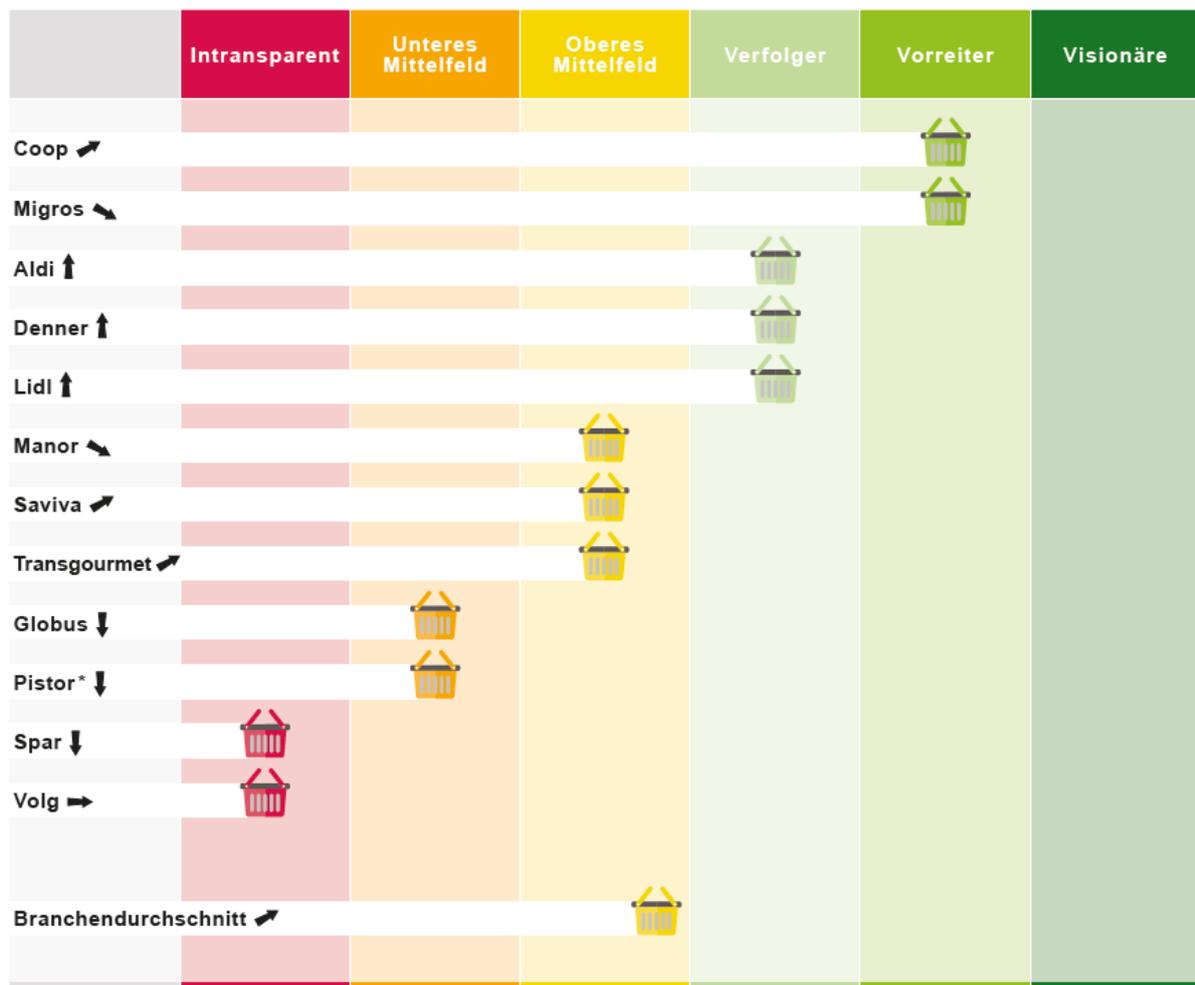




# WWF-Ratingbericht des Gross- und Detailhandels Schweiz, Food und Near-Food

## Management Summary

Der zweite WWF-Ratingbericht Gross- und Detailhandel Food und Near-Food zeigt transparent die Umweltperformance der zwölf grössten Schweizer Händler auf. Die Ergebnisse in Abbildung 1 zeigen, dass die Discounter stark aufgeholt haben und die Branche seit 2015 insgesamt ökologischer wirtschaftet.



↑ Stark ansteigend, ↗ leicht ansteigend, ➡ gleichbleibend, ↘ leicht sinkend, ↓ stark sinkend.

\* Gemäss öffentlich verfügbaren Informationen ist Pistor im unteren Mittelfeld eingeordnet, hat jedoch keine weiteren Daten für das Rating ergänzt.

Abbildung 1: Ergebnisse Rating 2018 mit Trend seit dem Rating 2015

## Aufholjagd der Discounter

Für die grösste positive Veränderung gegenüber 2015 sorgen die drei Discounter Aldi, Denner und Lidl. Sie schaffen den Sprung von der Ratingkategorie «Oberes Mittelfeld» in die Kategorie «Verfolger». Die beiden Schwergewichte Coop und Migros sind als «Vorreiter» auf hohem Niveau stabil und noch unerreicht. Im «Oberen Mittelfeld» sind die Lebensmittelgrosshändler Saviva und Transgourmet etwas besser geworden, Manor verschlechterte seine Umweltperformance leicht. Pistor rutscht eine Ratingkategorie tiefer zu Globus ins «Untere Mittelfeld». Spar verschlechtert sich auch und rutscht zu Volg in die Ratingkategorie «Intransparent».

## Mangelnde Umsetzung in den Sortimenten

Der grösste Handlungsbedarf bei allen Gross- und Detailhändlern besteht in der Verbesserung der Umweltleistung in ihrem Kerngeschäft, dem Sortiment. Zwar haben viele bereits ambitionierte Ziele, doch es mangelt an konkreten Projekten und Prozessen, damit die Umweltbelastungen in den Lieferketten tatsächlich reduziert werden. So fehlt es immer noch an der Verbreitung von glaubwürdigen Labels wie Bio Suisse, MSC, ASC oder FSC. Auch die Transparenz in den Wertschöpfungsketten ist häufig noch gering. Das Datenmanagement - und damit das Wissen über die kritischen Rohstoffe - ist mehrheitlich ungenügend. Das Produkteangebot ist nach wie vor zu wenig ökologisch ausgestaltet.

## Der WWF fordert Taten

Der Schweizer Gross- und Detailhandel trägt als Beschaffer und Anbieter von Food- und Near-Food-Produkten massgeblich dazu bei, dass die Ernährung nach wie vor rund ein Drittel der konsumbedingten Umweltbelastung verursacht. Das vorliegende Rating zeigt, dass immer noch viel Verbesserungsbedarf und auch -potenzial vorhanden ist. Sofortiges Handeln ist nötig, denn die Grundlage für die Herstellung der Produkte der Gross- und Detailhändler – die intakte Natur – ist unter Druck. Der WWF fordert den Schweizer Gross- und Detailhandel auf, Verantwortung zu übernehmen und folgende Massnahmen umzusetzen:

- Ambitionierte Ziele verabschieden, die sich an den Belastbarkeitsgrenzen des Planeten ausrichten.
- Datenmanagement, Transparenz in den Lieferketten sowie das Umweltrisikomanagement massiv verbessern.
- Beschaffungsprojekte umsetzen und umweltfreundlichere Lieferketten aufbauen.
- Den Anteil an Produkten mit glaubwürdigen Labels wie beispielsweise Bio Suisse, MSC, ASC oder FSC massiv erhöhen und das Angebot an Ersatzprodukten für Fleisch- und Milcherzeugnisse ausbauen.
- Konsequentes politisches Engagement für ökologische Anliegen sowie aktive Mitarbeit in Brancheninitiativen.



Thomas Vellacott  
Geschäftsführer WWF Schweiz

**«Die Schweizer Gross- und Detailhändler verbessern ihre Umweltleistung leicht – doch die Natur bleibt weiter unter Druck. Damit wir nicht auf Kosten der künftigen Generationen wirtschaften, braucht es dringend weitere Taten und neue Formen der Zusammenarbeit.»**

## WWF Schweiz

Hohlstrasse 110  
Postfach  
8010 Zürich

Tel.: +41 (0) 44 297 21 21  
Fax: +41 (0) 44 297 21 00  
[www.wwf.ch/kontakt](http://www.wwf.ch/kontakt)  
[www.wwf.ch](http://www.wwf.ch)  
Spenden: PC 80-470-3



### Unser Ziel

Gemeinsam schützen wir die Umwelt und gestalten eine lebenswerte Zukunft für nachkommende Generationen.