

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2016

Was wir bewirken

DENNER
Nachhaltiger als man denkt

Nachhaltig- keitsbericht 2016

Eine blühende Botschaft **Erst lesen, dann einpflanzen**

Der Umschlag dieses Nachhaltigkeitsberichts besteht aus gesammeltem Recyclingpapier, das von Hand geschöpft wurde. Bei diesem Prozess wird dem Papier Saatgut beigelegt, das eine blühende Botschaft in sich trägt. So funktioniert es: Deckblatt in 2 cm grosse Stücke zerreissen. In einen Topf mit Pflanzenerde geben und mit wenig Erde bedecken. Bei genügend Sonne und Wärme regelmässig giessen und die Samen fangen nach etwa zehn Tagen an zu keimen.







Was wir bewirken

Geschätzte Leserin,
geschätzter Leser

Nachhaltigkeit ist mehr als ein Wort. Es ist eine Grundhaltung, die unsere Entscheidungen und unser Handeln bestimmt. Nachhaltigkeit erfordert Weitsicht und den rücksichtsvollen Umgang mit den uns zur Verfügung stehenden Ressourcen. Diese Denkweise durchdringt alle Bereiche in unserem Unternehmen. Denner ist effizient, nah bei den Kunden und preisbewusst. Für die Umwelt ist das gut. Das heisst nämlich: keine Verschleuderung von Ressourcen, kurze Wege, optimale Prozesse. Und so soll auch unser Nachhaltigkeitsbericht einfach, übersichtlich und ehrlich sein.

In dieser zweiten Ausgabe des Nachhaltigkeitsberichts zeigt Denner auf, wie sich die bereits umgesetzten Massnahmen zur Schonung natürlicher Ressourcen im Unternehmen auswirken, und definiert die Ziele, die noch zu erreichen sind. Aufgeteilt in die drei Schwerpunkte «Umwelt», «Sortiment» und «Mensch» erklären wir, was bereits erreicht wurde und welche Aufgaben als nächstes anstehen.

Um zu erleben, wie sich die Massnahmen der Denner Nachhaltigkeitsstrategie entfalten, braucht es nur einen Topf voller Erde, etwas Wasser und ein kleines Stück des Deckblattes, das Sie gerade in Ihren Händen halten. Es enthält getrocknete Pflanzensamen, die sich – einmal eingepflanzt – zu neuem Leben entwickeln.

Denner geht den Weg konsequent weiter, um uns allen einen intakten Lebensraum zu erhalten.



Mario Irminger
CEO



Christopher J. Rohrer
Leiter Nachhaltigkeit

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

www.denner.ch/Nachhaltigkeit

Strategie und Vision	6
Kundenbedürfnisse im Fokus	8
Übersicht Themenschwerpunkte	10
Zielsetzungen	12
Meilensteine	16

1

Schwerpunkt Umwelt

Umweltfreundlicher Kälteanlagen	20
Erneuerbarer Strom aus nachhaltiger Produktion	20
Sparsamer Energie	21
Effizienter Warentransport	21
Feinmaschiger Filialnetz	21
Ausgeglichener CO₂-Bilanz	21
Verantwortungsvoller Umgang mit Lebensmitteln	23
Bewusster Abfall und Recycling	23

2

Schwerpunkt Sortiment

Ehrlicher IP-SUISSE Partnerschaft	26
Naturnaher IP-SUISSE Sortiment	27
Interview mit IP-SUISSE Präsident Andreas Stalder	28
Liebevoller Tierwohl	29
Hochwertiger Produktsicherheit	29
Schonender Umwelt und Ressourcen	29
Preiswerter Produkte der Denner Eigenmarken	31
Fairer UTZ	31
Menschlicher Sozialverträglichkeit	31
Natürlicher Label- und Standards-Übersicht	32

3

Schwerpunkt Mensch

Grosszügiger Arbeitgeber / Mitarbeitende	36
Attraktiver Arbeitsbedingungen	36
Integrierter Leuchtturm Führungskultur	37
Hilfsbereiter Engagement	37
Vielseitiger Aus- und Weiterbildung	37
Entwicklungsfähiger Lernende	37
Selbstständiger Lehrlingsfiliale	39

Partnerschaft mit dem WWF	40
Kennzahlen	42
Impressum	44

Auch 2016 hat Denner im Bereich der Nachhaltigkeit vieles erreicht.

Nachhaltiges Handeln verlangt Weitsicht, aber auch die Bereitschaft, sich neuen Gegebenheiten anzupassen. Aus diesem Grund wurden 2016 wegweisende Strategien verabschiedet, die sowohl intern wie extern massgebend und langfristig zur Verbesserung der Ökobilanz führen. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst. Als grösster Schweizer Discounter haben wir auch eine Vorbildfunktion – sowohl für Mitarbeitende wie für Kunden. Es ist unsere Aufgabe, zur Schonung der Ressourcen beizutragen und unser Umfeld für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren.

Wirksam Werte verankern

Die andauernde Auseinandersetzung mit Themen von hoher ökologischer und sozialer Relevanz inner- und ausserhalb des Unternehmens ist bei Denner grundlegend verankert. Betriebliche Prozesse werden laufend optimiert und das Sortiment umweltbewusst gestaltet. Der Einsatz aller Mitarbeitenden für diese Ziele trägt wesentlich dazu bei, dass Denner in den drei Schwerpunkt-Bereichen «Umwelt», «Sortiment» und «Mensch» vorangehen kann. Wir wollen weiterhin neue Ideen in die Tat umsetzen und bestehende Ziele auf ihre Wirksamkeit hin überprüfen. Wir bleiben am Puls der Zeit und setzen neue Erkenntnisse unkompliziert um. Wir entwickeln das Kerngeschäft im Rahmen und gemäss den Zielen der Nachhaltigkeitsstrategie weiter.

Rückblick Was wir bewirkt haben

Letztes Jahr stand ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit. In allen drei Schwerpunkt-Bereichen «Umwelt», «Sortiment» und «Mensch» wurden wegweisende Massnahmen umgesetzt. So wurden beispielsweise 450 Filialen auf LED-Beleuchtung umgerüstet, womit der Energieverbrauch um 50 Prozent reduziert werden konnte. Sämtliche Warentransporte werden seit 2016 nur noch mit Fahrzeugen der Abgasnorm «Euro-5» und «Euro-6» durchgeführt, was die Umweltbelastung massiv reduziert. Zudem wurden im ganzen Unternehmen die Arbeitsabläufe vereinfacht und das Sortiment mit mehr Frischprodukten ausgebaut.

Ausblick Das Engagement geht weiter

Für die Kunden, für die Umwelt und für die Generationen nach uns. Wir sind seit 50 Jahren erfolgreich und versprechen, diesen Erfolg im Sinne der Nachhaltigkeit auch die nächsten 50 Jahre in die Welt zu tragen.

In der Nachhaltigkeitsstrategie 2020 hat Denner sein Engagement festgelegt. Ziel ist, nicht nur das Verständnis im gesamten Unternehmen weiterhin zu verankern, sondern auch mehr Verantwortung für den Erhalt der natürlichen Ressourcen zu übernehmen.

Kommunikation

Denner – Nachhaltiger als man denkt

Starke Botschaften haben Ende April 2016 für Aufmerksamkeit gesorgt. In sieben Städten wurde das nachhaltige Engagement mit Plakaten und Anzeigetafeln in die Öffentlichkeit getragen. Die Botschaft: Denner ist nachhaltiger, als man denkt. Denner hat in der Vergangenheit bereits vieles im Bereich Nachhaltigkeit gemacht, aber nicht kom-

muniziert. Dies hat sich mit dem ersten Nachhaltigkeitsbericht geändert und wird mit diesem zweiten Bericht bekräftigt.

Mit dem Nachhaltigkeitsbericht zeigen wir auf und belegen, dass Denner nachhaltiger ist, als man denkt.



Starke Botschaften:

Plakate haben 2016 das nachhaltige Engagement von Denner aufgezeigt.



Kundenbedürfnisse im Zentrum

Qualitätsgarantie

Qualitätscheck

640 Filialaudits durch Qualitätsmanagement
922 geprüfte Produkte durch externe Labors

Prüfung des Wareneinganges

3473 geprüfte Produkte in den Verteilzentralen vor
Zustellung in die Filialen

Degustationen

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

Produktreklamationen

Rund 1200 bearbeitete Kundenbeanstandungen
auf 138,3 Mio. Kunden im Jahr 2016

Inhaltsstoffe

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



Ökonomisch

Kleine Preise für alle

dank schlanker Unternehmensstrukturen

Effiziente Prozesse

Kosteneinsparungen werden mittels
Preisreduktionen an die Kunden weitergegeben

Faire Preise

entlang der gesamten Wertschöpfungskette



Soziale Verantwortung

Jugendliche fördern

Selbstständiges Führen einer Denner Filiale
durch Lernende

Caritas-Märkte

Jährlich CHF 250 000 Produktesponsoring

Ausbildung und Weiterentwicklung

Individuelle Förderung der Mitarbeitenden –
von der Lehre bis zu Kaderpositionen

Sponsoring

Jährliches Sponsoring für karitative Projekte



unseres Handelns

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



Zufriedenheit

Kundendienst

13 000 Kundenkontakte pro Jahr
63 000 Followers auf Facebook

Dialog

Durchschnittlich werden Anfragen innerhalb von 24 Stunden bearbeitet

Eigenmarke Denner

Preiswerte Alternativen zu Markenartikeln

«Zufrieden oder Geld zurück»

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



Nachhaltiges Handeln

(über 130 Labelartikel)

Standards

Labels garantieren für nachhaltig hergestellte Produkte → Beispiele: UTZ, MSC/ASC

Gesundheit

Mehr Früchte und Gemüse in den Filialen

IP-SUISSE

Naturnahe Produkte zu fairen Preisen vom Bauern bis zum Konsumenten



Ökologisch

Nähe

800 Filialen zu Fuss in der ganzen Schweiz erreichbar

Transport

Dezentrale Organisation der Verteilzentralen für kurze Transportwege

Strom

100 Prozent aus Schweizer Wasserkraftwerken

LKWs

Alle Fahrzeuge erfüllen Euro-5- oder Euro-6-Norm

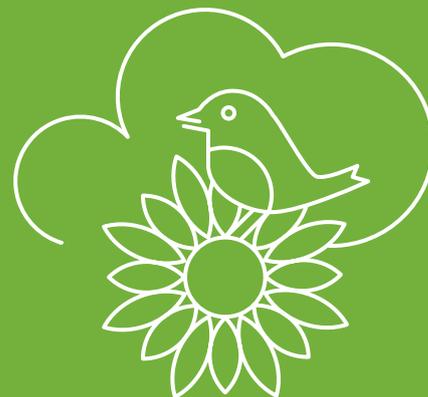
Die drei Themenschwerpunkte

Nachhaltigkeit ist ein Grundsatz, der unser Handeln bestimmt. Er durchdringt das ganze Unternehmen und beeinflusst unsere Entscheidungsfindung jeden Tag. Unsere Mitarbeitenden setzen sich täglich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander, um in allen Schwerpunktbereichen die Zielsetzungen voranzutreiben. Wir nehmen unsere Verantwortung für den Erhalt der natürlichen Ressourcen wahr und setzen alles daran, die gesetzten Ziele zu erreichen.

Schwerpunkte

Umwelt, Sortiment, Mensch

Durch die Aufteilung in die drei Schwerpunkte «Umwelt», «Sortiment» und «Mensch» sind die Zielsetzungen einfach und verständlich strukturiert. Auf den drei Schwerpunkten baut auch dieser Nachhaltigkeitsbericht auf. Wie sich diese Haltung in den drei Schwerpunkten Umwelt, Sortiment und Mensch auswirkt, beschreiben die folgenden Seiten.



Umwelt

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

Was wir bewirken möchten...

- Reduktion der CO₂-Emissionen
- Steigerung der Energieeffizienz
- Erhöhung der Recyclingquote
- Reduktion von Verpackungsmaterial

2



Sortiment

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

Was wir bewirken möchten...

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

3



Mensch

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

Was wir bewirken möchten...

- Ein attraktiver Arbeitgeber mit fairen Anstellungs- und Arbeitsbedingungen sein
- Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz sicherstellen
- Soziales Engagement fördern

Strategische Ziele 2015 - 2020



Schwerpunkt Umwelt

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

Legende: ● Auf Kurs ○ In Bearbeitung

Schwerpunkt Sortiment

Was wir bewirken	Stand	Ziele
<p>Labelprodukte Labels schaffen Transparenz und unterstützen unsere Kunden beim Kaufentscheid. Darum erweitert Denner konstant sein Sortiment an zertifizierten Produkten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ● 	<p>Denner ist sich seiner ökologischen Verantwortung bewusst und hat sich ehrgeizige Ziele in Bezug auf die Umweltverträglichkeit seiner Produkte gesteckt. So soll der Anteil der Label-Produkte (z. B. IP-SUISSE) stetig erhöht werden.</p> <p>100 Prozent aller Eigenmarken-Tafelschokoladen und ca. 85 Prozent aller Eigenmarken-Kaffeesorten sind UTZ-zertifiziert.</p>
<p>Agrarpolitik Die nachhaltige Bewirtschaftung der Böden, Wälder und Gewässer ist ein entscheidendes Kriterium bei der Auswahl der Produkte für das Denner Sortiment.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ● ● ○ 	<p>Mindestens 95 Prozent des Früchte- und Gemüse- sowie des Blumen- und Pflanzen-Sortiments sind GlobalG.A.P.- oder äquivalent zertifiziert.</p> <p>Das Palmöl für die Denner Eigenmarkenprodukte ist zu 100 Prozent RSPO-zertifiziert. Bis 2022 wird im Bereich Food nur noch zertifiziertes Palmöl der Stufe Segregated eingesetzt. Im Bereich Nearfood wird bis 2020 nur noch zertifiziertes Palmöl eingesetzt, das mindestens der Stufe MassBalanced entspricht.</p> <p>Bereits heute sind alle Papierprodukte der Denner Eigenmarke FSC-zertifiziert oder aus Recyclingmaterial. Bei den Markenartikeln im Sortiment fordert Denner den gleichen Standard und erreicht mindestens 65 Prozent. Das gesamte Papier im betrieblichen Umfeld (Briefpapier, Drucksachen, etc.) ist zu 100 Prozent Recyclingmaterial.</p> <p>Bereits heute verzichtet Denner komplett auf den Verkauf von Fisch und Meeresfrüchten, die vom Aussterben bedroht sind. Ab 2018 verkauft Denner nur noch Fisch und Meeresfrüchte aus nachhaltigen Quellen. Der Labelanteil (MSC/ASC/Bio) soll bis 2020 auf 62 Prozent steigen.</p>
<p>Tierwohl Denner baut sein Sortiment an Schweizer Lebensmitteln laufend aus und setzt damit hohe Standards beim Tierwohl.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ● ● 	<p>Der Schweizer Tierschutzstandard gehört zu den höchsten weltweit. Der Anteil Schweizer Fleisch soll mindestens 80 Prozent betragen.</p> <p>Kaninchenfleisch aus Import wird ausschliesslich von Betrieben bezogen, die den Schweizer Tierschutzstandard einhalten.</p> <p>Denner verzichtet bei allen Eigenmarkenartikeln komplett auf den Verkauf von Eiern aus Käfighaltung, sowohl bei Frischeiern wie auch bei zusammengesetzten Produkten.</p>
<p>Sozialstandards Denner verlangt faire Arbeitsbedingungen entlang der gesamten Lieferkette bis zurück zum Produzenten und Landwirt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 	<p>BSCI und GlobalG.A.P. GRASP prüfen und gewährleisten die Einhaltung der Richtlinien bis zum Ursprungsort und sorgen damit für Transparenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Bis 2022 sollen mindestens 95 Prozent aller Denner Eigenmarken-Lieferanten in Risikoländern auditiert sein.</p>
<p>Produktsicherheit Stengste Anforderungen an die Produktsicherheit stellen die konstant hohe Qualität des Denner Sortiments sicher.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 	<p>Die Lebensmittelsicherheit ist oberstes Ziel. Mindestens 97 Prozent aller Lieferanten sind GFSI- oder äquivalent zertifiziert oder auditiert.</p>
<p>GVO Ursprünglichkeit und Natürlichkeit der Produkte geniessen bei Denner einen hohen Stellenwert.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 	<p>Denner verzichtet auf den Verkauf von gentechnisch veränderten Produkten gemäss GVO-Verordnung.</p>

Schwerpunkt Mensch

Was wir bewirken	Stand	Ziele
Arbeitgeber Denner ist der führende Discounter der Schweiz und mit fairen, marktgerechten Löhnen und zeitgemässen Anstellungsbedingungen ein attraktiver Arbeitgeber.	●	Denner bietet eine faire und marktgerechte Entlohnung und gute Sozialleistungen einschliesslich einer Pensionskasse und garantiert auch für Ungelernte einen Mindestlohn, der über dem Branchendurchschnitt liegt.
	●	Denner fördert seit 2013 eine Personalkommission, die aus Vertretern aller Unternehmensbereiche und Sprachregionen zusammengesetzt ist.
	●	Sämtliche Mitarbeitende des Verkaufs, der Logistik und des Kaders profitieren von grosszügigen sechs Wochen Ferien im Jahr.
Führung und Kultur (Projekt Leuchtturm) Die Unternehmenskultur prägt auch die Führungskultur, die getragen wird von den drei Basiswerten Dialog, Integration und Kooperation sowie den zentralen Begriffen Entwicklungsfähigkeit, Führungskompetenz und Erfolgsorientierung.	●	Entwicklung eines unternehmensweiten, situativen und menschenorientierten Führungsstils, der über alle Stufen zum Einsatz kommt.
	●	Alle Kadermitarbeitenden absolvieren jährlich mindestens zwei Ausbildungstage zur Weiterentwicklung der Führungskompetenz.
Aus- und Weiterbildung Denner sichert seine Wettbewerbsfähigkeit durch die kontinuierliche Aus- und Weiterbildung und die gezielte Förderung der individuellen Stärken seiner Mitarbeitenden.	●	Die Anzahl interner Ausbildungstage auf allen Stufen wird jährlich gesteigert.
	●	Die Anzahl Lernende wird bis 2020 auf 110 Stellen ausgebaut.
Sicherheit und Gesundheit Gesunde und motivierte Mitarbeitende bilden das Fundament unseres Erfolgs. Präventive Massnahmen, unabhängige Anlaufstellen und regelmässige Schulungen stellen sicher, dass dies so bleibt.	●	Bildung einer externen, unabhängigen und neutralen Anlaufstelle, die sich der Anliegen der Mitarbeitenden annimmt.
	○	Erstellung eines Handbuchs und Schulungen zum Thema Arbeitssicherheit, Unfallprävention und Gefahrenerkennung.
Engagement Denner übernimmt Verantwortung und beteiligt sich an Pionierprojekten im gesellschaftlichen Wandel, und zusätzlich an karitativen Projekten zugunsten unterstützungsbedürftiger Menschen und Organisationen.	●	Denner unterstützt den Förderfonds Engagement der Migros-Gruppe mit einem jährlichen Beitrag im Umfang von mindestens CHF 4 Mio.
	●	Denner unterstützt die Caritas-Märkte mit einem jährlichen Produktsponsoring von CHF 250 000.

Legende: ● Auf Kurs ○ In Bearbeitung

Nachhaltiges Handeln im Laufe der Zeit

2003

Juli

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

2009

April

Caritas-Märkte:
Jährliche Produkt-
subventionen im Wert
von CHF 250 000

2012

Juni

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

August

Denner benennt Verant-
wortlichen für den Bereich
Nachhaltigkeit

IG DHS gründet die Arbeits-
gruppe Umwelt und Energie

2006

Mai

IG DHS: Denner
ist als Gründungsmit-
glied dabei

2010

Februar

Lernende auf dem
Chefposten: Denner
lanciert die erste
Lehrlingsfiliale

Januar

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

Oktober

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

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

Dezember

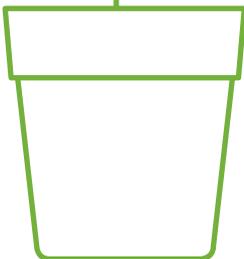
Reduktion des CO₂-Aus-
stosses und Steigerung der
Energieeffizienz: Ziel-
vereinbarung mit Bund
und Kantonen

2013

1967

Oktober

Karl Schveri gründet
den ersten Discounter
der Schweiz



2014

April

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

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

Mai

Bienenhotel: Die Verwaltung bekommt das erste Bienenhotel

Juni

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

2016

Januar

Denner bezieht Strom zu 100 Prozent aus Schweizer Wasserkraftwerken

Organische Abfälle: Die Filialen beginnen organische Abfälle zu sammeln

März

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

April

Nachhaltigkeitsbericht: Denner veröffentlicht den ersten Bericht

Juli

FSC* Schweiz: Denner wird Mitglied

August

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

September

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

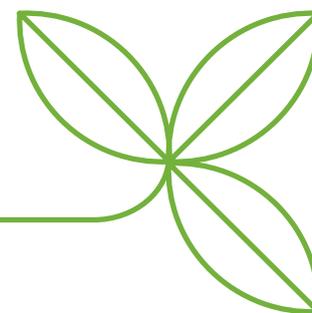
September

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

Oktober

Denner wird Mitglied von MSC* und ASC*

Denner wird Mitglied des Öbu



2015

Januar

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

April

Energie- und Umweltbilanz: Erscheint erstmals für das Jahr 2014

Juni

Abfall und Recycling Strategie 2020: Abnahme durch die Geschäftsleitung

September

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

Dezember

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

2017

Juni

Denner wird Partner des WWF

* Mehr zu den Labels auf den Seiten 32/33



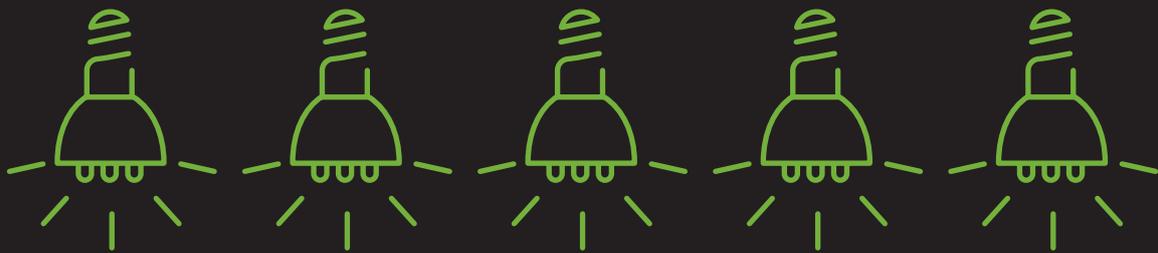
160

Tonnen CO₂-Reduktion

Roman Fäh,
Leiter Immobilien

Als Leiter der Immobilien- und der Expansionsabteilung hat Roman Fäh in den Filialen wirksame Massnahmen eingeleitet, um den Energieverbrauch zu senken. Mit der Einführung der LED-Beleuchtung und der Installation der Kälteanlagen mit natürlichem Kältemittel in den Filialen, hat er einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz geleistet.

Schwerpunkt Umwelt



Denner gewichtet den Schutz der Umwelt hoch. Vielfältige Massnahmen in allen Einflussbereichen des Unternehmens tragen dazu bei, natürliche Ressourcen zu schonen und wertvolle Lebensräume für Tiere und Pflanzen zu bewahren, damit auch nachfolgende Generationen in einer intakten Umwelt leben können.

SCHWERPUNKT UMWELT

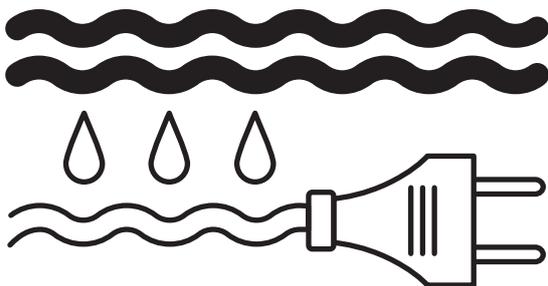
Die Umwelt zu schonen und den fruchtbaren Lebensraum zu bewahren, gehört zu den Zielen, die sich Denner im Rahmen der Nachhaltigkeit gesetzt hat. Der Schwerpunkt «Umwelt» bündelt alle Massnahmen rund um die Bereiche Klima, Energie, Abfall und Recycling. Dank dem feinmaschigen Filialnetz ist die nächste Denner Filiale immer in der Nähe und somit auch ohne Auto gut erreichbar.

Umweltfreundlicher Kälteanlagen

Denner verzichtet seit Sommer 2016 auf klimaschädliche Kältemittel bei neuen Kälteanlagen und übertrifft damit freiwillig die gesetzlichen Vorgaben. Seit Ende 2016 sind bereits vier komplett autonome und umweltfreundliche CO₂-Kälteanlagen in Betrieb. Doch damit nicht genug. Denner ging noch einen Schritt weiter und installierte die erste Propangasanlage in der Denner Filiale in Villmergen AG. Die Propangasanlage ist eine vielversprechende Lösung für die Zukunft, da sie die schädlichen Emissionen zusätzlich senkt. Künftig sollen alle Filialen mit klimafreundlichen Kälteanlagen ausgerüstet werden. Dadurch plant Denner, ab 2017 jährlich rund 160 Tonnen CO₂ einzusparen.

Erneuerbarer Strom aus nachhaltiger Produktion

Um die Belastung für Umwelt und Mensch auf ein Minimum zu reduzieren, bezieht Denner seit dem 1. Januar 2016 100 Prozent des Stromes für alle 480 Denner Filialen, fünf Verteilzentralen und drei Verwaltungsstandorte aus nachhaltiger Produktion. Dieser Strom mit Herkunftsnachweis aus Wasserkraft kommt aus dem Kanton Graubünden. Dort betreibt Energielieferant Repower eigene Wasserkraftwerke im Puschlav, im Prättigau, in der Surselva und im Engadin.



100 Prozent des Stroms stammt aus Schweizer Wasserkraft.



«Denner macht mit dieser Massnahme einen wichtigen Schritt zur Förderung der Schweizer Wasserkraft. Repower freut sich, mit erneuerbarem Strom aus den Bündner Bergen zu diesem nachhaltigen Handeln beitragen zu dürfen.»

Kurt Bobst, CEO Repower

Sparsamer Energie

Denner hat sich verpflichtet, die Energieeffizienz in den Verteilzentralen und an den Verwaltungsstandorten bis 2022 um mindestens 10 Prozent zu steigern und damit den Energieverbrauch zu senken. Bis Ende 2016 wurde die Energie-Effizienz in der Logistik um 9,8 Prozent und in der Verwaltung um 5,6 Prozent gesteigert.

Um den Energieverbrauch auch in den Filialen zu reduzieren, hat Denner 2016 viel investiert. Mit der Umrüstung von 450 Filialen auf LED-Beleuchtung wurde der Energieverbrauch um 50 Prozent reduziert. Ein grosser Teil der Filialen wurde mit Kühlmöbeln der höchsten Energieeffizienzklasse ausgerüstet, was den Energieverbrauch zusätzlich senkte.

Effizienter Warentransport

2016 wurden sämtliche Warentransporte nur noch mit Fahrzeugen der Abgasnorm «Euro-5» und «Euro-6» durchgeführt, welche die Umweltbelastung massiv reduzieren. Ziel ist, ab dem 1. Januar 2019 sämtliche Strecken nur noch durch Lastwagen mit Abgasnorm «Euro-6» oder höher zurückzulegen. Die Auslastung der Denner-LKW liegt bei 98 Prozent.

Wo immer möglich und sinnvoll, verlagert Denner den Transport auf die Schiene. Seit August 2015 transportiert Denner jährlich über 37 000 Tonnen Ware auf der Nord-Süd-Route im kombinierten Verkehr auf der Bahn. Die Umstellung weiterer Touren auf Kombiverkehr wird geprüft.

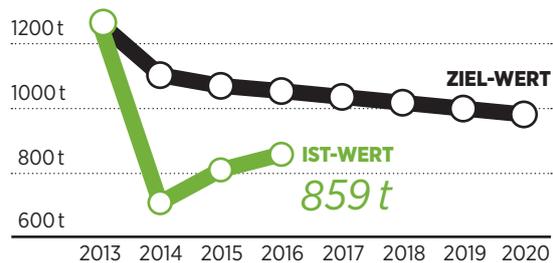
Feinmaschiger Filialnetz

Das Denner Filialnetz wächst weiter und ist, gemessen an der Anzahl Verkaufsstellen, auch 2016 mit 809 Standorten das zweitgrösste aller Schweizer Lebensmittel-Detailhändler. Sowohl ländliche als auch urbane Siedlungsgebiete in der ganzen Schweiz werden durch das feinmaschige Filialnetz abgedeckt. Denner ist überall dort präsent, wo die Bevölkerung der Schweiz lebt, arbeitet oder ihre Freizeit verbringt. Die Nähe zu den Kundinnen und Kunden ist eine der grossen Stärken von Denner, dessen Filialen

Ausgeglichener CO₂-Bilanz

Um die Umweltbilanz zu verbessern, hat Denner 2013 Ziele für die Reduktion des CO₂-Ausstosses formuliert. Bis 2020 verpflichtet sich Denner, an den Logistikstandorten und in der Verwaltung den CO₂-Ausstoss um mindestens 15 Prozent zu senken. Bereits 2016 wurde der CO₂-Ausstoss kumuliert um 23 Prozent gesenkt und damit das Ziel von 2020 wesentlich übertroffen. Dennoch geht das Engagement weiter und die CO₂-Reduktion wird weiterhin vorangetrieben.

CO₂-Ausstoss aus Brennstoffen in der Logistik



Seit 2013 wurde der CO₂-Ausstoss aus Brennstoffen in der Logistik um 32,1 Prozent gesenkt.

immer einfach, rasch und umweltfreundlich zu erreichen sind – sei es zu Fuss, per Velo oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln.

Die fortschreitende Expansion beinhaltet auch neue Formate, die den heutigen Kundenbedürfnissen entsprechen und flexibel und massgeschneidert an die lokalen Bedürfnisse angepasst werden. So zum Beispiel das Format Denner Bibite, das den Schwerpunkt auf Getränke setzt und häufig in kleineren Einkaufszentren das Angebot vervollständigt. Oder die Denner Express Läden, die an stark frequentierten Lagen mit vielen Convenience- und Frischeprodukten bei den Kundinnen und Kunden punkten.



370

**Filialen wurden 2016
zum neuen Recycling-
konzept geschult**

Andrea Kressibucher,
Ausbildnerin

Seit 2016 wird ein Grossteil der
Lebensmittel in den Denner Filialen
nicht mehr weggeworfen, sondern
in die Verteilzentralen zurückgeführt
und in Biogasanlagen weiterverwer-
tet. Andrea Kressibucher schult und
informiert die Filialmitarbeitenden
im Umgang mit organischen Abfällen.

Verantwortungsvoller Umgang mit Lebensmitteln

Zu viele Lebensmittel landen in der Schweiz im Abfall. Etwa fünf Prozent sind vom Handel verursacht, deutlich höher ist der vom Konsumenten verursachte Anteil. Als führender Discounter beschäftigen wir uns schon lange mit Foodwaste und bekämpfen die Entsorgung geniessbarer Lebensmittel erfolgreich durch optimierte Warendisposition in der Logistik und auf der Verkaufsfläche durch mehrstufige Preisabschläge vor dem Verfall der Produkte mit deutlicher Auszeichnung.

Einwandfreie, aber noch geniessbare Lebensmittel, die nicht mehr verkauft werden können, gehen teilweise an lokale Hilfsorganisationen. Zudem unterstützt Denner im Rahmen der Interessensgemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG DHS) das Projekt «Food-Bridge» in Zusammenarbeit mit den Organi-

sationen «Schweizer Tafel» und «Tischlein deck dich». Die beiden Organisationen erhalten von allen Mitgliedern der IG DHS jährlich CHF 680 000 und umfangreiche Produktpenden. So sorgt Denner dafür, dass gutes Essen dahin kommt, wo es hingehört: nicht in den Abfalleimer, sondern auf den Tisch.

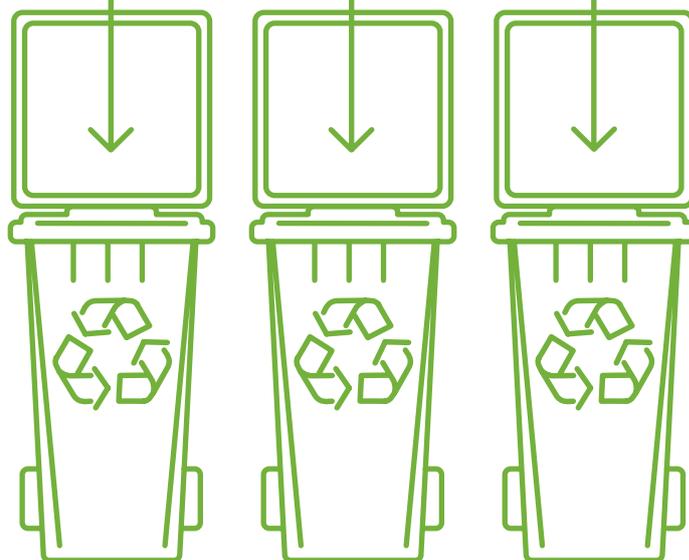
Durch alle Massnahmen schafft es Denner, die Foodwaste-Quote auf unter 1,0 Prozent zu reduzieren.

Denner Mitarbeitende haben ein geschultes Auge dafür, Abfälle zu vermeiden, und sind geübt darin, wertvolle Rohstoffe der Wiederverwertung zuzuführen.

Bewusster Abfall und Recycling

Denner will den Abfall reduzieren und die Recyclingquote erhöhen. 2016 wurden über 17 000 Tonnen Karton, Folie, PET und andere Wertstofffraktionen gesammelt und der Wiederverwertung zugeführt. Damit die Entsorgung in den Filialen noch stärker ausgebaut werden kann, wurde das Schulungskonzept überarbeitet, um Filialmitarbeitende noch besser auszubilden. Bis Ende 2016 fanden in über 370 Filialen ausführliche Schulungen statt.

Seit Januar 2016 werden organische Abfälle in den Filialen gesammelt, in die Verteilzentralen zurückgeführt und in lokalen Biogasanlagen wiederverwertet. Die stoffliche Verwertung von Lebensmitteln zu Biogas ist zeitgemäss, hilft Energie und natürliche Ressourcen zu sparen und schont damit die Umwelt.





10000

**IP-SUISSE
Label-Produzenten**

Christian Bauer,
Produktmanager Fleischprodukte /
Charcuterie

Bei der IP-SUISSE Lancierung verantwortete Christian Bauer die Auswahl der IP-SUISSE Fleischprodukte. Mit seinem Fachwissen hat er entscheidend dazu beigetragen, dass die Kunden beim Einkauf im Denner noch mehr natur- und tiergerecht hergestellte Schweizer Qualitätsprodukte zur Auswahl haben.

Schwerpunkt Sortiment



Das Sortiment von Denner wird laufend überprüft und den Bedürfnissen der Konsumenten angepasst. Damit ein Produkt bei Denner ins Sortiment aufgenommen wird, muss es aber zwingend folgende Kriterien erfüllen: Bei der Herstellung und dem Transport des Produktes darf kein Lebewesen leiden und die Umwelt nicht unnötig belastet werden.

SCHWERPUNKT SORTIMENT

Besondere Achtsamkeit legt Denner auf die eigenen Produkte und die ökologisch bewusste Gestaltung des Sortiments. Alle Massnahmen, die den Schwerpunkt «Sortiment» betreffen, gelten für die Denner Eigenmarken. Im Rahmen der Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie wurde im letzten Jahr der Frischebereich ausgebaut und neu das nachhaltig produzierte Label IP-SUISSE ins Sortiment aufgenommen. Damit geht Denner einem klaren Kundenbedürfnis nach und sorgt dafür, dass die Konsumenten beim Einkauf mehr Natur mit nach Hause nehmen. Ein gutes Gefühl für alle.



Ehrlicher IP-SUISSE Partnerschaft

Seit 2016 führt Denner Schweizer Lebensmittel von IP-SUISSE im Sortiment. Die IP-SUISSE Richtlinien garantieren umweltschonend und tiergerecht hergestellte Produkte aus kontrollierten Schweizer Familienbetrieben.

Biodiversität

Die Vielfalt der Arten, Gene und Lebensräume ist von höchster Wichtigkeit für ein funktionierendes Ökosystem. Darum halten IP-SUISSE Betriebe strenge Bestimmungen zur Fruchtfolge im Ackerbau ein, behandeln Pflanzen ohne Fungizide, Schädlinge ohne Insektizide und verzichten auf Wachstumsregulatoren. Die Begrünung der Felder im Winter schützt Grundwasser und Böden und naturnah gepflegte Brachen bieten vielen Tieren und Pflanzen geschützte Rückzugsorte. IP-SUISSE Bauern schützen durch nachhaltige Landwirtschaft die Lebensräume von über 1000 bedrohten Tierarten in der Schweiz und fördern aktiv die Artenvielfalt der Tier- und Pflanzenwelt.

Tierwohl

Die strategische Partnerschaft zwischen Denner und IP-SUISSE ist eine Antwort auf das wachsende Bedürfnis der Kunden nach tier- und umweltfreundlich hergestellten und naturnah verarbeiteten Produkten aus der Schweiz. Die Lebensmittel aus den Familienbetrieben der 10 000 IP-SUISSE Label-Produzenten werden nach verbindlichen ökologischen Richtlinien hergestellt und garantieren artgerechte Tierhaltung mit genügend Auslauf und gesundem Futter. Die schrittweise Einführung der ersten dreissig IP-SUISSE Produkte startete im Spätsommer

2016 mit Fleisch- und Charcuterieprodukten, gefolgt von Molkereiprodukten, Backwaren sowie Früchten und Gemüse. Das Sortiment wird seither laufend ausgebaut.

Faire Preise

Wie bei Denner üblich, gehen hohe Qualität und faire Preise Hand in Hand. Für die Konsumenten heisst das: Viel Natur zu fairen Preisen. Mit seinem dichten Netz von rund 800 Filialen in allen Sprachregionen der Schweiz liefert Denner die gesunden Lebensmittel vom Bauernhof direkt in die Privathaushalte. Ganz im Sinne von IP-SUISSE Präsident Andreas Stalder, für den Denner der ideale Partner ist, «weil er uns mit viel Engagement dabei unterstützt, die Existenzgrundlage unserer Familienbetriebe auch für kommende Generationen zu sichern.»

Fairness für alle

Von der strategischen Partnerschaft zwischen Denner und IP-SUISSE profitieren neben den Kunden auch die Bauern und Verarbeiter, denn sie erhalten faire Preise für ihre hochwertigen Naturprodukte und ihr überdurchschnittliches Engagement zugunsten der Biodiversität. Die Partnerschaft mit IP-SUISSE ist ein wichtiger Meilenstein in der Nachhaltigkeitsstrategie von Denner. Als führender Discounter der Schweiz übernimmt Denner gesellschaftliche und ökologische Verantwortung und schafft im Rahmen einer langfristigen Strategie ein umfassendes Nachhaltigkeitsbewusstsein bei allen Anspruchsgruppen des Unternehmens.

Naturnaher IP-SUISSE Sortiment

Alle 800 Filialen führten bei der Lancierung 30 Produkte im Angebot, die nach IP-SUISSE Richtlinien in der Schweiz hergestellt werden. Die hochwertigen Produkte aus den Bereichen Fleischwaren, Molkereiprodukte, Früchte, Gemüse und Backwaren sind ganzjährig in allen Denner Verkaufsstellen erhältlich. Hochwertige Lebensmittel aus der Schweiz – und das zu den gewohnt fairen Denner Preisen.



FEISCH UND CHARCUTERIE



MOLKEREIPRODUKTE



FRÜCHTE, GEMÜSE UND BROTE

Denner bringt den Käfer zu den Kunden



Für das Denner Projekt hat sich IP-SUISSE Präsident Andreas Stalder stark engagiert. Im Interview erzählt er, weshalb die Zusammenarbeit mit dem Discounter eine gute Sache ist und weshalb man sich als Konsument für das Käfer-Label einsetzen sollte.

Weshalb haben Sie sich für den Discounter Denner als Vertriebskanal entschieden?

Dieser Entscheid ist das Resultat einer zweijährigen Verhandlungsphase und der Vertrauensbildung zwischen Denner und IP-SUISSE. Wir freuen uns sehr über die Partnerschaft mit dem führenden Schweizer Discounter und dass wir damit unseren Bauern einen neuen Absatzkanal für unsere Produkte bieten können.

Weshalb ist die Zusammenarbeit mit Denner so wertvoll?

Mit dieser neuen Partnerschaft ist es möglich, die Marktanteile der IP-SUISSE Produkte weiter zu erhöhen. Das ist wichtig, weil die Produkte der 10 000 IP-SUISSE Bauern längst mehr Vermarktung benötigen. Zum Beispiel im Fleischbereich. Dort stehen hunderte Produzenten in der Warteschlange, die darauf warten, für IP-SUISSE produzieren zu können. Deshalb ist es wichtig, einen Detailhändler wie Denner zu haben, der in 800 Filialen die IP-SUISSE Produkte verkaufen kann.

Wie haben die Bauern die neue Partnerschaft mit Denner aufgenommen?

Anfangs steht man Neuem oft skeptisch gegenüber. Aber wie in einer privaten Beziehung funktioniert es

auch in einer geschäftlichen Partnerschaft. Man braucht Zeit, um sich besser kennenzulernen und das gegenseitige Vertrauen aufzubauen. Heute tragen alle diesen Entscheid. Denner ist für uns ein Glücksfall.

Sie führen selber einen Bauernhof. Wo finden Sie die Zeit für all die Aufgaben mit IP-SUISSE?

Als Bauer lebe ich meine Leidenschaft aus. Die tägliche Arbeit mit den Tieren in der Natur ist für mich keine Arbeit, sondern Bestimmung. Wenn man im Einklang mit der Natur lebt, weiss man, wie wichtig es ist, diese zu respektieren und zu schützen. Deshalb ist mein Engagement als Präsident eine Mission für die Natur, wofür ich mich gerne jederzeit einsetze und keine Arbeit scheue.

«Denner ist für uns ein Glücksfall.»

Andreas Stalder, Präsident IP-SUISSE

Liebevoller Tierwohl

Das Tierwohl liegt Denner am Herzen, darum wurde der Anteil an Schweizer Fleisch von 70 auf 84 Prozent gesteigert, denn die Tierschutzbestimmungen in der Schweiz gehören weltweit zu den strengsten. Vom Ausland importiertes Kaninchenfleisch wird ausschliesslich bei Betrieben bezogen, die den Schweizer Tierschutzstandard einhalten. Der Verzicht auf Eier aus Käfighaltung sowohl bei Frischeiern, aber auch bei zusammengesetzten Produkten wie z. B. Eierteigwaren ist bei Denner Eigenmarken schon seit Jahren selbstverständlich. Mit der Einlistung des IP-SUISSE Labels fördert Denner ausserdem die tierfreundliche Produktion von Schweizer Lebensmitteln.

Hochwertiger Produktsicherheit

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

Schonender Umwelt und Ressourcen

Gute Agrarpraxis ist Denner sehr wichtig. Früchte und Gemüse sowie Blumen und Pflanzen aus der Schweiz sind zu 100 Prozent SwissGAP-zertifiziert. 93 Prozent der importierten Früchte und Gemüse stammen von Produzenten mit GlobalG.A.P.-Zertifizierung. Dieser Anteil soll jährlich gesteigert werden. 100 Prozent aller importierten Blumen und Pflanzen sind GlobalG.A.P.-zertifiziert.

Denner verwendet bei Eigenmarken-Produkten mit mehr als zwei Prozent Massenanteil ausschliesslich Palmöl aus nachhaltigem Anbau (RSPO). Im Bereich Food setzen wir schon heute 80 Prozent der zweithöchsten Stufe ein. Bis 2022 sollen es 100 Prozent sein. Im Bereich Near-Food (Kosmetika und Waschmittel) soll bis 2020 mindestens Stufe MassBalanced erreicht werden.

Der Anteil Papierprodukte bei Eigenmarken (Toilettenpapier, Taschentücher, Windeln, etc.) mit FSC-Label oder aus Recycling liegt bei 76 Prozent und somit deutlich über dem Branchendurchschnitt. Selbstverständlich soll der Anteil auch hier weiter erhöht werden. Sämtliche Papierprodukte für den betrieblichen Gebrauch (Briefpapier, Couvert, Werbe- und Druckmittel) bestehen aus 100 Prozent Recyclingpapier.

Der Anteil an ASC-zertifizierten Fischen und Meeresfrüchten aus Zucht wurde weiter gesteigert, wobei der Anteil an MSC-zertifizierten Fischen und Meeresfrüchten aus Wildfang aufgrund des Angebots leicht rückläufig war. Ab 2018 wird Denner Fische und Meeresfrüchte zu 100 Prozent aus nachhaltigen Quellen verkaufen. Bereits heute verzichtet Denner auf den Verkauf von vom Aussterben bedrohter Arten.



76 Prozent der Papierprodukte bei Eigenmarken tragen das FSC-Label oder sind aus Recyclingmaterial.



100

Prozent UTZ-Schokolade

Igor Visintin,
Leiter Produktmanagement Food
**Zertifikate geben den Kunden
wichtige Hinweise zur Herstellung
der Produkte. Igor Visintin setzt
sich in seinem Verantwortungsbereich
Food dafür ein, die Zertifizierung
der Denner Eigenmarken Produkte
weiter auszubauen.**



Preiswerter Produkte der Denner Eigenmarken

Die Produkte der Denner Eigenmarken sind eine preiswerte Alternative zu den Markenartikeln und bieten ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis. Das bestätigen auch die guten Resultate, welche die Eigenmarken regelmässig in Produktetests von Schweizer Konsumentenschutz-Vereinigungen erhalten.

Das Angebot der Denner Eigenmarken Produkte umfasst eine breite Palette von Artikeln des täglichen Bedarfs, darunter Hygiene-Artikel, Lebensmittel und Getränke. Diese Produkte erfüllen trotz der attraktiven Preise hohe Qualitätsansprüche. Zudem ist ein grosser Teil der Produkte zertifiziert und nachhaltig produziert. So sind zum Beispiel alle Tafelschokoladen der Denner Eigenmarken sowie rund 85 Prozent der Kaffee-Eigenmarken UTZ-zertifiziert.



Das Sortiment von Denner berücksichtigt aktuelle Einkaufsgewohnheiten genauso wie die Bedürfnisse von Mensch, Tier und Natur.

Fairer UTZ

«Utz» bedeutete in der Sprache der Maya «gut» und Gutes erfahren auch die Bauern, die für das UTZ-Label produzieren. Sozialverträgliche Arbeitsmodelle und umweltfreundliche Anbaumethoden stehen im Mittelpunkt. Viele der Denner Eigenmarken wie die Kaffeekapseln sind bereits UTZ-zertifiziert. Bei den Denner Tafelschokoladen sind es sogar 100 Prozent. Mit dem Kauf von UTZ-zertifizierten Produkten unterstützen Denner Kundinnen und Kunden die Bauern dabei, ihre Lebensbedingungen nachhaltig zu verbessern. Ein Genuss ohne Reue, denn das UTZ-Label steht für nachhaltigen, sozialverträglichen Anbau sowie umwelt- und ressourcenschonende Produk-

tion. Die Angestellten auf den UTZ-zertifizierten Farmen profitieren von geregelten Arbeitsbedingungen und sozialer Sicherheit und die Bauern vom fairen Handel mit Rohstoffen aus naturnaher Landwirtschaft.

Menschlicher Sozialverträglichkeit

Die Business Social Compliance Initiative (BSCI), eine wirtschaftsgetriebene Plattform zur Verbesserung sozialer Standards, bietet Wirtschaftsunternehmen ein systematisches Überwachungs- und Qualifikationssystem. Ziel ist es, in Risikoländern nur noch mit BSCI oder gleichwertig auditierten Lieferanten zusammenzuarbeiten. Bei landwirtschaftlichen Produkten aus Risikoländern fordert Denner die strikte Einhaltung von GlobalG.A.P. GRASP (GlobalG.A.P. Risk Assessment on Social Practice), einem Zusatzmodul von GlobalG.A.P., das den Fokus auf Sozialpraktiken wie Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz und soziale Belange in Landwirtschaftsbetrieben legt. Eine gute Agrarpraxis berücksichtigt nicht nur die Produkte, sondern auch die in den Produktionsprozess involvierten Menschen. Insbesondere bei Produkten aus Risikoländern wird sichergestellt, dass aus diesen Regionen keine Produkte ohne GRASP-Zertifizierung (oder gemäss Beschaffungsrichtlinien äquivalenter Auszeichnung) importiert werden. BSCI und GlobalG.A.P. GRASP prüfen und gewährleisten die Einhaltung der Richtlinien bis zum Ursprungsort und sorgen damit für Transparenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Darüber hinaus setzen sie sich für internationale Sicherheitsstandards ein.

Natürlicher Label- und Standards-Übersicht

Labels und Standards bieten Orientierung und ermöglichen es den Konsumenten, mit einem bewussten Kaufentscheid ein Zeichen zu setzen für einen fairen Handel.

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

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

4570

Mitarbeitende zählt Denner

Sylvie Hofstetter,
Leiterin Personalmarketing

Unter der Leitung von Sylvie Hofstetter erarbeitete ein Projektteam neue, flexible Arbeitszeitmodelle zur Verbesserung und Modernisierung der Arbeitsbedingungen. Darunter fallen der Bezug von zusätzlichen Ferienwochen oder einer längeren Auszeit, Teilzeitarbeitsmodelle auch für Kader und die Möglichkeit, von Homeoffice-Tagen Gebrauch zu machen.



Schwerpunkt Mensch



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

SCHWERPUNKT MENSCH

Der führende Discounter der Schweiz bietet fortschrittliche Arbeitsbedingungen und attraktive Karrieremöglichkeiten auf allen Hierarchiestufen. Denner lebt eine Unternehmens- und Führungskultur, die auf den Grundwerten Dialog, Integration und Kooperation aufbaut.

Grosszügiger Arbeitgeber/Mitarbeitende

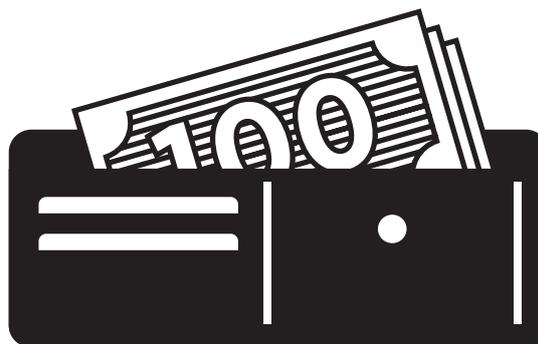
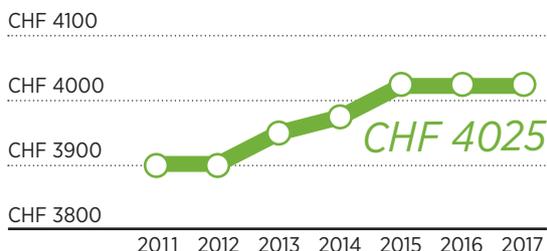
Die Mitarbeitenden von Denner sind der wichtigste Erfolgsgarant. Mit ihrer Kompetenz und ihrer Hilfsbereitschaft sorgen sie jeden Tag für Hunderttausende zufriedener Kundinnen und Kunden in der ganzen Schweiz – und legen damit den Grundstein für den anhaltenden Erfolg des Unternehmens. Die Mitarbeitenden sind die Visitenkarte des Unternehmens und tragen die Werte, für die Denner steht, gegen innen und aussen. Dazu werden sie individuell gefördert und unterstützt. Das gilt für beide Geschlechter gleichermaßen, denn bei Denner ist beispielsweise auch der Anteil Frauen in Führungsfunktionen überdurchschnittlich hoch. So sind rund 60 Prozent aller Filialleitenden weiblich.

Attraktiver Arbeitsbedingungen

Denner honoriert das Engagement seiner Mitarbeitenden in den Bereichen Verkauf, Logistik und Verwaltung mit fairen, marktgerechten Löhnen und zeitgemässen Anstellungsbedingungen. Dazu gehören auch flexible Arbeitszeitmodelle, die es den Mitarbeitenden ermöglichen, Familie, Freizeit und Beruf optimal aufeinander abzustimmen und die Work-Life-Balance ausgeglichen zu gestalten. Neu können Denner Mitarbeitende zusätzliche, unbezahlte Ferien beziehen und auf allen Stufen von verschiedenen Teilzeitarbeitsmodellen profitieren.

Die Lohnsumme wurde 2016 um 0,6 Prozent erhöht und auch die Pensionskasse wurde gestärkt und damit die Altersvorsorge der Mitarbeitenden nachhaltig verbessert. Der Mindestlohn für ungelernete Mitarbeitende gehört mit CHF 4025 zu den höchsten in der Branche. Alle Mitarbeitenden im Verkauf und in den Verteilzentralen verfügen über sechs Wochen Ferien. Einen 13. Monatslohn erhalten alle Mitarbeitenden der Denner AG.

Lohnentwicklung Mindestlohn für Ungelernte



Der Mindestlohn für ungelernete Mitarbeitende gehört mit CHF 4025 zu den höchsten in der Branche.

Die Denner Familie ist zudem Ausdruck unserer Zeit, denn mit Mitarbeitenden aus über 70 Nationen ist sie ein Schmelztiegel und ein Beispiel für ein inspirierendes und erfolgreiches Miteinander. Vom Lernenden bis zum CEO machen diese 4570 Mitarbeitenden Denner zum führenden Discounter der Schweiz.

Integrierter Leuchtturm Führungskultur

Dialog, Integration und Kooperation sind die Stützpfiler der Denner Unternehmenskultur. Hinzu kommen die zentralen Begriffe: Entwicklungsfähigkeit, Führungskompetenz und Erfolgsorientierung. Zur Berücksichtigung und Verinnerlichung dieser Werte im Berufsalltag, wurde eigens ein Projekt mit dem Namen «Leuchtturm» initiiert, um Mitarbeitende aus allen Bereichen und Führungsstufen die neue Denner Führungskultur näherzubringen. An regelmässig stattfindenden Weiterbildungstagen zum Projekt «Leuchtturm» setzen sich die Mitarbeitenden unter der Anleitung der Personalverantwortlichen intensiv mit den praxisbezogenen Kultur- und Führungswerten im Unternehmen auseinander. Die Führungskultur und der Umgang untereinander ist geprägt von Austausch, Ehrlichkeit, Vertrauen und Respekt, denn motivierte und zufriedene Mitarbeitende bilden das Fundament jedes erfolgreichen Unternehmens. Mit ihrem persönlichen Engagement und ihrer Leidenschaft für den Detailhandel sichern Denner Mitarbeitende den Erfolg des Unternehmens heute und in Zukunft. Der inspirierende und lehrreiche Austausch an diesen Weiterbildungstagen trägt zur Entwicklung und Verankerung der Unternehmens- und Führungskultur bei.

Hilfsbereiter Engagement

Als Teil der Migros-Gruppe beteiligt sich Denner am Förderfonds Engagement der Migros. Dieser ergänzt seit 2012 das Migros-Kulturprozent und ermöglicht Pionierprojekte im gesellschaftlichen Wandel, die innovative Wege beschreiten und zukunftsgerichtete Lösungen aufzeigen. 2016 unterstützte der Förderfonds Projekte mit jährlich ca. CHF 10 Mio., wovon Denner mindestens CHF 4 Mio. beisteuerte. Als langjähriger Partner unterstützt Denner zudem die Organisation der Caritas-Märkte Schweiz mit Produktsubventionen in der Höhe von bis zu CHF 250 000 pro Jahr. Finanziell benachteiligte Menschen erhalten

dadurch die Möglichkeit, Produkte aus dem Sortiment von Denner zu einem an ihre Einkommensverhältnisse angepassten Preis zu erwerben. Denner ist Teil der Interessensgemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG DHS) und unterstützt im Rahmen dieses Engagements das Projekt «Food-Bridge» in Zusammenarbeit mit den Organisationen «Schweizer Tafel» und «Tischlein deck dich». Dank «Food-Bridge» landen noch geniessbare Nahrungsmittel nicht im Abfall, sondern bei Bedürftigen.

Vielseitiger Aus- und Weiterbildung

Ausgehend von ihren persönlichen Stärken und Interessen fördert Denner gezielt die berufliche und persönliche Entwicklung seiner Mitarbeitenden. Ein neu entwickeltes Aus- und Weiterbildungsangebot unterstützt und fördert die Mitarbeitenden in ihrem Arbeitsalltag – von der Erstausbildung des Lernenden bis zur Stärkung spezifischer Fähigkeiten von Kadermitarbeitenden. Mit dem internen Weiterbildungsprogramm wird die Praxis genauso gewichtet wie die Theorie und passt sich somit laufend den aktuellen Anforderungen an. Eine Investition in die Wettbewerbsfähigkeit und die tiefe Überzeugung, dass gut ausgebildete Mitarbeitende am Ursprung des Unternehmenserfolgs stehen.

Ein firmeneigener Talentpool fördert Verkaufsmitarbeitende mit aussergewöhnlichem Potenzial in ihrem Fachbereich und zeigt interne und bereichsübergreifende Karrieremöglichkeiten auf.

Entwicklungsfähiger Lernende

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Berufsausbildung. 2016 beschäftigt Denner 97 Lernende in den Bereichen Verkauf, Logistik, Verwaltung und Informatik. Seit 2006 bleiben jeweils rund 70 Prozent der Lehrgänger auch nach der Erstausbildung bei Denner. Ein gegenseitiger Vertrauensbeweis und ein klares Indiz für die Qualität der Ausbildung, die junge Menschen optimal auf die Anforderungen im heutigen Arbeitsmarkt vorbereitet und sie mit den nötigen Fähigkeiten ausrüstet. Dazu trägt auch die Lehrlingsfiliale bei.



97

**Lernende machen ihre
Ausbildung bei Denner**

Fatima Dominguez,
Leiterin Berufsbildung

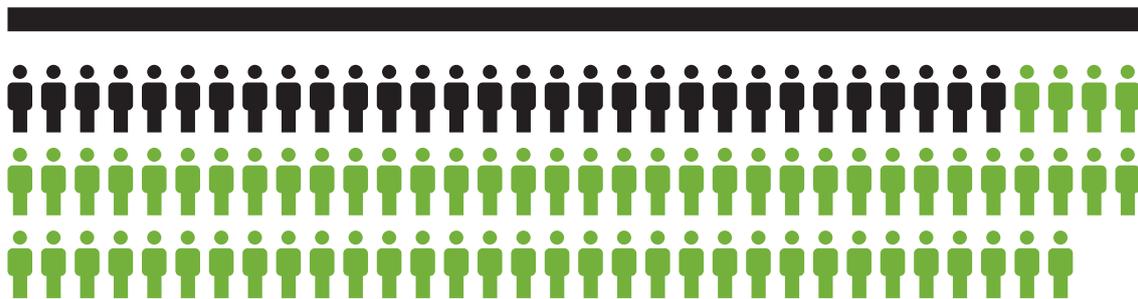
Die Lehrlingsfiliale wird zweimal
jährlich durchgeführt und fand 2016
bereits zum 16. Mal statt. Seit der
Lancierung 2010 wird sie von Fatima
Dominguez betreut, die massgeblich
zur Umsetzung der bei den Ler-
nenden sehr beliebten Lehrlings-
filiale beitrug.

Selbstständiger Lehrlingsfiliale

Die Lehrlingsfiliale wird von Denner seit acht Jahren schweizweit an verschiedenen Standorten zweimal jährlich durchgeführt und erfreut sich grosser Beliebtheit bei den Denner Lernenden. Das Konzept der Lehrlingsfiliale ist ein integraler Bestandteil der Ausbildung aller Lernenden im Bereich Verkauf.

Die Aufgabenbereiche innerhalb der Lehrlingsfiliale sind klar festgelegt. Die 3.-Lehrjahr-Lernenden besetzen im Turnus je zwei Wochen lang die Funktion des Filialleiters, während die 2.-Lehrjahr-Lernenden

im gleichen Rhythmus die Aufgaben des stellvertretenden Filialleiters übernehmen. Die übrigen Lernenden komplettieren jeweils das Team als Verkaufsmitarbeitende. Im Vorfeld werden die Lernenden intensiv auf ihren Einsatz vorbereitet. Als Berater ohne Aufsichtsfunktion steht den Lernenden bei Bedarf zudem ein erfahrener Coach zur Seite. Die Lehrlingsfiliale ermöglicht den Jugendlichen wertvolle Erfahrungen zu sammeln, die ihnen über die Lehrzeit hinaus von grossem Nutzen sind.



Rund 70 Prozent der Lehrabgänger bleiben auch nach der Erstausbildung bei Denner.

Eine zukunftsweisende Partnerschaft

Denner ist sich seiner ökologischen Verantwortung bewusst und hat den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen in seinen Unternehmensgrundsätzen verankert. Daher ist Denner 2017 eine langfristige Zusammenarbeit mit dem WWF eingegangen, mit dem Ziel, einen bedeutenden Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung in Bezug auf Umwelt und Konsum zu leisten.

Der WWF verfolgt das Ziel, die weltweite Zerstörung der Umwelt zu stoppen und eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur in Harmonie miteinander leben. Zu diesem Zweck setzt sich der WWF dafür ein, die weltweite Biodiversität zu erhalten und die Nutzung natürlicher Ressourcen auf ein nachhaltiges Niveau zu reduzieren.

Denner unterstützt dieses Vorhaben und verpflichtet sich im Rahmen einer Partnerschaft dazu, gemeinsam festgelegte Ziele in der dafür vorgegebenen Zeit zu erreichen. Nebenstehende Ziele aus den Schwerpunkten Umwelt, Sortiment und Mensch wurden definiert.



«Eine nachhaltige und ressourceneffiziente Versorgung mit Alltagsprodukten orientiert sich an den Grenzen der ökologischen Belastbarkeit unseres Planeten. Der WWF freut sich, mit Denner einen weiteren Partner im Lebensmittel-Detailhandel gefunden zu haben, welcher sich seiner Verantwortung bewusst ist und sich zusammen mit dem WWF ehrgeizige Umweltziele gesetzt hat.»

Thomas Vellacott, CEO WWF Schweiz

Verantwortung

Mit dem WWF vereinbarte Umweltziele

Thema	Ziel	Zu erreichen bis ...
Fisch & Meeresfrüchte	Ab 2018 führt Denner nur noch Fisch und Meeresfrüchte aus nachhaltigen Quellen im Sortiment. Bereits heute verzichtet Denner auf den Verkauf vom Aussterben bedrohter Arten.	Ab 2018
	Mindestens 70 Prozent der Fische aus Wildfang sind MSC-zertifiziert und mindestens 47 Prozent der Zuchtfische ASC-zertifiziert. In der Summe sind das 62 Prozent des gesamten Fischsortiments.	Bis 2020
Palmöl	Im gesamten Foodbereich wird nur noch RSPO-zertifiziertes Palmöl der Stufe Segregated eingesetzt.	Bis 2022
	Im Bereich Nearfood (Kosmetik und Waschmittel) wird bis 2020 zu 100 Prozent auf RSPO-zertifiziertes Palmöl gesetzt, welches mindestens die Qualität MassBalanced erfüllt.	Bis 2020
	Bereits heute setzt Denner bei allen Eigenmarken auf 100 Prozent RSPO-zertifiziertes Palmöl.	
Papierprodukte	Schon jetzt erfüllen alle Papierprodukte (WC-Papier, Servietten, etc.) der Denner Eigenmarke die FSC-Kriterien oder sind aus Recyclingmaterial.	
	Bei den Markenartikeln im Sortiment fordert Denner von den Produzenten den gleichen Standard und erreicht mindestens 65 Prozent FSC- oder Recyclinganteil.	Laufend
	Das gesamte Papier im betrieblichen Umfeld (Briefpapier, Drucksachen, etc.) ist zu 100 Prozent Recyclingmaterial.	
Milch- & Fleischersatzprodukte	Denner wird das Angebot an Ersatzprodukten weiter ausbauen, um Kunden, die bewusst auf Fleisch- und Milchprodukte verzichten, mehr Auswahl zu bieten. Ab 2018 sind vier hochwertige Produkte im Standardsortiment verfügbar.	Ab 2018
CO₂-Reduktion	Denner verzichtet bis 2020 auf Produkte, welche per Flugzeug importiert werden. Bis dahin soll der Anteil nicht zu vermeidender Flugtransportware jährlich um 25 Prozent gesenkt werden.	Bis 2020
	Ausarbeitung eines Planes, welcher den CO ₂ -Ausstoss drastisch senken soll. Die definierten Ziele sind 2018 umzusetzen.	2017/2018

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

Nachhaltigkeitsbilanz

Umwelt

	2014	2015	2016
Stromverbrauch (in MWh)	69 688	71 619	72 413
Wärme (in MWh)	13 678	15 491	14 126
CO₂-Ausstoss Brennstoffe Logistik (in Tonnen)	710	811	859
Einsparung CO₂-Brennstoffe Logistik (in Prozent, Basis 2010)	43,9	35,8	32,1
Einsparung CO₂-Kälteanlagen (in Tonnen)	-	-	40
Energieeffizienz Logistik (in Prozent, Basis 2013)	101,4	104,9	109,8
Energieeffizienz Verwaltung (in Prozent, Basis 2013)	100,0	102,9	105,6
Energieverbrauch Filiale (in kWh/m ²)	326	327	320
Ökostrom (in Prozent)	-	-	100,0
Anzahl Filialen umweltfreundlich erreichbar	797	797	809
Warentransport (in km)	8 182 368	8 330 680	8 263 258
Anteil Bahntransport (in km)	-	188 496	775 000
Auslastung Transport-LKW (in Prozent)	98,0	98,0	98,0
Warentransport mit Abgasnorm Euro-6 (in Prozent)	25,0	40,0	50,0
Flugsortiment (Anzahl Artikel)	-	-	4
Gesamte Abfallmenge (in Tonnen)	-	-	20 023
Anteil stoffliche Nutzung (in Tonnen)	-	-	15 800
Recyclingquote (in Prozent)	-	-	78,9
Recycling Verpackungsmaterial (in Tonnen)	14 626	14 705	14 881
Organische Abfälle (in Tonnen)	-	-	734
Foodwaste-Quote (in Prozent)	0,45	0,63	0,59

Sortiment

	2014	2015	2016
Anteil Labelprodukte bei Fisch und Meeresfrüchten	31,0%	56,0%	48,0%
Anteil Fisch und Meeresfrüchte aus nachhaltiger Quelle	-	-	99,5%
Anteil FSC / Recycling Eigenmarken	49,0%	-	76,0%
Anteil FSC / Recycling Markenartikel	-	-	65,0%

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

Mensch

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

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

Herausgeber:

Denner AG, Grubenstrasse 10, 8045 Zürich

Redaktion:

Christopher J. Rohrer (Leiter Nachhaltigkeit), Grazia Grassi (Leiterin Unternehmenskommunikation), Thomas Kaderli (Mediensprecher)

Projektleitung:

Grazia Grassi (Leiterin Unternehmenskommunikation)

Korrektorat: Irène Fasel, Rapperswil**Konzept / Gestaltung / Illustration:**

Isler Tomasi GmbH, Visuelle Kommunikation, Zürich

Fotografie:

Giorgio von Arb (Seiten 18/22/24/30/34/38), Kurt Pfister (Seite 28), iStock (Seite 2/12), Repower (Seite 21), WWF (Seite 40)

Litho: Detail AG, Zürich**Papier:**

Umschlag: Saatgutpapier wunderwerk.frutschy
Inhalt: Rebello FSC, 100 % Altpapier, Fischer Papier



FSC® Recycling

Druck und Bindung:

Käser Druck AG, Stallikon
Renfer Buchbinderei, Dübendorf

ClimatePartner^o
klimaneutral

Druck | ID 11009-1706-1001

Auflage: 400 Exemplare**Veröffentlichung:** Juni 2017**Kontakt:**

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

DENNER
Nachhaltiger als man denkt