

# Jahresbericht

2022



# Inhalt

---

*~Interview~*

«Gouverner, c'est prévoir»  
Interview mit Präsidentin Christa Markwalder

4

*~Gastbeitrag~*

Von Menschenrechten und Sorgfaltspflichten

6

*~Nachhaltigkeit~*

Die SWISS RETAIL FEDERATION fördert die vernünftige Wende

8

*~Food Waste~*

Gemeinsam gegen Food Waste – und wir gehen sogar noch weiter

10

*~Interview~*

Verringerung von Food Waste: Interview mit Dr. Claudio Beretta

13

*~Gastbeitrag~*

«Nachhaltigkeit mussten wir als Unternehmen neu denken»

16

*~Strommangellage~*

Das Einkaufen war in diesem Winter doch nicht anders

18

*~Politische Geschäfte~*

Rückblick auf die wichtigsten politischen Geschäfte 2022

20

*~Verband~*

Die SWISS RETAIL FEDERATION in Zahlen

23

*~Verband~*

Mitgliedschaften, Vorstand, Direktion,  
Revision, Mitglieder

24

---



## Konstruktive Zusammenarbeit, Pragmatismus und sinnvolle Massnahmen

---

Nachdem sich der Detailhandel in der Pandemie zum Teil neu erfinden musste und seine Wichtigkeit für die Versorgung der Bevölkerung unter Beweis gestellt hat, wurde er im Berichtsjahr vor neue und grosse Herausforderungen gestellt. Unsere Präsidentin Christa Markwalder hat uns mit ihrem ausdauernden Einsatz und ihrem wertvollen Netzwerk im richtigen Moment wichtige Türen geöffnet, damit wir die Positionen unserer Mitglieder mit konstruktiver Interessenvertretung wahren konnten. Neben der Energiekrise, der Inflation und den geopolitischen Umwälzungen und deren Konsequenzen für die Schweizer Wirtschaft beschäftigten uns auch wieder zahlreiche parlamentarische Vorstösse. Wir interpretieren unsere Aufgabe als Verband so, dass wir die hohen Ansprüche an den Detailhandel seitens Politik und Gesellschaft analysieren und daraus Empfehlungen für pragmatische und sinnvolle Massnahmen ableiten.

Als konkretes Beispiel für unseren Einsatz für einen nachhaltigeren Konsum möchte ich unsere Anstrengungen im Bereich Food Waste erwähnen. Die SWISS RETAIL FEDERATION hat die branchenübergreifende Vereinbarung zur Reduktion von Lebensmittelverschwendung unterzeichnet und empfiehlt ihren Mitgliedern Massnahmen in fünf Handlungsfeldern. Dr. Claudio Beretta, der an der ZHAW zu Nachhaltigkeit und Food-Waste-Vermeidung forscht, hält im Interview für den Jahresbericht fest, dass viele Detailhändler die Reduktion von Lebensmittelverschwendung bereits mit viel Enthusias-

mus vorantreiben, dass die konkrete und sinnvolle Umsetzung aber sehr viel komplexer ist, als dies in der Bevölkerung allgemein vermutet wird.

Der Gegenvorschlag zur Konzernverantwortungsinitiative stellt für eine Vielzahl von Mitgliedern unseres Verbandes eine grosse Herausforderung dar, und aus dem EJPD haben wir die erhoffte Unterstützung leider nicht erhalten. Deshalb haben wir rasch gehandelt und mit dem Kompetenzzentrum Menschenrechte der Universität Zürich ausgewiesene Fachleute auf dem Gebiet der Berichterstattungs- und Sorgfaltspflichten gefunden. Ich bin auch sehr stolz auf die intensive Mitarbeit unserer Mitglieder. In einem gemeinsamen Kraftakt ist es uns gelungen, pragmatische Instrumente zur Beantwortung der vielen Fragen im Zusammenhang mit der praktischen Anwendung der neuen Bestimmungen zu entwickeln.

Ich wünsche Ihnen beste Gesundheit und Gelassenheit in weiterhin turbulenten Zeiten und natürlich gute Lektüre.

---

*Dagmar Jenni*  
Direktorin



# «Gouverner, c'est prévoir»

**Interview mit Christa Markwalder, Präsidentin der SWISS RETAIL FEDERATION**

***Weshalb ziehen Sie sich aus dem Parlament zurück und treten 2023 nicht nochmals an?***

Die politische Arbeit fasziniert mich nach wie vor. Doch nach 20 Jahren im Parlament ist der Moment gekommen, neuen Persönlichkeiten die Chance zu geben, die nationale Politik mitzugestalten. Zudem habe ich institutionell alles erreicht, was im Nationalrat zu erreichen ist: Ich präsierte die Aussenpolitische Kommission des Nationalrats 2010/2011 und bin gegenwärtig Präsidentin der nationalrätlichen Rechtskommission. Höhepunkt meiner parlamentarischen Karriere war bestimmt das Nationalratspräsidium im Jahr 2015/2016.

***Was hat Sie 2022 als Präsidentin der SWISS RETAIL FEDERATION besonders beschäftigt?***

Es sind vor allem die sich überlagernden Krisen, die uns und unsere Mitglieder intensiv beschäftigten. Zuerst die Pandemie, dann der russische Aggressionskrieg gegen die Ukraine, verbunden mit steigenden Energiepreisen und Rohstoffknappheiten, die drohende Energieversorgungskrise und unterbrochene Lieferketten waren und sind grosse Herausforderungen für den Detailhandel. Hinzu kommt nun noch die Inflation. Gleichzeitig sind wir mit einem Arbeitskräftemangel konfrontiert, mit zuneh-

mender Bürokratie, zum Beispiel den geforderten neuen Deklarationspflichten, sowie mit einer wachsenden Anspruchshaltung gegenüber dem Detailhandel. Auch die steuerliche Bevorzugung des Einkaufstourismus ist immer noch nicht beseitigt, wofür wir uns weiterhin mit Nachdruck politisch einsetzen.

***Was ist Ihr persönliches Highlight seit Präsidiumsübernahme im Jahre 2020? Worauf sind Sie besonders stolz?***

«Gouverner, c'est prévoir.» Das gilt nicht nur für die Politik, sondern auch für einen Verband wie die SWISS RETAIL FEDERATION. Als ich das Präsidium im Mai 2020 übernahm, steckten wir mitten in der Covid-Krise, die unsere Branche enorm forderte. Dank der engen und konstruktiven Zusammenarbeit mit unserer Direktorin Dagmar Jenni ist es uns im intensiven Austausch mit der Bundesverwaltung gelungen, ein einigermaßen vernünftiges Pandemiemanagement für den Detailhandel zu etablieren. Als im letzten Sommer Szenarien einer Strommangellage für den Winter aufkamen, haben wir uns – gestützt auf die Erfahrungen aus der Covid-Krise – zusammen mit unseren Mitgliedern sofort an die Arbeit gemacht. Wir haben Sparpotenziale für den Detailhandel evaluiert, Energiesparempfehlungen für unsere Mit-

glieder erarbeitet, und unsere Direktorin konnte im Sounding Board des Bundes die Interessen unserer Branche mit konkreten Vorschlägen für die Verordnung vertreten. Diese Arbeit fand grösstenteils hinter den Kulissen statt. Die erreichten Resultate machen mich enorm stolz, denn sie beweisen, wie effektiv unser Verband agiert.

***Wo orten Sie die wichtigsten Dossiers und Herausforderungen für das Präsidium der SWISS RETAIL FEDERATION?***

Nebst all den internationalen Entwicklungen, auf die wir einen sehr beschränkten Einfluss haben, machen wir uns in der Schweiz das Leben oft selber unnötig schwer. So liegen auf dem Tisch des Parlaments zahlreiche Vorstösse, die zwar gut gemeint, aber nicht zu Ende gedacht sind. Viele der Forderungen an den Detailhandel generieren hohe Kosten, welche auch finanzielle Konsequenzen für die Konsumentinnen und Konsumenten haben – vor allem für diejenigen mit kleinem Portemonnaie. Dieser soziale Aspekt geht meines Erachtens oftmals vergessen. Dazu kommt ein Trend hin zur Bevormundung: Der Detailhandel soll seine Kundschaft eher erziehen anstatt beraten. Dagegen wehre ich mich aus liberaler Überzeugung, denn ich glaube an die Mündigkeit und die Eigenverantwortung der Konsumentinnen und Konsumenten.

***Wie sehen Sie die Zukunft des Detailhandels?***

Der Detailhandel wird weiterhin sehr agil sein müssen, um sich den sich verändernden Kundenbedürfnissen anpassen zu können. Stichworte sind Omnichannelvertrieb, Lieferkettenresilienz oder Metaversepräsenz. Die Herausforderung für den stationären Handel wird weiterhin sein, positive Kundenerlebnisse zu generieren, damit die Menschen gerne «lädelen» und nicht einfach ihre Einkäufe erledigen.

***Welche Herausforderungen packen Sie persönlich als Nächstes an?***

Ich werde in Zukunft beruflich wieder stärker eingebunden sein und ich freue mich auch darauf, mir Zeit fürs Cellospielen zu nehmen.

***«Der Detailhandel wird weiterhin sehr agil sein müssen, um sich den sich verändernden Kundenbedürfnissen anpassen zu können.»***

# Von Menschenrechten und Sorgfaltspflichten

---

**Der seit dem 1. Januar 2022 geltende Gegenvorschlag zur Konzernverantwortungsinitiative nimmt Schweizer Unternehmen in die Pflicht. In der Anwendung weist der Gegenvorschlag jedoch Tücken auf und stellt Unternehmen bei der Prüfung der Sorgfaltspflicht vor zahlreiche Fragen. Das Kompetenzzentrum Menschenrechte der Universität Zürich (MRZ) hat gemeinsam mit der SWISS RETAIL FEDERATION einen praxisorientierten Ansatz zur Klärung dieser Fragen gewählt.**

**Berichterstattungs- und Sorgfaltspflichten:  
Ein Gastbeitrag von Remo Messerli**

Bereits unmittelbar nach Inkrafttreten der neuen Regelungen kontaktierte Direktorin Dagmar Jenni das MRZ. In engem Kontakt mit der SWISS RETAIL FEDERATION entwickelte das MRZ in den folgenden Monaten Leitfäden und Entscheidungsbäume zur neuen Gesetzgebung. Oberste Priorität hatte dabei die bestmögliche Vorbereitung der Mitglieder der SWISS RETAIL FEDERATION auf die neuen Berichterstattungs- und Sorgfaltspflichten.

Vertieft behandelt wird der Anwendungsbereich der Sorgfaltspflichten bezüglich Kinderarbeit und Konfliktmineralien, der die Unternehmen vor grosse Herausforderungen stellt: Auch wenn die neue Gesetzgebung keine zivilrechtliche Haftung vorsieht, riskieren Unternehmen nämlich bei Missachtung strafrechtliche Konsequenzen sowie Reputationsschäden. Die Gesetzes- und Verordnungstexte sind allerdings nicht einfach zu verstehen, und auch der Erläuternde Bericht des Bundesrats hilft für die Anwendung nur beschränkt weiter. Es besteht daher Klärungsbedarf.

Die neuen Leitfäden und Entscheidungsbäume tragen zu dieser Klärung bei. Mitglieder der SWISS RETAIL FEDERATION können Schritt für Schritt prüfen, ob sie unter die neue Gesetzgebung fallen, welche Ausnahmen existieren und wann die Sorgfaltsprüfung durchzuführen ist. Beispiele aus der Praxis und Verweise auf internationale Standards wie den OECD-Leitfaden für die Erfüllung der

Sorgfaltspflichten und die UNO-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte geben Orientierungshilfen.

Die aufwendige und ressourcenintensive Erarbeitung profitierte auch von wertvollen Anregungen von Mitgliedern der SWISS RETAIL FEDERATION sowie vom intensiven Austausch mit deren Geschäftsstelle. Entstanden sind praxisorientierte Instrumente, die komplexe juristische Bestimmungen in verständlicher Sprache erläutern, sodass sie von den Mitgliedern der SWISS RETAIL FEDERATION und auch von Nichtjurist\*innen im Alltag einfacher umgesetzt werden können.



**Remo Messerli ist Jurist am Kompetenzzentrum Menschenrechte (MRZ) der Universität Zürich. Er beschäftigt sich mit dem Zusammenspiel zwischen Wirtschaft und Menschenrechten.**



## Bestimmungen für besseren Schutz von Mensch und Umwelt

Die neuen Bestimmungen für einen besseren Schutz von Mensch und Umwelt gelten ab dem 1. Januar 2022. Die neuen Sorgfaltspflichten für Unternehmen orientieren sich an den Regelungen der EU und gehen teilweise über diese hinaus. Sie finden erstmals auf das Geschäftsjahr 2023 Anwendung. Die neuen Bestimmungen im Obligationenrecht (OR) sehen zwei wichtige Neuerungen vor: Zum einen werden grosse Schweizer Unternehmen gesetzlich verpflichtet, über die Risiken ihrer Geschäftstätigkeit in den Bereichen Umwelt, Sozialbelange, Arbeitnehmerbelange, Menschenrechte und Bekämpfung der Korruption sowie über die dagegen ergriffenen Massnahmen Bericht zu erstatten und damit Transparenz zu schaffen.

Zum anderen müssen Unternehmen mit Risiken in den sensiblen Bereichen der Kinderarbeit und der sogenannten Konfliktsmineralien besondere und weitgehende Sorgfalts- und Berichterstattungspflichten einhalten. Die Details zu diesen spezifischen Pflichten hat der Bundesrat auf Verordnungsstufe in der Verordnung über Sorgfaltspflichten und Transparenz bezüglich Mineralien und Metallen aus Konfliktgebieten und Kinderarbeit (VSoTr) geregelt. Die SWISS RETAIL FEDERATION hat mit der Unterstützung durch das MRZ Entscheidungsbäume und einen Leitfaden erarbeitet.

# Die SWISS RETAIL FEDERATION fördert die vernünftige Wende

---

**Nachhaltig zu agieren, ist das neue Normal und somit auch kein Alleinstellungsmerkmal mehr. Doch es ist ein Balanceakt zwischen reaktionären Aktionen, basierend auf idealistischen Ideen und einem starren Verharren auf jahrzehntelang erfolgreichen Konzepten. Wir unterstützen den vernünftigen Wandel mit effektiven Massnahmen und Empfehlungen an unsere Mitglieder.**

Nachhaltigkeit hat viele Dimensionen. Besonders in einer Branche wie dem Detailhandel, der in verschiedenen Bereichen aktiv ist und politisch, medial und gesellschaftlich gerne als «Heilsbringer» von Lösungen für Probleme aller Art verstanden wird. Der Detailhandel wurde im vergangenen Jahr erneut mit unzähligen politischen Forderungen konfrontiert. So sollte er zum Beispiel

- möglichst keine Plastikverpackungen verwenden
- möglichst sämtlichen (Haushalts-)Abfall sammeln und recyceln
- eine Vorbildfunktion beim sparsamen Energieverbrauch einnehmen
- Haushalte dazu erziehen, kein oder weniger Fleisch zu essen
- Kunden zu zurückhaltendem Konsum motivieren

Die Liste beinhaltet nur die offensichtlichsten Punkte und könnte beliebig erweitert werden. Der Treiber der Vorstösse ist der Wunsch nach einem nachhaltigeren Lebensstil. Dieser Wunsch ist grundsätzlich legitim. Merkwürdigerweise wird aber gerade der Detailhandel dazu aufgefordert, die Gesellschaft zu nachhaltigerem Konsum zu erziehen, weniger zu kaufen, mehr zu reparieren, Second-Hand-Produkte vorzuziehen etc. Das kann nicht die Aufgabe des Detailhandels sein. Die ge-

nerische Funktion des Detailhandels besteht darin, Mittler zwischen Produzenten und Verbrauchern zu sein. Er kuratiert und beschafft Produkte, lagert und verkauft sie an Konsumentinnen und Konsumenten und berät diese bei der Auswahl. Zu fordern, der Detailhandel müsse Mahner gegen Konsum sein, ist schlicht absurd. Gerade dies ist aber die Essenz des aktuellen Trends des sogenannten «Consumerism Curtailment» (Shelley E. Kohan, The 5 Biggest Retail Trends For 2023, Forbes, Dezember 2022).

Vielmehr steuern aber die Konsumenten das Angebot des Detailhandels durch ihr Konsumverhalten. Besteht keine Nachfrage nach einem Produkt, so wird es auch nicht angeboten. Die Kundschaft ist aber häufig nicht bereit, den höheren Preis für nachhaltig produzierte Produkte zu bezahlen. Dies zeigt sich noch verstärkt in der aktuellen Situation mit den gestiegenen Produktionskosten durch höhere Energiepreise und den Vorboten von wirtschaftlichem Abschwung.

Als Verband versuchen wir, die hohen Ansprüche an unsere Branche zu bündeln, zu bewerten und geeignete Massnahmen zur Umsetzung zu empfehlen – aber mit Augenmass. Wir sehen uns als Brückenbauer zwischen den Ansprüchen von Politik und Gesellschaft und den Interessen des Detailhandels.



## Beispiele unserer Aktivitäten im Bereich der Nachhaltigkeit

Als Mitglied von «Go for Impact» unterstützen wir unsere Mitglieder aktiv bei der Erreichung des Netto-Null-Ziels bis spätestens zum Jahr 2050. Zum Beispiel organisierten wir das Webinar zur Science Based Targets initiative (SBTi) und bieten Unterstützung bei der Umsetzung von Massnahmen mithilfe von «Go for Impact» an. «Go for Impact» ist eine Kooperation zwischen der Wirtschaft, der Wissenschaft, der Gesellschaft und der öffentlichen Hand. Die Initiative will die Schweizer Wirtschaft bei der Reduktion ihres negativen und der Steigerung ihres positiven Umweltimpacts im In- und Ausland unterstützen. Der im Februar 2018 gegründete Verein legt einen Fokus auf Rohstoffe und Materialien. «Go for Impact» will die Herausforderungen gemeinsam mit allen Stakeholdern angehen und für Unternehmen Wissensgrundlagen schaffen, Unterstützung und Orientierung bieten.

Wir anerkennen das grosse Potenzial der Kreislaufwirtschaft und bringen uns aktiv in den politischen Prozess ein, damit der Detailhandel den grösstmöglichen Wirkungsgrad entfalten kann. Die SWISS RETAIL FEDERATION engagiert sich für ein nationales Sammlungssystem für Plastik- und Getränkeverpackung im Rahmen des Projektes «Sammlung 2025». Ziel ist die Schaffung eines kundenfreundlichen, schweizweit koordinierten Recyclingsystems für Kunststoffverpackungen und Getränkekartons. Die ambitionierte Entwicklung einer praxisorientierten und breit akzeptierten Lösung braucht den Willen aller Akteure. 70 Organisationen entlang der ganzen Wertschöpfungskette haben den Pakt bereits unterzeichnet.

Das Thema Food Waste liegt uns am Herzen. Wir setzen gemeinsam mit vor- und nachgelagerten Akteuren innovative Ideen um. Siehe dazu auf den folgenden Seiten unsere Handlungsempfehlungen und das Interview mit Dr. Claudio Beretta von der ZHAW.

# Gemeinsam gegen Food Waste – und wir gehen sogar noch weiter

Am 12. Mai 2022 unterschrieben 27 Branchenvertreter aus der Gastronomie, der Hotellerie und dem Detailhandel die branchenübergreifende Vereinbarung zur Reduktion von Lebensmittelverschwendung. Die SWISS RETAIL FEDERATION empfiehlt ihren Mitgliedern fünf Handlungsfelder.



Branchenübergreifende Vereinbarung

Die Reduktion von Lebensmittelverlusten steht weit oben auf der politischen Agenda der meisten Parteien. Entsprechend gross ist das Engagement von Wirtschaft und Politik, um umfassende Lösungen zu finden. Mit der Branchenvereinbarung tritt ein Aktionsplan in Kraft, bei dem das Bundesamt für Umwelt (BAFU) 14 verschiedene Massnahmen vorschlägt und die Akteure bei der Umsetzung unterstützt. Die Ziele sind ambitioniert. Bis 2030 möchte der Bundesrat den Food Waste halbieren. Das wäre gleichbedeutend mit einer Einsparung von 1,4 Millionen Tonnen Lebensmitteln.

#### **Fünf Handlungsfelder für den Detailhandel**

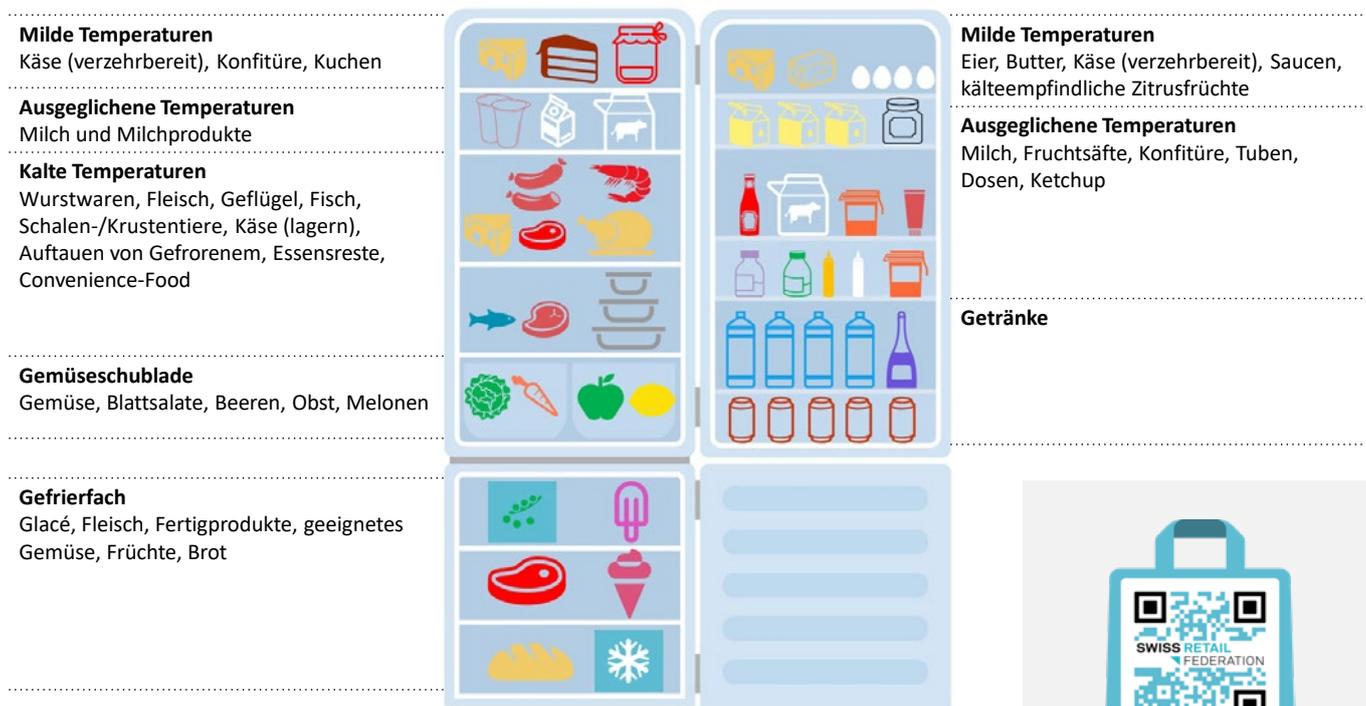
Der Anteil des Detailhandels am Food Waste ist mit 3,6% im Vergleich zu anderen Sektoren relativ klein. Grund dafür sind die bereits durch die Lebensmittelhändler umgesetzten Massnahmen zur Verwertung von ungeniessbaren oder abgelaufenen Produkten. Die SWISS RETAIL FEDERATION empfiehlt ihren Mitgliedern fünf weitere Handlungsfelder, die zum Teil noch weitergehen als jene des BAFU. Die Handlungsempfehlungen richten sich vor allem an kleinere Lebensmittelhändler und basieren auf einer Kurzstudie.

#### **HANDLUNGSFELDER ZUR REDUKTION VON VERMEIDBAREN LEBENSMITTELVERLUSTEN**

<b>Handlungsfeld 1:</b> MHD+	Viele Lebensmittel sind über das Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) geniessbar. Dieser Spielraum wird mit MHD+ genutzt.
<b>Handlungsfeld 2:</b> Produkte mit Verbrauchsdatum noch weitere 90 Tage aufbewahren	Tiefkühlung von Produkten zur Verlängerung des Mindesthaltbarkeitsdatums
<b>Handlungsfeld 3:</b> SWISS-RETAIL-FEDERATION-Initiative «Helfen Sie mit, Food Waste zu reduzieren!»	Kampagne, um Food Waste im Privatbereich durch richtige Lagerung im Kühlschrank zu vermindern
<b>Handlungsfeld 4:</b> Massnahmen für kleinere und mittlere Unternehmen	Zusammenstellung von verschiedenen Massnahmen für kleine Unternehmen, basierend auf einer Analyse zur Reduktion von Food Waste im Detailhandel
<b>Handlungsfeld 5:</b> Abgabe von Lebensmitteln an gemeinnützige Institutionen und Initiativen	Erleichterte Regulierungsvorgaben mit MHD+ bei der Abgabe von Lebensmitteln

## Kühlschrank richtig einräumen – Food Waste einfach reduzieren

Unbestritten ist die wichtige Rolle der Konsumenten bei der Vermeidung von Food Waste: Sie sollten deshalb durch Sensibilisierung und Wissenstransfer in den Prozess miteinbezogen werden. Ein Beispiel dafür ist die Empfehlung, wie der private Kühlschrank am besten eingeräumt wird, damit die Lebensmittel länger halten.



Grafik zur SWISS-RETAIL-FEDERATION-Initiative «Helfen Sie mit, Food Waste zu reduzieren!»



## Der politische Druck bleibt gross

Trotz des grossen Willens der Branche, den geforderten und durchaus sinnvollen Wandel zu weniger Food Waste umzusetzen, reissen die politischen Vorstösse auf diesem Gebiet nicht ab. In der Wintersession 2022 wurden erneut drei Postulate verabschiedet, die eine zusätzliche Reduktion des Food Waste fordern. Der Bundesrat hatte bereits kommuniziert, dass er die Fortschritte der branchenübergreifenden Vereinbarung verfolgen wird und die Aktionen verschärft würden, falls die Resultate nicht zufriedenstellend sind. Doch davon scheint das Parlament wenig Notiz zu nehmen.



## Verringerung von Food Waste: Interview mit Dr. Claudio Beretta

---

**Dr. Claudio Beretta ist Präsident des Vereins foodwaste.ch und forscht an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) im Bereich der Lebensmitteltechnologie. Er ist spezialisiert auf die Themen nachhaltige Ernährung und Vermeidung von Lebensmittelverschwendung. Aktuell baut er im Auftrag des Bundesamtes für Umwelt ein Monitoringsystem zur Messung von Lebensmittelverschwendung auf.**

### DAGMAR JENNI

*Claudio Beretta, Sie befassen sich seit etwas mehr als 10 Jahren mit dem Thema Food Waste und gelten in der Schweiz als Pionier auf dem Gebiet. Wie beurteilen Sie die Veränderung in der Wahrnehmung des Themas bei den verschiedenen Stakeholdern im Laufe dieser Zeit?*

### CLAUDIO BERETTA

Viele Personen nehmen das Thema Food Waste als immer wichtiger wahr. Das hat sich im Vergleich zu vor 10 Jahren sicher verändert. Früher waren in den Köpfen oft die anderen schuld an der unbefriedigenden Situation. Insbesondere die Konsumenten sahen die Fehler vor allem bei den Verarbeitern und beim Detailhandel. Seit Food Waste viel stärker mediatisiert wird, findet aber auch in den Köpfen eine Veränderung statt. Ich denke, die Konsumenten sind sich heute viel stärker bewusst, dass auch in den Haushalten ein sehr grosses Potenzial zur Verringerung von Lebensmittelverschwendung vorhanden ist und dass die Konsumenten genauso wie die anderen Akteure Teil der Lösung werden müssen. Unterdessen ist das Thema so wichtig geworden, dass es von

den meisten relevanten Akteuren sehr ernst genommen wird. Sie müssen sich damit befassen, weil der öffentliche Druck gross ist und sie sich entsprechend positiv im Zusammenhang mit dem Thema positionieren wollen. Aktuell stehen wir vor der Herausforderung, wie wir diese Bereitschaft am besten nutzen, um sinnvolle Massnahmen effizient umzusetzen.

2022 hat der Bundesrat einen Aktionsplan verabschiedet mit dem Ziel, die Lebensmittelverschwendung in der Schweiz bis 2030 im Vergleich zu 2017 zu halbieren. Dazu hat der Bund mit den Unternehmen und den Organisationen des Lebensmittelsektors eine branchenübergreifende Vereinbarung getroffen, in der klare Reduktionsziele festgelegt werden. Die SWISS RETAIL FEDERATION und namentlich ihre Mitglieder ALDI Suisse AG, IKEA AG, Lidl Schweiz AG, Manor AG, Pistor AG, Valora Management AG und Volg Konsumwaren AG haben die Vereinbarung ebenfalls unterzeichnet und unterstützen die Bemühungen zur Verringerung von Food Waste.

Wirklich qualifizierte Aussagen zur Entwicklung in der Reduktion von Food Waste in der Schweiz können wir leider noch nicht machen, weil sich das dafür notwendige Monitoringprogramm erst im Aufbau befindet. Beispiele aus dem Ausland stimmen mich sehr zuversichtlich, dass beispielsweise Sensibilisierungskampagnen und Coachingprogramme zur Verringerung von Lebensmittelverschwendung messbare Verhaltensänderungen auslösen können. Dazu muss die Schweiz aber noch einen Zucken zulegen.

**DAGMAR JENNI**

*In der Wahrnehmung der SWISS RETAIL FEDERATION haben sich viele Detailhändler des Themas angenommen. Treiber sind neben dem Umweltschutz durchaus auch wirtschaftliche Gründe – schliesslich lässt sich mit weniger Food Waste auch Geld einsparen. Wie schätzen Sie die Massnahmen ein, die der Detailhandel umsetzt? Wo sehen Sie Potenzial für weitere Verbesserungen?*

**CLAUDIO BERETTA**

Ich sehe das ähnlich. Viele Detailhändler haben den Nutzen der Reduktion von Food Waste erkannt und ich begegne immer mehr Mitarbeitenden, die sich erfolgreich und mit viel Herzblut für wirksame Massnahmen einsetzen. Die Umsetzung ist aber sehr komplex und unter den bestehenden Umständen eine grosse Herausforderung für den Detailhandel. Aus Laienperspektive scheint es oft viel einfacher, als es tatsächlich ist. So ist zum Beispiel die Einführung von MHD+ (Mindesthaltbarkeitsdatum plus) viel aufwendiger, als man denken könnte. Sie erfordert organisatorische und logistische Anstrengungen, die Schulung des Personals sowie begleitende Kommunikationsmassnahmen gegenüber den Konsumenten. Gleichzeitig ist der mediale Druck auf den Detailhandel nach wie vor gross, auch im Bereich MHD+ Massnahmen zu ergreifen. Gewisse Detailhändler stehen aktuell noch auf die Bremse aus Angst vor negativen Schlagzeilen. Für sie gilt die Devise, lieber nichts machen, als einen Fehler zu begehen. Sie befürchten, dass sich Kunden über «alte Ware» beschweren könnten oder dass das Personal Fehler macht und beispielsweise das Mindesthaltbarkeitsdatum mit dem Verbrauchsdatum verwechselt.

In der ersten Phase braucht es auch etwas Mut zum Ausprobieren von neuen Ideen. Wir beobachten, wie gewisse

Detailhändler mit der sinnvollen Massnahme experimentieren, frische Ware vor dem Verbrauchsdatum einzufrieren. Aktuell beschränken sich grosse Detailhändler noch darauf, die eingefrorenen Produkte als Lebensmittelspenden abzugeben, obwohl das logistisch komplizierter ist, als die Produkte zu reduzierten Preisen zu verkaufen. Grund dafür ist die Angst vor einem Reputationsschaden, denn Frische ist für die meisten Kunden nach wie vor das höchste Gut. Deshalb wünsche ich mir, dass Medien öfter auch positiv über Detailhändler berichten, die konkrete Massnahmen zur Verringerung von Lebensmittelverschwendung umgesetzt haben. Das ist nicht nur gute PR, sondern spornt vor allem andere Akteure an, mitzuziehen, und sensibilisiert gleichzeitig die Konsumenten.

**DAGMAR JENNI**

*Sie arbeiten im Auftrag des BAFU an einem Monitoringsystem zur Messung von Lebensmittelverschwendung. Was ist der Stand der Arbeiten und weshalb braucht es dieses Monitoringtool überhaupt?*

**CLAUDIO BERETTA**

Die Arbeitsgruppe des Aktionsplans des Bundesrates hat ihre Arbeit gemeinsam mit dem BAFU im Sommer 2022 aufgenommen. Ich empfinde die Zusammenarbeit als sehr fruchtbar. Es laufen aktuell Pilotversuche mit den Daten von einzelnen Detailhändlern, so auch mit Mitgliedern der SWISS RETAIL FEDERATION. Ausserdem sind wir daran, die Daten aller Detailhändler für das gesamte Jahr 2022 zusammenzutragen. Ende 2023 folgen dann die Daten aus der Gastronomie. Für den Detailhandel sind wir in der Betaphase des Monitoringtools und beseitigen dessen Kinderkrankheiten. Mit dem Monitoringtool werden wir in der Lage sein, die Wirkung von Massnahmen mit Zahlen zu belegen. Gleichzeitig können wir auch auf eine Massnahme verzichten, wenn sich ihre Wirkung nicht erhärten lässt, und unsere Energie in neue Ideen stecken. Wenn wir nicht messen würden, wären wir im Blindflug.

In allen Ländern, die Food Waste ernsthaft bekämpfen, wird gemessen. Die Erfahrungen aus England, Skandinavien und Holland stimmen zuversichtlich.

*Ich habe manchmal das Gefühl, dass sich nicht alle Parlamentarier bewusst sind, wie aufwendig die Arbeit zur Erreichung der ambitionierten Ziele des Aktionsplans für alle involvierten Akteure ist.*

DAGMAR JENNI

*In der vergangenen Session wurden weitere politische Vorstösse zur Reduktion von Food Waste eingegeben. Erscheint Ihnen das als sinnvoll? Blockiert dies nicht die Arbeit im Rahmen des Aktionsplans des Bundesrates?*

CLAUDIO BERETTA

Ich habe manchmal das Gefühl, dass sich nicht alle Parlamentarier bewusst sind, wie aufwendig die Arbeit zur Erreichung der ambitionierten Ziele des Aktionsplans für alle involvierten Akteure ist. Insofern erachte ich politische Vorstösse zu Massnahmen, die wir sowieso im Rahmen der Umsetzung des Aktionsplans verfolgen, als wenig zielführend. Wir arbeiten nämlich bereits hart daran, dass die Umsetzung des Aktionsplans ein Erfolg wird. Ich wünschte mir viel eher politische Vorstösse, welche die aktuellen Prozesse zur Umsetzung des Aktionsplans unterstützen. Ohne Anreize

wird es in gewissen Branchen nämlich nicht möglich sein, nur annähernd eine Mehrheit aller Akteure zu seriösen Messungen zu bewegen. In der Gastronomie sind das beispielsweise um die 30 000 Betriebe. Landwirtschaft und Verarbeitung sind ähnlich herausfordernd. Die Betriebe sind mit ihrem Tagesgeschäft derart gefordert, dass zusätzlicher Aufwand verständlicherweise nur infrage kommt, wenn sie darin höchste Priorität erkennen. Ich bin zuversichtlich, dass der Bewusst-

seinswandel in Anbetracht des enormen Einsparpotenzials für Umwelt und Portemonnaie bei den meisten Akteuren möglich sein wird, bevor der Zug für die Pariser Klimaschutzziele abgefahren ist. Anstossfinanzierungen und Anreizmechanismen können diesen Prozess beschleunigen.

Was die Konsumenten anbelangt, so mache ich mich stark für eine staatliche Informationskampagne, die daran erinnert, dass Gleichförmigkeit bei Früchten und Gemüse nur durch Aussortierung und Pestizideinsatz möglich ist. Je früher wir Food Waste reduzieren, desto eher sparen wir Investitionen in Milliardenhöhe zur Produktion von überschüssigen Lebensmitteln, senken die Importabhängigkeit und erhöhen die lokale Wertschöpfung.

*Deshalb wünschte ich mir, dass Medien öfter auch positiv über Detailhändler berichten, die konkrete Massnahmen zur Verringerung von Lebensmittelverschwendung umgesetzt haben.*

# «Nachhaltigkeit mussten wir als Unternehmen neu denken»

---

**Transa hat die letzten zwei aussergewöhnlichen Jahre als Chance genutzt. Mit der Pandemie standen alle Unternehmen im Detailhandel vor der gleichen Herausforderung. Alles wurde stillgelegt. Nun heisst es wieder Schwung aufnehmen als Unternehmen und in der Schweizer Wirtschaft.**



Daniel Humbel, CEO von Transa

### Kreislaufwirtschaft: ein Gastbeitrag von Transa

«Beim Surfen kommt einfach die nächste Welle, die gilt es, zu nehmen. Aber, das Erwischen einer Welle heisst, dass alle Sensoren sich neu justieren und punktgenau aufeinander abgestimmt sein müssen. Das ist ein lebendiger, kreativer Prozess, der nie genau gleich abläuft, auch wenn das Wasser, der Spot und der Mensch identisch sind. Und genauso hat sich der Schweizer Detailhandel während und nach der Pandemie verhalten. Daher war 2022 eigentlich unspektakulär, denn all die kleinen Dinge, die es braucht, um sich neu zu justieren, sind unsichtbar – und eben doch speziell.» So beschreibt Daniel Humbel, CEO von Transa, die Analogie zum Surfen. Die Pandemie hat deutlich gemacht, dass die Welt sich über Nacht verändert, immer wieder. Alles wurde neu eingestellt und Neues entstand. Gewappnet für die Zukunft zu sein, heisst, nachhaltig neue Wege zu gehen. Die Menschen in der Schweiz wollten auch während der Pandemie raus. Aber richtig! Und dazu haben sie bei Transa als Unternehmen langlebige und nachhaltige Produkte gekauft. «Nach 2022 können wir sagen, Transa hat die nächste Welle erfolgreich angepaddelt und ist bereit für eine nachhaltige Zukunft», so Daniel Humbel. Reparieren, das macht Transa bereits seit 40 Jahren. Neu ist die Eröffnung einer Reparaturwerkstatt in Zürich Altstetten im Juni 2023. Auf den 600 m<sup>2</sup> wollen wir noch mehr als reparieren. Was das alles sein wird, wird sich zeigen. Eines ist für Transa klar: Ökologisch und ökonomisch ist das aktuelle Gesellschaftsmodell nicht zukunftsfähig. «Der Handel ist das schnellste sich selbst

regulierende System, und darin können wir als nachhaltige Unternehmen Verantwortung übernehmen. Nachhaltige Unternehmen können ein System nähren, das Wertschöpfung neu denkt», sagt Daniel Humbel. Langfristig gedacht, ist Reparatur ein Teil der Kreislaufwirtschaft, die hilft, die Wertschöpfungskette zu verändern. Reparatur ist unsere erste Antwort auf die Forderung nach Nachhaltigkeit. Transa repariert für verschiedenste Marken als offizielle Reparaturpartnerin. Egal ob das Produkt bei Transa gekauft worden ist oder nicht – in Altstetten wird es repariert. In ständigem Kontakt mit Kund\*innen und Marken will Transa die Wertschöpfungskette etwas langlebiger und damit nachhaltig(er) gestalten.

Sich als Detailhändler auf Nachhaltigkeit zu berufen, muss mehr sein als blosses Marketing. Für ein Unternehmen ist es aber eine ständige Herausforderung, den Spagat zwischen Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit zu schaffen. Und Konsum ist grundsätzlich weder ökologisch noch nachhaltig. Natürlich werden uns gewisse Stimmen vorwerfen, unser Reparaturangebot sei einfach ein Marketinggag oder wir würden Greenwashing betreiben. «Wir wollen aber mit gutem Beispiel vorangehen, ökologisch und ökonomisch Verantwortung übernehmen und als Organisation unseren Teil zur Gesellschaft der Zukunft beitragen», sagt Daniel Humbel.



# Das Einkaufen war in diesem Winter doch nicht anders

**Die drohende Strom- und Gasmangellage war das dominierende Thema im vergangenen Herbst. Politik und Wirtschaft erarbeiteten innert Kürze Lösungen für die drohenden Szenarien. Gebrauchte wurden sie nicht. Dafür erntete der Detailhandel viel Beifall.**

Der russische Angriff auf die Ukraine am 24. Februar 2022 erschütterte die Welt und löste eine Kette von Ereignissen aus, die man sich in der westlichen Welt nicht mehr gewohnt war. Insbesondere die Unterbrüche in der Lieferung von Gas aus Russland lösten in Europa Angst vor einem Winter mit kalter Heizung aus. Engagierte Vertreter aus Politik und Wirtschaft liessen keine Zeit verstreichen, um Lösungen zu evaluieren. Die SWISS RETAIL FEDERATION publizierte bereits Mitte Juli einen ersten Leitfaden mit möglichen Energiesparmassnahmen für ihre Mitglieder, veranstaltete Webinare und vernetzte sich früh mit Entscheidungsträgern, um sich auf das «Stromsparen» im Winter einzustellen und einen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten um das Worst-Case-Szenario – eine temporäre Netzabschaltung – zu verhindern.

## **Positive Reaktion des Detailhandels führt zu viel politischem Goodwill**

Die Mitglieder der SWISS RETAIL FEDERATION zogen mit und setzten viele Massnahmen unseres Leitfadens um – dies zum Teil mit beachtlichen Investitionen. Dazu gehörten beispielsweise die Anschaffung von Bewegungsmeldern oder die Umstellung auf LED und der Erwerb von Notstromaggregaten. Auch medial konnte sich der Detailhandel positiv positionieren, denn die dunklen Schaufenster und die eher kühlen Temperaturen auf der Ladefläche fielen auf. Das wurde von der Bevölkerung goutiert, auch wenn gewisse Nichtmitglieder nicht mit-

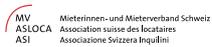
zogen. Diese Bemühungen wurden auch politisch honoriert. So ist die SWISS RETAIL FEDERATION Gründungsmitglied der Energiespar-Alliance – eines Verbunds aus Politik, Wirtschaft und Verbänden. Beim Sounding Board des Bundesamtes für wirtschaftliche Landesversorgung (BWL) fanden unsere Vorschläge Gehör und insgesamt erwirkten wir ein sehr gutes Regelwerk, sollte es zu einer Strommangellage kommen. Dass praktisch alle unsere Vorschläge in die Verordnungen aufgenommen wurden, spricht für unsere proaktive, kooperative und präzise Arbeit. Die partnerschaftliche und zielführende Zusammenarbeit mit dem BWL hat sich gelohnt.

## **Ein griffiges Konzept für den Ernstfall**

Gebraucht wurden die Verordnungen bisher nicht. Der Bundesrat ruderte im November gar etwas zurück und entschärfte die Situation öffentlich, liess die Sensibilisierungskampagne des Bundesamtes für Energie (BFE) aber weiterlaufen. Die Kundschaft hat die Massnahmen des Detailhandels mitgetragen und sich die Weihnachtseinkäufe nicht nehmen lassen: Mit Ausnahme der Weihnachtsbeleuchtung kam in diesem Jahr – erstmals seit Corona – wieder Weihnachtsstimmung auf.



Die Gründungsmitglieder der Energiespar-Alliance



# Rückblick auf die wichtigsten politischen Geschäfte 2022

---

Die SWISS RETAIL FEDERATION hat sich auch im Jahr 2022 mit vielen verschiedenen politischen Geschäften auseinandergesetzt. Nachfolgend werden einige wichtige Geschäfte des vergangenen Jahres herausgepickt.

## **Stellenmeldepflicht. Wiedereinführung eines praxistauglichen Schwellenwertes (21.4665)**

Die SWISS RETAIL FEDERATION unterstützt das Anliegen der Motion. Der aktuell bei 5 Prozent festgesetzte Schwellenwert ist zu tief angesetzt und wirkt sich insbesondere in Fällen wirtschaftlicher Schwankungen, wie dies in den letzten Pandemie Jahren der Fall war, schnell aus. Deshalb sistierte der Bundesrat 2020 zeitweise die Stellenmeldepflicht im Jahr 2020, um Arbeitgeber sowie Behörden administrativ zu entlasten. Das Geschäft befindet sich im Moment zur Beratung in der Kommission.

## **Zeitlich befristete Flexibilisierung des Arbeitsgesetzes im Falle einer Strom- und/oder Gasmangellage (22.3921)**

Die SWISS RETAIL FEDERATION hat bei der Verordnungsvorlage für eine allfällige Strom- und Gasmangellage eine proaktive Rolle gespielt. Sie unterstützt parlamentarische Vorstösse, die es dem Detailhandel erleichtern, auch im Krisenfall wirtschaftlich und wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Flexibilisierung des Arbeitsgesetzes spielt dabei eine entscheidende Rolle. So wird sichergestellt, dass auch Betriebe, die überkantonale tätig sind, unter gleichen Bedingungen weiterfunktionieren können

und eine Energiemangellage als «dringendes Bedürfnis für Nacht- oder Sonntagsarbeit» definiert wird (Art. 27 Abs. 1 ArGV1). Arbeitszeitbewilligungen werden gemäss geltendem Recht kantonal erteilt.

## **Flugtransporte bei Lebensmitteln deklarieren (22.424)**

Die SWISS RETAIL FEDERATION unterstützt und fördert die nachhaltige Entwicklung des Detailhandels aktiv. Allerdings wehren wir uns gegen einen «Swiss Finish» bei Regulierungen, die dem Schweizer Detailhandel zusätzliche Kosten im Vergleich mit Anrainerstaaten generieren und kostentreibend wirken. Neue Deklarationsvorschriften sollen deshalb nur im Gleichschritt mit entsprechenden Vorgaben in der EU erfolgen. Zudem bleibt der Mehrwert einer solchen Deklaration fraglich, da die Nachhaltigkeit eines Lebensmittels von diversen Faktoren abhängt und nicht auf die reine Transportart reduziert werden kann. Die vorgeschlagene Gesetzesänderung geht im Übrigen auch weit über die Begründung und den Titel des Vorstosses hinaus.



### Weitere Geschäfte

Nachfolgend finden Sie eine Liste weiterer Geschäfte, mit denen sich die SWISS RETAIL FEDERATION 2022 beschäftigt hat.

- BVG-Reform (20.089)
- Gesetzliche Grundlagen für Homeoffice schaffen (21.3686)
- Homeoffice. Gelebte und akzeptierte Flexibilität legalisieren (21.4188)
- Stellenmeldepflicht. Wiedereinführung eines praxistauglichen Schwellenwertes (21.4665)
- Bekämpfung des Lohndumpings. Erweiterung des Begriffs der missbräuchlichen Kündigung (18.306)
- Ergänzung des Epidemiengesetzes: Entschädigung bei Massnahmen (22.3009)
- Für eine Regulierung der Werbung gemäss dem Life Cycle Assessment eines Produktes (21.458)
- Mehrwertsteuergesetz. Teilrevision (21.019)
- Obligatorische Epidemie bzw. Pandemieversicherung (20.3840)
- Kurzarbeitsentschädigung bei tiefen Einkommen anheben (20.3192)
- Bessere Bedingungen für Fleischersatzprodukte (20.3299)
- Kurzarbeitsentschädigung von 100 Prozent des Lohnes für Einkommen bis rund 4000 Franken (20.3364)
- Potenzial für die Schweizer KMU-Wirtschaft bei einem Anschluss an den EU-One-Stop-Shop zur Abrechnung der MWST prüfen (22.3384)
- Für die Verlängerung des Kündigungsschutzes nach dem Mutterschaftsurlaub (20.322)
- Bundesbeschluss über eine besondere Besteuerung grosser Unternehmensgruppen (Umsetzung des OECD/G20-Projekts zur Besteuerung der digitalen Wirtschaft) (22.036)
- Zeitlich befristete Flexibilisierung des Arbeitsgesetzes im Falle einer Strom- und/oder Gasmangellage (22.3921)
- Flugtransporte bei Lebensmitteln deklarieren (22.424)
- Standesinitiative Kanton Jura. Internetgiganten sind zu besteuern (21.306)
- Für eine Verlängerung der Frist bei Zahlungsrückständen der Mieterin oder des Mieters (21.316)
- Zollerleichterungen und Zollsicherheit. Abkommen mit der Europäischen Gemeinschaft (21.059)
- Entsendegesetz. Änderung (21.032)
- Stopp dem Lebensmittelbetrug (21.3691)

- Lebensmittelbetrug stärker bekämpfen zum Schutz der heimischen Lebensmittelproduktion und der Konsumenten (21.3903)
- Verstärkte Anstrengungen zur Bekämpfung von Lebensmittelbetrug (21.3936)
- Wettbewerbssituation im Lebensmittelmarkt (22.4252)
- Motion Für Klimaeffizienz. Lücken im CO<sub>2</sub>-Gesetz vermeiden (21.3694)
- Standesinitiative Kanton Genf: Für ein Verbot von Aluminiumsalzen und von deren Derivaten in Kosmetikprodukten (21.321)
- Gentechnikgesetz. Änderung (21.049)
- Für eine Schweiz ohne gentechnisch veränderte Organismen! (21.308)
- Keine Massentierhaltung in der Schweiz (Massentierhaltungsinitiative). Volksinitiative und direkter Gegenentwurf (21.044)
- Für eine wirksame Gesundheitsförderung. Begrenzung des Zuckergehalts in industriell hergestellten Getränken und verarbeiteten Lebensmitteln (20.311)
- Für eine klare Darstellung der Menge des schnellen Zuckers in Lebensmitteln (21.315)
- Labelpflicht für Schweizer Brot (19.4192)
- Den Konsumentinnen und Konsumenten die eindeutige Deklaration des Herkunftslandes auf Lebensmitteln, die im Ausland hergestellt oder zubereitet wurden, garantieren (19.4083)
- Abfallfreie Takeaway-Gastronomie (20.3637)
- Stopp dem Greenwashing (21.457)
- Nein zur geplanten Obsoleszenz! Für elektronische Geräte muss eine minimale Lebensdauer von fünf Jahren garantiert sein (20.4025)
- Schweizer Kreislaufwirtschaft stärken (20.433)
- Fleischwerbung nur für Produkte der Tierwohlprogramme (20.4192)
- Pflanzenschutzmittel, die für Menschen, Insekten oder Gewässerlebewesen toxisch sind. Keine Zulassung mehr für nichtberufliche Anwendung (20.4579)
- Ausweitung des Artikels 35e des Umweltschutzgesetzes auf Fleisch und Fleischerzeugnisse (20.4104)
- Einführung eines Reparaturfähigkeitindex für gewisse elektrische und elektronische Geräte (20.4312)
- Eine nachhaltige Finanzierungslösung für die Abgabe von Lebensmitteln durch Wohltätigkeitsorganisationen (22.3880)
- Handlungsfeld Detailhandel zum Aktionsplan Food Waste (22.3881)
- Handlungsfeld Koordination zum Aktionsplan Food Waste (22.3882)
- Eine Strategie für ein faires, gesundes und umweltfreundliches Lebensmittelsystem (20.4245)
- Energieverbrauch senken. Kurzfristige Massnahmen zum Energiesparen durch Verhaltensänderung (22.3240)
- Kreislaufwirtschaft. Längere Gerätelebensdauer durch längere Garantiefrieten (19.4594)

### Vernehmlassungen

#### Vernehmlassung Gasmangellage

- Verordnung über die Kontingentierung des Gasbezugs
- Verordnung über Verbote und Beschränkungen der Verwendung von Gas

#### Vernehmlassung Strommangellage

- Verordnung über die Änderung einer Bestimmung des Landesversorgungsgesetzes
- Verordnung über Beschränkungen und Verbote der Verwendung elektrischer Energie
- Verordnung über die Kontingentierung elektrischer Energie
- Verordnung über die Abschaltung von Stromnetzen zur Sicherstellung der Elektrizitätsversorgung
- Verordnung über die Sofortkontingentierung elektrischer Energie

#### Vernehmlassung Kennzeichnung Lebensmittel aufgrund von Versorgungsengpässen

#### Vernehmlassung Vollzugsmitteilung zur Umsetzung der Holzhandelsverordnung (HHV)

#### Vernehmlassung Verbot und Beschränkung über Tabakprodukte und elektronische Zigaretten

# SWISS RETAIL FEDERATION in Zahlen

---

Die SWISS RETAIL FEDERATION ist der Verband der Detailhandelsunternehmen (stationär und online) in der Schweiz.



Unsere Mitglieder weisen einen jährlichen Umsatz von mehr als 23 Milliarden Franken auf.



Unsere Mitglieder repräsentieren insgesamt rund 58 000 Arbeitsplätze.



Wir vertreten rund 1600 Detailhändler mit 6000 Geschäften (Warenhäuser, Fachmärkte und Fachgeschäfte, Verbraucher- und Abholmärkte, selbstständige Detaillisten, Food-Fachhändler und Kioske).



Unsere Mitglieder bilden jährlich rund 2850 Lernende aus.

# Mitgliedschaften

Mit den nachstehenden Verbänden und Organisationen sind wir als Mitglied verbunden; teilweise sind wir auch in deren leitenden Gremien vertreten (Stand 31.12. 2022).

## Spitzenverbände

### Schweizerischer Arbeitgeberverband (SAV)

Vertretung im Vorstand:

**Dagmar T. Jenni, SWISS RETAIL FEDERATION**

Vertretung in den Arbeitsgruppen:

**Dagmar T. Jenni, SWISS RETAIL FEDERATION**

## Berufsbildung

### Bildung Detailhandel Schweiz (BDS)

Vertretung im geschäftsführenden Ausschuss:

**Jan Heldstab, SWISS RETAIL FEDERATION**

## Kreislaufwirtschaft

### Allianz Design for Recycling Plastics

Mitglied des Beirates

### Go for Impact (Kooperation von Wirtschaft, Wissenschaft, Gesellschaft und der öffentlichen Hand)

Mitglied, Vertretung im Programmausschuss:

**Dagmar T. Jenni, SWISS RETAIL FEDERATION**

## Forschung

### KOF Konjunkturforschungsstelle (ETH Zürich)

Mitglied

## Interessenvertretung

### Handel Schweiz

Vertretung im Vorstand:

**Philipp Zraggen, Volg Konsumwaren AG**

### Verband elektronischer Zahlungsverkehr (VEZ)

Vertretung im Vorstand:

**Martin Roth, Manor AG**

Vertretung in der grossen Arbeitsgruppe:

**Dagmar T. Jenni, SWISS RETAIL FEDERATION**

### Vereinigung des schweizerischen Tabakwarenhandels

Vertretung im Vorstand:

**Dagmar T. Jenni, SWISS RETAIL FEDERATION**

### AWMP (Allianz der Wirtschaft für eine massvolle Präventionspolitik)

Vertretung:

**Dagmar T. Jenni, SWISS RETAIL FEDERATION**

## Stiftungen

### Stiftung Kakao- und Schokoladenwirtschaft

Vertretung:

**Nicole Loeb, Loeb Holding AG**

## Vorstand / Direktion / Revision

### Vorstand (Stand 31.12.2022)

**Christa Markwalder** Präsidentin, Nationalrätin  
**Jérôme Gilg** Vizepräsident, Manor AG  
**Stefan Kopp** Lidl Schweiz AG  
**Stefan Küppers** Dosenbach-Ochsner AG  
**Dominique Locher** Farmy AG  
**Nicole Loeb** Loeb Holding AG  
**Jérôme Meyer** ALDI SUISSE AG  
**Alexandre Nodale** Maus Frères SA  
**Norbert Scheele** C&A Mode AG  
**André Scherrer** Spar Handels AG  
**Pascal Schneebeli** Orell Füssli Thalia AG  
**Roger Vogt** Valora Holding AG  
**Simon Wirth** IKEA Schweiz AG  
**Philipp Zraggen** Volg Konsumwaren AG

### Direktion

**Dagmar T. Jenni** Direktorin

### Revisionsstelle

**T+R AG**

## Mitglieder

### Stand 31.12.2022

#### (Auswahl und ohne Funktionsgesellschaften)

**ALDI SUISSE AG** Schwarzenbach SG  
**ASMAS – Verband Sportfachhandel Schweiz** Bern  
**Beldona AG** Baden  
**C&A Mode AG** Baar  
**Calzedonia Switzerland AG** Schlieren  
**Changemaker AG** Zürich  
**Conforama Direction SA** Écublens  
**Decathlon Sports Switzerland SA** Genève  
**Dosenbach-Ochsner AG** Dietikon  
– Ochsner Shoes AG  
– Ochsner Sport AG  
– Snipes (Schweiz AG)  
**Dufry Basel-Mulhouse AG** Basel  
**Farmy AG** Zürich  
**Franz Carl Weber AG** Zürich  
**Fressnapf Schweiz AG** Dietikon  
**GERRY WEBER Switzerland AG** Bern  
**Gonset Holding SA** Zug  
**HORNBACH Baumarkt (Schweiz) AG** Sursee  
**IKEA AG** Spreitenbach  
**JACK WOLFSKIN Switzerland AG** Opfikon  
**Jeans Fritz Schweiz AG** Birsfelden  
**Jelmoli AG** Zürich  
**JYSK GmbH** Luzern  
**Landi Schweiz AG** Dotzigen  
**Lidl Schweiz AG** Weinfelden  
**LIPO Einrichtungsmärkte AG** Pratteln  
**Loeb AG** Bern  
**LS Travel Retail International AG** Genève

**Manor AG** Basel  
– eManor AG  
– Groupe Blatt  
– Manor SUD SA  
– NordRetail SA  
**Markant Syntrade Schweiz AG** Pfäffikon SZ  
**Maus Frères SA** Genève  
**Mode Bayard AG** Bern  
**Müller Handels AG Schweiz** Oberentfelden  
**Müller Reformhaus Vital Shop AG** Volketswil  
**Orell Füssli Thalia AG** Zürich  
**Pistor AG** Rothenburg  
**Populart AG** Dietikon  
**QoQa Services SA** Bussigny  
**Rio Getränkemarkt AG** Dietikon  
**Rituals Cosmetics Switzerland AG** Zürich  
**Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband SBVV** Zürich  
**SCS Storeconcept AG** Härkingen  
**Spar Management AG** St. Gallen  
– Spar Handels AG  
– TopCC AG  
**Takko Fashion (Schweiz) AG** Wallisellen  
**Tchibo (Schweiz) AG** Wallisellen  
**The Nuance Group AG** Zürich  
**TOOche** Zollikon  
**Transa Backpacking AG** Zürich  
**Turm Handels AG** St. Gallen  
**Valora Management AG** Muttenz  
**VELEDES** Dübendorf  
**Vernis Claessens SA** Bussigny  
**Volg Konsumwaren AG** Winterthur  
**WE Switzerland Fashion AG** Baden-Dättwil  
**4Spaces GmbH&ZigZag** Zürich

