen und fördern den Familiengedanken, für den Denner steht. Dies zeigt sich am besten am Beispiel der Lernenden bei Denner. Jährlich bleiben dem Unternehmen über 80 Prozent der Lehrabgänger erhalten, denn sie sind schon während ihrer Ausbildung Teil der Familie.

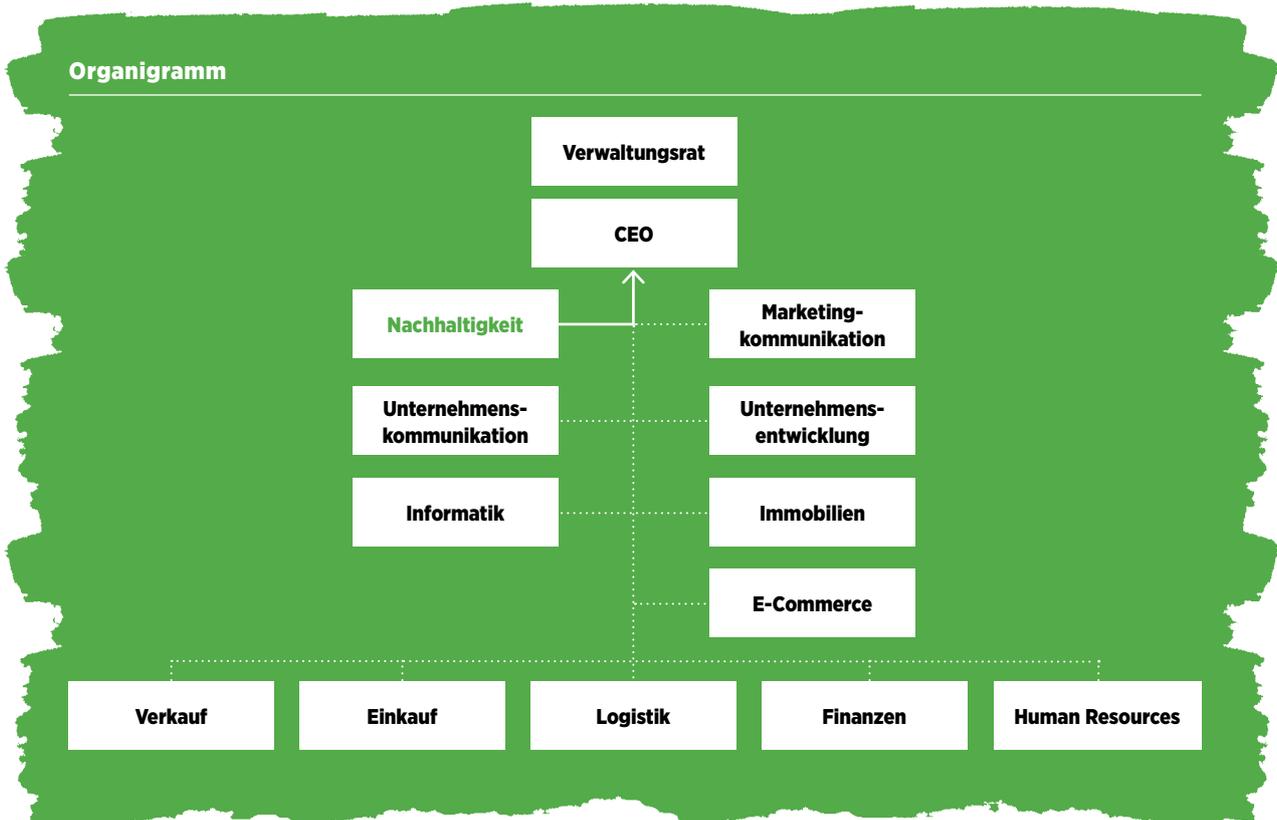
Die Organisationsstruktur

Denner ist ein erfolgsorientiertes Unternehmen, welches durch und durch den Discountgedanken lebt. Einfache und schlanke Strukturen, effiziente Abläufe und ausserordentlich engagierte Mitarbeitende haben das Unternehmen in den letzten Jahren zu dem gemacht, was es heute ist: Die klare Nummer eins unter den Schweizer Discountern. Denner ist dank über 800 Standorten immer nahe bei seinen Kunden und bietet einfach alles für den täglichen Bedarf zu den gewohnt kleinen Preisen.

Nachhaltigkeit ist bei Denner Chefsache. Christopher Rohrer, Leiter Nachhaltigkeit, rapportiert direkt an CEO Mario Irminger, dem es ein grosses Anliegen ist, nachhaltiges Handeln weiterzubringen. Denner hat es sich darum zur Aufgabe gemacht, sowohl interne wie auch externe Aufklärungsarbeit zu leisten und entsprechende Optimierungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette voranzutreiben. Das sind wir unserer Umwelt und unseren Nachkommen schuldig.

In allen Geschäftsbereichen stellen wir uns fortlaufend die Frage, wie wir unser ökologisches und gesellschaftliches Engagement ausbauen können.

Christopher Rohrer, Leiter Nachhaltigkeit



Auswirkung des Unternehmens auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft

Das nachhaltige Handeln von Denner zieht sich über die gesamte Wertschöpfungskette, und die Auswirkungen sind in allen drei Schwerpunkten «Umwelt», «Sortiment» und «Mensch» spürbar.

Auswirkung von Denner auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft

| | LIEFERKETTE (89 Prozent*) | | DENNER (5 Prozent*) | | KUNDE (6 Prozent*) | |
|---|---------------------------|--|---------------------|--------------------|--------------------|------------|
| | Produktion | | Handel | | Gesellschaft | |
| | Herstellung | Verarbeitung Verpackung Bereitstellung | Logistik | Verkauf Filiale | Konsum | Entsorgung |
| Umwelt | | | | | | |
| Treibhausgasemissionen | █ | | █ | | █ | |
| Energieeffizienz | | | █ | | | |
| Recycling | █ | | █ | | █ | |
| Foodwaste | █ | | █ | | █ | |
| Sortiment | | | | | | |
| Qualität & Produktsicherheit | █ | | █ | | █ | |
| Labelprodukte | █ | | █ | | █ | |
| Gute Agrarpraxis/ Ressourcenschonung | █ | | | | | |
| Tierwohl | █ | | | | | |
| Mensch | | | | | | |
| Führung & Kultur | | | █ | | | |
| Anstellungsbedingungen | | | █ | | | |
| Aus- und Weiterbildung | | | █ | | | |
| Arbeitssicherheit/Gesundheit | █ | | █ | | | |

* Umweltwirkung

Die Balken zeigen auf, wo wir mit unseren Massnahmen in der Nachhaltigkeitsstrategie einen direkten Einfluss haben.

Gemeinsame Wege beschreiten

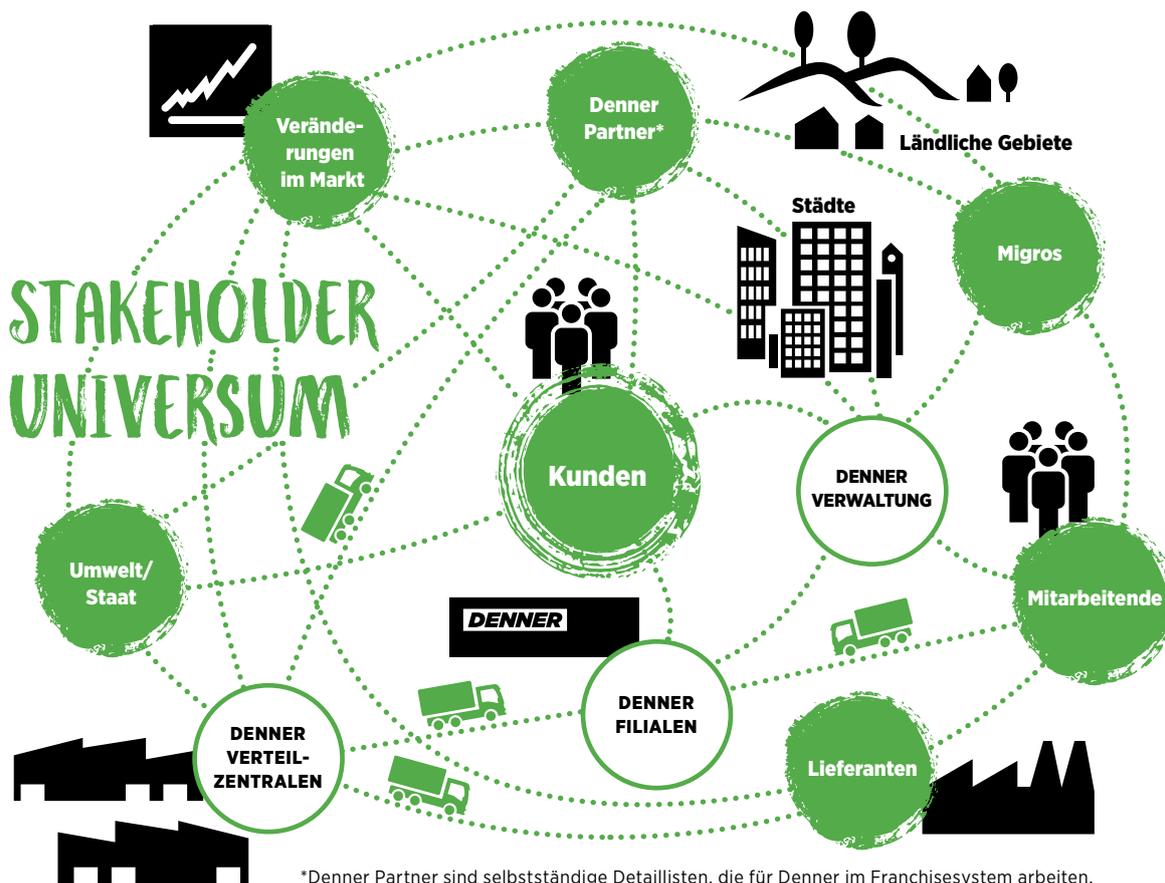
Interne wie externe Stakeholder helfen dem Unternehmen, in der Nachhaltigkeit Bedürfnisse zu evaluieren, Herausforderungen im Markt frühzeitig zu erkennen und gemeinsam Ziele in diesem Bereich zu definieren.

Unser Slogan bringt es auf den Punkt: Denner – Einer für alle. Egal ob in der Stadt oder auf dem Land, wo immer man sich in der Schweiz gerade befindet, der nächste Denner ist nicht weit. Über 800 Standorte in allen vier Sprachregionen sind einfach und bequem erreichbar – auch ohne Auto. Der Einkauf im Denner schont somit das Portemonnaie und die Umwelt, und auch das preiswerte Sortiment mit rund 300 zertifizierten Label-Produkten beweist, dass Denner nachhaltiger ist, als man denkt.

Denner trifft sich mehrmals jährlich mit den verschiedenen Stakeholdern, um einerseits über die Inhalte des Markenkerns zu sprechen, andererseits auch über die sich wandelnden Kundenbedürfnisse. Im Rah-

men dieses Berichtes wurde mit den Stakeholdern über mögliche Handlungsfelder in der Nachhaltigkeit gesprochen.

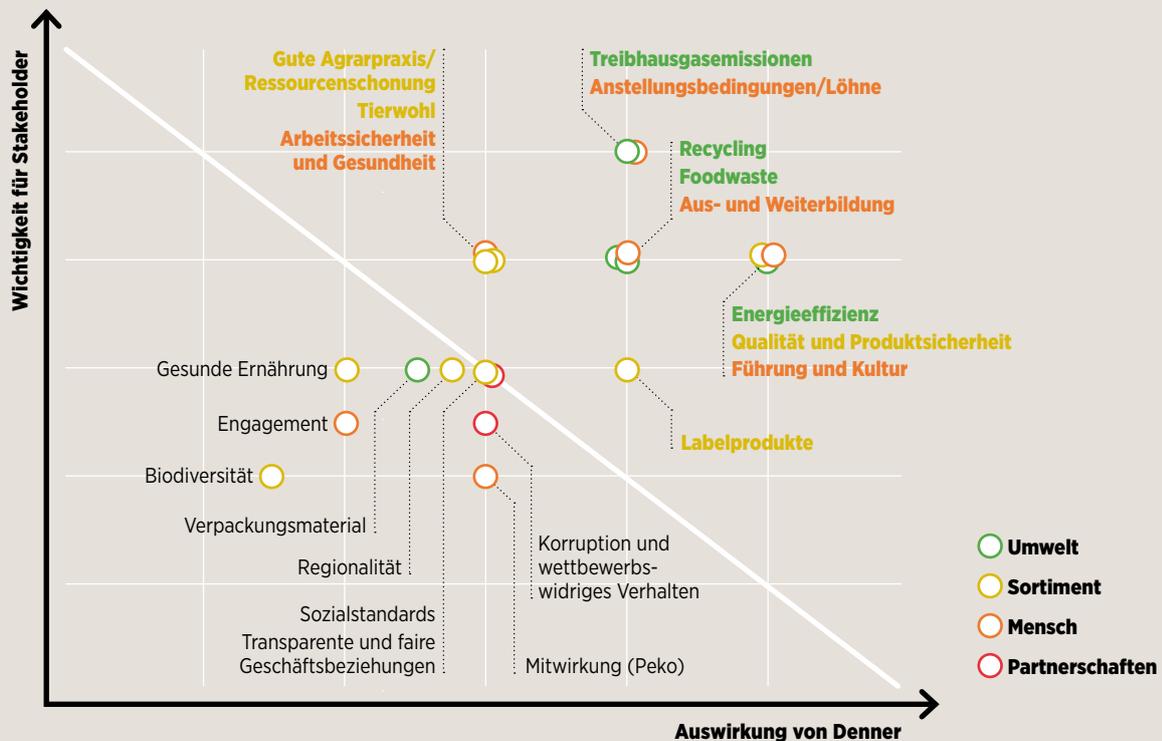
Denner erbringt den Beweis, dass Discount und nachhaltiges Handeln nicht im Widerspruch zueinander stehen, denn nachhaltig ist, wer nachhaltig handelt. Ein Leitsatz, den sich Denner auf die Fahne geschrieben hat. Denner optimiert laufend seine Prozesse, reduziert den Verbrauch von natürlichen Ressourcen und verbessert damit seinen ökologischen Fussabdruck. Auch in Zukunft wird Denner dank der umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie immer neue Massnahmen treffen, um die Ökobilanz des gesamten Unternehmens weiter zu verbessern.



*Denner Partner sind selbstständige Detaillisten, die für Denner im Franchisesystem arbeiten.

Das Wesentliche definieren

Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse wurden im direkten Gespräch mit unseren Stakeholdern Bedürfnisse und Themenfelder ermittelt, die für die Nachhaltigkeit von Denner wichtig sind.



Vor den Gesprächen mit den Stakeholdern wurden in einem internen Workshop mit den Verantwortlichen der Fachabteilungen die wesentlichen Themen der Nachhaltigkeit definiert. In Einzelgesprächen mit den Stakeholdern wurden anschliessend die Themenfelder besprochen, analysiert und zusammengefasst. Finalisiert wurde das Resultat aus den Gesprächen der Stakeholder durch den Denner Strategieausschuss und den Leiter Nachhaltigkeit. Das Ergebnis zeigt den Weg der Nachhaltigkeitsstrategie von Denner auf:

12 DER 21 THEMEN WURDEN ALS WESENTLICH IDENTIFIZIERT UND STEHEN IM ZENTRUM UNSERES NACHHALTIGEN ENGAGEMENTS.

Denner ist der führende Discounter der Schweiz, weil er seit einem halben Jahrhundert seinen Grundwerten treu bleibt: kleine Preise für den Konsumenten, Weitergabe jeglicher Preisvorteile und Fokussierung auf das Kerngeschäft. Eine nachhaltig erfolgreiche Strategie, welche die Basis legt für den wirtschaftlichen Erfolg.

Einer solchen Prinzipientreue folgt auch die Nachhaltigkeitsstrategie von Denner. In einer Wesentlichkeitsanalyse definiert Denner gemeinsam mit seinen

Stakeholdern die Signifikanz der einzelnen Themenfelder, um festzuhalten, wo Denner am meisten bewirken kann. Der regelmässige Austausch mit den Stakeholdern ermöglicht es Denner zudem, die Massnahmen in den einzelnen Themenfeldern auch kritisch zu hinterfragen und gegebenenfalls zu optimieren. In seinem Nachhaltigkeitsbericht zeigt Denner die wichtigsten Einflussbereiche des Unternehmens auf. Daneben werden aber auch nicht priorisierte Themenfelder abgehandelt, da diese ebenfalls zum nachhaltigen Handeln von Denner beitragen.

Kundenbedürfnisse im Zentrum unseres Handelns

Qualitätsgarantie



Qualitätscheck

640 Filialaudits durch Qualitätsmanagement
922 geprüfte Produkte durch externe Labors

Prüfung des Wareneingangs

3473 geprüfte Produkte in den Verteilzentralen
vor Zustellung in die Filialen

Degustationen

586 degustierte Produktreihen
(eine Produktreihe enthält zwischen
3 bis 5 Proben)

Produktreklamationen

Rund 1000 bearbeitete Kundenbeanstandungen
auf 143,9 Mio. Kunden im Jahr 2017

Inhaltsstoffe

Reduktion von kritischen Inhaltsstoffen wie
Palmöl, Salz und Zucker werden laufend geprüft



Soziale Verantwortung



Jugendliche fördern

Selbstständiges Führen einer Denner Filiale
durch Lernende

Caritas-Märkte

Jährlich CHF 250 000.- Produktesponsoring

Ausbildung und Weiterentwicklung

Individuelle Förderung der Mitarbeitenden -
von der Lehre bis zu Kaderpositionen

Spenden

Jährliches Sponsoring für karitative Projekte

Ökonomisch



Kleine Preise für alle

dank schlanker Unternehmensstrukturen

Effiziente Prozesse

Kosteneinsparungen werden mittels
Preisreduktionen an die Kunden weitergegeben

Faire Preise

entlang der gesamten Wertschöpfungskette



Zufriedenheit

Kundendienst

16 190 Kundenkontakte pro Jahr
66 330 Followers auf Facebook

Dialog

Durchschnittlich werden Anfragen innerhalb von 24 Stunden bearbeitet

Eigenmarke Denner

Preiswerte Alternativen zu Markenartikeln

«Zufrieden oder Geld zurück»

Bei einem Qualitätsmangel der Eigenmarke kann das Produkt jederzeit in die Filiale zurückgebracht werden

IM ZENTRUM UNSERES HANDELNS STEHT DER KUNDE UND DER ERHALT EINES GESUNDEN LEBENSRAUMES.



Nachhaltiges Handeln

(Rund 300 Labelartikel)

Standards

Labels garantieren für nachhaltig hergestellte Produkte

Gesundheit

Mehr Früchte und Gemüse in den Filialen

IP-SUISSE

Naturnahe Produkte zu fairen Preisen vom Bauern bis zum Konsumenten

Ökologisch

Nähe

811 Filialen zu Fuss in der ganzen Schweiz erreichbar

Transport

Dezentrale Organisation der Verteilzentralen für kurze Transportwege

Ökostrom

100 Prozent aus dem Alpenraum

LKWs

Alle Fahrzeuge erfüllen Abgasnorm Euro-5 oder Euro-6



Strategische Ziele ***2015 – 2020***

Schwerpunkt Umwelt

| Was wir bewirken | Stand | Ziele |
|--|-------|--|
| Reduktion CO₂-Emissionen Denner erfasst die CO ₂ -Emissionen im gesamten Unternehmen und entwickelt Massnahmen, um den Ausstoss fortlaufend zu reduzieren. | ● | In den Verteilzentralen senken wir den CO ₂ -Ausstoss um mindestens 20 Prozent. |
| | ● | Ab 2017 senken wir den CO ₂ -Ausstoss jährlich um mindestens 160 Tonnen durch neue klimafreundliche Kälteanlagen. |
| | ○ | Ausarbeitung eines langfristigen Planes, welcher den CO ₂ -Ausstoss drastisch senken soll. Die definierten Ziele sind ab 2018 umzusetzen. |
| | ◐ | Ab 2019 werden Warentransporte nur noch mit Fahrzeugen mit der Abgasnorm Euro 6 oder höher durchgeführt. |
| | ○ | Der Anteil Bahntransport soll weiter ausgebaut werden. |
| | ● | Ab 2016 nur noch Strom aus erneuerbaren Energiequellen für das gesamte Unternehmen. |
| Steigerung Energieeffizienz Durch ein umfassendes Energiemanagement senkt Denner den Stromverbrauch und steigert laufend seine Energieeffizienz. | ● | In den Verteilzentralen steigern wir die Energieeffizienz auf mindestens 106,4 Prozent (Basis 2013). |
| | ● | In der Verwaltung steigern wir die Energieeffizienz auf mindestens 111,4 Prozent (Basis 2013). |
| | ○ | Die Energieeffizienz in den Filialen soll um 15 Prozent steigen. |
| Erhöhung Recyclingquote Alle Denner Mitarbeitenden tragen dazu bei, die Recyclingquote jährlich zu steigern, wertvolle Rohstoffe der Wiederverwertung zuzuführen und die Foodwastequote zu reduzieren. | ● | Im Umweltmanagement-System erfassen wir jährlich alle wesentlichen Wertstoff-Fractionen in Tonnen. |
| | ● | Neues Entsorgungskonzept für organische Abfälle aus Filialen zur Verwertung in Biogasanlagen ab 2016. |
| | ● | Erstellung eines Entsorgungskonzepts/-handbuchs für Verwaltung, Logistik und Verkauf. |
| | ● | Schulung/Sensibilisierung der Mitarbeitenden (Schwerpunkt Verkauf und Logistik) im Umgang mit Abfall/Wertstoffen. |
| Reduktion Verpackungsmaterial Durch die Verwendung von nachhaltigen Materialien und die Reduktion des Verpackungsmaterials schont Denner natürliche Ressourcen. | ○ | Verpackungsmaterial ist auf das notwendige Minimum zu reduzieren. |
| | ○ | Verpackungsmaterialien sollen nach Möglichkeit aus nachhaltiger Herkunft (Recycling oder FSC) sein. Der Anteil wird laufend erhöht. |
| | ◐ | Wo immer sinnvoll, werden Mehrweggebinde eingesetzt. |

Legende: ● Erreicht ◐ Auf Kurs ○ In Bearbeitung

Schwerpunkt Sortiment

| Was wir bewirken | Stand | Ziele |
|--|-------|--|
| Labelprodukte Labels schaffen Transparenz und unterstützen unsere Kunden beim Kaufentscheid. Darum erweitert Denner konstant sein Sortiment an zertifizierten Produkten. | ● | Denner ist sich seiner ökologischen Verantwortung bewusst und hat sich ehrgeizige Ziele in Bezug auf die Umweltverträglichkeit seiner Produkte gesteckt. So soll der Anteil der Label-Produkte (z. B. IP-SUISSE) stetig erhöht werden. |
| | ● | 100 Prozent aller Eigenmarken-Tafelschokoladen und ca. 85 Prozent aller Eigenmarken-Kaffeessorten sind UTZ-zertifiziert. |
| Agrarpolitik Die nachhaltige Bewirtschaftung der Böden, Wälder und Gewässer ist ein entscheidendes Kriterium bei der Auswahl der Produkte für das Denner Sortiment. | ● | Mindestens 95 Prozent des Früchte- und Gemüse- sowie des Blumen- und Pflanzen-Sortiments sind GlobalG.A.P.- oder äquivalent zertifiziert. |
| | ● | Das Palmöl für die Denner Eigenmarkenprodukte ist zu 100 Prozent RSPO-zertifiziert. Bis 2022 wird im Bereich Food nur noch zertifiziertes Palmöl der Stufe Segregated eingesetzt. Im Bereich Nearfood wird bis 2020 nur noch zertifiziertes Palmöl eingesetzt, das mindestens der Stufe MassBalanced entspricht. |
| | ○ | Bis 2019 sind 100 Prozent der Papierprodukte (WC-Papier, Servietten, etc.) der Denner Eigenmarken aus Recyclingmaterial oder erfüllen die FSC-Kriterien. Diese Zielsetzung wurde 2017 mit dem WWF angepasst. Das gesamte Papier im betrieblichen Umfeld (Briefpapier, Drucksachen, etc.) ist zu 100 Prozent Recyclingmaterial. |
| | ○ | Bereits heute verzichtet Denner komplett auf den Verkauf von Fisch und Meeresfrüchten, die vom Aussterben bedroht sind. Ab 2018 verkauft Denner nur noch Fisch und Meeresfrüchte aus nachhaltigen Quellen. Der Labelanteil (MSC/ASC/Bio) soll bis 2020 auf 62 Prozent steigen. |
| Tierwohl Denner baut sein Sortiment an Schweizer Lebensmitteln laufend aus und setzt damit hohe Standards beim Tierwohl. | ● | Der Schweizer Tierschutzstandard gehört zu den höchsten weltweit. Der Anteil Schweizer Fleisch soll mindestens 80 Prozent betragen. |
| | ● | Kaninchenfleisch aus Import wird ausschliesslich von Betrieben bezogen, die den Schweizer Tierschutzstandard einhalten. |
| | ● | Denner verzichtet bei allen Eigenmarkenartikeln komplett auf den Verkauf von Eiern aus Käfighaltung, sowohl bei Frischeiern wie auch bei zusammengesetzten Produkten. |
| Sozialstandards Denner verlangt faire Arbeitsbedingungen entlang der gesamten Lieferkette bis zurück zum Produzenten und Landwirt. | ● | BSCI und GlobalG.A.P. GRASP prüfen und gewährleisten die Einhaltung der Richtlinien bis zum Ursprungsort und sorgen damit für Transparenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Bis 2022 sollen mindestens 95 Prozent aller Denner Eigenmarken-Lieferanten in Risikoländern auditiert sein. |
| Produktsicherheit Stengste Anforderungen an die Produktsicherheit stellen die konstant hohe Qualität des Denner Sortiments sicher. | ● | Die Lebensmittelsicherheit ist oberstes Ziel. Mindestens 97 Prozent aller Lieferanten sind GFSI- oder äquivalent zertifiziert oder auditiert. |
| GVO Ursprünglichkeit und Natürlichkeit der Produkte geniessen bei Denner einen hohen Stellenwert. | ● | Denner verzichtet auf den Verkauf von gentechnisch veränderten Produkten gemäss GVO-Verordnung. |

Legende: ● Erreicht ● Auf Kurs ○ In Bearbeitung

Schwerpunkt Mensch

| Was wir bewirken | Stand | Ziele |
|--|---|--|
| Arbeitgeber Denner ist der führende Discounter der Schweiz und mit fairen, marktgerechten Löhnen und zeitgemässen Anstellungsbedingungen ein attraktiver Arbeitgeber. | <ul style="list-style-type: none"> ● ● ● | Denner bietet eine faire und marktgerechte Entlohnung und gute Sozialleistungen einschliesslich einer Pensionskasse und garantiert auch für Ungelernte einen Mindestlohn, der über dem Branchendurchschnitt liegt. Denner fördert seit 2013 eine Personalkommission, die aus Vertretern aller Unternehmensbereiche und Sprachregionen zusammengesetzt ist. Sämtliche Mitarbeitende des Verkaufs, der Logistik und des Kaders profitieren von grosszügigen sechs Wochen Ferien im Jahr. |
| Führung und Kultur (Projekt Leuchtturm) Die Unternehmenskultur prägt auch die Führungskultur, die getragen wird von den drei Basiswerten Dialog, Integration und Kooperation sowie den zentralen Begriffen Entwicklungsfähigkeit, Führungskompetenz und Erfolgsorientierung. | <ul style="list-style-type: none"> ◐ ● | Entwicklung eines unternehmensweiten, situativen und menschenorientierten Führungsverhaltens, welches über alle Stufen zum Einsatz kommt. Alle Kadermitarbeitenden absolvieren jährlich mindestens zwei Ausbildungstage zur Weiterentwicklung der Führungskompetenz. |
| Aus- und Weiterbildung Denner sichert seine Wettbewerbsfähigkeit durch die kontinuierliche Aus- und Weiterbildung und die gezielte Förderung der individuellen Stärken seiner Mitarbeitenden. | <ul style="list-style-type: none"> ◐ ◐ | Die Anzahl interner Ausbildungstage auf allen Stufen wird jährlich gesteigert. Die Anzahl Lernende wird bis 2020 auf 120 Stellen ausgebaut. Dieses Ziel wurde 2017 angepasst. |
| Sicherheit und Gesundheit Gesunde und motivierte Mitarbeitende bilden das Fundament unseres Erfolgs. Präventive Massnahmen, unabhängige Anlaufstellen und regelmässige Schulungen stellen sicher, dass dies so bleibt. | <ul style="list-style-type: none"> ● ◐ | Bildung einer externen, unabhängigen und neutralen Anlaufstelle, die sich der Anliegen der Mitarbeitenden annimmt. Erstellung eines Handbuchs und Schulungen zum Thema Arbeitssicherheit, Unfallprävention und Gefahrenerkennung. |
| Engagement Denner übernimmt Verantwortung und beteiligt sich an Pionierprojekten im gesellschaftlichen Wandel und zusätzlich an karitativen Projekten zugunsten unterstützungsbedürftiger Menschen und Organisationen. | <ul style="list-style-type: none"> ● ● | Denner unterstützt den Förderfonds Engagement der Migros-Gruppe mit einem jährlichen Beitrag im Umfang von mindestens CHF 4 Mio. Denner unterstützt die Caritas-Märkte mit einem jährlichen Produktsponsoring von CHF 250 000.-. |

Legende: ● Erreicht ◐ Auf Kurs ○ In Bearbeitung

Die drei Themenschwerpunkte

Nachhaltigkeit ist ein Grundsatz, der unsere Entscheidungsfindung bestimmt, deshalb setzen sich Denner Mitarbeitende täglich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander. Gemeinsam arbeiten wir daran, die Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie in allen Unternehmensbereichen zu erfüllen.

Schwerpunkte: Umwelt, Sortiment, Mensch

Die Nachhaltigkeitsstrategie setzt drei Schwerpunktthemen fest, um die Zielsetzungen verständlicher zu gliedern und leichter zu kontrollieren. In den verschiedenen Bereichen der drei Schwerpunktthemen kommen Stakeholder zu Wort, die im letzten Jahr dazu beigetragen haben, unseren Zielsetzungen einen Schritt näher zu kommen.



Umwelt

Die Erde ist unsere wichtigste Ressource. Deshalb ergreift Denner Massnahmen, um die Umwelt zu schonen und wertvolle Lebensräume für Pflanzen und Tiere zu erhalten.

Was wir bewirken möchten...

- Reduktion der CO₂-Emissionen
- Steigerung der Energieeffizienz
- Erhöhung der Recyclingquote
- Reduktion von Verpackungsmaterial
- Reduktion von Lebensmittelverschwendung / Foodwaste

2



Sortiment

Die Herstellung und Verarbeitung von Denner Produkten bedingt nachhaltiges Handeln. Dabei dürfen weder Menschen noch Tiere leiden, noch darf die Umwelt unnötig belastet werden.

Was wir bewirken möchten...

- Hohe Produktqualität und Qualitätssicherung für unsere Kunden
- Ressourcen schonen (d. h. gute Agrarpraxis, Schutz der Meere und Wälder)
- Strikte Tierschutz-Vorschriften einhalten
- Soziale Arbeitsbedingungen bei den Lieferanten durchsetzen
- Hohe Qualität und Sicherheit der Produkte garantieren

3



Mensch

Der Mensch als Individuum ist respektvoll zu behandeln und steht stets im Zentrum des unternehmerischen Handelns – sowohl als Mitarbeitender als auch als Kunde.

Was wir bewirken möchten...

- Ein attraktiver Arbeitgeber mit fairen Anstellungs- und Arbeitsbedingungen sein
- Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz gewährleisten
- Konstante Aus- und Weiterbildung für unsere Mitarbeitenden
- Soziales Engagement fördern



47

**Mio. Liter Erdöl
werden jährlich gespart.**

Robert Bühler,
Präsident PET-Recycling Schweiz
«Die höchste Stufe des PET-Recyclings
ist der geschlossene Flaschenkreislauf.
Wenn aus alten PET-Getränkeflaschen
neue entstehen, können jährlich 47 Mio.
Liter Erdöl gespart werden. Dank Sammel-
stellenbetreibern wie Denner und der
freiwilligen Sammelleistung der Bevölke-
rung konnte die Schweiz als erstes
Land den PET-Kreislauf schliessen.»

Schwerpunkt ***Umwelt***

Unser tägliches Handeln spiegelt sich in unserer Umwelt wider, deshalb trifft Denner in allen Einflussbereichen des Unternehmens vielfältige Massnahmen, die zur Schonung natürlicher Ressourcen beitragen und zum Ziel haben, eine intakte Umwelt für künftige Generationen zu bewahren.

SCHWERPUNKT UMWELT

Bewährte und neue Massnahmen leisten einen gewichtigen Beitrag zur Wiederverwertung von Wertstoff-Fractionen und tragen so zu einem geschlossenen Kreislauf eines Produktes bei. Denner Mitarbeitende werden regelmässig zu Themen der Abfallentsorgung und der Wiederverwertung von Wertstoffen geschult. Von den 20 000 Tonnen Abfällen, die in allen Unternehmensbereichen anfallen, werden 15 800 Tonnen Wertstoffe* gesammelt und wiederverwertet. Das nachfolgende Kapitel zeigt auf, welche Wertstoff-Fractionen zur Ressourceneffizienz beigetragen haben.

Recycling

Mitglied PET-Recycling Schweiz

Als Mitglied des Vereins PET-Recycling Schweiz trägt Denner zum geschlossenen Kreislauf des PET-Recyclings massgeblich bei. Leere PET-Flaschen werden in den Filialen gesammelt und in den Rohstoffkreislauf zurückgeführt. Bei der Beschaffung von leeren PET-Flaschen für die Eigenmarkenprodukte entrichtet Denner einen vorgezogenen Recyclingbeitrag und hilft damit das nationale Sammelsystem und den Rohstoffkreislauf zu finanzieren. Denner ist im Vorstand des Vereins PET-Recycling Schweiz vertreten, der 1990 gegründet wurde und sich seit dem Inkrafttreten der Ver-

ordnung über Getränkeverpackungen (VGV) mit der Sammlung von PET-Getränkeflaschen befasst.

Schonender Umgang mit natürlichen Ressourcen

Plastiksäcklein: Die Endlichkeit vieler natürlicher Ressourcen verpflichtet zu einem schonenden Umgang mit wertvollen Rohstoffen. Denner spart dank verschiedener Massnahmen natürliche Ressourcen in den Filialen, den Verteilzentren und der Verwaltung ein und beeinflusst dabei auch

*PET, Karton/Papier, Folien, Elektroschrott, Batterien und organische Abfälle.



Die von Denner gesammelten PET-Flaschen werden in den eigenen Verteilzentren zusammengepresst.

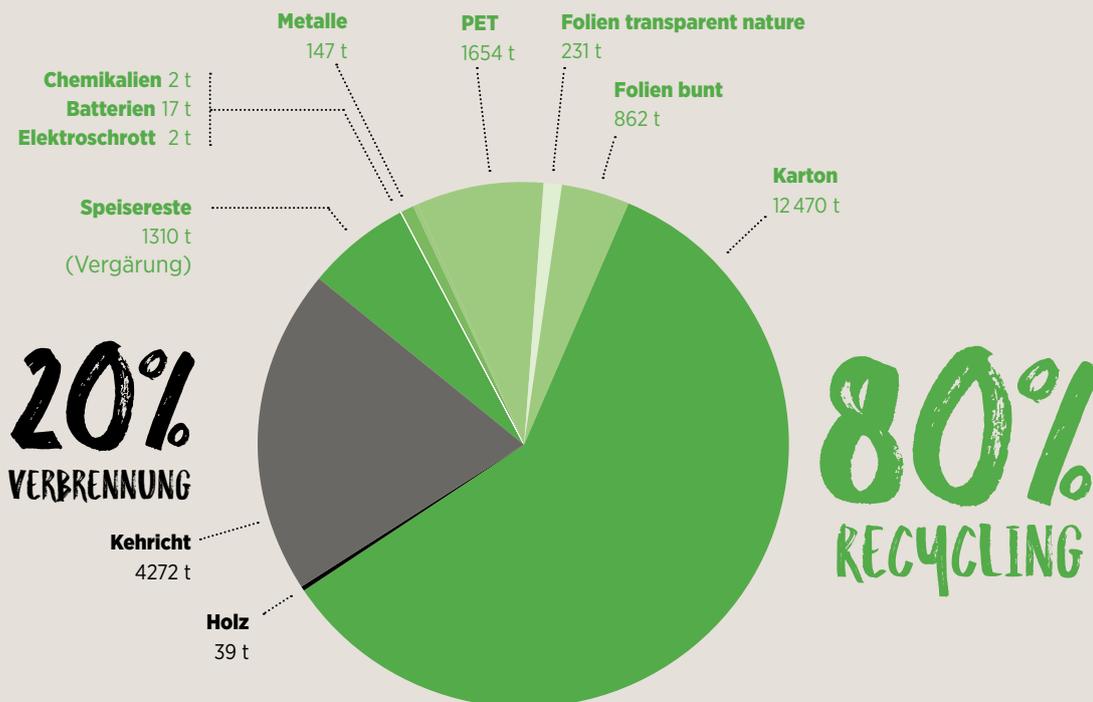


Die PET-Flaschen laufen über einen Metallabscheider. So werden auch Etiketten mit einem Aluminiumanteil ausgeschieden. Danach kommen die Flaschen in die Mühle, wo sie mit Messern auf 12mm Grösse geschnetzelt werden.

die Wahrnehmung von Mitarbeitenden und Kunden. So zum Beispiel mit der Einführung der Gebüh- renpflicht für Plastiksäcklein, die bis im September 2017 gratis an der Kasse in Selbstbedie- nung angeboten wurden. Im Rahmen einer freiwilligen Bran- chenvereinbarung ersetzte Denner diese Plastik- säcklein durch widerstandsfähigere Säcklein aus 100 Prozent Recyclingmaterial und verlangte fortan eine Gebühr von fünf Rappen pro Stück. Zudem sind die neuen Säcklein nicht mehr in Selbstbedie- nung erhältlich, sondern müssen bei den Kassenmit- arbeitenden verlangt werden. Diese Massnahme senkte den Verbrauch der Säcklein umgehend um mehr als 70 Prozent.

Als Discounter ist Denner auf effiziente Prozesse aus, deshalb wird das bewusste Recycling gefördert und der Anteil an betrieblichem Restmüll bereits auf ein Minimum reduziert. Folgende Wertstoffe wurden im Berichtsjahr getrennt und fachgerecht entsorgt:

Mengenmässige Recyclingquote 2017



Sofern gefährliche Abfallstoffe vorhanden sind, werden diese fachgerecht entsorgt.

Bewusster Umgang mit Lebensmitteln

Der bewusste Umgang mit Lebensmitteln ist für Denner nicht nur ein ökonomischer, sondern auch ein ökologischer Faktor. Als einer der grössten Detailhändler der Schweiz hat Denner eine wichtige Vorbildfunktion in Bezug auf den Wert, den wir unseren Lebensmitteln beimessen. Deshalb sensibilisieren zahlreiche Massnahmen sowohl Mitarbeitende als auch Kunden für einen bewussteren Umgang mit Nahrungsmitteln.

Foodwaste minimieren

Als Discounter mit schlanken Unternehmensstrukturen sind Warengeschäft und Logistik von Denner ganz auf Effizienz getrimmt. Das Sortiment besteht zu einem grossen Teil aus lang haltbaren Artikeln mit einem hohen Warenumsatz. Die Filialen haben aus diesem Grund keine grossen Lagerflächen und werden mehrmals pro Woche beliefert. Damit hält

Denner das Risiko von Lagerüberschüssen und Foodwaste in den Filialen klein. Lebensmittel, die aufgrund ihres Mindesthaltbarkeitsdatums nur noch wenige Tage verkauft werden dürfen, bietet Denner mit einem grossen Rabatt an. Auffällige, grüne 25-Prozent-Rabatt-Kleber erhöhen ein bis zwei Tage vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums die Chance auf den rechtzeitigen Konsum des Produktes. Am letztmöglichen Verkaufstag wird der Rabatt auf 50 Prozent erhöht. Als zusätzliche Sensibilisierung haben die grünen Rabattkleber den Aufdruck: «Save Food – Lebensmittel sind wertvoll». So machen die Kleber auch optisch auf die Rabatte und die Foodwaste-Thematik aufmerksam. Durch dieses erprobte System fallen bei Denner sehr wenige Lebensmittel an, die nicht mehr verkauft werden dürfen.

Auch in den Verteilzentralen halten verschiedene Massnahmen die Foodwaste-Quote tief. Neben der Sorgfalt der Mitarbeitenden im Umgang mit Lebensmitteln oder den technischen Hilfsmitteln, zum Beispiel zur Einhaltung der Kühlketten, findet in verschiedenen Verteilzentralen monatlich ein Ladenverkauf für Mitarbeitende statt. Noch geniessbare, aber durch Verpackungsfehler oder Beschädigungen unverkäufliche Ware wird vergünstigt an die Mitarbeitenden abgegeben. Weiter werden organische Abfälle, die in den Verteilzentralen anfallen und jene, die in den Filialen gesammelt und an die Verteilzentralen zurückgeschickt werden, bei entsprechenden regionalen Anbietern zu Biogas weiterverarbeitet.

Organische Abfälle

Organische Abfälle werden seit 2016 in den Filialen gesammelt. So werden unverkäufliche oder nicht mehr für den Verzehr geeignete Lebensmittel nicht nutzlos entsorgt, sondern helfen in Form gewonnener Energie, natürliche Ressourcen zu schonen.

Lokale Hilfsorganisationen unterstützen

Denner stellt lokalen karitativen Organisationen jedes Jahr rund 75 Tonnen beschädigte oder überschüssige Ware zur Verfügung. Daneben beteiligt sich Denner am namhaften Betrag von CHF 680 000.– zugunsten der Organisationen «Schweizer Tafel» und «Tischlein deck Dich». Dieses Engagement erfolgt im Rahmen der Mitgliedschaft in der Interessensgemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG Detailhandel Schweiz). Die IG Detailhandel unterstützt das Projekt «Food-Bridge», das dafür sorgt, dass mehr Lebensmittel aus dem Handel gespendet anstatt weggeworfen zu werden.

MIT DEN FOODWASTE-KLEBERN HÄLT DENNER DAS RISIKO VON LAGERÜBERSCHÜSSEN UND FOODWASTE IN DEN FILIALEN KLEIN.



13

Prozent Energieeinsparnis in den Verteilzentralen

Urs Blaser,
Leiter Verteilzentrale Lyss, Denner AG
«Der Einbau von LED-Beleuchtungen
und die Umstellung auf Fernwärme in der
VZ Mägenwil sowie Erdgas in der
VZ Schmitten trugen 2017 massgeblich
zur Optimierung der Energieeffizienz
und der Senkung der Treibhausgasemis-
sionen bei. In der VZ Lyss wurden Ende
2017 Kälteanlagen mit natürlichen Kälte-
mitteln in Betrieb genommen. Den
grössten Erfolg haben wir bei den Mitar-
beitenden erzielt, die den Nachhaltig-
keitsgedanken fest verankert haben.
Darauf sind wir sehr stolz.



Treibhausgasemissionen senken

CO₂-Bilanz

Bereits 2013 formulierte Denner konkrete Ziele zur Reduktion des CO₂-Ausstosses. So verpflichtete sich Denner, den CO₂-Ausstoss in den Logistikstandorten und der Verwaltung bis 2020 um mindestens 15 Prozent zu senken. Dieses Ziel wurde bereits im Folgejahr mit 23 Prozent klar übertroffen. 2017 verbesserte Denner erneut seine Umweltbilanz, indem er den CO₂-Ausstoss erneut um 11,4 Prozent verminderte. Seit 2010 wurde der CO₂-Ausstoss aus Brennstoffen in den Logistikstandorten sogar um 39,8 Prozent gesenkt.

Kälteanlagen in den Filialen

Der Einsatz von klimaschädlichen Kältemitteln bei Neu- und Ersatzanlagen gehört in den Denner Filialen der Vergangenheit an. Seit Sommer 2016 werden bei allen Neu- und Ersatzanlagen umweltfreundliche natürliche Kältemittel eingesetzt. Diese freiwillige Massnahme geht über die gesetzlichen Vorgaben hinaus und ermöglicht jedes Jahr CO₂-Einsparungen im Umfang von 160 Tonnen. Mit der Installation der ersten Propangasanlage in Villmergen AG geht Denner sogar noch einen Schritt weiter und testet eine vielversprechende Technologie, die in naher Zukunft Perspektiven eröffnet für zusätzliche Emissions-Senkungen.

Fernwärmezentrale auf dem Gelände von Mägenwil gebaut

Auf dem Gelände der Denner Verteilzentrale in Mägenwil wurde 2017 eine Fernwärmezentrale für die Gemeinde Mägenwil erstellt. Denner hat den Eigentümern für den Bau der Anlage ein über 750m²

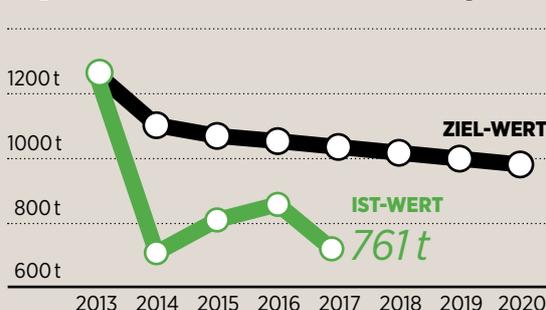
grosses Gelände im Baurecht überlassen. Die Fernwärmezentrale erzeugt Energie aus dem natürlichen Rohstoff Holzschnitzel. Die Inbetriebnahme erfolgte im Oktober 2017. Die Fernwärmezentrale produziert ca. 4000 MWh Energie pro Jahr und versorgt Industrie, Gemeindegebäude und künftig auch Wohnüberbauungen auf dem gesamten Gemeindegebiet. Die Fernwärmezentrale trägt zu einer Reduktion des CO₂-Ausstosses von ca. 800 Tonnen jährlich bei. Auch Denner bezieht die Wärme aus der Fernwärmezentrale und verzichtet damit, wie in der Klima- und Energiestrategie 2020 des Unternehmens festgehalten, auf die Wärmeerzeugung durch fossile Brennstoffe wie Öl und Gas. Die CO₂-Bilanz des Unternehmens wird dadurch ebenfalls entlastet.

Rund 330 Tonnen CO₂-Reduktion dank Anbindung der Verteilzentrale Mägenwil an die neue Fernwärmezentrale.

Warentransport

Auslastung der Lastwagen und kombinierter Verkehr
Das Denner Filialnetz gehört mit über 800 Standorten (Denner Filialen und Denner Partner Betriebe) zu den grössten im Schweizer Detailhandel. Einen ressourceneffizienten Tourenplan zu erstellen, der die

CO₂-Ausstoss aus Brennstoffen in der Logistik



SEIT 2013 WURDE DER CO₂-AUSSTOSS AUS BRENNSTOFFEN IN DEN LOGISTIK-STANDORTEN UM 39,8 PROZENT GESENKT.



Engagierte Mitarbeitende in den Verteilzentralen haben den Nachhaltigkeitsgedanken fest verankert.

Umwelt über die ganze Wertschöpfungskette schont, ist unabdingbar. Deshalb wurde der Warentransport in den letzten Jahren optimiert, um eine bestmögliche Auslastung der Lastwagen sicherzustellen. Wir vermeiden Leertransporte, denn jeder Lastwagen nimmt nach Auslieferung der Ware in den Filialen Recycling-Material zurück und holt auf dem Retourenweg – wo immer möglich – neue Ware bei den Lieferanten ab. Der Auslastungsgrad der Lastwagen blieb auch 2017 unverändert bei 98 Prozent.

In Zusammenarbeit mit der Migros-Transportorganisation werden, wenn immer möglich, Abholungen durch Denner organisiert, um auch die Migros-Flotte besser auszulasten. Wo sinnvoll und es der Tourenplan erlaubt, führt die Migros auch Auslieferungen für die Denner Filialen durch, nimmt Leergut mit oder holt Waren von den Lieferanten ab.

Effizienter wurden auch die internationalen Weintransporte. Seit 2015 wurden drei Prozent des Weinvolumens neu in Tanklastzügen bestellt. Dadurch kann das transportierte Volumen ohne Flaschen wesentlich erhöht werden.

Um die Umweltbilanz zu verbessern, verlagert Denner den Transport auf den Bahnverkehr. Seit August 2015 transportiert Denner über 37 000 Tonnen Ware auf der Nord-Süd-Achse und seit Oktober 2017 wurde der kombinierte Verkehr ausgebaut, so dass eine dritte Linie den Bahnverkehr ins Tessin sicherstellt. Daraus resultierten über 870 000 gefahrene Bahnkilometer.

Damit auch die internationale Beschaffung auf die Bahn umgelegt werden kann, prüft ein internes Team laufend die verschiedenen Optionen zur Optimierung der CO₂-Bilanz.

Fahrzeuge der höchsten Energieklassen

Denner pflegt einen intensiven Austausch mit seinen Transportunternehmen, um die Umweltbelastung so gut wie möglich zu reduzieren.

DER AUSLASTUNGSGRAD
DER LASTWAGEN
BLIEB AUCH 2017
UNVERÄNDERT BEI

98%





40

Prozent CO₂-Reduktion durch Optimierungen und Brennstoffumstellungen seit 2010

Marcus Dredge,
Leiter Energieeffizienz und Klimaschutz,
Migros-Genossenschafts-Bund
«Von der Denner Klima- und Energie-
strategie über die Identifikation von Energie-
einsparpotenzialen bis zur operativen
Unterstützung bei der konkreten Umsetzung
unterstützen wir Denner. Bei den Zielen
ist Denner zurzeit gut unterwegs – aber es
bleibt auch noch einiges zu tun und da-
her ist es wichtig, dass Denner seine Stra-
tegien und Massnahmen stetig weiter-
entwickelt und das tagtägliche Engagement
für Energieeffizienz und Klimaschutz
aufrechterhält.»

Energieeffizienz verbessern

Von den 124 Lastwagen, die 2017 im Auftrag von Denner zum Einsatz kamen, fuhren 60 Prozent mit der Abgasnorm «Euro-6», die restlichen mit der Abgasnorm «Euro-5». Ziel ist, ab 2019 sämtliche Strecken nur noch durch Lastwagen mit Abgasnorm «Euro-6» oder höher zurückzulegen.

Dank der langjährigen, erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen Denner und den beauftragten Transportunternehmen, gewinnt das Thema Nachhaltigkeit auch bei externen Partnern selbst an Wichtigkeit. Die Denner Philosophie ist Bestandteil ihrer Firmenkultur, denn die Transportunternehmen identifizieren sich sehr stark mit den Werten von Denner. Die gegenseitige Loyalität bildet die beste Basis für eine nachhaltig gute Zusammenarbeit im Sinne der Umwelt.

Filialnetz

Die Reduktion des Energieverbrauchs in den Filialen wird weiter vorangetrieben. Ende 2016 wurden im Rahmen der Umsetzung des neuen Ladenkonzeptes «Fokus» über 450 Filialen mit LED-Beleuchtung ausgerüstet und damit der Energieverbrauch um 50 Prozent reduziert. Per Ende 2017 wurden weitere zehn Denner Filialen mit LED-Beleuchtung ausgerüstet. Bis spätestens Mitte 2019 werden alle Läden mit LED-Beleuchtung nachgerüstet sein.

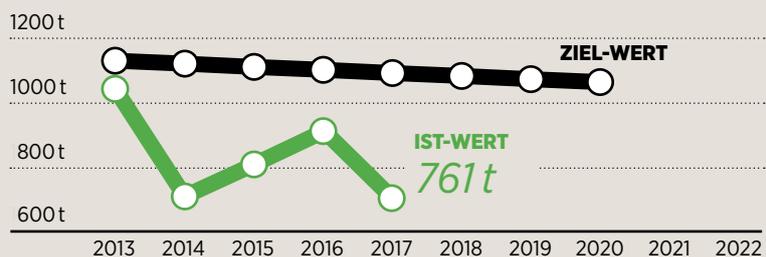
Verteilzentralen

Sparsamer wurden auch die Denner Verteilzentralen: Wo immer möglich, werden LED-Leuchtmittel eingesetzt, die den Energiehaushalt entlasten. Die Umstellung der Beleuchtung auf LED fand sowohl im

Ergebnisse aus den Zielvereinbarungen für die fünf Verteilzentralen



Emissionsziel (Tonnen CO₂-eq)



Energieeffizienz (in Prozent)



In Zusammenarbeit mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) wurden Massnahmen erarbeitet, um die Energieeffizienz zu steigern und CO₂-Emissionen zu reduzieren. Die beiden Grafiken zeigen das nachhaltige Engagement in den Verteilzentralen.

SCHWERPUNKT UMWELT

Lager wie auch in den Büros statt. In der Verteilzentrale in Lyss kommen beim Wareneingang für gekühlte Produkte bei den Kühlanlagen umweltschonende Kühlmittel zum Einsatz. 2018 wird das Lager erweitert und auch dort auf umweltfreundliche Kühlung gesetzt. Weiter wurde sämtliche Beleuchtung im Bereich der Umbauten mit LED ausgerüstet. In der Verteilzentrale Schmitten verbesserte der Wechsel von Heizöl auf Gas die Energieeffizienz. Weiter wurde die Halbpaletten-Maschine mit einer der neusten Technologie ersetzt, die Verbesserungen beim Energieverbrauch und der Ergonomie zur Folge hat. Am Standort Mägenwil reduziert die Verteilzentrale den Energieverbrauch dank der Installation einer Ballenpresse neuester Technologie, die für die Pressung diverser Abfälle genutzt wird, um sie in adäquater Form der Wiederverwertung zuzuführen.

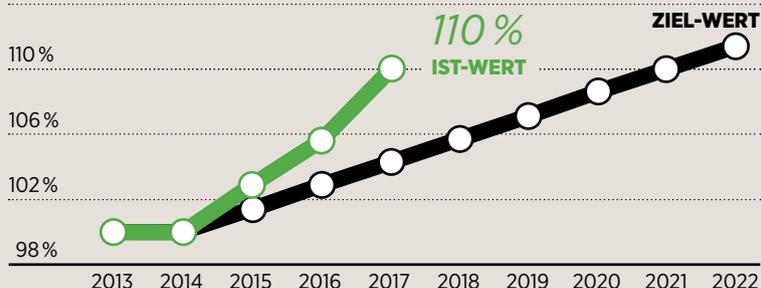
Einführung Energiedaten-Management EDMS

Denner nutzt das Energiedaten-Management-System (EDMS) des Migros-Genossenschaftsbundes (MGB), mit dessen Hilfe der Stromverbrauch detailliert gemessen und ausgewertet werden kann. Die erhobenen Daten helfen dabei, Energieeffizienz-Massnahmen zu entwickeln. Zu diesem Zweck wurden ab 2013 in allen neuen und modernisierten Denner Filialen entsprechende Datenmessgeräte installiert, die den Stromverbrauch der Kühlanlagen, der Beleuchtung und der restlichen Infrastruktur erfassen. Per Ende 2016 wurden sämtliche der rund 500 Denner Filialen nachgerüstet, so dass fortan aussagekräftige Messwerte über das gesamte Filialnetz vorliegen. Vor diesem Hintergrund wurde 2017 in Zusammenarbeit mit dem MGB ein Konzept erarbeitet, das die kontinuierliche Verbesserung

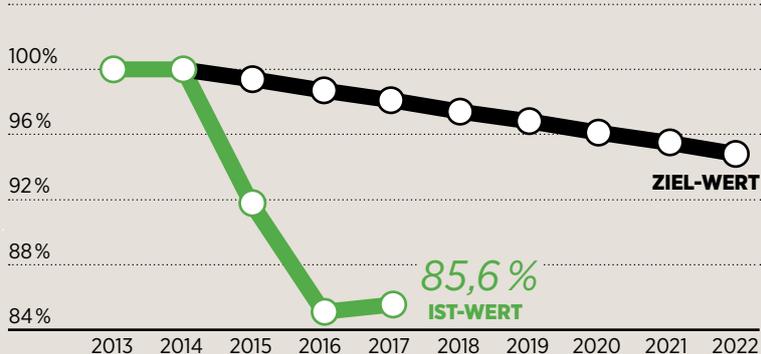
Ergebnisse aus den Zielvereinbarungen für die Verwaltung



Energieeffizienz (in Prozent)



CO₂-Intensität (in Prozent)



Neue technische Möglichkeiten eröffnen eine Vielzahl von Massnahmen zur Reduktion des Stromverbrauchs in allen Bereichen des Unternehmens. Eine verbesserte Stromeffizienz schont die Umwelt und senkt darüber hinaus auch die Energiekosten langfristig. Eine ökologische und ökonomische Win-Win-Situation.



Denner deckt den Stromverbrauch zu 100 Prozent mit nachhaltiger Energie aus Wasserkraftwerken im Alpenraum.

der Energieeffizienz vorantreibt. Ab 2018 werden die jährlichen Messdaten mit den Erfahrungswerten des Vorjahres verglichen. Die Erkenntnisse aus den Auswertungen werden dabei helfen, Optimierungspotenzial zu erkennen. Zudem werden jährlich die 50 Filialen mit der tiefsten Energieeffizienz im Detail durchleuchtet, um entsprechende Gegenmassnahmen rasch einzuleiten.

Strom aus nachhaltiger Produktion

Nachhaltiges Handeln bedeutet, Entscheidungen mit Weitsicht zu treffen. Deshalb deckte Denner auch 2017 den Stromverbrauch zu 100 Prozent mit nachhaltiger Energie aus verschiedenen Repower-Wasserkraftwerken im Alpenraum. Die Kraft des Wassers liefert sauberen Strom für die über 500 Denner Filialen (Denner Partner Betriebe ausgeschlossen), fünf Verteilzentralen und drei Verwaltungsstandorte.

Seit 2016 bezieht Denner Strom aus nachhaltiger Produktion für die über 500 Filialen, die fünf Verteilzentralen und die drei Verwaltungsstandorte.



25

**Prozent der IP-SUISSE
Fleischprodukte werden
durch die Ernst Sutter AG
verarbeitet.**

Daniel Härter,
Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung /
Leiter Geschäftsbereich Fleischwaren
«Denner und die Ernst Sutter AG verbindet
eine langjährige und erfolgreiche Zu-
sammenarbeit. Gemeinsame Werte und
Ziele stärken unsere Partnerschaft –
auch in der Nachhaltigkeit. Wir beliefern
Denner unter anderem mit IP-SUISSE
Fleischprodukten und ermöglichen so einen
Ausbau von natur- und tiergerecht her-
gestellten Produkten.»

Schwerpunkt Sortiment

Mit dem weiter wachsenden Anteil an Frischeprodukten und Lebensmitteln aus Schweizer Herkunft ist das Sortiment von Denner ein Spiegelbild heutiger Einkaufsgewohnheiten. Denner erfüllt die Kundenerwartungen an das Tierwohl und die Umweltverträglichkeit der Lebensmittelherstellung.

SCHWERPUNKT SORTIMENT

Die Produkte im Denner Sortiment unterliegen einer laufenden internen und externen Prüfung, um sicherzustellen, dass die gesetzlichen Vorschriften und die Denner eigenen Richtlinien entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu jeder Zeit eingehalten werden. Die Denner eigenen Richtlinien gehen mitunter über die gesetzlichen Vorschriften hinaus und müssen von den Lieferanten der Eigenmarken zwingend eingehalten werden. Bei den Eigenmarken haben 97 Prozent der Lieferanten ein GFSI-anerkanntes Zertifikat.

Die Gestaltung des Sortiments

Anforderungen an Lieferanten / Zertifizierungen

Um Denner beliefern zu können, müssen Lieferanten von Eigenmarken und Markenartikeln zwingend den Code of Conduct zur Einhaltung der BSCI-Richtlinien unterzeichnen oder äquivalente Standards einhalten. Die Business Social Compliance Initiative (BSCI) ist eine wirtschaftsgetriebene Plattform zur Verbesserung sozialer Standards und bietet Wirtschaftsunternehmen ein systematisches Überwachungs- und Qualifikationssystem. Ein Bezug von Produkten aus Risikoländern ohne BSCI- oder vergleichbare Auditierung kann damit ausgeschlossen werden.

Denner schliesst den Einkauf von Produkten aus Risikoländern ohne BSCI- oder vergleichbarer Auditierung aus. Bei landwirtschaftlichen Produk-

ten aus Risikoländern fordert Denner die Einhaltung von GlobalG.A.P. GRASP (GlobalG.A.P. Risk Assessment on Social Practice), einem Zusatzmodul von GlobalG.A.P., das den Fokus auf Sozialpraktiken wie Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz und soziale Belange in Landwirtschaftsbetrieben legt. Eine gute Agrarpraxis berücksichtigt nicht nur die Produkte, sondern auch die in den Produktionsprozess involvierten Menschen. Insbesondere bei Produkten aus Risikoländern wird sichergestellt, dass aus diesen Regionen keine Produkte ohne GRASP-Zertifizierung (oder gemäss Beschaffungsrichtlinien äquivalenter Auszeichnung) importiert werden. BSCI und GlobalG.A.P. GRASP prüfen und gewährleisten die Einhaltung der Richtlinien bis zum Ursprungsort und sorgen damit für Transparenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

DIESE PRODUKTE WURDEN MIT DEM PRÄDIKAT
«GUT» ODER «SEHR GUT» AUSGEZEICHNET.



Saldo 16/2017
vom 10. Oktober 2017
Ergebnis «sehr gut»



Kassensturz
vom 22. August
2017 Ergebnis «gut»



K-Tipp 09/2017
vom 2. Mai 2017
Ergebnis «gut»



Saldo 07/2017
vom 12. April 2017
Ergebnis «gut»



Saldo 04/2017
vom 1. März 2017
Ergebnis: «gut»

Mittels Degustationen prüft Denner, wie stark Zucker, Fett oder Salz reduziert werden können, um weiterhin den Geschmack seiner Kundinnen und Kunden zu treffen.

Darüber hinaus setzen sie sich für internationale Sicherheitsstandards ein.

Um die Lebensmittelsicherheit zu garantieren, arbeitet Denner ausschliesslich mit GFSI-zertifizierten Lieferanten zusammen. In Ausnahmefällen beauftragt Denner einen externen Dienstleister zur Sicherstellung der Einhaltung der Vorgaben. Die GFSI (Global Food Safety Initiative) wurde gegründet, um die Anforderungen an die Managementsysteme für die Lebensmittelsicherheit zu definieren. Das Prädikat «GFSI-anerkannt» wird nur wenigen umfassenden Lebensmittelsicherheits-Systemen verliehen. Zu den gängigsten gehören BRC (British Retail Consortium), IFS (International Featured Standards), und FSSC 22000 (Food Safety System Certification 22000).



Die regelmässigen internen Degustationen und Qualitätschecks tragen zur guten Qualität der Denner Produkte bei.

Gesundheit und Qualitätssicherheit

Denner steht für bestmögliche Qualität zu erschwinglichen Preisen. Denn auch im Discount-Kanal entscheidet neben dem Preis auch die Qualität der Produkte langfristig über den Erfolg auf der



Die hohe Qualität beweisen unabhängige Tests, bei denen Denner Produkte regelmässig gut bis sehr gut abschneiden.

Mittels mehrstufiger Kontrollmechanismen in der Verwaltung, den Verteilzentralen und den Filialen stellt Denner eine konstante Produktequalität sicher.

Verkaufsfläche. Darum investiert Denner Zeit und Ressourcen in die Qualitätssicherung seines Sortiments, bei dem die Kunden eine konstant hohe Qualität voraussetzen können.

Hoher Qualitätsstandard

Denner stellt hohe Anforderungen an die Qualität seiner Eigenmarkenprodukte. Dank langjähriger Lieferantenbeziehungen und schlanker Unternehmensstrukturen gelingt es Denner, auch für hochwertige Lebensmittel ein überzeugendes Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten. Davon zeugen auch

die regelmässigen Topresultate in den Produktetests der führenden Konsumentenmagazine der Schweiz. Sowohl in K-Tipp, Kassensturz oder Saldo als auch bei Bon à Savoir oder La Borsa della Spesa belegen Denner Produkte regelmässig Spitzenplätze und stellen eindrücklich unter Beweis, dass Qualität nicht teuer sein muss.

Qualitätssicherung

Mittels mehrstufiger Kontrollmechanismen in der Verwaltung, den Verteilzentralen und den Filialen stellt Denner eine konstante Produktequalität sicher. Die Wirksamkeit des Denner Qualitätsmanagements verdeutlicht auch die geringe Anzahl an Produkten, die 2017 aus dem Verkauf gezogen werden mussten. Lediglich zwei Produkte wurden aufgrund von Stichproben öffentlich zurückgerufen.

Gesundheit und Verträglichkeit

Bei seinen Eigenmarken bestimmt Denner über Inhaltsstoffe und Rezeptur. Mittels Degustationen prüft Denner, wie stark Zucker, Fett oder Salz reduziert werden können, um weiterhin den Geschmack seiner Kundinnen und Kunden zu treffen. Daneben prüft Denner mögliche Alternativen für Inhaltsstoffe wie Palmöl, welches aufgrund seiner Produktionsmethoden immer wieder in der Kritik verschiedener Organisationen steht.

DIESE PRODUKTE WURDEN LETZTES JAHR AUF PALMÖLFREI UMGESTELLT.





586

**degustierte
Produktreihen**

Monika Betschart,
Leiterin Qualitätsmanagement Denner
«Es motiviert mich immer wieder,
wenn unsere Eigenmarkenprodukte mit
den Produkten unserer Mitbewerber
verglichen werden und aufgezeigt wird,
dass unsere Arbeit Früchte trägt.»

Label-Übersicht

Im Sortiment von Denner findet sich eine Vielzahl von zertifizierten Produkten namhafter Labels. Diese bieten zugesicherte Standards und Herkunftsangaben, auf die sich Konsumenten verlassen können und die sie in ihrem Kaufentscheid unterstützen.

| Label/Standards | Beschreibung |
|--|--|
|  <p>BSCI Business Social Compliance Initiative</p> | <p>BSCI, Business Social Compliance Initiative</p> <p>BSCI ist eine wirtschaftsgetriebene Plattform zur Verbesserung der sozialen Standards in einer weltweiten Wertschöpfungskette. Die BSCI bietet Wirtschaftsunternehmen ein systematisches Überwachungs- und Qualifikationssystem an, um die Arbeitsbedingungen von Menschen verbessern zu können.</p> |
|  <p>GFSI Global Food Safety Initiative</p> | <p>GFSI, Global Food Safety Initiative</p> <p>Die GFSI hat zum Ziel, die Verbesserung der Lebensmittelsicherheit in den Wertschöpfungsketten, die bestehenden Systeme und Standards zu harmonisieren und vergleichbar zu machen und damit die Kontrollen zu reduzieren. Ziel ist Sicherheit für Verzehr, Verwendung und Entsorgung.</p> |
| <p>GLOBALG.A.P.</p> | <p>GlobalG.A.P., Good Agriculture Practice</p> <p>G.A.P. steht für «gute Agrarpraxis». GlobalG.A.P. ist der wichtigste Standard im Nahrungsmittelbereich. Er umfasst Basisanforderungen an Lieferanten von Landwirtschaftsprodukten, darunter auch umweltrelevante Kriterien.</p> <hr/> <p>GRASP, GlobalG.A.P. Risk Assessment on Social Practice</p> <p>GRASP ist ein Zusatzmodul zu GlobalG.A.P., um die Sozialpraktiken in einem landwirtschaftlichen Betrieb einzuschätzen. Es befasst sich mit spezifischen Aspekten der Arbeitssicherheit, des Gesundheitsschutzes und der sozialen Belange von Arbeitern.</p> |
| <p>SwissGAP</p> | <p>SwissGAP, Good Agriculture Practice</p> <p>GAP steht für «gute Agrarpraxis». Bei der Schweizer Produktion gilt der SwissGAP-Standard, ein auf unser Land zugeschnittenes und von GlobalG.A.P. anerkanntes System.</p> |
|  <p>MSC www.msc.org.ch</p> | <p>MSC, Marine Stewardship Council 55 Produkte</p> <p>MSC wurde 1997 gegründet, um eine Lösung für das globale Problem der Überfischung zu finden. Die unabhängige Organisation setzt sich für einen verantwortungsvollen Fischfang ein. Ihr Ziel ist es, den Fortbestand der Fische und des Lebensraumes Meer zu sichern. Dies garantiert gleichzeitig die Existenzgrundlage unzähliger Fischer und ihrer Familien rund um den Globus.</p> |
|  <p>asc asc-aquaculture.org</p> | <p>ASC, Aquaculture Stewardship Council 16 Produkte</p> <p>ASC wurde 2011 auf Initiative des WWF gegründet. Ziel ist eine verantwortungsvolle Zucht von Fischen und Meeresfrüchten.</p> |
|  <p>RSPO CERTIFIED SUSTAINABLE PALM OIL</p> | <p>RSPO, Round Table on Sustainable Palm Oil</p> <p>Der 2003 gegründete Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO) setzt sich für eine nachhaltige Produktion von Palmöl ein.</p> |

| Label / Standards | Beschreibung |
|---|---|
|  | <p>FSC, Forest Stewardship Council 37 Produkte</p> <p>FSC setzt sich für eine umweltgerechte, sozial verträgliche und wirtschaftlich tragbare Waldwirtschaft ein. Zusammenschluss von Umweltorganisationen, Vertretern einheimischer Volksgruppen und Wirtschaftsverbänden. Für die nachhaltige Nutzung des Waldes hat der FSC international gültige Regeln erarbeitet.</p> |
|  | <p>UTZ, Better Farming 79 Produkte</p> <p>UTZ Certified ist ein Nachhaltigkeitsprogramm für Kaffee, Kakao und Tee, an dem renommierte Marken beteiligt sind. Landwirte werden darin unterstützt, ihre Produktivität, Produktqualität und Effizienz zu steigern und gleichzeitig Mensch und Umwelt zu respektieren. Dadurch können sie ihren Lebensstandard nachhaltig verbessern.</p> |
|  | <p>IP-SUISSE 72 Produkte</p> <p>Im ganzen Land zielt das Marienkäfer-Logo Bauernhöfe und Scheunen. Seit der Gründung der Vereinigung 1989 verpflichten sich die Bäuerinnen und Bauern von IP-SUISSE, auf ihren Familienbetrieben nach eigens festgelegten Richtlinien zu produzieren. Diese Richtlinien umfassen alle Aspekte eines landwirtschaftlichen Betriebs.</p> |
|  | <p>Bio Suisse, CH-Bio-Produkte 1 Produkt</p> <p>Die Knospe garantiert die Einhaltung bestimmter Richtlinien und Standards in der Produktion von landwirtschaftlichen Erzeugnissen und garantiert somit die nachhaltige Produktion. Die Interessen von Menschen, Tier und Natur stehen somit im Gleichgewicht.</p> |
|  | <p>SUISSE GARANTIE, Kontrollierte Herkunft Schweiz</p> <p>Regelmässige Zertifizierungen und unabhängige Kontrollen garantieren, dass die Rohstoffe von SUISSE-GARANTIE-Produkten aus der Schweizer Landwirtschaft stammen und ausschliesslich in der Schweiz verarbeitet wurden. SUISSE GARANTIE bedeutet garantiert aus der Schweiz, umwelt- und tiergerecht und ohne Gentechnik.</p> |
|  | <p>EU-Bio-Produkte 8 Produkte</p> <p>Bio-Label garantieren die Einhaltung bestimmter Standards bei der Produktion von landwirtschaftlichen Erzeugnissen oder bei der Fütterung, Haltung und Schlachtung von Tieren. Es gibt eine Vielzahl von Bio-Labels mit unterschiedlicher Konsequenz und Akkreditierung.</p> |
|  | <p>Rainforest Alliance 7 Produkte</p> <p>Die Rainforest Alliance ist eine 1987 gegründete internationale Umweltschutzorganisation. Sie gehört als internationale Nichtregierungsorganisation dem Sustainable Agriculture Network an. Die Zertifizierung erfolgt prinzipiell nur für Produkte, die in den Tropen angebaut werden, dazu gehören u. a. Kaffee, Kakao, Bananen, Zitrusfrüchte, Blumen und Grünpflanzen sowie Tee.</p> |
|  | <p>Der Blaue Engel 2 Produkte</p> <p>«Der Blaue Engel» ist ein deutsches Bundesumweltzeichen und eines der strengsten Umweltsiegel für Recyclingpapier ohne chemische Zusatzstoffe sowie Signet für besonders umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen.</p> |
|  | <p>Fairtrade Max Havelaar 11 Produkte</p> <p>Das Ziel ist die Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen von Kleinbauern und Arbeiterinnen in wirtschaftlich benachteiligten Regionen des Südens. Die Aufgabe ist es, Produzenten und Konsumenten näher zusammenzubringen, einen faireren Handel zu fördern – und die Kleinbauern darin zu unterstützen, Armut zu bekämpfen, ihre Position zu stärken und ihr Leben aus eigener Kraft nachhaltig zu verbessern.</p> |

Nachhaltig produzierte Produkte

Das Bedürfnis nach naturnah hergestellten Schweizer Lebensmitteln steigt auch im Discount-Kanal. Denner reagierte 2016 auf diesen Kundenwunsch mit der Einlistung von 30 IP-SUISSE Produkten. Mit grossem Erfolg. Das Sortiment wächst im Berichtsjahr auf über 70 Produkte und umfasst neu die Warengruppen Fleischwaren, Molkereiprodukte, Früchte, Gemüse und Backwaren. Die nach den IP-SUISSE Richtlinien hergestellten Produkte aus Schweizer Bauernbetrieben sind in sämtlichen Denner Standorten ganzjährig erhältlich. Das Label mit dem bekannten Käfer-Logo steht für hochwertige Schweizer Lebensmittel aus naturnaher und tiergerechter Produktion. Dank dem dichten Filialnetz von Denner gelangen die über 70 IP-SUISSE Produkte direkt vom Bauernhof in die Haushalte der Konsumenten. Davon profitieren die Bauern und Verarbeiter, weil sie für ihren Mehraufwand zugunsten der Natur entlohnt werden, und die Konsumenten, weil die hochwertigen Schweizer Lebensmittel zu erschwinglichen Preisen im ganzen Land verfügbar sind.

Von der strategischen Partnerschaft zwischen Denner und IP-SUISSE profitieren neben den Kunden, die ganzjährig hochwertige Schweizer Lebensmittel zu erschwinglichen Preisen vorfinden, auch die

IP-SUISSE Bauern und Verarbeiter, denn sie erhalten faire Preise für ihre hochwertigen Naturprodukte und ihr überdurchschnittliches Engagement zugunsten der Biodiversität und des Tierwohls. Vor allem aber gewinnt die Umwelt durch die schonende und nachhaltige Landwirtschaft der IP-SUISSE Bauern. Denner setzt auch bei weiteren Warengruppen auf Label-Produkte. So zum Beispiel auf MSC- und ASC-Zertifikate bei Fisch, auf UTZ-zertifizierten Kaffee, Schokolade und Tee oder auf das FSC-Label bei Papierprodukten.

Die IP-SUISSE Bauern und Verarbeiter erhalten faire Preise für ihre hochwertigen Naturprodukte und ihr überdurchschnittliches Engagement zugunsten der Biodiversität und des Tierwohls.



IP-SUISSE Betriebe garantieren artgerechte Tierhaltung mit genügend Auslauf und gesundem Futter.



Im 3000m² grossen Freilauf-Gehege auf dem IP-SUISSE Bauernhof in Reinach legen die Legehennen täglich 900 Eier.

Weiterer Schwerpunkt: Tierwohl

Mit der IP-SUISSE Partnerschaft hat sich Denner nicht nur nachhaltigen Produkten verpflichtet, sondern auch dem Tierwohl. Denn IP-SUISSE achtet gezielt darauf, dass vom Bauernhof bis zum Ladentisch strenge Qualitätsrichtlinien eingehalten werden. Jedes Produkt, das verkauft wird, lässt sich bis zu seinem Ursprung zurückverfolgen. Eine konsumenten- und umweltfreundliche Dienstleistung, die besonders bei tierischen Produkten einem klaren Kundenbedürfnis entspricht. Deshalb gehört das Tierwohl zu den wesentlichen Themen von Denner.

Fleisch

Die Schweizer Gesetzgebung stellt weltweit mit die höchsten Anforderungen an den Tierschutz, deshalb bevorzugt Denner bei der Sortimentsauswahl wo immer möglich Fleisch aus Schweizer Herkunft. Im Berichtsjahr stammen 85 Prozent der verkauften Fleischwaren bei Denner aus der Schweiz. Ziel ist es, diesen Anteil weiter zu steigern. Fleisch aus Schweizer Herkunft garantiert Denner hohe Qualitätsstandards und fördert nachhaltig die hohe Priorität, die Schweizer Fleischlieferanten und -verarbeiter dem Tierwohl beimessen. Der Produktionsstandort Schweiz wird weiter gestärkt, und die kurzen



Die Tiere auf dem IP-SUISSE Bauernhof von Christian Schürch (Vizepräsident IP-SUISSE) werden liebevoll gepflegt und behandelt.

82 Prozent aller Papierprodukte der Denner Eigenmarke tragen das FSC-Label oder sind aus Recycling-Material hergestellt.

Transportwege reduzieren die Belastung für Tiere und Umwelt auf ein Minimum. Zudem sind mehr als die Hälfte Geflügel-Charcuterie-Artikel SUISSE GARANTIE zertifiziert. Wo immer möglich, fördern wir die Umstellung von Import- auf Schweizerfleisch.

Absichtserklärung

Mit der Unterzeichnung der Absichtserklärung «Schweine Plus Gesundheitsprogramm» verpflichtet sich Denner gemeinsam mit weiteren wichtigen Marktteilnehmern, den Medikamenteneinsatz in der Schweinemast substantiell zu reduzieren. Die Unterzeichnenden unterstützen die Schweinezüchter dabei, die Zielsetzungen zum Medikamenteneinsatz in den kommenden drei Jahren zu erreichen.

Importiertes Fleisch

Lässt sich der Bedarf an Fleischprodukten nicht mit Schweizer Ware decken, werden Fleischwaren aus dem benachbarten Ausland eingekauft. Edelfleischstücke wie zum Beispiel Filet, Huft oder Entrecôte kommen aus Australien und Südamerika. Denner stellt hohe Anforderungen an importierte Produkte.

Die Fleischlieferanten von Denner arbeiten zu diesem Zweck eng mit den staatlich geregelten und kontrollierten Importeuren GVFI und Viehbörse zusammen. Die Importeure sind verpflichtet, die Lieferungen nach Schweizer Gesetzgebungen und Verordnungen zu beschaffen. Die Einhaltung wird durch die Lieferanten und Importeure vor Ort im Herkunftsland kontrolliert.

Eier

51 Prozent aller verkauften Eier bei Denner stammen aus der Schweiz, davon 42 Prozent aus Boden- und 58 Prozent aus Freilandhaltung. Der Anteil der Eier mit Schweizer Herkunft wird weiter gesteigert und beträgt bei den ungekochten Eiern 58 Prozent. 19 Prozent aller Schweizer Eier sind Bio-Eier.

Papierprodukte

82 Prozent aller Papierprodukte der Denner Eigenmarken, wie zum Beispiel Windeln, Toilettenpapier oder Taschentücher, tragen das FSC-Label oder sind aus Recyclingmaterial hergestellt. Der Wert liegt über dem Branchendurchschnitt und soll noch weiter erhöht werden. Bereits seit Jahren sind die Papierwaren für den betrieblichen Gebrauch sowie sämtliche gedruckten Werbemittel zu 100 Prozent aus Recyclingmaterial.

FSC (Zertifizierung)

Denner setzt sowohl bei Eigenmarken wie auch bei Produkten der Markenartikelhersteller auf FSC-zertifizierte Rohstoffe oder alternativ auf Rohstoffe aus Recyclingmaterial. Eine FSC-Zertifizierung stellt sicher, dass jedes Glied in der Lieferkette geprüft und somit dem Lieferanten bekannt ist.

85% DER VERKAUFTEN FLEISCHWAREN BEI DENNER STAMMEN AUS DER SCHWEIZ.





100

Prozent Frische garantiert

Deborah Stäger,
Kundin aus Zufikon (AG)

«Wir leben mit der Familie in einem kleinen Dorf und erledigen unseren täglichen Einkauf zu Fuss. Begeistert sind wir von den Frischprodukten und dem IP-SUISSE Sortiment zu kleinen Preisen. Für mich als zweifache Mutter ist es wichtig, meinen Kindern täglich nachhaltig produzierte Produkte anzubieten. Vor allem die saisonale Auswahl an Früchten und Gemüsen schätze ich sehr.



250 000

Franken jährliches Produktesponsoring durch Denner

Thomas Künzler,
Geschäftsführer Caritas-Märkte
«In der Schweiz gibt es 21 Caritas-Märkte. Armutsbetroffene können bei uns Lebensmittel zu stark vergünstigten Preisen einkaufen. Seit 2009 unterstützt uns Denner direkt und unkompliziert und stellt uns Produkte des täglichen Bedarfs zu sehr günstigen Konditionen zur Verfügung. Dafür ein grosses Dankeschön von allen unseren Kunden. Wir schätzen die Unterstützung sehr.»



Schwerpunkt Mensch

Dialog, Respekt und Vertrauen sind die Grundpfeiler der Beziehungen mit den Anspruchsgruppen des Unternehmens. Dank ihnen ist Denner ein verantwortungsvoller Arbeitgeber für seine Mitarbeitenden, ein zuverlässiger Geschäftspartner für seine Lieferanten und ein preiswerter Nahversorger für seine Kunden.

Der Umgang mit allen Anspruchsgruppen des Unternehmens ist geprägt von gegenseitigem Respekt und Vertrauen. Denner setzt auf Dialog und respektvolles Miteinander. Sei es als Arbeitgeber mit fairen Arbeitsbedingungen für seine Mitarbeitenden oder als zuverlässiger Geschäftspartner für seine Lieferanten.

Führung und Kultur

Unternehmenskultur

Mit der Eingliederung in die Migros-Gruppe hat sich die Unternehmenskultur von Denner verändert. Vom Familienbetrieb zum Tochterunternehmen der Migros-Gruppe durchlief Denner einen Wandlungsprozess. Die Mitarbeitenden von Denner werden auf diesem Weg durch massgeschneiderte Schulungen unterstützt. Aspekte wie Führung, Kultur, Leistung und Verhalten sind dabei genauso Thema wie die Entwicklungsfähigkeit und das Ressourcenmanagement jedes Einzelnen.

Personalkommission

Denner rief 2013 die Personalkommission (Peko) ins Leben, um den Bedürfnissen der Mitarbeitenden auf höchster Ebene zusätzlich Gehör zu verschaffen. Die Peko richtet Verbesserungsvorschläge, Unstimmigkeiten und sonstige Rückmeldungen direkt und ungefiltert an die obersten Führungskräfte. Denner verfügt damit über ein wichtiges Instrument der Früherkennung von drohenden Missständen und der Optimierung der Mitarbeiterzufriedenheit. Das Gremium wird alle vier Jahre neu gewählt. Alle Denner Mitarbeitenden und die unteren Kader können sich zur Wahl stellen und werden von der Gesamtheit der Mitarbeitenden bis und mit mittleres Kader gewählt. Die Personalkommission setzt sich aus Mitarbeitenden aller Unternehmensbereiche zusammen und trifft sich vier Mal im Jahr am Hauptsitz in Zürich, zweimal jährlich steht ein Austausch mit der Geschäftsleitung auf der Agenda.

Attraktiver Arbeitgeber

Denner ist ein renommierter Arbeitgeber im Schweizer Detailhandel und geniesst auf dem Arbeitsmarkt ein hohes Ansehen. Das belegen die Resultate der branchenübergreifenden Studie zur Reputation der 50 grössten Unternehmen in der Schweiz – dem GfK Business Reflector 2017, in dem Denner auf Platz 33 sein Vorjahresranking hält. Eine Studie der bekannten Firmen-Bewertungsplattform kununu listet Denner auf Platz 10 der beliebtesten Unternehmen der Schweiz. Denner

pfligt auf kununu einen offenen Dialog mit ehemaligen, aktuellen und künftigen Mitarbeitenden. Die mit grosser Mehrheit positiven Rückmeldungen sorgen 2017 für eine Verbesserung der Kennzahlen beim Gesamtscore und der Weiterempfehlung. Mit der Teilnahme an der neuen und gruppenweiten Plattform Migros Arbeitswelt ist Denner seit 2017 noch präsenter auf dem Schweizer Arbeitsmarkt.

Flexible Arbeitszeitmodelle

Die patriarchalischen Strukturen, denen Denner als ehemaliger Familienbetrieb unterworfen war, gehören der Vergangenheit an. Beiden Geschlechtern bieten sich heute gleichberechtigte Karrieremöglichkeiten, das verdeutlicht exemplarisch der Anteil Frauen bei den Filialleitenden, der im Berichtsjahr 2017 bereits überdurchschnittliche 60 Prozent beträgt. Unterstützt wird diese Entwicklung durch laufend ausgebaute flexible Arbeitszeitmodelle, die zeitgemässe und familientaugliche Arbeitspensen für Männer und Frauen ermöglichen. Auf die Unternehmensbereiche zugeschnittene Arbeitszeitmodelle wie Teilzeitarbeit oder Homeoffice unterstützen vielseitige Lebensentwürfe.





2013

**wurde die erste
Personalkommission von
Denner gegründet.**

Beat Jörg,

Präsident der Personalkommission
und Filialeiter in Suhr

«Seit Frühling 2013 bin ich in der Denner
Personalkommission (Peko) in der
zweiten Amtsperiode als Präsident tätig.

Die Peko ist das Sprachrohr der Mit-
arbeitenden zur Geschäftsleitung und
vertritt die Anliegen und Interessen
in den Bereichen Gesundheitsvorsorge,
Arbeitssicherheit und Gestaltung der
Arbeitsplätze. Wir konnten in den letzten
Jahren einige Erfolge verbuchen, was
der Beweis dafür ist, dass unser Engagement
von allen geschätzt und gewünscht ist.»



Eine Mitarbeiterin mit dem Pick-by-Voice-System in der Verteilzentrale.

Integration

In den verschiedenen Bereichen des Unternehmens sind Mitarbeitende aus über 70 Nationen tätig. Die multinationalen Wurzeln der 4800 Mitarbeitenden sind Ausdruck des Familiengedankens, der Denner durchdringt. Alle Mitarbeitenden haben den Erfolg des Unternehmens vor Augen und sind willens, persönliche Befindlichkeiten zurückzustellen, um übergeordnete Ziele zu erreichen. Im Miteinander der Kulturen sind die Werte von Denner der gemeinsam gelebte Nenner. Im gemeinsamen Arbeitsalltag vertiefen Mitarbeitende aus fremden Kulturkreisen automatisch ihre Kenntnisse der Landessprachen und der hiesigen Gepflogenheiten. Damit leistet Denner einen wichtigen Beitrag zur Integration zugewanderter Arbeitskräfte.

Arbeitssicherheit und Gesundheit

Die Mehrzahl der Denner Mitarbeitenden ist in der Logistik und im Verkauf tätig und verrichtet körperlich anspruchsvolle Arbeit. Die Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeitenden geniesst darum oberste Priorität. Deshalb ist der Leiter Human Resources (Geschäftsleitungsmitglied) der Gesamt-Sicherheitsbeauftragte. Denner stellt Mitarbeitenden in den Logistikstandorten und den Denner Filialen kostenlose funktionelle Arbeitskleidung zur Verfügung und beteiligt sich jährlich an der Anschaffung von Sicherheitsschuhen.

Logistikmitarbeitende arbeiten bei der Kommissionierung mit einem Headset, dessen Befestigung am

Das Pick-by-Voice-System gehört mit zu den Erfolgen, welche die Personalkommission erzielen konnte.

Kopf auf Anregung der Personalkommission ergonomischer wurde. Beide Hände frei zu haben bedeutet eine erhöhte Sicherheit und einen deutlich geringeren Kraftaufwand. In allen Verteilzentren werden zudem pro Abteilung zwei Betriebssanitäter in Erster Hilfe ausgebildet. Schulungen zum Thema «Heben & Tragen» sowie «Arbeitssicherheit» finden regelmässig statt, wo Mitarbeitende lernen, schädliche Bewegungsabläufe zu vermeiden und kräfteschonend zu agieren. Ein Arbeitssicherheits-Buch stellt zudem sicher, dass alle operativ tätigen Mitarbeitenden ständig auf dem neusten Stand der gesetzlichen Vorgaben sind. Zudem bespricht die Personalkommission als Vertreterin der Mitarbeitenden auch Sicherheitsthemen.

Care Team

Mitarbeitende im Verkauf sind vermehrt Ziel von Aggressionen und kriminellen Übergriffen unterschiedlicher Art. Denner stellt mit dem Angebot eines Care Teams sicher, dass betroffene Mitarbeitende im Bedarfsfall sowohl sofortige als auch langfristige Hilfe beanspruchen können. Denner Mitarbeitende entscheiden aber letztlich selber darüber, ob sie die Unterstützung durch ein Care Team in Anspruch nehmen wollen.

Entlöhnung/ Pensionskasse

Die Wertschätzung für die qualitativ hochstehende Arbeit seiner Mitarbeitenden drückt Denner auch in Form einer marktgerechten Entlöhnung aus. Der Mindestlohn für Mitarbeitende ohne Lehrabschluss liegt mit CHF 4025.- deutlich über dem Branchen-

durchschnitt. Wie im Vorjahr erhöht Denner 2017 die Lohnsumme erneut. Dieses Mal um 0,7 Prozent.

Verkaufsmitarbeitende können sowohl Teilzeit als auch in einem 100-Prozent-Pensum arbeiten. Mit flexiblen Arbeitszeitmodellen in allen Unternehmensbereichen unterstützt Denner zeitgenössische Familienstrukturen und ermutigt seine Mitarbeitenden, Familie, Beruf und Freizeit so aufeinander abzustimmen, dass eine ausgeglichene Work-Life-Balance gesichert ist. Auch im Verkauf und in den Verteilzentralen stehen den Mitarbeitenden sechs Wochen Ferien zu. Den 13. Monatslohn erhalten sämtliche Denner Mitarbeitenden.

Ende 2017 stärkt Denner zudem erneut die eigene Pensionskasse, indem sie die Einlagen auf Arbeitnehmer- und Arbeitgeberseite zum gleichen Teil erhöht und damit die Altersvorsorge seiner Mitarbeitenden weiter verbessert.



«Denner hat mich von Anfang an unterstützt.»

Fidel Wellinger,
27 Jahre, Filialleiter DD 312 Baar (ZG)

Aus- und Weiterbildung

Motivierte und gut ausgebildete Mitarbeitende sind der Schlüssel zum Erfolg. Dieser Überzeugung folgt Denner seit Jahren und unterstützt die berufliche und persönliche Entwicklung seiner Mitarbeitenden aktiv. Allen Mitarbeitenden steht sowohl ein umfangreiches internes Aus- und Weiterbildungsprogramm zur Verfügung als auch der freie Zugang zum internen Weiterbildungskurs der Migros. Die individuellen Stärken der Mitarbeitenden werden gezielt gefördert. Das interne Talentmanagement unterstützt ambitionierte Mitarbeitende und deren Karriereplanung im Unternehmen. Dadurch rekrutiert Denner eine Vielzahl an Fach- und Führungskräften aus den eigenen Reihen.

Als vielschichtiges Unternehmen bietet Denner sowohl lineare Karrierewege im Verkauf, wie die Laufbahn vom Lernenden über die Filialleitung bis zum Verkaufsleitenden, als auch bereichsübergreifende Entwicklungsmöglichkeiten, wie zum Beispiel den

VOM LEHRLING ZUM FILIALLEITER

Wie ging Ihre Karriere nach der Lehre weiter?

Nach meiner Lehre durfte ich sofort die Funktion als Stellvertretender Filialleiter übernehmen, was mich sehr freute.

Wie erfolgte der Schritt zum Filialleiter?

Bei Denner gibt es für jede Funktion eine interne Ausbildung. Erst besuchte ich die Ausbildung zum Stellvertretenden Filialleiter und arbeitete zwei Jahre lang in dieser Funktion. Danach liess ich mich zum Filialleiter ausbilden.

Haben Sie einen weiteren Karriereschritt geplant?

Ja, ich möchte Verkaufsleiter werden. Auch hier unterstützt mich das Unternehmen. Sobald die Zeit reif ist und sich die Möglichkeit ergibt, werde ich mich intern zum Junior-Verkaufsleiter ausbilden lassen. Nach der Lehre bei einem Arbeitgeber die Chance zu haben, sich weiterzuentwickeln ist nicht selbstverständlich, und dafür bin ich dem Unternehmen sehr dankbar.



4302

**Schulungstage wurden
2017 durchgeführt.**

Rosella Godoy,
Assistentin Human Resources
Niederlassung Mittelland

«Seit vier Jahren arbeite ich für die Firma Denner und wirke aktiv bei der Rekrutierung von Lernenden mit. Bei Lehrmessen und an Hochschulmessen unterstütze ich das Personalmarketing-Team bei der Organisation der Messen und gebe vor Ort auch Auskunft über das Denner Aus- und Weiterbildungsprogramm. Mein Aufgabengebiet ist sehr abwechslungsreich und Langeweile ist ein Fremdwort für mich.»



Im Berichtsjahr 2017 hat Denner 2833 Mitarbeitende weitergebildet.

Wechsel von der Verkaufsfrent in die Verwaltung. Auch in der Logistik bietet ein Schulungsprogramm Möglichkeiten der Weiterbildung, um das Arbeitsfeld der Mitarbeitenden mit repetitiver Ausrichtung zu erweitern und damit mehr Abwechslung in den Arbeitsalltag zu bringen. So zum Beispiel in Schulungen für die verschiedenen Bereiche der Kommissionierung oder die Ausbildung zum Staplerfahrer, die sowohl im Lager als auch beim Wareneingang zum Einsatz kommen.

Wie in allen Unternehmensbereichen werden auch in der Logistik talentierte und ambitionierte Mitarbeitende gefördert, um sie auf verantwortungsvolle Führungsaufgaben in der Logistik vorzubereiten oder um sie beim Wechsel von der Logistik in den kaufmännischen Bereich zu unterstützen. Die beiden Standorte Schmittlen (Hartwaren) und Lyss (Frischprodukte) ermöglichen es Lernenden, den Arbeitsplatz zu tauschen, damit alle Lernenden auch die Abläufe in der jeweils anderen Verteilzentrale kennenlernen.

Lernende

Lernende aller Landesteile auszubilden ist eine Herzensangelegenheit für Denner. Deshalb steigt Jahr für Jahr die Anzahl junger Erwachsener, die ihre Erstausbildung im führenden Discounter der Schweiz absolvieren. Seit August 2017 bildet Denner erst-

Das Aus- und Weiterbildungsprogramm von Denner ist Teil der Führungskultur – Mitarbeitende sollen sich laufend weiterentwickeln können.

mals 105 Lernende in den Bereichen Verwaltung, Verkauf, Logistik und Informatik aus. Eine Erfolgsgeschichte – das zeigt auch der aussergewöhnlich hohe Anteil von Lernenden, die dem Unternehmen über die Lehrzeit hinaus erhalten bleiben. Rund 80 Prozent der jungen Erwachsenen werden nach der Lehre intern weiterbeschäftigt. Die Quote blieb in den letzten Jahren konstant. Ein untrüglicher, gegenseitiger Vertrauensbeweis und die Bestätigung, dass die Erstausbildung bei Denner die Jugendlichen optimal auf ihren Karriereweg im Detailhandel vorbereitet, wie das Beispiel von Fidel Wellinger veranschaulicht.



Zweimal im Jahr führen Lernende selbstständig eine Denner Filiale und lernen so ihre Führungs- und Sozialkompetenz zu stärken.

Lehrlingsfilialen

Nach ihrem Abschluss bei Denner bringen die Lernenden alle Fähigkeiten mit, um in der Arbeitswelt erfolgreich Fuss zu fassen, denn sie übernehmen schon während der Ausbildung viel Verantwortung im Arbeitsalltag. Dazu trägt auch die beliebte Lehrlingsfiliale bei, die bei Denner bereits seit acht Jahren integraler Bestandteil der Erstausbildung im Verkauf ist. Zweimal jährlich wird eine reguläre Filiale

für einen Monat vollständig in die Hände der Lernenden gelegt. Die Jugendlichen reifen während dieser Zeit persönlich und fachlich. Die Horizonterweiterung in der Lehrlingsfiliale bietet zudem neue Perspektiven für den Karriereweg nach der Lehre und vermittelt wertvolle Erfahrungswerte, die den Jugendlichen über die Lehrzeit hinaus von grossem Nutzen sind.



Gesellschaftliche Engagements

Denner übernimmt Verantwortung und engagiert sich für sozial Schwächere. Denner bietet Perspektiven für Mitmenschen, die aufgrund krankheitsbedingter Einschränkungen aus dem Arbeitsprozess ausgeschieden sind, und unterstützt die Wiedereingliederung von IV-Bezüglern in den Arbeitsmarkt. Seit 2009 unterstützt Denner zudem die Caritas-Märkte mit Produktesponsoring im Wert von CHF 250 000.- jährlich. Es handelt sich dabei nicht um Restwaren aus den Filialen, sondern um neuwertige Produkte, die direkt aus den Denner Verteilzentralen an die Caritas-Märkte ausgeliefert werden.

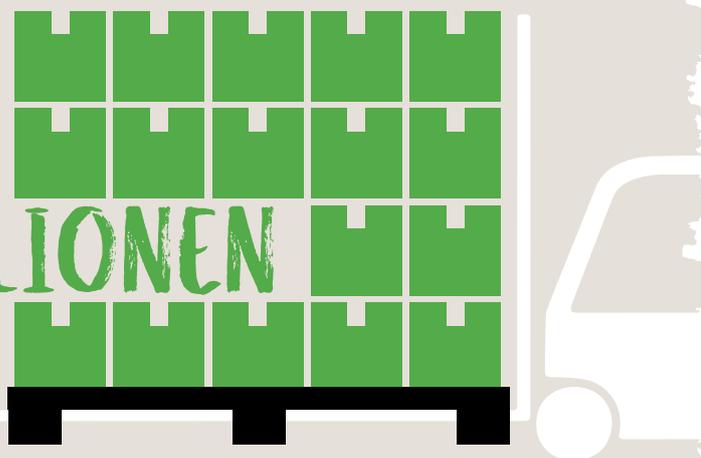
Daneben werden auch kleinere karitative Organisationen unterstützt. 2017 wurde die Theodora-Stiftung mit CHF 20 000.- bedacht. Ein weiterer Schwerpunkt des gemeinnützigen Engagements von Denner betrifft die jährliche Einlage in den Migros-Förderfonds. Im Berichtsjahr zahlte Denner CHF 7 Mio. in den Fonds. Seit dem Zusammenschluss mit der Migros flossen von Seiten Denner Einlagen im Umfang von über 20 Mio. CHF in den Förderfonds.



Die Traumdoktoren bei der Check-Übergabe.

Den Kleinsten war die diesjährige Spende gewidmet. Mit 20 000 Franken unterstützt Denner die Traumdoktoren der Stiftung Theodora, die sich liebevoll und behutsam um die kleinsten Patienten kümmert.

DENNER LEISTET
EINEN WICHTIGEN
GESELLSCHAFTLICHEN
BEITRAG UND ZAHLT
IM BERICHTSJAHR
CHF 7 MILLIONEN
IN DEN MIGROS-
FÖRDERFONDS.



Die IP-SUISSE Partnerschaft

Der Detailhandel ist immer in Bewegung. Um den stetigen Wandel erfolgreich zu bewältigen, sind langjährige Geschäftsbeziehungen Gold wert. Gemeinsam in die Zukunft gehen bringt Erfolg für beide Seiten. Dies beweist die gute Zusammenarbeit mit IP-SUISSE, die schöne Früchte trägt. Das Sortiment hat sich in einem Jahr mehr als verdoppelt und genießt bei den Kundinnen und Kunden grosse Beliebtheit.

Denner und IP-SUISSE verbindet die feste Überzeugung, dass der Zugang zu naturnahen und hochwertigen Schweizer Lebensmitteln allen Konsumenten offen stehen sollte – unabhängig von Wohnort oder Kaufkraft. Dieses zentrale Anliegen bildet die Basis der langfristig angelegten Partnerschaft, die dank ihrer Dynamik den heimischen Bauernstand und den Produktionsstandort Schweiz nachhaltig stärkt.

Mit einem dichten Netz von über 800 Verkaufsstandorten in der urbanen und ländlichen Schweiz ist Denner ein zuverlässiger Abnehmer für die Lebensmittel tausender Bauernbetriebe, die nach IP-SUISSE Richtlinien produzieren. Darüber hinaus eröffnet die Zusammenarbeit mit dem führenden Discounter der Schweiz dem Label IP-SUISSE neue Perspektiven bezüglich Vermarktung und Erweiterung des eigenen Sortiments. Die erfolgreiche Lancierung der IP-SUISSE Produkte in den Denner Filialen legt eindrücklich dar, dass auch Konsumenten im Discountkanal hochwertige Lebensmittel bevorzugen, bei deren Herstellung weder Tiere noch natürliche Ressourcen unverhältnismässig beansprucht wurden.

Denner startete die strategische Partnerschaft mit IP-SUISSE im Herbst 2016 mit der Einlistung von 30 Produkten und baute das Sortiment mit dem Käfer-Logo bis Ende 2017 laufend aus. Unterdessen umfasst das Angebot über 70 Produkte.

Die Nachfrage ist auch eineinhalb Jahre nach der Lancierung ungebrochen und unterstreicht die Wichtigkeit dieser Sortimentserweiterung. Die Konsumenten honorieren den Mehraufwand, den die Bauern zugunsten der Natur leisten, und sind bereit, diese Arbeit über den Preis des Produktes zu entgelten. Gemeinsam mit den IP-SUISSE Produzenten gelingt es Denner, Lebensmittel anzubieten, die hohe Anforderungen an Qualität und Umweltschutz erfüllen, aber dennoch zu erschwinglichen Preisen erhältlich sind. Ausserdem sind sie dank dem feinmaschigen Filialnetz von Denner in allen Landesteilen jederzeit im Nahversorger gleich um die Ecke vorrätig. Dieser Spagat ist nur möglich dank der Fachkenntnis der IP-SUISSE Verantwortlichen und den Denner typischen, kostensparenden und effizienten Unternehmensstrukturen, die es ermöglichen, das bestmögliche Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten.



Das IP-SUISSE Label steht für naturnahe Produktion.



«Die Partnerschaft mit Denner hat das Käfer-Label gestärkt und populärer gemacht.»

Fritz Rothen, IP-SUISSE
Geschäftsführer seit deren Gründung 1989

GEGENSEITIGES VERTRAUEN HAT DIE PARTNERSCHAFT GESTÄRKT

Herr Rothen, Ende August 2016 hat IP-SUISSE die Zusammenarbeit mit Denner kommuniziert. Was hat sich seither für Sie als Geschäftsführer verändert?

Die Zusammenarbeit mit Denner ist eine Bereicherung. Dank der Einführung des Labels in den Denner Filialen konnte die Bekanntheit des Käfer-Labels bei den Konsumenten markant gesteigert werden.

Gestartet wurde 2016 mit 30 Produkten, heute sind es über 70. Haben Sie mit einer so schnellen Zunahme gerechnet?

Nein, ich hätte nie mit einem so grossen Erfolg gerechnet. Bin aber über die Entwicklung überaus erfreut. Dieser Erfolg bestätigt, dass wir einerseits mit unserer Partnerschaft mit Denner richtig lagen und andererseits, dass die Kunden und Kundinnen die Käfer-Produkte schätzen.

Wie erleben Sie die Zusammenarbeit?

Sehr gut – wir konnten selten so effizient, vertrauensvoll und professionell mit einem Marktpartner zusammenarbeiten wie mit Denner.

Gibt es ein Unternehmen bzw. einen Hersteller, den Sie gerne für IP-SUISSE begeistern würden?

Es gibt einige Schweizer Unternehmen, die noch keine bzw. sehr wenige Käferprodukte führen. Wir werden die verschiedenen Unternehmen und Hersteller weiter angehen und sie über die Wichtigkeit des Käfer-Labels aufklären und dafür begeistern.

Auf welche Produkte dürfen wir uns im nächsten Jahr freuen? Können Sie schon etwas verraten?

Es wird eine Produktausdehnung in den bestehenden Bereichen geben, und es ist geplant, in weiteren Bereichen das Angebot mit neuen Käferprodukten zu erweitern.

Was wünschen Sie sich im Jahr 2018 für IP-SUISSE?

Dass wir gerade mit Denner die äusserst gute Zusammenarbeit weiterpflegen und den Umsatz mit Käferprodukten zum Wohle der Konsumenten steigern können.

Welches ist Ihr Lieblingsprodukt von IP-SUISSE und wieso?

Sehr gut gefällt mir der IP-SUISSE Maréchal-Käse von Denner. Ein Top-Qualitätsprodukt aus der Romandie, hergestellt mit der hochwertigen IP-SUISSE Wiesenmilch – von glücklichen Kühen – betreut und verarbeitet durch motivierte IP-SUISSE Bauern und die besten Käser der Schweiz.

Gibt es sonst noch etwas, was Sie gerne sagen möchten?

Im Namen der IP-SUISSE möchte ich unserem Partner, der Firma Denner, insbesondere allen Mitarbeitenden, für die sehr gute Zusammenarbeit herzlich danken. Solche Partnerschaften sind eine wahre Freude.

Die WWF-Partnerschaft

Der schonende Umgang mit den natürlichen Ressourcen und die ökologische Verantwortung sind in den Unternehmensgrundsätzen verankert. Um die nachhaltige Entwicklung voranzutreiben, ist Denner vor einem Jahr eine langfristige Partnerschaft mit dem WWF eingegangen, um einen bedeutenden Beitrag für Umwelt, Mensch und Tier zu leisten.

2017 vertieft Denner die Kooperation mit dem WWF Schweiz und profitiert seither vom Know-how einer der führenden und fachkundigsten Nicht-regierungsorganisationen im Bereich Tier- und Umweltschutz. Die ökologischen Herausforderungen unserer Zeit können nur im Dialog zwischen allen Beteiligten gelöst werden. Hier will Denner Hand bieten. Als Unternehmen mit weltumspannenden Lieferketten trägt Denner eine gesellschaftliche Verantwortung, die über nationale Massnahmen zum Umweltschutz hinausgeht.

In Zusammenarbeit mit dem WWF Schweiz setzt sich Denner ehrgeizige Ziele, die echte Leistungen im Tier- und Umweltschutz erbringen und entlang der gesamten Wertschöpfungskette nachhaltige Verbesserungen ermöglichen. Der WWF Schweiz nimmt dabei nicht nur die Rolle des beratenden Experten ein, sondern übernimmt eine externe Kontrollfunktion, die sicherstellt, dass die vereinbarten Ziele innert der dafür vorgesehenen Frist erreicht werden. Dazu überprüft der WWF Schweiz laufend wichtige Meilensteine der Zielsetzungen, damit korrigierende Massnahmen wenn nötig rechtzeitig eingeleitet werden können.

Die Signalwirkung der zukunftsweisenden Partnerschaft geht über die reine Zusammenarbeit hinaus, denn sie fördert auch die Sensibilisierung für die Anliegen des Tier- und Umweltschutzes bei den Denner Kunden und damit bei einer breiten Öffentlichkeit in der Schweiz.



«Die Partnerschaft zwischen WWF und Denner verzeichnet nach einem Jahr bereits die ersten Erfolge. So konnten z.B. die ehrgeizigen Umweltziele im Bereich Palmöl und Ersatzprodukte für tierische Erzeugnisse erreicht und Kunden für Umweltthemen sensibilisiert werden. Der Austausch mit dem Management anlässlich der Kadertagung war sehr wertvoll und hat mir gezeigt, dass die Relevanz einer nachhaltigen und ressourceneffizienten Produkterversorgung bei Denner bereits sehr gut verankert ist.»

Thomas Vellacott,
CEO WWF Schweiz

Mit dem WWF vereinbarte Umweltziele

| Thema | Ziel | Stand |
|---|---|---|
| Fisch & Meeresfrüchte | Ab 2018 führt Denner nur noch Fisch und Meeresfrüchte aus nachhaltigen Quellen im Sortiment. Bereits heute verzichtet Denner auf den Verkauf von vom Aussterben bedrohten Arten. |  |
| | Bis 2020 sind mindestens 70 Prozent der Fische aus Wildfang MSC-zertifiziert und mindestens 47 Prozent der Zuchtfische ASC-zertifiziert. In der Summe sind das 62 Prozent des gesamten Fischsortiments. | MSC  ASC  Gesamt  |
| | Palmöl | |
| | Bis 2022 wird im gesamten Foodbereich nur noch RSPO-zertifiziertes Palmöl der Stufe Segregated eingesetzt. |  |
| | Bis 2020 wird im Bereich Nearfood (Kosmetik und Waschmittel) zu 100 Prozent auf RSPO-zertifiziertes Palmöl gesetzt, welches mindestens die Qualität MassBalanced erfüllt. |  |
| | Bereits heute setzt Denner bei allen Eigenmarken auf 100 Prozent RSPO-zertifiziertes Palmöl. |  |
| Papierprodukte | Bis 2019 sind 100 Prozent der Papierprodukte (WC-Papier, Servietten, etc.) der Denner Eigenmarken aus Recyclingmaterial oder erfüllen die FSC-Kriterien. Diese Zielsetzung wurde 2017 mit dem WWF angepasst. |  |
| | Das gesamte Papier im betrieblichen Umfeld (Briefpapier, Drucksachen, etc.) ist zu 100 Prozent Recyclingmaterial. |  |
| Milch- & Fleischersatzprodukte | Denner wird das Angebot an Ersatzprodukten weiter ausbauen, um Kunden, die bewusst auf Fleisch- und Milchprodukte verzichten, mehr Auswahl zu bieten. Ab 2018 sind vier hochwertige Produkte im Standardsortiment verfügbar. |  |
| CO₂-Reduktion | Bis 2020 verzichtet Denner auf Produkte, welche per Flugzeug importiert werden. Bis dahin soll der Anteil nicht zu vermeidender Flugtransportware jährlich um 25 Prozent gesenkt werden. |  |
| | 2017/2018 Ausarbeitung eines Planes, welcher den CO ₂ -Ausstoss drastisch senken soll. Die definierten Ziele sind 2018 umzusetzen. |  |

 Unter Ziel  Auf Zielkurs  Ziel übertroffen  Erreicht

Mit seinem umfangreichen Fachwissen und der Expertise seiner Mitarbeitenden unterstützt der WWF das Unternehmen Denner massgeblich bei der Erreichung der festgelegten Ziele. Die Kompetenz und langjährige Erfahrung des WWF in der Umsetzung von Massnahmen zur Schonung von natürlichen Ressourcen helfen Denner dabei, die festgelegten Ziele in der dafür vorgesehenen Zeit zu erreichen. Zudem übernimmt der WWF eine wichtige Kontrollfunktion bei der Einhaltung der definierten Ziele.

Nachhaltigkeitsbilanz

Umwelt

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Stromverbrauch (in MWh) | 69 688 | 71 619 | 72 413 | 71 208 |
| Wärme (in MWh)* | 25 503 | 27 937 | 30 658 | 29 097 |
| CO₂-Ausstoss Brennstoffe Logistik (in Tonnen) | 710 | 811 | 859 | 761 |
| Einsparung CO₂-Brennstoffe Logistik (in Prozent, Basis 2010) | 43,9 | 35,8 | 32,1 | 39,8 |
| Einsparung CO₂-Kälteanlagen (in Tonnen) | - | - | 40 | 160 |
| Energieeffizienz Logistik (in Prozent, Basis 2013) | 101,4 | 104,9 | 109,8 | 111,8 |
| Energieeffizienz Verwaltung (in Prozent, Basis 2013) | 100,0 | 102,9 | 105,6 | 110,0 |
| Energieverbrauch Filialen (in kWh/m ²) | 326 | 327 | 320 | 311 |
| Ökostrom (in Prozent) | - | - | 100,0 | 100,0 |
| Anzahl Filialen umweltfreundlich erreichbar | 797 | 797 | 809 | 811 |
| Warentransport (in km) | 8 182 368 | 8 330 680 | 8 263 258 | 8 668 270 |
| Anteil Bahntransport (in km) | - | 188 496 | 775 000 | 871 875 |
| Auslastung Transport-LKW (in Prozent) | 98,0 | 98,0 | 98,0 | 98,0 |
| Warentransport mit Abgasnorm Euro-6 (in Prozent) | 25,0 | 40,0 | 50,0 | 60,0 |
| Flugsortiment (Anzahl Artikel) | - | - | 4 | 4 |
| Gesamte Abfallmenge (in Tonnen) | - | - | 20 023 | 21 075 |
| Anteil stoffliche Nutzung (in Tonnen) | - | - | 15 800 | 16 764 |
| Recyclingquote (in Prozent) | - | - | 78,9 | 79,5 |
| Recycling Verpackungsmaterial (in Tonnen) | 14 626 | 14 705 | 14 881 | 15 217 |
| Organische Abfälle (in Tonnen) | - | - | 734 | 1 310 |
| Foodwaste-Quote (in Prozent) | 0,45 | 0,63 | 0,59 | 0,60 |

* Aufgrund einer neuen Basisberechnung hat sich der Wert verschlechtert.

Sortiment

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|-------|-------|-------|-------|
| Anteil Labelprodukte bei Fisch und Meeresfrüchten | 31,0% | 56,0% | 48,0% | 55,0% |
| Anteil Fisch und Meeresfrüchte aus nachhaltiger Quelle | - | - | 99,5% | 99,2% |
| Anteil FSC / Recycling Eigenmarken | 49,0% | - | 76,0% | 82,0% |

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--|--------|--------|--------|--------|
| Nachhaltiges Palmöl (RSPO) Eigenmarken | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Nachhaltiges Palmöl (RSPO Segregated) Food-Eigenmarken | - | - | 80,0% | 84,0% |
| Nachhaltiges Palmöl (RSPO MassBalanced) Near-Food-Eigenmarken | - | - | 91,0% | 91,0% |
| UTZ Kaffee Eigenmarken | - | - | 85,0% | 85,0% |
| UTZ Tee Eigenmarken | - | - | 63,0% | 58,0% |
| UTZ Tafelschokolade Eigenmarken | - | - | 100,0% | 100,0% |
| Transparenz in der Lieferkette (Anteil BSCI) | - | 89,0% | 91,0% | 91,0% |
| Anteil GlobalG.A.P. GRASP zertifizierte Lieferanten | - | 34,0% | 51,0% | 47,0%* |
| GlobalG.A.P. Früchte und Gemüse | 80,0% | 83,0% | 93,0% | 95,0% |
| GlobalG.A.P. Blumen und Pflanzen | - | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| SwissGAP landwirtschaftliche Produkte | - | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| GFSI-zertifizierte Lieferanten | - | 95,0% | 97,0% | 97,0% |
| Keine Eier aus Käfighaltung | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Anteil Schweizer Fleisch | - | 70,0% | 84,0% | 85,0% |
| Kaninchenfleisch nach Schweizer Tierschutzstandards | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Anzahl Labelprodukte IP-SUISSE | - | - | 30 | 72 |
| Anzahl Labelprodukte Sonstige | - | - | 100 | 216 |

* Aufgrund einer neuen Basisberechnung hat sich die Prozentzahl verschlechtert.

Mensch

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Anzahl Mitarbeitende | 4006 | 4246 | 4570 | 4817 |
| Anzahl Personaleinheiten | 3026 | 3242 | 3458 | 3703 |
| Mindestlohn für Ungelernte (in CHF) | 3975 | 4025 | 4025 | 4025 |
| Anzahl Mitarbeitende Vollzeit 100 Prozent | 1786 | 1880 | 1999 | 2171 |
| Anzahl Mitarbeitende Teilzeit 80-99 Prozent | 641 | 675 | 759 | 811 |
| Anzahl Mitarbeitende Teilzeit <80 Prozent | 728 | 752 | 821 | 849 |
| Anzahl Mitarbeitende im Stundenlohn | 851 | 939 | 992 | 986 |
| Fluktuation (in Prozent) | 18,6 | 18,9 | 18,4 | 17,2 |
| Anzahl Kadermitarbeitende | 710 | 715 | 754 | 774 |
| Anteil weibliche Kadermitarbeitende (in Prozent) | 46,6 | 48,5 | 47,9 | 51,3 |
| Anzahl Bewerbungseingänge | 36 479 | 44 820 | 49 384 | 46 744 |
| Anzahl Teilnehmende Weiterbildung | 2602 | 3176 | 4331 | 2833 |
| Total Kurstage | 341 | 392 | 499 | 591 |
| Total Schulungstage Weiterbildung (Teilnehmende × Anzahl Kurstage) | 3333 | 3920 | 5077 | 4302 |
| Anzahl Lernende | 86 | 91 | 97 | 105 |
| Beitrag Förderfonds Engagement (in CHF) | 2 700 000 | 4 400 000 | 5 700 000 | 7 000 000 |
| Beitrag Caritas Produktmarketing (in CHF) | 250 000 | 250 000 | 250 000 | 250 000 |

GRI-Inhaltsindex



GRI 101: Grundlagen 2016

| Allgemeine Angaben | GRI | Beschreibung | Angaben |
|------------------------------------|--------|--|---|
| Organisationsprofil | | | |
| GRI 102: Allgemeine Angaben 2016 | 102-1 | Name der Organisation | S. 65 |
| | 102-2 | Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen | S. 5 |
| | 102-3 | Ort des Hauptsitzes | S. 65 |
| | 102-4 | Betriebsstätten | S. 5 |
| | 102-5 | Eigentum und Rechtsform | S. 65: Über diesen Bericht |
| | 102-6 | Bediente Märkte | S. 5 |
| | 102-7 | Grössenordnung der Organisation | S. 5 |
| | 102-8 | Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter | S. 4: Anzahl Mitarbeiter 4817, davon 30 befristet, davon 1472 männlich und 3345 weiblich. Angaben betreffen Mitarbeitende der Denner AG. Personalschwankungen sind im Weihnachtsgeschäft durch vermehrte temporäre Einsätze möglich. Davon ausgeschlossen sind die Chauffeure, die als selbstständige Unternehmen tätig sind. |
| | 102-9 | Lieferkette | S. 11 |
| | 102-10 | Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette | S. 10/11: Keine wesentlichen Änderungen in der Organisation |
| | 102-11 | Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmassnahmen | S. 11/12/13 |
| | 102-12 | Externe Initiativen | S. 36/37/40/41 |
| | 102-13 | Mitgliedschaft in Verbänden | S. 6/7 |
| Strategie | | | |
| GRI 102: Allgemeine Angaben 2016 | 102-14 | Aussagen der Führungskräfte | S. 1: Vorwort Beat Zahnd |
| Ethik und Integrität | | | |
| GRI 102: Allgemeine Angaben 2016 | 102-16 | Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen | S. 8/9 |
| Governance | | | |
| GRI 102: Allgemeine Angaben 2016 | 102-18 | Führungsstruktur | S. 10 |
| Einbezug von Stakeholdern | | | |
| GRI 102: Allgemeine Angaben 2016 | 102-40 | Liste der Stakeholder-Gruppen | S. 12 |
| | 102-41 | Tarifverhandlungen | Die Denner AG ist nicht dem GAV angeschlossen. |
| | 102-42 | Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern | S. 12 |
| | 102-43 | Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung | S. 12 |
| | 102-44 | Schlüsselthemen und Anliegen | S. 12/13 |
| Berichtsspezifische Angaben | | | |
| GRI 102: Allgemeine Angaben 2016 | 102-45 | Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden | Die gleichen Entitäten gelten auch für diesen Nachhaltigkeitsbericht (811 Verkaufsstellen, 1 Verwaltung, 5 Verteilzentralen, über 4800 Mitarbeitende) |
| | 102-46 | Bestimmung von Berichtsinhalt und Themenabgrenzung | S. 13 |
| | 102-47 | Liste der wesentlichen Themen | S. 13 |
| | 102-48 | Neuformulierung der Informationen | Erster Bericht nach GRI |
| | 102-49 | Änderungen bei der Berichterstattung | Erster Bericht nach GRI |
| | 102-50 | Berichtszeitraum | Geschäftsjahr 2017: 01.01.2017 – 31.12.2017 |
| | 102-51 | Datum des aktuellsten Berichts | Juni 2017 |
| | 102-52 | Berichtszyklus | Erfolgt jährlich |
| | 102-53 | Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht | Leiter Nachhaltigkeit, Christopher Rohrer nachhaltigkeit@denner.ch |
| | 102-54 | Aussagen zu Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards | Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards Option Kern erstellt. |
| | 102-55 | GRI-Inhaltsindex | S. 62/63/64 |
| | 102-56 | Externe Prüfung | Keine externe Prüfung |

Umwelt

| Wesentliche Themen | GRI | Beschreibung | Angaben |
|---|------------|---|--|
| Treibhausgasemissionen und Klimawandel | | | |
| GRI 103: Managementansatz 2016 | 103-1 | Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung | S. 13 |
| | 103-2 | Der Managementansatz und seine Komponenten | S. 12/13 |
| | 103-3 | Prüfung des Managementansatzes | S. 13 |
| GRI 305: Emissionen 2016 | 305-1 | Direkte THG-Emissionen (Scope 1) | S. 28: Siehe Verweis 6.2.1 CO ₂ -Bilanz a) Bruttovolumen: Nur CO ₂ aus Brennstoffen in der Logistik (in Bilanz), CO ₂ aus Brennstoffen und Kälteanlagen in den Filialen und aus Firmenfahrzeugen sind nicht abschliessend erhoben und werden bis spätestens 2020 berichtet b) In der Berechnung einbezogene Gase: Nur CO ₂ c) Biogene Treibstoffe sind nicht relevant d) Basisjahr 2010 (erstes Jahr der Messung) e) Quelle: Emissionsfaktoren des Bundesamtes für Umwelt (BAFU) f) Konsolidierungsansatz: Der Bereich Logistik ist zu 100 Prozent kontrolliert g) Verwendeter Standard: GHG-Protocol |
| Energieeffizienz | | | |
| GRI 103: Managementansatz 2016 | 103-1 | Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung | S. 13 |
| | 103-2 | Der Managementansatz und seine Komponenten | S. 12/13 |
| | 103-3 | Prüfung des Managementansatzes | S. 13 |
| GRI 302: Energie 2016 | 302-3 | Energieintensität | S. 31/32: Die Errechnung der Energieeffizienz beruht auf dem Modell der Energieagentur der Wirtschaft (EnaW). Sie berechnet sich wie folgt: Energieeffizienz = (GEV + Energieeinsparungen) / GEV wobei der GEV der Gewichtete Gesamtenergieverbrauch ist. Zur Berechnung des GEV wird der Stromverbrauch doppelt gezählt, fossile Brennstoffe einfach, Fernwärme aus der KVA zur Hälfte und regenerierbare Energie (= Holzschnitzel, Altholz, Biogas sowie Solarstrom) zu 10 Prozent. Der Energieverbrauch ausserhalb der Denner AG wurde nicht berücksichtigt. |
| Recycling | | | |
| GRI 103: Managementansatz 2016 | 103-1 | Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung | S. 13 |
| | 103-2 | Der Managementansatz und seine Komponenten | S. 13 |
| | 103-3 | Prüfung des Managementansatzes | S. 13 |
| GRI 306: Abwasser und Abfall 2016 | 306-2 | Abfall nach Art und Entsorgung | S. 25 |
| Lebensmittelverschwendung (Foodwaste) | | | |
| GRI 103: Managementansatz 2016 | 103-1 | Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung | S. 13 |
| | 103-2 | Der Managementansatz und seine Komponenten | S. 13 |
| | 103-3 | Prüfung des Managementansatzes | S. 13 |
| GRI 306: Abwasser und Abfall 2016 | 306-2 | Abfall nach Art und Entsorgung | S. 25 |
| Denner KPI | D1 | Foodwaste-Quote | S. 25 |

GRI-Inhaltsindex

Sortiment

| Wesentliche Themen | GRI | Beschreibung | Angaben |
|--|-------|---|-------------------------|
| Qualität- und Produktsicherheit | | | |
| GRI 103: Managementansatz 2016 | 103-1 | Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung | S. 13 |
| | 103-2 | Der Managementansatz und seine Komponenten | S. 36 |
| | 103-3 | Prüfung des Managementansatzes | S. 36/37/38 |
| Denner KPI | D2 | Anteil der zertifizierten Labelprodukte Anzahl Produktrückrufe, Angaben Testresultate Saldo, GFSI-Zertifizierungsanteil | S. 14/15 S. 14/38/40 |
| Labelprodukte | | | |
| GRI 103: Managementansatz 2016 | 103-1 | Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung | S. 13 |
| | 103-2 | Der Managementansatz und seine Komponenten | S. 36 |
| | 103-3 | Prüfung des Managementansatzes | S. 14/38/40 |
| Gute Agrarpraxis / Ressourcenschonung | | | |
| GRI 103: Managementansatz 2016 | 103-1 | Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung | S. 13 |
| | 103-2 | Der Managementansatz und seine Komponenten | S. 36 |
| | 103-3 | Prüfung des Managementansatzes | S. 40/41 |
| Denner KPI | D3 | Anzahl Produkte, welche nach einem anerkannten Nachhaltigkeitsstandard gelabelt sind Anteil GAP, Labelprodukte Seafood, FSC, Palmöl | S. 14/15 S. 40/41 |
| Tierwohl | | | |
| GRI 103: Managementansatz 2016 | 103-1 | Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung | S. 13 |
| | 103-2 | Der Managementansatz und seine Komponenten | S. 36 |
| | 103-3 | Prüfung des Managementansatzes | S. 14/40/41/42/43 |
| Denner KPI | D4 | Anteil Frischfleischprodukte aus dem In- und Ausland, welche mindestens Schweizer Tierschutzgesetze einhalten | S. 44 |

Mensch

| Wesentliche Themen | GRI | Beschreibung | Angaben |
|--|-------|---|--|
| Führung und Kultur | | | |
| GRI 103: Managementansatz 2016 | 103-1 | Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung | S. 13 |
| | 103-2 | Der Managementansatz und seine Komponenten | S. 8/48/49/50/51 |
| | 103-3 | Prüfung des Managementansatzes | S. 13 |
| Denner KPI | D5 | Anteil der geschulten Mitarbeitenden im Unternehmen im Rahmen der Leuchtturm-Führungstage sind in den Kennzahlen unter Anzahl Schulungstage Weiter- bildung vermerkt | S. 61 |
| Anstellungsbedingungen / Löhne | | | |
| GRI 103: Managementansatz 2016 | 103-1 | Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung | S. 13 |
| | 103-2 | Der Managementansatz und seine Komponenten | S. 13 |
| | 103-3 | Prüfung des Managementansatzes | S. 13 |
| Denner KPI | D6 | Mindestlohn für Ungelernte | S. 61 |
| Aus- und Weiterbildung | | | |
| GRI 103: Managementansatz 2016 | 103-1 | Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung | S. 13 |
| | 103-2 | Der Managementansatz und seine Komponenten | S. 48 |
| | 103-3 | Prüfung des Managementansatzes | S. 51 |
| GRI 404: Aus-/Weiterbildung 2016 | 404-2 | Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe | S. 51/52/53/54 |
| Arbeitssicherheit und Gesundheit | | | |
| GRI 103: Managementansatz 2016 | 103-1 | Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung | S. 13 |
| | 103-2 | Der Managementansatz und seine Komponenten | S. 48 |
| | 103-3 | Prüfung des Managementansatzes | S. 50 |
| GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2016 | 403-1 | Repräsentation von Mitarbeitern in formellen Arbeit- geber-Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | S. 48/49/50: Mitarbeitende der Denner AG werden von der Personalkommission (Peko) aus allen Bereichen vertreten (100 Prozent). Die Peko befasst sich auch mit Sicherheitsthemen und bespricht diese Themen mit den obersten Führungskräften des Unternehmens. |

Denner ist Eigentümer dieses Berichts, sämtliche Inhalte gehören Denner oder einem Vertragspartner. Durch das Aufrufen, Kopieren oder Herunterladen von Seiten werden keinerlei Rechte erworben. Das Nutzen der Inhalte für kommerzielle Zwecke ist ohne vorherige, schriftliche Zustimmung untersagt. Denner schliesst jegliche Haftung (einschliesslich Fahrlässigkeit) aus, die sich aus dem Bericht ergeben könnte. Denner verwendet grösstmögliche Sorgfalt darauf, dass die Informationen des Berichts korrekt sind. Dennoch kann Denner keine explizite bzw. implizite Zusicherung oder Gewährleistung (auch gegenüber Dritten) hinsichtlich der Genauigkeit, Zuverlässigkeit oder Vollständigkeit der Informationen machen. Denner lehnt jede Haftung infolge falscher, ungenügender oder fehlender Informationen ab. Der Bericht enthält Links zu Websites Dritter. Diese Seiten werden nicht durch Denner betrieben oder überwacht. Denner lehnt jegliche Verantwortung für den Inhalt und die Einhaltung der gesetzlichen Datenschutzbestimmungen durch die Betreiber von verlinkten Seiten ab. Für die Sicherheit von Daten während deren Übermittlung via Internet schliesst Denner jede Haftung aus. Dieser Bericht liegt in deutscher, französischer und italienischer Sprache auf www.denner.ch vor. Massgebend ist die deutsche Fassung.

Herausgeber:

Denner AG, Grubenstrasse 10, 8045 Zürich
Inhaberin der Denner AG ist der Migros-Konzern

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit dem GRI-Standard Option Kern erstellt.

Inhaltliche Verantwortung:

Christopher Rohrer (Leiter Nachhaltigkeit)

Redaktion:

Thomas Kaderli (Mediensprecher), Grazia Grassi (Leiterin Unternehmenskommunikation)

Projektleitung:

Grazia Grassi (Leiterin Unternehmenskommunikation)

Korrekturat: Irène Fasel, Rapperswil

Konzept / Gestaltung / Illustration:

Isler Tomasi GmbH, Visuelle Kommunikation, Zürich

Fotografie:

Ganzseitige Porträts: Giorgio von Arb
Weitere Bilder: Giorgio von Arb, Claudia Minder, Kurt Pfister, Anna Elena Letsch-Mattioli, Denner, MGB, Repower, IP-SUISSE, WWF, Shutterstock, iStock

Litho: Detail AG, Zürich

Papier: Rebello FSC, 100 % Altpapier, Fischer Papier



FSC® Recycling

Umschlag und Untersetzer:

Filz aus recycletem, gerissenen PET-Fasern, FISSCO

Druck und Bindung:

Käser Druck AG, Stallikon; Bubu AG, Mönchaltorf

ClimatePartner[®]
klimaneutral

Druck | ID 11009-1706-1001

Auflage: 400 Exemplare

Veröffentlichung: April 2018

Kontakt:

Denner AG
Unternehmenskommunikation
Grubenstrasse 10
CH-8045 Zürich
Telefon 044 455 11 11
www.denner.ch

DENNER
Nachhaltiger als man denkt