

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2018

Was wir bewirken

NGER

EN

DENNER
Nachhaltigkeit für alle



Ein Cover mit Tradition

Damit die Umwelt nicht unnötig belastet wird, stellen wir bei jedem Nachhaltigkeitsbericht eine nachhaltige Produktion sicher.

Darum erscheint der gedruckte Nachhaltigkeitsbericht nur in einer Kleinstauflage für ausgewählte Stakeholder und Non-Profit-Organisationen. Tradition hat seit der ersten Stunde auch ein aussergewöhnliches Deckblatt, das aus rezyklierten Materialien besteht. Nach alten Weinkartons, handgeschöpftem Recyclingpapier mit eingelassenen Pflanzensamen sowie einem Filz aus rezyklierten PET-Fasern verwenden wir dieses Jahr Mehlsäcke von Grüninger Mühlen, die die Bäckerei Conrad in Küblis beliefert, als Cover für unseren Nachhaltigkeitsbericht. Mehr zur Bäckerei Conrad und zur Belieferung der Denner Teiglinge erfahren Sie auf Seite 39.

Ein «D» grüner

Mit gutem Gewissen bei Denner einkaufen: Das ist unser Versprechen an unsere Kunden und an Sie, liebe Leserinnen und Leser. So bringen wir das nachhaltige Handeln innerhalb von Denner stetig voran: und zwar engagiert, effizient und hartnäckig. Es ist diese Beharrlichkeit, die sich wie ein roter Faden durch das ganze Unternehmen zieht und bewirkt, dass wir unsere gesetzten Ziele erreichen.

Discount und Nachhaltigkeit stellen keinen Widerspruch dar, davon bin ich überzeugter denn je. Auch preisaffine Unternehmen müssen den Bedürfnissen der Umwelt und des Menschen Rechnung tragen und nachhaltiges Handeln vorantreiben. Dafür setzen wir uns als Migros-Gruppe ein. Unsere ambitionierten Ziele gelten sowohl für alle Tochterunternehmen wie auch für die zehn Genossenschaften. Wir sind uns bewusst, dass dies für das einzelne Unternehmen oft kein einfaches Unterfangen darstellt. Veränderungen innerhalb der Organisation sind notwendig, damit sich nachhaltiges Handeln effektiv positiv auswirkt. Denner hat seine Hausaufgaben gemacht: Die Organisation im Bereich Nachhaltigkeit wurde gestärkt, damit die Schwerpunktthemen Umwelt, Sortiment und Mensch vorangetrieben werden können. Wie konkret, das erfahren Sie in diesem Nachhaltigkeitsbericht.

Mein Fazit daraus: Denner ist auf dem besten Weg, ein «D» grüner und somit der nachhaltigste Discounter der Schweiz zu werden.



Beat Zahnd

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

VORWORT



Die Denner Geschäftsleitung (v.l.n.r.): Serge Gafner, Leiter Human Resources; Sascha Göbels, Leiter Einkauf; Adrian Bodmer, Leiter Finanzen; Mario Irminger, CEO; Bernhard Zubler, Leiter Logistik; und Boris Pesek, Leiter Verkauf ad interim.

Geschätzte Leserin, geschätzter Leser

Die Klimaerwärmung ist längst kein Modewort mehr, sondern eine ernst zu nehmende Realität. Laut einem UN-Bericht haben die weltweiten CO₂-Emissionen einen Höchstwert erreicht. Dies bedeutet, dass wir alle gefordert sind, die Massnahmen gegen den Klimawandel massiv zu verstärken. Jeder sollte seinen Teil der Verantwortung übernehmen und sich individuell überlegen, was sein Beitrag zu einer positiven Entwicklung der Umwelt sein kann.

Die Weltbevölkerung wirtschaftet so, als hätte sie 1,7 Erden zur Verfügung. Dies wurde anlässlich der Kampagne zum Erdüberlastungstag errechnet (Berechnung der Forschungsorganisation Global Footprint per 1. August 2018). Einen solch verschwenderischen Umgang mit den natürlichen Ressourcen können wir uns nicht mehr leisten. Fortschritt und Wachstum müssen stets das Ziel vor Augen haben, die Umwelt zu schonen. Und wir in der Schweiz haben gute Voraussetzungen dafür.

Für Denner gibt es jedenfalls Gründe genug, sich täglich mit der Nachhaltigkeit zu befassen und unser

Umfeld für diese Thematik zu sensibilisieren und im Alltag etwas zu bewegen. Denner möchte etwas verändern und bewirken, um unsere Umwelt und den Generationen nach uns gutes Trinkwasser, gesunde Böden und hoffentlich gleissende Gletscher zu erhalten.

Deshalb hinterfragen wir Jahr für Jahr, wo und wie wir über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg unsere Prozesse nachhaltig ökologischer gestalten können. Unser Nachhaltigkeits-Kernteam treibt in unserem Unternehmen diese Themen voran, intern wie extern. Wir möchten alle in die Verantwortung einbeziehen, um etwas zu bewirken. Denn eine intakte Welt betrifft uns alle.

Wir bleiben dran. Dies ist unser Versprechen, welches wir jedes Jahr im Nachhaltigkeitsbericht erneuern.

Nachhaltige Grüsse
Die Denner Geschäftsleitung

	Vorwort	3
	Unternehmenspräsentation	6
	Meilensteine	8
	Strategie und Vision	10
	Auswirkungen	11
	Die grünen Botschafter	12
	Stakeholder	14
	Wesentlichkeitsanalyse	15
	Kundenbedürfnisse im Fokus	16
	Strategische Ziele	18
	Übersicht Themenschwerpunkte	22
1	Schwerpunkt Umwelt	23
	Interview mit Damian Oettli , Leiter Markets WWF Schweiz	25
	Treibhausgasemissionen Ambitionierte Ziele zur CO ₂ -Reduktion	26
	Recycling und Foodwaste Weniger Foodwaste – mehr Recycling	27
	Transporte Smarte Transportlösungen	31
	Energieeffizienz Energieeffizienz vorantreiben	32
2	Schwerpunkt Sortiment	37
	Interview mit Wilfried Wohlwend , Inhaber und Geschäftsleitung Bäckerei Conrad AG	39
	Qualität und Produktsicherheit Sicherheit geht vor	40
	Gute Agrarpraxis/Ressourcenschonung/Tierwohl Verantwortungsvolle Produktion	42
	Ausgewogene Ernährung Fokus auf Frische	44
	Labelprodukte Ökologischer Mehrwert und Orientierungshilfe	46
	Fleischlose Ernährung Vegetarische und vegane Produkte	48
3	Schwerpunkt Mensch	49
	Interview mit Jean-Pierre Egger , Trainer und Coach	51
	Attraktiver Arbeitgeber Mehr als ein Arbeitsort	52
	Unternehmenskultur Bereichernde Vielfalt	54
	Ausbildung und Weiterbildung Gezielte Förderung	57
	Gesellschaftliches Engagement Einer für alle	60
	Geschäftspartner	
	Die IP-SUISSE Partnerschaft	62
	Die WWF-Partnerschaft	64
	Kennzahlen	66
	GRI-Inhaltsindex	68
	Prüfbescheinigung PwC	71
	Über diesen Bericht	72

➔ **ELEKTRONISCHE FASSUNG DIESES BERICHTS:**

QR-Code scannen oder Link eingeben

denner.ch/nachhaltigkeit



Denner trägt Sorge zur Umwelt

Denner ist der führende Discounter der Schweiz und gewinnt Jahr für Jahr Marktanteile hinzu. Damit dieses Wachstum nicht zulasten der Umwelt geht, definiert Denner in seiner Nachhaltigkeitsstrategie Ziele und Massnahmen, die mithelfen, kommenden Generationen eine intakte Umwelt zu hinterlassen. Unsere Intention ist es, Mitarbeitenden, Lieferanten und Kunden eine Werterhaltung zu vermitteln, in der nachhaltiges Handeln selbstverständlich ist. Und damit über unser Unternehmen hinaus Wirkung erzielt.



«Nachhaltiges Handeln ist die Basis für langfristigen Erfolg. Diese Botschaft tragen wir nach aussen.»

Mario Irminger, CEO Denner AG

Mit 817 Standorten in der ganzen Schweiz ist Denner stets nahe bei seinen Kunden und geniesst seit Jahrzehnten grosses Vertrauen in der Bevölkerung. Mit preiswerten Produkten für den täglichen Bedarf stellen wir die Nahversorgung bis in entlegene

Gebiete sicher. Die Bekanntheit der Marke Denner bringt eine grosse Verantwortung mit sich. Als Grossunternehmen haben die Entscheide von Denner Vorbildcharakter für Mitarbeitende und Kunden. Deshalb sensibilisiert Denner seine Mitarbeitenden und die breite Öffentlichkeit aktiv für Umweltthemen, mit dem Ziel, das Bewusstsein für nachhaltiges Handeln weiter zu schärfen. Im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie legt Denner zudem Massnahmen und Ziele fest, die es innerhalb einer vordefinierten Zeitspanne zu erreichen gilt. Die Fortschritte legen wir im jährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht offen. Die transparente Kommunikation ist integraler Bestandteil unseres Bestrebens, nachhaltiges Handeln innerhalb und ausserhalb unseres Unternehmens zu fördern.

Mit über 5000 Mitarbeitenden in allen Sprachregionen gehört Denner zu den grössten Arbeitgebern der Schweiz. Dazu kommen Millionen von Kunden, die tagtäglich in unseren Läden einkaufen, und eine Vielzahl von Lieferanten, mit denen Denner eng zusammenarbeitet. Unsere Entscheidungen haben einen direkten Einfluss auf Menschen und Tiere sowie auf die Umwelt, in der wir leben. Deshalb zahlen wir überdurchschnittliche Mindestlöhne, optimieren unsere Ökobilanz und achten bei den Produkten, die wir verkaufen, auf eine umweltschonende und verantwortungsvolle Herstellung entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Damit senden wir ein wichtiges Signal nach aussen: Auch im Discountkanal achten die Kunden heute auf die Auswirkungen ihres Handelns. Diesem Bedürfnis kommen wir nach, indem wir unseren Kunden die Möglichkeit bieten, sich ganz bewusst für naturnah hergestellte Lebensmittel, ökologische Reinigungsmittel oder Produkte aus dem ständig wachsenden Frischeangebot zu entscheiden.

Denner in Zahlen 2018

Relevante
Zahlen

Nettoumsatz 2018

CHF 3195 Mio.

+ 4,3 % Wachstum



+ 3,6 % Kundenfrequenz



+ 2,5 % Umsatzplus Denner
Partner Betriebe



Anzahl
Mitarbeiter

Über **5000**
Mitarbeitende

4193 in den Filialen

421 in der Verwaltung

458 in den Verteilzentralen

105 Lernende

In den letzten 10 Jahren:

+ 1592 neue Arbeitsstellen



Über **90**
IP-SUISSE
Produkte

Nachhaltige
Produkte

305 Labelartikel



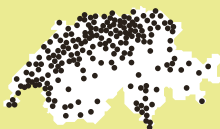
Mindestlohn ($\times 13$)
CHF 4025.-

Dieser liegt deutlich über
dem Branchendurchschnitt.

+ 7,3 % Lohnanstieg
in den letzten 10 Jahren

6 Wochen Ferien
(unverändert)

Lohn-
anstieg



Filialnetz

537 Denner Filialen

280 Denner Partner
Betriebe

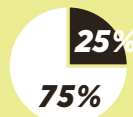
817 Total



5
**Verteil-
zentralen**

3 VZ Hartwaren

2 VZ Frischprodukte



1950
Produkte

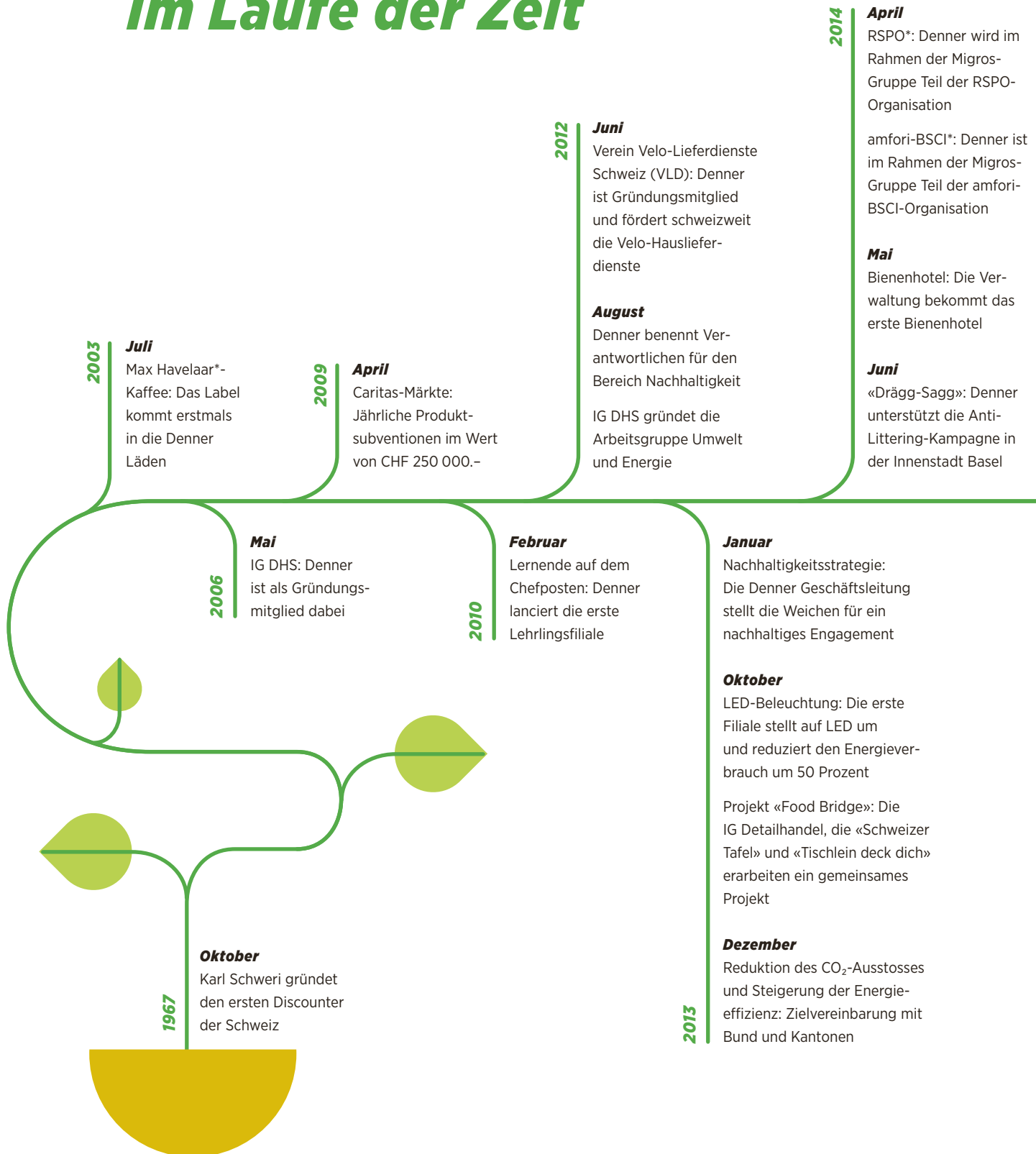
75 % Markenartikel

25 % Eigenmarken



Mitarbeitende
aus **70**
Nationen

Nachhaltiges Handeln im Laufe der Zeit



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

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 unterstützt aktiv MSC* und ASC*

Denner wird Mitglied des Öbu

2018

Januar

Teilnahme an Gründerver-sammlung Schweizer Plattform für nachhaltigen Kakao

Die jährliche Spende von CHF 20 000.– geht an die Stiftung Theodora

Februar

Denner führt den Vital-Meter in auserwählten Filialen ein. Der Vital-Meter beinhaltet Produkte für eine bewusste Ernährung und für Allergiker (Bsp: gluten-freie und vegane Produkte)

März

Im GfK Business Reflector Ranking ist Denner auf dem hervorragenden 22. Platz und verbessert sich um 11 Plätze gegenüber dem Vorjahr

April

Der dritte Nachhaltig-keitsbericht von Denner wird erstmals nach GRI-Standards publiziert

Mai

Denner wird Mitglied der Stiftung «Praktischer Umweltschutz PUSCH»

Juni

Denner sammelt CHF 5000.– am WWF-Lauf zugunsten der Afrikani-schen Elefanten und ihrer Lebensräume

Juli

Denner wird Vollmitglied bei PET-Recycling Schweiz

August

Mit der Unterzeichnung des «Commitment Letter» an die Science Based Targets Initiative (SBTi) verpflichtet sich Denner für einen ambi-tionierten Dekarbonisierungs-pfad zur Beschränkung der globalen Klimaerwärmung auf 2°C. Die Umsetzung hat innerhalb von zwei Jahren zu erfolgen

September

Denner unterzeichnet den freiwilligen Codex für die Vermarktung von E-Dampf-geräten und Liquids

Oktober

Denner und WWF verein-baren eine Zusammenarbeit für eine ökologisch opti-mierte Weinanbaupraxis

November

Denner kämpft gegen die Abfallflut und lanciert ein Projekt, das bis 2025 das Verpackungsmaterial um mindestens 20 Prozent reduzieren soll

Zusammen mit Greenland Seafood lanciert Denner eine Partnerschaft mit «One Earth – One Ocean» und spendet für jede verkaufte Packung Fischstäbchen und Schlemmerfilet 5 Rappen an die Umweltorganisation

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»

Seit 2017

Ausbau IP-SUISSE Sortiment*

* Mehr zu den Labels auf Seite 46/47

Nachhaltigkeit als integraler Bestandteil des Leitbildes

Als führender Discounter der Schweiz nehmen wir unsere ökologische und soziale Verantwortung wahr und zeigen in unserem Nachhaltigkeitsbericht öffentlich auf, mit welchen Massnahmen wir die Ziele unserer Nachhaltigkeitsstrategie erreichen. Um diese Strategie voranzutreiben, ist die Nachhaltigkeit fester Bestandteil unseres Leitbildes.

«Nachhaltigkeit muss eine Grundhaltung sein, die alle unsere Aktivitäten prägt.»

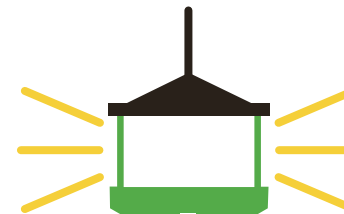
Mario Irminger,
CEO Denner AG

Der Zustand unserer Welt ist die Folge der Entscheidungen, die wir in der Vergangenheit getroffen haben. Deshalb müssen wir in unserer täglichen Arbeit neben den wirtschaftlichen Auswirkungen auch die Folgen für die Natur und ihre Lebewesen in unsere Überlegungen einbeziehen. So stellen wir sicher, dass wir auch künftig hinter den einmal getroffenen Entscheidungen stehen können.

Denner hat mit der Ausarbeitung seiner Nachhaltigkeitsstrategie eine Grundlage geschaffen, diese Haltung im Unternehmen zu verankern und den Aspekt der Nachhaltigkeit zum festen Bestandteil unserer Entscheidungsfindung zu machen. Deshalb ist nachhaltiges Handeln Bestandteil unserer Unternehmensführung und in das Leitbild integriert.

Vision:
Denner ist der nachhaltigste Discounter der Schweiz

Strahlkraft



«Wir führen Denner leidenschaftlich, nachhaltig und erfolgreich in die Zukunft.»

Mario Irminger, CEO Denner AG

Bau Leuchtturm

Umwelt

Sortiment

Mensch

Diese drei Schwerpunkte bilden die statischen Säulen des nachhaltigen Leuchtturms.

Bau Fundament

Werte & Haltung

Das Fundament für die Nachhaltigkeitskultur bei Denner wird sichergestellt durch unsere Haltung, Zukunfts- und Entwicklungsfähigkeit.

Auswirkung des Unternehmens auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft

Unverändert blieben im letzten Jahr die Auswirkungen über die gesamte Wertschöpfungskette in den drei Themenbereiche «Umwelt», «Sortiment» und «Mensch».

	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 und Produktsicherheit						
Labelprodukte						
Gute Agrarpraxis/ Ressourcenschonung						
Tierwohl						
Mensch						
Führung und Kultur						
Anstellungsbedingungen						
Aus- und Weiterbildung						
Arbeitssicherheit/Gesundheit						

* Umweltwirkung

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

Nachhaltiges Handeln vorantreiben



Die Botschafter der Nachhaltigkeit

Grazia Grassi
Leiterin
Unternehmens-
kommunikation

Die Komplexität und die Vielseitigkeit der Nachhaltigkeit benötigen kommunikative Aufklärungsarbeit und die Sensibilisierung aller – sowohl intern wie extern.

Hans Jenni
Leiter Frische und
Aktionsgeschäft

Verantwortlich für das Schwerpunktthema «Sortiment» setzt er sich dafür ein, dass in diesem Bereich nachhaltig produzierte Produkte wie IP-SUISSE realisiert werden.

Christopher Rohrer
Leiter
Nachhaltigkeit

Seit 2013 ist er für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie von Denner verantwortlich und stellt sicher, dass die festgelegten ökologischen Unternehmensziele erreicht werden.

Sylvie Hofstetter
Leiterin
Personalmarketing

Verantwortlich für das Schwerpunktthema «Mensch». Dieser Bereich setzt sich für die Mitarbeitenden, die Unternehmenskultur und das gesellschaftliche Engagement ein.

Cédric Dübendorfer
Projektleiter
Immobilien-
bewirtschaftung

Verantwortlich für das Schwerpunktthema «Umwelt». Die Energieeffizienz und die Reduktion der Treibhausgasemissionen haben hier erste Priorität.

Seit über sechs Jahren fördert Denner aktiv nachhaltiges Handeln im Unternehmen, um der Generation von morgen eine intakte Welt zu hinterlassen. Um dieses Engagement voranzutreiben, wurde im Herbst 2018 intern eine Organisation auf die Beine gestellt. Es sind die grünen Botschafter des Unternehmens, die Treiber nachhaltiger Themen.

Viele Faktoren beeinflussen den Klimawandel: demografische Veränderungen, die Knappheit natürlicher Ressourcen, die zunehmende Migration oder die Digitalisierung – um nur einige Beispiele zu nennen. Die Komplexität ökologischer Themen nimmt zu, dies entbindet uns aber nicht von der Pflicht, etwas für unsere Umwelt zu unternehmen. Nachhaltigkeit ist für Denner eine Herzenssache, ein klares Bekenntnis zur Umwelt. Das Unternehmen hat es sich auf die Fahne geschrieben, der nachhaltigste Discounter der Schweiz zu werden. Um dies zu erreichen, wurde intern eine Organisation gegründet, die sich vermehrt mit nachhaltigen Themen befasst und die sicherstellt, dass Denner über die ganze Wertschöpfungskette verantwortungsvoll und ökologisch handelt. Ein Kernteam unter der Leitung von Christopher Rohrer, Leiter Nachhaltigkeit, treibt die Organisation voran. Weitere Kadermitarbeitende aus den Fachabteilungen unterstützen ihn dabei. Gemeinsam sind sie das Green Team – ihre Aufgabe wird es sein, die Unternehmensvision zu erreichen.

Die Denner Nachhaltigkeitsstrategie ist unterteilt in die Schwerpunktthemen «Umwelt», «Sortiment» und «Mensch». In allen drei Bereichen wurden ambitionierte Ziele gesetzt. Die grünen Botschafter setzen alles daran, diese Ziele nicht nur zu erreichen, sondern zu übertreffen.

Die Vision von Denner ist, der nachhaltigste Discounter der Schweiz zu werden. Und daran arbeiten wir Tag für Tag.

«Nachhaltiges Handeln ist Teil unserer Wertekultur geworden, deshalb haben wir die Organisation verstärkt, um unser Engagement auszubauen. Für die Umwelt und die Generationen von morgen.»

Christopher Rohrer,
Leiter Nachhaltigkeit

Die Nachhaltigkeit ist ein strategisches Thema, deshalb rapportiert der Leiter Nachhaltigkeit direkt dem CEO. Mit den grünen Botschaftern verstärkt Denner sein Engagement, damit entlang der gesamten Wertschöpfungskette nachhaltiges Handeln sichergestellt werden kann.

➔ ORGANIGRAMM DES UNTERNEHMENS:

QR-Code scannen oder Link eingeben

denner.ch/de/ueber-uns/unternehmen/uebersicht

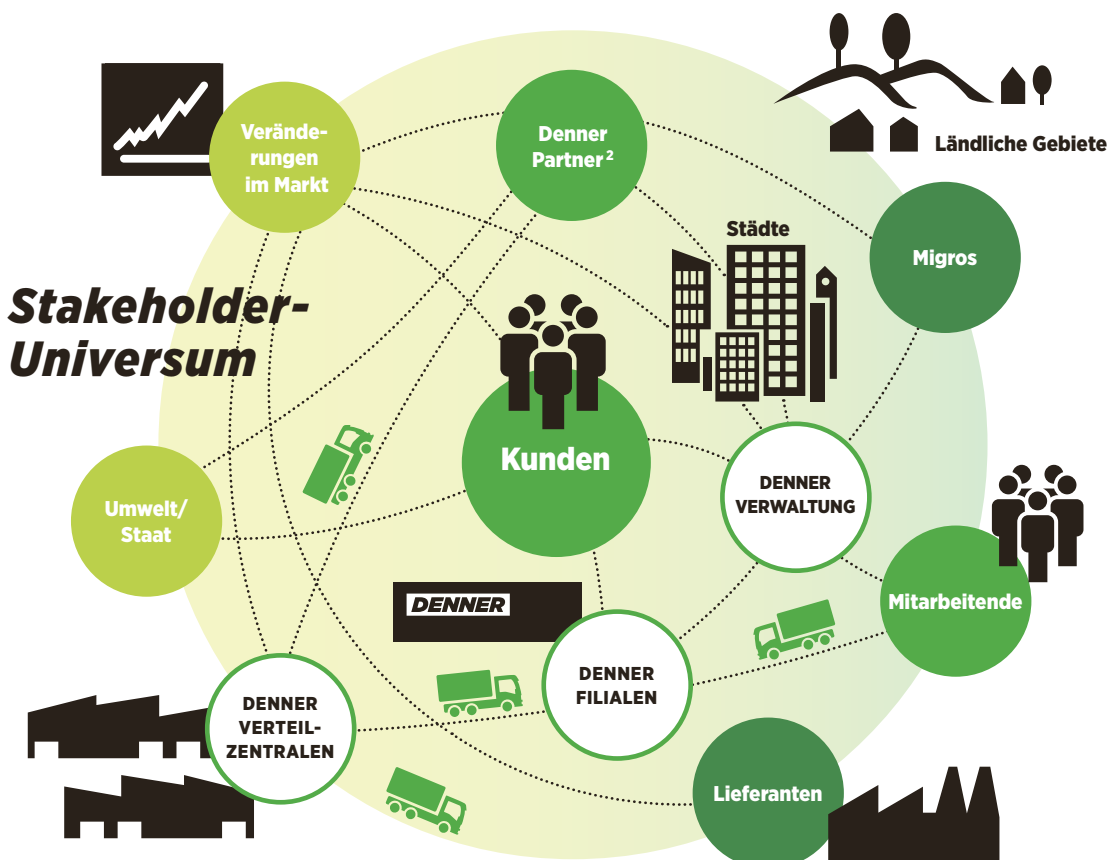


Austausch fördern, um Handlungsfelder zu erkennen

Die Schweizer Bevölkerung hat sich seit Beginn des 20. Jahrhunderts mehr als verdoppelt¹, die Ernährungsgewohnheiten haben sich verändert, und die Umweltthemen werden komplexer. Deshalb fördert Denner den regelmässigen Austausch mit Stakeholdern, um neue Handlungsfelder zu erkennen und Massnahmen einzuleiten. Wer etwas verändern will, muss die Bereitschaft dazu haben. Denner hat sie.

Die Entwicklungen im Markt zu verstehen und relevante Massnahmen daraus abzuleiten, stellt für Unternehmen eine grosse Herausforderung dar, weil diverse Faktoren eine Rolle spielen. In der Schweiz verändern viele Einflüsse die Wirtschaft, es sind Themen wie: die Migration, die Bevölkerungsstruktur, die ansteigenden Einpersonenhaushalte oder der Klimawandel. Vor allem Umweltthemen gewinnen zunehmend an Bedeutung. Zu Recht. Wir alle sind aufgerufen, nachhaltig zu handeln, denn die Zeit läuft uns davon. Deshalb fördert Denner den Austausch

mit internen und externen Stakeholdern, um die Prozesse laufend zu optimieren und den Verbrauch von natürlichen Ressourcen zu reduzieren. Letztes Jahr konnten diverse Projekte realisiert werden, die dank des Austauschs mit Stakeholdern entstanden sind. Eines davon ist das Projekt «One Earth – One Ocean» (siehe Seite 30/31). Solche Projekte beweisen, dass im Dialog mit Stakeholdern vieles erreicht werden kann. Deshalb wird Denner den Austausch mit den Stakeholdern weiter vorantreiben, um sich zu verbessern. Für die Umwelt und für uns alle.

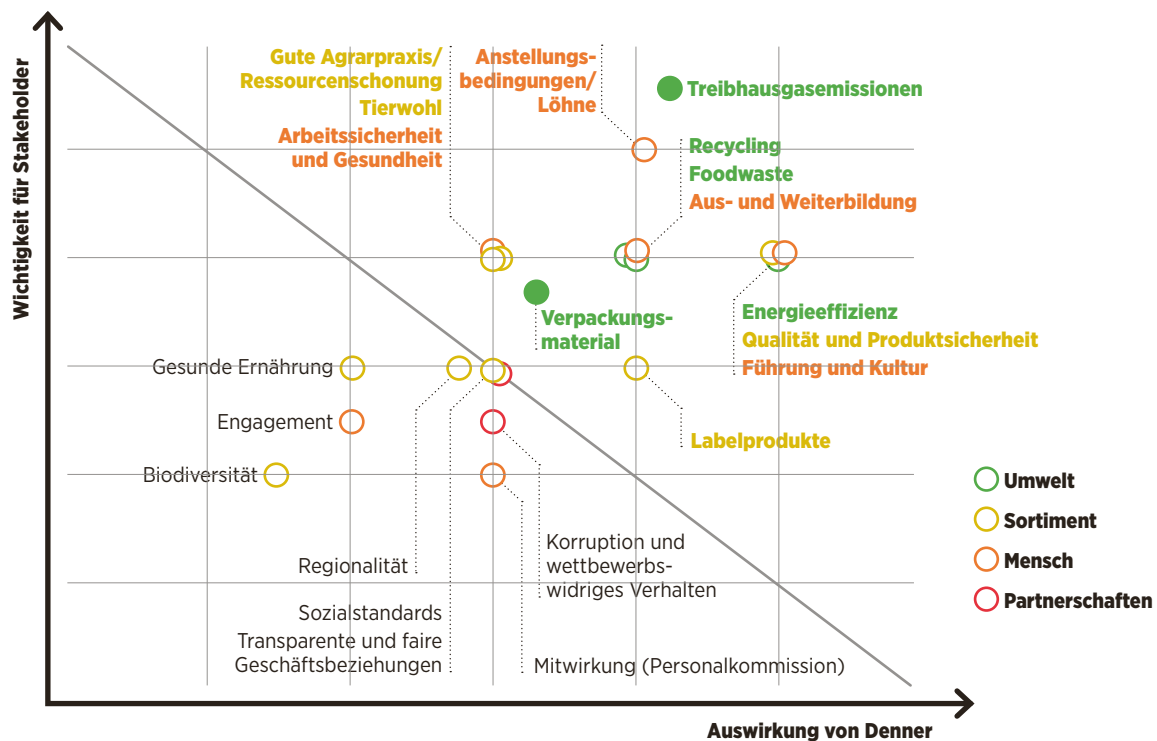


¹ Bundesamt für Statistik, März 2018

² Denner Partner sind selbstständige Detaillisten, die für Denner im Franchisesystem arbeiten.

Wesentliches vorantreiben – den Puls der Zeit fühlen

In der Wesentlichkeitsanalyse definiert Denner gemeinsam mit seinen Stakeholdern die Signifikanz der einzelnen Themenfelder, um festzuhalten, wo das Unternehmen am meisten bewirken kann. Verändert haben sich seit dem letzten Jahr zwei Themenfelder: «Treibhausgasemissionen» und «Verpackungsmaterial». Diese Themenfelder gewinnen an Wichtigkeit und erzielen eine grosse Hebelwirkung – im Unternehmen und in der Umwelt.



Vorgehensweise: In den Einzelgesprächen wurden die einzelnen Themenfelder aus der Wesentlichkeitsanalyse mit den Stakeholdern besprochen. Die Erkenntnisse wurden zusammengefasst und dem Denner Strategieausschuss durch den Leiter Nachhaltigkeit vorgestellt.

Zwei Themenfelder haben sich signifikant verschoben:

Treibhausgasemissionen Mit der Unterzeichnung der Verpflichtungserklärung der «Science Based Targets Initiative» hat sich Denner als erster Detailhändler der Schweiz zu ambitionierten CO₂-Zielen verpflichtet (mehr dazu auf Seite 26).

Verpackungsmaterial Bis 2025 wird das Unternehmen bis 20 Prozent weniger Verpackungsmaterial für die Denner Eigenmarken einsetzen (mehr dazu auf Seite 30).

13 von 21 Themen stehen im Zentrum des nachhaltigen Engagements.

Der regelmässige Austausch mit den Stakeholdern hat sich für Denner bewährt. Das kritische Hinterfragen von einzelnen Themenfeldern gibt dem Unternehmen die Chance, Prozesse effizienter zu gestalten

und im Sinne der Umwelt zu verbessern. Die priorisierten Themenfelder aus der Wesentlichkeitsanalyse 2017 wurden im letzten Jahr vorangetrieben und haben zu einer verbesserten Ökobilanz beigetragen.

Kundenbedürfnisse im Zentrum unseres Handelns

Qualitätsgarantie



Soziale Verantwortung



Ökonomisch



Ökologisch



Nachhaltiges Handeln



Zufriedenheit



***Im Zentrum unseres
Handelns stehen der Kunde
und der Erhalt eines
gesunden Lebensraumes.***

Qualitätscheck

1011 Filialaudits durch Qualitätsmanagement
1165 geprüfte Produkte durch externe Labors

Produkteprüfung

4281 geprüfte Produkte in den Verteilzentralen vor Zustellung in die Filialen

Degustationen

685 degustierte Produktreihen (eine Produktreihe enthält zwischen 3 und 5 Proben)

Beanstandungen

Rund 1000 beanstandete Kundenbeanstandungen auf 143,9 Millionen Kunden im Jahr 2017

Inhaltsstoffe

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

Jugendliche fördern

Seit 2010 führen Lernende zwei Mal im Jahr selbstständig eine Denner Filiale

Caritas-Märkte

Jährlich über CHF 300 000.– Produktesponsoring

Mitarbeiterförderung

Individuelle Förderung der Mitarbeitenden – von der Lehre bis zu Kaderpositionen

Spenden

Jährliches Sponsoring von CHF 20 000.– für karitative Projekte

Kleine Preise für alle

Dank schlanker und effizienter Unternehmensstrukturen

Effiziente Prozesse

Kosteneinsparungen werden mittels Preisreduktionen an die Kunden weitergegeben

Faire Preise

Entlang der gesamten Wertschöpfungskette sichern wir kleine Preise für alle

Nähe

817 Filialen zu Fuss in der ganzen Schweiz erreichbar

Transport

Dezentrale Organisation der Verteilzentralen für kurze Transportwege

Ökostrom

100 Prozent Ökostrom aus dem Alpenraum

LKWs

Alle Fahrzeuge erfüllen Abgasnorm Euro 5 oder Euro 6

Zertifizierungen

Über 300 Labelartikel garantieren die Herstellung nachhaltiger Produkte

Gesundheit

Ausbau des Frischesortiments: Offenverkauf von Früchten und Gemüse in den Filialen

IP-SUISSE

Über 90 naturnahe Produkte mit fairen Preisen für Bauern und Konsumenten

Kundendienst

20167 Kundenkontakte pro Jahr, 66 330 Followers auf Facebook, 1325 Kundenbeanstandungen

Dialog

Durchschnittlich werden Anfragen innerhalb von 24 Stunden bearbeitet

Eigenmarke Denner

Preiswerte und nachhaltige Alternativen zu Markenartikeln

Geld-zurück-Garantie

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

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. Denner erarbeitet ambitionierte Ziele bis ins Jahr 2035, um den Senkungspfad für CO ₂ an die globale Zielsetzung aus dem Pariser Abkommen anzulehnen. Mit dem Bekenntnis zur Science Based Targets Initiative wird Denner unterstützt, die ambitionierten Klimaziele und Senkungspfade im Bereich Treibhausgasemissionen zu erreichen. Ab 2019 werden Warentransporte nur noch mit Fahrzeugen 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 senken.	   	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.		Denner hat sich zum Ziel gesetzt, das Verpackungsmaterial bis 2025 um mindestens 20 Prozent zu reduzieren. Das neue Projekt beinhaltet alle vorherigen Ziele.

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-Kaffeesorten sind UTZ-zertifiziert. Denner und WWF setzen sich gemeinsam für einen ökologisch optimierten Weinanbau in der Schweiz ein. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit hat sich Denner zum Ziel gesetzt, bis im Jahr 2033 mindestens 25 Prozent des Schweizer Weins aus ökologisch optimierter Landwirtschaft zu beziehen und einen internationalen Standard für Wein aus ökologisch optimiertem Anbau voranzutreiben.
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 Pflanzensortiments 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 Mass Balance entspricht. Bis 2019 sind 100 Prozent der Papierprodukte (WC-Papier, Servietten, etc.) der Denner Eigenmarken aus Recyclingmaterial oder erfüllen die FSC-Kriterien. 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.		amfori-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.	● ● ●	Denner bietet eine faire und marktgerechte Entlohnung und gute Sozialleistungen einschliesslich einer eigenen Pensionskasse und garantiert auch für Ungelernte einen Mindestlohn, der über dem Branchendurchschnitt liegt. Denner stellt 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.	◐ ● ●	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 und haben die Möglichkeit, situativ Bereichstage durchzuführen. Eine nachhaltige, wertorientierte Kultur und Führung ist unsere Basis und integraler Bestandteil des geschäftlichen Alltags bei Denner. Die Werterhaltung, Entwicklungs- und Zukunftsfähigkeit sind die Fundamente der Nachhaltigkeitskultur bei Denner.
Aus- und Weiterbildung Denner sichert seine Wettbewerbsfähigkeit durch die kontinuierliche Aus- und Weiterbildung und die gezielte Förderung der individuellen Stärken seiner Mitarbeitenden.	◐ ◐	Die Anzahl interner Ausbildungstage auf allen Stufen wird jährlich gesteigert. Die Anzahl Lernende wird bis 2020 auf 120 erhöht.
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.	● ◐	Bildung einer externen, unabhängigen und neutralen Anlaufstelle, die sich der Anliegen der Mitarbeitenden annimmt. Erstellung eines Handbuchs und Schulungen zu den Themen 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.	● ●	Denner unterstützt den Förderfonds Engagement der Migros-Gruppe mit einem jährlichen Beitrag im Umfang von mindestens CHF 4 Millionen. Denner unterstützt die Caritas-Märkte mit einem jährlichen Produktsponsoring von rund CHF 300 000.-.

Die drei Themenschwerpunkte

Nachhaltig zu handeln, bedeutet, Entscheidungen mit Weitsicht zu treffen. Dieser Kern-gedanke der Denner Nachhaltigkeitsstrategie durchdringt das ganze Unternehmen.

Alle Mitarbeitenden sind Teil der Lösung und setzen sich in ihren Aufgabenbereichen jeden Tag dafür ein, dass die Ziele bei den Schwerpunktthemen Umwelt, Sortiment, Mensch erreicht werden.

Diese drei Bereiche bilden auch die Basis des Nachhaltigkeitsberichts 2018. Auf den folgenden Seiten werden die Massnahmen und Ziele jedes Schwerpunktthemas im Detail vorgestellt. Zu Wort kommen da-

bei sowohl interne als auch externe Verantwortliche, die bei der Planung, Umsetzung oder Kontrolle der Massnahmen einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der Zielvorgaben leisten.

1



Umwelt

Die Erde ist unsere wichtigste Ressource. Denner hat es sich zum Ziel gesetzt, die Umwelt zu schonen und wertvolle Lebensräume für Tiere und Pflanzen zu bewahren.

Was wir bewirken möchten...

- Reduktion der CO₂-Emissionen
- Steigerung der Energieeffizienz
- Erhöhung der Recyclingquote
- Reduktion des Verpackungsmaterials
- Kein Foodwaste

2



Sortiment

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

Was wir bewirken möchten...

- Ressourcen schonen (d.h. gute Agrarpraxis, Schutz der Meere und Wälder)
- Vorschriften beim Tierschutz einhalten
- Soziale Arbeitsbedingungen bei den Lieferanten sicherstellen

3



Mensch

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

Was wir bewirken möchten...

- Ein attraktiver Arbeitgeber mit zeitgemässen Anstellungsbedingungen sein
- Weiterentwicklung fördern
- Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz gewährleisten
- Soziales Engagement fördern



Schwerpunkt Umwelt

Der Klimawandel ist eine der grössten Herausforderungen unserer Zeit. Auch hierzulande sind die Auswirkungen der Klimaerwärmung längst zu spüren: Hitzerekorde in den Sommermonaten, rapides Gletschersterben, wärmere Gewässer oder mehr Schädlinge, welche die Flora bedrohen, sind nur einige der Konsequenzen des Klimawandels. Auch Unternehmen sind aufgerufen zu handeln. Mit dem Bekenntnis zur Science Based Targets Initiative setzt sich Denner ambitionierte Klimaziele, um die Treibhausgasemissionen nachhaltig zu senken und natürliche Ressourcen zu schonen.



Denner ist der erste Detailhändler der Schweiz, der die Science Based Targets Initiative unterzeichnet hat.

Interview mit Damian Oettli

Leiter Markets WWF Schweiz

Können Sie erläutern, was die Science Based Targets Initiative (SBTi) ist?

Die Science Based Targets Initiative ist eine internationale Initiative, die Unternehmen dabei hilft, sich wissenschaftlich fundierte Klimaziele zu setzen. Die Initiative basiert auf den Grundlagen des Paris-Abkommens, bei dem entschieden wurde, wie viel CO₂ weltweit noch ausgestossen werden darf.

Und wieso ist SBTi für Unternehmen so wichtig?

Weil auch Unternehmen zur Reduktion von Treibhausgasen beitragen müssen. Die Schwierigkeit ist aber herauszufinden, wie gross dieser Beitrag sein muss. Die SBTi hilft dabei, die richtigen Ziele zu setzen, damit die ehrgeizigen Klimaziele, die in Paris vereinbart wurden, auch wirklich erreicht werden.

Der WWF ist Partner von SBTi. Wieso?

Der WWF ermutigt alle Unternehmen, bei breit abgestützten weltweiten Initiativen mitzumachen. Die SBTi ist ein Beispiel einer solchen Initiative und ein wichtiges Instrument für den WWF im gemeinsamen Kampf gegen den Klimawandel. Wenn wir nur mit einzelnen Unternehmen zusammenarbeiten, sind die Möglichkeiten beschränkt. Die SBTi ermöglicht es uns, gemeinsam ambitionierte Klimaziele im Einklang mit den Ergebnissen des Paris-Abkommens zu verfolgen und potenziell jedes Unternehmen auf der Welt für die Klimaziele zu begeistern. Sie zeigt auf, wo die wichtigen Bereiche sind, welche die Unternehmen anpacken müssen. Bei Denner sind wir von Anfang an auf grosses Interesse gestossen und konnten das Unternehmen im Rahmen der Partnerschaft dafür begeistern, bei der SBTi mitzumachen.

➔ KOMPLETTES INTERVIEW AUF VIDEO:

QR-Code scannen oder Link eingeben

youtube.com/dennerag



Treibhausgasemissionen Ambitionierte Ziele zur CO₂-Reduktion

Die Reduktion der Treibhausgasemissionen ist eine notwendige Massnahme, um dem globalen Temperaturanstieg entgegenzuwirken. Am Paris-Abkommen haben die Vereinten Nationen Ende 2015 verbindliche Ziele vereinbart, um die durchschnittliche globale Erwärmung auf deutlich unter zwei Grad Celsius zu bringen. Denner hat ein klares Zeichen zur Senkung der Treibhausgasemissionen gesetzt und als erster Detailhändler der Schweiz die Science Based Targets Initiative (SBTi) unterzeichnet.

Science Based Targets Initiative (SBTi)

Im Rahmen des Nachhaltigkeits-Engagements definierte Denner in der ersten Klima- und Energiestrategie ein ambitioniertes Ziel: Bis 2020 sind die Treibhausgasemissionen in den Logistikstandorten sowie der Verwaltung um mindestens 15 Prozent zu senken und die Energieeffizienz auf mindestens 106,4 Prozent in den Verteilzentralen bzw. 111,4 Prozent in der Verwaltung zu steigern. Damit nicht genug.

Mit dem Bekenntnis zur Science Based Targets Initiative geht Denner einen grossen Schritt weiter und erarbeitet bis 2020 ambitioniertere Ziele, um den Senkungspfad für CO₂ bis 2035 zu erreichen. Damit lehnt sich das Unternehmen an die globale Zielsetzung des Paris-Abkommens an.

Über 500 Unternehmen sind weltweit Teil der Science Based Targets Initiative, von denen 32 Retailer sind, darunter auch Denner. Davon haben neun Ziele bereits gesetzt und 23 sich wie Denner zu diesem Engagement bekannt.

Gegründet wurde die Science Based Targets Initiative 2014 von den Institutionen: United Nations Global Compact, World Resources Institute, Carbon Disclosure Project und WWF.

Mit diesem Verbund verfolgt SBTi primär zwei Ziele:

- ➔ **Ambitionierte Treibhausgasziele in Zusammenarbeit mit diversen Unternehmen zu definieren und so auch die Best Practices zu fördern (analog Greenhouse Gas Protocol – ghgprotocol.com)**
- ➔ **Die gesetzten Ziele der Unternehmen zu überprüfen und abzunehmen**

Vorgehen für das Definieren der SBTi-Ziele



Im Juli 2018 hat Denner die Verpflichtungserklärung bei SBTi eingereicht.

Recycling und Foodwaste

Weniger Foodwaste – mehr Recycling

Denner lebt diesen Grundsatz tagtäglich. Bewährte und neue Massnahmen, die Denner in seiner Nachhaltigkeitsstrategie festlegt, leisten einen gewichtigen Beitrag zur Wiederverwertung von Wertstoff-Fractionen und zur Reduktion von Foodwaste entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Recycling

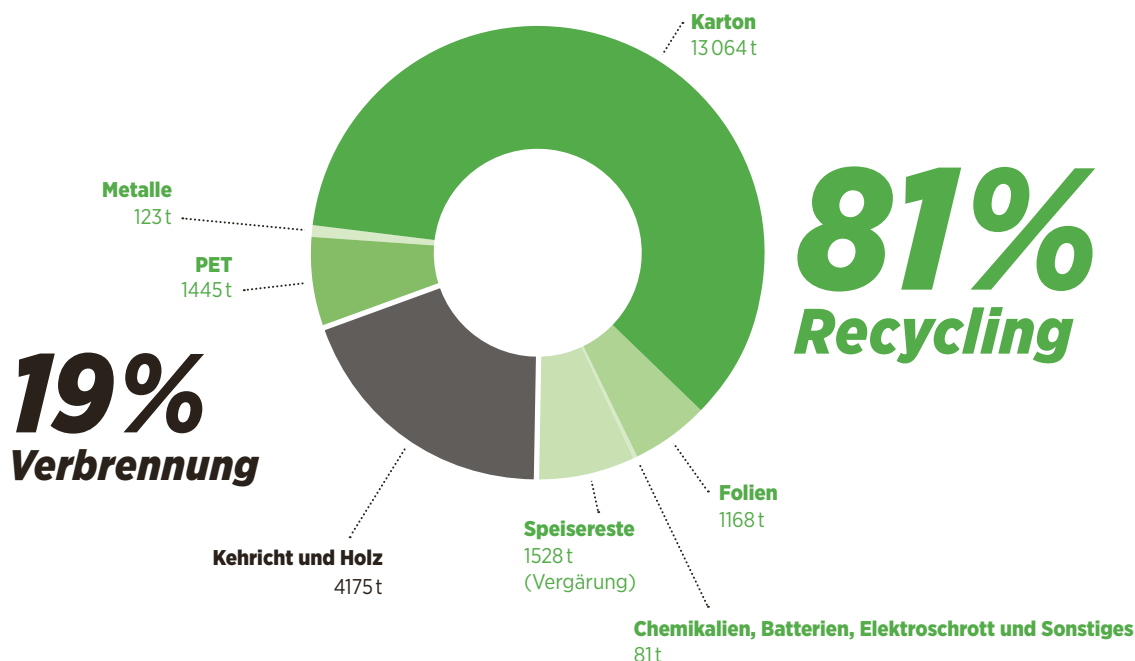
Denner Mitarbeitende werden regelmässig zu Themen der Abfallentsorgung und der Wiederverwertung von Wertstoffen geschult. Von den über 21 000 Tonnen Abfällen, die in allen Unternehmensbereichen anfallen, werden etwas über 17 400 Tonnen Wertstoffe (PET, Karton, Papier, Folien, Elektroschrott, Batterien und organische Abfälle) wiederverwertet. Als Detailhändler übernimmt Denner ausserdem eine wichtige Funktion bei der Ressourcenschonung. Jeder der über 800 Denner Standorte in der ganzen Schweiz nimmt verschiedenste Materialien wie PET oder Batterien zurück und führt sie der Wiederverwertung zu. Zudem hat Denner durch die Umsetzung der freiwilligen Branchenvereinbarung für

eine Kostenpflicht der ehemals gratis an der Kasse abgegebenen Plastiksäcklein eine Reduktion von rund 80 Prozent erreicht.

PET-Recycling

Denner ist seit 1. Juli 2018 Vollmitglied bei PET-Recycling Schweiz und trägt damit massgeblich zum geschlossenen Kreislauf des PET-Recyclings in der Schweiz bei. Dies bedeutet, dass die gesammelten PET-Getränkeflaschen künftig dem System von PET-Recycling Schweiz zugeführt werden. Da die Schliessung des geschlossenen Flaschenkreislaufes höhere Kosten als das konventionelle Recycling verursacht, steigt der Beitrag pro PET-Getränkeflasche für Denner um 0,4 Rappen. Dieser Schritt ist

Mengenmässige Recyclingquote 2018



Sofern gefährliche Abfallstoffe vorhanden sind, werden diese fachgerecht entsorgt.



Filialmitarbeitende werden regelmässig zu Frischethemen geschult, um die Qualität sicherzustellen und Foodwaste zu verhindern.

ein Bekenntnis zum geschlossenen Flaschenkreislauf innerhalb der Schweiz, der bereits heute einen 50 Prozent höheren Umweltnutzen erreicht.

Foodwaste

Frische-Bewirtschaftung reduziert Foodwaste

Die Bewirtschaftung von Früchten und Gemüse ist sehr aufwendig. Damit die Ware frisch bleibt und nicht schnell verdirbt, muss die Bewirtschaftung der Produkte gelernt sein. Deshalb hat Denner im letzten Jahr alle Filialleiterinnen und Filialleiter zum Thema Frische nochmals intensiv geschult, um die einwandfreie Qualität sicherzustellen und Foodwaste zu minimieren.

Dank des grossen Engagements der Filialmitarbeitenden ist die Foodwaste-Quote auf konstant gleich tiefem Niveau. Viele Massnahmen tragen zur positiven Bilanz bei, wie zum Beispiel die schrittweise Preissenkung der Frischprodukte, die ans Ende der Haltbarkeit gelangen. Weiter werden Produkte, die am gleichen Tag ablaufen, zum halben Preis angeboten. Der Aufkleber «Save Food – Lebensmittel sind wertvoll» weist darauf hin und sensibilisiert die Kunden für die Thematik.

Lebensmittel sind wertvoll, deshalb werden auch weiterhin Frische-Schulungen stattfinden, damit zukünftig wenig unverkaufte Ware übrig bleibt. Unverkaufte organische Ware wird heute schon in den Filialen gesammelt und der Biogas-Gewinnung zugeführt.

Ganztags frisches Brot

Im Berichtsjahr kommuniziert Denner, dass ab 2019 alle Denner Filialen umgerüstet werden, um den Kundinnen und Kunden von morgens bis abends frisches Brot anzubieten. Damit reagiert Denner auf ein wachsendes Kundenbedürfnis und bäckt Teiglinge selbst in den Filialen auf. Durch diese Massnahme lässt sich sehr flexibel auf die tagesaktuelle Nachfrage reagieren und Foodwaste verhindern.

Die Teiglinge werden von langjährigen Schweizer Lieferanten bezogen. Berücksichtigt werden dabei Grossbäckereien wie auch regionale Kleinbetriebe.



Die tiefgekühlten Teiglinge werden in den Filialen frisch aufgebacken – für täglich frisches Brot.



1445 Tonnen PET
wurden 2018 von Denner recycelt.

Christian Schmid,
Projektleiter Unternehmensentwicklung
für die Einführung von SAP-Retail

Seit 14 Jahren ist er bei Denner tätig, erst in der Informatik, dann in der Logistik und heute als Projektleiter im Rahmen der SAP-Einführung. 2008 wird er als erstes Kadermitglied in den Vorstand von PET-Recycling Schweiz gewählt. Sein Engagement führte dazu, dass das Sammeln von PET-Flaschen heute im ganzen Unternehmen gefördert wird. «Leere Aludosen und PET-Flaschen sind für mich vor allem wertvolle Rohstoffe, die zwingend wiederzuverwerten sind.»



One Earth – One Ocean setzt sich für die Säuberung der Meere ein. Denner unterstützt die Organisation aktiv durch Spenden.

Vereintes Engagement gegen Foodwaste

Im Rahmen der Partnerschaft mit der IG Detailhandel Schweiz setzt sich Denner seit Jahren gegen Foodwaste ein und engagiert sich auf freiwilliger Basis stark, um eine zusätzliche Reduktion zu erreichen. Dazu gehören verschiedene Massnahmen, wie Lebensmittel- und Geldspenden an gemeinnützige Organisationen oder Sensibilisierungsmassnahmen im Rahmen der eigenen Kommunikationskanäle.

Die Mitglieder der IG Detailhandel Schweiz haben seit 2014 eine gemeinsame, freiwillige Branchenlösung zusammen mit den Organisationen «Schweizer Tafel» und «Tischlein deck dich» zur Sammlung und Verteilung von Lebensmitteln an Bedürftige – die sogenannte «Food Bridge». Dabei spenden sie nicht nur Lebensmittel, sondern beteiligen sich auch massgeblich an der Finanzierung der Abholung.



Nicht verkaufte saisonale Produkte, wie zum Beispiel Schokohasen, gehen an Hilfsorganisationen wie «Tischlein deck dich».

Denner wird bis 2025 mindestens 20 Prozent weniger Verpackungsmaterial für die Denner Eigenmarken einsetzen.

Verpackungsmaterial

Das Denner Sortiment besteht zu rund 75 Prozent aus Markenartikeln, auf deren Verpackung das Unternehmen keinen direkten Einfluss hat. Bei den übrigen 25 Prozent Eigenmarken werden Verbesserungen laufend geprüft, umweltfreundliche Materialien getestet oder die Reduktion des Verpackungsmaterials angestrebt. Ziel ist es stets, die Verpackung unserer Eigenmarken auf das notwendige Minimum zu beschränken. Deshalb hat Denner 2018 bekannt gegeben, bis 2025 mindestens 20 Prozent weniger Verpackungsmaterial für die Denner Eigenmarken einzusetzen.

One Earth – One Ocean – im Kampf gegen Plastik im Meer

Neun Millionen Tonnen Plastik landen jährlich in den Ozeanen. Die Ursachen sind vielfältig: falsche Abfallentsorgung, Verschmutzung durch Industrien und Kreuzfahrtschiffe oder Littering. Die Verschmutzung der Meere durch Plastik hat Auswirkungen auf das

**5 Rappen
pro Packung
gehen an
OEEO*.**



* One Earth – One Ocean

ganze Ökosystem – nicht zuletzt auf uns Menschen. Um dieser Problematik entgegenzuwirken, unterstützt Denner seit Herbst 2018 die Umweltschutzorganisation One Earth – One Ocean.

Zusammen mit dem Lieferanten Greenland Seafood Europe GmbH hat Denner die Eigenmarkenprodukte Fischstäbchen und Schlemmerfilet plastikfrei produziert und mit nachhaltigem Zellstoff verpackt (Herkunft FSC-zertifiziert). Pro verkaufte Packung spenden Greenland Seafood Europe GmbH und Denner 5 Rappen an One Earth – One Ocean. Die Spende unterstützt das Vorhaben, Müll aus dem Meer zu entfernen.

Transporte **Smarte Transportlösungen**

Neue Einkaufsgewohnheiten wirken sich stark auf die Logistik eines Unternehmens aus. Auch Denner steht vor der Herausforderung, Kundenbedürfnisse mit smarten Lösungen abzudecken und gleichzeitig ein ökologisch vertretbares Transportwesen zu fördern.

Transportauslastung

Durch den Ausbau des Frischesortiments ist die Auslastung der Lastwagen im Berichtsjahr geringfügig von 98 auf 95 Prozent gesunken. Früchte und Gemüse benötigen eine komplexe Warenbewirtschaftung, damit die Qualität sichergestellt werden kann. Der Mehraufwand in der Frische ist zeitintensiv, deshalb wurde die Belieferungskadenz erhöht, um die Filialmitarbeitenden zu entlasten. Ziel von Denner ist es, den Auslastungsgrad wieder zu erhöhen.

Unverändert bleibt die Zusammenarbeit mit der Migros-Transportorganisation, um sowohl die Denner wie auch die Migros-Flotte besser auszulasten. Die Migros-Flotte führt, wenn immer möglich und sinnvoll, auch Transporte für Denner durch und holt Waren von Lieferanten ab. Zusätzlich konnten wir eine Kooperation mit dem Migros-Verteilbetrieb Neuendorf eingehen, der uns unseren Tiefkühlbedarf liefert. Auch diese Transporte wurden 2018 durch die Migros

Logistik Transport durchgeführt und verbessern die allgemeine Netzauslastung der LKW.

Von den 109 Lastwagen, die seit 2017 im Auftrag von Denner stehen, wurden per Ende 2018 67 Prozent auf Euro 6 umgestellt. Nicht erreicht wurde das Ziel, alle Lastwagen ab 2019 auf Euro 6 umzustellen. Zu diesem Zeitpunkt werden 94 Prozent die gewünschte Abgasnorm erreichen.

Transport auf Bahnverkehr umgelagert

Um die nationale wie auch internationale Beschaffung auf die Schiene zu bringen, überprüft ein internes Expertenteam laufend verschiedene Optionen zur Optimierung der CO₂-Bilanz und zum Ausbau des kombinierten Verkehrs. Dadurch transportierte Denner seit 2015 über 47 000 Tonnen Ware auf der Nord-Süd-Achse via Bahn. Weiter ausgebaut wird auch der kombinierte Verkehr. Die gefahrenen Bahnkilometer beliefen sich im letzten Jahr auf 379 080.

Energieeffizienz **Energieeffizienz vorantreiben**

Den Energieverbrauch zu optimieren, bedeutet nicht einfach nur, Strom zu sparen, sondern unter Einbezug fortschrittlicher Technologien in allen Unternehmensbereichen eine signifikante und nachhaltige Effizienzsteigerung herbeizuführen, dank der Kosten gespart und Ressourcen geschont werden.

LED-Beleuchtung

Alle fünf Verteilzentralen werden mit der Unterstützung der Migros Engineering Solutions (MES) auf LED-Beleuchtung umgerüstet. Durch diese Massnahme wird nicht nur die Ausleuchtung verbessert, sondern auch die Energieeffizienz, da die LED-Leuchten den Stromverbrauch fast halbieren.

Ein weiterer Vorteil ergibt sich durch die Umstellung auf LED-Leuchten auch für die Mitarbeitenden, die für die Kommissionierung eine blendfreie Beleuchtung benötigen. Da in einzelnen Verteilzentralen neu auch vermehrt Niederflurfahrzeuge zum Einsatz kommen, reicht das bestehende Beleuchtungsniveau oftmals nicht mehr aus, um eine optimale Sicherheitsstufe zu gewährleisten. Aufgrund der schnelle-

ren Bewegungen dieser Fahrzeuge müssen die Verkehrswege heller ausgeleuchtet werden.

Im Filialnetz wurde die Umstellung auf LED-Leuchten vorangetrieben, und weitere 23 Filialen wurden umgerüstet. Bis Mitte 2019 sind im gesamten Verkaufsflächennetz nur noch LED-Leuchten im Einsatz.

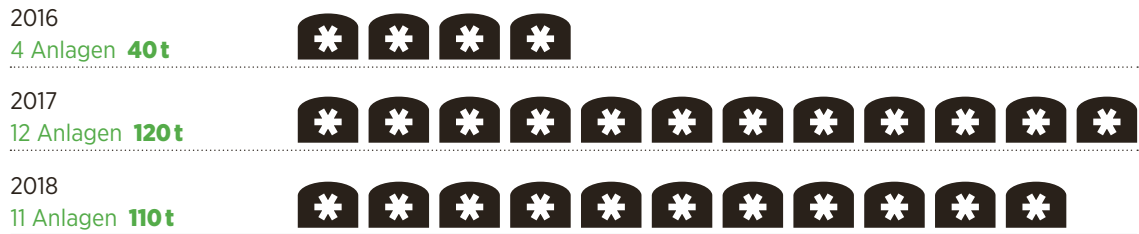
Natürliche Kälteanlagen

Seit drei Jahren werden im Denner Filialnetz bei allen Neu- und Ersatzanlagen umweltfreundliche natürliche Kältemittel eingesetzt. Per Ende 2018 wurden 23 Filialen umgestellt, was CO₂-Einsparungen im Umfang von 270 Tonnen entspricht. Ziel von Denner in der Kältemittelstrategie ist, bis 2035 100 Prozent natürliche Kältemittel im eigenen Filialnetz einzusetzen.



Dank der neuen LED-Beleuchtung in den Verteilzentralen (im Bild: VZ Dietlikon) wird nicht nur die Ausleuchtung verbessert, sondern auch der Stromverbrauch reduziert.

CO₂-Einsparungen durch Ersatz von Kälteanlagen



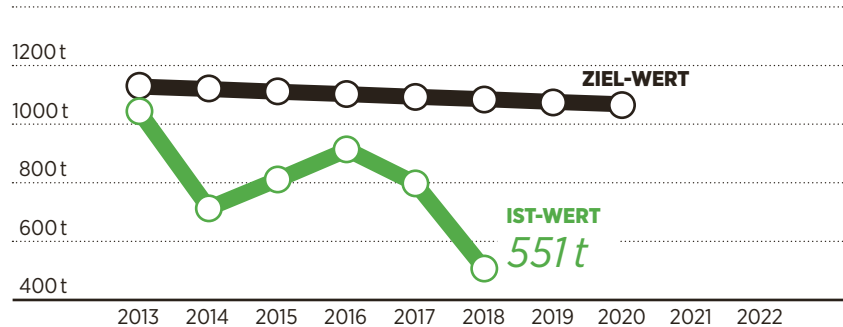
Total Einsparung 270 t

Gerechnet werden nur die Ersatzanlagen und nicht die Neuanlagen, weil nur Ersatzanlagen eine Einsparung erzielen.
Pro Ersatzanlage sind es 10 Tonnen.

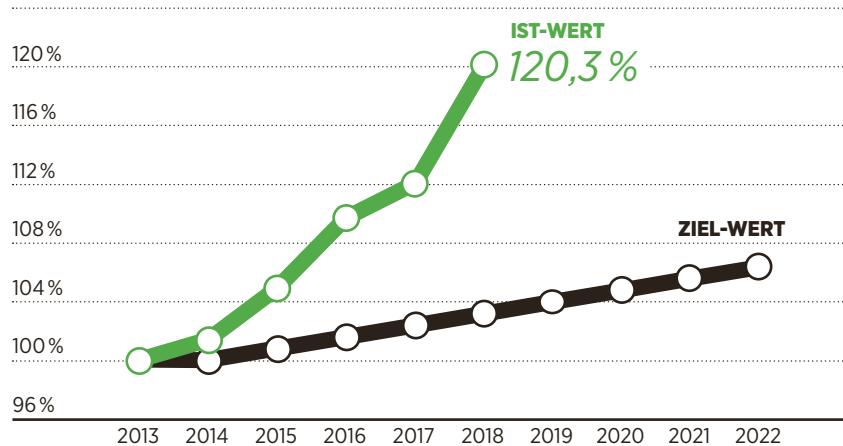
Ergebnisse aus den Zielvereinbarungen für die fünf Verteilzentralen



Emissionsziel (Tonnen CO₂-eq)



Energieeffizienz (in Prozent)

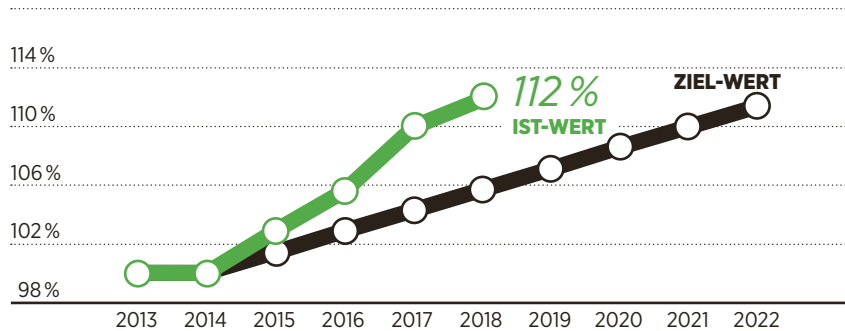


In Zusammenarbeit mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) wurden Massnahmen erarbeitet, um die Energieeffizienz zu steigern und CO₂-Emissionen zu reduzieren. Die beiden Grafiken zeigen das nachhaltige Engagement in den Verteilzentralen.

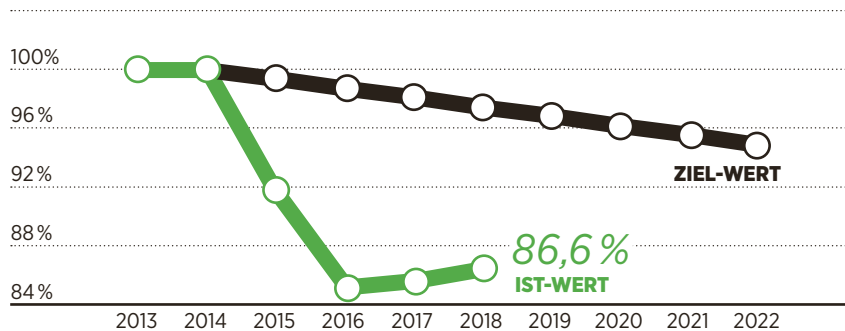
Ergebnisse aus den Zielvereinbarungen für die Verwaltung



Energieeffizienz (in Prozent)

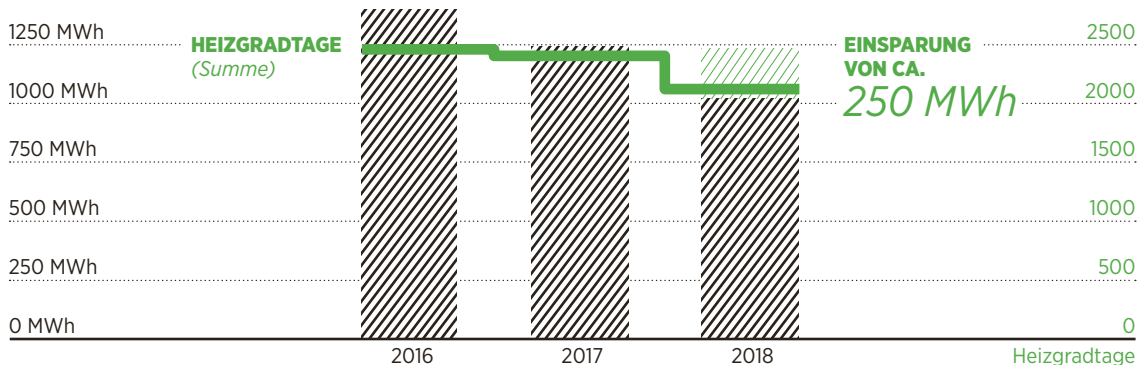


CO₂-Intensität (in Prozent)



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.

Erfolgsausweis Betriebsoptimierung Verteilzentrale Mägenwil – Heizung und Lüftung



/////// Anlagenprofil (MWh)

Im Vergleich zu 2017 wurde eine Absolute Einsparung von ca. 250 MWh Wärme Nutzenergie realisiert. Daraus ergibt sich eine Absolute Einsparung von 17 Prozent. Die Heizgradtage-korrigierte Einsparung liegt bei 9 Prozent. Bei dem Wärmeenergiepreis (Vertrag AEW) von 6,4 Rappen/kWh ergibt sich eine Einsparung von CHF 16 000.-.

Energiedaten- management EDMS



Interview mit **Marcus Dredge**

Leiter Energieeffizienz und Klimaschutz Migros-Genossenschafts-Bund

Denner nutzt das Energiedatenmanagement-System (EDMS) des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB), mit dessen Hilfe der Stromverbrauch detailliert gemessen und ausgewertet werden kann. Die erhobenen Daten helfen dabei, Energieeffizienz-Massnahmen zu entwickeln.

Ab 2013 wurden in allen neuen und modernisierten Denner Filialen Datenmessgeräte installiert, um den Stromverbrauch der Kühlanlagen, der Beleuchtung und der restlichen Infrastruktur zu erfassen. Wie hat sich der Stromverbrauch in den letzten Jahren entwickelt?

Der spezifische Stromverbrauch pro Quadratmeter der Denner Filialfläche konnte in den letzten Jahren kontinuierlich reduziert werden. Dank der Erfassung dieser Stromverbräuche in allen Denner Filialen wissen wir auch, in welchen Läden wie viel Potenzial schlummert. Beispielsweise konnten wir mit gezielten Optimierungen den Stromverbrauch für gewerbliche Kälteanlagen um fast zehn Prozent reduzieren. Als Instrument nutzen wir das Energiedatenmanagement (EDMS), dies hilft uns, die besonders schlechten Filialen zu identifizieren und Lösungen zu ermitteln. Das EDMS zeigt uns aber auch die erfolgten Betriebsoptimierungen auf und dient

als Controlling für die Kälteanlagen-Servicefirmen von Denner.

2017 wurde mit dem MGB ein Konzept erarbeitet, um die Energieeffizienz im Denner Universum voranzutreiben. Wie zufrieden sind Sie mit der Entwicklung?

Wir sind mit der Entwicklung sehr zufrieden. Bei den Filialen konnten wir mit Betriebsoptimierungen in den gewerblichen Kälteanlagen bereits deutliche Stromeinsparungen realisieren. Aktuell identifizieren wir weitere Potenziale bei den anderen Stromverbrauchern in den Filialen.

Und wie sieht es in den Verteilzentralen und in der Verwaltung aus?

Auch hier arbeiten wir intensiv daran, auf erneuerbare Energie umzustellen und effektive Massnahmen einzuleiten, um Energie zu sparen. Dazu haben wir Masterpläne für alle Standorte erstellt, um in Zukunft die Wärmeerzeugung auf erneuerbare Energien umzustellen und die CO₂-Emissionen zu reduzieren. Die Umsetzung von Massnahmen wie beispielsweise LED-Umrüstungen an allen Standorten, Verbesserung der Abwärmenutzung oder Betriebsoptimierungen an Lüftungsanlagen sind im Gange.

Strom

Nachhaltiges Handeln heisst, Entscheidungen mit Weitsicht zu treffen. Deshalb deckte Denner 2018 den Stromverbrauch unverändert zu 100 Prozent mit nachhaltiger Energie aus dem Alpenraum. Die Kraft des Wassers liefert sauberen Strom für unsere über 500 Standorte (Denner Partner Betriebe ausgeschlossen).

CO₂-Bilanz

Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie hat sich Denner verpflichtet, den CO₂-Ausstoss in den Logistikstandorten und der Verwaltung bis 2020 um mindestens 15 Prozent zu senken. 2018 verbesserte Denner seine Umweltbilanz erneut und verminderte den CO₂-Ausstoss um mehr als 27 Prozent. Seit 2010 wurde der CO₂-Ausstoss aus Brennstoffen in den Logistikstandorten sogar um über 55 Prozent gesenkt.



«Die Migros hat 2018 entschieden, dass künftig alle Migros-Unternehmen Strom aus natürlicher Herkunft beziehen. Denner macht dies bereits seit zwei Jahren. Das ist vorbildlich und zeigt das grosse und nachhaltige Engagement des Dis-counters.»

Andreas Münch,
Leiter Departement Logistik & Informatik
und Mitglied der Generaldirektion
Migros-Genossenschafts-Bund



Der Stromverbrauch ist bei Denner unverändert zu 100 Prozent aus nachhaltiger Energie aus dem Alpenraum.



Schwerpunkt Sortiment

Im Denner Sortiment spiegeln sich die heutigen Kundenbedürfnisse wider. Der Ausbau des Frischeangebots und der Lebensmittel aus naturnaher Schweizer Produktion ist darum ein Ausdruck der Erwartungshaltung, mit denen die Kundinnen und Kunden heute einen Denner betreten. Darum stellen mehrstufige interne und externe Kontrollmechanismen sicher, dass sowohl gesetzliche Vorschriften als auch Denners eigene Richtlinien entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingehalten werden und eine konstant hohe Produktqualität zu jeder Zeit gegeben ist.



5000

**Tonnen Brot wurden
2018 in den Denner
Filialen aufgebacken.**

Interview mit Wilfried Wohlwend

*Inhaber und Geschäftsleitung Conrad Bäckerei
und Konditorei in Küblis*

Wie lange arbeitet die Conrad Bäckerei für die Firma Denner?

Wir arbeiten schon seit dem Jahr 2000 für Denner und sind mit der Zusammenarbeit sehr zufrieden.

Sie produzieren die Denner Teiglinge mit IP-SUISSE Mehl?

Wir verwenden hauptsächlich IP-SUISSE Mehl, und zwar für die Buttergipfel, Butterbrezel, Butterweggli und Semmeli. Die restlichen Teiglinge, die wir für Denner produzieren (Pralinengipfel, Pain au Chocolat und die vorgebackenen Brote: Halbweiss- und Ruchbrot), werden aus Schweizer Mehl produziert.

Wo sehen Sie die Stärken der Firma Conrad?

Die Kernkompetenz liegt vor allem in der Entwicklung und der Herstellung von Backwaren, welche kundenspezifischen Anforderungen und Wünschen entsprechen. Das Sortiment wird laufend erweitert und umfasst mittlerweile die gesamte Produktpalette für Brot und Spezialbrote.

Was schätzen Sie an der Zusammenarbeit mit Denner?

Wir erleben Denner als ein sehr offenes, zielstrebiges und kommunikatives Unternehmen, welches sehr zuverlässig ist.

➔ MEHR INFOS ZUR CONRAD AG:

QR-Code scannen oder Link eingeben

conrad-ag.ch



Die **Bäckerei Conrad AG** ist ein traditionelles Unternehmen, welches seit 1981 ein Familienbetrieb ist. Im Jahre 2000 wurde der Betrieb durch die Brüder Wilfried und Edwin Wohlwend übernommen und fortan als eigenständiger Produktionsbetrieb innerhalb der Wohlwend AG, Tiefkühlspezialitäten, weitergeführt. Durch die daraus entstandenen Synergien war es möglich, einen sehr grossen Teil des Backwarenbedarfs abzudecken. Heute werden mit 35 Mitarbeitenden sowohl Backwaren für den Frisch- als auch für den Tiefkühlbereich hergestellt. Mit Stolz darf die Conrad AG behaupten, in der Gemeinde Küblis zu einem der grössten Arbeitgeber zu zählen.

Qualität und Produktsicherheit Sicherheit geht vor

Als führender Discounter der Schweiz ist Denner seit über 50 Jahren ein Garant für hohe Qualität zu erschwinglichen Preisen. Mehr denn je entscheidet heute nicht allein der Preis, sondern ein überzeugendes Preis-Leistungs-Verhältnis. Die gesunde Balance liegt zwischen den Faktoren Kosten und Mehrwert und macht den Erfolg auf der Verkaufsfläche aus. Darum investiert Denner nicht nur viel Zeit und Ressourcen in harte Preisverhandlungen, sondern auch in die Qualitätssicherung seiner Produkte.

Qualitätsanspruch

Die Produkte der Denner Eigenmarken erfüllen hohe Qualitätsansprüche und sind dennoch preiswert. Das ist möglich dank Kosteneinsparungen durch schlanke Unternehmensstrukturen und langjährige Lieferantenbeziehungen. Die so gewonnenen Preisvorteile werden an die Kunden weitergegeben und sorgen für ein überzeugendes Preis-Leistungs-Verhältnis.

Gesundheits- und Umweltverträglichkeit

Bei seinen Eigenmarken bestimmt Denner selbstständig über Zusammensetzung und Inhaltsstoffe. Verpackungen und Rezepturen berücksichtigen neuste Erkenntnisse über Einkaufs- und Essgewohn-

heiten. Anhand von Degustationen ermittelt Denner regelmässig, wie stark der Anteil an kontrovers diskutierten Inhaltsstoffen wie Zucker, Fett oder Salz reduziert werden kann, um weiterhin den Geschmack der Konsumenten zu treffen.

Denner prüft bei seinen Eigenmarken zudem laufend Alternativen für Inhaltsstoffe wie Palmöl, deren Herstellung oder Gewinnung kritisch hinterfragt werden. Alternative Inhaltsstoffe müssen allerdings sowohl über adäquate Eigenschaften in Bezug auf Geschmack und Verarbeitung verfügen als auch einen nachweislichen ökologischen Mehrwert bieten.

In Qualitäts- und Vergleichstests der Schweizer Konsumentenzeitschriften und -sendungen wie K-Tipp, Kassensturz, Saldo, Bon à Savoir oder La Borsa della Spesa belegen Denner Eigenmarkenprodukte regelmässig Spitzenplätze und erbringen damit den Beweis, dass Qualität nicht teuer sein muss.

Diese Produkte wurden mit dem Prädikat «gut» oder «sehr gut» ausgezeichnet.



Bon à Savoir 04/2018
vom 11. April 2018
Ergebnis «sehr gut»



Saldo 17/2018
vom 23. Oktober 2018
Ergebnis «gut»

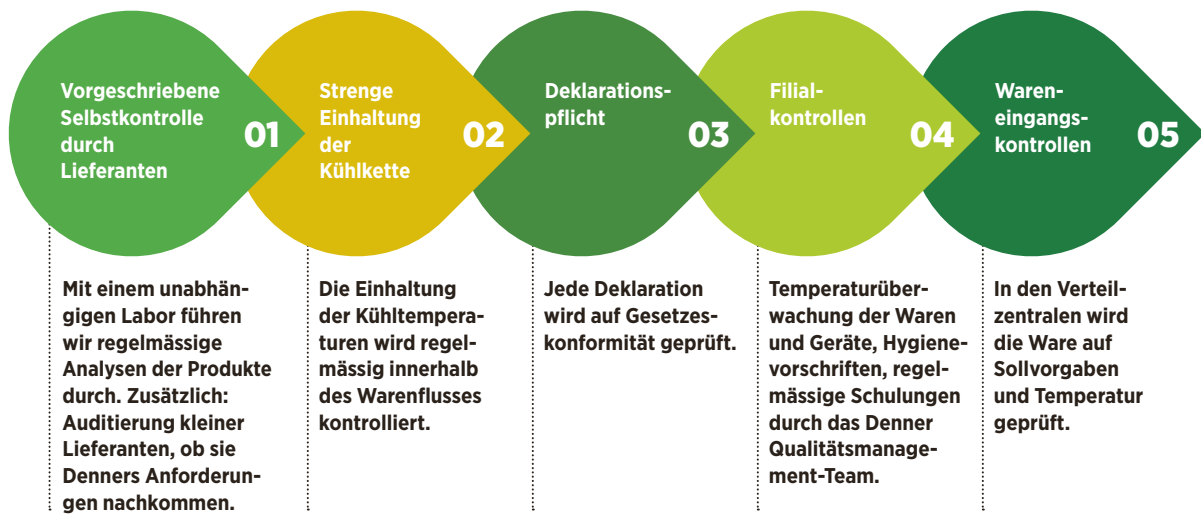


K-Tipp 06/2018
vom 27. März 2018
Ergebnis «gut»



K-Tipp 10/2018
vom 23. Mai 2018
Ergebnis «gut»

Prozess der Qualitätssicherung



Denner Eigenmarken

Rund 550 Produkte des täglichen Bedarfs werden in Form von Denner Eigenmarken angeboten, darunter Lebensmittel sowie Haushalts- und Hygieneartikel. Die Denner Eigenmarkenprodukte umfassen rund ein Viertel des gesamten Sortiments. Die übrigen drei Viertel sind Markenartikel, auf deren Verpackung, Rezeptur und Inhaltsstoffe Denner keinen Einfluss hat. Im Dialog mit den Lieferanten sensibilisiert Denner die Markenartikelhersteller aber für gesundheitsfördernde und ressourcenschonende Alternativen, die bei der Produktion der Denner Eigenmarken berücksichtigt oder geprüft werden.

Die Denner Eigenmarken bieten eine qualitativ hochstehende, aber preiswerte Alternative zu Markenartikeln und stehen exemplarisch für das Selbstverständnis von Denner, seinen Kunden stets das bestmögliche Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten. Denn auch im preissaffinen Discountkanal steigen die Ansprüche der Konsumenten bezüglich Qualität und Umweltverträglichkeit der Produkte.

Hohe Qualitätsstandards

Die Produkte im Denner Sortiment unterliegen einer laufenden internen und externen Prüfung, um sicherzustellen, dass sowohl die gesetzlichen Vorschriften als auch die Denner eigenen Richtlinien zu jeder Zeit und entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingehalten werden. Die Denner eigenen Richtlinien gehen mitunter über die gesetzlichen Vorschriften

hinaus und müssen von den Lieferanten der Eigenmarken zwingend eingehalten werden.

Denner Lieferanten müssen mit mindestens einem der GFSI (Global Food Safety Initiative)-Standards, welche sichere Lebensmittel für Verbraucher garantieren, zertifiziert sein. Die Standards sind international anerkannt und werden durch unabhängige Institute geprüft. Sie stellen eine Basis für strenge Hygienevorschriften dar und umschreiben die Vorgaben zur guten Herstellungspraxis. Zudem schaffen sie eine hohe Transparenz innerhalb der gesamten Produktions- und Lieferkette. Bei Kleinbetrieben beauftragt Denner einen externen Dienstleister mit der Sicherstellung der Einhaltung der Vorgaben.

Kontrollprozess Denner

Qualitätssicherheits-Massnahmen bei den Lieferanten sowie mehrstufige Kontrollen in der Verwaltung, den Verteilzentralen und den Filialen sorgen dafür, dass fehlerhafte Produkte gar nicht erst in den Verkauf gelangen. Dieser Kontrollprozess reduziert Foodwaste und stellt eine konstant hohe Produktqualität sicher. Die durchschlagende Wirkung der Massnahmen des Denner Qualitätsmanagements zeigt sich auch in der erneut geringen Anzahl an Produkten, die 2018 nachträglich aus dem Verkauf genommen werden mussten. Wie im Jahr zuvor machten die umfangreichen Kontrollen lediglich bei zwei Produkten einen öffentlichen Rückruf nötig.

Gute Agrarpraxis/Ressourcenschonung/Tierwohl Verantwortungsvolle Produktion

Als Schweizer Grossunternehmen, das einen wichtigen Teil zur Grundversorgung der Bevölkerung beisteuert, sieht sich Denner in der Pflicht, bei den Lieferanten seiner Eigenmarkenprodukte hohe Standards durchzusetzen hinsichtlich des Tierwohls und einer ressourcenschonenden Produktion. Mit dem kontinuierlichen Ausbau des Anteils nachhaltig produzierter und zertifizierter Lebensmittel fördert Denner zudem aktiv eine gute Agrarpraxis in den jeweiligen Herkunftsländern.

Tierwohl

Denner gewichtet das Tierwohl hoch und stellt diesbezüglich klare Anforderungen an die Lieferanten seiner Eigenmarkenprodukte, die von IP-SUISSE Produzenten hergestellt werden. Jedes Produkt, das Denner mit dem Label IP-SUISSE kennzeichnet, lässt sich bis zu seinem Ursprung zurückverfolgen. Eine konsumenten- und umweltfreundliche Dienstleistung, die besonders bei tierischen Produkten einem klaren Kundenbedürfnis entspricht. Die IP-SUISSE Bäuerinnen und Bauern nehmen sich Zeit für die Bedürfnisse ihrer Tiere und halten sie artgerecht.

Bei importierten Produkten verlangt Denner von Fleischlieferanten, die mit den staatlich geregelten und kontrollierten Importeuren GVFI und Viehbörse zusammenarbeiten, die Schweizer Gesetzgebungen und Verordnungen zu beachten und Fleischwaren nur nach diesen Kriterien zu beziehen. Im Herkunfts-

87 Prozent der verkauften Fleischwaren stammen bei Denner aus der Schweiz.

land wird die Einhaltung der Richtlinien durch Importeure kontrolliert.

Fisch

Denner fördert den nachhaltigen Fischfang und führt seit 2018 nur noch Fisch und Meeresfrüchte aus nachhaltigen Quellen im Sortiment. Damit wurde eines der vereinbarten Umweltziele mit dem WWF erreicht. Im Berichtsjahr sind bereits 67 Prozent aller Seafood-Produkte MSC- oder ASC-zertifiziert. Der Rest wird durch Naturland bewertet und eingestuft. Das mit dem WWF vereinbarte Ziel 2020 betreffend Labelanteil (MSC/ASC) wurde bereits 2018 übertroffen.

Fisch und Meeresfrüchte aus nachhaltigen Quellen



Denner verzichtet komplett auf den Verkauf von Fisch und Meeresfrüchten, die vom Aussterben bedroht oder gefährdet sind.

Soziale Verantwortung

Um Denner beliefern zu können, müssen Lieferanten von Eigenmarken und Markenartikeln zwingend den Code of Conduct zur Einhaltung der amfori-BSCI-Richtlinien unterzeichnen oder äquivalente Standards einhalten. Die Business Social Compliance Initiative (amfori-BSCI) ist eine wirtschaftsgetriebene Plattform zur Verbesserung sozialer Standards, die Wirtschaftsunternehmen ein systematisches Überwachungs- und Qualifikationssystem bietet. Ziel ist es, in Risikoländern nur noch mit amfori-BSCI oder gleichwertig auditierten Lieferanten zusammenzuarbeiten. Denner schliesst den Einkauf von Produkten aus Risikoländern ohne amfori-BSCI- oder vergleichbarer Auditierung aus.

Gute Agrarpraxis

GlobalG.A.P. (Good Agriculture Practice) steht für gute Agrarpraxis und ist der wichtigste Standard im



100 Prozent vegan.

Die sechs Froschprodukte brillieren durch ihren ökologischen Mehrwert.

Cornelia Walkner,
Leiterin Einkauf Near- und Nonfood bei Denner
In ihrem Bereich fördert Cornelia Walkner die Nachhaltigkeit durch die Einlistung von umwelt- und ressourcenschonend hergestellten Produkten. So hat sie beispielsweise die beliebte Marke «Frosch» ins Sortiment aufgenommen. Frosch ist ein etabliertes Label, das bekannt ist für seine nachhaltig produzierten, veganen Reinigungsmittel. Es werden leistungsstarke Rezepturen verwendet, die aber konsequent auf aggressive Inhaltsstoffe wie Phosphate und solche tierischen Ursprungs verzichten. Für die Verpackung wird ausschliesslich recycelbares und 100 Prozent recyceltes Altplastik eingesetzt.

Nahrungsmittelbereich. Er umfasst Basisanforderungen an die Lieferanten von landwirtschaftlichen Erzeugnissen, darunter auch umweltrelevante Kriterien. (Mindestens 95 Prozent des Früchte- und Gemüse- sowie des Blumen- und Pflanzensortiments sind GlobalG.A.P.- oder äquivalent zertifiziert.) Bei landwirtschaftlichen Produkten aus Risikoländern fordert Denner die strikte 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 von Arbeitnehmern in Landwirtschaftsbetrieben legt. Eine gute Agrarpraxis berücksichtigt neben den Produkten auch die in den Produktionsprozess involvierten Menschen. Insbesondere bei Produkten aus Risikoländern wird sichergestellt, dass keine Produkte ohne GRASP-Zertifizierung (oder gemäss Beschaffungsrichtlinien äquivalenter Auszeichnung) importiert werden.

2018 erreicht:
100 % SwissGAP
97 % GlobalG.A.P. bei F&G
100 % GlobalG.A.P. bei
Blumen und Pflanzen

den. amfori-BSCI und GlobalG.A.P. GRASP prüfen und gewährleisten die Einhaltung der Richtlinien bis zum Ursprungsort und sorgen damit für eine transparente Wertschöpfungskette. Darüber hinaus setzen sie sich für internationale Sicherheitsstandards ein. Bei Lebensmitteln aus Schweizer Produktion gilt der SwissGAP-Standard, ein auf die Schweiz zugeschnittenes und von GlobalG.A.P. anerkanntes System.

Ausgewogene Ernährung Fokus auf Frische

FrISChe Früchte und Gemüse entsprechen einem Kundenbedürfnis, das sich in den letzten Jahren im Detailhandel akzentuiert hat. Denner hat diese Entwicklung erkannt und den Bereich FrISChe kontinuierlich ausgebaut. Mit dem Wechsel zum Offenverkauf der Früchte und Gemüse stiegen die Auswahl und die FrISChe der Produkte markant an. Das farbenfrohe, saisonale Angebot heisst die Kundinnen und Kunden gleich am Eingang der Läden willkommen.

Ein Kundenbedürfnis

Wer im hart umkämpften Lebensmittel-Detailhandel bestehen will, muss am Puls der Zeit bleiben und neue Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten erkennen. Frischprodukte entsprechen heute auch im Discountkanal einem klaren Kundenwunsch. Deshalb investiert Denner weiter in seine Frischekompetenz und baut das Sortiment kontinuierlich aus. Ein saisonales Angebot an Früchten und Gemüse im Offenverkauf, ganztags knusprige Backwaren und unmittelbar nach der Ernte verpackte Tiefkühlprodukte sorgen für den nötigen Frischekick und bieten alles für den täglichen Bedarf, gleich um die Ecke, an über 800 Standorten in der Schweiz – und erst noch zu den gewohnt tiefen Denner Preisen.

Die Kunden haben die Wahl

Als Nahversorger für den täglichen Bedarf ist es Denner ein Anliegen, den Kundinnen und Kunden Auswahl-

möglichkeiten für eine ausgewogene Ernährung anzubieten. Ausgewogen bedeutet, sich abwechslungsreich und saisonal zu ernähren, wenn möglich, täglich fünf Portionen Früchte und Gemüse zu essen. Letztere enthalten wertvolle Vitamine, Mineralstoffe, sekundäre Pflanzenstoffe und Nahrungsfasern.

Denner fördert eine ausgewogene Ernährung zum einen durch den Ausbau des Früchte- und Gemüseangebots. Darüber hinaus wurden im Berichtsjahr über 140 Verkaufsstandorte mit einem sogenannten «Vitalmeter» ausgestattet. In diesem Regal finden sich über 80 Produkte, die als Alternativen zu herkömmlichen Lebensmitteln angeboten werden. Darunter wiederentdeckte populäre Lebensmittel wie Quinoa oder Chia-Samen, Ersatzprodukte ohne tierische Inhaltsstoffe, Bio-Fruchtsäfte oder Produkte, die für Allergiker geeignet sind. Die Kundinnen und Kunden schätzen und erwarten diese Wahlmöglichkeiten auch im Discountkanal.



**Nachhaltig
ist, was
lange währt.**

Interview mit Dominik und Reto Schwab

Inhaber Schwab-Guillod AG

Mit über 600 Mitarbeitenden gehört die Schwab-Guillod AG heute zu einem der grössten Frische- und Convenience-Lieferanten der Schweiz. Der Betrieb setzt sich ein für ein nachhaltiges Handeln entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Eine Haltung, die Denner begrüsst und aktiv unterstützt.

Ihr Unternehmen setzt sich stark für die Nachhaltigkeit ein, weshalb ist Ihnen dieser Aspekt wichtig?

Unser Geschäft und unsere Produkte sind Früchte und Gemüse, also 100 Prozent Naturprodukte. Somit ist Nachhaltigkeit bei uns nicht erst seit ein paar Jahren ein Thema, sondern wir setzen seit unserer Firmengründung vor 82 Jahren auf Nachhaltigkeit. Mit einem bewussten Verhalten gegenüber der Natur können wir alle zusammen einen Beitrag leisten, um die Situation zu verbessern.

Welche Massnahmen haben Sie bereits in Ihrem Unternehmen umgesetzt?

Das Unternehmen denkt und handelt nachhaltig und nutzt neben Solarstrom auch Strom aus Schweizer Wasserkraft, stellt Wärmerückgewinnung bei allen Kühl- und Druckluftanlagen sicher und recycelt Wasser. Mehrheitlich werden die Kühlgeräte der LKW-Flotte mit Stickstoff betrieben. Der Wärmebedarf wird durch eine Holzschnitzelheizung gedeckt. Die Beleuchtung wurde grösstenteils auf LED umgestellt. Ebenfalls werden unsere Chauffeure in der ökologischen Fahrweise ausgebildet und überprüft.

Was planen Sie im Rahmen der Nachhaltigkeit für das Jahr 2019?

Vieles steht in den Startlöchern. So werden zum Beispiel alle LKWs die Norm Euro 6 erfüllen. Nachdem 2018 auf den Dächern unserer Lagerhalle und unserer Werkstatt Photovoltaikanlagen (Anlage 4+5) installiert worden sind, planen wir, auf einem weiteren Gebäudeteil eine Photovoltaikanlage zu realisieren. Auch mit unseren Kunden, insbesondere mit Denner, sind wir im täglichen Austausch, um Verpackungen zu vermeiden oder auf eine umweltverträglichere Verpackung umzusteigen.

Mit der Mitarbeiteraktion «Bike to work» motivieren wir unsere Mitarbeiter, im Juni auf das Auto zu verzichten.

Labelprodukte Ökologischer Mehrwert und Orientierungshilfe

In den letzten Jahren hat Denner die Anzahl der Labelprodukte fortlaufend erhöht und führt 2018 bereits über 400 zertifizierte Lebensmittel im Sortiment. Mit der Ausweitung der Labelprodukte nimmt Denner seine ökologische Verantwortung wahr und schafft mehr Transparenz für die Kundinnen und Kunden.



Label/Standards	Beschreibung
	amfori-BSCI, Business Social Compliance Initiative amfori-BSCI ist eine wirtschaftsgetriebene Plattform zur Verbesserung der sozialen Standards in einer weltweiten Wertschöpfungskette. Die amfori-BSCI bietet Wirtschaftsunternehmen ein systematisches Überwachungs- und Qualifikationssystem an, um die Arbeitsbedingungen von Menschen verbessern zu können.
	GFSI, Global Food Safety Initiative 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.
GLOBALG.A.P.	GlobalG.A.P., Good Agriculture Practice 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. GRASP, GlobalG.A.P. Risk Assessment on Social Practice 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.
SwissGAP	SwissGAP, Good Agriculture Practice 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.
	MSC, Marine Stewardship Council 49 Produkte 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.
	ASC, Aquaculture Stewardship Council 22 Produkte ASC wurde 2011 auf Initiative des WWF gegründet. Ziel ist eine verantwortungsvolle Zucht von Fischen und Meeresfrüchten.

Label / Standards	Beschreibung
	RSPO, Round Table on Sustainable Palm Oil Der 2003 gegründete Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO) setzt sich für eine nachhaltige Produktion von Palmöl ein.
	FSC, Forest Stewardship Council 59 Produkte 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.
	UTZ, Better Farming 94 Produkte 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.
	IP-SUISSE über 90 Produkte Im ganzen Land ziert 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.
	Bio Suisse, CH-Bio-Produkte 19 Produkte Die Knospe garantiert die Einhaltung bestimmter Richtlinien und Standards in der Produktion von landwirtschaftlichen Erzeugnissen und garantiert somit die nachhaltige Produktion. Die Interessen von Mensch, Tier und Natur stehen somit im Gleichgewicht.
	SUISSE GARANTIE, kontrollierte Herkunft Schweiz 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.
	EU-Bio-Produkte 33 Produkte 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.
	Rainforest Alliance 9 Produkte 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 unter anderem Kaffee, Kakao, Bananen, Zitrusfrüchte, Blumen und Grünpflanzen sowie Tee.
	Der Blaue Engel 1 Produkt «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.
	Fairtrade Max Havelaar 19 Produkte 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.

Fleischlose Ernährung **Vegetarische und vegane Produkte**

Im Rahmen der WWF-Partnerschaft wurden diverse Umweltziele vereinbart, eines davon ist der Ausbau von Milch- und Fleischersatzprodukten. Im Jahr 2018 wurde das Ziel bei Weitem übertroffen – statt der vereinbarten vier Produkte stehen dem Konsumenten 37 vegetarische und vegane Produkte zur Verfügung – und dies zu Discountpreisen.

Kennzeichnung vegetarischer Produkte

Im Rahmen der mit dem WWF vereinbarten Ziele hat sich Denner dazu verpflichtet, das Angebot an Milch- und Fleischersatzprodukten weiter auszubauen. Die steigende Nachfrage bestätigt auch im Discountkanal ein Bedürfnis nach Produkten, die für vegetarische oder vegane Ernährung geeignet sind. Aufgrund der neuen Lebensmittelverordnung wurden die Verpackungen der Denner Eigenmarken neu designt. Im Zuge dieser Umstellungen kenn-

zeichnet Denner als Orientierungshilfe für die Kunden künftig alle Produktverpackungen der veganen oder vegetarischen Lebensmittel mit dem bekannten V-Label.

Denner bietet 37 Produkte, die mit einem V-Label ausgelobt sind und Veganern oder Vegetariern eine wichtige Orientierungshilfe beim Einkauf bieten. Das gilt auch für die mit den Labels gluten-free und lactose-free gekennzeichneten Lebensmittel.

37 vegane und vegetarische Produkte im Sortiment



Abwechslungsreich, vegetarisch und erschwinglich: die mit dem V-Label ausgezeichneten Denner Produkte.

Schwerpunkt Mensch

In den letzten Jahren haben wir viel Zeit und Ressourcen in die Stärkung unserer Unternehmenskultur investiert, weil wir davon überzeugt sind, dass loyale und engagierte Mitarbeitende die Basis schaffen für den Erfolg eines Unternehmens. Unser Ziel ist es, weiter in führungs- und fachspezifische Schulungen zu investieren, damit wir eine offene, ehrliche und vertrauensvolle Unternehmenskultur fördern.



124

**Ausbildungstage für
Führungskräfte fanden
2018 statt.**

Interview mit Jean-Pierre Egger *Trainer und Coach*

Sie trainieren Sportler und coachen Führungskräfte von Unternehmen – auch Denner Kadermitarbeitende. Wie unterscheidet sich die Geschäftswelt vom Leistungssport?

Im Sport setzt sich der Athlet seine Ziele selbst. Im Unternehmen ist es unter Umständen schwieriger, die Leute für gesetzte Ziele zu motivieren, da diese mehrheitlich vom Unternehmen abhängig und geprägt sind. Wenn Mitarbeitende dann mit vielen Vorgaben arbeiten müssen, die sie selbst nicht mitgestalten können, kann die berufliche und persönliche Zielerreichung nicht immer vereint werden.

Und wie löst man dieses Dilemma?

Hier sind gute Führungskräfte gefordert, die als interne Coaches fungieren. Sie motivieren die Mitarbeitenden, nicht nur die Unternehmensziele, sondern auch die persönlichen Ziele zu erreichen. Ein zufriedener Mitarbeiter erbringt mehr Leistung, deshalb sollte jedes Unternehmen interessiert sein, die Mitarbeitenden zu fördern.

Was macht erfolgreiches Coaching aus?

Als Coach begleite ich einen Menschen und ermögliche ihm, seine Träume zu erfüllen. Dies sind nicht zwingend nur berufliche. Ich bereite ihn mental auf seine Aufgaben vor, baue Ängste ab und gebe ihm Mut. Mein Coaching unterstützt, die gesetzten Ziele zu erreichen. In der heutigen Zeit – im Büro wie auf dem Sportplatz – muss alles schnell gehen, und mit diesem Druck muss man umgehen können. In der Arbeitswelt ist es zentral, Mitarbeitende zu motivieren und sie wo nötig zu unterstützen, damit die gesetzten Ziele erreicht werden. Deshalb müssen Führungskräfte situativ führen. Das bedeutet, auf die Bedürfnisse des Mitarbeitenden einzugehen und individuell zu führen, denn jede Situation erfordert eine andere Herangehensweise.

➔ KOMPLETTES INTERVIEW AUF VIDEO:

QR-Code scannen oder Link eingeben
youtube.com/dennerag



Attraktiver Arbeitgeber Mehr als ein Arbeitsort

Wer sich an seinem Arbeitsplatz wohlfühlt, kann sein volles Potenzial besser entfalten, deshalb unterstützt Denner alle Mitarbeitenden dabei, ihre ganz persönliche Work-Life-Balance zu finden, und präsentiert sich der Öffentlichkeit als fortschrittlicher Arbeitgeber.

Zeitgemässe Anstellungsbedingungen

Die Zusammenarbeit bei Denner ist geprägt von Wertschätzung und Vertrauen. Das fördert die Motivation und die Identifikation mit den Unternehmenswerten. Denner drückt seine Wertschätzung für die qualitativ hochstehende Arbeit seiner Mitarbeitenden unter anderem in Form einer marktgerechten Entlohnung aus. Im Berichtsjahr wurde die Lohnsumme um 0,7 Prozent erhöht und Ende 2018 sogar eine Erhöhung von rund 1,0 Prozent für das kommende Jahr umgesetzt. Die neuerliche Erhöhung der Lohnsumme verbessert ein weiteres Mal die bereits sehr guten Anstellungsbedingungen. Der Mindestlohn stieg bei Denner in den letzten zehn Jahren von CHF 3500.– auf heute CHF 4025.– (×13) an und liegt damit über dem Branchendurchschnitt. Vor dem Hintergrund der Teuerungsentwicklung der letzten Jahre resultiert daraus eine reale Lohnerhöhung. 0 Prozent der Mitarbeitenden und Angestellten fallen unter einen Tarifvertrag, da die Denner AG nicht dem GAV angeschlossen ist.

Der wertvollste Erfolgsfaktor von Denner sind die Mitarbeitenden. Deshalb setzt das Unternehmen laufend auf die individuelle Förderung und unterstützt sie im Arbeitsalltag. Dies gilt für alle Arten von Mitarbeitenden und für beide Geschlechter gleichermaßen. Die Belegschaft von Denner ist mit Menschen aus über 70 Nationen und einem überdurchschnittlich hohen Frauenanteil in Führungsfunktionen von 53,8 Prozent äusserst divers.

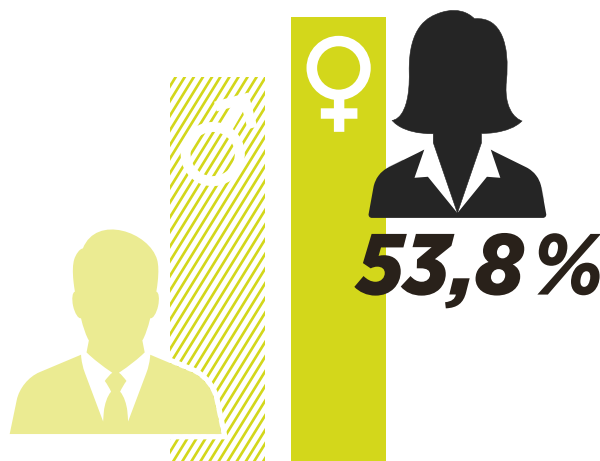
Längerer Vaterschaftsurlaub

Seit Oktober 2018 können Denner Mitarbeitende neu zehn statt der bisherigen zwei Tage bezahlten Vaterschaftsurlaub beziehen. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, den Vaterschaftsurlaub mit bis zu zwei Wochen unbezahlten Ferien zu verlängern, um noch mehr Zeit mit der Familie zu verbringen. Die Erhöhungen der Lohnsumme und des Vaterschaftsurlaubes verbessern erneut die bereits sehr guten Anstellungsbedingungen des führenden Discounters der Schweiz.

Flexible Arbeitszeitmodelle

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie beschäftigt viele Mitarbeitende. Neue Lebensmodelle führen zu dem dazu, dass sich immer mehr Arbeitnehmende für Teilzeitpensen interessieren. Denner steht dieser Entwicklung offen gegenüber und bietet eine Reihe flexibler Arbeitszeitmodelle an, welche den veränderten Bedürfnissen von Mitarbeitenden und Bewerbern gerecht werden. Bereits heute nutzen viele Mitarbeitende die Möglichkeit, durch Teilzeitarbeit die persönlichen und beruflichen Verpflichtungen optimal aufeinander abzustimmen. Verschiedene weitere Möglichkeiten stehen zur Verfügung, um flexibel auf kurzfristige Veränderungen reagieren zu können. Mitarbeitende können jährlich bis zu zwei Wochen zusätzlichen unbezahlten Urlaub beziehen oder eine längere Auszeit von bis zu drei Monaten nehmen. Für viele Unternehmensbereiche besteht auch die Möglichkeit von Homeoffice.

**Über 50 Prozent der
Kadermitarbeitenden sind
Frauen.**





Personalkommission

Um Anregungen und Themen aus der Belegschaft auf Ebene der Geschäftsführung zusätzlich Gehör zu verschaffen, rief Denner 2013 die Personalkommission (Peko) ins Leben. Die Mitglieder der Peko fungieren als Repräsentanten der Mitarbeitenden ihrer Arbeitsbereiche und richten als gewählte Vertreter Verbesserungsvorschläge, Kritikpunkte und andere Rückmeldungen direkt an die obersten Führungsorgane. Die Peko ist ein Gremium zur Früherkennung von Bemängelungen und hat gleichzeitig zum Ziel, Arbeitsbedingungen und die Mitarbeiterzufriedenheit weiter zu verbessern. Alle Denner Mitarbeitenden und die unteren Kader sind zur Wahl zugelassen und werden von Mitarbeitenden bis und mit mittlerem Kader alle vier Jahre neu gewählt. Die Peko setzt sich aus vierzehn Mitarbeitenden aller Unternehmensbereiche und Sprachregionen zusammen und trifft sich viermal im Jahr am Hauptsitz in Zürich. Zweimal jährlich steht ein Austausch mit der Geschäftsleitung auf der Agenda.

Pensionskasse

Mit der schrittweisen Stärkung der Denner Pensionskasse festigt Denner im Berichtsjahr die finanzielle Absicherung seiner aktuellen und ehemaligen Mitar-

Denner bietet eine Reihe von flexiblen Arbeitszeitmodellen an, welche den veränderten Bedürfnissen der Mitarbeitenden gerecht werden.

beitenden markant. Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung der Schweizer Bevölkerung sieht sich Denner in der Pflicht, die Pensionskasse für alle möglichen Szenarien zu rüsten. Denner und seine Mitarbeitenden leisten zu gleichen Teilen einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des Deckungsgrades. Veränderungen bei den Abgaben werden stets von umfassenden internen Kommunikationsmassnahmen begleitet, um die Notwendigkeit der Anpassungen aufzuzeigen. Die Denner Pensionskasse ist mit einem aktuellen Deckungsgrad von 112,7 Prozent sehr gut aufgestellt.

Unternehmenskultur Bereichernde Vielfalt

Mit der Eingliederung in die Migros Gruppe hat Denner den Wandel vom patronal geführten Familienbetrieb zum modernen, managementgeführten Unternehmen vollzogen. Heute prägen alle Mitarbeitenden die Unternehmenskultur aktiv mit. Ein respektvolles Miteinander stärkt das gegenseitige Vertrauensverhältnis und schafft ein Wir-Gefühl, das unsere Mitarbeitenden als wichtige Repräsentanten des Unternehmens nach innen und aussen tragen.

Führungskultur «Leuchtturm»

Zum Aufbau und zur Umsetzung der neuen Unternehmenskultur initiierte Denner vor fünf Jahren das Projekt «Leuchtturm», um Mitarbeitenden aus allen Bereichen und Führungsstufen die neue Denner Kultur und Führung näherzubringen und um die Werte zu verinnerlichen. Die «Leuchtturm»-Werte wurden seit der Einführung mit der Nachhaltigkeit ergänzt, weil dieses Thema einen wichtigen Platz im Markenkern des Unternehmens eingenommen hat (siehe auch Seite 10). «Die vielen Weiterbildungen, die wir zur «Leuchtturm»-Führungskultur durchgeführt haben, tragen heute ihre Früchte. Der inspirierende und lehrreiche Austausch an diesen Weiterbildungen hat zur Entwicklung und Verankerung der Unternehmens- und Führungskultur beigetragen. Die Denner Führungskultur ist heute geprägt von einem ehrlichen, vertrauensvollen und respektvollen Dialog und der Kooperation. Dies beweist, dass der «Leuchtturm» wegweisend ist für unsere Unternehmenskultur», so Serge Gafner, Leiter Human Resources und Mitglied der Geschäftsleitung.

Integration

Die Mitarbeitenden von Denner sind ein Spiegelbild unserer vielfältigen Gesellschaft. Sie kommen aus über 70 Nationen und arbeiten Hand in Hand am gemeinsamen Ziel, alle Anspruchsgruppen des Unternehmens zufriedenzustellen. Dank Rücksichtnahme und gegenseitigem Verständnis profitieren in diesem Miteinander der Kulturen alle voneinander. Denner bekennt sich ausdrücklich zur Diversität im Unternehmen und fördert gezielt die Integration von zugewanderten Arbeitskräften. Der Detailhandel bietet ideale Voraussetzungen, um im Arbeitsalltag Kenntnisse der Landessprachen zu vertiefen und hiesige Gepflogenheiten kennenzulernen. Als einer der grössten Arbeitgeber im Schweizer Detailhandel leistet Denner damit einen wichtigen Beitrag zur Integration und Völkerverständigung.

Im gegenseitigen Interesse



Vom Flüchtling zur Assistentin der Filialleitung



Kurzinterview mit **Adrian Bodmer**

Leiter Finanzen, Mitglied der Geschäftsleitung und Compliance-Verantwortlicher

Gefälligkeiten austauschen, teure Geschenke akzeptieren oder neue Liebschaften – was im Privatleben normal ist, kann im Geschäftsleben zu Interessenkonflikten führen. Deshalb hat die Migros im Rahmen des Verhaltenskodexes eine neue Richtlinie zum Thema Interessenkonflikte erlassen, die für alle Unternehmen der Migros-Gruppe verbindlich ist. Adrian Bodmer erklärt, wieso es die Richtlinie braucht.

Weshalb hat die Migros-Gruppe die neue Richtlinie zu Interessenkonflikten erlassen?

Das Thema ist nicht neu, sondern wird bereits in verschiedenen Regeln des Verhaltenskodexes direkt oder indirekt angesprochen. Es betrifft vor allem die Regel: «Wir vermeiden Interessenkonflikte oder legen diese rechtzeitig offen.» Die neue Richtlinie soll diesen Grundsatz im Detail erklären – mit konkreten Fallbeispielen.

Wieso ist der Austausch von Gefälligkeiten heikel?

Kleinere Gefälligkeiten müssen in einer langfristigen Beziehung – privat wie auch geschäftlich – durchaus Platz haben. Eine klare Grenze gibt es aber zu

grossen und abhängig machenden Gefälligkeiten und damit zur Thematik Korruption. Hier sprechen wir – ohne jeglichen Bezug zu aktuellen Beispielen – zum Beispiel von einer Einladung zu einem Champions-League-Finale mit Flug in der Business-Klasse und Übernachtung in einem edlen Hotel. Eine Einladung zu einem gemeinsamen Mittagessen liegt aber durchaus drin, falls es nicht gerade in einem 5-Sterne-Restaurant stattfindet. Wie immer im Leben gilt: Der «gesunde Menschenverstand» ist eine gute Richtschnur für korrektes Handeln.

Für wen gelten diese Verhaltensregeln?

Diese Mindestanforderungen gelten für sämtliche Unternehmen der Migros-Gruppe, für alle Mitarbeitenden sowie für alle Exekutivorgane – ohne Wenn und Aber, jederzeit und überall.

«Wir vermeiden Interessenkonflikte oder legen diese rechtzeitig offen.»

Kurzinterview mit **Raparen Mohammad**

seit April 2019 ausgebildete Assistentin der Filialleitung

Raparen Mohammad reiste vor knapp drei Jahren als Flüchtling zusammen mit ihrer Schwester in die Schweiz. Im Rahmen eines Integrationsprogramms bekam sie eine Praktikumsstelle bei Denner und startete hier ihr neues Leben.

Sie sind im Zuge eines Integrationsprogramms zu Denner gekommen. Wie haben Sie Ihren Einstieg erlebt?

Das gesamte Team der Filiale in Jona hat mir von Beginn weg unter die Arme gegriffen und mich hervorragend unterstützt. Obwohl ich als Praktikantin angestellt war, wurde ich immer als vollwertige Mitarbeiterin angesehen. Und vom ganzen Team geschätzt.

Was hat Sie nach Abschluss des Praktikums zum Bleiben bewogen?

Denner hat mir sehr geholfen, mich in der Schweiz integrieren zu können. Ich wollte unbedingt bei Denner bleiben, und ich habe mich sehr gefreut, dass ich einen Anschlussvertrag erhalten habe.

Wie kommt es, dass Sie sich nach so kurzer Zeit bereits als Assistentin der Filialleitung ausbilden lassen konnten?

Ich bin von Natur aus ehrgeizig und habe rasch gemerkt, dass mir eine Aus- und Weiterbildung bei Denner gut gefallen würde. Die Möglichkeiten dazu sind wirklich hervorragend. Zu meinem Glück haben mich sowohl meine Filialleiterin wie auch der Verkaufsleiter bei meinem Anliegen unterstützt.



Über 5200
Personaldossiers werden bis
Ende 2019 digitalisiert sein.

Nadine Zimmermann,
Personalleiterin Niederlassung Zentralschweiz
Die Umwandlung analoger Daten in ein digital nutzbares Format zu bringen, gewinnt in Unternehmen an Bedeutung. Nadine Zimmermann hat das Projekt «Digitalisierung von Personaldossiers» mit einem Team umgesetzt. «Wir bearbeiten jährlich über 46 000 Dossiers, was einem enormen Arbeitsvolumen entspricht. Zudem sind alle Dossiers unserer Mitarbeitenden nicht digitalisiert. Deshalb haben wir einen Prozess definiert, um bestehende und neue Personaldossiers elektronisch in einem anwenderfreundlichen System zu erfassen, damit unsere Prozesse effizienter und ressourcenschonender gestaltet werden können.»

Ausbildung und Weiterbildung

Gezielte Förderung

Der Lebensmittel-Detailhandel wandelt sich schnell. Flächendeckende und regelmässige Aus- und Weiterbildungen schaffen die Voraussetzungen dafür, als Unternehmen konkurrenzfähig zu bleiben und die berufliche und persönliche Entwicklung der Mitarbeitenden aktiv zu fördern.

Lernende

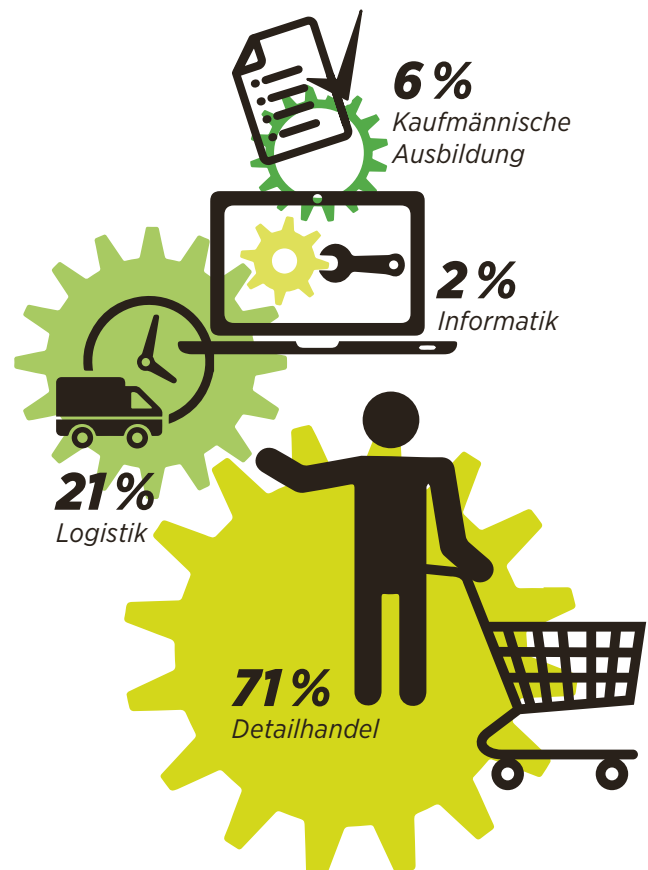
Denner liegt die Ausbildung junger Erwachsener am Herzen. Darum wird das Angebot an Lehrstellen in allen drei Sprachregionen kontinuierlich ausgebaut. Heute bietet Denner Ausbildungsplätze im Bereich Verkauf, Logistik, Verwaltung und Informatik an. Dank dieser Investition in die Zukunft rekrutiert Denner viele gut ausgebildete Nachwuchskräfte aus den eigenen Reihen. Denner ist stolz darauf, dass über 80 Prozent aller Lernenden nach der Erstausbildung dem Unternehmen treu bleiben. Ein Beweis dafür, dass sie ihre Lehre bei Denner optimal dazu befähigt, den Herausforderungen der heutigen Arbeitswelt zu begegnen und im erlernten Beruf Karriere zu machen. Aktuell bereiten sich bei Denner 105 Lernende auf höhere Weihen vor und übernehmen schon während ihrer Ausbildung verantwortungsvolle Aufgaben. In ihren Lehrbetrieben sind sie vom ersten Tag an ein vollwertiges Mitglied des Teams und eine wertvolle Stütze im Tagesgeschäft.

Auch unsere Denner Partner Betriebe bilden Lernende aus. Im Berichtsjahr waren 186 Lernende in Ausbildung.

Lehrlingsfiliale

Seit 2010 übernehmen Lernende aus dem Verkauf zweimal pro Jahr für jeweils einen Monat die Leitung einer Denner Filiale. Sie tragen die Verantwortung für das Tagesgeschäft und betreuen alle anfallenden Aufgabenbereiche komplett selbstständig. Was als innovatives Pilotprojekt begann, ist heute ein integraler Bestandteil der Ausbildung im Verkauf und für alle Beteiligten ein Höhepunkt ihrer Lehrzeit.

Spannende Ausbildungsplätze für den Nachwuchs bei Denner





Souveräner Auftritt der Lernenden in der Lehrlingsfiliale in Bern-Bethlehem: Stv. Filialleiter Alin Bichis, Filialleiter Rinor Beluli und Assistent Adnan Syed (v.l.n.r.).



Die Lehrlingsfiliale gehört zum Highlight der Detailhandelsausbildung. Die Lernenden übernehmen Verantwortung und führen selbstständig eine Filiale.

Im November 2018 fand die Lehrlingsfiliale bereits zum 20. Mal statt. Zehn Lernende hatten während eines Monats das Sagen in der Denner Filiale in Bern-Bethlehem. Als Filialleiter waltete der Lernende im 3. Lehrjahr, Rinor Beluli (Bild: Mitte), und regelte mit seinen Mitlernenden das Filialgeschäft. Anfallende Büroarbeiten, Bestellungen, Einsatzplanungen und das Austüfteln von Kundenüberraschungen gehörten zum Filialalltag.

Die Übergabe einer Filiale in die Hände von Lernenden ist Teil des Ausbildungskonzeptes und sorgt jedes Mal für begeisterte Kunden, die das Projekt wohlwollend aufnehmen und die Lernenden dadurch zusätzlich motivieren.

Arbeitssicherheit

Die Mehrzahl der Mitarbeitenden bei Denner ist in den Bereichen Verkauf und Logistik tätig und verrichtet körperlich anspruchsvolle Arbeit. Die Sicherheit und die Gesundheit der Mitarbeitenden geniessen daher oberste Priorität. Mitarbeitende in den Logistikstandorten und den Denner Filialen bekommen kostenlos funktionelle Arbeitskleidung zur Verfügung gestellt. Zudem beteiligt sich Denner jedes Jahr an der Anschaffung von Sicherheitsschuhen. Logistikmitarbeitende, welche die Waren für den Transport in die Filialen kommissionieren, erhalten die Anweisungen per Headset, dessen Befestigung am Kopf auf Anregung der Personalkommission ergonomischer wurde. Dank des Headsets haben die Mitarbeitenden beide Hände frei, was die Sicherheit erhöht und einen deutlich geringeren Kraftaufwand erfordert. Alle Mitarbeitenden nehmen regelmässig an Schulungen zum Thema «Heben & Tragen» und «Arbeitssicherheit» teil. Ziel ist es, schädliche Bewegungsabläufe grundsätzlich zu vermeiden und kräfteschonend zu agieren. Ein Arbeitssicherheits-Buch stellt sicher, dass alle operativ tätigen Mitarbeitenden auf dem neusten Stand der gesetzlichen Vorgaben sind. In allen Verteilzentren sind pro Abteilung zwei Betriebssanitäter in Erster Hilfe ausgebildet. Als oberster Sicherheitsbeauftragter fungiert der Leiter Human Resources (Geschäftsleitungsmitglied).

Care-Team

Immer wieder werden Mitarbeitende im Verkauf mit Situationen konfrontiert, in denen sie Ziel von Aggressionen unterschiedlichster Art werden. Denner schult seine Mitarbeitenden daher regelmässig im Umgang mit Gefahrenmomenten und stellt für den Ernstfall die Hilfe eines Care-Teams zur Verfügung. Mitarbeitende können im Bedarfsfall sofortige, aber auch langfristige Hilfe von Spezialisten in Anspruch nehmen.



An Aus- und Weiterbildungstagen beschäftigen sich die Mitarbeitenden mit diversen Fach- und Führungsthemen.

Ausbildung / Weiterbildung

Denner fördert die individuelle Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeitenden, um sie zu befähigen, neue Aufgabengebiete zu betreuen und mehr Verantwortung zu übernehmen. Das eigene Ausbildungsangebot richtet sich an alle Mitarbeitenden und bietet ein breites Spektrum an fachlichen Fortbildungen und Führungskursen. Ergänzt wird dieses Angebot durch die zusätzlichen Lerninhalte, die vom Migros-Genossenschafts-Bund durchgeführt werden und ebenfalls allen Denner Mitarbeitenden offenstehen. In seinem internen Talentpool bereitet Denner zudem ambitionierte Mitarbeitende intensiv auf ihre Aufgaben als Führungskräfte vor. Auf allen Stufen der Aus- und Weiterbildung steht die berufliche und persönliche Entwicklung der Mitarbeitenden im Fokus.

Im Berichtsjahr nahmen 4425 Mitarbeitende an Aus- und Weiterbildungen teil. «Gegenüber dem Vorjahr wurden fast 800 Mitarbeitende mehr

Im Berichtsjahr nahmen 4425 Mitarbeitende an Aus- und Weiterbildungen teil.

geschult, was die Intention von Denner unterstreicht, Mitarbeitende zu fördern und weiter zu entwickeln», so Serge Gafner, Leiter Human Resources. «Und wir werden auch in Zukunft in unsere Mitarbeitenden investieren, weil sie das Fundament des Unternehmenserfolgs bilden.»

Gesellschaftliches Engagement **Einer für alle**

Als Grossunternehmen ist es Denner ein Anliegen, seine soziale Verantwortung wahrzunehmen und der Bevölkerung etwas zurückzugeben. Denner nutzt seine Infrastruktur für materielle Hilfestellungen und investiert jährlich einen fixen Teil seines Reingewinns in die Förderung von Pionierprojekten des gesellschaftlichen Wandels.

Caritas-Märkte Schweiz

Seit 2009 unterstützt Denner die 21 Caritas-Märkte in der Schweiz mit einem jährlichen Beitrag von über CHF 300 000.– in Form von Produktesponsoring, um auch sozial schwächer Gestellten den Zugang zu qualitativ hochwertigen Produkten zu ermöglichen. Es handelt sich bei den Produktspenden nicht um unverkaufte Waren aus den Denner Filialen, sondern um neuwertige Produkte, die aus den Verteilzentralen direkt in die Caritas-Märkte geliefert werden, wo sie zu sehr günstigen Preisen angeboten werden.

Dadurch bietet Denner Perspektiven für Mitmenschen, die aufgrund von körperlichen oder geistigen Beschwerden mit beruflichen Einschränkungen konfrontiert sind, und unterstützt die Wiedereingliederung von IV-Bezüglern in den Arbeitsmarkt.

Förderfonds Engagement Migros

Ein weiterer Schwerpunkt des gesellschaftlichen Engagements betrifft die Förderung von Pionierpro-

Im Berichtsjahr wurden über 60 Projekte im Rahmen des Migros-Förderfonds mit insgesamt CHF 16,5 Millionen realisiert, Denner steuerte dazu über CHF 5 Millionen bei.

jekten im gesellschaftlichen Wandel. Im Berichtsjahr wurden über 60 Projekte im Rahmen des Migros-Förderfonds mit insgesamt CHF 16,5 Millionen realisiert, Denner steuerte dazu über CHF 5 Millionen bei.

Der Förderfonds wurde 2012 von mehreren Unternehmen des Departements Handel der Migros-Gruppe ins Leben gerufen. Engagement Migros ergänzt die Fördertätigkeit des Migros-Kulturprozent mit einem eigenständigen Förderansatz. Seit 2012 hat Denner über CHF 30 Millionen beigesteuert.

Weiter begünstigt Denner jedes Jahr eine kleine karitative Organisation mit einer Geldspende in der Höhe von CHF 20 000.– und kann damit auch im Kleinen Grosses bewirken.



Thomas Künzler, Geschäftsführer Caritas-Märkte, im Zürcher Caritas-Markt in Oerlikon.

➔ MEHR INFOS ZUM FÖRDERFONDS:

QR-Code scannen oder Link eingeben

engagement-migros.ch



Kennzahlen

Geschäftspartner

IP-SUISSE
WWF

Prüfbescheinigung
Über diesen Bericht

GRI-Inhaltsindex

Nachhaltige Landwirtschaft fördern

Seit 2016 pflegt Denner eine starke strategische Partnerschaft mit IP-SUISSE: Angefangen hat alles mit 30 Produkten, inzwischen ist das Angebot der IP-SUISSE Produkte auf 90 angewachsen. Die Zusammenarbeit ist ein Erfolg, der sich nicht nur im Denner Sortiment niederschlägt. Als führender Discounter der Schweiz ist Denner in der Lage, die hochwertigen Schweizer Lebensmittel von IP-SUISSE zu einem Preis anzubieten, der fair ist für Bauern, Verarbeiter und Konsumenten.

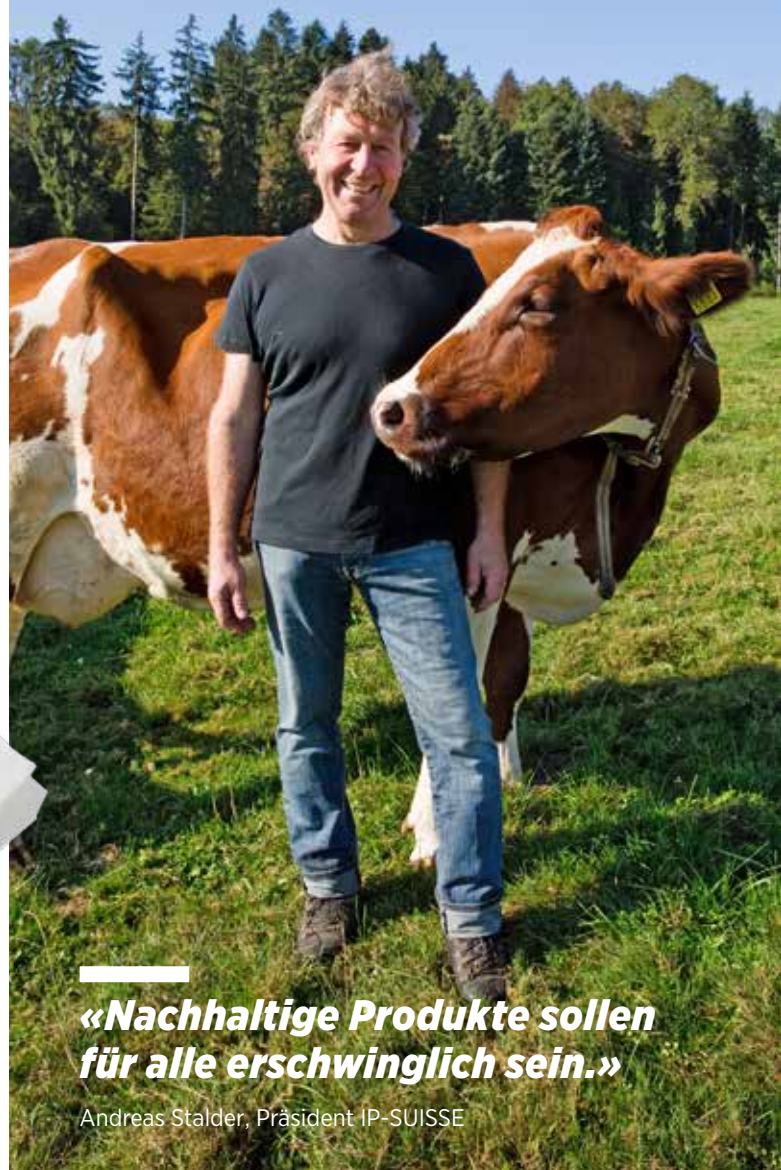
IP-SUISSE Bauern verpflichten sich, eine Vielzahl von Massnahmen zur Förderung der Artenvielfalt umzusetzen. Sie schützen durch nachhaltige Landwirtschaft die Lebensräume von über 1000 bedrohten Tierarten in der Schweiz und fördern aktiv die Artenvielfalt der Tier- und Pflanzenwelt. Biodiversität ist von höchster Wichtigkeit für ein funktionierendes Ökosystem. Darum halten IP-SUISSE Betriebe unter anderem strenge Bestimmungen zur Fruchtfolge im Ackerbau ein. Sie bekämpfen zum Beispiel im Getreide Krankheiten ohne Fungizide sowie Schädlinge ohne Insektizide, und sie setzen keine Wachstumsregulatoren ein.



Ende 2018 waren über 90 IP-SUISSE Artikel im Denner Sortiment verfügbar.

Interview mit Andreas Stalder

Präsident IP-SUISSE



«Nachhaltige Produkte sollen für alle erschwinglich sein.»

Andreas Stalder, Präsident IP-SUISSE

Rechnet es sich heute noch, ein Bauer zu sein?

Trotz harter Arbeit liebe ich meine Tätigkeit. Ich habe grosse Freude an meiner täglichen Arbeit und liebe meinen Beruf. Als IP-SUISSE Bauer wirtschaftet ich nachhaltig, setze mich für das Tierwohl ein und produziere naturnah. Dank der Zusammenarbeit mit Denner können wir die Produkte zu fairen Preisen anbieten. IP-SUISSE ist wie Denner – nahe beim Kunden und nahe bei der Natur.

Sie wuchsen auf einem Bauernhof im Emmental auf. Waren die Tiere vor 40 Jahren glücklicher und zufriedener?

Vermutlich schon. Es waren kleinere Gruppen, man hatte mehr Zeit und auch mehr Personal, das sich um die Tiere kümmerte. Mit den strengeren Tierschutz-Richtlinien und einer nachhaltigen Landwirtschaft, wie sie IP-SUISSE praktiziert, ändert sich aber heute vieles wieder zum Besseren.

Was ist der Unterschied zwischen Bio und IP-SUISSE?

Unser ökologischer Fussabdruck ist deutlich tiefer, denn die vielen Auflagen führen dazu, dass ein Bio-Bauer auf der gleichen Fläche weniger produziert als ein IP-SUISSE Bauer. Am Schluss sind die Bio-Produkte deutlich teurer. Wir von IP-SUISSE wollen keine Lebensmittel, die sich nur Besserverdienende leisten können. Unser Ziel ist genügend Ertrag zu einem guten Preis, um alle Leute gesund und nachhaltig zu ernähren. Nachhaltige Produkte sollen für alle erschwinglich sein.

Wann kommen denn bei IP-SUISSE Pflanzenschutzmittel zum Einsatz?

Schon heute produzieren wir weitgehend frei von Pflanzenschutzmitteln. Wir erlauben aber, im Notfall Mittel einzusetzen, um eine Ernte zu retten, die sonst zum Beispiel wegen einem Pilzbefall verloren wäre. Selbst dann dosieren wir die Mittel so sparsam wie möglich.

Was wäre die Voraussetzung, dass man komplett auf chemische Helfer verzichten könnte?

Es bräuchte eine Versicherung für den Bauern, die den Verlust seiner Ernte und seines Einkommens

deckt. Wir IP-SUSSE Bauern schaffen uns diese Versicherung selber, weil wir im Notfall die Ernte mit Pflanzenschutzmitteln retten dürfen. Wir können sie aber nicht mehr unter dem Label IP-SUISSE verkaufen, weil die zertifizierten Produkte nicht mit Pflanzenschutzmitteln behandelt werden dürfen.

An welchen Projekten arbeitet IP-SUISSE zurzeit?

Ausser an der laufenden Anpassung unserer Label-Richtlinien arbeiten wir ständig daran, unser Engagement für die Nachhaltigkeit zu verbessern. Gemeinsam mit Agroscope, dem Kompetenzzentrum des Bundes für landwirtschaftliche Forschung, testen wir aktuell auf 30 Pilotbetrieben Massnahmen zur Verbesserung des Klima- und Ressourcenschutzes und des Nachhaltigkeits-Engagements. Mit zwei weiteren Forschungsprojekten wollen wir den Pflanzenschutzmitteleinsatz im Feldbau weiter reduzieren und das Risiko für die Umwelt senken. In diesem Zusammenhang bauen wir dieses Jahr das erste Mal Weizen ohne Herbizide an. Weiter arbeiten wir auch an einem System zur Verbesserung der sozioökonomischen Bedingungen unserer Bauernfamilien.

Mit Herzblut, aus Überzeugung und immer der Natur zuliebe: IP-SUISSE Produzenten erzählen im Videoporträt von ihrem Leben als Bauern.

➔ VIDEOPORTRÄTS VON IP-SUISSE PRODUZENTEN:

QR-Code scannen oder Link eingeben

denner.ch/de/ip-suisse



Ökologisch optimierten Weinanbau in der Schweiz fördern

Die langfristige Partnerschaft mit dem WWF trägt Früchte. Viele der vereinbarten Umweltziele wurden frühzeitig erreicht, weitere nachhaltige Entwicklungen vorangetrieben. Seit 2018 setzen sich Denner und WWF gemeinsam für ökologisch optimierten Weinanbau ein. Ziel der Partnerschaft ist es, einen Verhaltenscodex für die Denner Lieferanten zu entwickeln und somit einen bedeutenden Schritt für den verantwortungsvollen Weinanbau in der Schweiz breitenwirksam zu fördern.



Mit dem Verhaltenscodex für Weinlieferanten möchte Denner den verantwortungsvollen Weinanbau in der Schweiz fördern.

Als zweitgrösster Wein-Detailhändler der Schweiz nimmt Denner seine Verantwortung wahr und möchte einen Verhaltenscodex für die Lieferanten erstellen, um den verantwortungsvollen Weinanbau in der Schweiz zu fördern. Für die hiesigen Weinbauern gelten eine Vielzahl gesetzlicher Richtlinien, die die Mindestanforderungen für die Herstellung definieren. Mit dem Erstellen eines Verhaltenscodex will Denner gemeinsam mit seinen Lieferanten aber einen bedeutenden Schritt weiter gehen, um den verantwortungsvollen Weinanbau in der Schweiz breitenwirksam zu fördern. Die Realisation dieses Verhaltenscodex erfordert eine fundierte Datenbasis, die durch verschiedene wissenschaftliche Studien erhoben wird.

Dieses Vorhaben wird vom WWF im Rahmen der Partnerschaft stark unterstützt. Die Zusammenarbeit beinhaltet noch weitere Teilprojekte: die Schaffung eines nationalen Labels und das Vorantreiben eines internationalen Standards für Wein aus ökologisch optimiertem Anbau.

Den Grundstein legen für weitere Entwicklungen

Eine Vorstudie mit dem Sustainable Food System (SFS) soll die Grundlagen für den Verhaltenscodex liefern. Dazu prüft die SFS die aktuelle Nachhaltigkeitsleistung von über 20 Schweizer Traubenproduzenten mit der SMART-Bewertung, einem von der SFS auf den SAFA-Richtlinien abgestützten Bewertungstool. Die SAFA-Richtlinien definieren vier Dimensionen der Nachhaltigkeit: ökologische Integrität, ökonomische Resilienz, soziales Wohlergehen und gute Unternehmensführung. Innerhalb dieser Dimensionen werden Zielvorgaben formuliert, anhand deren es möglich ist, Nachhaltigkeitsleistungen zu bewerten. Die Ergebnisse werden im Herbst 2019 vorliegen.

Mit der Erstellung und Etablierung des Verhaltenscodex (CoC) im Schweizer Weinbau verankert Denner erstmals Mindestanforderungen für einen verantwortungsvollen Weinanbau.

➔ MEHR INFOS ZUM THEMA WEINANBAU:

QR-Code scannen oder Link eingeben

denner.ch/weinanbau



Mit dem WWF vereinbarte Umweltziele



Thema	Ziel	Stand
Fisch und 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. Das Reporting erfolgt aufgrund systemischer Herausforderungen in Absprache mit dem WWF seit 2017 vorläufig noch auf Artekelebene.	→
	Bis 2020 wird im Bereich Nearfood (Kosmetik und Waschmittel) zu 100 Prozent auf RSPO-zertifiziertes Palmöl gesetzt, welches mindestens die Qualität Mass Balance 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- und 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. Das Reporting erfolgt in Absprache mit dem WWF seit 2017 vorläufig nur für Früchte und Gemüse.	→
	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

Nachhaltigkeitsbilanz

Umwelt

	2015	2016	2017	2018
Stromverbrauch (in MWh)	71 619	72 413	71 208	71 404
Wärme (in MWh)	27 937	30 658	29 097	28 987
CO₂-Ausstoss Brennstoffe Logistik (in Tonnen) ¹	811	913	803	551
Einsparung CO₂-Brennstoffe Logistik (in Prozent, Basis 2010) ¹	35,8	27,9	36,6	56,5
Einsparung CO₂-Kälteanlagen (in Tonnen)	–	40	160	270
Energieeffizienz Logistik (in Prozent, Basis 2013) ¹	104,9	109,8	112,1	120,3
Energieeffizienz Verwaltung (in Prozent, Basis 2013) ¹	102,9	105,6	111,3	112,0
Energieverbrauch Filialen (in KWh/m ²)	327	320	311	306
Ökostrom (in Prozent)	–	100,0	100,0	100,0
Anzahl Filialen umweltfreundlich erreichbar	797	809	811	817
Warentransport (in km)	8 330 680	8 263 258	8 668 270	9 016 222
Anteil Bahntransport (in km) ¹	188 496	775 000	871 875	379 080
Auslastung Transport-LKW (in Prozent)	98,0	98,0	98,0	95,0
Warentransport mit Abgasnorm Euro 6 (in Prozent)	40,0	50,0	60,0	65,4
Flugsortiment (Anzahl Artikel) ^{1/2}	–	4	4	2
Gesamte Abfallmenge (in Tonnen)	–	20 023	21 075	21 584
Anteil stoffliche Nutzung (in Tonnen)	–	15 800	16 764	17 409
Recyclingquote (in Prozent)	–	78,9	79,5	80,7
Recycling Verpackungsmaterial (in Tonnen)	14 705	14 881	15 217	15 678
Organische Abfälle (in Tonnen)	–	734	1 310	1 528
Foodwaste-Quote (in Prozent)	0,63	0,59	0,60	0,58

¹ Aufgrund einer neuen Basisberechnung haben sich die Kennzahlen hier verändert (betrifft nicht nur Berichtsjahr).

² Sortimentsbereich betrifft Früchte und Gemüse.

Sortiment

	2015	2016	2017	2018
Anteil Labelprodukte bei Fisch und Meeresfrüchten	56,0 %	48,0 %	55,0 %	67,0 %
Anteil Fisch und Meeresfrüchte aus nachhaltiger Quelle	–	99,5 %	99,2 %	100,0 %
Anteil FSC / Recycling Eigenmarken	–	76,0 %	82,0 %	93,0 %

	2015	2016	2017	2018
Nachhaltiges Palmöl (RSPO) Eigenmarken	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %
Nachhaltiges Palmöl (RSPO Segregated) Food-Eigenmarken	–	80,0 %	84,0 %	86,0 %
Nachhaltiges Palmöl (RSPO Mass Balance)	–	91,0 %	91,0 %	100,0 %
Near-Food-Eigenmarken				
UTZ Kaffee Eigenmarken	–	85,0 %	85,0 %	100,0 %
UTZ Tee Eigenmarken	–	63,0 %	58,0 %	81,0 %
UTZ Tafelschokolade Eigenmarken	–	100,0 %	100,0 %	100,0 %
Transparenz in der Lieferkette (Anteil amfori-BSCI)	89,0 %	91,0 %	91,0 %	91,0 %
Anteil GlobalG.A.P. GRASP-zertifizierte Lieferanten	34,0 %	51,0 %	47,0 % ³	69,0 %
GlobalG.A.P. Früchte und Gemüse	83,0 %	93,0 %	95,0 %	98,0 %
GlobalG.A.P. Blumen und Pflanzen	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %
SwissGAP landwirtschaftliche Produkte	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %
GFSI-zertifizierte Lieferanten	95,0 %	97,0 %	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 %	87,0 %
Kaninchenfleisch nach Schweizer Tierschutzstandards	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %
Anzahl Labelprodukte IP-SUISSE	–	30	72	90
Anzahl Labelprodukte Sonstige	–	100	216	305

³ Aufgrund einer neuen Basisberechnung hat sich die Prozentzahl verschlechtert.

Mensch

	2015	2016	2017	2018
Anzahl Mitarbeitende (per 31.12.)	4246	4570	4817	5072
Anzahl Personaleinheiten (Jahresdurchschnitt)	3242	3458	3703	3900
Mindestlohn für Ungelernte (in CHF)	4025	4025	4025	4025
Anzahl Mitarbeitende Vollzeit 100 Prozent	1880	1999	2171	2272
Anzahl Mitarbeitende Teilzeit 80–99 Prozent	675	759	811	844
Anzahl Mitarbeitende Teilzeit <80 Prozent	752	821	849	873
Anzahl Mitarbeitende im Stundenlohn	939	992	986	1081
Fluktuation (in Prozent)	18,9	18,4	17,2	17,8
Anzahl Kadermitarbeitende	715	754	774	793
Anteil weibliche Kadermitarbeitende (in Prozent)	48,5	47,9	51,3	53,8
Anzahl Bewerbungseingänge	44 820	49 384	46 744	46 759
Anzahl Teilnehmende Weiterbildung¹	3176	4331	3435	4425
Total Kurstage¹	392	499	430	461
Total Schulungstage Weiterbildung (Teilnehmende × Anzahl Kurstage) ¹	3920	5077	4646	5600
Anzahl Lernende	91	97	105	105
Beitrag Förderfonds Engagement (in CHF) ⁴	4 400 000	5 700 000	7 000 000	5 100 000
Beitrag Caritas Produktsponsoring (in CHF) ⁴	250 000	250 000	250 000	300 000

¹ Aufgrund einer neuen Basisberechnung haben sich die Kennzahlen hier verändert (betrifft nicht nur Berichtsjahr).

⁴ Die Zahlen sind auf den nächsten Hunderttausender auf- oder abgerundet.

GRI-Inhaltsindex



GRI 101: Grundlagen 2016

Allgemeine Angaben	GRI	Beschreibung	Angaben
Organisationsprofil			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-1	Name der Organisation	S. 72
	102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	S. 7
	102-3	Ort des Hauptsitzes	S. 72
	102-4	Betriebsstätten	S. 7
	102-5	Eigentum und Rechtsform	S. 72: Über diesen Bericht
	102-6	Bediente Märkte	S. 7
	102-7	Grössenordnung der Organisation	S. 7
	102-8	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter	S. 7: Anzahl Mitarbeiter 5072, davon 52 befristet (ohne Berücksichtigung der Lehrlinge), davon 1565 männlich und 3507 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. 12/13: Das Unternehmen hat eine interne Organisation aufgebaut, um nachhaltige Themen voranzutreiben.
	102-11	Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmassnahmen	S. 11/14/15
	102-12	Externe Initiativen	S. 40-44
	102-13	Mitgliedschaft in Verbänden	S. 8/9
Strategie			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-14	Aussagen der Führungskräfte	S. 3: Vorwort Beat Zahnd
Ethik und Integrität			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-16	Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	S. 10
Governance			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-18	Führungsstruktur	S. 13: Hinweis auf die Onlineversion des Organigramms
Einbezug von Stakeholdern			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	S. 14
	102-41	Tarifverhandlungen	S. 52
	102-42	Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	S. 14
	102-43	Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung	S. 14
	102-44	Schlüsselthemen und Anliegen	S. 15
Berichtsspezifische Angaben			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-45	Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	Die gleichen Entitäten gelten auch für diesen Nachhaltigkeitsbericht (817 Verkaufsstellen, 1 Verwaltung, 5 Verteilzentralen, über 5000 Mitarbeitende).
	102-46	Bestimmung von Berichtsinhalt und Themenabgrenzung	S. 15
	102-47	Liste der wesentlichen Themen	S. 15
	102-48	Neuformulierung der Informationen	Der Bericht wurde neu formuliert (ausser die Labelseite auf S. 46/47).
	102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	Der zweite Bericht wurde gleich aufgebaut.
	102-50	Berichtszeitraum	Geschäftsjahr 2018: 01.01.2018 - 31.12.2018
	102-51	Datum des aktuellsten Berichts	Juni 2018
	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. 68-70
	102-56	Externe Prüfung	Ein Teil der Kennzahlen im Bereich «Umwelt» wurde erstmals durch die externe Prüfungsstelle PwC geprüft.

For the Materiality Disclosures Service, GRI Services reviewed that the GRI content index is clearly presented and the references for Disclosures 102-40 to 102-49 align with appropriate sections in the body of the report. The service was performed on the German language version of the report.

Umwelt

Wesentliche Themen	GRI	Beschreibung	Angaben
Treibhausgasemissionen und Klimawandel			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	S. 15
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 14/15
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	S. 15
GRI 305: Emissionen 2016	305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	S. 33/34: 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. 15
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 14/15
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	S. 15
GRI 302: Energie 2016	302-3	Energieintensität	S. 33/34: Die Errechnung der Energieeffizienz beruht auf dem Modell der Energie-Agentur 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. 15
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 15
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	S. 15
GRI 306: Abwasser und Abfall 2016	306-2	Abfall nach Art und Entsorgung	S. 27
Lebensmittelverschwendung (Foodwaste)			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	S. 15
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 15
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	S. 15
GRI 306: Abwasser und Abfall 2016	306-2	Abfall nach Art und Entsorgung	S. 27
Denner KPI	D1	Foodwaste-Quote	S. 27

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. 15
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 40
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	S. 40/41/42/44
Denner KPI	D2	Anteil der zertifizierten Labelprodukte Anzahl Produktrückrufe, Angaben Testresultate Saldo, GFSI-Zertifizierungsanteil	S. 17 S. 17/46/47
Labelprodukte			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	S. 15
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 40
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	S. 17/46/47
Gute Agrarpraxis/ Ressourcenschonung			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	S. 15
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 40
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	S. 46/47
Denner KPI	D3	Anzahl Produkte, welche nach einem anerkannten Nachhaltigkeitsstandard gelabelt sind Anteil GAP, Labelprodukte Seafood, FSC, Palmöl	S. 17 S. 44/46/47
Tierwohl			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	S. 15
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 40
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	S. 17/46/47/62/63
Denner KPI	D4	Anteil Frischfleischprodukte aus dem In- und Ausland, welche mindestens Schweizer Tierschutzgesetze einhalten	S. 42/44

Mensch

Wesentliche Themen	GRI	Beschreibung	Angaben
Führung und Kultur			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	S. 15
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 10/51/52/53/54/55
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	S. 54/55
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. 57/59/67
Anstellungsbedingungen/ Löhne			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	S. 15
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 52/53
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	S. 52/53
Denner KPI	D6	Mindestlohn für Ungelernte	S. 67
Aus- und Weiterbildung			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	S. 15
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 52
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	S. 55/57
GRI 404: Aus-/ Weiterbildung 2016	404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	S. 54/55/57/58/59
Arbeitssicherheit und Gesundheit			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	S. 15
	103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 52
	103-3	Prüfung des Managementansatzes	S. 58
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2016	403-1	Repräsentation von Mitarbeitern in formellen Arbeit- geber-Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	S. 53/54: 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.

Prüfbescheinigung PwC



Bericht des unabhängigen Wirtschaftsprüfers zu ausgewählten Kennzahlen in der Nachhaltigkeitsbilanz der Denner AG für das Geschäftsjahr 2018

Bericht an das Konzernleitung der Denner AG

Wir wurden beauftragt, eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit (limited assurance) ausgewählter Kennzahlen in der Nachhaltigkeitsbilanz im Zusammenhang mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung 2018 der Denner AG («Denner») durchzuführen.

Umfang und Prüfgegenstand

Unsere betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit fokussierte auf die ausgewählten Kennzahlen in der Nachhaltigkeitsbilanz im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung für das am 31. Dezember 2018 abgeschlossene Geschäftsjahr von Denner:

- Die Umsetzung der Berichterstattungsprozesse der Kennzahlen auf Seite 66 zu Stromverbrauch (in MWh), CO₂-Ausstoss Brennstoffe Logistik (in Tonnen), Einsparung CO₂-Brennstoffe Logistik (in Prozent, Basis 2010), Energieeffizienz Logistik (in Prozent, Basis 2013), Energieeffizienz Verwaltung (in Prozent, Basis 2013) und Ökostrom (in Prozent) sowie das Kontrollumfeld im Bereich der Datenaggregation dieser Kennzahlen in allen wesentlichen Belangen;

Wir haben Prüfungshandlungen weder für Vorjahresdaten noch für Angaben im Bericht im Hinblick auf die Zukunft und Ziele ausgeführt.

Kriterien

Die ausgewählten Kennzahlen in der Nachhaltigkeitsbilanz wurden auf Basis der folgenden von Denner angewendeten Richtlinien des Migros Genossenschaft Bundes («MGB») beurteilt:

- die im Rahmen des Datenmanagements von Denner definierten Verfahren (Prozessbeschreibung Umwelt-Datenerhebung für Denner Verteilzentralen und Grubenstrasse, Anleitung zur Erstellung der jährlichen Denner EUB), mit welchen die Daten der Nachhaltigkeitsbilanz intern erhoben, verarbeitet und aggregiert werden.

Inhärente Grenzen

Die Genauigkeit und Vollständigkeit von Daten im Bereich der Nachhaltigkeitsbilanzierung unterliegen inhärent vorhandenen Grenzen, welche aus der Art und Weise der Datenerhebung, -berechnung und -schätzung resultieren. Unser Prüfungsbericht sollte deshalb im Zusammenhang mit den von Denner angewendeten Richtlinien und Verfahren sowie den Definitionen zur internen Nachhaltigkeitsbilanzierung gelesen werden.

Verantwortung von Denner

Die Konzernleitung von Denner ist für den Prüfungsgegenstand und die Kriterien sowie für die Auswahl, Aufbereitung und die Darstellung der ausgewählten Kennzahlen in Übereinstimmung mit den Kriterien verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung angemessener interner Kontrollen mit Bezug auf die Erstellung der Nachhaltigkeitsbilanz, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen als Folge von Verstößen oder Irrtümern ist.

Unsere Verantwortung

Unsere Verantwortung ist es, eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit durchzuführen und auf der Grundlage unserer Prüfung eine unabhängige Schlussfolgerung zu ziehen, ob wir auf Sachverhalte gestossen sind, aus denen wir schliessen müssten, dass die ausgewählten Kennzahlen in der Nachhaltigkeitsbilanz nicht in allen wesentlichen Aspekten gemäss den Denner-internen Vorgaben und Richtlinien erstellt worden sind.

Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem International Standard on Assurance Engagements (ISAE 3000) (revised) «Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information» und, bezüglich Treibhausgasemissionen, mit dem International Standard on Assurance Engagements (ISAE 3410) «Assurance on Greenhouse Gas Statements» vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir unsere Prüfungshandlungen so zu planen und durchzuführen, dass begrenzte Sicherheit darüber erlangt wird, ob die ausgewählten Kennzahlen in der Nachhaltigkeitsbilanz 2018 in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Denner-internen Vorgaben und Richtlinien erstellt worden sind.

Unter Berücksichtigung von Risiko- und Wesentlichkeitsüberlegungen haben wir Prüfungshandlungen durchgeführt, um ausreichende geeignete Prüfungsnachweise zu erlangen. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des unabhängigen Prüfers.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird.

Unabhängigkeit und Qualitätskontrolle

Bei der Durchführung des Auftrags haben wir die Vorschriften zur Unabhängigkeit und Ethik des Code of Ethics for Professional Accountants, publiziert vom International Ethics Standards Board for Accountants, eingehalten. Dieser Code basiert auf den Prinzipien der Integrität, Objektivität, professionellen Kompetenz und Verhalten, Vertraulichkeit sowie der Sorgfaltspflicht.

PricewaterhouseCoopers setzt den International Standard on Quality Control 1 um und unterhält entsprechend ein umfassendes System zur Qualitätskontrolle einschliesslich schriftlicher Leitlinien und Prozessen bezüglich der Compliance über ethische Ansprüche, beruflichen Verhaltensanforderungen und den anwendbaren rechtlichen und regulatorischen Vorschriften.

Zusammenfassung der durchgeführten Arbeiten

Im Wesentlichen haben wir folgende Arbeiten durchgeführt:

- Evaluation der Anwendung der Konzernrichtlinien**
Prüferische Durchsicht der Anwendung der Denner-Vorgaben zur internen Umwelt-Datenerhebung;
- Interviews mit Datenlieferanten und Verantwortlichen**
Interviews mit wesentlichen Datenlieferanten bei Denner und der MES – Migros Engineering Solutions; Befragung der Personen, welche in den entsprechenden Bereichen für die Erhebung und Verarbeitung der Daten zuständig und verantwortlich sind;
- Beurteilung der ausgewählter Kennzahlen**
Überprüfung einer Auswahl von Grundlagendaten (Stromverbrauch von Verteilzentren und Filialen, Heizenergieverbrauch, Ökostromzertifikate) bezüglich Angemessenheit, Konsistenz, Richtigkeit und Vollständigkeit;
- Prüferische Durchsicht der Dokumentation und Analyse relevanter Grundsatzdokumente**
Stichprobenweise Durchsicht der relevanten Dokumentation, einschliesslich der Konzerngrundsätze zur Nachhaltigkeitsbilanzierung, der Management- und Berichterstattungsstrukturen;
- Beurteilung der Prozesse und Datenkonsolidierung**
Durchsicht der Prozesse zur Erhebung und Verarbeitung der ausgewählter Kennzahlen in der Nachhaltigkeitsbilanz hinsichtlich ihrer Zweckmässigkeit; und Aufnahme und Beurteilung des Konsolidierungsverfahrens auf Konzernebene;

Wir haben keine anderen Daten geprüft als jene, welche im Abschnitt zum Umfang und Prüfgegenstand beschrieben sind. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Schlussfolgerung zu dienen.

Schlussfolgerung

Gestützt auf unsere in diesem Bericht beschriebenen Arbeiten sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die ausgewählten Kennzahlen in der Nachhaltigkeitsbilanz 2018, wie im Abschnitt „Umfang und Prüfgegenstand“ definiert, nicht in allen wesentlichen Aspekten gemäss den Denner internen Vorgaben und Richtlinien entsprechend aufbereitet wurden.

PricewaterhouseCoopers AG

Dr. Marc Schmidli

Konstantin Meier

Zürich, 17. Juni 2019

ÜBER DIESEN BERICHT

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, Grazia Grassi und Lucia Bolli
(Denner Unternehmenskommunikation)

Projektleitung:

Grazia Grassi (Leiterin Unternehmenskommunikation)

Korrektorat: Birgit Roth

Konzept / Gestaltung / Illustration:

Isler Tomasi GmbH, Visuelle Kommunikation, Zürich

Fotografie:

Ganzseitige Porträts: Gian Marco Castelberg
Weitere Bilder: Giorgio von Arb, Claudia Minder, Kurt Pfister, MGB, Denner, Repower, Matthias Käser, One Earth – One Ocean, Shutterstock, Getty Images / EyeEm

Litho: Detail AG, Zürich

Papier: Rebello FSC, 100 % Altpapier, Fischer Papier



Umschlag:

Mehlsäcke von Grüninger Mühlen

Druck und Bindung:

DE Druck AG, Effretikon



Auflage: 700 Exemplare

Veröffentlichung: Juni 2019

Kontakt:

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



GRÜNING MÜHLE

DENNER
Nachhaltigkeit für alle