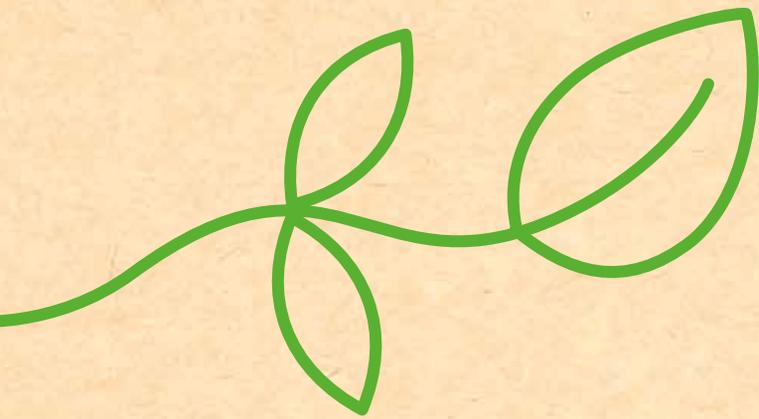


Nachhaltigkeits- bericht 2024



DENNER

Der vorliegende Bericht von Denner orientiert sich an den drei zentralen Themen unserer Nachhaltigkeitsstrategie: Umwelt, Sortiment und Mensch. Um die Lesefreundlichkeit zu steigern, haben wir einheitliche Farben, Formen und Illustrationen verwendet. Diese Gestaltungselemente beginnen auf dem Cover, ziehen sich durch Kurzgeschichten, Berichte und Storys und finden ihren Abschluss auf der Rückseite. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.



Liebe Leserinnen und Leser

Seit Anfang 2025 bin ich CEO von Denner. Vom ersten Moment an war ich überwältigt von der Denner Familie und der gemeinsamen Leidenschaft, die allen im Unternehmen eigen ist. Beeindruckt hat mich zudem der Wille, mit dem wir unsere Geschäftstätigkeit in Richtung Nachhaltigkeit und letztendlich Klimaneutralität vorantreiben.

In einer Welt, die sich aktuell rasend schnell verändert und uns täglich mit neuen Problemstellungen konfrontiert, besteht die Gefahr, dass das Thema Nachhaltigkeit in den Hintergrund gedrängt wird. Denn Ziele, die erst in 5 oder 25 Jahren erreicht werden sollen, wirken im Vergleich zu akuten globalen Herausforderungen weniger dringlich.

Dies ist jedoch ein Trugschluss. Alles, was wir heute in Bezug auf Klimaschutz, Biodiversität oder nachhaltiges Wirtschaften unternehmen, erfordert Zeit, Ausdauer und Umsetzungswillen, um (viel) später Früchte zu tragen. Das bedeutet nicht, dass wir uns nur auf das eine oder das andere konzentrieren sollten. Trotz der zunehmenden weltweiten Unsicherheiten müssen wir uns intensiv mit Nachhaltigkeit befassen, denn sie bildet die Grundlage für unser aller Wohlergehen.

Im Geschäftsjahr 2024 haben wir uns als führender Schweizer Discounter erneut mit zahlreichen Initiativen für mehr Nachhaltigkeit engagiert und bedeutende Fortschritte erzielt. Darüber hinaus haben wir erheblich in Partnerschaften, Innovationen und aktive Zusammenarbeit investiert. Der Weg zu unseren Zielen ist zwar anstrengend und zeitaufwendig, aber er lohnt sich.

Ich danke Ihnen für Ihr Vertrauen und wünsche Ihnen eine spannende Lektüre.

Torsten Friedrich
CEO Denner AG



«Trotz der zunehmenden weltweiten Unsicherheiten müssen wir uns intensiv mit Nachhaltigkeit befassen, denn sie bildet die Grundlage für unser aller Wohlergehen.»

Der Weg in eine nachhaltige Zukunft



Veränderung ist die einzige Konstante im Leben. Ein Satz, den Heraklit, ein griechischer Philosoph, der vor weit über 2000 Jahren gelebt hat, prägte. Diese Weisheit ist besonders relevant für unsere Branche und das Thema Nachhaltigkeit. Der Ausdruck «Handel ist Wandel» unterstreicht zudem, dass wir stets am Puls der Zeit und im Einklang mit den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden handeln müssen, um weiterhin erfolgreich zu sein.

Im Bereich der Nachhaltigkeit sind Fokussierung und Dynamik entscheidend. Um die Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen, müssen wir verabschiedete Massnahmen umsetzen, Ergebnisse analysieren und interpretie-

ren sowie neue Handlungselemente hinzufügen, um sowohl kurzfristige als auch langfristige Ziele zu erreichen. Dazu richten wir als Migros-Gruppe unseren Blick auf verschiedene Ebenen unserer Geschäftstätigkeit. Unsere Umwelt sowie der Mensch und der dazugehörige gesellschaftliche Zusammenhalt standen dabei für uns schon immer im Mittelpunkt. Daran wird sich auch künftig nichts ändern.

Für Denner, den führenden Discounter der Schweiz, ist der stetige Wandel Alltag. Die Nähe zur Kundschaft und ein dynamisches Marktumfeld fordern von Denner, ständig Produkte, Prozesse und den Auftritt kritisch zu hinterfragen sowie anzupassen. Dabei macht Denner in Bezug auf Nachhaltigkeit keine Ausnahme, wie der folgende Bericht eindrücklich aufzeigt. Ich möchte allen Mitarbeitenden von Denner meinen herzlichen Dank aussprechen. Ihr unermüdlicher Einsatz und ihre tägliche Arbeit sind entscheidend dafür, dass wir gemeinsam nachhaltige Impulse für die Zukunft setzen können.

Angesichts globaler Herausforderungen wie Klimawandel, Biodiversitätskrise und Wasserknappheit haben wir Ende 2024 unsere Bemühungen in puncto Nachhaltigkeit überprüft und gezielt angepasst. Denn viele der bestehenden und neuen Fragestellungen lassen sich wirkungsvoller angehen, indem wir als Gruppe enger zusammenarbeiten und gemeinsame Massnahmen ergreifen. Die Bündelung der Kräfte bedeutet, dass wir ab 2025 die angepasste Nachhaltigkeitsstrategie auf die gesamte Gruppe und damit alle Tochtergesellschaften ausrollen und entsprechend neu berichten werden. Die Migros-Gruppe und Denner stehen weiterhin hinter ihren Zielsetzungen und für eine nachhaltige Zukunft.

Michel Gruber

Leiter Departement Handel beim MGB und Verwaltungsratspräsident der Denner AG

Editorial	1
Vorwort	2
Unternehmenspräsentation	4
Ausgewählte Kennzahlen	6
Übersicht Themenschwerpunkte	8
Kurzgeschichten	10
Wesentlichkeitsmatrix	14



Umwelt	15
Treibhausgasemissionen Denners Weg zu nachhaltigem Klimaschutz	16
Biodiversität «Ohne Mücke keine Schokolade»	20
Foodwaste Jährlich 30 Tonnen Fleisch retten	22
Abfall- und Entsorgungsmanagement Ein Balanceakt zwischen Effizienz und Verantwortung	24
Verpackungsmaterial «Es gibt nicht die nachhaltige Verpackung»	26



Sortiment	27
Tierwohl und Biodiversität Nachhaltig und erschwinglich	28
Steigerung nachhaltiger Weingenuß Zwischen Natürlichkeit, Nachhaltigkeit und Transparenz	30
Erhöhung Produktqualität Beste Qualität zu kleinen Preisen	32



Mensch	33
Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) «Wir tragen gemeinsam die Verantwortung»	34
Aufstiegsmöglichkeiten Vom Junior Verkaufsleiter zum Niederlassungsleiter	36
Vereinbarkeit von Arbeit und Familie Mehr gemeinsame Zeit	38

Anhang	39
Kennzahlen	40
Definitionen	43
GHG Protocol	46
GRI-Index	47
Prüfbescheinigung	50
Über diesen Bericht	51



UNTERNEHMENSPRÄSENTATION

Optimiertes Einkaufserlebnis und faire Preise für nachhaltigen Erfolg

Im Geschäftsjahr 2024 überzeugte Denner seine Kundschaft erneut mit einem attraktiven Sortiment und hoher Qualität zu günstigen Preisen. Mit dem Rollout eines neuen Ladenkonzeptes und dem Bau zweier neuer Logistikstandorte leistete Denner neben dem Tagesgeschäft einen zusätzlichen zeitlichen sowie finanziellen Effort, um die hohen Erwartungen des Marktes zu erfüllen.



Das neue Ladenkonzept mit deutlich mehr Frische und Backwaren wurde per Ende 2024 bereits in 167 Filialen umgesetzt.

Preisvorteile für alle

Mit einem Nettoumsatz von 3,9 Milliarden Franken egalisierte Denner im Geschäftsjahr 2024 das sehr gute Ergebnis aus dem Vorjahr. Zur guten Entwicklung trugen 593 Denner Filialen sowie 287 Denner Partner Betriebe bei. Als führender Discounter der Schweiz entlastet Denner seit über 55 Jahren nachhaltig das Haushaltsbudget seiner Kundschaft. 2024 profitierten die Kundinnen und Kunden von insgesamt rund 500 dauerhaft reduzierten Preisen bei Eigenmarken und Markenartikeln des Standardsortiments. Die erreichten Preissenkungen umfassen das gesamte Sortiment – von Lebensmitteln wie Convenience, Fleischwaren oder Getränken über Reinigungs- und Körperpflegeprodukte bis hin zu Tiernahrung und Genussmitteln. Damit stellt Denner sicher, dass möglichst viele Kundinnen und Kunden profitieren können.

Verbessertes Einkaufserlebnis und mehr Frische

Aufgrund veränderter Ernährungs- und Einkaufsgewohnheiten hat Denner bereits 2023 beschlossen, das Ladenbild seiner Filialen zu modernisieren und das Frischesortiment bedeutend zu vergrössern. Das verbesserte Einkaufserlebnis und der Ausbau des Angebots in den Bereichen Früchte und Gemüse, Backwaren sowie Convenience überzeugt die Kundinnen und Kunden. In den bereits erneuerten 167 Verkaufsstellen wuchs die Kundenfrequenz signifikant.

Sicherung Lebensmittelversorgung durch neue Logistikkapazitäten

Mit zwei Frische- und drei Hartwarenverteilzentralen stösst Denner zunehmend an die Kapazitätsgrenzen. Aber auch das erhöhte Verkehrsaufkommen auf den Hauptachsen und die prognostizierte Bevölkerungszunahme in der Schweiz erfordern angepasste Logistiklösungen. Mit dem Baustart für die neue Verteilzentrale in Aclens im Herbst 2024 machte Denner einen wichtigen Schritt in die Zukunft. Die neuen Verteilzentralen für Frische in Mägenwil und für Hartwaren in Aclens helfen Denner, sich logistisch stärker zu positionieren und den steigenden Anforderungen an die Lebensmittelversorgung der Schweiz gerecht zu werden.

Wertschätzung der Mitarbeitenden

Die rund 6500 Mitarbeitenden von Denner haben 2024 wiederum Herausragendes geleistet und partizipierten erneut am Unternehmenserfolg. Alle Denner Mitarbeitenden erhielten einen auf das Arbeitspensum abgestimmten Teuerungsausgleich von bis zu 100 Franken monatlich. Denner setzte damit die positive Lohnentwicklung der vergangenen Jahre über alle Stufen hinweg fort. Als zusätzliche Wertschätzung und abhängig vom Arbeitspensum erhielten alle Mitarbeitenden eine Denner Geschenkkarte im Wert von bis zu 500 Franken.

Als führender Discounter der Schweiz entlastet Denner seit über 55 Jahren nachhaltig das Haushaltsbudget seiner Kundschaft.



Attraktive Präsentation der Backwaren in neuen Warenträgern

Ausgewählte Kennzahlen

	2024	2023	2022
Nettoumsatz	CHF 3,9 Mrd.	CHF 3,9 Mrd.	CHF 3,7 Mrd.
Kundenfrequenz	+ 3,0%	+ 5,2%	+ 3,8%
Verkaufsstellen <small>(total)</small>	880	872	858
Denner Filialen	593	586	591
Denner Partner Betriebe	287	286	267
Mitarbeitende <small>(total)</small>	6536	6449	6042
in den Filialen	5309	5273	4915
in der Verwaltung	678	630	579
in den Verteilzentralen <small>(ohne temporäre Mitarbeitende)</small>	549	546	548
neu geschaffene Stellen	308	159	-115
Lernende	184	142	124



	2024	2023	2022
Mindestlohn (×13)	CHF 4400.-	CHF 4300.-	CHF 4200.-
Mutterschaftsurlaub	18 Wochen	18 Wochen	18 Wochen
Vaterschaftsurlaub	4 Wochen	4 Wochen	4 Wochen
Labelprodukte	871	975	1120
IP-SUISSE Produkte	257	256	264
IP-SUISSE Umsatz	CHF 176 Mio.	CHF 166 Mio.	rund CHF 159 Mio.



THEMENSCHWERPUNKTE

Wie wir die Zukunft gestalten

Nachhaltigkeit ist ein Grundsatz, der unsere Entscheidungsfindung stets mitbestimmt. Wir betrachten Nachhaltigkeit ganzheitlich, aus möglichst vielen Blickwinkeln, und setzen uns tagtäglich damit auseinander. Ob in der Filiale, in der Verteilzentrale oder in der Verwaltung: Gemeinsam arbeiten wir daran, die Ziele unserer Nachhaltigkeitsstrategie zu erfüllen.

Schwerpunkthemen der Nachhaltigkeitsstrategie*

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie setzt auf die drei Schwerpunkthemen Umwelt, Sortiment und Mensch. Damit können wir unsere Zielsetzungen und Massnahmen leichter kontrollieren und für alle Interessengruppen sowie Leserinnen und Leser dieses Berichts verständlicher gliedern. In den drei Schwerpunkthemen kommen Stakeholder zu Wort, die im letzten Jahr einen Beitrag dazu geleistet haben, dass wir uns als Unternehmen nachhaltig weiterentwickeln konnten. Weiter beschreiben wir Massnahmen, Prozesse und Entscheidungen, welche uns Schritt für Schritt unseren Zielen näherbringen.

* Die Nachhaltigkeitsstrategie der Migros-Gruppe wurde Ende 2024 überarbeitet und setzt auf die beiden Themenbereiche Umwelt und Mensch. Denner wird diese ab dem Geschäftsbericht 2025 auf die für uns geltende Strategie umsetzen und entsprechend berichten.



Umwelt

Unsere Umwelt ist unsere wichtigste Ressource. Deshalb ergreifen wir Massnahmen, um sie zu schonen und wertvolle Lebensräume für Pflanzen und Tiere zu erhalten.

Was wir bewirken ...

- ➔ Schutz der Biodiversität
- ➔ Reduktion Foodwaste
- ➔ Erhöhung Recyclingquote
- ➔ Optimierung Verpackungsmaterial
- ➔ Einsatz für eine sauberere Umwelt
- ➔ Förderung E-Mobilität



Sortiment

Wir bauen unser Angebot an nachhaltigen Produkten laufend aus. Damit wir auch in Zukunft mit gutem Gewissen genießen können, bieten wir vermehrt ressourcenschonende sowie tier- und umweltfreundliche Produkte an.

Was wir bewirken ...

- ➔ Erhöhung Angebot nachhaltiger Produkte
- ➔ Steigerung nachhaltiger Weingenuss
- ➔ Zunahme Produktqualität
- ➔ Ausbau Biosortiment



Mensch

Menschen sind respektvoll zu behandeln und stehen sowohl als Kundinnen und Kunden als auch als Mitarbeitende stets im Zentrum unseres Handelns.

Was wir bewirken ...

- ➔ Nachhaltige Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz
- ➔ Gewährleistung attraktiver Arbeitsbedingungen und Aufstiegsmöglichkeiten
- ➔ Vereinbarkeit von Arbeit und Familie
- ➔ Linderung von Not

Kurzgeschichten 2024

→ «Planetary Health Diet» Menüplan der Zukunft

Wir setzen uns für das moderne Ernährungskonzept «Planetary Health Diet» ein, welches sowohl die Gesundheit als auch den Schutz der Umwelt durch eine ausgewogene, pflanzenbasierte Ernährung fördert. Sie reduziert den Konsum von Fleisch und Zucker, verdoppelt den Anteil an Obst, Gemüse und Hülsenfrüchten und minimiert Foodwaste.

allesaufzukunft.ch/menuplanderzukunft



Tiefe Preise

Günstig für unsere Kundschaft

2024 haben wir die Preise für rund 500 Produkte oder einen Viertel des Sortiments gesenkt.

Als Schweizer Discount-Original bieten wir unserer Kundschaft durch Effizienzsteigerungen und bessere Lieferantenverhandlungen dauerhafte Preisvorteile. Zusätzlich haben wir die Mehrwertsteuersätze für Damenhygieneprodukte vorzeitig gesenkt, um weitere Einsparungen für unsere Kundinnen und Kunden zu ermöglichen.



Migros-Pionierfonds

Wir fördern Mut

Wir unterstützen den Migros-Pionierfonds, der sich für Menschen und Organisationen einsetzt, die mit unkonventionellen Ideen die Umwelt und die Gesellschaft nachhaltiger gestalten.

So auch das Basler Clean-Tech-Startup Mycrobez, welches einen automatisierten Prozess zur Herstellung eines biologisch abbaubaren Naturschaumstoffs entwickelt. Dieser lässt sich zu Dämmmaterial, Verpackungen, Möbeln oder Dünger verarbeiten.

allesaufzukunft.ch/migros pionierfonds



Spatenstich Westschweiz

Neue Verteilzentrale

Am 12. September 2024 fand der Baustart für die neue Verteilzentrale in Aclens VD statt.

Mit der neuen Verteilzentrale passen wir unsere logistischen Strukturen unseren Wachstumsambitionen an, können die steigende Nachfrage nach Hartwarenprodukten weiterhin bewältigen und die Westschweiz dank der automatisierten Logistikanlage effizienter beliefern. Zudem wird das Gebäude nach den höchsten Nachhaltigkeitsstandards gebaut.



↓
**Nachhaltig einkaufen mit
 goodbag**

Wir setzen auf die innovative goodbag-App, um Nachhaltigkeit und Shopping zu verbinden. Es ist ganz einfach: Man muss die goodbag dabei haben, die goodbag-App installieren und dann mit der goodbag einkaufen. Bei jedem Einkauf bei Denner tut man Gutes. Als Resultat der Zusammenarbeit konnten in unserem Namen in den letzten fünf Jahren 130 000 Bäume gepflanzt und 300 000 Plastiktaschen aus dem Meer gefischt werden.

allesaufzukunft.ch/goodbag

↓
**enerBiO bei Denner
 Biolinie
 im Sortiment**

Bio muss nicht teuer sein. Mit enerBiO bieten wir vollwertige Biokost für jeden an.

Die Lieferanten von enerBiO produzieren gemäss den Standards des kontrolliert ökologischen Landbaus. Die Produkte tragen das Biosiegel der EU-Öko-Verordnung, das Gentechnikfreiheit und tiergerechte Haltung garantiert. Viele Artikel sind vegetarisch, glutenfrei oder vegan. Per Ende 2024 hat Denner 76 Artikel der enerBiO-Linie im Angebot.

allesaufzukunft.ch/enerbio

↓
**Tischlein deck dich
 Mit 8000 Einkaufs-
 taschen Not lindern**

Mit der jährlichen Verteilaktion unterstützen wir gemeinsam mit IP-SUISSE den Verein Tischlein deck dich. Jede der Einkaufstaschen ist gefüllt mit neuwertigen Grundnahrungsmitteln und IP-SUISSE Produkten aus verantwortungsvoller Schweizer Landwirtschaft. Im Dezember 2024 wurden die Tragtaschen während acht Wochen an den 162 Abgabestellen von Tischlein deck dich verteilt und kamen armutsbetroffenen Menschen zugute.



↓
**Naturkosmetik von Alterra
 Natürliche
 Schönheit**

Mit Rossmann haben wir einen starken Partner, der es uns ermöglicht, nachhaltige Naturkosmetikprodukte zu attraktiven Preisen anzubieten.

Die Produkte von Alterra, der Naturkosmetiklinie von Rossmann, sind nach hohen Natur- bzw. Biokosmetikstandards hergestellt, tierversuchsfrei und teilweise sogar vegan.

allesaufzukunft.ch/alterra

→ **WWF-Spendenlauf
 Joggen für
 Nachhaltigkeit**

Mit der Teilnahme am WWF-Spendenlauf haben wir uns aktiv für den Schutz von Meeresschildkröten engagiert. 22 Mitarbeitende haben beim WWF-Spendenlauf über 180 Kilometer zurückgelegt und so einen wertvollen Beitrag zum Schutz von Meeresschildkröten geleistet.

[linkedin.com/company/denner-ag](https://www.linkedin.com/company/denner-ag)



→ Lohnsumme angehoben

Erneute Erhöhung des Mindestlohns



Denner hat den Mindestlohn sowohl für Ungelernte als auch für Mitarbeitende mit Berufsausbildung in den letzten Jahren konstant erhöht und setzt diese Entwicklung auch 2024 fort. Alle Mitarbeitenden haben für das Jahr 2024 einen auf das Arbeitspensum abgestimmten Teuerungsausgleich von bis zu 100 Franken monatlich erhalten. Damit soll der Inflation entgegengewirkt werden.



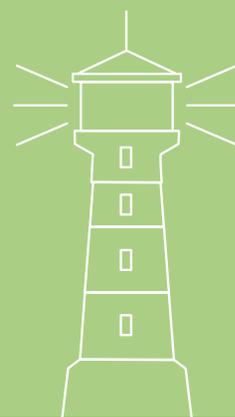
→ Bewusst guter Fleischgenuss

Fleisch aus Mutterkuh- und Weidehaltung

Im November 2024 haben wir unser Sortiment um vier neue Produkte des Qualitäts- und Nachhaltigkeitslabels Swiss Black Angus erweitert, welches eine artgerechte Tierhaltung mit Auslauf auf der Weide und eine naturnahe Landwirtschaft fördert.

Diese Produkte werden unter strengen IP-SUISSE Standards hergestellt. Damit können wir exzellente Qualität zu einem fairen Preis anbieten und gleichzeitig einen Beitrag zum verantwortungsvollen Fleischkonsum leisten.

allesaufzukunft.ch/swissblackangus



→ 10 Jahre

Leuchtturm der Unternehmenskultur

Vor zehn Jahren haben wir unsere Werte und Führungsgrundsätze in einem Leuchtturm-Booklet zusammengefasst.

Der «Leuchtturm» bietet Orientierung in einem sich wandelnden Arbeitsumfeld. Mittlerweile ist er etabliert und ein integraler Bestandteil von Denner.

denner.ch/karriere



Partnerschaft mit

Too Good To Go

Seit November 2023 kooperieren wir schweizweit mit Too Good To Go (TGTG), um Lebensmittelverschwendung zu reduzieren.

Als erster Discounter in der Schweiz arbeiten wir mit Too Good To Go zusammen. Über die TGTG-App bieten wir per Ende 2024 in 378 Filialen täglich drei Überraschungspäckli zur Abholung an.

allesaufzukunft.ch/tgtg

↓
Förderung junger Talente
Rekord bei Lernenden

2024 haben 95 motivierte Lernende ihre Karriere bei Denner in sieben verschiedenen Lehrberufen begonnen. Insgesamt bildete Denner 2024 somit 184 Lernende aus.

So viele wie nie zuvor.

Wir sind stolz darauf, dass wir 2024 30 zusätzliche Lehrstellen besetzen und zur Förderung junger Talente beitragen konnten.

linkedin.com/company/denner-ag

→ Partnerschaft mit IP-SUISSE

Der Natur zuliebe

Wir setzen uns aktiv für die Nachhaltigkeit in unserem Sortiment ein, um eine gesunde und vielfältige Natur zu bewahren, die unsere Ernährung und Lebensgrundlage sichert.

Dies gelingt durch gezielte Partnerschaften, wie die mit IP-SUISSE. Im Juni 2024 hatten Denner Mitarbeitende die Möglichkeit, an zwei IP-SUISSE Partnertagen auf einem Hof in der West- und der Deutschschweiz spannende Eindrücke zu sammeln und interessante Informationen zu Themen wie Biodiversität und Bodengesundheit zu erhalten.

allesaufzukunft.ch/biodiversitaet

→ Aktionstag Bern

Clean-Up-Day 2024

Im September haben sich unsere Mitarbeitenden schweizweit für eine saubere Stadt und eine gesunde Umwelt engagiert. Allein am gemeinsamen Aktionstag in Bern haben sie 140 Kilogramm Abfall gesammelt. Diese Initiative verdeutlicht unser kontinuierliches Engagement für Nachhaltigkeit und Umweltschutz.

[linkedin.com/company/denner-ag](https://www.linkedin.com/company/denner-ag)

→ Neue Verwaltungsrätin

Stärkung der Expertise

Per 1. März 2024 wurde der Verwaltungsrat von Denner um Anita Weckherlin ergänzt. Als Geschäftsleiterin der Migros Basel bringt sie wertvolle Expertise im Detailhandel und Discount-Geschäft mit.



Erfolgsgeschichte

Denner bietet Chancen

Daniel Hanis hat sich vom Flüchtling aus Eritrea zum stellvertretenden Filialleiter im Glattzentrum entwickelt.

Seit 2019 ist Daniel Teil der Denner Familie und hat sich mit Hingabe und Leidenschaft weiterentwickelt. Als Arbeitgeber legen wir grossen Wert darauf, Entwicklungen der Mitarbeitenden zu fördern, indem wir umfassende interne Weiterbildungen und Unterstützung bieten.

allesaufzukunft.ch/danielhanis



E-Mobilität: 6-Jahres-Plan

CO₂-neutral bis 2050

Auch auf der Strasse leisten wir unseren Klimabeitrag und werden bis 2050 keine CO₂-Emissionen mehr produzieren.

Der 6-Jahres-Plan steht: Bis 2030 sollen 69 Prozent aller eingesetzten Fahrzeuge fossilfrei sein. Ende 2024 waren bereits zwölf LKWs mit alternativem Antrieb im Einsatz. Seit April 2024 stehen den Mitarbeitenden zudem elektrische Poolfahrzeuge zur Verfügung.

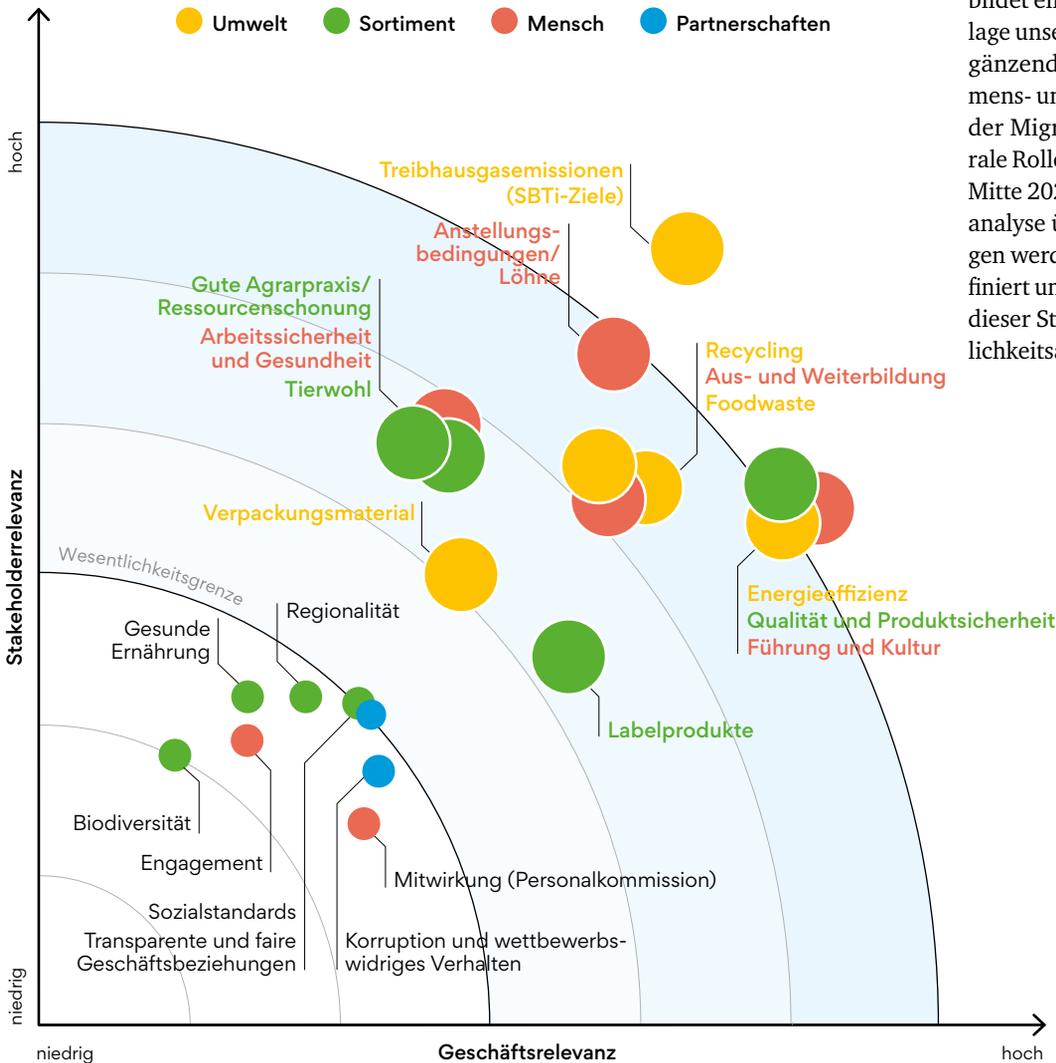
allesaufzukunft.ch/emobilitaet



WESENTLICHE THEMEN

Denner Wesentlichkeitsmatrix

Wir überprüfen regelmässig, welche Themen und Aspekte für die nachhaltige und langfristige Entwicklung von Denner von hoher Relevanz sind. Wo nötig, nehmen wir, basierend auf Gesprächen mit Stakeholdern, Anpassungen in unserer Wesentlichkeitsmatrix vor.



Der Dialog mit unseren Stakeholdern bildet einen wichtigen Teil der Grundlage unserer Wesentlichkeitsmatrix. Ergänzend dazu spielen die Unternehmens- und die Nachhaltigkeitsstrategie der Migros-Gruppe für uns eine zentrale Rolle. Beide Strategien werden seit Mitte 2023 mittels der Wesentlichkeitsanalyse überprüft, wichtige Anpassungen werden vorgenommen. Einmal definiert und beschlossen, wird Denner an dieser Stelle eine aktualisierte Wesentlichkeitsanalyse präsentieren.

Umwelt



TREIBHAUSGASEMISSIONEN

Denners Weg zu nachhaltigem Klimaschutz

Denner hat seine SBTi-Ziele nach fünf Jahren aktualisiert und validieren lassen. Lisa Züger, Leiterin Nachhaltigkeit und Wirtschaftspolitik bei Denner, erklärt den eingeschlagenen Weg.



Die Klimaziele von Denner (von SBTi validiert für 1,5°C)

Bereich	Treibhausgasreduktion	
	bis 2030	bis 2050
Scope 1 + 2	- 70%	- 100%
Scope 3: FLAG*	- 33,3%	- 72%
Scope 3: Energy and Industry	- 27,5%	- 90%

*FLAG steht für Forest, Land and Agriculture und beinhaltet Emissionen aus Landwirtschaft, Forstwirtschaft und vergleichbaren Landnutzungen.

Lisa, Denner war 2019 der erste Detailhändler der Schweiz, der sich der Science Based Targets initiative (SBTi) angeschlossen hat. Warum?

Der Beitritt zu SBTi war für uns ein klares Bekenntnis und Zeichen dafür, unser Engagement für einen effektiven Klimaschutz zu unterstreichen. Mit unserer Verpflichtung gegenüber SBTi stellen wir sicher, dass unsere Ziele mit den globalen Bemühungen zur Begrenzung der Erderwärmung auf 1,5 Grad Celsius übereinstimmen.

2024 wurden die Klimaziele überarbeitet. Warum?

Mit der Überarbeitung kommen wir unserem Anspruch nach, dass die Ziele weiterhin den Anforderungen von SBTi und den aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen entsprechen. Seit vergangenem Sommer haben wir neu ein validiertes Netto-null-Ziel mit Zielhorizont 2050, strengere Vorgaben für Scope-1- und Scope-2-Emissionen und absolute Ziele für landwirtschaftliche Emissionen festgelegt.

Was unternimmt Denner, um diese Ziele zu erreichen?

Wir haben über das gesamte Unternehmen rund 25 Klimaschutzprojekte in verschiedenen Bereichen initiiert. Regelmässig kommen neue Projekte hinzu. Diese sind breit aufgestellt und setzen an verschiedenen Punkten entlang unserer Wertschöpfungskette an.

Die Umsetzung der Klimaschutzprojekte bringt einige Herausforderungen mit sich. Welche?

Technologisch gesehen ist die Umstellung komplex und kostspielig. Glücklicherweise können wir hier auf das Know-how unserer internen Expertinnen und Experten zählen sowie auf die Unterstützung aus unserem Mutterhaus, der Migros-Gruppe. Eine weitere Herausforderung sehe ich in der generellen Förderung nachhaltiger Produkte, wie beispielsweise von pflanzlichen Proteinen.

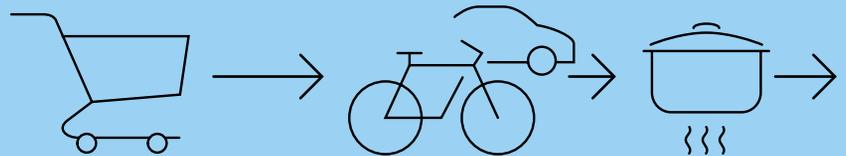
Wie weit ist Denner bereits in der Entwicklung hin zu einem klimafreundlichen Unternehmen?

Wir sind auf gutem Weg. Es bleibt aber noch viel zu tun. Trotzdem bin ich sehr stolz und glücklich darüber, dass die Zusammenarbeit im Bereich Nachhaltigkeit innerhalb des Unternehmens auf allen Ebenen gut funktioniert.



Lesen Sie das ganze Interview mit Lisa Züger und erfahren Sie mehr über den von Denner eingeschlagenen Weg auf: allesaufzukunft.ch/sbti2.0

Kunden und Engagement



Kundeneinkauf/
Sortiment

Transport

Haushalt/
Nutzung

Absatz von Fleischersatzprodukten

Im Berichtsjahr wurden zusätzliche kommunikative Massnahmen zur Bewerbung von Produkten aus pflanzlichen Proteinen ergriffen. Trotz des Ausbaus des Angebots bleibt die Nachfrage nach Fleischprodukten konstant hoch und der Markt für Produkte mit pflanzlichen Proteinen eine Nische. Die Erhöhung des Absatzes in diesem Bereich bleibt eine grosse Herausforderung. Zudem erweist sich die Foodwaste-Rate in dieser Produktgruppe als sehr hoch.

Reduktion des CO₂-Ausstosses aus Geschäftsreisen

Anteil Fahrzeuge mit fossilfreiem Antrieb konnte bei unseren Pauschalspesenbezügen auf 54 Prozent erhöht werden. Nutzung von öffentlichem Verkehr und elektrischen Poolfahrzeugen bei individuellen Geschäftsfahrten wird gefördert.

✓ Klimabeitrag für geschäftliche Flugreisen

Geschäftstätigkeit von Denner erfordert Flugreisen nur in sehr reduziertem Umfang. Für sämtliche 12t CO₂ aus Geschäftsreisen per Flugzeug wurde ein Klimabeitrag über den Klimafonds der Migros-Gruppe geleistet.

Reduktion des CO₂-Ausstosses aus Pendlerverkehr

Die Mitarbeitenden werden via interne Kommunikationsmassnahmen und Aktionen wie Bike-to-Work für emissionsreduzierte Transportmittel sensibilisiert.

✓ Zertifizierung / Herkunftsnachweis Strom

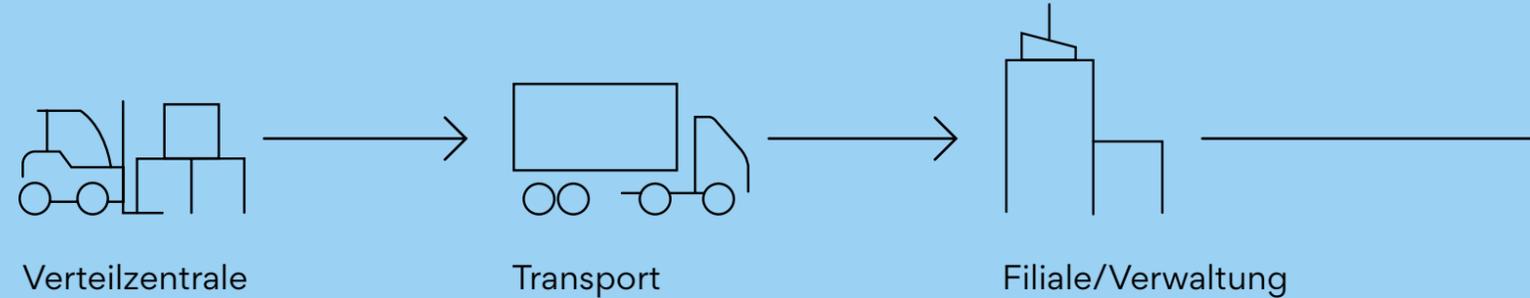
Gesamter Stromverbrauch des Unternehmens (inkl. aller Denner Partner Betriebe) ist zertifiziert (mehrheitlich Herkunftsnachweis Wasserkraft Schweiz).



SBTi-Massnahmen bzw. Teilprojekte entlang der Wertschöpfungskette



Betrieb und Mitarbeitende



Klimaziele von Lieferanten

54 Prozent der entstandenen nicht landwirtschaftlichen CO₂-Emissionen werden von Lieferanten verursacht, die sich zu SBTi verpflichtet haben. Das Ziel von 73 Prozent bis Ende 2024 wurde trotz grosser Bemühungen nicht erreicht, insbesondere da deutliche Verschiebungen im Sortiment stattgefunden haben. Für Denner bleibt das Thema weiterhin wichtig. Der neue Zeithorizont ist 2026.

Erneuerbare Stromerzeugung mit Photovoltaik (Dächer Dritte)

Ausbau von PV-Anlagen auf eigenen Dächern und Dächern von Vermietern wird prioritär behandelt. Erneuerbare Stromerzeugung mit Photovoltaik bei Dritten wird zu einem späteren Zeitpunkt vorangetrieben.

Reduktion Verpackungsemissionen bei Eigenmarken

Ein gleichbleibendes Niveau der Verpackungsemissionen trotz Umsatzwachstum ist eine positive Entwicklung. Die Zielerreichung von 20 Prozent bis 2025 ist allerdings nicht mehr realistisch. Neues Ziel (2030) in Erarbeitung.

Früchte & Gemüse aus fossilfrei beheizten Gewächshäusern

Datenerhebung abgeschlossen. Evaluation und Massnahmenumsetzung weiterhin in Ausarbeitung.

Kein Flugtransport von Früchten & Gemüse

Seit 2020 transportiert Denner keine Früchte oder Gemüse mehr per Flugzeug.

Klimabeitrag von geflogenen Waren

Zunahme der Emissionen aus Flugtransporten bei Fleisch um 46 Prozent (vs. 2023). Für die daraus resultierenden 762t CO₂ wurde ein Klimabeitrag über den Klimafonds der Migros-Gruppe geleistet. Neben Fleisch werden nur noch Rosen eingeflogen.

Reduktion des CO₂-Ausstosses aus Upstream-Transport (Lieferant - Verteilzentrale)

Aufgrund starker Preiserhöhungen gestaltet sich der Ausbau von Bahnlieferungen als herausfordernd. Erfassung der Antriebsart für LKW-Anlieferungen beim Wareneingang wird voraussichtlich 2025 pilotiert.

Erneuerbare Stromerzeugung mit Photovoltaik (eigene und eingemietete Dächer) und Power Purchase Agreement (PPA)

PV-Anlagen auf den Verteilzentralen in Dietlikon, Mägenwil und Lyss sowie auf den Dächern von 16 Filialen sind im Vollbetrieb.

Erneuerbare Wärmeerzeugung in Verteilzentralen (VZ)

Mägenwil und Lyss wurden bereits auf erneuerbare Wärmeerzeugung umgestellt. Für die Standorte Schmitten, Frauenfeld und Dietlikon finden Gespräche mit den Eigentümern statt.

Natürliche Kältemittel in Verteilzentralen (VZ)

Die Umstellung auf natürliche Kältemittel ist in allen VZ erfolgt und abgeschlossen (mit Ausnahme kleiner Klimageräte).

Messung und Auswertung des Stromverbrauchs in den Verteilzentralen (VZ) und Steigerung der Energieeffizienz

Entwicklung wird in der jährlichen Energie- und Umweltbilanz verfolgt und bewertet. Aufgrund der Installation und Nutzung von E-LKW-Ladestationen in Lyss und Mägenwil ist der Stromverbrauch steigend und liegt über dem Zielwert. Prüfung von Möglichkeiten zur Speicherung von PV-Strom zur Ladung von E-LKWs. Zudem konnten weitere Effizienzmassnahmen umgesetzt werden.

Reduktion CO₂-Ausstoss aus Upstream-Transport (VZ - Filialen)

Insgesamt sind zwei Wasserstoff-, zwei Liquefied-Natural-Gas- und neun Elektro-LKWs im Einsatz. Denner beteiligt sich finanziell und vertraglich an der Beschaffung von weiteren alternativen Antrieben der Transportpartner. Entsprechend wird die Infrastruktur für das Laden der E-LKWs laufend ausgebaut. Bis 2030 sollen 69 Prozent aller eingesetzten Fahrzeuge fossilfrei sein. Im Berichtsjahr wurde ein Klimabeitrag für die 6523 t CO₂ aus dem LKW-Warentransport über den Klimafonds der Migros-Gruppe geleistet.

Reduktion CO₂-Ausstoss von eigenen Flotten- und Individualfahrzeugen

Die Fahrzeuge der Geschäftsleitung sowie alle Poolfahrzeuge sind vollständig elektrifiziert. Die Elektrifizierung der Nutzfahrzeuge im Bereich Ladenbau ist noch ausstehend.

Erneuerbare Wärmeerzeugung in Filialen und Verwaltung

Umfassendes Wärmekataster für sämtliche Standorte erstellt. 31 Prozent der Filialen haben per Ende 2024 ein erneuerbares Wärmesystem.

Ausstattung von Kühlanlagen in Filialen und Verwaltung mit natürlichen Kältemitteln

47 Prozent der Filialen nutzen natürliche Kältemittel. Die Umstellung wird mit den Vermietern weiter vorangetrieben.

Steigerung Energieeffizienz in Filialen und Verwaltung

Im Berichtsjahr wurde die systematische Betriebsführung (SBF) im Bereich Gewerbliche Kälte auf 116 Filialstandorte ausgeweitet. Durch die erzielten Energieverbrauchsreduktionen konnte trotz Ausbau des Filialnetzes und der Zunahme der Verkaufsfläche der Energieverbrauch beinahe auf gleichbleibendem Niveau gehalten werden.

Messung und Auswertung des Stromverbrauchs in Filialen und Verwaltung

Daten werden gemessen und ausgewertet. Entwicklung wird in der jährlichen Energie- und Umweltbilanz verfolgt und bewertet.

Kunden und Engagement



Kundeneinkauf/
Sortiment

Transport

Haushalt/
Nutzung

Reduktion des CO₂-Ausstosses aus Geschäftsreisen

Anteil Fahrzeuge mit fossilfreiem Antrieb konnte bei unseren Pauschalspesenbezügen auf 54 Prozent erhöht werden. Nutzung von öffentlichem Verkehr und elektrischen Poolfahrzeugen bei individuellen Geschäftsfahrten wird gefördert.

✓ Klimabeitrag für geschäftliche Flugreisen

Geschäftstätigkeit von Denner erfordert Flugreisen nur in sehr reduziertem Umfang. Für sämtliche 12t CO₂ aus Geschäftsreisen per Flugzeug wurde ein Klimabeitrag über den Klimafonds der Migros-Gruppe geleistet.

Reduktion des CO₂-Ausstosses aus Pendlerverkehr

Die Mitarbeitenden werden via interne Kommunikationsmassnahmen und Aktionen wie Bike-to-Work für emissionsreduzierte Transportmittel sensibilisiert.

✓ Zertifizierung / Herkunftsnachweis Strom

Gesamter Stromverbrauch des Unternehmens (inkl. aller Denner Partner Betriebe) ist zertifiziert (mehrheitlich Herkunftsnachweis Wasserkraft Schweiz).

Absatz von Fleischersatzprodukten

Im Berichtsjahr wurden zusätzliche kommunikative Massnahmen zur Bewerbung von Produkten aus pflanzlichen Proteinen ergriffen. Trotz des Ausbaus des Angebots bleibt die Nachfrage nach Fleischprodukten konstant hoch und der Markt für Produkte mit pflanzlichen Proteinen eine Nische. Die Erhöhung des Absatzes in diesem Bereich bleibt eine grosse Herausforderung. Zudem erweist sich die Foodwaste-Rate in dieser Produktgruppe als sehr hoch.

✓ Umgesetzt

○ Auf Kurs

○ Verzögert

○ Nicht auf Kurs



BIODIVERSITÄT

«Ohne Mücke keine Schokolade»

Alle reden vom Klimawandel – und das zu Recht. Fast vergessen geht dabei die Biodiversität, obwohl diese unsere Ernährung und damit auch unser Überleben sichert. Frauke Fischer ist Expertin für Biodiversität und spricht im Interview über versteckte Zusammenhänge, die Superkraft von Mücken und wie Denner ein Teil der Lösung sein kann.



Frauke Fischer

1989 diplomierte sie im Fach Zoologie und wurde nach Abschluss ihrer Promotion zur Leiterin der internationalen Forschungsstation im Comoé Nationalpark in der Côte d'Ivoire ernannt. Mit dem Ausbruch des Bürgerkriegs dort kehrte sie nach Deutschland zurück. Sie gründete 2003 eine Unternehmensberatung mit dem Schwerpunkt Biodiversität und ist Dozentin an der Fakultät für Biologie der Universität Würzburg.

Frauke Fischer, was ist Biodiversität?

Biodiversität ist die Vielfalt des Lebens auf unserem Planeten. Sie besteht aus drei Komponenten: der Vielfalt der Arten (ein Bär ist kein Löwe), der genetischen Vielfalt innerhalb der Arten (ein Pudel ist kein Schäferhund) und der Vielfalt der Lebensräume (ein Regenwald ist keine Wüste).

Wie viele Tier- und Pflanzenarten gibt es eigentlich?

Das ist eine gute Frage, die ich nicht beantworten kann. Bisher wurden knapp zwei Millionen Tier- und Pflanzenarten entdeckt und beschrieben. Nach derzeitiger Schätzung gibt es jedoch zwischen neun Millionen und mehreren Milliarden Arten auf der Erde. In den Baumkronen tropischer Wälder oder tief im Meer finden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler immer wieder neue Lebewesen.

Sie haben Bücher über Mücken und Wale geschrieben.

Was macht diese Tiere so besonders?

Sie zeigen den Zusammenhang zwischen biologischer Vielfalt und unserem Leben. Die meisten Menschen empfinden Mücken als störend. Niemand weiss hingegen, dass sie die wichtigsten Bestäuber von Kakao sind. Ohne Mücke gibt es keine Schokolade!



«Selbst wenn Menschen die Pflanzen mit Pinseln bestäuben, ist das viel teurer und weniger effektiv, als wenn es Insekten für uns tun.»

Frauke Fischer

Expertin für Biodiversität

Interessant. Und wofür ist der Wal wichtig?

Er leistet einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz. Der Pottwal beispielsweise bindet bis zu 15 Tonnen Kohlenstoff in seinem grossen Körper. Wenn er stirbt, sinkt er zum Meeresboden. Anders als Landtiere verwest er dort nicht, sondern wird ins Sediment eingebettet und speichert den in ihm enthaltenen Kohlenstoff dauerhaft.

Der Klimawandel ist medial sehr präsent. Wie hängt er mit dem Biodiversitätsverlust zusammen?

Der Klimawandel entscheidet darüber, wie wir leben. Der Verlust von Biodiversität entscheidet, ob wir noch leben können. Die beiden Themen wirken aufeinander. Einerseits beeinträchtigt der Klimawandel Menschen, Tiere und Pflanzen. Andererseits treibt die Zerstörung von Biodiversität den Klimawandel voran: Rund 20 Prozent der jährlichen Emissionen erfolgen durch die Zerstörung des Regenwaldes.

Wie wirkt sich der Verlust der Biodiversität auf den Preis von Lebensmitteln aus?

Die Zusammenhänge sind nicht immer klar sichtbar, aber der Verlust von Biodiversität verursacht heute bereits hohe Kosten. Der Kakaopreis ist zuletzt aufgrund schlechter Ernten innerhalb von kurzer Zeit stark gestiegen. Somit stieg auch der Preis für Schokolade. Bei Früchten und Gemüse gilt dasselbe Prinzip: Wenn wir weniger Insekten haben, die Pflanzen bestäuben, gibt es schlechtere Ernten, was wiederum zu einer Teuerung führt. Selbst wenn Menschen die Pflanzen mit Pinseln bestäuben, ist das viel teurer und weniger effektiv, als wenn es Insekten für uns tun.

Wie ist die Perspektive, wenn wir so weitermachen wie bisher?

Sehr schlecht. Das Problem ist: Die Natur ist eine miese Verhandlungspartnerin. Ihr ist es völlig egal, ob wir Nahrung brauchen oder Geld verdienen müssen. Es geht nicht darum, die Welt zu retten, sondern uns selbst. Ein gutes Leben ist nur möglich im Einklang mit der Natur.



Lesen Sie das ganze Interview mit Frauke Fischer und erfahren Sie mehr über die Person auf: allesaufzukunft.ch/fraukefischer



FOODWASTE

Jährlich 30 Tonnen Fleisch retten

Als grösster Schweizer Discounter ist Denner für tiefe Preise bekannt. Auch bei der Nachhaltigkeit hat das Unternehmen Pionierarbeit geleistet. Nun retten Caritas-Markt und Denner gemeinsam Fleisch und reduzieren damit Foodwaste.



Seit über zehn Jahren ist Denner ein wichtiger Partner des Caritas-Markts. Mit Spenden von lange haltbaren und neuwertigen Produkten ermöglicht es Denner, dass die Caritas-Märkte Lebensmittel zu stark vergünstigten Preisen anbieten können. Zudem spannen Denner und die Caritas-Märkte nun neu auch zur Rettung von Lebensmitteln und Reduktion von Foodwaste zusammen.

66 Prozent Rabatt auf wertvolle Proteine

Seit März 2024 werden in ausgewählten Denner Filialen sämtliche Fleischwaren spätestens am Tag des Ablaufdatums eingefroren und anschliessend durch das Personal des Caritas-Markts abgeholt. Das tiefgekühlte Fleisch wird fachgerecht deklariert und mit einem Rabatt von 66 Prozent in den Caritas-Märkten verkauft. «Wir entwickelten einen einfachen Prozess, der gut in die bestehenden Denner Filialprozesse eingebaut werden konnte. Davon wird möglichst viel, wie beispielsweise die Etikettierung, durch Caritas-Markt übernommen, und somit wird nicht die Filiale belastet», so Raphael Knüsel, Leiter Qualitätsmanagement bei Denner. «Dabei ist es wichtig, das Fleisch möglichst schnell und durchgängig einzufrieren, damit Caritas-Markt gute Produkte erhält.»

PROJEKTTEAM DENNER



Nicole Harakopidis

Projektleiterin Verkauf

Schnittstelle zum Verkauf, Filialauswahl, Sicherstellung Prozess, Organisation Schulungen



Raphael Knüsel

Leiter Qualitätsmanagement

Verbinden der verschiedenen Anforderungen aus dem Projekt zu einem durchgängigen Prozess



Manuel Nunes

Inspektor Qualitätsmanagement Filialen

Zusammenarbeit mit Caritas und Schulung des Verkaufs auf allen Stufen

PARTNER



Thomas Künzler
Geschäftsführer
Caritas-Markt

«Mit dem Angebot können sich Menschen Fleisch leisten, deren Budget dies sonst nicht zulässt.»

Thomas Künzler, Geschäftsführer Caritas-Markt

Das Projekt hat zwei wesentliche Ziele. Zum einen können sich Menschen mit kleinem Budget Fleisch mit wertvollen Proteinen, Eisen und Vitamin B12 leisten. Bisher war Fleisch in den Caritas-Märkten nur beschränkt und vor allem in Form von Wurstwaren erhältlich. Zum anderen kann mit dem Tiefkühlangebot Foodwaste reduziert werden. Denner musste die nicht verkaufte Fleischware bisher entsorgen. Aus den Abfällen konnte zwar Biogas gewonnen werden, doch der Konsum des Fleisches ist die weitaus sinnvollere Verwertung und zeigt Respekt gegenüber Tieren, Menschen und Umwelt. Für Manuel Nunes, Inspektor Qualitätsmanagement Filialen, ist es ein sehr emotionales Thema: «Fleisch ist teuer und erfordert eine beträchtliche Menge Energie, bis es bei der Kundschaft ankommt. Deshalb sollte es nicht im Abfall landen. Mit unserem Projekt sorgen wir dafür, Lebensmittelverlust zu verhindern.»

Schweizweiter Rollout geplant

Bis Ende 2024 wurde das Projekt auf 90 Denner Filialen ausgeweitet. 2025 soll der Rollout weitergehen. Tiefgekühlt sind die Filets, Entrecôtes und die Charcuterie zusätzlich 90 Tage einwandfrei haltbar. «Wir sind stolz, dass wir der erste Detailhändler in der Schweiz sind, der eine Lösung gefunden hat und diese dank der Zusammenarbeit mit Caritas-Markt auch umsetzen kann», sagt Nicole Harakopidis, Projektleiterin Verkauf.

Mit dem neuen Angebot decken Denner und Caritas-Markt einen grossen Bedarf. Die angebotenen Produkte sind jeweils innert Kürze ausverkauft. «Fleisch sowie Fleischersatz sind grundsätzlich teuer», sagt Thomas Künzler, Geschäftsleiter Genossenschaft Caritas-Markt. «Mit dem Angebot können sich Menschen Fleisch leisten, deren Budget dies sonst nicht zulässt.» Ziel ist es, das Tiefkühlfleisch in allen 23 Caritas-Märkten anzubieten. Ein- bis zweimal wöchentlich werden die Produkte in den Denner Filialen abgeholt. «Unsere Mitarbeitenden begrüßen es, wenn sie einwandfreie Produkte nicht mehr entsorgen müssen», sagt Manuel Nunes. «Nun können sie selbst einen Beitrag zur Vermeidung von Foodwaste leisten, was sie sehr schätzen.» Die Zusammenarbeit mit Caritas ist sehr gut. «Beide Seiten sind bestrebt, dass die Produkte gut in den Caritas-Märkten ankommen.»

CARITAS Markt

66%
günstiger

- Tiefgekühlt am Tag des Ablaufdatums
- Nach Ablaufdatum +90 Tage tiefgekühlt haltbar
- nach Auftauen nicht wieder einfrieren und innert 24 h konsumieren

Lesen Sie mehr zu unseren Partnerschaften auf:

allesaufzukunft.ch/partnerschaften



ABFALL- UND ENTSORGUNGSMANAGEMENT

Ein Balanceakt zwischen Effizienz und Verantwortung

In einer zunehmend nachhaltigkeitsbewussten Welt ist das Abfall- und Entsorgungsmanagement entscheidend, während Effizienz- und Kostenprozesse für Unternehmen wichtig bleiben. André Reichmuth, Leiter der Verteilzentrale Frauenfeld, bietet Einblicke in die logistischen Herausforderungen.



Jährlich sammelt die Denner Verteilzentrale Frauenfeld eine beeindruckende Menge an Wertstoffen, wie Papier, Karton, PET und Verpackungsfolie, die hauptsächlich für die Halbpaletten, aber auch für die Rollcontainer (RCT) verwendet wird (siehe Box). Die verschiedenen Materialien werden täglich mit den Rückfahrten der Lastwagen aus den über 130 Filialen angeliefert, von fünf Mitarbeitenden sortiert, maschinell zu Ballen gepresst und abtransportiert. Die gesamte Abfallmenge, die die Verteilzentrale erreicht, wird bis zum Ende jedes Arbeitstages, der von 5 bis 17 Uhr dauert, entsorgt. Dieser bemerkenswerte logistische Prozess unterstreicht die Bemühungen von Denner, die Umweltauswirkungen als grösster Schweizer Discounter zu minimieren.

Blick hinter die Kulissen

Die Herausforderungen im Bereich Abfall- und Entsorgungsmanagement sind vielfältig und komplex. «Die Menge kann von Tag zu Tag stark schwanken. Ebenso variiert die Qualität der Abfalltrennung durch die Absender massiv», fasst es André Reichmuth zusammen. Insbesondere spürt man in den Verteilzentralen, wenn spezielle Aktionen mit viel Verpackungsmaterial in die Filialen ausgeliefert werden und irgendwann enden. Dann läuft die Entsorgung auf Hochtouren. In den Augen von André Reichmuth gehört das Abfall- und Entsorgungsmanagement zur Logistik dazu und sollte nicht davon getrennt werden. Es bestehen viele Synergien in der Vorwärts- und



«Die Menge kann von Tag zu Tag stark schwanken. Ebenso variiert die Qualität der Abfalltrennung durch die Absender massiv.»

André Reichmuth

Leiter der Verteilzentrale Frauenfeld

BEEINDRUCKENDE ZAHLEN

4200 t
Karton/Papier

430 t
PET

325 t
Verpackungsfolie

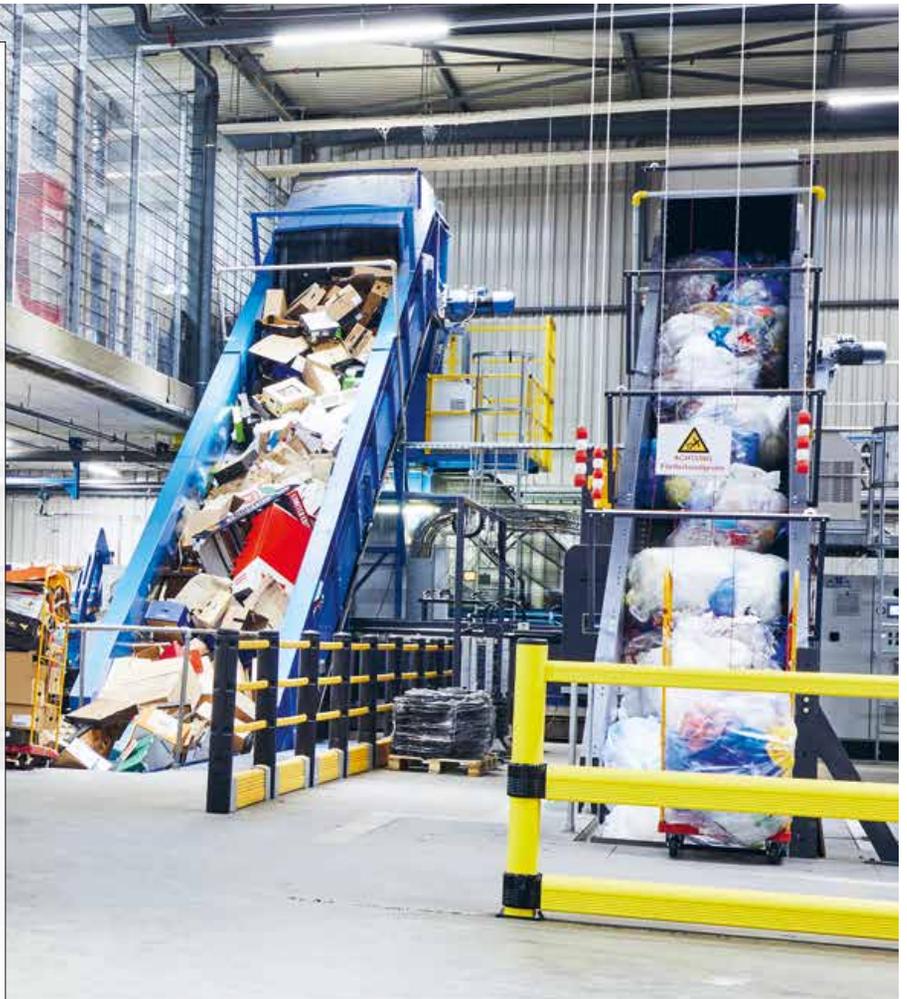
*sammelt die
VZ Frauenfeld jährlich*



5

LKW-Ladungen

*beträgt das Volumen des
verarbeiteten Abfalls täglich*



Rückwärtslogistik, die genutzt werden können, damit keine Leerfahrten entstehen und um die Fahrzeuge effizient auszulasten. Dies ist in unserer Branche der übliche Ansatz, der die Effizienz, die Nachhaltigkeit und die Unternehmensprozesse verbessert.

Gemeinsame Verantwortung und kontinuierliche Verbesserung

Die bereits enorme Menge an Abfall – insbesondere Kunststoff – nimmt stetig weiter zu. André Reichmuth, der mit seinem Team täglich Berge von recyclebarem Abfall zu entsorgen hat, ist der Meinung, dass Produkte so wenig wie möglich, aber so viel wie nötig verpackt sein sollten. «Wir müssen dafür sorgen, dass die Waren täglich unversehrt in unseren Filialen und schliesslich in den Einkaufstaschen unserer Kundinnen und Kunden landen.» Er freut sich über die Fortschritte im Abfall- und Entsorgungsmanagement, sieht aber noch Verbesserungspotenzial. Auch in der Zusammenarbeit mit Lieferanten kann Denner einen Schritt weitergehen. Als Beispiel führt André Reichmuth Zahnpasta an: «Früher war Zahnpasta einzeln in Kartons verpackt, heute stehen meist nur die Tuben im Regal. Für die

Kundschaft macht das keinen Unterschied.» Doch auch in der internen Kommunikation in den Filialen und im Umgang mit der Kundschaft können weitere Fortschritte gemacht werden. Das Abfall- und Entsorgungsmanagement findet innerhalb von Denner bereits in vielen Abteilungen Widerhall. Nichtsdestotrotz bietet der Bereich weitere Optimierungsmöglichkeiten, die – richtig angegangen – automatisch viele der genannten Herausforderungen minimieren würden. Abschliessend betont André Reichmuth, dass alle Beteiligten, von der Beschaffung über die Filiale bis zur Kundschaft, sich für das Thema verantwortlich fühlen sollten.

Lesen Sie weitere spannende
Berichte und Stories über die
Nachhaltigkeit bei Denner auf:
allesaufzukunft.ch



VERPACKUNGSMATERIAL

«Es gibt nicht die nachhaltige Verpackung»

Seit 2019 arbeitet Denner daran, die Verpackungsemissionen deutlich zu reduzieren. Wir haben beim Projektteam nachgefragt, was bisher umgesetzt wurde und was in Zukunft wichtig sein wird.



Gemeinsam mit der ETH hat Denner eine wissenschaftliche Verpackungsdatenbank erarbeitet, auf deren Grundlage die Verpackungsemissionen reduziert werden sollen. Das gelingt beispielsweise durch die Reduktion von Verpackungsmaterial oder den Einsatz von Rezyklat sowie emissionsärmeren Materialien. «Es gibt nicht die nachhaltige Verpackung. Denn nicht nur das verwendete Material sagt etwas über die Auswirkungen auf die Umwelt aus», sagt Nadja Hauser, Senior Projektleiterin Nachhaltigkeit bei Denner. «Entlang der Wertschöpfungskette gibt es zahlreiche Faktoren, die eine Rolle spielen.» Dazu zählen unter anderem die Extraktion des Rohstoffs, die Verarbeitung des Materials, die Produktion, der Transport und die Entsorgung bzw. das Recycling.

128 Verpackungen optimiert

Aufgrund der Analysen und Messungen konnten bisher 128 Verpackungen der Denner Eigenmarken optimiert werden. «Dies entspricht einer jährlichen Einsparung von rund 852 Tonnen CO₂-Äquivalenten», sagt Marco Wallimann, Projektleiter der Capra Consult AG, welche Denner beim Projekt begleitet.

Kundschaft sensibilisieren

Tatsächlich spielt die Kundenakzeptanz eine grosse Rolle. «Wenn eine Verpackung von den Konsumentinnen und Konsumenten nicht angenommen wird, verkauft sich das Produkt schlechter», erklärt Marco Wallimann. «Aus diesem Grund muss man die Kundschaft sensibilisieren und informieren.» Neben dem Weglassen oder Verkleinern von Verpackungskomponenten wurde in den letzten Jahren vor allem der Rezyklatanteil erhöht. Beispiele hierfür sind die 1,5-Liter-Süssgetränke oder Spülmittel. Sichtbarer war hingegen die Anpassung beim Denner Vollwaschmittel, bei welchem die Plastikflasche durch einen Plastikbeutel ersetzt wurde. «Unser Ziel ist es, möglichst kreislauffähige Verpackungen zu verwenden», sagt Nadja Hauser.



Nadja Hauser,
Senior Projektleiterin
Nachhaltigkeit



Marco Wallimann,
Projektleiter,
Capra Consult AG

Sortiment



TIERWOHL UND BIODIVERSITÄT

Nachhaltig und erschwinglich

Der Familienbetrieb Schafer in Düdingen produziert nachhaltige IP-SUISSE Poulets, die Tierwohl und Effizienz vereinen und die man seit Mai 2024 auch bei Denner im Kühlregal findet.



Der Betrieb in Chastels im freiburgischen Düdingen ist schon seit jeher ein Familienbetrieb und seit den Anfängen Mitglied von IP-SUISSE. «Das ist unser Weg, und diesem bleiben wir treu», sagt Gallus Schafer. Er und seine Frau Margret sind breit aufgestellt: die IP-SUISSE Wiesenmilch, Pouletmast, Ackerbau mit IP-SUISSE Weizen, Obstbau sowie ein Eventraum. «Seit Juli 2023 produzieren wir IP-SUISSE Poulet auf unserem Hof», sagt Gallus Schafer. Die Erweiterung des Betriebs um die IP-SUISSE Pouletmast lag für ihn nah. «Es passt zu dem, was wir schon auf unserem Hof produzieren. Das Schöne: Das Geflügel kann seinem natürlichen Verhalten nachgehen und raus auf die Weide.»

Optimale Balance von Ressourcen und Ertrag

Beim IP-SUISSE Poulet handelt es sich um eine halbextensive Rasse. «Das Ziel von IP-SUISSE war es, eine Rasse zu finden, die unsere Anforderungen bezüglich des Weidegangs und der Effizienz erfüllt», sagt Jacques Demierre, Leiter von IP-SUISSE Romandie. Die Rahmenbedingungen dafür hat IP-SUISSE gemeinsam mit dem Geflügel-Kompetenzzentrum Aviforum und Micarna erarbeitet. «Wir wollten nicht auf die Bioebene gehen, aber auch keine schnell wachsende Rasse wie bei der herkömmlichen Schweizer Pouletmast.» Auf diesem Mittelweg wurde man bei einer halbextensiven Geflügelrasse, die auch gerne auf die Weide geht, fündig. «Die IP-SUISSE Poulets benötigen etwa halb so viel Futter wie diejenigen in der Bioproduktion. Somit haben wir eine optimale Balance von Ressourcen, Tierwohl und Ertrag.» Man wollte eine ressourceneffizientere, nachhaltigere Produktion, aber trotzdem erschwinglich bleiben.

Gut für Tier, Mensch und Umwelt

Bei der Tierhaltung wird auf das natürliche Verhalten der Tiere geachtet. Sie haben Weidegang mit Struktur-, Schatten- und Schutzelementen. «Nebst dem Auslauf ist die Hygiene zentral, damit die Tiere gesund bleiben», erklärt Gallus Schafer. «So können wir den Einsatz von Medikamenten tief halten.» Für die



IP-SUISSE Bauer und Bäuerin Gallus und Margret Schafer auf ihrem Bauernhof in Düdingen

IP-SUISSE Poulets erhalten die Landwirtinnen und Landwirte eine höhere Prämie als bei der herkömmlichen Schweizer Pouletmast. Somit bekommen sie eine gewisse Wertschätzung für ihre Mehrarbeit. Trotzdem ist das Poulet für die Konsumentinnen und Konsumenten preiswerter als das Bio-Poulet. Des Weiteren tragen die IP-SUISSE Bauernbetriebe Sorge zur Umwelt. Um die Artenvielfalt zu erhalten, haben sie diverse Biodiversitätsförderflächen. Sie belassen und pflegen Teile des Landes naturnah, schaffen Lebensräume, schützen bedrohte Tierarten und fördern nützliche Insekten.

Erfahren Sie mehr über Gallus Schafer und seinen Beruf auf:

allesaufzukunft.ch/ipspoulet



«Das Schöne:
Das Geflügel kann seinem
natürlichen Verhalten
nachgehen und raus auf
die Weide.»

Gallus und Margret Schafer
IP-SUISSE Bauer und Bäuerin, Düdingen



«Das Ziel von
IP-SUISSE war
es, eine Rasse
zu finden, die
unsere Anforde-
rungen bezüglich
des Weidegangs
und der Effizienz
erfüllt.»

Jacques Demierre
Leiter IP-SUISSE Romandie

Die halbextensive Rasse wächst weniger schnell als herkömmliche Rassen, benötigt weniger Futter als Bio-Poulet und nutzt gerne die Weide.

STEIGERUNG NACHHALTIGER WEINGENUSS

Zwischen Natürlichkeit, Nachhaltigkeit und Transparenz

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit wächst. Auch in der Weinindustrie ist das Thema nicht mehr wegzudenken. Die Herausforderung besteht nun darin, für die Kundinnen und Kunden Transparenz zu schaffen und nachhaltige Produktionsmethoden weiter zu fördern.



Nachhaltig, natürlich, natural?

Wein, ein Produkt, das seit Jahrtausenden genossen wird, ist tief in das kulturelle Erbe vieler Gesellschaften eingebettet. In der modernen Weinwelt werden Themen wie biologischer Anbau, Naturweine und naturnahe Arbeit im Rebberg immer öfter und teilweise kontrovers diskutiert. Dabei steht vielfach auch die grundsätzliche Frage im Raum, ob Wein überhaupt ein Naturprodukt ist. Darüber hinaus bleibt die Definition des Wortes «nachhaltig» im Kontext mit Wein eine argumentative Herausforderung, die von vielen Variablen abhängig ist. Es ist also kompliziert.

Eine Richtung, viele Wege und die Herausforderung der Auswahl

Für Konsumentinnen und Konsumenten kann das «Dickicht» aus Labels, Zertifikaten, Auszeichnungen, Produktionsmethoden und Expertenmeinungen sehr herausfordernd und zuweilen auch anstrengend sein. Trotz dieser Herausforderungen zeigt der Trend, dass sich Kundinnen und Kunden darüber informieren und entsprechend einkaufen. Das Interesse an nachhaltig produzierten Weinen steigt von Jahr zu Jahr. Dies deutet auf eine Präferenz der Konsumentinnen und Konsumenten für Qualität über Quantität hin, wobei «Qualität» hier sowohl Geschmack, Produktionsmethoden als auch Auswirkungen auf die Umwelt einschliesst.

Reaktionen auf das wachsende Kundeninteresse

Winzerinnen und Winzer bestätigen direkt und indirekt, dass der Wunsch der Konsumentinnen und Konsumenten nach nachhaltig produzierten Weinen von Jahr zu Jahr zunimmt. Dies spiegelt sich in der Zunahme der Anbaufläche für biologische Weine wider, die sich laut Bio Suisse zwischen 2012 und 2022 von knapp 4 Prozent auf beachtliche 18,5 Prozent mehr als vervierfacht hat. Parallel dazu steigt auch die Sensibilität der Weinproduzentinnen und -produzenten für einen möglichst naturnahen An- und Ausbau. Dies zeigt, dass die Weinindustrie auf das steigende Interesse nach nachhaltigen Optionen reagiert und sich bemüht, sich entsprechend aufzustellen.

Nachhaltige Weine bei Denner: auf die Zeichen der Zeit reagieren

Denner, einer der bedeutendsten Weinhändler der Schweiz, hat die Zeichen der Zeit bereits seit Jahren erkannt und sein Weinsortiment kontinuierlich um entsprechende Produkte erweitert. In den Weinregalen finden sich nach IP-SUISSE und biologischen Richtlinien produzierte Tropfen. Der Ausbau des Angebots an nachhaltigen Alternativen spiegelt das erwähnte wachsende Interesse der Konsumentinnen und Konsumenten wider und zeigt, dass Denner die Bedürfnisse seiner Kundschaft auch bei Weinkonsum ins Zentrum stellt.

Das Interesse an nachhaltig produzierten Weinen steigt von Jahr zu Jahr.



Mit Transparenz und Klarheit zum Erfolg

Die Debatte über die Nachhaltigkeit von Weinen ist vielschichtig und komplex, mit vielen Faktoren, die berücksichtigt werden müssen. Die Herausforderung besteht jedoch zunehmend darin, Klarheit in das Dickicht der Labels und Zertifikate zu bringen und transparente, verlässliche Informationen zu liefern, die es den Konsumentinnen und Konsumenten ermöglichen, fundierte Entscheidungen zu treffen. Gleichzeitig müssen weiterhin innovative und nachhaltige Anbau- und Produktionsmethoden erforscht und implementiert werden. So kann die steigende Nachfrage erfüllt und gleichzeitig die Umwelt geschützt werden.

Lesen Sie den ganzen Artikel auf:
allesaufzukunft.ch/weine



Auswahl verschiedener Labels
für nachhaltige Weine

ERHÖHUNG PRODUKTQUALITÄT

Beste Qualität zu kleinen Preisen

Denner legt sehr viel Wert auf die Qualität der Eigenmarken, um den Kundinnen und Kunden das beste Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten.



Bei Denner fokussiert sich ein ganzes Team darauf, laufend unsere Produkte zu degustieren und bei Bedarf auch Rezeptur- anpassungen vorzunehmen. Die Reduktion des Salz- und Zucker- gehaltes steht ebenfalls im Fokus unseres Qualitätsmanagements. Die intensive Zusammenarbeit mit den Lieferanten ist ein wichtiger Teil für die Qualitätssicherung und Rezeptur- verbesserung der Denner Eigenmarken. Deshalb wurden Produkte in der Rezeptur angepasst und die Zucker- wie Salzreduktion vorangetrieben. Das Resultat lässt sich sehen: Viele Produkte erhalten in externen Produktetests das Prädikat «gut» oder «sehr gut». Denner hat bereits vieles umgesetzt und wird auch weiterhin alles tun, um die hohen Qualitätsstandards beizu- behalten oder zu verbessern.

Im Podcast erzählt Raphael Knüsel, Leiter Qualitätsmanagement bei Denner, mehr über die Herausforderungen in seiner Abteilung und wie sich gute Qualität über die ganze Wertschöpfungskette sicherstellen lässt:

allesaufzukunft.ch/qualitaetsmanagement



Sensorische und aromatische Tests gehören bei Denner zum Alltag.



Denner Eigenmarken geniessen eine hohe Akzeptanz bei unserer Kundschaft. Übrigens: 82 Prozent des verkauften Fisches und Seafoods waren MSC- oder ASC-zertifiziert – wie unsere Fischfilets.

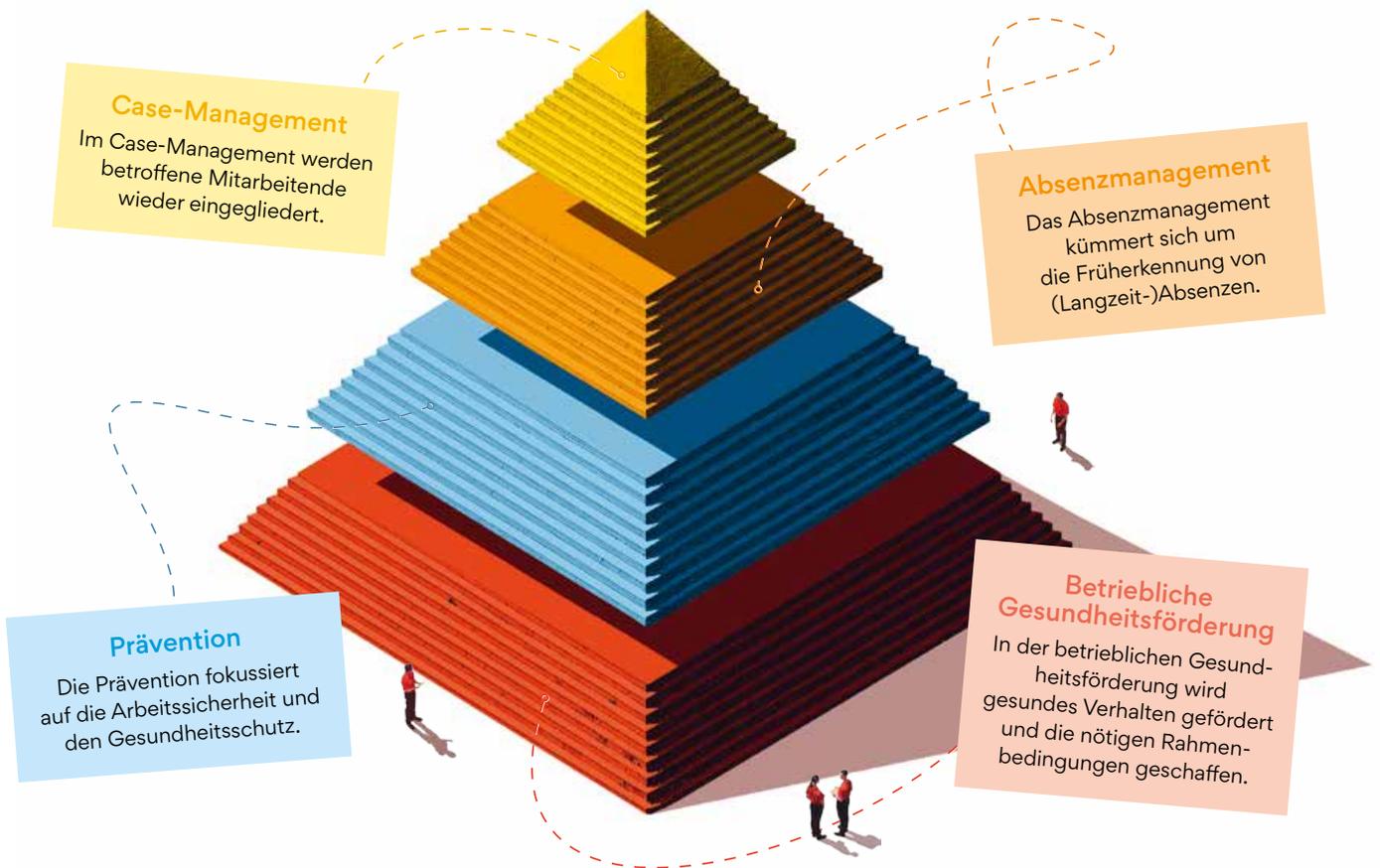
Mensch



BETRIEBLICHES GESUNDHEITSMANAGEMENT (BGM)

«Wir tragen gemeinsam die Verantwortung»

In der Mitarbeitenden-Engagement-Befragung aus dem Jahr 2023 wurden die Themen Arbeitslast und Gesundheit sehr kritisch bewertet. Seitdem hat sich bei Denner einiges getan.



Aufbau des betrieblichen Gesundheitsmanagements

«BGM ist eine Gemeinschaftsleistung des Unternehmens, der Führungspersonen und der Mitarbeitenden.»

Melanie Weber

Leiterin Betriebliches Gesundheitsmanagement



Viele globale Einflussfaktoren, wie beispielsweise Inflation, Kriege oder Klimakatastrophen, beeinflussen unseren Alltag ständig. Auch im Arbeitsumfeld gibt es stetige Veränderungen, die zu Überforderung und Überlastung führen können. Dies wurde in der Mitarbeitenden-Engagement-Befragung deutlich: Die Arbeitsbelastung sowie Gesundheit und Arbeitssicherheit wurden sehr kritisch bewertet. Denner ist sich bewusst, dass wir den Themen Gesundheit und Arbeitssicherheit noch mehr Beachtung schenken müssen. Daraus definiert sich der Auftrag für das BGM-Team, gezielte Massnahmen zu erarbeiten und umzusetzen. Das betriebliche Gesundheitsmanagement zielt darauf ab, Rahmenbedingungen zu schaffen, die ein gesundes Arbeitsumfeld ermöglichen. «BGM ist eine Gemeinschaftsleistung des Unternehmens, der Führungspersonen und der Mitarbeitenden. Wir tragen gemeinsam die Verantwortung, Gesundheit, Zufriedenheit und Leistungsfähigkeit zu fördern», sagt Melanie Weber, Leiterin BGM. «Mit einem passenden Gesundheitsmanagement verbessern wir systematisch die Arbeitsbedingungen zur Gesundheitsförderung unserer Mitarbeitenden. Als integraler Bestandteil unserer Unternehmensführung und Kultur trägt es zudem zum Unternehmenserfolg bei.»

Gesundes Verhalten fördern

Wenn man den Aufbau des betrieblichen Gesundheitsmanagements in Form einer Pyramide betrachtet, schafft man mit den Strukturen und Prozessen die nötigen Rahmenbedingungen. Auf dieser Basis kann man Präventionsmassnahmen aufbauen, um die psychische und physische Gesundheit der Mitarbeitenden zu stärken. «Je besser wir in den unteren beiden Ebenen arbeiten, desto weniger müssen wir uns mit dem Absenzmanagement beschäftigen», ergänzt Andrea Wäfler, Fachspezialistin für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. «Unser Ziel ist natürlich, möglichst wenige Mitarbeitende wieder eingliedern zu müssen.»

Der Wissensaufbau hat begonnen

Der Wissensaufbau über BGM hat im Sommer 2024 bei der Geschäftsleitung begonnen und wird nun top-down fortgesetzt. «Der Fokus liegt momentan stark auf dem Verkauf, da wir dort die meisten Mitarbeitenden haben», sagt Melanie Weber. Andrea Wäfler ergänzt: «Für die Filialen habe ich das Handbuch für die Sicherheitsorganisation angepasst und eine Ist-Aufnahme gemacht, die noch in diesem Jahr implementiert wird. Es ist wichtig, dass die Mitarbeitenden das nötige Wissen haben und ihnen bewusst wird, dass sie die Verantwortung nicht nur für sich, sondern auch für ihre Kolleginnen und Kollegen tragen.» Zudem wurde ein BGM-Kernteam gegründet, das sich aus verschiedenen Bereichen zusammensetzt (Verkauf, Logistik, HR-Verwaltung, Arbeitssicherheit, Peko, Controlling und Unternehmenskommunikation). Die Mitglieder des Kernteams bringen Themen aus ihren Bereichen ein, und gemeinsam definieren sie Handlungsfelder, die priorisiert werden sollen.

Hier finden Sie noch mehr zu **Leben und Arbeit im Einklang**:
allesaufzukunft.ch/benefits



«Die Mitarbeitenden tragen im Bereich Arbeitssicherheit Verantwortung für sich und für ihre Kolleginnen und Kollegen.»

Andrea Wäfler

Fachspezialistin für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

AUFSTIEGSMÖGLICHKEITEN

Vom Junior Verkaufsleiter zum Niederlassungsleiter

Manuel Reber hat Verkauf im Blut. Daran ändert sich auch nichts, wenn er als Niederlassungsleiter künftig mehr strategische Aufgaben erfüllt.



REGIONENLEITER

VERKAUFSLEITER

JUNIOR
VERKAUFSLEITER

Manuel, was hat dich dazu bewogen, eine neue interne Aufgabe zu übernehmen?

Mich reizt die Herausforderung, Neues kennenzulernen. Nach zehn schönen und ereignisreichen Jahren bei den Denner Partner Betrieben werde ich mit dem Wechsel in die Niederlassung Zentralschweiz gewissermassen wieder zum Lehrling.

Worauf freust du dich am meisten in deiner neuen Rolle?

Ich freue mich, dass ich mich als Niederlassungsleiter in strategische Themen einbringen und mithelfen kann, das Unternehmen als Ganzes weiterzuentwickeln. Vor allem aber freue ich mich auf ein starkes Team, für das ich die besten Rahmenbedingungen schaffen will.

Wie gut kennst du die Niederlassung Zentralschweiz?

Ich habe zu allen Regionen in der Niederlassung eine besondere Beziehung. Als Junior Verkaufsleiter betreute ich den Kanton Aargau, ich wohnte lange Jahre in Zürich, und als gebürtiger Nidwaldner ist die Zentralschweiz auch einfach meine Heimat.

Was nimmst du aus deiner Zeit bei den Denner Partner Betrieben mit?

Ich habe mit meinem Team über 80 Umbauten erfolgreich umgesetzt. Dabei habe ich gelernt, für meine Sache einzustehen. Ich habe aber auch gelernt zuzuhören, denn nur im Dialog findet man die beste Lösung, mit der am Ende alle zufrieden sind.

Was rätst du anderen Mitarbeitenden, die sich weiterentwickeln wollen?

Als Junior Verkaufsleiter schienen Funktionen wie Regionenleiter oder Niederlassungsleiter unerreichbar. Wenn man ein Ziel hat, darf man es aber nicht aus den Augen ver-



NIEDERLASSUNGSLEITER

lieren. Man muss an seine Stärken glauben, bodenständig bleiben und die Voraussetzungen schaffen, um den nächsten Schritt machen zu können.

In welcher Form hast du dabei Unterstützung erfahren?

Denner hat mich bei jedem Schritt unterstützt, dafür bin ich sehr dankbar. Dazu hatte ich das Glück, immer sehr erfahrene Kolleginnen und Kollegen um mich zu haben. Sie haben mich motiviert, aber auch nie verschont mit ehrlichem Feedback. Das muss man akzeptieren und schätzen können und für sich die Lehren aus diesen wertvollen Erfahrungen ziehen.

Viel Herzblut steckst du auch ins Familienleben. Wie hat die Geburt deines Sohnes deine Perspektive verändert?

Nach Hause zu kommen und meinen Sohn zu sehen, ist das Schönste, was es gibt. Es hilft mir dabei, Dinge zu relativieren. Als junger Vater spüre ich aber auch, wie wichtig es ist, die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben weiter zu verbessern.

Lesen Sie weitere Erfolgsgeschichten unserer Mitarbeitenden auf:
allesaufzukunft.ch/mensch



«Denner hat mich bei jedem Schritt unterstützt, dafür bin ich sehr dankbar. Dazu hatte ich das Glück, immer sehr erfahrene Kolleginnen und Kollegen um mich zu haben. Sie haben mich motiviert, aber auch nie verschont mit ehrlichem Feedback.»

Manuel Reber
 Niederlassungsleiter Zentralschweiz

VEREINBARKEIT VON ARBEIT UND FAMILIE

Mehr gemeinsame Zeit

Simon Ingold, Leiter Warenplanung Einkauf, ist zweifacher Vater und hat bei Denner Elternzeit bekommen. Im Interview erzählt der junge Vater von seinen Erfahrungen.



Simon Ingold mit seinen beiden Kindern

Simon, wie hast du die Elternzeit mit deiner Frau und deinen Kindern erlebt?

Die Elternzeit war spannend, lehrreich und teilweise sehr fordernd. Leider gehörten ein paar schlaflose Nächte dazu.

Welcher Moment während deiner Elternzeit wird dir besonders in Erinnerung bleiben?

Das erste Kennenlernen zwischen meiner Tochter und ihrem kleinen Bruder bei uns zu Hause. Es war wunderbar zu sehen, mit wie viel Interesse und Liebe sie ihren Bruder in ihre Arme geschlossen hat. Sie

hat sich sehr über das neue Familienmitglied gefreut und kümmert sich seither rührend um ihn.

Was war das Wichtigste, was du während deiner Elternzeit gelernt hast?

Ich habe gelernt, dass insbesondere auch Väter eine wichtige Rolle in den ersten Wochen eines Neugeborenen einnehmen. Es ist wichtig, dass auch sie eine Bindung zum Baby aufbauen können, zum Beispiel beim Kuscheln oder In-den-Schlaf-Wiegen. Auch Aufgaben wie Wickeln und Spaziergehen können sie sehr gut übernehmen.

Wie konntest du deine Frau / Familie in der Zeit am besten unterstützen?

Einerseits habe ich zahlreiche Aufgaben rund ums Baby übernommen. Andererseits habe ich meine Frau entlastet, indem ich mich vermehrt um meine ältere Tochter gekümmert habe. Auch für sie war die Ankunft ihres Bruders eine grosse Veränderung. Daher habe ich viele schöne gemeinsame Nachmittage mit ihr draussen in der Natur, auf dem Spielplatz oder im Zoo verbracht. Selbstverständlich habe ich mich auch um den Haushalt gekümmert. Ich war einkaufen und habe oft gekocht. So konnte sich meine Frau Zeit für sich und das Baby nehmen und sich etwas erholen.

Welchen Tipp würdest du anderen Eltern geben, die ihre Elternzeit optimal nutzen möchten?

Familie und Freunde möchten das Baby kennenlernen. Sagt ihnen, sie sollen das Mittagessen oder einen Zvieri mitbringen. Frischgebackene Eltern müssen nicht auch noch die besten Gastgeber sein (lacht).

Was hast du an deiner Elternzeit am meisten geschätzt?

Am meisten geschätzt habe ich, dass ich für meine Familie da sein konnte.

Gut zu wissen: Denner bietet Unterstützung in der Elternzeit. Mamis bekommen 18 Wochen Mutterschaftsurlaub und Papis 4 Wochen Vaterschaftsurlaub.

allesaufzukunft.ch/elternzeit



Kennzahlen

Definitionen

GHG Protocol

GRI-Inhaltsindex

Prüfbescheinigung

Über diesen Bericht

Nachhaltigkeitsbilanz

Umwelt

Klima		2023	2024
Wärme	CO ₂ aus Wärme (in Tonnen)	7 981	6 779
	Wärmeverbrauch (in MWh)	45 402	41 652
	Anteil Wärme fossilfrei	30%	31%
Kälte	CO ₂ aus Kälte (in Tonnen)	5 937	6 638
	Anzahl Standorte mit Kälteanlagen	805	801
	Anteil Standorte mit natürlichen Kältemitteln	33%	47%
EnAW-Zielvereinbarungen Brennstoffe	CO ₂ -Ausstoss Brennstoffe Logistik (in Tonnen) ¹	451	381
	Einsparung CO ₂ Brennstoffe Logistik (Basis 2010) ¹	63%	69%
Transport	Warentransporte Filialbelieferung (in km)	6 703 479	8 614 010
	Anteil Bahntransport (in km)	411 850	407 056
	Anteil fossilfreie LKW (in km)	461 300	824 877
Klimafonds	Klimabeitrag für Flugtransporte (in Tonnen CO ₂)	310	762
	Klimabeitrag für Weinshop (in Tonnen CO ₂)	644	594
	Klimabeitrag für Geschäfts-Flugreisen (in Tonnen CO ₂)	22	12
	Klimabeitrag für Warentransporte Filialbelieferung (in Tonnen CO ₂)	6 593	6 523
Kundenmobilität	Anzahl Filialen	872	880
Energieversorgung			
Stromverbrauch	Stromverbrauch (in MWh)	100 726	102 401
	CO ₂ aus Stromverbrauch (in Tonnen)	694	201
Stromherkunft	Eigene Solarstromproduktion (in MWh)	2 062	1 814
	Erneuerbare Stromproduktion total (in MWh)	43 209	58 450
	Eigenverbrauch Solarstrom total (in MWh)	926	989
	Anteil Ökostrom	100%	100%
EnAW-Zielvereinbarungen Energieeffizienz	Energieeffizienz Logistik (Basis 2013)	212%	203%
	Energieeffizienz Verwaltung (Basis 2013)	139%	136%
Zero Waste			
Abfall	Gesamte Abfallmenge (in Tonnen)	28 878	30 665
	Recycling-Quote	90%	90%
Foodwaste	Foodwaste-Quote	0,84%	1,08%
Verpackungen	Verpackungsmaterial Eigenmarken (in Tonnen CO ₂)	33 680	33 742
	Verpackungsmaterial Eigenmarken pro verkaufte Einheit (in Gramm CO ₂)	65	63

¹Ab 2023 Daten des Vereins mobitool verwendet

Sortiment

		2023	2024
Fisch	Anteil Labelprodukte bei Fisch und Meeresfrüchten	82%	82%
	Anteil Fisch und Meeresfrüchte aus verantwortungsvoller Quelle	100%	100%
FSC	Anteil FSC / Recycling Eigenmarken	100%	100%
Palmöl	Nachhaltiges Palmöl (RSPO) Eigenmarken	100%	100%
	Nachhaltiges Palmöl (RSPO Segregated) Food-Eigenmarken	100%	100%
	Nachhaltiges Palmöl (RSPO Mass Balance) Near-Food-Eigenmarken	100%	100%
Rainforest Alliance	Rainforest-Alliance-Kaffee Eigenmarken	100%	100%
	Rainforest-Alliance-Tee Eigenmarken	100%	100%
	Rainforest-Alliance-Kakaoprodukte Eigenmarken	100%	100%
GlobalG.A.P./SwissGAP	Anteil GlobalG.A.P. Früchte & Gemüse	98%	99%
	Anteil GlobalG.A.P. Blumen & Pflanzen	96%	94%
	Anteil SwissGAP landwirtschaftliche Produkte	100%	100%
	Anteil GlobalG.A.P.-GRASP-zertifizierte Lieferanten	93%	92%
Eier	Anteil keine Eier aus Käfighaltung	100%	100%
Fleisch	Anteil Schweizer Fleisch	63%	66%
Labelprodukte	Anzahl Labelprodukte IP-SUISSE	256	257
	Anzahl Labelprodukte Ökolabel (exkl. IP-SUISSE)	975	871
	Anzahl Produkte mit V-Label	218	254
Flugsortiment	Anzahl Artikel Flugsortiment Früchte & Gemüse	0	0

Unsere Nachhaltigkeitsbilanz wurde gemäss der Prüfbescheinigung auf Seite 50 einer umfassenden externen Prüfung unterzogen, die eine höchstmögliche Ebene der Zusicherung (Reasonable Assurance) gewährleistet.

Mensch

		2023	2024
Mitarbeitende	Anzahl Mitarbeitende	6 449	6 536
	Anzahl Mitarbeitende in den Filialen	5 273	5 309
	Anzahl Mitarbeitende in der Verwaltung	630	678
	Anzahl Mitarbeitende in den Verteilzentralen	546	549
	Anteil weibliche Mitarbeitende	68%	68%
	Anteil Mitarbeitende Vollzeit 100 Prozent	42%	43%
	Anteil Mitarbeitende Teilzeit <100 Prozent	47%	47%
	Anzahl Mitarbeitende temporär	156	164
	Anteil Mitarbeitende im Stundenlohn	11%	10%
	Anzahl Kadermitarbeitende	1 049	1 108
	Anteil weibliche Kadermitarbeitende	49%	49%
	Mindestlohn für Ungelernte (in CHF)	4 300	4 400
	Anzahl Nationalitäten	87	89
	Anzahl Jahre im Unternehmen (mittlere Mitarbeitendenbindung)	5	6
Weiterbildung	Anzahl Teilnehmende Weiterbildung	2 368	2 051
	Total Kurstage	518	466
Berufsbildung	Anzahl Lernende	142	184
	Anzahl Kurstage Berufsbildende	23	28
	Weiterbeschäftigungsquote	52%	46,6%
Soziales	Beitrag Migros-Pionierfonds (in CHF)	6 950 000	4 450 000
Engagement	Beitrag Caritas-Produktsponsoring (in CHF)	250 000	200 000
	IP-SUISSE Spendenaktion Tischlein deck dich (in CHF)	150 000	100 000

Definitionen Kennzahlen Umwelt¹

Klima

Wärme	CO₂ aus Wärme Äquivalent CO ₂ -Emissionen (in t) aus Wärmeverbrauch in Logistik, Verwaltung und Filialen nach GHG Scope 1+2
	Wärmeverbrauch Wärmeverbrauch (in MWh) in Logistik, Verwaltung und Filialen; unterer Heizwert
	Anteil Wärme fossilfrei Anteil aller Standorte in Logistik, Verwaltung und Filialen mit Wärmeverbrauch aus fossilfreien Energiequellen
Kälte	CO₂ aus Kälte Äquivalent CO ₂ -Emissionen (in t) aus Kältemittelverlusten in Logistik, Verwaltung und Filialen nach GHG Scope 1+2
	Anzahl Standorte mit Kälteanlagen Anzahl Standorte mit Kälteanlagen in Logistik, Verwaltung und Filialen
	Anteil Standorte mit natürlichen Kältemitteln Anteil Standorte mit natürlichen Kältemitteln in Logistik, Verwaltung und Filialen; exkl. Klimaanlage
EnAW-Zielvereinbarungen Brennstoffe	CO₂-Ausstoss Brennstoffe Logistik CO ₂ -Emissionen (in t) von Brennstoffen in der Logistik, nicht HGT-normiert
	Einsparung CO₂ Brennstoffe Logistik Einsparungen CO ₂ -Emissionen von Brennstoffen in der Logistik im aktuellen Jahr gegenüber Jahr 2010 (1226,5t CO ₂ /a)
Transport	Warentransporte Filialbelieferung Gefahrene Kilometer für Warentransporte von Verteilzentralen zu Filialen; inkl. Bahntransporte
	Anteil Bahntransport Gefahrene Kilometer aus Bahntransporten
	Anteil fossilfreie LKW Gefahrene Kilometer aus LKW-Transport mit Wasserstoff- und Elektroantrieb
Klimafonds	Klimabeitrag für Flugtransporte Einzahlung in den Klimafonds der Migros-Gruppe für die CO ₂ -Emissionen (in t) von geflogenen Produkten, exkl. Blumen
	Klimabeitrag für Weinshop Einzahlung in den Klimafonds der Migros-Gruppe aus den freiwilligen Klimabeiträgen der Kundschaft des Weinshops für die durch ihren Einkauf erzeugten CO ₂ -Emissionen (in t)
	Klimabeitrag für Geschäfts-Flugreisen Einzahlung in den Klimafonds der Migros-Gruppe für die CO ₂ -Emissionen (in t) von Geschäftsreisen
	Klimabeitrag für Warentransporte Filialbelieferung Einzahlung in den Klimafonds der Migros-Gruppe für die CO ₂ -Emissionen (in t) der Warentransporte von Verteilzentralen zu Filialen; nach Norm DIN EN 16258 (Well-to-Wheel)
Kundenmobilität	Anzahl Filialen Anzahl Filialen im aktuellen Jahr, inkl. Schliessungen

Energieversorgung

Stromverbrauch	Stromverbrauch Stromverbrauch (in MWh) in Logistik, Verwaltung und Filialen; Strombezug und Photovoltaik-Eigenverbrauch
	CO₂ aus Stromverbrauch Äquivalent CO ₂ -Emissionen (in t) aus Stromverbrauch in Logistik, Verwaltung und Filialen; Strombezug und Photovoltaik-Eigenverbrauch, Basis Strommix Denner, Bilanzierungsregeln KBOB und GHG Protocol Scope 1+2
Stromherkunft	Eigene Solarstromproduktion Stromproduktion (in MWh) der eigenen Photovoltaikanlagen
	Erneuerbare Stromproduktion total Stromproduktion (in MWh) aus erneuerbaren Quellen; eigene, Miete, Power Purchase Agreement
	Eigenverbrauch Solarstrom total Verbrauch (in MWh) aus eigenen Photovoltaikanlagen; exkl. eingemietete Standorte
	Anteil Ökostrom Anteil Strom aus erneuerbaren Quellen: Wasser, Wind, Sonne, Biomasse sowie geförderter Strom
EnAW-Zielvereinbarungen Energieeffizienz	Energieeffizienz Logistik (Energieverbrauch Verteilzentralen gewichtet und Massnahmenwirkung gewichtet) / (Energieverbrauch Verteilzentralen gewichtet)
	Energieeffizienz Verwaltung (Energieverbrauch Verwaltung gewichtet und Massnahmenwirkung gewichtet) / (Energieverbrauch Verwaltung gewichtet)

Zero Waste

Abfall	Gesamte Abfallmenge Abfallmenge (in t) in Verteilzentralen und Filialen, für welche Denner die Entsorgung bestellt (⅓ aller Filialen)
	Recycling-Quote Anteil rezyklierter und vergärter Abfälle gemessen an der Menge verbrannter Abfälle
Foodwaste	Foodwaste-Quote Anteil 100-Prozent-Abschreibungen (exkl. Wein, Spirituosen, Bier, Tafelgetränke, Near-Food, Tabakwaren, Tierfutter, Parfum und Nährpräparate) an Umsatztotal
Verpackungen	Verpackungsmaterial Eigenmarken CO ₂ -Emissionen (in t) aus dem Verpackungsmaterial der Denner Eigenmarkenprodukte
	Verpackungsmaterial Eigenmarken pro verkaufte Einheit Verpackungsmaterial (in g CO ₂) der Denner Eigenmarkenprodukte pro verkaufte Einheit

¹ Die Kennzahlen im Bereich Umwelt basieren auf Daten, die uns zur Verfügung stehen oder von Partnern zur Verfügung gestellt werden, sowie auf Schätzungen und Annäherungen, wenn keine tatsächlichen oder spezifischen Daten verfügbar sind. Die Kennzahlen sind unter Berücksichtigung dieser Prämissen zu lesen.

Definitionen Kennzahlen Sortiment

Fisch	<p>Anteil Labelprodukte bei Fisch und Meeresfrüchten Anteil Fisch und Meeresfrüchte mit MSC-, ASC- und/ oder Bio-Zertifizierung (Bio Suisse oder EU-Bio) gemessen an Verkaufsumsatz per 31.12. Scope: alle Lebensmittel mit Fisch und/oder Meeresfrüchten</p> <p>Anteil Fisch und Meeresfrüchte aus verantwortungsvoller Quelle Anteil Fisch und Meeresfrüchte am Gesamtumsatz mit SFP Score 2 und höher, WWF Score 3 und tiefer. Bei fehlender Bewertung wurde diese vom Fachkompetenzzentrum Fisch der Migros herangezogen (Stichtag per 31.12.). Scope: alle Lebensmittel mit Fisch und/oder Meeresfrüchten</p>
FSC	<p>Anteil FSC / Recycling Eigenmarken Anteil Eigenmarkenartikel aus Papier oder Holz mit FSC-Produkte-zertifizierung gemessen am Verkaufsumsatz per 31.12., exkl. Verpackung</p>
Palmöl	<p>Nachhaltiges Palmöl (RSPO) Eigenmarken Anteil Eigenmarkenartikel mit Palmöl-Massenanteil >2% und RSPO-Zertifikat gemessen am Verkaufsumsatz per 31.12.</p> <p>Nachhaltiges Palmöl (RSPO Segregated) Food-Eigenmarken Anteil Eigenmarkenartikel im Bereich Lebensmittel mit Palmöl-Massenanteil >2% und RSPO-Segregated-Zertifikat gemessen am Verkaufsumsatz per 31.12.</p> <p>Nachhaltiges Palmöl (RSPO Mass Balance) Near-Food-Eigenmarken Anteil Eigenmarkenartikel im Bereich Near-Food / Non-Food mit Palmöl-Massenanteil >2% und RSPO-Mass-Balance-Zertifikat gemessen am Verkaufsumsatz per 31.12.</p>
Rainforest Alliance	<p>Rainforest-Alliance-Kaffee Eigenmarken Anteil Eigenmarkenartikel mit Kaffee-Massenanteil >2% und mit Rainforest-Alliance-, Fairtrade- und / oder Bio-Zertifikat gemessen am Verkaufsumsatz per 31.12.</p> <p>Rainforest-Alliance-Tee Eigenmarken Anteil Eigenmarkenartikel mit Tee (Schwarz-/Grün-/Weiss- / Rooibos-tee) mit Rainforest-Alliance-, Fairtrade- und / oder Bio-Zertifikat gemessen am Verkaufsumsatz per 31.12.</p> <p>Rainforest-Alliance-Kakaoprodukte Eigenmarken Anteil Eigenmarkenartikel mit Kakao-Massenanteil >2% und Rainforest-Alliance-, Fairtrade- und / oder Bio-Zertifikat gemessen am Verkaufsumsatz per 31.12.</p>
GlobalG.A.P./SwissGAP	<p>Anteil GlobalG.A.P. Früchte & Gemüse Anteil Lieferanten (Produzenten) im Bereich Früchte & Gemüse (inkl. Kräuter) mit GlobalG.A.P.-Zertifikat per 31.12. Scope: Import- und unverarbeitete Monoartikel</p> <p>Anteil GlobalG.A.P. Blumen & Pflanzen Anteil Lieferanten (Produzenten) im Bereich Blumen & Pflanzen mit GlobalG.A.P.-Zertifikat per 31.12. Scope: Importartikel</p> <p>Anteil SwissGAP landwirtschaftliche Produkte Anteil Schweizer Lieferanten (Produzenten) in den Bereichen Blumen & Pflanzen und Früchte & Gemüse mit SwissG.A.P.-Zertifikat per 31.12. Scope: unverarbeitete Monoartikel</p> <p>Anteil GlobalG.A.P.-GRASP-zertifizierte Lieferanten Anteil Lieferanten in den Bereichen Blumen & Pflanzen und Früchte & Gemüse mit GlobalG.A.P.-GRASP-Zertifikat per 31.12. Scope: Import- und unverarbeitete Monoartikel</p>
Eier	<p>Anteil keine Eier aus Käfighaltung Anteil frische Schaleeneier abzüglich frische Schaleeneier aus Käfighaltung gemessen am Verkaufsumsatz</p>
Fleisch	<p>Anteil Schweizer Fleisch Anteil Frischfleisch mit Suisse-Garantie-, IP-SUISSE oder Bio-Suisse-Zertifikat gemessen am Verkaufsumsatz</p>
Labelprodukte	<p>Anzahl Labelprodukte IP-SUISSE Anzahl Artikel mit IP-SUISSE Zertifikat per 31.12.</p> <p>Anzahl Labelprodukte Ökolabel (exkl. IP-SUISSE) Anzahl Artikel mit Nachhaltigkeitszertifikat Bio, Rainforest Alliance, Fairtrade, MSC, ASC, FSC (nur Near-Food), Blauer Engel per 31.12., exkl. IP-SUISSE</p> <p>Anzahl Produkte mit V-Label Anzahl Artikel mit V-Label vegan oder V-Label vegetarisch der Europäischen Vegetarier-Union per 31.12.</p>
Flugsortiment	<p>Anzahl Artikel Flugsortiment Früchte & Gemüse Anzahl Artikel im Bereich Früchte & Gemüse, welche per Flugzeug nach Europa oder in die Schweiz gelangten</p>

Definitionen Kennzahlen Mensch

Mitarbeitende	Anzahl Mitarbeitende Anzahl aktive Mitarbeitende per 31.12., exkl. Mitarbeitende der Inventur
	Anzahl Mitarbeitende in den Filialen Anzahl aktive Mitarbeitende aus Filialen schweizweit per 31.12., exkl. Mitarbeitende der Inventur
	Anzahl Mitarbeitende in der Verwaltung Anzahl aktive Mitarbeitende der Verwaltung per 31.12., exkl. Mitarbeitende der Inventur
	Anzahl Mitarbeitende in den Verteilzentralen Anzahl aktive Mitarbeitende aller Verteilzentralen per 31.12., exkl. Mitarbeitende der Inventur
	Anteil weibliche Mitarbeitende Anteil aktive weibliche Mitarbeitende über alle Führungsstufen per 31.12., exkl. Verwaltungsrat
	Anteil Mitarbeitende Vollzeit 100 Prozent Anteil aktive Mitarbeitende mit Pensum 100 Prozent per 31.12., exkl. Mitarbeitende der Inventur
	Anteil Mitarbeitende Teilzeit <100 Prozent Anteil aktive Mitarbeitende mit Pensum unter 100 Prozent per 31.12., exkl. Mitarbeitende der Inventur
	Anzahl Mitarbeitende temporär Anzahl aktive Mitarbeitende in temporärem Anstellungsverhältnis per 31.12., exkl. Mitarbeitende der Inventur
	Anteil Mitarbeitende im Stundenlohn Anteil aktive Mitarbeitende im Stundenlohnvertrag per 31.12., exkl. Mitarbeitende der Inventur
	Anzahl Kadermitarbeitende Anzahl aktive Mitarbeitende mit Kadervertrag per 31.12.
	Anteil weibliche Kadermitarbeitende Anteil aktive weibliche Mitarbeitende mit Kadervertrag per 31.12.
	Mindestlohn für Ungelernte Mindestlohn für Ungelernte im Verkauf per 31.12., exkl. Pensen unter 10 Prozent und ohne Anstellungen mit körperlicher / geistiger Einschränkung
	Anzahl Nationalitäten Anzahl Nationalitäten aller aktiven Mitarbeitenden per 31.12., exkl. Mitarbeitende der Inventur und Mitarbeitende in temporärem Anstellungsverhältnis
Anzahl Jahre im Unternehmen Durchschnittswert der Anzahl Berufsjahre bei Denner AG	
Weiterbildung	Anzahl Teilnehmende Weiterbildung Anzahl Teilnehmende an Weiterbildungskursen, exkl. Onboarding-Kurse Verkauf
	Total Kurstage Anzahl Tage, an denen eine Schulung durchgeführt wurde, exkl. Kurse Berufsbildung und Onboarding-Kurse Verkauf
Berufsbildung	Anzahl Lernende Anzahl aktive Lernende per 31.12.
	Anzahl Kurstage Berufsbildende Anzahl Tage, an denen eine Schulung in der Berufsbildung durchgeführt wurde
	Weiterbeschäftigungsquote Anteil Lernende, welche nach Abschluss der Lehre bei Denner AG weiterbeschäftigt wurden
Soziales Engagement	Beitrag Migros-Pionierfonds Monetärer Beitrag an Migros-Pionierfonds; auf den nächsten Fünfzig- bzw. Hunderttausender auf- oder abgerundet
	Beitrag Caritas-Produktsponsoring Monetärer Beitrag an Caritas-Produktsponsoring; Beschaffungswert abzüglich Rechnungsbetrag an Caritas (inkl. MwSt); auf den nächsten Fünfzig- bzw. Hunderttausender auf- oder abgerundet
	IP-SUISSE Spendenaktion Tischlein deck dich Beschaffungswert der IP-SUISSE Produktspenden an Tischlein deck dich während achtwöchiger Verteilaktion; auf den nächsten Fünfzig- bzw. Hunderttausender auf- oder abgerundet

GHG Protocol¹ Denner

Das GHG Protocol gibt an, wie viele Emissionen im Unternehmen in den verschiedenen Bereichen verursacht werden. Das Treibhausgasinventar wird aufgrund des SBTi Commitment erstellt und im Nachhaltigkeitsbericht jährlich publiziert.

Emissionskategorie	Emissionen in Tonnen CO ₂ -Äquivalent pro Jahr	
	2023	2024
Scope 1 + 2		
Wärme	7 981	7 920
Kälte	5 937	6 638
Treibstoff	62	75
Stromverbrauch	694	201
Scope 3		
Sortiment	1 114 747	1 113 421
Landwirtschaftliche Emissionen (FLAG ²)	638 863	625 399
Nicht landwirtschaftliche Emissionen (Non-FLAG ³)	475 884	428 507
Kapitalgüter	21 481	29 488
Weitere energiebezogene Emissionen	4 874	3 852
Upstream-Warentransporte	63 210	59 515
Betriebsabfall	2 220	2 396
Geschäftsreisen	808	675
Pendlermobilität	2 376	2 408
End-of-Life verkaufter Produkte	70 987	68 928
Biogene Emissionen	0	0
Total	1 295 377	1 295 517

¹ Das GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol, dt. «Treibhausgasprotokoll») ist eine private transnationale Standardreihe zur Bilanzierung von Treibhausgasemissionen (Carbon Accounting) und zum dazugehörigen Berichtswesen sowohl für Unternehmen als auch zunehmend für den öffentlichen Bereich (Quelle: Wikipedia). Die hier nicht aufgelisteten Emissionskategorien des GHG-Protokolls sind entweder nicht relevant für Denner oder müssen gemäss SBTi-Richtlinien nicht inkludiert werden.

² FLAG steht für Forest, Land and Agriculture und beinhaltet Emissionen aus Landwirtschaft, Forstwirtschaft und vergleichbaren Landnutzungen.

³ Nicht landwirtschaftliche Emissionen aus Produktion, Verarbeitung und Verpackung.

GRI-Index

Anwendungserklärung:
Denner hat über die in diesem GRI-Index angegebenen Informationen für den Zeitraum 1.1.2024 bis 31.12.2024 unter Bezugnahme auf die GRI-Standards berichtet.

GRI 1: Grundlagen 2021

Allgemeine Angaben	GRI	Beschreibung	Seitenzahl und Hinweise
Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-1	Organisationsprofil	S. 4/5/6/7/51
	2-2	Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	S. 6: Die gleichen Entitäten gelten auch für diesen Nachhaltigkeitsbericht (880 Verkaufsstellen, 1 Verwaltung, 5 Verteilzentralen, über 6500 Mitarbeitende).
	2-3	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	S. 51: Dieser Bericht umfasst das Geschäftsjahr 2024 (1.1.2024–31.12.2024) und erscheint jährlich.
	2-4	Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	Im Berichtszeitraum wurden keine Richtigstellungen oder Neudarstellungen vorgenommen.
	2-5	Externe Prüfung	S. 50 (Prüfbescheinigung): Alle Kennzahlen auf S. 40/41/42 wurden durch die externe Prüfungsstelle BDO geprüft.
Tätigkeiten und Mitarbeitende			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	S. 10–13, S. 17–19 (aufklappbar), S. 22/23, S. 26, S. 28/29
	2-7	Angestellte	S. 6/42: Anzahl Mitarbeitende 6536, davon 184 Lernende. Die Aufspaltung der Denner Mitarbeitenden ist in der Bilanz auf S. 42 detailliert aufgeführt. Angaben betreffen Mitarbeitende der Denner AG. Personalschwankungen sind im Weihnachtsgeschäft durch vermehrte temporäre Einsätze möglich. Davon ausgeschlossen sind die LKW-Chauffeure, die als selbstständige Unternehmen tätig sind, sowie die Angestellten der Denner Partner Betriebe. Stand: 31.12.2024
Unternehmensführung			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-9	Führungsstruktur und Zusammensetzung	S. 2/5/8 und online: denner.ch/de/ueber-uns/unternehmen
Strategie, Richtlinien und Praktiken			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-22	Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	S. 1/2/8/9
	2-23	Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	S. 10–13/16 und online allesaufzukunft.ch
	2-28	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	S. 10–13 und online allesaufzukunft.ch
Einbindung von Stakeholdern			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	S. 14 und online allesaufzukunft.ch
	2-30	Tarifverträge	Die Denner AG ist keinem GAV angeschlossen.

Umwelt

Wesentliche Themen	GRI	Beschreibung	Seitenzahl und Hinweise
Biodiversität			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.20–21, S.28
GRI 304: Biodiversität	304-2	Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	S.20–21, S.28 und online: allesaufzukunft.ch/stories/der-natur-zuliebe-2
Treibhausgasemissionen			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	S.8/9/14
	3-2	Liste der wesentlichen Themen	S.14
	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.16–19 (aufklappbar), S.40/46
GRI 305: Emissionen 2016	305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	S.40/46
	305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	S.40/46
	305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	S.40/46
Energieeffizienz			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.13/17–19 (aufklappbar) und online: allesaufzukunft.ch/ziele/steigerung-der-energieeffizienz
Eigene Angabe		Energieeffizienz nach EnaW-Modell	S.40: 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.
Verpackungsmaterial			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.17–19 (aufklappbar), S.26/40 und online: allesaufzukunft.ch/ziele/reduktion-von-verpackungsmaterial
Eigene Angabe		Rückgang der CO ₂ -Emissionen des Verpackungsmaterials bei Eigenmarken	S.40
Recycling			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.13, S.24/25, S.40 und online: allesaufzukunft.ch/ziele/reduktion-von-verpackungsmaterial
GRI 306: Abfall 2020	306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	S.24/25, S.40
Eigene Angabe		Recycling-Quote	S.40
Foodwaste			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.12, S.22/23 und online: denner.ch/de/ueber-uns/nachhaltigkeit/too-good-to-go allesaufzukunft.ch/ziele/reduktion-von-verpackungsmaterial
Eigene Angabe		Foodwaste-Quote	S.40

Sortiment

Wesentliche Themen	GRI	Beschreibung	Seitenzahl und Hinweise
Qualität und Produktsicherheit			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.10–12, S.28/29, S.30–32, S.41 und online: <i>denner.ch/de/aktionen-und-sortiment/qualitaet/qualitaetsanspruch</i> <i>allesaufzukunft.ch/stories/denner-bringt-die-schweizer-natur-zu-ihnen</i> <i>allesaufzukunft.ch/stories/menuplan-der-zukunft</i> <i>allesaufzukunft.ch/stories/fur-die-gesundheit-unserer-ozeane</i> <i>allesaufzukunft.ch/stories/gut-fur-umwelt-tier-und-mensch</i> <i>allesaufzukunft.ch/stories/bewusst-guter-fleischgenuss</i> <i>allesaufzukunft.ch/stories/mit-impact-schaffen-wir-transparenz</i>
Eigene Angaben		Angaben Testresultate	Online: <i>denner.ch/de/aktionen-und-sortiment/qualitaet/testergebnisse</i>
		GFSI-Zertifizierungsanteil	S.41
Labelprodukte			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.11/12, S.28–31, S.41 und online: <i>denner.ch/de/aktionen-und-sortiment/qualitaet/labels</i> <i>allesaufzukunft.ch/stories/gut-fur-umwelt-tier-und-mensch</i> <i>allesaufzukunft.ch/stories/bewusst-guter-fleischgenuss</i>
Eigene Angabe		Anteil der zertifizierten Labelprodukte	S.41
Gute Agrarpraxis / Ressourcenschonung			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.17–19 (aufklappbar), S.28–30 und online: <i>allesaufzukunft.ch/stories/gut-fur-umwelt-tier-und-mensch</i> <i>allesaufzukunft.ch/stories/der-natur-zuliebe-2</i> <i>allesaufzukunft.ch/stories/bewusst-guter-fleischgenuss</i>
Eigene Angabe		Produkte mit Nachhaltigkeitsstandards	S.41
Tierwohl			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.12, S.28/29, S.41 und online: <i>denner.ch/de/ueber-uns/nachhaltigkeit/ip-suisse-engagement</i> <i>allesaufzukunft.ch/stories/gut-fur-umwelt-tier-und-mensch</i> <i>allesaufzukunft.ch/stories/bewusst-guter-fleischgenuss</i> <i>allesaufzukunft.ch/stories/mit-impact-schaffen-wir-transparenz</i>
Eigene Angabe		Anteil des verkauften Fisches und Seafoods, welcher MSC- oder ASC-zertifiziert ist	S.32, S.41

Mensch

Wesentliche Themen	GRI	Beschreibung	Seitenzahl und Hinweise
Führung und Kultur			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.5, S.12/13, S.34–38, S.42 und online: <i>allesaufzukunft.ch/ziele/attraktivster-arbeitgeber</i>
Anstellungsbedingungen / Löhne			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.5, S.12, S.42
GRI 401: Beschäftigung	401-3	Elternzeit	S.38, S.42
Eigene Angabe		Mindestlohn für Ungelernte	S.5, S.12, S.42
Aus- und Weiterbildung			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.12, S.36/37, S.42 und online: <i>allesaufzukunft.ch/ziele/entwicklung-aus-und-weiterbildung</i>
Arbeitssicherheit und Gesundheit			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3	Management von wesentlichen Themen	S.12, S.34/35
GRI 403: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018	403-1	Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	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



Tel. +41 44 444 35 55
www.bdo.ch
zurich@bdo.ch

BDO AG
Schiffbaustrasse 2
8031 Zürich

BERICHT DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS an die Geschäftsleitung der Denner AG, Zürich

Bericht über die Nachhaltigkeitsbilanz 2024 (Nachhaltigkeitskennzahlen)

Wir wurden beauftragt, zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit die Nachhaltigkeitsbilanz 2024 der Denner AG, für die Periode, endend am 31. Dezember 2024, die in Übereinstimmung mit den im Nachhaltigkeitsbericht 2024 der Denner AG aufgeführten Definitionen erstellt worden ist, zu prüfen.
Unser Auftrag umfasst die Nachhaltigkeitsbilanz per 31. Dezember 2024 für den zwölfmonatszeitraum bis zum 31. Dezember 2024, welche im Nachhaltigkeitsbericht 2024 der Denner AG offengelegt ist. Davon ausgenommen sind die folgenden Nachhaltigkeitskennzahlen:

- Umwelt: Verpackungsmaterial Eigenmarken (in Tonnen CO₂)
Verpackungsmaterial Eigenmarken pro verkaufte Einheit (in Gramm CO₂)

Eine Auflistung dieser Nachhaltigkeitskennzahlen ist als Anhang zu unserem unabhängigen Prüfbericht beigefügt.
Abgesehen von dem im vorstehenden Absatz beschriebenen Umfang unseres Auftrags haben wir keine weiteren Prüfungshandlungen zu den übrigen Informationen im Nachhaltigkeitsbericht 2024 der Denner AG durchgeführt.

- Die Nachhaltigkeitskennzahlen 2024 wurden durch die Geschäftsleitung auf Basis der von der Denner AG angewendeten Richtlinien des Migros Genossenschaft Bundes (-MGB-) sowie den Definitionen (Seite 40 bis 45) erstellt. Diese Richtlinien beinhalten die im Rahmen des Datenmanagements der Denner AG definierten Verfahren (Prozessbeschreibung Nachhaltigkeits-Datenerhebung, Anleitung zur Erstellung der jährlichen Denner EUB), mit welchen die Daten der Nachhaltigkeitskennzahlen intern erhoben, verarbeitet und aggregiert werden.

Verantwortungen der Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung ist für die Erstellung der Nachhaltigkeitsbilanz 2024 in Übereinstimmung mit den anwendbaren Kriterien verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung angemessener interner Kontrollen mit Bezug auf die Erstellung der Nachhaltigkeitsbilanz 2024, die frei von wesentlichen -beabsichtigten oder unbeabsichtigten- falschen Darstellungen sind. Darüber hinaus ist die Geschäftsleitung für die Auswahl und die Anwendung der Kriterien und das Führen angemessener Aufzeichnungen verantwortlich.

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung

Wir sind im Einklang mit den Richtlinien zur Unabhängigkeit von EXPERTSuisse von der Denner AG unabhängig und haben die Standes- und Berufsregeln von EXPERTSuisse beachtet. Diese Anforderungen legen fundamentale Grundsätze für das berufliche Verhalten bezüglich Integrität, Objektivität, beruflicher Kompetenz und erforderlicher Sorgfalt, Verschwiegenheit und berufswürdigen Verhaltens fest.

Unser Unternehmen wendet ISQM 1 *Qualitätsmanagement für Praxen, die Abschlussprüfungen und Reviews von Abschlüssen sowie andere betriebswirtschaftliche Prüfungen und Aufträge zu verwandten Dienstleistungen durchführen* an und unterhält dementsprechend ein umfassendes Qualitätsmanagementsystem mit dokumentierten Regelungen und Massnahmen zur Einhaltung der beruflichen Verhaltensanforderungen, beruflichen Standards und anwendbaren gesetzlichen und anderen rechtlichen Anforderungen.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Verantwortung ist es, eine betriebswirtschaftliche Prüfung durchzuführen und auf der Grundlage unserer Prüfung eine Schlussfolgerung über die Nachhaltigkeitsbilanz 2024 abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem Schweizer Prüfungsstandard 950 „Betriebswirtschaftliche Prüfungen ausser Prüfungen oder prüferische Durchsichten von vergangenheitsorientierten Finanzinformationen“ vorgenommen. Nach diesem Standard haben wir Prüfungshandlungen so zu planen und durchzuführen, um hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die Nachhaltigkeitsbilanz 2024 in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Kriterien erstellt wurde.

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 Wirtschaftsprüfers.

Im Wesentlichen haben wir folgende Arbeiten durchgeführt:

- Beurteilung der Angemessenheit der verwendeten Kriterien, ihrer konsistenten Anwendung und der damit verbundenen Offenlegungen der Nachhaltigkeitsbilanz 2024 der Denner AG. Dazu gehört auch die Beurteilung der Angemessenheit der von der Geschäftsleitung vorgenommenen Annahmen und Schätzungen.
- Befragung von Vertretern des Unternehmens, die für die Erhebung, Konsolidierung und Berechnung der Nachhaltigkeitsbilanz 2024 verantwortlich sind, um den Prozess der Datenaufbereitung, die Vollständigkeit der Datenerfassungs- und -aufbereitungsmethoden sowie die internen Kontrollen in dem für die hinreichende Prüfungssicherheit relevanten Umfang zu beurteilen;
- Befragungen von Mitarbeitern in Schlüsselpositionen zum Verständnis des Berichtssystems während des Berichtszeitraums;
- Stichprobenweise Prüfung der zugrundeliegenden Informationen, um die Richtigkeit der Daten zu überprüfen;
- Einsichtnahme in die einschlägige Dokumentation der Systeme und Verfahren zur Zusammenstellung, Analyse und Aggregation von Daten im Berichtszeitraum;
- Analytische Überprüfungsverfahren zur Unterstützung der Plausibilität der Daten;
- Überprüfung, ob die Berechnungskriterien in Übereinstimmung mit den in den Kriterien dargelegten Methoden korrekt angewandt wurden;

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Nachweise mit Ausnahme im Bereich Mensch aufgeführten Weiterbildungskennzahlen, eine angemessene und ausreichende Grundlage für unsere Schlussfolgerung bilden.

Grundlage für die eingeschränkte Schlussfolgerung

Für die im Bereich Mensch aufgeführten Weiterbildungskennzahlen konnten uns für die effektiven Teilnahmen an den Weiterbildungen nur widersprüchliche Belege vorgelegt werden, was die Datenintegrität in Frage stellt. Wir konnten nicht mittels anderer Prüfungshandlungen gegen die definierten Kriterien prüfen und zu einem hinreichend sicheren Prüfergebnis gelangen.

Eingeschränkte Schlussfolgerung

Nach unserer Beurteilung wurde die Nachhaltigkeitsbilanz mit Ausnahme der Auswirkungen des im Absatz Grundlage für die eingeschränkte Schlussfolgerung für die Periode endend am 31. Dezember 2024 in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den im Nachhaltigkeitsbericht der Denner AG aufgeführten Kriterien erstellt.

Von unserer Prüfung ausgenommen sind folgende Kennzahlen:

- Umwelt: Verpackungsmaterial Eigenmarken (in Tonnen CO₂)
Verpackungsmaterial Eigenmarken pro verkaufte Einheit (in Gramm CO₂)

Inhärente Grenzen der Prüfung von der Nachhaltigkeitskennzahlen der Denner AG

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

Zürich, 6. Mai 2025

BDO AG

Simon Oswald
Zugelassener Revisionseperte

Roland Z'Rotz
Zugelassener Revisionsexperte

Beilage
Nachhaltigkeitsbilanz 2024

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 Zusage 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 und allesaufzukunft.ch vor. Massgebend ist die deutsche Fassung, die ebenfalls gedruckt und an ausgesuchte Stakeholder verschickt wird.

Herausgeber

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

Dieser Bericht wurde in Anlehnung an die GRI-Richtlinien erstellt.

Projektleitung

Mladen Tomic (Leiter Unternehmenskommunikation)

Inhaltliche Verantwortung

Mladen Tomic und Lisa Züger (Leiterin Nachhaltigkeit)

Redaktion

Mladen Tomic, Andrina Sarott, Sara Zanon, Thomas Kaderli, Nadja Hauser, Anna Lena Banderet, Lisa Züger

Korrektorat

Birgit Roth

Konzept/Gestaltung/Illustration

Isler Tomasi GmbH, Visuelle Kommunikation, Zürich

Fotografie

Gian Marco Castelberg, MGB, Cornelius Fischer, Kurt Pfister, S+B Baumanagement und Digitalnity, iStock, Shutterstock, Christopher Müller, Corinne Sägesser, Denner AG, ESE Agency, Gian-Andrea Lüthi

Litho Mattenbach AG, Winterthur

Papier Rebello FSC, 100 % Altpapier, Fischer Papier



Druck und Bindung

Mattenbach AG, Winterthur



Auflage 250 Exemplare

Veröffentlichung Mai 2025

Kontakt

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



DENNER