



13.12.2015 - 09:10 Uhr

WWF-Umweltrating: 13 Gross- und Detailhändler unter der Lupe

Zürich (ots) -

Der WWF hat 13 umsatzstarke Schweizer Lebensmittel-Gross- und Detailhändler einem Umweltrating unterzogen. Coop und Migros beenden das Rating als Vorreiter, die anderen Unternehmen folgen mit grossem Abstand. Zwar leisten einzelne Unternehmen bereits sehr viel. Die Branche als Ganzes hat aber gemessen an der Vision eines umweltverträglichen Gross- und Detailhandels noch einen weiten Weg vor sich.

Der WWF liess zehn wichtige Lebensmitteldetailhändler und die drei grössten Grosshändler der Schweiz von der Ratingagentur Inrate nach ihren Umweltleistungen bewerten. Verglichen wurden die Firmen mit einem visionären, heute noch fiktiven Unternehmen der nächsten Generation, dessen Geschäftsmodell auf die ökologische Tragfähigkeit unseres Planeten und auf eine Klimaerwärmung von maximal zwei Grad Celsius ausgerichtet ist. Bewertet wurden folgende sechs für die Umwelt wichtigen Bereiche: Managementsystem, Investitionen, Produkte, Sortiment & Lieferanten, Politik & Rahmenbedingungen sowie Verankerung umweltfördernder Verhaltensweisen in der Gesellschaft.

Die Resultate: Coop und Migros schaffen es in die Kategorie «Vorreiter». Mit ihrem Umweltengagement sind die beiden dem Rest der Branche weit voraus. Sie verkaufen mehr Produkte mit anerkannten Nachhaltigkeitslabeln und orientieren ihr Handeln konsequenter an Zielen und möglichst grosser Wirkung. Ausserdem fördern sie umweltverträgliche Verhaltensweisen bei ihren Lieferanten und der Gesellschaft als Ganzes besser. Kein Unternehmen schaffte es in die Kategorie der «Verfolger». In der Kategorie «oberes Mittelfeld» finden sich sieben, im «unteren Mittelfeld» zwei Unternehmen. Volg und die Westschweizer Ladenkette Pam haben die Fragen nicht beantwortet - sie finden sich deshalb in der Kategorie «Intransparente».

Weitere Erkenntnisse aus dem Rating: Erfreulich ist, dass praktisch kein Unternehmen mit leeren Händen dasteht, wenn nach Umweltleistungen gefragt wird. Grundsätzlich steht dem Schweizer Gross- und Detailhandel aber noch ein weiter Weg bevor. Die Resultate fallen nämlich je nach Handlungsfeld sehr unterschiedlich aus. Während bei Nachhaltigkeitsstrategie und -management oder Investitionen in Energie und CO2 fast alle teilnehmenden Unternehmen bereits einige Massnahmen ergriffen haben, werden bei den Investitionen der Pensionskassen - wenn überhaupt - erst wenige ökologische Anforderungen gestellt. Noch viel zu wenig Unternehmen gehen bei der Lösung von Umweltproblemen konsequent die relevantesten Herausforderungen an. Auch ist die Teilnahme an Brancheninitiativen, welche gegenüber multinationalen Konzernen und in der Politik mehr Gewicht haben, relativ beschränkt. Die Gross- und Detailhändler müssen Geschäftsmodelle entwickeln, die sich an der Tragfähigkeit des Planeten orientieren und einer Klimaerwärmung von mehr als 2 Grad entgegenwirken. Dafür sollten konsequent jene Massnahmen umgesetzt werden, die am meisten Wirkung entfalten.

Die Rangierung der Gross- und Detailhändler im WWF-Umweltrating Kategorie Vorreiter: Coop, Migros Kategorie Verfolger: keiner Kategorie Oberes Mittelfeld: Aldi Suisse, Denner, Lidl Schweiz, Manor, Pistor, Saviva, Transgourmet Schweiz Kategorie Unteres Mittelfeld: Globus, Spar Kategorie Intransparente: Pam, Volg

Weitere Informationen:

Die Studie «WWF Umwelt-Rating 2015, Gross- und Detailhandel/Food und Near-Food» mit individuellen Spinnengrafiken zu Stärken und Schwächen der Unternehmen in den sechs Bereichen finden Sie hier: https://assets.wwf.ch/downloads/2015_12_13_bericht_gestaltet_def.pdf

Kontakt:

Jennifer Zimmermann, Verantwortliche Unternehmensratings WWF Schweiz,
jennifer.zimmermann@wwf.ch, 079 778 51 01
Damian Oettli, Leiter Abteilung Konsum & Wirtschaft WWF Schweiz,
damian.oettli@wwf.ch, 079 407 35 01

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017820/100781810> abgerufen werden.