M 2011

NACHHALTIG

10 Umwelt-schonend mobil
Mit dem richtigen Transport-mittel der Natur Sorge tragen.

12 Gesund werden und bleiben
Wieder fit dank der neuen Migros-Tochter Medbase und den Fitnessparks.

16 Malen nach Zahlen
Mach mit beim Wettbewerb, und gewinne tolle Preise!

MIGROS

Reisen und Nachhaltigkeit

Dafür engagieren wir uns!

We protect children from sex tourism.

myclimate Protect our planet

Travelife Sustainability System

Kinderschutz

Gemäss Schätzungen von Unicef werden jährlich mehr als zwei Millionen minderjährige Mädchen und Knaben zur Prostitution gezwungen. Sexuelle Ausbeutung von Kindern findet an vielen Urlaubsdestinationen in Südostasien, Lateinamerika, Afrika und Osteuropa statt.

Wir verurteilen jede Form von Gewalt an Kindern. Bereits im Jahr 2003 haben wir den Verhaltenskodex zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus unterzeichnet. Damit verpflichten wir uns zur Sensibilisierung und Aufklärung sowohl der Reisenden als auch unserer Mitarbeiter und Partner.

Sexuelle Ausbeutung von Kindern ist ein Verbrechen und weltweit strafbar. Zeigen auch Sie Zivilcourage und melden Sie Anhaltspunkte und Beweise für Verdächtiges Ihrer Reiseleitung – oder dem Schweizer Bundesamt für Polizei: **www.stopchildsextourism.ch**

Klimaneutral reisen

Der Klimawandel zählt zu den zentralen Herausforderungen der heutigen Zeit. Auch das Fliegen verursacht Emissionen, die zur Klimaerwärmung beitragen. Deshalb ist es uns ein grosses Anliegen, unsere Kunden für den Klimaschutz zu sensibilisieren.

Bei Buchungen in den Filialen sowie via Internet bieten wir Ihnen die Möglichkeit, sämtliche Emissionen Ihrer Flüge zu kompensieren. Seit 2006 werden auch alle Flugemissionen unserer Geschäftsreisen kompensiert. Die Kompensationsgelder fliessen über die Schweizer Stiftung Myclimate in ein Klimaschutzprojekt in Brasilien.

Leisten auch Sie einen Beitrag und kompensieren Sie Ihre Flugemissionen:
http://hotelplan-suisse.myclimate.org

Nachhaltige Hotels

Ziel des Nachhaltigkeits-Labels «Travelife» ist es, die Umwelt- und Sozialstandards von Hotels auf der ganzen Welt mit identischen Kriterien zu überprüfen und zu bewerten.

Wenn Sie sich für den Aufenthalt in einem «Travelife»-zertifizierten Hotel entscheiden, können Sie sicher sein, dass dort beispielsweise sparsam mit Wasser und Strom umgegangen wird. Zudem verpflichtet sich das Hotel, allen Mitarbeitenden schriftliche Arbeitsverträge auszustellen, Mindestlöhne zu befolgen und das lokale Gewerbe zu berücksichtigen.

Buchen auch Sie Ihre nächsten Ferien in einer «Travelife»-zertifizierten Unterkunft – Sie unterstützen dabei eine wertvolle Initiative von Hotels und Reiseveranstaltern, welche sich in zahlreichen Ländern und Regionen für insgesamt 100 Nachhaltigkeits-Kriterien einsetzt. Selbstverständlich ist die Wahl eines solchen Hotels für Sie mit keinerlei zusätzlichen Kosten verbunden.

Weitere Informationen: **www.its4travel.com**

Weitere Informationen zu unserem Engagement im Bereich Nachhaltigkeit finden Sie im Internet unter:
www.hotelplan-suisse.ch/nachhaltigkeit
Bei Fragen kontaktieren Sie uns via E-Mail: **nachhaltigkeit@hotelplan.ch**

Hotelplan

Herbert Bolliger
Präsident der
Generaldirektion MGB

LIEBE LESERINNEN UND LESER

Es ist wieder so weit: Sie halten das Sonderheft über das soziale und ökologische Engagement der Migros in der Hand. Die Geschichten darin sind so vielfältig wie die Migros selber. Aber was haben Bambusunterwäsche, Filialbau und Saisongemüse überhaupt mit Sozialem und Ökologie zu tun? Es sind drei Mosaiksteine unserer vielfältigen Aktivitäten für die Gesellschaft und die Umwelt.

Nachhaltigkeit heisst für uns, dass wir den wirtschaftlichen Erfolg stets sozial- und umweltverträglich erzielen. So schauen wir zum Beispiel darauf, dass die Textilien in unseren Läden mit Respekt vor der Umwelt hergestellt werden. Seit Jahrzehnten reduzieren wir den CO_2-Ausstoss und den Stromverbrauch unserer Filialen und fördern die Solarenergie. Bei uns finden Sie auch das grösste Angebot an Saisongemüse und -früchten aus der Schweiz und sogar aus Ihrer Region: genau die richtigen Zutaten für eine ausgewogene und klimafreundliche Ernährung.

Dieses Mal wollten wir mit einer Umfrage auch erfahren, was Sie für die Umwelt tun. Denn nachhaltig und verantwortungsvoll können wir als Unternehmen nur sein, weil Sie als Kundinnen und Kunden, Genossenschafterinnen und Genossenschafter das Engagement mittragen. Deshalb möchte ich mich bei Ihnen herzlich bedanken, dass Sie bei uns Bio- und andere sozial und ökologisch hergestellte Produkte kaufen, Ihre leeren PET-Flaschen in die Filialen zurückbringen und uns immer wieder Vorschläge machen, wie wir uns auch diesbezüglich noch verbessern können.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Lesen!

Herbert Bolliger
Präsident der Generaldirektion
des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB)

IMPRESSUM

Herausgeber
Migros-Genossenschafts-Bund
Limmatstrasse 152
8051 Zürich

Publizistische Leitung
Monica Glisenti

Redaktionelle Leitung
Martina Bosshard, Andrea Schlenker

Texte/Produktion
Martina Bosshard, Alexandra Stark

Konzept & Gestaltung
Bruno Boll, CD,
Nicole Rodoni, Nicole Gut, Grafik

Fotos
Hans-Jörg Walter, David Maupilé,
Patrick Mettraux, Mirko Ries,
Matthieu Rod, Didier Ruef

Illustrationen
Reinhard Blumenschein,
Golden Section Graphics

Fotoredaktion
Tobias Gysi

Druck
Swissprinters Ringier Print
Zofingen AG

Papier
Holzfrei FSC-Mix
Zur CO_2-Kompensation wird
ein Projekt in Indien unterstützt.

Juli 2011

myclimate neutral Drucksache | 01-11-128124 myclimate.org

Die Migros macht viel für die Umwelt und Gesellschaft. Kommen Sie mit uns auf die Reise durch die Welt des Migros-Engagements. Mehr dazu: http://m10.migros.ch/

MIGROS-KULTURPROZENT
Seit 1957 hat die Migros über 3,3 Milliarden Franken in Kultur und Bildung investiert. Beliebt sind die Klubschulen: Pro Jahr besuchen 450 000 Teilnehmende rund 600 verschiedene Kurse. //
Mehr dazu: www.kulturprozent.ch und www.klubschule.ch

18 100% BAMBUS. Wie aus harten Fasern weiche Unterwäsche wird.//

12 GESUND WERDEN & BLEIBEN. Eine Migros-Tochter zeigt, wie.//

8 JETZT REIF! Saisonale Produkte aus der Schweiz regen die Fantasie an.//

28 KLEINE VERÄNDERUNG, GROSSE WIRKUNG. Warum bei Verpackungen weniger oftmals mehr ist.//

10 UMWELTSCHONEND MOBIL. Wir haben es in der Hand, wie sehr wir die Umwelt belasten – besonders bei der Mobilität.//

16 MALEN NACH ZAHLEN. Gewinne 20 Lego-Creator-Blockhäuser!//

SO VIELFÄLTIG IST NACHHALTIGKEIT

NACHHALTIGER FISCH
Als Mitglied der WWF Seafood Group setzt sich die Migros für nachhaltigen Fisch ein. Sie hat gefährdete Sorten aussortiert und ihr Angebot an Bio- und MSC-Fisch ausgebaut.//
Mehr dazu: www.migros.ch/fisch

22
WAS TUN SIE PERSÖNLICH FÜR DIE UMWELT? Wir haben in Stans nachgefragt.//

24
HABEN SIE DAS ZEUG ZUM NACHHALTIGKEITSMANAGER? Machen Sie mit bei unserem Wettbewerb, und gewinnen Sie 10 x 100-Franken-Einkaufsgutscheine!//

30
AND THE AWARD GOES TO … Viel Lob für das Migros-Engagement von unabhängiger Seite.//

26
FILIALEN FÜR DIE ZUKUNFT Kundenfreundlich und umweltschonend in einem.//

BIODIVERSITÄT
Bauern, die für das Label «TerraSuisse» produzieren, sorgen z. B. mit kleinen Brachen auf den Feldern dafür, dass Feldlerchen wieder einen Platz für ihr Nest finden.//
Mehr dazu: www.migros.ch/terrasuisse

6
DREI GENERATIONEN, EIN ARBEITGEBER. Eine Migros-Familiengeschichte aus dem Wallis.//

BAHNTRANSPORT
Die Migros ist die grösste Kundin von SBB-Cargo. Und seit 50 Jahren wird Aproz-Mineralwasser umweltschonend per Bahn transportiert.//
Mehr dazu: www.migros.ch/aproz

DREI GENERATIONEN, EIN ARBEITGEBER

Seit 50 Jahren ist die Familie Bovier aus Martigny mit der Migros verbunden. Othmar begann 1961 als Metzger, Sohn Claude-Alain trat in seine Fussstapfen. Enkel David bewahrt das Migros-Gen, nimmt aber Abstand vom Fleisch – der Vegetarier interessiert sich für die Ladengestaltung.//

Bei sonntäglichen Treffen der Walliser Familie Bovier drehen sich die Gespräche oft um die Migros. Kein Wunder: Seit drei Generation arbeiten die Boviers bei der Migros. Grossvater Othmar hat sein Arbeitsleben ganz dem Fleisch gewidmet. Schon als Kind war der heute 77-Jährige fasziniert vom Schlachten. «Ich erfuhr immer, wann in unserem Dorf ein Tier geschlachtet wurde, und weil ich unbedingt dabei sein wollte, verpasste ich oft die Schule», erzählt er.

Später begann er eine Lehre als Metzger. Die Ausbildung war hart. «Wir kochten oft bis Mitternacht Würste, während der Patron in der Beiz nebenan sein Abendbrot ass», erinnert sich Othmar Bovier. 1961 erhielt er eine Stelle bei der Migros Wallis. Zuerst baute er den Metzgereibereich an verschiedenen Standorten auf. Später war er dafür verantwortlich, dass Zahlen und Sortiment der Fleischtheken stimmten. Für seine Arbeit war er viel zwischen Martigny, Sion, Montana und Zermatt unterwegs. Seine Heimat kennt er deshalb gut. Die Arbeit war für ihn immer mehr als nur Job: «Wir hatten enorm lange Arbeitstage, haben aber auch oft zusammen gefeiert.»

Die Strassen seiner bergigen Heimat lernte auch Othmar Boviers Sohn Claude-Alain dank der Migros gut kennen. Als Jugendlicher fuhr der heute 50-Jährige 1974 während der Sommerferien mit dem Verkaufswagen durch die Dörfer. «Meine Aufgabe war es, die Einkaufstaschen der Hausfrauen mit den gewünschten Artikeln zu füllen», erinnert sich Claude-Alain Bovier. Die Lehre machte er wie sein Vater in einer Metzgerei, wechselte danach aber bald zur Migros. «Ich sah hier für mich die besten Karrierechancen», erklärt er. Zuerst arbeitete er im Rayon Fleisch in verschiedenen Filialen. Dort lernte er seinen Vater als Vorgesetzten kennen. «Er konnte sehr wütend werden – auch mit mir!» Trotzdem findet Claude-Alain, der berufliche Kontakt habe sie auch privat näher gebracht. Heute ist Claude-Alain Bovier als Fleischeinkäufer tätig.

> //Der berufliche Kontakt hat uns auch privat näher gebracht.//

Als die Migros Wallis 1980 ihr 25-Jahr-Jubiläum feierte, war David Bovier noch nicht geboren. Er ist aber froh, dass damals eine Feier stattgefunden hat, denn dort lernten sich seine Eltern kennen. Eigentlich träumte der 26-Jährige davon, Tierarzt zu werden. «Dauernd schleppte er neue Tiere an», erinnert sich sein Grossvater Othmar. «Vögel, Kaninchen, Schildkröten und einmal sogar eine Ziege!» In der Schulzeit verdiente David sein erstes Geld als Aushilfe in einer Migros-Filiale. Auch während des Studiums leistete er hier immer wieder Einsätze. Das Pensum wurde, ohne dass das so geplant war, immer grösser, und die Aufgaben wurden spannender – bis David schliesslich ganz bei der Migros einstieg.

Um die Fleischtheke macht er anders als sein Vater und Grossvater allerdings einen weiten Bogen. David ist überzeugter Vegetarier und begeistert sich für die Ladengestaltung. Oft wird er am Arbeitsplatz auf seinen Vater und Grossvater angesprochen. Dies stört ihn aber überhaupt nicht: «Bei uns im Wallis weiss sowieso jeder, wer zu welcher Familie gehört.»

Wie schon sein Vater und Grossvater landete David Bovier (26) bei der Migros. Eigentlich wollte er Tierarzt werden.

Der stolze Begründer der Bovier-Migros-Dynastie: Vor 50 Jahren trat Othmar Bovier (77) seinen Job bei der Migros an.

Trat in die Fussstapfen seines Vaters: Seit Abschluss der Lehre arbeitet Claude-Alain Bovier (50) bei der Migros.

// Der Arbeitgeber blieb in der Familie: Grossvater Othmar ist heute pensioniert und verbringt seine Zeit beim Fischen oder im Grünen, sein Sohn Claude-Alain arbeitet bei der Migros Wallis als Fleischeinkäufer, Enkel David in der Ladengestaltung.

JETZT REIF!

Saisonale Produkte aus der Schweiz oder sogar aus Ihrer Region schonen die Umwelt am meisten. Nie ist die Vielfalt in der Früchte- und Gemüseabteilung so gross wie jetzt im Sommer. Der Fantasie sind also keine Grenzen gesetzt...! Inspiration gibt es unter: www.saison.ch//

MGB www.migros.ch JUNG&MATT/Limmat

Die Natur weiss, was gut ist.

Deshalb produziert sie für uns täglich frische Produkte wie Bio-Tomaten. Dies ist nur eines von über 1000 Migros Bio-Produkten. Infos auf www.migros.ch/bio

MIGROS BIO

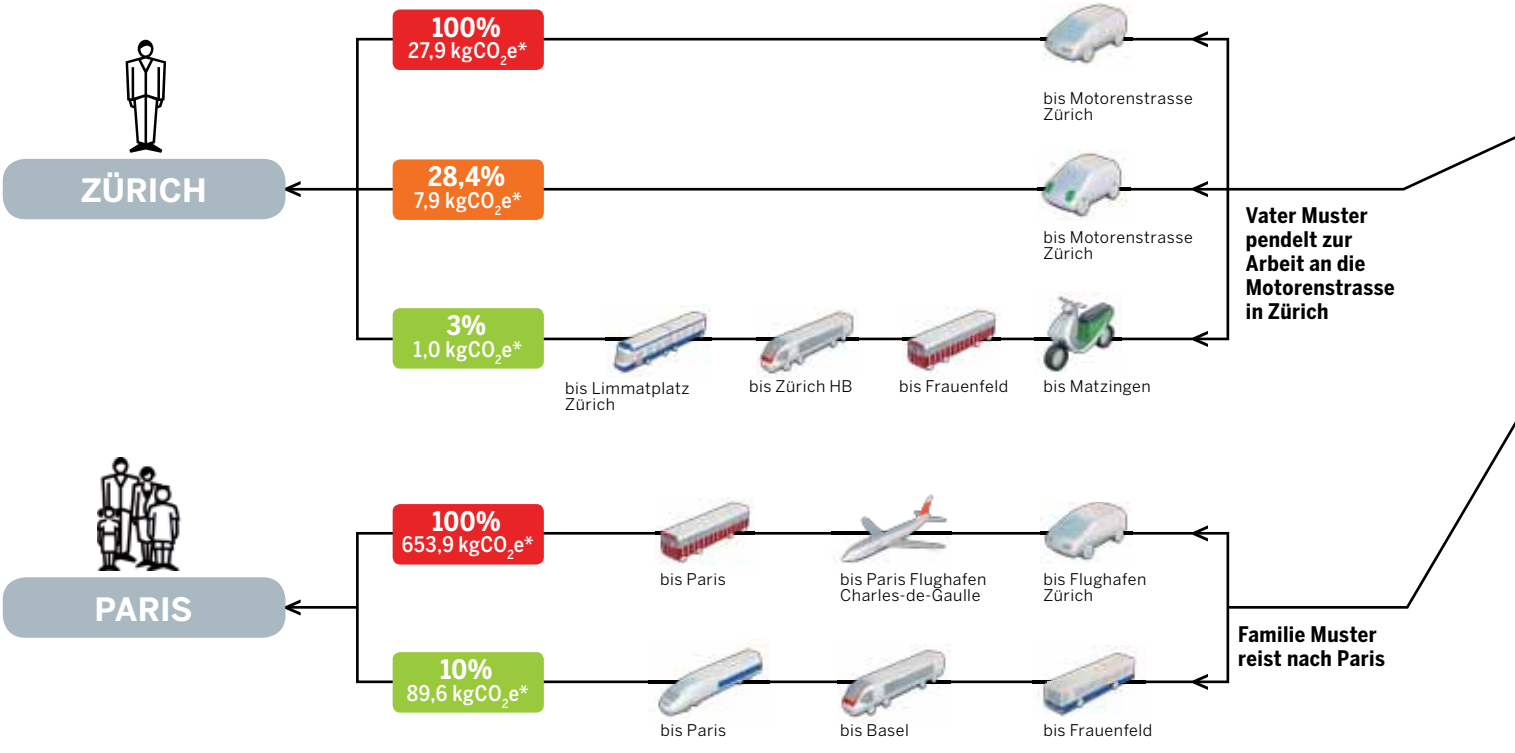
MIGROS

Ein M besser.

UMWELTSCHONEND MOBIL

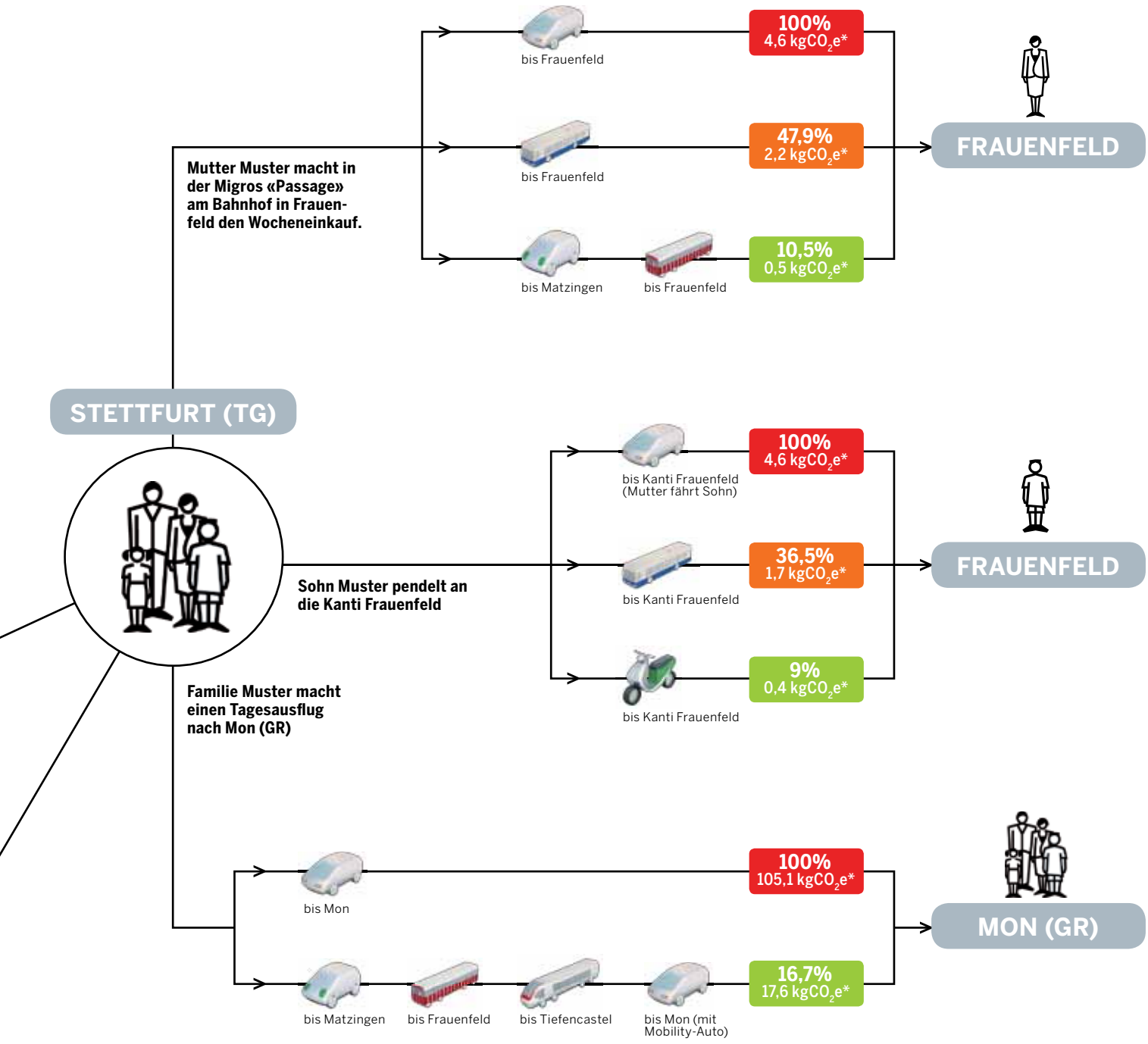
Mobilität belastet die Umwelt. Aber es gibt grosse Unterschiede: Indem wir gezielt wählen, mit welchem Transportmittel wir uns fortbewegen, können wir viel bewirken.

Familie Muster wohnt in Stettfurt, einem beschaulichen Dorf im Kanton Thurgau. Die Autobahn A1 ist nicht weit, das 1100-Seelen-Dorf ist eher schlecht als recht an den öffentlichen Verkehr angebunden. Ein Postauto fährt nach Frauenfeld. Im Nachbardorf Matzingen hält das Wiler-Bähnli, das Reisende bis Frauenfeld bringt. Ohne Auto ist das Leben, wie in vielen Dörfern der Schweiz, umständlich. Dennoch: Zum Benzinauto gibt es Alternativen. Seit Oktober 2010 verkauft die Migros unter dem Namen «m-way» E-Bikes, Elektroroller, -motorräder sowie Elektroautos. Die machen nicht nur Spass, sondern entlasten auch die Umwelt, wie das Beispiel von Familie Muster deutlich zeigt:



SO LESEN SIE DIE GRAFIK:

Vater Muster pendelt nach Zürich (s. Grafik oben links). Er belastet die Umwelt am meisten, wenn er mit dem benzinbetriebenen Auto fährt (roter Balken, 100%, 27,9 kg CO_2e). Mit einem Elektroauto würde sich der CO_2-Ausstoss auf unter ein Drittel reduzieren (oranger Balken). Unschlagbar sind Electroscooter, Wiler-Bähnli, SBB und Tram, denn hier ist der CO_2-Ausstoss 33 Mal tiefer als mit dem benzinbetriebenen Auto (grüner Balken).



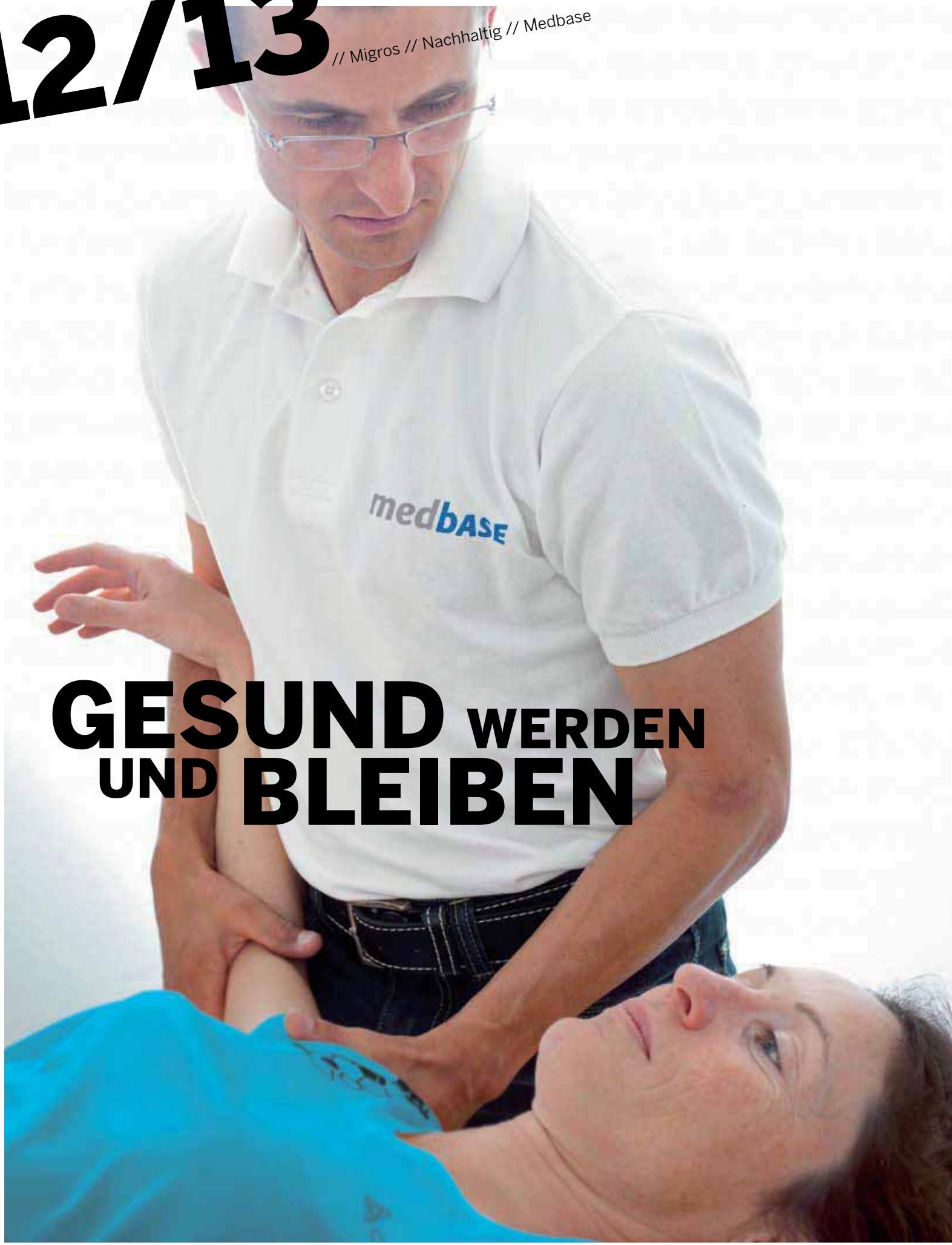
*Das CO_2-Äquivalent (CO_2e) gibt an, wie viel eine festgelegte Menge eines Treibhausgases zum Treibhauseffekt beiträgt. Als Vergleichswert dient Kohlendioxid (CO_2).

myclimate Protect our planet
Berechnungen von myclimate

DIE MIGROS MACHT MOBIL

Mobilität war für die Migros schon immer wichtig. Ging es in den 1950er-Jahren noch um den Zugang zu billigem Benzin, steht heute schadstoffarme Mobilität im Vordergrund. Dabei setzt die Migros auf mit Ökostrom betriebene und damit klimafreundliche Fahrzeuge sowie auf Partnerschaften zum Beispiel mit dem Car-sharing-Anbieter Mobility oder der SBB. Denn Mobilität, da ist man sich bei der Migros sicher, verändert sich: weg vom Auto, hin zu einem Mix von Transportmitteln.

m-way. Das richtige Fahrzeug für den richtigen Moment: Seit 2010 verkauft die Migros unter dem Namen «m-way» Fahrzeuge, die elektrisch betrieben sind: von E-Bikes über Elektroroller und -motorrädern bis zu Elektroautos. «m-way» ist weit mehr als ein Fahrzeughändler. Es ist das Kompetenz- und Dienstleistungszentrum für umweltfreundliche Mobilität und bietet alles zum Thema Fahrzeuge, Finanzierung und Versicherungen sowie Service und Wartung. Mehr dazu: m-way.ch



GESUND WERDEN UND BLEIBEN

Wer krank ist, geht zum Arzt. Wer gesund werden und es bleiben will, zu Medbase, dem jüngsten Migros-Engagement im Gesundheitsbereich. Wie Suzanne Thörig. Die 42-Jährige hat ihre schwere Schulterverletzung von vor drei Jahren überwunden und trainiert wieder intensiv. Ihr nächstes Ziel: der Triathlon in Locarno.//

Winterthur, gleich hinter dem Bahnhof. Im Migros-Fitnesspark schwitzen an diesem Donnerstagnachmittag nur wenige. Zu schön ist das Wetter. Eine von jenen, die trotzdem am Trainingsplan festhalten, ist Suzanne Thörig. Die 42-Jährige trainiert, als ob nie etwas gewesen wäre. Dabei ist sie vor drei Jahren, kurz nachdem sie ihre langjährige Motocrosskarriere an den Nagel gehängt hatte, vom Velo gestürzt und musste sich an der Schulter operieren lassen. «Dass ich wieder voll fit bin, verdanke ich meinem Willen. Und Medbase», sagt sie.

Medbase ist keine Wunderpille, sondern ein Gesundheitsdienstleister, an dem die Migros seit Ende 2010 beteiligt ist und der sieben Gesundheitszentren in unmittelbarer Nachbarschaft zu Migros-Fitnesszentren betreibt (siehe Box). Medbase steht für einen neuen Behandlungsansatz: «Früher behandelte man Patienten vor allem, um die Folgen einer Krankheit oder eines Unfalls zu beheben», erklärt Rolf Bossert, Geschäftsleiter von Medbase Winterthur und selber Physiotherapeut. «Heute überlegen wir uns, was wir tun können, damit es erstens nicht so weit kommt und zweitens Rückfällen vorgebeugt werden kann.» Ein wichtiges Standbein von Medbase ist deshalb die Gesundheitsvorsorge. Was idealerweise mit einem Check-up im Gesundheitszentrum beginnt, wird unter anderem in den Bereichen Bewegung und Entspannung im Fitnesspark gleich nebenan umgesetzt.

Werden Leute dennoch krank oder verunfallen, so wie Suzanne Thörig, unterstützt Medbase sie mit ihrem interdisziplinären Team aus Ärzten, Physiotherapeuten, Ernährungsberaterinnen, Osteopathen und Spezialisten in traditioneller chinesischer Medizin, medizinischen Masseuren sowie Sportlehrern. «Damit sie schnell gesund werden und es auch bleiben», sagt Bossert. Um das zu erreichen, arbeitet das Team von Medbase Tür an Tür intensiv mit dem Fitnesspark der Migros zusammen. «Wir haben das Wissen und die Erfahrung im medizinischen Bereich. Die Migros verfügt über eine ausgezeichnete Infrastruktur und Fachkenntnis in den Bereichen Fitness und Wellness. Wir ergänzen uns perfekt.»

AUF DIE BEDÜRFNISSE ZUGESCHNITTEN

Es war genau diese Kombination, die Suzanne Thörig überzeugte. Nicht nur, weil die Therapeuten auf die gesamte Infrastruktur im Fitnesszentrum zugreifen und damit eine viel grössere Palette an Übungen anbieten können als in normalen Praxen. «Ich wollte auch während der Therapie mein Fitnesslevel halten können und dort, wo meine Schulter nicht betroffen war, weiter auf meinem Niveau trainieren», erzählt sie.

«Unser Ziel ist es, unsere Patienten zu ihrer ursprünglichen Lebensqualität zurückzuführen oder gar noch ein wenig darüber hinaus», erklärt Rolf Bossert. «Wir wollen auch zeigen, was sie langfristig tun können für Gesundheit und Wohlbefinden, etwa durch regelmässige Bewegung und Entspannung im Fitnesszentrum. Damit die Aktivitäten gut auf die Bedürfnisse des einzelnen Patienten abgestimmt sind, arbeiten wir Hand in Hand mit den Fachleuten des Fitnessparks zusammen.»

Auch in Bezug auf Suzanne Thörig tauschten sich der Physiotherapeut und der für sie zuständige Trainer im Fitnesszentrum von Beginn weg regelmässig aus. «Wenn ich merkte, dass mir Übungen nicht guttun, schauten wir das alle zusammen an und passten das Training an.» Selbst als dann nach einem Jahr die Therapiephase abgeschlossen war und Suzanne Thörig nur noch im Fitnesszentrum trainierte, brach der Kontakt zum Physiotherapeuten nicht ab. «Weil die ja im Zentrum arbeiten, läuft man sich immer wieder über den Weg. Es ist gut zu wissen, dass ich immer schnell fragen kann, wenn ich das Gefühl habe, etwas läuft nicht so gut.»

Führt diese massgeschneiderte Therapie nicht zu viel höheren Kosten für das sonst schon so stark belastete Gesundheitswesen? «Nein», sagt Rolf Bossert, der selber Physiotherapeut ist und Medbase mitbegründet hat. Die Krankenkassen und Unfallversicherungen vergüten Medbase im Rahmen ärztlich verordneter Therapien keine überdurchschnittlichen Behandlungskosten. «Wir bieten nicht mehr Leistung, sondern optimale, auf die Bedürfnisse der Patienten zugeschnittene Angebote in einem anspornenden Umfeld», sagt Bossert. «Das führt zu sehr guten und vor allem nachhaltigen Resultaten. Dies nicht zuletzt, weil bei unserem Ansatz die Motivation der Patienten, selber etwas zu tun, höher ist. Von der Förderung der Selbstverantwortung ist Medbase überzeugt.»

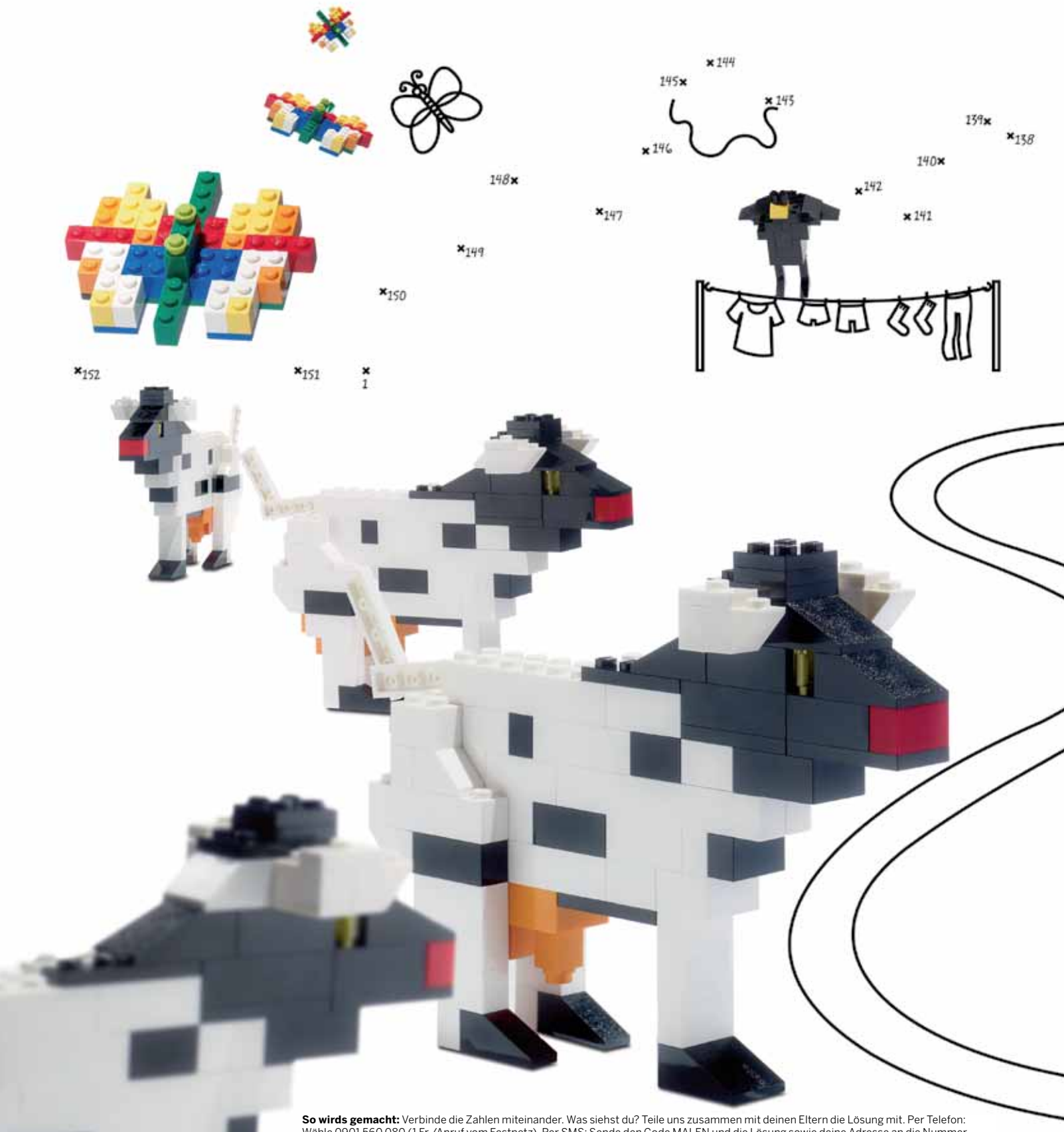
WISSEN UND ERFAHRUNG

Wie bei Suzanne Thörig. Heute, drei Jahre nach ihrem Unfall, hat sie in der Schulter wieder die volle Belastbarkeit. Das ist wichtig, denn sie trainiert für einen nächsten Triathlon. Dass sie es so weit geschafft hat, macht sie stolz: «Nach der Operation war nicht klar, ob ich das schaffen würde. Hätte ich nur das gemacht, was der Arzt mir verschrieben hat, könnte ich meinen Arm zwar gut bewegen, aber nicht mehr so wie früher. Doch das reicht mir nicht.»//

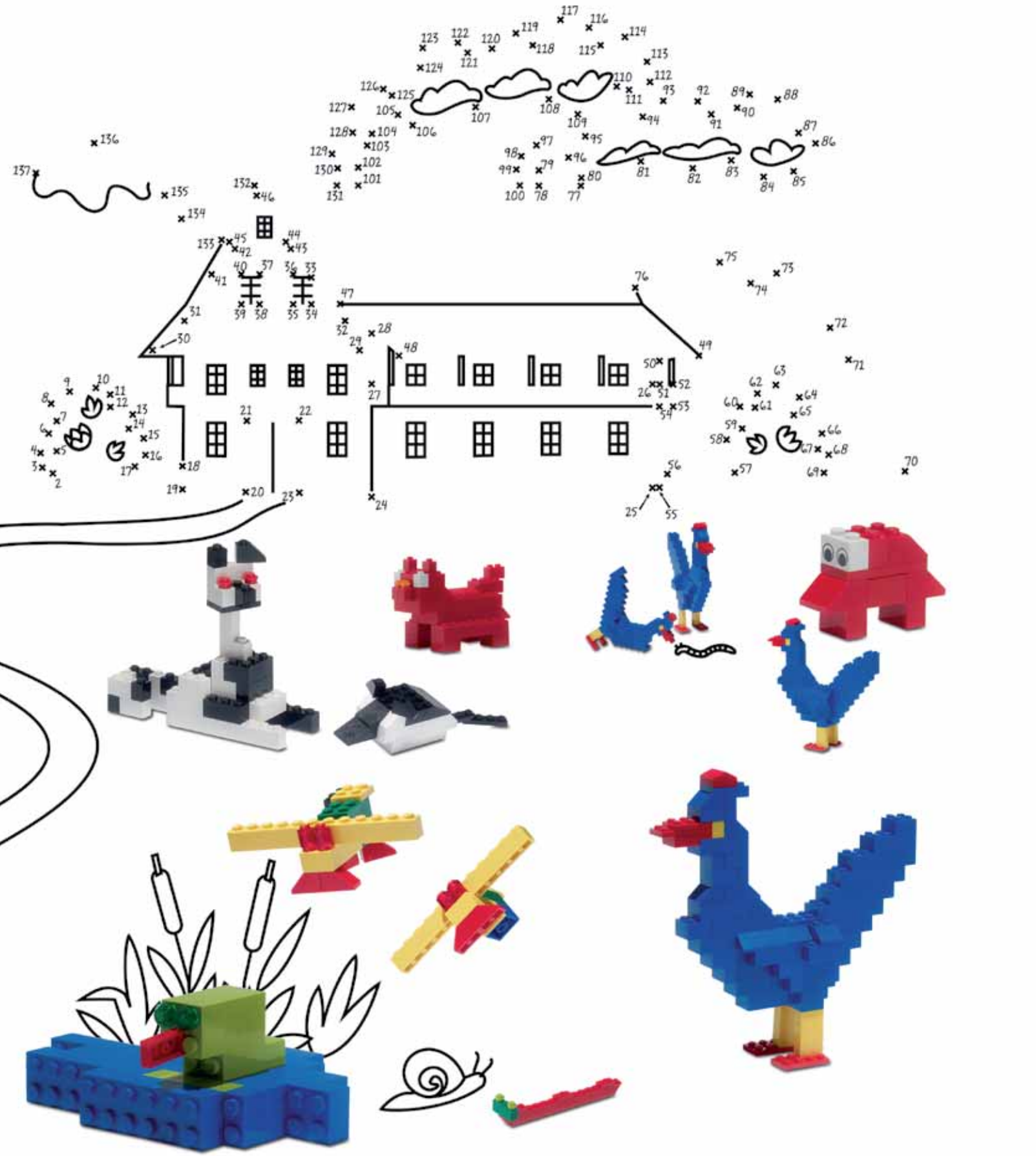
Dass sich Suzanne Thörig so gut von ihrem Unfall erholt hat, verdankt sie der engen Zusammenarbeit ihres Therapeuten Rolf Bossert von Medbase mit dem Personal Trainer Marco Huser vom Migros-Fitnesspark.//

MEDBASE UND MIGROS

«Täglich besser leben» – diesem Grundsatz verpflichtet sich die Migros. Weil Leben mehr als gesund Essen ist, hat sie sich im Dezember 2010 am Gesundheitsdienstleister Medbase beteiligt. Neben Winterthur gibt es noch 6 weitere Medbase-Gesundheitszentren: in Bern, Greifensee, Olten, St. Gallen, Zürich-Münstergasse und Zug. Mehr dazu: www.medbase.ch

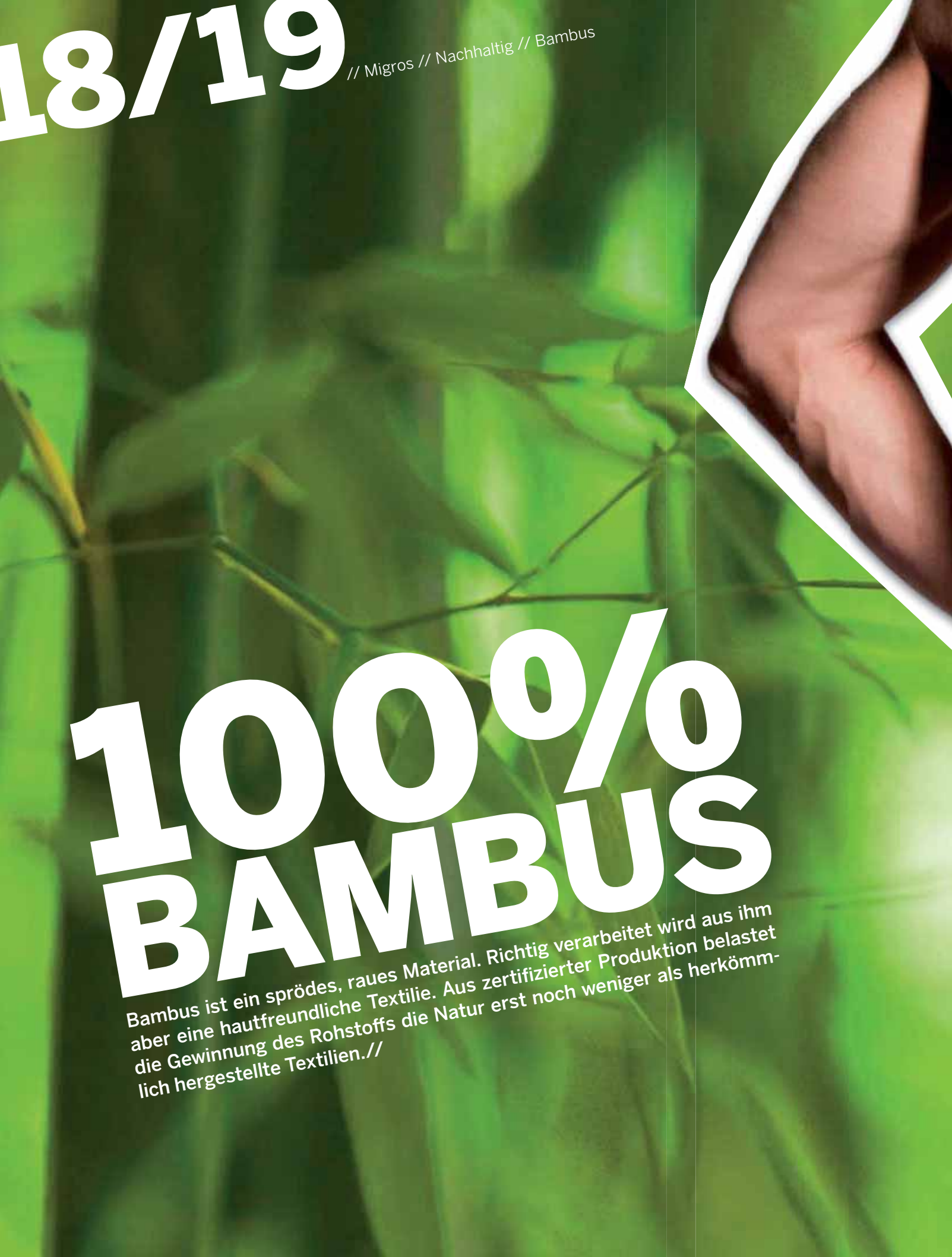


So wirds gemacht: Verbinde die Zahlen miteinander. Was siehst du? Teile uns zusammen mit deinen Eltern die Lösung mit. Per Telefon: Wähle 0901 560 080 (1 Fr./Anruf vom Festnetz). Per SMS: Sende den Code MALEN und die Lösung sowie deine Adresse an die Nummer 920 (1 Fr./SMS). Per Internet: www.migrosmagazin.ch/gluecksgriff. **Einsendeschluss** ist der 31. August 2011. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Keine Barauszahlung. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Über die Verlosung wird keine Korrespondenz geführt.



Malen nach Zahlen

Mach mit beim Wettbewerb, und gewinne 20 Lego-Creator-Blockhäuser!



100% BAMBUS

Bambus ist ein sprödes, raues Material. Richtig verarbeitet wird aus ihm aber eine hautfreundliche Textilie. Aus zertifizierter Produktion belastet die Gewinnung des Rohstoffs die Natur erst noch weniger als herkömmlich hergestellte Textilien.//

FSC engagiert sich weltweit für die nachhaltige Nutzung der Wälder.

Bambus-Unterwäsche ist ab Ende August in den grösseren Migros-Filialen erhältlich.

Unterwäsche aus Bambus? Warum nicht? Bambus ist ein Riesengras, aus dem Zellulose gewonnen werden kann. Bambus wächst schnell nach, ohne jeglichen Einsatz von Pestiziden oder Düngemittel. Über einer Milliarde Menschen, hauptsächlich in Asien, bietet die vielseitige Pflanze eine Lebensgrundlage: Sie bauen damit ihre Häuser und heizen sie. Bambus landet sogar auf dem Teller.

Zwar hat die chinesische Regierung das Abholzen von Bambuswäldern zu kommerziellen Zwecken schon 1998 verboten. Dennoch werden Bambuswälder weiter gerodet, vor allem um neues Ackerland zu gewinnen. «Das verändert nicht nur Ökosysteme ganzer Regionen, sondern gefährdet auch den grossen Panda, der in diesen Wäldern seine Heimat hat», sagt Simone Stammbach vom WWF. «Bambus ist ein sehr vielseitiger Rohstoff. Bambusprodukte, die aus umwelt- und sozialverträglicher Waldnutzung gemäss den Kriterien des FSC stammen und schonend verarbeitet werden, haben das Potenzial für einen neuen, grünen Trend.»

Das sieht man auch bei der Migros so, die seit vielen Jahren eng mit dem WWF zusammenarbeitet, um ihr Sortiment noch umweltfreundlicher zu gestalten. Für die neue Bambustextil-Linie setzt die Migros deshalb auf nachhaltig angebauten Bambus und bezieht die Textilien von Crestyle aus Rotkreuz im Kanton Zug. Crestyle hat als erstes Unternehmen weltweit den Rohstoff durch den Forest Stewarship Council (FSC) zertifizieren lassen, eine gemeinnützige, vom WWF mitgegründete internationale Organisation. Das Label «FSC» steht für Holz- und Papierprodukte, die nach umwelt- und sozialverträglichen Kriterien gewonnen werden.

Hohe Anforderungen stellt die Migros aber nicht nur an den Anbau, sondern auch an die Weiterverarbeitung. Neben der Einhaltung sozialer Standards, die für alle Lieferanten gelten, hat sie vor 15 Jahren «Eco» entwickelt, einen Standard, der den ganzen Produktionsprozess bei Textilien abdeckt und der für ökologisch einwandfreie Produktion und sichere und gesunde Arbeitsplätze steht (siehe rechts). Beim Bambus heisst das: In einem modernen Betrieb wird in China mit einem energie- und wassersparenden Verfahren aus dem Bambus Zellulose gewonnen. Diese Zellulose wird nach Portugal geliefert, wo sie zu Garn und zu Gewebe weiterverarbeitet wird, bevor im Nähbetrieb dann zum Beispiel Unterwäsche daraus wird.

Unterwäsche aus Bambus? Aber sicher! Sie bietet nicht nur hohen Komfort, sondern ist auch nachhaltig, ökologisch und sozialverträglich.//

KLARHEIT AUF EINEN BLICK
Die Migros setzt sich für Mensch, Tier und Natur ein. Dieses Engagement spiegelt sich direkt im Sortiment wider. Die nachhaltigen Label machen auf einen Blick klar, welche Produkte besonders umweltschonend, tierfreundlich oder sozialverträglich produziert werden.//
www.migros.ch/nachhaltige_labels

MIGROS BIO
bedeutet nachhaltige Landwirtschaft. Die Produzenten arbeiten in Kreisläufen mit der Natur, verwenden nur natürliche Hilfsmittel, und sämtliche Tiere haben regelmässigen Auslauf ins Freie.//

AUS DER REGION. FÜR DIE REGION.
Das Label unterstützt lokale Produzenten und steht für authentische Produktion.//

TERRASUISSE
steht für eine naturnahe Schweizer Landwirtschaft: mit tierfreundlicher Haltung, minimalem Einsatz von Dünger und Spritzmitteln sowie der Schaffung von Lebensräumen für seltene Pflanzen und Wildtiere.//

MAX HAVELAAR
setzt sich weltweit für fairen Handel und die Stärkung von Kleinbauern und Plantagenarbeiterinnen in der südlichen Hemisphäre ein.//

INNOVATIVES ENGAGEMENT FÜR NACHHALTIGE TEXTILIEN

Anbau Seit 2001 fördert die Migros als Pionierin und Partnerin der Entwicklungsorganisation Helvetas den Anbau von Biobaumwolle, seit 2009 bietet sie auch Biobaumwolltextilien mit dem Max-Havelaar-Gütesiegel an. 2011 erweitert sie ihr Sortiment um die weltweit erste Bambustextilie, die mit dem FSC-Label für nachhaltige Bewirtschaftung der Ressource ausgezeichnet ist.

Verarbeitung Vor 15 Jahren hat die Migros damit begonnen, Textilien so herstellen zu lassen, dass die Umwelt weniger belastet wird. Mittlerweile werden 73 Prozent aller Textilien nach dem Eco-Standard hergestellt. «Eco» steht für ökologisch einwandfreie Produktion sowie sichere und gesunde Arbeitsplätze. Umweltbelastende Prozesse und Substanzen sind nicht erlaubt. Die Prozesse werden laufend verbessert, jeder Arbeitsschritt, von der Spinnerei bis zum fertigen Produkt, wird kontrolliert.//

MSC
zeichnet Fische und Meeresfrüchte aus zertifizierter nachhaltiger Wildfangfischerei aus. Fischbestände brauchen Zeit, um sich zu erholen.//

TOPTEN
zeichnet besonders energieeffiziente Produkte aus.//

APPROVED BY CLIMATOP
deklariert die klimafreundlichsten Produkte im Migros-Sortiment. Zu diesem Zweck überprüft die unabhängige Organisation climatop den ganzen Produktlebenszyklus auf die Klimabelastung.//

FSC
engagiert sich weltweit für die nachhaltige Nutzung der Wälder.//

BIOBAUMWOLLE
wird mit Rücksicht auf Mensch und Umwelt angebaut. Schädlinge beispielsweise werden mit natürlichen Methoden bekämpft. So bleibt der Boden langfristig fruchtbar, das Grundwasser sauber und der Mensch gesund.//

Metin Özer, 28, Chef de Service, und sein Sohn Yusuf Miran (5 Monate) aus Stans
//Wir haben kein Auto, und zu Hause haben wir alle Glühbirnen durch Stromsparlampen ersetzt.//

Laura Schleiss, 14, Schülerin aus Engelberg
//Beim Zähneputzen stelle ich immer das Wasser ab.//

Lea Inderbitzin, 15, Schülerin aus Engelberg
//Ich schalte das Licht aus, wenn ich aus dem Zimmer gehe.//

Esther Puebla, 52, Detailhandelsassistentin aus Büren
//Wir haben beim Heizen auf umweltfreundlicheres Öl umgestellt. Das ist zwar teurer, aber wenn man etwas für die Natur tun kann, dann soll man das machen.//

Sandra Zimmermann, 28, Sekundarlehrerin aus Stans
//Dieses Velo habe ich ganz neu, ich habe es secondhand gekauft. Damit gehe ich jetzt einkaufen!//

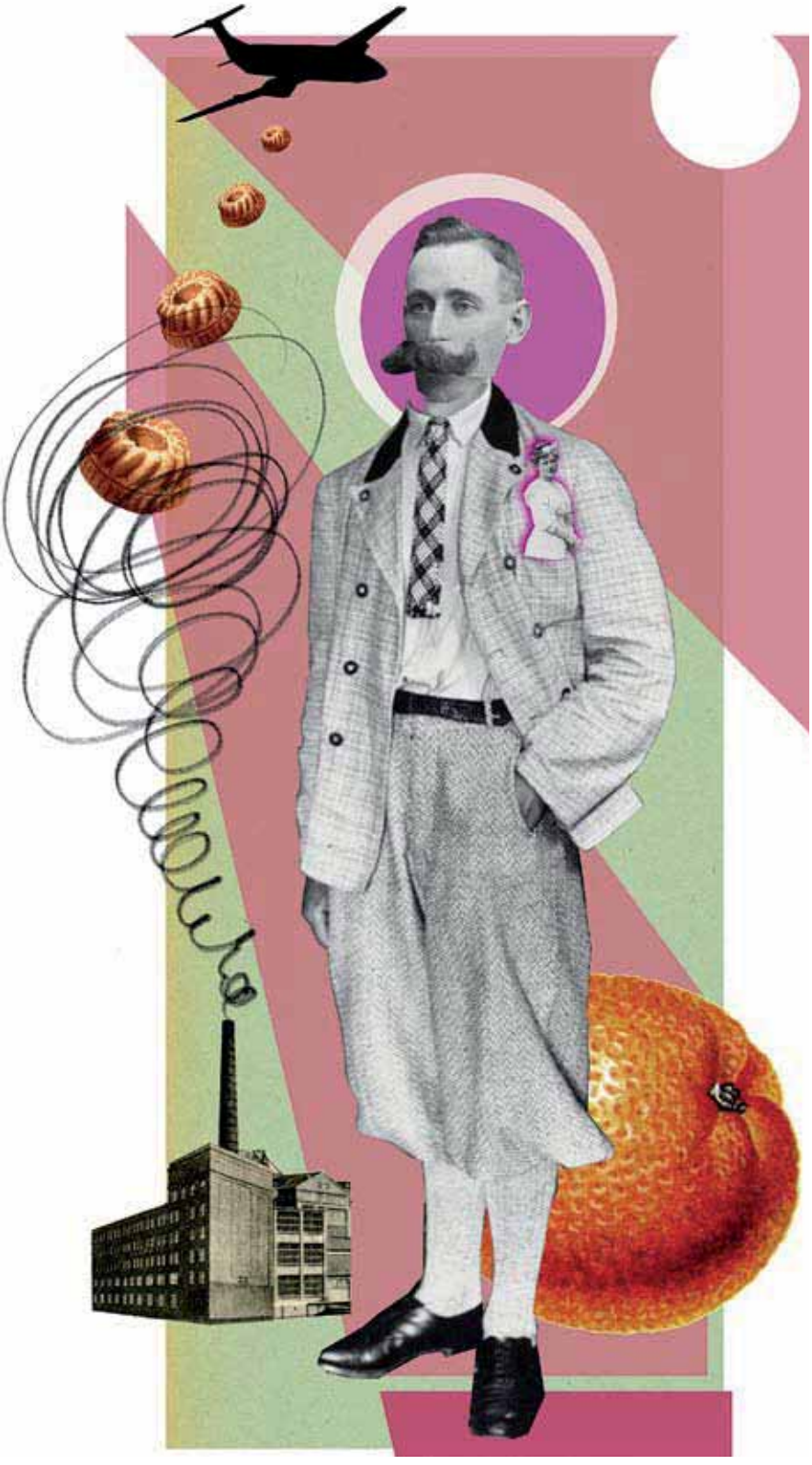
Andreas Slanzi, 28, Verkäufer aus Stans
//Ich kaufe saisonale Früchte – wenn ich denn einmal welche kaufe!//

Alois Zürcher, 86, pensionierter Lehrer aus Stans
//Ich war 40 Jahre lang Lehrer und habe allen meinen Schülern immer gesagt, sie sollen der Natur Sorge tragen.//

Rudy Kayser, 17, Elektroniker-Lehrling, Oberdorf
//Ich kaufe so ein, dass Abfall erst gar nicht entsteht.//

WAS TUN SIE FÜR DIE UMWELT?

Die Migros, das zeigt dieses Heft, tut viel für die Umwelt. Nachhaltigkeit ist für die Migros kein Modethema: Sie lebt ökologische, aber auch soziale Grundwerte seit Jahrzehnten und baut ihr Engagement kontinuierlich aus. Die Migros kann zwar viel erreichen, aber ohne das tatkräftige Engagement der Kundinnen und Kunden geht es nicht. Was tun sie für die Umwelt? Wir sind in den Länderpark Stans gegangen und haben uns dort an einem Samstagnachmittag umgehört.//



HABEN SIE DAS ZEUG ZUM MIGROS-NACHHALTIGKEITS-MANAGER?

Wer sich bei der Migros mit Nachhaltigkeit befasst, braucht ein breites Wissen. Haben Sie es? Gewinnen Sie 10 Migros-Gutscheine im Wert von 100 Franken!//

1 MEIN ANGEBOT GESTALTE ICH SO,

// dass die Kunden bei mir die energieeffizientesten Produkte finden; [C]
// dass der Kunde möglichst viel Kalorien für sein Geld erhält; [D]
// dass die Produkte farblich abgestimmt sind. [E]

2 BEIM VERKAUF VON FRÜCHTEN UND GEMÜSE IST MIR WICHTIG,

// möglichst viele regionale und saisonale Produkte anzubieten; [H]
// dass keine Erde an den Produkten klebt; [A]
// dass die Ware aus sonnigen Regionen wie Afrika und Südamerika kommt. [X]

3 MEINE EINKAUFSZENTREN BAUE ICH GERN

// mit Flatscreens für Comics auf allen Etagen, damit Kinder sich bei uns nicht langweilen; [G]
// mit Indoor-Eisfeld, damit der Hockey-Nachwuchs auch im Sommer trainieren kann; [W]
// mit Solaranlage, damit ein Teil der benötigten Energie vor Ort hergestellt werden kann. [E]

4 ICH ACHTE DARAUF, DASS

// in meinem Unternehmen Frauen die gleichen Chancen und Löhne bekommen wie Männer; [F]
// nur die Geschäftsleitung mehr verdient als ich; [I]
// ausschliesslich Schweizer eingestellt werden. [U]

5 DIE MIGROS-WAREN TRANSPORTIERE ICH VORZUGSWEISE PER

// Flugzeug; [?]
// Bahn; [!]
// Offroader. [:]

Finden Sie die richtige Antwort, und tragen Sie den dazugehörigen Buchstaben (am Ende der Antwort in eckigen Klammern) in die Felder unten ein (Antwort zu Frage 1 ins Feld 1 usw.).

Lösungswort

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Teilen Sie uns das Lösungswort mit.
Per Telefon: Wählen Sie 0901 560 065 (1 Fr./Anruf vom Festnetz).
Per SMS: Senden Sie WETTBEWERB und das Lösungswort sowie Ihre Adresse an die Nummer 920 (1 Fr./SMS).
Per Internet: www.migrosmagazin.ch/gluecksgriff.
Einsendeschluss ist der 31. August 2011.

Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Keine Barauszahlung. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Über die Verlosung wird keine Korrespondenz geführt.

ÖKOLOGISCH, ÖKOLOGISCHER, TETRA PAK!

Zwei Dinge sind bei unseren Getränkekartons für die Umwelt von besonderer Bedeutung:

1. Sie bestehen überwiegend aus Holz (75 %).
2. Dieses Holz stammt aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Nutzwäldern und anderen kontrollierten Herkünften. Das bestätigt auch das aufgedruckte FSC-Label.

Holz zu verwenden ist aus ökologischer Sicht sehr sinnvoll. Denn es wächst nach und schont so die Natur. Deshalb sind unsere Tetra Pak Getränkekartons eine sehr umweltverträgliche Verpackung!

Denn Tetra Pak schützt, was gut ist!

SCHÜTZT Tetra Pak WAS GUT IST™

Tetra Pak (Schweiz) AG | Europastrasse 30 | CH-8152 Glattbrugg
Tel. +41 44 804 66 00 | www.tetrapak.ch

FILIALEN FÜR DIE ZUKUNFT

Die Migros-Filialen der Zukunft sind umweltfreundlich, kundengerecht und attraktiv. Dieses Modell zeigt, welche Ideen sich immer mehr durchsetzen.

Die Migros setzt bei ihren Filialen auf möglichst wenig Umweltbelastung. Das gilt für den Bau neuer Filialen genauso wie bei Umbauten. Und erst recht, wenn die Filialen in Betrieb sind. Das Engagement der Migros ist auch in diesem Bereich sehr vielseitig und innovativ:

01_Selber Strom herstellen
Die Migros betreibt eigene Solarstromanlagen oder stellt dafür Dächer zur Verfügung. Heute gibt es 15 Fotovoltaikanlagen auf Migros-Gebäuden. Im Länderpark in Stans etwa produzieren 4200 m^2 Solarzellen ökologischen Strom.//

02_Sparen beim Kühlen
Kälteanlagen brauchen viel Strom und machen rund 50 Prozent des Stromverbrauchs einer Filiale aus. Tiefkühlmöbel verfügen deshalb über Glastüren oder -abdeckungen. Offene Kühlmöbel werden nachts abgedeckt.//

03_Türen schliessen
Mit Glastüren kann auch bei Kühlmöbeln für frische Produkte wie Milch, Fisch oder Fleisch der Energieverbrauch um bis zu 50 Prozent reduziert werden. Hier ist die Migros Pionierin in der Schweiz.//

04_Schonendes Licht
2006 hat die Migros den schweizweit ersten Supermarkt eröffnet, der vollständig mit LED-Leuchten ausgestattet ist. Seither setzt sich die energiesparende Beleuchtungstechnik schrittweise durch.//

05_Erneuerbares Material
Beim Bauen lässt die Migros höchste Sorgfalt walten. Für den Bau und Umbau von Filialen werden zunehmend Recyclingmaterialien sowie nachwachsende Rohstoffe verwendet.//

06_Abwärme nutzen
Kälteanlagen produzieren Abwärme, die zur Beheizung von Räumlichkeiten und für Warmwasser genutzt wird.//

07_Standards setzen
Die Migros ist Schweizermeisterin bei der Umsetzung des Minergie-Standards: 42 ihrer Gebäude tragen inzwischen dieses Qualitätslabel für besondere Energieeffizienz, allein 2010 wurden 8 neue Filialen eröffnet. Gut isolierte Gebäudehüllen und kontrollierte Lüftung sorgen dafür, dass Gebäude viel weniger Energie brauchen. In vielen Filialen kann deshalb heute ganz auf Öl verzichtet werden.//

08_Effiziente Details
Eine Drehtür am Eingang sorgt für einen kontrollierten Luftaustausch und damit für weniger Energieverlust – im Winter wie auch im Sommer.//

09_Mit der Natur
Durch eine möglichst naturnahe Gestaltung der Umgebung leistet die Migros einen Beitrag zur biologischen Vielfalt in Siedlungsgebieten. Sie verfügt über insgesamt acht Gelände, die Heimat für seltene Pflanzen und Tiere bieten.//

10_Ohne Auto zur Migros
Über vier Fünftel aller Filialen sind zu Fuss oder per Velo gut erreichbar, die Einkaufszentren verfügen alle über einen Anschluss an den öffentlichen Verkehr.//

KLEINE VERÄNDERUNG, GROSSE WIRKUNG

So viel wie nötig, so wenig wie möglich. Nach diesem Grundsatz verbessert die Migros laufend die Verpackungen ihrer Produkte. Das entlastet die Umwelt beträchtlich, wie die folgenden Beispiele zeigen.//

DÜNNERE WÄNDE

66 Tonnen

CO_2 weniger gelangen in die Atmosphäre, weil die Gläser der Favorit- und Léger-Konfitüren mit **dünneren Wänden** hergestellt werden. Das **spart Material** und **verringert das Gewicht**, ohne dass deshalb die Gläser schneller kaputtgehen.//

EINFACHERE VERPACKUNG

26%

LEICHTER ist die Verpackung der Flûtes als früher. Dies, seit sie **ohne den grossen Plastikdeckel** produziert wird. Eine dünne Folie sorgt dafür, dass der Inhalt geschützt bleibt. Je leichter eine Verpackung ist, desto weniger belastet sie die Umwelt.//

ZERTIFIZIERTES MATERIAL

110 Millionen

LITER MILCH füllt die Migros in ihrem Betrieb in Estavayer jedes Jahr in FSC-Getränkekartons ab. Das Label «Forest Stewardship Council» garantiert, dass der Zellstoff, aus dem der Karton hergestellt wird, aus **nachhaltig bewirtschafteten Wäldern** stammt.//

ANDERE VERPACKUNG

3000 Kilogramm

KUNSTSTOFF pro Jahr spart die Migros ein, weil sie beim Verpacken von Peperoni auf den Einsatz von **Plastikschalen verzichtet**. Peperoni werden neu in einem einfachen Beutel angeboten.//

48 Tonnen

NEU-PET können pro Jahr eingespart werden, weil die Migros in ihrem Betrieb in Bischofszell Flaschen für 100%-Frischfruchtsäfte mit **30 Prozent PET-Recycling-Anteil** herstellt. So schliesst sich der Kreislauf: Entsorgte PET-Flaschen bekommen ein zweites Leben – wieder als Flaschen.//

30%

LEICHTER wird die Verpackung von Delizio-Kaffeekapseln durch das **Weglassen des Einlegekartons**. Dieser sorgte dafür, dass die Kapseln gut eingepasst in der Schachtel lagen. Nun liegen sie lose in der Verpackung.//

VERMEIDEN – VERMINDERN – VERWERTEN

Unter diesem Motto optimiert die Migros die Verpackungen ihrer Produkte. Bis Anfang 2013 soll die Umweltbelastung durch die Verpackungen der meistverkauften Produkte um 10 Prozent sinken. Das nützt nicht nur der Umwelt, sondern auch den Kundinnen und Kunden, die dadurch weniger Abfall entsorgen müssen.//

NACHGEFRAGT

BEI HEIDI OSWALD, PROJEKTLEITERIN ÖKOLOGIE MIGROS.

WARUM IST ES SO WICHTIG, VERPACKUNGEN ZU VERBESSERN?

Die Umwelt ist uns wichtig. Deshalb wollen wir auch Verpackungen so ökologisch wie möglich gestalten. Das lohnt sich, denn selbst wenn bei der einzelnen Verpackung nur wenig eingespart wird, macht das multipliziert mit der Menge verkaufter Produkte einen grossen Unterschied.

WANN IST EINE VERPACKUNG GUT?

Eine Verpackung muss verschiedenen Ansprüchen genügen. Die Umwelt wenig zu belasten, ist nur ein Aspekt. Eine Verpackung muss auch den Inhalt schützen, den Kunden ansprechen und einen einfachen Transport ermöglichen. Lösungen zu finden, ist deshalb nicht immer einfach.

WIE GEHEN SIE DA VOR?

Einerseits haben wir unsere Produktverantwortlichen geschult, damit sie in ihrem Bereich Verbesserungen anpacken. Andererseits haben wir in unseren eigenen Produktionsbetrieben konkrete Projekte gestartet.

WIE KOMMT MAN ZU ÖKOLOGISCHEN VERPACKUNGEN?

Wir arbeiten mit Ökobilanzen. Diese Bilanzen berücksichtigen den gesamten Lebensweg einer Verpackung: von der Rohstoffgewinnung bis zur Entsorgung. Dabei werden die Auswirkungen auf die Umwelt untersucht, wie zum Beispiel die Klimabelastung durch CO_2 oder die Ozonzerstörung. Je besser die Bilanz, desto besser die Verpackung. Aber wie gesagt, es gibt auch andere Aspekte, die zu berücksichtigen sind. Damit eine Verpackung nicht nur ökologisch ist, sondern zum Beispiel auch stabil und attraktiv genug, müssen wir manchmal mit der zweitbesten Alternative vorliebnehmen.

WIE GEHT ES WEITER?

Wir werden die Verbesserungen weiter vorantreiben. Ausserdem prüfen wir innovative Materialien wie Verpackungen aus Nebenprodukten der Landwirtschaft.

WAS MACHT DIE MIGROS SONST NOCH IN SACHEN VERPACKUNGSMATERIAL?

Wir nehmen PET- und weisse PE-Milchflaschen zurück und sorgen dafür, dass sie rezykliert werden.//

AND THE AWARD GOES TO ...

BELIEBTESTER DETAILHÄNDLER

Die Migros ist das **beliebteste Detailhandelsunternehmen der Schweiz**. Das ergab eine repräsentative Online-Umfrage durch das Marktforschungsinstitut Marketagent.com mit 1000 Befragten in der Deutsch- und Westschweiz. Auch bei den **Kriterien Preis-/Leistungsverhältnis** sowie bei der **Freundlichkeit** erhielt die Migros Gold.//

HÖCHSTE REPUTATION

Bestnoten hat die Migros auch in den Bereichen **soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit** erhalten. Bei der neusten Reputations-Umfrage von GfK Switzerland, dem grössten Marktforschungsinstitut der Schweiz, haben die 3500 befragten Personen der Migros über alle Kategorien hinweg eine höhere Reputation attestiert als noch im letzten Jahr und sie so auf den zweiten Platz gewählt. Den ersten Platz belegt die Swatch Group.//

STÄRKSTE MARKE DER SCHWEIZ

Zum ersten Mal in ihrer Geschichte ist Migros die **stärkste Marke der Schweiz**. Das zeigt die entsprechende Markenstudie von Young & Rubicam. Der oberste Podestplatz zeugt von **grosser Sympathie** und tiefem **Vertrauen** in die Migros.//

GROSSES SOLARENGAGEMENT

Für ihr Engagment in Sachen **Solarenergie** ist die Migros mit dem Schweizer Solarpreis 2010 ausgezeichnet worden. Überzeugt hat der Solarpark von «Romande Energie» und der Migros Vaud, der den **Preis für Gebäude** erhielt.//

GRÖSSTE GLAUBWÜRDIGKEIT

Die Migros ist europaweit das Detailhandelsunternehmen, das über **die grösste Glaubwürdigkeit** verfügt. Das ergab die Umfrage «Trusted Brands» der Zeitschrift «Reader's Digest». «Reader's Digest» ermittelt jedes Jahr in 16 europäischen Ländern die **vertrauenswürdigsten Marken** in unterschiedlichen Kategorien. Die Studie ist dieses Jahr zum 11. Mal durchgeführt worden. In der Schweiz haben 1700 Konsumenten teilgenommen, europaweit 33 000.//

www.post.ch

Er wird schätzen, was die Post für die Umwelt tut.

Lukas, 10-jährig

Das kann er, weil wir uns nachhaltig engagieren.

Die Post ist auch für kommende Generationen da. Wir minimieren die Umweltbelastung, die bei unserer Geschäftstätigkeit entsteht. Und mit neuen Lösungen ermöglichen wir Ihnen, sich mit uns für die Umwelt zu engagieren: Gegen einen geringen Aufpreis versenden wir Ihre Briefe, Pakete und Güter klimaneutral. «pro clima». **Für die anspruchsvollsten Kunden der Welt.**

DIE POST

ZUSAMMENARBEIT

AKTUELL
70.–
Waldschutz

AKTUELL
70.–
Umweltschutz

AKTUELL
70.–
Meeresschutz

AKTUELL
70.–
Klimaschutz

AKTUELL
70.–
Jugendbildung

WIR GRATULIEREN DEM WWF ZUM 50. GEBURTSTAG UND SIND STOLZ, DABEI ZU SEIN.

Uns liegt eine intakte Umwelt sehr am Herzen. Daher arbeiten wir intensiv mit dem WWF zusammen und setzen uns gemeinsam für den Schutz bedrohter Tiere, das Klima, die Meere und die Wälder der Erde ein und fördern die Kinder- und Jugendbildung des WWF. Auch Sie können helfen: Schon ab CHF 70.– im Jahr können Sie als Mitglied den WWF beim Naturschutz unterstützen. Infos auf www.wwf.ch/mitglied

MIGROS
Ein M besser.