

## Migros führt Nachhaltigkeits-Skala auf Produkten ein

**Direkt auf der Verpackung wird neu auf allen Migros-Marken eine Nachhaltigkeits-Skala aufgeführt. Diese bewertet die verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit wie Tierwohl oder Klima mit 1 bis 5 Sternen. Die Kundinnen und Kunden sehen so auf den ersten Blick, ob das Produkt ihren Ansprüchen genügt. Die Migros schafft damit umfassende Transparenz im Thema Nachhaltigkeit.**

«Wir sind nicht 100% nachhaltig. Aber 100% transparent». Unter diesem Motto bewertet die Migros künftig alle Produkte ihrer rund 250 Eigenmarken in den wichtigsten Dimensionen der Nachhaltigkeit. So wird für die Kundinnen und Kunden sofort klar, dass beispielsweise ein M-Classic Poulet im Tierwohl gut abschneidet, im Klima hingegen weniger. Der neue M-Check macht diesen Widerspruch transparent, sagt Marketingchef Matthias Wunderlin: «Auch die negativen Nachhaltigkeitsaspekte eines Produkts verschweigen wir nicht. Damit ermöglichen wir unseren Kundinnen und Kunden einerseits ein selbstbestimmtes Einkaufen, andererseits ist diese vollständige Transparenz auch ein Ansporn für die Migros.»

### Ein Kompass im Nachhaltigkeits-Dschungel

Die Nachhaltigkeits-Skala funktioniert wie eine Hotelbewertung: Wenn das Produkt etwa im Tierwohl fünf Sterne erhält, schneidet es sehr gut ab, wenn es nur einen Stern erhält, gibt es viel Verbesserungspotenzial. Hierfür werden bis zu zehn verschiedene Faktoren beurteilt und bewertet, unter anderem der Auslauf im Freien, die Stallhaltung, der Einsatz von Medikamenten oder der Transport. In die Berechnung beim Klima fliesst die gesamte Ökobilanz des Produkts ein: Vom Anbau über den Einsatz von Wasser und Dünger, bis hin zum Transport und der Verpackung. Die Sterne-Bewertung orientiert sich am gesamten Migros-Sortiment. Ein Stück Rindfleisch erreicht deshalb wegen der hohen Treibhausgasemissionen im Vergleich zu einer Gurke nie mehr als einen Stern im Klima.

«Der WWF begrüsst das Ziel der Migros, mit dem neuen M-Check für die Kundschaft mehr Transparenz im Bereich Nachhaltigkeit zu schaffen. Mit dieser Offenlegung ermöglicht sie Kundinnen und Kunden, bewusster einzukaufen. Denn ein Drittel der konsumbedingten Umweltbelastung in Europa geht auf das Konto unseres Essens», so Thomas Vellacott, Geschäftsführer des WWF Schweiz.

Das Bewertungssystem basiert auf wissenschaftlichen Grundlagen und wurde von renommierten Partnern für die Migros ausgearbeitet. Sämtliche Beurteilungskriterien sind online transparent einsehbar.

## **Bereits über 100 Produkte mit dem neuen M-Check versehen**

Den Auftakt machen in diesen Tagen tierische Produkte wie Fleisch und Milch. Dabei werden die Bereiche Tierwohl und Klima bewertet. Weitere Dimensionen der Nachhaltigkeit kommen später dazu. Bis 2025 werden sämtliche Eigenmarken der Migros – auch im Bereich Non-Food – mit dem neuen M-Check versehen. Dies entspricht rund 80 Prozent des gesamten Migros-Sortiments.

Zürich, 22. März 2021

Bildmaterial können Sie hier downloaden:

[M-Check Poulet](#)

[M-Check Heidi Halbrahm](#)

### **Weitere Informationen:**

Medienstelle MGB, Telefon 058 570 38 38, [media@mgb.ch](mailto:media@mgb.ch)