

Mit verbindlichen Versprechen und konkreten Projekten engagiert sich die Migros für die Generation von morgen. Sie verpflichtet sich langfristig, die Umwelt zu schützen, den nachhaltigen Konsum zu fördern, gegenüber Gesellschaft und Mitarbeitenden sozial und vorbildlich zu handeln und sich für einen gesunden Lebensstil einzusetzen.

GENERATION M

Mehr Informationen finden Sie unter:
www.generation-m.ch

Ein Töpfchen mit Köpfchen

Die Migros-Kosmetikherstellerin Mibelle Cosmetics AG erhält für eine innovative Verpackung die **Auszeichnung Swiss Star in der Sparte Ökologie**. Mit dem Swiss Star zeichnet das Schweizerische Verpackungsinstitut (SVI), die Dachorganisation der Schweizer Verpackungsbranche, jährlich herausragende Leistungen im Verpackungswesen aus.



Preisgekrönt: Der Cremetiegel von Mibelle kann nachgefüllt werden.

Die Mibelle überzeugte die Jury mit einer **neuartigen Nachfüllpackung für eine Tagescreme**. Das Prinzip kennt man bereits von Flüssigseifen: Ist die stabile Originalflasche leer, wird sie mit einem verpackungssparenden Beutel aufgefüllt. Cremes lassen sich allerdings nicht so leicht umfüllen. Die Mibelle hat einen Nachfülltiegel entwickelt, der einfach in den leeren Originaltiegel eingesetzt wird. Das neue Töpfchen verbraucht **im Vergleich zu einem konventionellen Tiegel 78 Prozent weniger Material**. «Diese Verpackung spart wirklich», heisst es in der Begründung der Jury, «weniger Material in der Herstellung heisst weniger Material in der Entsorgung – und auch weniger Material zum Transportieren. **Ökologie, wo man hinschaut.**» Apropos sparen: Die Nachfülltiegel sind günstiger als das Original.

Bilder: René Ruis

Jung, umweltbewusst und erfolgreich: Prisca Müller (links) und Majka Baur im Hub Zürich.



Mit Spass Gutes tun

Ideenwettbewerb von WWF und Migros: Die Gewinnerinnen wollen mit ihrer Online-Plattform Menschen dazu bewegen, sich ökologischer zu verhalten.

Das englische Wort Hub steht für Knotenpunkt oder Drehscheibe und wird oft für grosse Flughäfen verwendet. Der Zürcher Hub befindet sich jedoch nicht in Kloten, sondern unter zwei Viaduktbögen im trendigen Zürcher Kreis 5. Er verbindet keine Flugzeuge, sondern nachhaltiges Unternehmertum. Wer eine solche Geschäftsidee hat oder sie in einem Start-up bereits verwirklicht, kann hier temporär einen Arbeitsplatz mieten.

Hier arbeiten Prisca Müller (23) und Majka Baur (26). Die beiden Jungunternehmerinnen haben Anfang Oktober 2012 mit ihrem Konzept weACT den ersten Platz beim Ideenwettbewerb Idées vertes gewonnen, mit dem die Migros und der WWF gemeinsam nachhaltige Geschäftsideen suchten. Dotiert ist der erste Platz mit 30 000 Franken, und den Gewinnern wird ein Jahr lang ein Arbeitsplatz im Hub kostenlos zur Verfügung gestellt. «Nach der Preisverleihung haben wir einen Freuden schrei ausgestossen», gesteht Müller.

«weACT» steht für die Idee, auf einer Online-Plattform Gruppenwettbewerbe zu veranstalten. Auf spielerische Art und Weise sollen die Teilnehmer so zu neuen Verhaltensweisen motiviert wer-

den, um ihren Alltag ökologischer zu gestalten. Egal, ob man für eine bestimmte Zeit das Velo benutzt, nur ein bis zwei Mal pro Woche Fleisch isst oder im Winter die Heizung um ein Grad runterstellt: «Wenn viele Menschen kleine Veränderungen in ihrem Lebensstil vornehmen, können wir die Schweizer CO₂-Emissionen um zehn Prozent senken», erklärt Baur, die wie ihre Geschäftspartnerin an der ETH Umweltnaturwissenschaften studierte.

Mitmachen, Eco-Punkte sammeln und Preise gewinnen

Wie soll das konkret funktionieren? Ziel ist, Unternehmen und Institutionen zu gewinnen. «Einzelne Teams oder Abteilungen werden dann an einem jeweils dreiwöchigen Wettbewerb teilnehmen und ihre Aktionen – wie zum Beispiel zweimal pro Woche am Mittag auf Fleisch zu verzichten – via unsere Plattform dokumentieren», sagt Müller. Wer am meisten Eco-Punkte sammelt, hat gewonnen. Öko-Punkte? «Nein, Eco», sagt die Jungunternehmerin, «Öko klingt zu sehr nach Reformhaus.»

Es gibt Preise zu gewinnen, und alle Teilnehmer werden zu einer Abschlussparty eingeladen. Müller und Baur sind

überzeugt, dass sich Verhaltensweisen nicht mit Zwang ändern lassen. «Wenn die Leute Spass haben, geht das am besten», so Müller, die momentan ein Psychologiestudium absolviert. Bei allem Idealismus – die beiden jungen Frauen wirken ziel- und erfolgsorientiert, keine Spur von Birkenstock-Groove. weACT ist ein Start-up, das sich dereinst rechnen soll. Die Unternehmen werden für die Teilnahme an den Wettbewerben einen bestimmten Betrag zahlen. Unterstützung gibts zusätzlich von der Migros und vom WWF: «Wir werden die beiden kommunikativ begleiten und so helfen, dass man weACT kennt und mitmacht», erklärt Cornelia Diethelm, Leiterin Nachhaltigkeit bei der Migros.

Und wie steht es um die ökologischen Bemühungen bei den beiden Firmengründerinnen? «Letztes Jahr habe ich aufs Fliegen verzichtet», sagt Baur. «Ich bin Vegetarierin – und versuchte in der letzten Zeit, kalt zu duschen», so Müller. Wie wars? «Schwierig; aber mittlerweile schalte ich beim Haarewaschen zwischendurch das Wasser ab.»

Texte: Christoph Petermann

Bilder: Daniel Winkler

Informationen unter: www.weact.ch

«Die Idee trifft den Zeitgeist»

Holger Hoffmann, was hat Sie persönlich an weACT überzeugt?

Uns hat die Idee gefallen, das ökologische Verhalten von Menschen durch Spass und Spiel positiv zu beeinflussen. Die Gruppenwettbewerbe haben grosses Potenzial, Leute dazu zu bringen, neue Aktionen auszuprobieren und auch ihre Freunde mitzuziehen. Die Einbindung des sozialen Umfelds ist bei Verhaltensänderungen immens wichtig.



Holger Hoffmann-Riem, Projektleiter WWF und Jury-Präsident Idées vertes

Zum Thema gibt es seit langer Zeit unzählige Aufrufe und Aktionen. Warum sollte gerade diese Geschäftsidee Erfolg haben?

Die Idee trifft den Zeitgeist. Es geht nicht darum, jemandem mit erhobenem Zeigefinger einen Wertewandel aufzuzwingen, sondern darum, Leute einzuladen, mit ihren Freunden zusammen etwas Neues auszuprobieren. Inhaltlich können die Wettbewerbe ausserdem flexibel angepasst werden und ermöglichen daher auch die Zusammenarbeit mit Unternehmen, Schulen oder Gemeinden.

In diesem Online-Wettbewerb kann ja jeder behaupten, er hätte zugunsten der

Umwelt Verzicht geübt. Kann das wirklich funktionieren?

Bei weACT geht es nicht in erster Linie darum, besser zu sein als alle anderen, sondern das eigene Verhalten zu verändern und etwas für die Umwelt zu tun. Wenn man schummelt, tut man sich selbst somit keinen Gefallen. Ausserdem kann das weACT-Team die eingegebenen Daten auf Plausibilität prüfen. Ich glaube daher nicht, dass Schummeleien einen grossen Einfluss darauf haben, welches Team am Schluss gewinnt. Grundsätzlich ändert sich nichts an der Wirksamkeit des Wettbewerbs, da die anderen Teams ihr Verhalten ja trotzdem geändert haben.