
Tid til
at handle
- om ansvarlighed i Coop siden 1866
coop
Det gi'r mening

I over 150 år har Coop givet dig mere med i indkøbsposen, når du har handlet i vores butikker. For lige siden åbningen af de første brugser for 154 år siden har det været vigtigt for os at passe på vores kunder, medejere, medarbejdere og det omgivende miljø, klima og samfund. Vi har på de kommende sider samlet 185 af de indsatser, du har fået med i indkøbsposen gennem tiden.





En grøn og bedre fremtid

I Coop har det altid været en hjertesag at kæmpe for forbrugerne, tilbyde kompromisløse og gode varer, dele vores viden og arbejde for et bedre miljø. For det forpligter at være ejet af næsten 1,9 millioner mennesker. Derfor er de fleste af vores handlinger også skabt for og med de danske forbrugere. Det gælder lige fra den første Brugs, der blev stiftet for at kunne tilbyde bedre og billigere varer, til den seneste ansvarlighedsstrategi, der bygger på forbrugernes ønsker til fremtidens Coop.

Hvad disse handlinger helt konkret betyder, fortæller vi om i dette magasin. Her har vi samlet 185 udvalgte handlinger, som viser, hvordan vi gennem mere end 150 år har gjort vores bedste for at skabe et mere bæredygtigt forbrug til gavn for den enkelte, for samfundet og de kommende generationer.

De 185 handlinger vil blive udbygget de kommende år, ja, nye er allerede i gang, mens dette magasin trykkes. For i en verden under hastig forandring ændrer forbrugernes krav sig også. Vi har en historie, der forpligter – og det er vi stolte af.



Coops ansvarlighedsstrategi »Tid til at handle« er skabt i samarbejde med Coops kunder og medlemmer.

En helt særlig historie

Umiddelbart ligner Coops butikker nok mange andre dagligvarebutikker, men vi er grundlæggende meget anderledes end vores konkurrenter.

For Coop er ejet af næsten 1,9 million medlemmer, etableret for over 150 år siden og har en egenart, hvor vi kæmper forbrugernes sag.

Det har resulteret i mange konkrete tiltag, der har det til fælles, at de har gjort en forskel for danske forbrugere i form af renere varer, mere viden og bedre miljø.

Hvad det helt konkret betyder, fortæller vi om i dette magasin, hvor vi har samlet 185 handlinger.

Fra dannelsen af den første brugsforening i 1866, det første forbrugermagasin, Samvirke, i 1928, kvalitetsmøbler til alle, FDB Møbler, fra 1942, verdens første serie af allergivenlige varer, Minirisk, fra 1975, lanceringen af Madpyramiden i 1976 til introduktion af økologi i supermarkedet i 1980erne, salmonellafri kyllinger i 1990'erne, stop for farlige stoffer og kemikalier i 00'erne og frem til udvikling af verdens første klima-app i 2020.

Vi har med andre ord en historie, vi er stolte af. Men det er også en historie, der forpligter.

Derfor vil vi i de kommende år udbygge de 185 handlinger med flere nye hvert år. For det er vores forpligtelse fortsat at gøre en forskel for forbrugerne, for lokalsamfund og for klimaet. At give dem mulighed for at vælge sundere, mindre miljøbelastende, mere klimavenlige varer – og i det hele taget at inspirere til et mere bæredygtigt forbrug.

I en verden under hastig forandring ændrer forbrugernes krav sig også. Derfor er det vores opgave at lytte til deres ønsker og være de første til at skabe de ændringer, som gør en forskel for både den enkelte og samfundet. Det har vi over 150 års erfaring i. Vi forpligter os til fortsat at have den pionerrolle.

Kræn Østergård Nielsen
Adm. direktør
Coop



Sognepræsten Hans Christian Sonne tager i 1866 initiativ til at stifte Danmarks første levedygtige brugs.



1

Danmarks første brugs åbner i Thisted

— 1866 —

Thisteds sognepræst, Hans Christian Sonne er fortvivlet over sognets mange, nødlidende fattige og stifter med inspiration fra England Danmarks første levedygtige brugsforening. Den er ejet af medlemmerne og giver dem adgang til tilstrækkelige og ordentlige madvarer. Brugsen i Thisted bliver forbillede for mange andre brugsforeninger i hele landet.

2

Brugsen i Thisted åbner for bogudlån

— 1866 —

Oplysning og uddannelse til alle er fra begyndelsen et mål i Coop. I Danmarks første brugs bliver 2,5 procent af overskuddet brugt til blandt andet udlån af bøger – længe før de første folkebiblioteker åbner. Og siden bliver det folkeoplysende arbejde udvidet med blandt andet Samvirke, debatmøder og skolekontakt.

3

Én brugsforening bliver til 1000

— 1872 —

Hele Danmark får mulighed for at købe bedre varer til fair priser, da brugsforeningerne bryder købstædernes og købmændenes monopol på handlen. Allerede seks år efter stiftelsen af den første brugs er der 100 butikker – og i 1900 er der langt over 1000. I dag har Coop landets tætteste net af butikker med omkring 1100 forretninger.





5

Opgør med monopoler giver forbrugerne bedre priser

— 1897 —

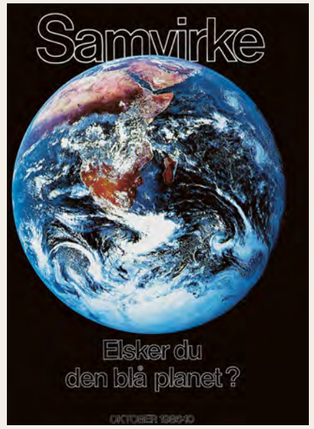
Hele befolkningen skal kunne købe ordentlige varer til fair priser. Derfor – og for at bryde monopoler på handlen med en række varer – begynder Coop at producere selv. Først med eget kafferisteri i Kolding og siden med fabrikker til produktion af blandt andet tobak, krydderier, sæbe, margarine og tovværk.

4

Fællesskabet tager form

— 1896 —

For at modstå presset fra de stærke selvstændige købmænd slår de mange medlemsejede brugsforeninger i Danmark sig sammen i Coops forgænger: Fællesforeningen for Danmarks Brugsforeninger, FDB. Her kan de være fælles om indkøb af varer og arbejdet for at fremme folkeoplysningen i alle kroge af landet.



6

Medlemmerne får deres første månedsmagasin

— 1928 —

Forbrugerne skal både høres og informeres. Derfor udgiver Coop det første månedsmagasin med nyt om arbejdet i brugsbevægelsen og information om mad, varer og forbrug. Alle medlemmer modtager magasinet, der i 1945 får navnet Samvirke. Samvirke er i dag Danmarks største magasin med over en million læsere hver måned.



Coop gennemfører stadig i særklasse flest test af dagligvarer på det danske marked.

7

Verdens første fødevarelaboratorium

— 1929 —

Brugsbevægelsen garanterer lige fra første dag for over 150 år siden kunderne »ærlige varer til ærlige priser«. I første halvdel af 1900-tallet betyder det, at kunderne kan stole på, at de ikke bliver syge af varerne, de køber hos os.

For at kunne efterleve dét åbner Coop i 1929 verdens første fødevarelaboratorium. Coop er med andre ord de første i verden til at teste indholdet og kvaliteten af de varer, der langes over disken.

Det skaber stor opmærksomhed i datidens medier, at en kæde af butikker på egen opfordring tager ansvar for kundernes sikkerhed og sundhed. Det er nemlig først mange år senere, at offentlige myndigheder begynder at føre kontrol med fødevarers kvalitet.

Coop har ikke længere eget laboratorium, men har fastholdt de høje kvalitetskrav og gennemfører stadig test af alle varer. Ja, faktisk er vi dem på det danske marked, der gennemfører absolut flest test af dagligvarer.

8

Introduktion af nettovægt

— 1930 —

Det skal være nemt at se, hvad man får for pengene. Derfor indfører Coop nettovægt på vaskemidler fra egne fabrikker, så emballagen ikke bliver vejet med. Nettovægten gør også sit indtog på de andre varer, Coop selv producerer – længe før der er lovgivning på området.



9

Danmarks første dyrevelfærdsregler

— 1930 —



For at sikre danskerne ærlige varer til ærlige priser må Coop have styr på alle led i fødevareproduktionen. Det fører til den første af mange regler om, at dyrene skal behandles ordentligt. Reglen gælder de æglæggende høns, som »skal jages af reden på en nænsom måde« – og dyrevelfærd har siden været en mærkesag.

10

Godt købmandskab bliver sat på skoleskemaet

— 1932 —

Både forbrugere og forretninger har glæde af dygtige medarbejdere. Derfor åbner Coop Andelsskolen i Middelfart. Her lærer brugsens ansatte om købmandskab og butiksledelse og får viden om andelsbevægelsens historie. I 2005 ændres navnet til Severin Kursuscenter, opkaldt efter Coops første formand, Severin Jørgensen.

FDB Møbler har lavet mange klassikere, blandt andet Poul M. Volthers pindestol, J46.

11

Nu er der komplette varedeklarationer

— 1940 —

For at gøre det let for forbrugerne at se, hvad de køber, indfører Coop komplette varedeklarationer på en lang række af de varer, der bliver produceret på bevægelsens egne fabrikker. Lovgivningen stiller på dette tidspunkt endnu ikke krav om, at det, skal stå på husholdningsprodukter og fødevarer, hvad der er i dem.



12

Samarbejde med unge kunstnere om »Gode Brugsting«

— 1942 —

Forbrugerne får noget pænt at se på, når de handler. Coop lancerer smukke og informative emballager og reklamer, og en række unge kunstneriske talenter inviteres til at sætte form på den moderne forretning under sloganet »Gode Brugsting«. Det bliver blandt andet til Aage Sikker Hansens klassiske plakat for Davregryn.



13

Kvalitetsmøbler til folket

— 1942 —

Flere forbrugere flytter i lejlighed i byerne, og her passer fortidens tunge møbler dårligt ind. Coop revolutionerer den danske boligkultur med en serie lette, lyse møbler til overkommelige priser. Møblerne er tegnet af den unge arkitekt Børge Mogensen, og mange af dem er siden blevet verdenskendte klassikere.



14

Slut med underlødige erstatningsvarer

— 1945 —

Ærlighed over for forbrugerne har altid været vigtigt for Coop, også lige efter Anden Verdenskrig. Mens en del danske producenter lancerer erstatningsprodukter forklædt som den ægte vare, nægter Coop at sælge »underlødige erstatningsvarer«. Beslutningen giver indimellem varemangel i butikkerne – til gengæld er der rigtig kaffe i kaffeposerne.

15

Testkøkken sikrer varernes smag og kvalitet

— 1956 —

I årene efter Anden Verdenskrig kommer der igen varer på hylderne, men ofte af tvivlsom kvalitet. Coop opretter et testkøkken for at sikre, at smag og kvalitet er i orden, før varerne ender i butikkerne. Køkkenet lægger stilen for fremtidens varemærkning og formidling af varedeklarationer, ingrediens-lister og ernæringsinformation til forbrugerne.

16

Skarpere kontrol med sydøstasiatiske leverandører

— 1970 —

Også når varerne kommer langvejsfra, skal forbrugerne være sikre på god kvalitet. FDB stifter sammen med andelsbevægelser i 18 andre lande indkøbsselskabet Inter-Coop. Fra det fælles kontor i Hongkong overvåges kvalitet og bæredygtighed hos leverandørerne i Sydøstasien.

17

Irma lancerer poser med kunsttryk

— 1970 —

Plastikposer bliver noget, man gemmer og genbruger med glæde, da Irma sætter kunst på sine indkøbsposer. Unge kunstnere får chancen for at blive set, og forbrugerne får lidt mere grund til at bruge posen igen og igen. Irma sælger stadig de populære kunstposer.

18

Irma-dåsen bringer kunsten ud til alle

— 1970 —

Danskerne får mere kunst i hjemmet, da Irma sætter sine nu velkendte og elskede dåser på hylderne. Kunstneren Per Arnoldi står bag motivet på den første dåse, og en sand perlerække af danske kunstnere udfolder de næste mange år deres evner på Irma-dåserne.



19

Det allergivenlige mærke Minirisk bliver til

— 1975 —

Det bliver lidt lettere at passe godt på sig selv, da Coop lancerer MiniRisk – måske verdens første serie af allergivenlige produkter uden parfume og andre allergi-fremkaldende stoffer. MiniRisk bliver startskuddet til en indsats mod overflødig kemi i hverdagen, som har varet lige siden.



Unge kunstnere får chancen for at blive set med Irmas populære serie af dåser og indkøbsposer.



Klar Cola er uden skadelige tilsætningsstoffer og bliver et stort hit ved mange fester.

20

Fødevarerne bliver transporteret på ny måde

— 1975 —

For at passe godt på varerne på deres vej til butikken indfører Coop standardkassen: En plastikkasse, som ikke er til at slide op. I den nye kasse kommer alt fra frugt og grønt til kolonialvarer frem uden skader og kan tage sig godt ud på hylderne. Og den stabelbare kasse finder vej til garager og skure i mange danske hjem.

21

Brugsen lancerer Klar Cola

— 1976 —

Vi elsker sodavand – men er ikke vilde med tilsætningsstoffer. Derfor lancerer Coop Klar Cola helt uden farvestoffer. Den bliver i 1980'erne fast inventar på bordet til festlige lejligheder. I anledning af Coops 150-års jubilæum i 2016 genopstår Klar Cola kortvarigt til glæde for nostalgiske sjæle.



22

Madpyramiden – et ikon som alle kender

— 1976 —

Efter oliekrisen i 70'erne har den gennemsnitlige dansker færre penge mellem hænderne. Med inspiration fra den svenske brugsbevægelses »Matpyramiden« vil Coop oplyse forbrugerne om, hvordan de bedst kan spise sundt med varer, der også er til at betale.

Sammen med eksperter fra Husholdningsrådet og Levnedsmiddelinstituttet får Coop udformet en dansk madpyramide og sætter gang i en omfattede og effektiv kampagne for at vise danskerne, at man skal spise mest fra bunden, mindre fra midten og mindst fra toppen.

Madpyramiden har lige siden været en vigtig del af grundskolens pensum i madkundskab, og ifølge tal fra Coop Analyse kender over 96 procent af alle danskere til den populære pyramide.

Madpyramiden er blevet opdateret flere gange i takt med, at de officielle kostråd har ændret sig. Senest i 2019, hvor den fik tilføjet en ny dimension, så man nu spiser både sundt og klimarigtigt, når man følger den ikoniske pyramides anvisninger.

23

Forbrugerne får medbestemmelse

— 1978 —

For at komme nye kritiske forbrugerbevægelser i møde indbyder Coop mange tusinde forbrugere til møder rundt i landet, for at de kan præge indholdet i Coops første forbrugerpolitiske program, som sætter krav til varesortiment, butiksnettet samt udvikling af bæredygtige og miljøvenlige produkter. Sådan har det været lige siden.



24

Skolekontakten lærer skoleelever om bæredygtigt forbrug

— 1979 —

Madpyramidens store succes i skolekøkkenerne baner vejen for, at Coop opretter en egentlig skoletjeneste, Skolekontakten, som siden har udviklet, produceret og udbudt gratis undervisningsmateriale om sundhed, miljø, klima og etisk handel. Coop er i dag stadig den eneste danske detailforretning med en skoletjeneste.



25

Verdens første dagligvarekæde med økologi på hylderne

— 1981 —

I slutningen af 1970'erne bliver det mere og mere populært at dyrke grøntsager uden brug af pesticider og med naturlig gødning. Den trend vil Coop gerne være med på, men ser omvendt et behov for ensartede regler, som forbrugerne kan forstå, før der rigtigt kan komme salg i disse grøntsager. Så sammen med repræsentanter fra storkollektivet Svanholm og forgængeren for Økologisk Landsforeningen formulerer Coop 14 kriterier, som producenterne skal opfylde, før deres varer kan kaldes økologiske – og der udvikles et økologimærke, så kunderne kan genkende varerne i butikken.

Med disse kriterier på plads begynder Coop i 1981 som de første i verden at have økologiske varer på hylderne. De første varer til salg er kartofler, gulerødder, løg og rødbeder, der alle er dyrket på godset Svanholm.

De første år er det langt fra en god forretning at sælge økologiske varer, og mange varer bliver til at begynde med ikke solgt. Men Coop holder fast og udvider fra midten af 80'erne, sortimentet med økologisk mælk.

I 1987 vedtager Folketinget en egentlig økologilov, der i store træk er baseret på de 14 punkter, som er formuleret seks år tidligere. I årene efter bliver økologi en stor succes, og det har lige siden været et populært og vigtigt pejlemærke for danskernes indkøbsvaner. Danskerne er i dag det folkefærd i verden, som spiser mest økologisk.

26

Danmarks første Ø-mærke ser dagens lys

— 1984 —

Det bliver lettere for forbrugerne at få øje på de økologiske varer, da Coop sammen med Landsforeningen Økologisk Jordbrug lancerer sit eget grønne Ø-mærke. Mærket er det allerførste økologimærke i Danmark og bliver senere afløst af det statslige røde Ø-mærke.

27

Friends børnetøj designes med omtanke

— 1984 —

Det er ikke altid let at finde børnetøj af høj kvalitet til en rimelig pris. Det gør Coop noget ved med sit eget børnetøjsmærke, Friends. Det er en serie kvalitetstøj, der ikke koster en bondegård. Kravene til tøjet udvides løbende, og Friends er i dag fremstillet uden problematiske kemikalier og under ordentlige og sikre forhold.

Der ryger mange liter øko-mælk over disken med Coops sats på økologiske mælkeprodukter.





28

Økologisk ost og mælk på hylderne

— 1986 —

Coop sætter som de første i Danmark økologisk mælk og ost på hylderne og imødekommer en voksende efterspørgsel hos forbrugerne. Der ryger mange liter øko-mælk over disken, og succesen medvirker til, at mange konventionelle landbrugsarealer i Syd- og Vestjylland omlægges til økologi – for økologiske malkekøer skal på græs.



29

Forbrugerne sikres salmonellafri kyllinger

— 1990 —

I 1990 afslører Levnedsmiddelkontrollen, at der er salmonellabakterier i 8 ud af 10 frosne danske kyllinger i supermarkederne. Det vil Coop ikke acceptere og gør derfor en solid indsats for at overbevise de danske kyllingeproducenter om, at de skal lave en plan for at få antallet af kyllinger med salmonella ned.

Da det ikke lykkes, dropper Coop de danske producenter og begynder i stedet at købe garanterede salmonellafrie kyllinger af den svenske producent Kronfågel. Det vækker landbruget i Danmark, der derefter går i gang med at lægge en handlingsplan, og efter nogle år kan også de danske kyllingeproducenter levere salmonellafrie kyllinger. Coop vender derfor tilbage til de danske producenter.

I dag er alle kyllinger på det danske marked 100 procent salmonellafrie, og i 2018 får Danmark særstatus af EU med hensyn til salmonella. Det betyder, at Danmark nu også kan kræve, at udenlandsk kyllingekød skal være testet fri for salmonella, inden det bliver sendt til Danmark. Det er en stor sejr for fødevaresikkerheden, for det betyder, at forbrugerne i dag kan være så godt som sikre på, at der ikke er salmonella i hverken det kyllingekød, der købes i supermarkedet eller spises på restauranterne.



30

Ud med PVC i emballage

— 1991 —

Coop forbyder PVC i emballage og gør det lettere at passe på miljøet. PVC er en plasttype, som danner giftige stoffer, når den brændes i affaldsanlægget. Derfor fortsætter Coop med at udfase PVC, og i dag har vi et forbud mod PVC i flere produktgrupper som f.eks. skoleartikler, tekstiler, tasker og sko.



31

Slut med klorblegning af tekstil og papir

— 1991 —

Forbrugerne kan købe blandt andet tøj og toiletpapir med lidt grønnere samvittighed, da Coop forbyder klorblegning af papir og tekstil i sine egne varemærker. Klorblegning kan nemlig danne klorforbindelser, som skader miljøet, hvis de slipper ud i spildevandet.



Bagepapir fra Coop er ikke længere bleget med klor.

32

Billigere økologi i hele landet

— 1993 —

Økologi skal være for alle. Derfor sætter Coop priserne ned og sælger økologiske basisvarer som grøntsager og mælkeprodukter i alle landets SuperBrugser. Det sætter skub i danskernes øko-vaner, så landbruget for alvor kan lægge om til økologi. Konkurrenterne følger trop og får nu også økologiske varer på hylderne.



33

Irma stopper salg af buræg

— 1994 —

I gennemsnit spiser danskerne 250 æg om året, og mange går op i, hvor æggene kommer fra.

Irma er den første danske supermarkedskæde, der stopper med at sælge æg fra burhøns. Beslutningen træffes, fordi flere og flere kritiske forbrugere fravælger æg fra høns, der har meget lidt plads og aldrig kommer ud i det fri.

Selvom buræggene ryger ud af sortimentet i 1994, er det ikke let for Irma at undgå produkter, der indeholder buræg, som for eksempel færdigretter, bagværk og mayonnaise. Men sådan skal det ikke blive ved. Buræg bliver systematisk faset ud af produktionen af de enkelte varer, og i 2017 er det helt slut med buræg i Irmas egenproducerede varer. Året efter stopper Irma desuden for salg af både friske og pasteuriserede skrabeæg.



34

Klorbaserede blegemidler bliver fjernet fra vaskemidler

— 1994 —

For at passe bedre på mennesker og miljø forbyder Coop de klorbaserede blegemidler EDTA og NTA i alle vaskemidler i Coops egne varemærker. Begge stoffer er problematiske for miljøet, og NTA anses for at være kræftfremkaldende. Siden kommer Svanemærket til, og her er de to stoffer naturligvis heller ikke tilladt.



35

Skærpede krav til transfedtsyrer

— 1995 —

Af hensyn til folkesundheden skærer Coop meget ned på brugen af transfedtsyrer i olie og fedtstoffer. Transfedtsyrerne kan øge risikoen for hjerte-kar-sygdomme, og Ernæringsrådet anbefaler derfor en reduktion.

36

Slut med det giftige stof LAS i vaskemidlerne

— 1995 —

Det bliver lettere at vaske tøj med grøn samvittighed, da Coop forbyder LAS i alle sine egne vaskemidler. LAS er et vaskeaktivt stof, som skader vandlevende organismer og er svært for naturen at nedbryde. Få år senere kommer LAS da også på Miljøstyrelsens liste over uønskede stoffer.



Vine fra sydafrikanske Spier er produceret efter meget høje etiske standarder.

37

God vin og socialt ansvar på én gang

— 1995 —

Sammen med sydafrikanske Spier sikrer Coop en socialt ansvarlig vinproduktion, der skaber dokumenterede forbedringer for arbejdere og lokalsamfund. Spier har siden udvidet med en række forbedringer af produktionsmetoder og arbejdsvilkår – og de gode vine er stadig på hylderne hos Coop.





Coop indgår i 1995 et strategisk partnerskab med det dengang lille og ganske ukendte Thise Mejeri.

39

Nej tak til GMO i Coops egne varemærker

— 1995 —

Forbrugere, som gerne vil undgå gensplejsning, kan nu med sindsro lægge Coops egne varemærker i kurven. De indeholder nemlig ingen råvarer produceret med GMO. Alle andre varer skal være tydeligt mærket, hvis der er råvarer eller ingredienser i, som er fremstillet af genmodificerede organismer.



38

Thise og Coop får papir på hinanden

— 1995 —

Flere og flere hælder økologisk mælk i glasset, og Coop indgår et samarbejde med Thise Mejeri. Det bliver startskuddet til et tæt partnerskab, som blandt andet giver forbrugerne minimælk, skyr og Vesterhavsost. I dag omfatter samarbejdet produktion og udvikling af økologiske mejeriprodukter til alle Coops kæder.

40

Irma vinker farvel til klorin

— 1997 —

Irma stopper salget af klorin og sparer på den måde miljøet for en stor dosis klor. Rengøringsmidler med klor belaster vores vandmiljø og er giftige for vandlevende organismer. Miljø- og Fødevareministeriet anbefaler da også at bruge miljømærkede produkter i stedet for klor.

41

Kvicklys bagerier bliver økologiske

— 1998 —

Gennem 1990'erne har salget af økologiske varer tocifrede vækstrater. Så Kvickly lægger sine egne bagerier om til økologisk produktion – noget, ingen andre supermarkedskæder i verden har gjort. Kunderne er dog ikke klar, så tre år senere lukkes tiltaget. Fra 2008 bager Kvickly igen økologisk brød som en del af sortimentet.



42

Slut med azo-farvestoffer i fødevarerne

— 1998 —

Syntetiske farvestoffer som tartrazin, amarant og sunset yellow er i medierne, fordi de såkaldte azo-farvestoffer gør forbrugere overfølsomme og børn hyperaktive, selvom EU har godkendt farvestofferne til fødevarer. Coop går foran og forbyder de syntetiske azo-farvestoffer i fødevarer, og azo-farvestoffer er nu helt bandlyst hos Coop.

43

Til kamp mod stråforkortere

— 1999 —

Der kommer renere mel i posen, da FDB forbyder stråforkortere i Coops og Irmas egne melmærker og brødprodukter. Stråforkortere er fællesbetegnelsen for en række kemiske sprøjtemidler, der gør kornet modstandsdygtigt – men som blandt andet er mistænkt for at skade mænds fertilitet.



44

SafePay øger medarbejdernes sikkerhed

— 1999 —

Røverier sker desværre også i Coops butikker. Derfor installerer Coop som de første i Danmark SafePay. Systemet betyder, at medarbejderne ikke har adgang til kontanter – og dermed er der mindre grund til at røve butikken. SafePay er en del af en sikringspakke i Coop, der skal give medarbejderne en tryggere hverdag.

46

Farvel til 26 allergene parfumestoffer

— 2004 —

Der kommer mere på hylderne til alle dem, som gerne vil undgå allergi. Coop forbyder 26 særligt allergifremkaldende parfumestoffer i alle sine egne varer. Det gælder for eksempel plejeprodukter. I 2005 indfører myndighederne krav om, at man altid skal kunne se på deklarationen, om nogle af de 26 navngivne stoffer indgår i en vare.



45

Bedre liv til gæssene

— 2000 —

Foie gras – gåselever – fremstilles ved at tvangsfodre gæs flere gange dagligt på smertefuld vis. Det er dyreetisk forkert, og FDB vil ikke være med til det. Derfor forbydes både salg og brug af foie gras i Coops butikker. Andre dagligvarekæder følger siden trop i indsatsen for bedre dyrevelfærd.



48

Konventionelle gulerødder og bananer skrælles fra i Irma

— 2005 —

Irmas kunder kan nærmest ikke få økologi nok i kurven og på middagsbordet. Derfor tager Irma konsekvensen og dropper helt de konventionelt dyrkede gulerødder og bananer i grøntafdelingen. To af de mest populære stykker frugt og grønt fås nu udelukkende i den økologiske variant.

Coop er først på markedet til at kræve FSC-mærkning af alle havemøbler.



47

Krav om FSC-certificering på alle havemøbler

— 2004 —

For mange træhavemøbler kommer fra ulovlig hugst uden hensyn til verdens skove. Allerede i 2000 begynder Coop derfor at sælge FSC-mærkede havemøbler, hvilket garanterer, at træet er produceret bæredygtigt og ansvarligt over for både miljø, mennesker og dyr. Siden 2004 har alle Coops havemøbler af træ et FSC-certifikat.



49

Forbud mod triclosan i egne varer

— 2005 —

Triclosan er et antibakterielt stof, der blandt andet bruges i tandpasta og deodoranter. Men triclosan er giftigt for miljøet og mistænkt for at skabe resistens mod antibiotika. Coop forbyder derfor det antibakterielle stof i alle sine egne varer. I 2014 udvides forbuddet til at omfatte alle varer i Coops butikker.

Coop siger nej tak til skadelig kemi i alle egne kosmetik- og plejeprodukter.



50

Varer bliver fri for PVC

— 2006 —

Coop indfører forbud mod PVC i tekstiler, sko, tasker og kontorartikler, for varer med PVC betegnes som miljøfarligt affald. PVC bliver blødgjort med ftalater, som er hormonforstyrrende.

51

Farvel til hormonforstyrrende stoffer

— 2006 —

Det bliver lettere at vælge kosmetik- og plejeprodukter uden skadelig kemi, da Coop sætter en stopper for en række kemiske stoffer, som er under mistanke for at påvirke kroppens egne hormoner. Forbuddet omfatter alle Coops egne kosmetik- og hudplejeprodukter.

52



Änglamark skaber mere omtanke i hverdagen

— 2006 —

Efter at have haft mange forskellige varemærker med ekstra ansvarlighed på hylderne – for eksempel Bluecare og Mini-Risk – samler Coop nu dem alle i ét: Änglamark. I dag kender 85 procent af forbrugerne mærket, og der findes flere end 1000 Änglamark-produkter. Sortimentet vokser stadig.



53

Børn skal lave bedre mad end deres forældre

— 2006 —

Det er svært at lære sine elever at kokkerere både sunde og smagfulde retter, når madkundskab ikke prioriteres særlig højt på skolerne: Der bliver kun tildelt cirka ti kroner per elev til råvarer og undervisningsmaterialer, og desuden skorter det på kolleger, der har den tilstrækkelige faglighed. Men det er ikke desto mindre sådan, det er at undervise i madkundskab på mange danske grundskoler.

Derfor udvikler Coop sammen med »6 om dagen« et omfattende program, der med et nyt gratis undervisningsforløb og uddeling af en gratis smagekasse med lækre råvarer kaster sig ind i kampen for, at børn skal blive bedre til at lave mad end deres forældre.

Smagekassen hedder de første år »Mad eller hvad?«, men skifter siden navn til GoCook Smagekassen.

GoCook Smagekassen har de seneste år haft flere end 150.000 tilmeldte elever fordelt på ca. 80 procent af alle landets grundskoler. Forskning fra Aalborg Universitet viser, at GoCook har løftet madundervisningen i skolen og desuden løftet børnenes sundhed og velvære.

54

Danmarks første velgørenhedsknap

— 2007 —

Som de første i landet indfører Coop en velgørenhedsknap på alle pantautomater. Det bliver med andre ord lettere at at give et bidrag til velgørenhed – og den nye måde at samle ind på er siden adopteret i alle landets øvrige supermarkedskæder.

55

Sod- og brandtestning af alle lys

— 2007 —

Mange lys på markedet soder for meget eller brænder for dårligt. Coop gør stearinlysene lidt hyggeligere – også for indeklimaet – ved at indføre krav om, at alle lys i butikkerne skal overholde EU's frivillige sikkerhedsstandard for lys. Det virker, for herefter modtager FDB ikke længere anmeldelser om sodskader.



56

Coop bliver første danske detailmedlem af UN Global Compact

— 2007 —

For at sikre gode vilkår for de mennesker, som producerer Coops varer i udlandet, bliver Coop en del af UN Global Compact. Medlemskabet forpligter til at være med i FN's program for etisk ansvarlig virksomhedsadfærd. Coop har siden da arbejdet for at sikre menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø og anti-korruption.

57

Nu kan forbrugerne se, hvor i verden varerne kommer fra

— 2008 —

Forbrugerne lægger typisk varer fra hele kloden i indkøbskurven. Når kunderne køber Coop- og Änglamark-varer, kan de nu præcis se, hvor varen er produceret og af hvem. Siden 2011 har Coop desuden oplyst producent og oprindelsesland på hovedingredienserne på alle sine egne varemærker.



Bæredygtig palmeolie er med til at redde ulovlig afbrænding af regnskov.

58

Bæredygtig palmeolie i fødevarerne

— 2008 —

Palmeolie fremstilles i regnskovsområder, hvor træer fældes for at gøre plads til olieplantager. Coop begynder at stille krav om brug af bæredygtig palmeolie efter retningslinjerne i RSPO, Roundtable on Sustainable Palm Oil. I dag er der udelukkende 100 procent certificeret palmeolie i fødevarer fra Coops egne varemærker.

59

Code of Conduct sikrer bedre arbejdsforhold

— 2008 —

Coop udvikler en Code of Conduct med en række krav om overholdelse af menneskerettigheder og rettigheder for medarbejderne. Alle Coops leverandører i ind- og udland skal underskrive og efterleve reglerne i alle led i processen.

60

Mistænkelige kemikalier bliver forbudt

— 2008 —

205 kemikalier bliver totalt forbudt som ingrediens i Coops egne varemærker. De 205 navngivne kemikalier figurerer på EU's liste over særligt problematiske kemikalier, som er under mistanke for at være kræftfremkaldende, fosterskadende eller give problemer for miljøet.

61

FSC-pilotprojekt i Honduras bliver til fast samarbejde

— 2009 —

Der kommer mere FSC-certificeret træ i handlen hos Coop, da et pilotprojekt i Honduras bliver til et fast samarbejde. Coop støtter udviklingen af lokale, kooperative skovgrupper og opbygningen af et værksted – og det betyder flere bæredygtige møbler og mere omsorg for den truede regnskov.



Coop samarbejder med lokale kooperativer i Honduras om bæredygtigt skovbrug.



62

Coop Analyse giver viden om danskernes vaner og forbrug

— 2009 —

14%
af danskerne svarende til cirka 800.000 personer spiser overvejende eller helt vegetarisk
Kilde: Coop Analyse, 2019

For i højere grad at kunne bidrage til samfundet og opfylde sin oplysningsforpligtelse stifter Coop analyseenheden Coop Analyse. Her samles viden om danskernes forbrug og holdninger til blandt andet mad og måltider. Undersøgelserne kaster lys over tidens trends og indgår i den offentlige debat.

63

Madpakken bliver sjovere med Sebastian Klein

— 2009 —

De yngste skolebørn bliver klogere på sundhed sammen med Coop og Sebastian Klein. Børnene får både smagt på råvarerne og lavet sunde madpakker – og det giver mere energi og koncentration i hverdagen. Projektet, som handler om at give de yngste bedre madvaner, kører i 10 år og er meget populært.

64

Hele Ebeltoft sættes på skrump med sund mad

— 2009 —

Overvægt og fedme er et voksende problem hos både børn og voksne – og sundhed er en af Coops vigtigste mærkesager. Derfor deltager Coop i projektet »By på skrump« og giver borgerne i Ebeltoft hjælp til at spise sundere med kurser, opskrifter og sjove aktiviteter for de yngste.



66

Farvel til 16 problematiske ftalater

— 2009 —

Coop forbyder 16 problematiske ftalater, som blandt andet er under mistanke for at være hormonforstyrrende og miljøskadelige. Ftalaterne er kemiske, blødgørende stoffer, som findes i voksduge, legetøj, ledninger med mere. I 2019 udvider Coop forbuddet yderligere, så det nu omfatter 19 ftalater.

65

Nyt undervisningsmateriale om klima

— 2009 —

Danske skolebørn bliver klogere på klimaet gennem nyt undervisningsmateriale, som Coop Skolekontakten udvikler sammen med Experimentarium, DR Multimedie og den grønne tænketank, Concito. Bogen »KlimaNØRD« er trykt i et oplag på 95.000 og er et af Skolekontaktens mest populære materialer.

67

Kogebog skal gøre klimavenlig mad til danskernes livret

— 2009 —

Det skal være lettere at spise klimavenligt, men forbrugerne mangler hjælp til hvordan. Klimaproblemerne er på agendaen op til den internationale klimakonference i København – og Coop udgiver »Klimakogebogen«. En kogebog, som giver forbrugerne klimavenlige råd om indkøb og madlavning.



Coop stopper med at sælge fisk, der er truet af udryddelse på grund af overfiskeri.



68

Slut med BPA i sutteflaskerne

— 2009 —

De mindste skal have en kemifri start på livet. Derfor forbyder Coop stoffet BPA i sutteflasker. BPA anses for at være hormonforstyrrende og farligt for miljøet, og nogle år senere indfører Fødevarestyrelsen et nationalt forbud mod stoffet i alle produkter og fødevareemballager til de mindste børn.



69

Änglamark Nytårsløb skydes i gang

— 2009 —

Startskuddet går til en ny, aktiv tradition for mange løbeglade danskere, for med Änglamark Nytårsløbet løber cirka 7000 mennesker hvert år nytåret i møde med udklædning og højt humør. Løbet er med til at sætte fokus på motion og sund kost som forebyggelse af livsstilssygdomme – en kilde til trivsel i hverdagen.

70

Nye krav til fiskeriet beskytter fiskebestanden

— 2010 —

Mange fiskearter er truede på grund af overfiskeri. For at medvirke til, at vi også i fremtiden kan få fisk på bordet, laver Coop en fiskeliste. Kun fiskearter, der ikke er truet af udryddelse, får plads på listen og bliver solgt i Coops butikker – og der er krav til fangstområde og -metode for alle de fiskearter, som forhandles.



71

Coop er med til at etablere Crimestat

— 2010 —

Butiksrøverier er en stor psykisk belastning for personalet, og det tager tid at registrere tyverierne. Derfor er Coop med til at etablere Crimestat, som et forum for den danske detailhandels største udøvere. Her udveksles blandt andet erfaringer med at forebygge røveri, og Crimestat kan bruges til hurtig politianmeldelse af tyverier.



72

Ny bog gør skolebørn klogere på kemiske stoffer

— 2010 —

Der er kemi i meget af vores hverdag – men hvor? Med bogen »Kemien i din hverdag« hjælper Coop børn i alderen 11-13 med at få øje på de problematiske kemikalier, netop som de begynder at gå op i kosmetik og omgive sig med elektronik på værelset. Bogen og den tilhørende hjemmeside bliver et meget populært undervisningsmateriale.

73

Danmarks første svanemærkede dagligvarebutik

— 2010 —

Bæredygtighed og miljø er på dagsordenen, og Coop svanemærker en hel Irma-butik, Irma Christianshavn. Det kræver blandt andet et stort sortiment af miljømærkede og økologiske varer, sortering af affald og et fornuftigt energiforbrug. Sådan fungerer butikken stadig den dag i dag – selvom den ikke længere er svanemærket.

75

Ny Nordisk Hverdagsmad kommer på menuen

— 2011 —

Danskerne får mulighed for at genopdage den nordiske kost med blandt andet sæsongrønt, fuldkorn, fisk, bær og vilde urter. Sammen med Claus Meyer og Arne Astrup udgiver Coop kogebogen »Ny Nordisk Hverdagsmad«. Bogen er baseret på forskning i den nordiske diæt og sætter velsmagende sundhed på menuen.



74

Coop dykker ned i danskernes sundhed og forbrug

— 2011 —

Ansvaret for folkesundheden har Coop altid taget alvorligt, med blandt andet varekrav, mærkning og oplysning. Med udgivelsen »Hvem styrer indkøbsvognen« sætter Coop spotlys på danskernes forbrugsvaner – og det bliver afsættet til en diskussion om konkrete løsninger blandt politikere, forskere, NGO'er og dagligvarekæder.



76

Millioner til Danmarks Indsamling

— 2011 —

Velgørenheden får et ordentligt løft, da Coop for første gang deltager i Danmarks Indsamling. Hver gang en kunde køber en pose til to kroner, giver Coop et bidrag til indsamlingen. Det giver mellem 1,7 og 2,2 millioner kroner i hvert af de i alt fire år, Coop og kunderne er med i Danmarks Indsamling.

77

Madspildet kommer under lup



— 2011 —

En tredjedel af alle de fødevarer, der produceres, ryger ud uden at blive spist. Med undersøgelsen »Forbrugerne: Vi smider da ikke mad ud« tager Coop et kig i danskernes skraldespande og afslører, at madspildet er større, end vi tror. Efterfølgende sætter Coop fokus på at nedbringe det store spild af ressourcer.

78

Bæredygtig emballage til transport af kød

— 2011 —

For at nedbringe spild af emballage lancerer Coop nye plastikkasser til transport af egne kødvarer. Hvor man tidligere har brugt papkasser til transporten, ankommer kødet nu i kasser, som kan genbruges – og som indgår i et retursystem i stil med det, der bruges til transport af mælkekartoner. Denne ordning sparer hvert år 8836 tons pap.



79

Lokalt kontor i Hongkong bliver etableret

— 2012 —

Jo tættere Coop er på de lokale producenter, desto lettere er det at holde øje med, om varerne fremstilles under ordentlige forhold. Med Coop Asia og et lokalt CSR-team rykker Coops indkøbsfunktion derud, hvor varerne kommer fra. Det giver bedre mulighed for at sikre en ansvarlig produktion.

80

Danmarks største kokkeskole, GoCook, bliver digital

— 2012 —

Når børn lærer gode madvaner i skolekøkkenet, skal det være let at tage dem med hjem til familien. Derfor udvikler Coop hjemmesiden gocook.dk med opskrifter, råvareleksikon og videoguides til køkkenteknikker. Det bliver siden til 600 opskrifter, 200 videoer, 500 opslag, en app og 10 TV-udsendelser – og der kommer løbende nye til.

Med varer i Savannah-serien vil Coop øge handlen med kvalitetsvarer fra Afrika.



81

Mærket Savannah støtter udvikling i Afrika

— 2012 —

Afrika er et kontinent med stort potentiale, og med mærket Savannah bakker Coop op om udviklingen af det. En række varer af høj kvalitet markedsføres under navnet Savannah, og produktionen af varerne er led i en række udviklingsprojekter, som skal styrke væksten syd for Sahara.

82

Slut med mikroplast i kosmetik

— 2012 —

Mikroplast bruges for eksempel i skrubbecremer og tandpasta, men de bittesmå stykker plast kan ende i havene, hvor de skader vandmiljø og havdyr. Derfor forbyder Coop mikroplast i kosmetik, pleje- og rengøringsprodukter fra alle Coops egne mærker. I 2020 bliver mikroplast forbudt i alle kosmetik- og plejeprodukter i Danmark.



83

Forbud mod nanopartikler i kosmetik

— 2012 —

Solcreme kan indeholde nanopartikler, men der er tvivl om, hvorvidt partiklerne er skadelige for mennesker. Mistanken får Coop til at forbyde nanopartikler i kosmetik og plejeprodukter fra alle Coops egne varemærker. Det er fortsat lovligt at bruge nanopartikler i Danmark – men de skal fremgå af ingredienslisten.

84

Øget ansvar for de globale arbejdsforhold

— 2012 —

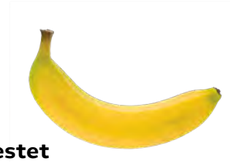
Som en stor, global indkøber har Coop et ansvar for at udvikle og forbedre de arbejdsforhold, varerne fremstilles under. Derfor melder Coop sig ind i den internationale sammenslutning Amfori og forpligter sig til at overholde et sæt principper for ansvarligt indkøb.

85

Ærlige priser og produkter i Coop Bank

— 2013 —

De store banker lukker filialer i de små byer, og bankverdenen er i det hele taget svær at gennemskue. Med lanceringen af Coop Bank tilbyder Coop enkle og gennemskuelige bankprodukter til lave priser og uden skjulte gebyrer – og det gør det muligt at udnytte Coops 1100 butikker til de mest enkle bankfunktioner.



86

Madspildsmanifestet skal minimere madspild

— 2013 —

For at sætte fokus på, hvor meget mad danskerne smider ud, vedtager Coop et manifest, som skal være startskuddet til mindre madspild ude hos de danske forbrugere. Med manifestet bliver udtrykket »single-bananer« skabt, fordi bananer oftest bliver solgt i klaser, og mange single-bananerne derfor ender som madspild.

87

Red maden-kølere bliver fast inventar

— 2013 —

Nu kan forbrugerne på én gang skære ned på madspildet og spare penge. Coop samler nemlig de varer, der er tæt på udløbsdatoen, ét sted i butikkerne – og sælger dem til nedsat pris. Den løsning bliver et hit i hele dagligvarebranchen, og mere mad ender sine dage på tallerkenen i stedet for i skraldespanden.

88

Pris på grønne løsninger fra forbrugerne

FDB'S GRØNNE IDÉPRIS

— 2013 —

Indkøb og madlavning kan gøres bæredygtigt – og der er brug for gode ideer. Coops Grønne Idépris giver både studerende, virksomheder og forbrugere mulighed for at komme med gode idéer til grønne løsninger. De bedste idéer bliver sat i produktion og testet i Coops butikker.

89

Stop for salg af den truede ål

— 2013 —

Ålen er truet af udryddelse. Derfor standser Coop alt salg af ål. I første omgang gælder det kun ål fra Asien. Coop støtter sideløbende forsøg med opdræt af ål i Danmark. Men ål yngler ikke i fangenskab, og det ender med et endeligt forbud mod ål i butikkerne. Senere følger andre dagligvarekæder trop med forbud.



98 procent af dem, der gennemfører »Klar til start«, er stadig ansat i Coop.

90

Job til personer med autisme

— 2013 —

Har man et psykisk eller fysisk handicap, har man måske oplevet, at det kan være rigtig svært at finde en plads på arbejdsmarkedet.

I 2013 sætter Coop derfor gang i et særligt uddannelsesprogram for personer med diagnoser på autismespektret. Programmet hedder »Klar til Start«.

På »Klar til Start« bliver Coops butikspersonale uddannet i, hvordan man bedst hjælper nye medarbejdere med en autismediagnose til at få sat en hverdag sammen, så den enkeltes udfordringer og evner kommes i møde.

Programmet er en kæmpesucces og har ført til faste job til over 100 personer med autisme. 85 procent af deltagerne gennemfører programmet, og 98 procent af dem, der gennemfører, er stadig ansat i Coop.



Coop melder sig til international aftale om ordnede arbejdsforhold i Bangladesh.

93

Lokale varer får plads på hylderne

— 2014 —

Det er for svært for små, lokale producenter at finde vej til butikkernes hylder, så det råder Coop bod på ved at gøre det enkelt for butikkerne at føre unikke varer fra producenter i lokalområdet. Indtil videre har 50 små leverandører gjort deres indtog i Coops butikker, og nogle af dem har fået fast hyldeplads.

91

Ordnede arbejdsforhold i Bangladesh

— 2014 —

Der er øget opmærksomhed på arbejdsforholdene i Bangladesh. For at tage ansvar melder Coop sig ind i Bangladesh Accord – en international aftale, som skal sørge for ordentlige rammer om produktionen. Hermed forpligter Coop sig til at sikre udvikling af forholdene på de fabrikker, Coop bruger i Bangladesh.



92

Nyt våben mod butiksrøveri

— 2014 —

For at gøre røverier sværere installerer Irma, som de første i Danmark, DNA-spray i butikkerne. Ved et røveri pumpes en usynlig væske ud over røverne, som så lettere kan spores. Det har vist sig at have en stor præventiv effekt, og mange andre steder bruger i dag DNA-spray.

Op mod 180.000 skoleelever får hvert år undervisning i madkundskab med materialer fra Coop.

94

Skærpede krav til leverandører

— 2014 —

Når varerne kommer langvejsfra, kan det være svært at følge produktionen nøje fra Danmark. Derfor kræver Coop tilsyn med arbejdsforholdene foretaget af en tredjepart i de lande, som BSCI (et initiativ for etisk handel) definerer som risikolande. Det giver mulighed for at iværksætte forbedringer, hvor der er behov for det.

95

Kogebog sætter fut i elevers madkundskab

— 2014 —

Grundskolerne har få grundbøger til brug for faget madkundskab. Det retter Coop Skolekontakten op på med »GoCook Grundbogen« til elever og den tilhørende lærervejledning, »GoCook Kogebogen«. Det giver adgang til masser af eksperimenter i skolekøkkenerne – og børnene kan tage kogebogen med sig hjem bagefter.





96

Skolekontakten udgiver »Verden handler – etisk og fair?«

— 2014 —

I en globaliseret verden er der ofte langt mellem forbrugerne og de mennesker, som producerer varen. I samarbejde med Danida udvikler Coop Skolekontakten et undervisningsmateriale, som sætter fokus på handelsetik og de dilemmaer, der er forbundet med at købe og forbruge varer fra den anden side af kloden.

97

Stop for salg af ukrudts-midler gavner miljøet

— 2014 —

Forbruget af sprøjtemidler i private haver er ikke godt for miljøet, fordi pesticider skader naturen. Coop er for længst holdt op med at sælge koncentrerede ukrudtsmidler, og på FN's vanddag 22. marts 2014 stopper Coop salget af alle ukrudtsmidler, som for eksempel RoundUp, til gavn for naturen.

98

Madmanifestet: Sammen om bedre mad

— 2014 —

På baggrund af blandt andet omfattende forbrugerundersøgelser og en konference for 300 eksperter lancerer Coop Madmanifestet: Seks løfter til danskerne om bedre mad. Manifestet gør op med idéen om, at mad altid skal være billig – og sætter kvalitet på dagsordenen.

99

Hakket oksekød med grøntsager

— 2014 —

Nu bliver det nemmere at få mere grønt på middagstallerkenen. En forbrugeridé bliver til virkelighed, da Coop lancerer oksekødsfars blandet med 20 procent grøntsager. Det er vinderidéen fra Coops Grønne Idépris 2013, der ender i køledisken for en periode. Siden får også ren plantefars en plads i sortimentet – og i indkøbskurven.



Med et stop for salg af ukrudtsmidler som RoundUp får det friske grundvand en hjælpende hånd.

100

Irma stopper salg af skyllemiddel

— 2014 —

For mange er skyllemiddel blevet en vane i vaskerutinen, men ofte er skyllemiddel faktisk unødvendigt. Og så indeholder skyllemiddel tensider, som belaster miljøet. Det er baggrunden for, at Irma stopper salget af alle skyllemidler i sine butikker.

101

Farvel til Colgate Total

— 2014 —

I 2005 fjerner Coop det antibakterielle stof triclosan fra egne varemærker. Triclosan er giftigt for miljøet og mistænkt for at skabe resistens mod antibiotika. Coop arbejder på helt at undgå varer med triclosan, som blandt andet findes i Colgate Total. Derfor bliver produktet taget af hylderne. Det kommer tilbage, da Colgate stopper med at bruge triclosan.

Coops Änglamark er et af
Danmarks mest kendte brands.

102

Nej til fluorstoffer

— 2015 —

Fluorstoffer kan skade mennesker og miljø – og kædes blandt andet sammen med kræft, allergi og barnløshed. Så Coop forbyder stofferne i blandt andet emballage, bagepapir og muffinforme. I den forbindelse ryger alle mikroovns-popcorn af hylderne, da der ikke findes poser uden fluorstoffer.

103

Alle butikker får biocontainere

— 2015 —

For at efterleve et lovkrav om genanvendelse af affald får alle Coops butikker beholdere til organisk affald. Det betyder, at alt madaffald nu sorteres fra, så det kan blive til biogas og gødning i stedet for som tidligere at gå op i røg i forbrændingsanlæg.

104

Ny strategi skal gøre Danmark dobbelt så økologisk

— 2015 —

Efter finanskrisen trænger økologien i Danmark til en saltvandsindsprøjtning. Derfor lancerer Coop sammen med Økologisk Landsforening en ny strategi. Den omfatter blandt andet et økologisk basissortiment i alle butikker, masser af nye varer og samarbejde med lokale producenter – og økologien blomstrer på ny i Danmark.



105

Superhelteskole udbreder økologi i børnehøjde

— 2015 —

Økologi kan være svært at forstå, især for de mindste - så Coops Øko-superhelteskole tager på landsdækkende turné i en ombygget container. Her lærer børn om økologi gennem sjove og spændende aktiviteter som skattejagt og spil, smager på økologisk mad og bliver uddannet til Øko-superhelte.



De mindste skoleelever kan gennem sjove lege blive Øko-superhelte.



106

Danskerne smider tøjet til fordel for Røde Kors

— 2015 —

For meget brugt tøj ender som skrald i stedet for hos hjælpeorganisationerne. Med »Smid Tøjet Danmark«-kampagnen gør Coop sammen med Røde Kors og TV 2 opmærksom på, at alt tøj kan genbruges. Der bliver samlet tøj ind i butikkerne, og danskerne får for alvor øjnene op for, at også de slidte klude kan gøre en forskel.



102 107

Stop for fluorstoffer

— 2015 —

102: Nej tak til fluorstoffer i emballager og madpapir
107: Verdens første mikroovnspopcorn

Fluorstoffer er det gængse navn for perfluorerede carboner, der kan gøre pap og papir fedtafvisende. Men de kemiske stoffer har også nogle langt mindre belejlige egenskaber. Førende forskere over hele verden kæder nemlig fluorstofferne sammen med blandt andet kræft, allergi og barnløshed.

Derfor forbyder Coop stofferne i alt madpapir, bagepapir og muffinforme, der sælges i butikkerne. Og stofferne fjernes fra emballagen på alle Coops egne varemærker. I den forbindelse stopper Coop for salg af mikroovnspopcorn. Ingen leverandører kan nemlig greje, hvordan man laver poser til mikroovnspopcorn uden at bruge fluorstoffer.

Det lykkes dog efter seks måneder, hvor danskerne som de første i verden får mulighed for at købe mikroovnspopcorn i emballage uden fluorstoffer eller andre skadelige kemikalier. Sidenhen er det blevet en langt mere almindelig måde at producere mikroovnspopcorn på.

Coops strategi for fluorstoffer inspirerer ikke kun producenter af mikroovnspopcorn. I 2018 forbyder politikerne i staten Washington i USA nemlig fluorstoffer helt. Det samme sker senere i Californien.

I 2019 vedtager det danske folketing et forbud mod fluorstoffer i al emballage. Det forbud træder i kraft i juli 2020.

Der er nu 70 madfællesskaber rundtom i landet med den lokale brugs som centrum.





108

GoCook-bilen ruller ud

— 2015 —

Gode madvaner kan ikke grundlægges for tidligt. Det er tanken bag Coops GoCook-projekt, som lærer skolebørn at lave mad. GoCooks rullende køkken inviterer lokale skolebørn til at lave mad foran den lokale butik og give smagsprøver på grøn pizza til kunder og forbipasserende.

109

Farvel til bisphenoler i kassebonen

— 2015 —

Bisphenol A – også kaldet BPA – bruges i en række forskellige produkter, blandt andet kasseboner. Men BPA er et hormonforstyrrende stof, som kan skade evnen til at få børn. Derfor forbyder Coop BPA og alle andre bisphenoler i kasseboner. EU forbyder i 2020 brug af BPA i kasseboner.

110

Det bliver nemmere at affaldssortere emballage

— 2015 —

Coop skriver en sorteringsvejledning på emballagen på alle Coops egne varer for at gøre det lettere for de mange forbrugere, som gerne vil affaldssortere emballage. Vejledningen viser, hvad emballagen er lavet af, og hvordan materialet lettere kan genanvendes.



111

Udfasning af de 12 mest sundhedsskadelige stoffer

— 2016 —

Flere lovlige kemikalier påvirker angiveligt danskernes sundhed. Allergi, hormonforstyrrelser, kræft, fedme og diabetes er nogle af de lidelser, som kemi, vi udsættes for i hverdagen, kædes sammen med. Derfor beslutter Coop at udfase 12 grupper af problematiske kemikalier, og i dag findes ingen af disse i Coops egne varer.

112

Nyt madfællesskab samler danskerne om bordet

— 2016 —

Måltider er gode at mødes omkring. Med »Vores madfællesskab« lægger Coop med en drejebog og en række små film op til, at Coop-medlemmer, borgere og kunder kan mødes lokalt om at lave mad og spise den sammen. Indtil videre er der på landsplan nu 70 madfællesskaber.

113

Slut med skadelige UV-filtre i solcreme

— 2016 —

Solcreme beskytter men kan indeholde ingredienser, som skader. Flere lovlige UV-filtre er mistænkt for at være hormonforstyrrende, og Coop beslutter derfor at stoppe salget af solcreme med disse filtre. Herefter kan forbrugerne trygt smøre sig ind i solcreme fra Coops butikker – de er nemlig helt fri for problematiske UV-filtre.

Sørisgård har været drevet økologisk i 30 år og indgår i 2015 et partnerskab med Coop.



114

Alle boligtekstiler får OEKO-TEX-certifikat

— 2016 —

Sengetøj, håndklæder, puder og andre tekstiler til boligen kan indeholde rester af skadelige kemikalier, som er brugt ved fremstillingen. For at gøre det trygt at bruge boligtekstilerne går Coop over til kun at sælge boligtekstiler, som har sundheds- og miljømærket OEKO-TEX.

115

Forbud mod fluorstoffer i tekstil og overtøj

— 2016 —

Fluorstoffer er kemiske stoffer, som kan bruges til at gøre for eksempel jakker og regntøj vandafvisende. Desværre skader de både mennesker og miljø – og kædes blandt andet sammen med kræft, allergi og barnløshed. Det er grunden til, at Coop udfaser fluorstoffer i overtøj og alle andre tekstiler.

116

Solid hjælp til at omlægge til mere økologi

— 2016 —

Mange landmænd tøver med at omlægge til økologi af frygt for de økonomiske risici. Coop kører derfor en kampagne med løfte om, at et øget økologisk salg i butikkerne på 15 procent vil udløse 1 mio. kroner til såkaldte omlægningstjek, så konventionelle landmænd kan se, hvad de kan få ud af at lægge om til økologi. Efterfølgende bliver det økologiske areal i Danmark øget med, hvad der svarer til én lang fodboldbane fra den danske grænse til Paris.

117

Det allergene stof MI forbydes i alle varer

— 2016 —

Konserveringsmidlet MI, metylisothiazolinon, bruges for eksempel i cremer, rengøringsmidler og maling, hvor det beskytter produkterne mod bakterier og svampe. Men MI er også stærkt allergifremkaldende. Derfor har midlet aldrig været tilladt i Coops egne varer, og nu bliver det forbudt i samtlige varer, der sælges i Coops butikker.

118

Økologisk oksekød fra Thise og Coop

— 2016 —

Coop indgår et samarbejde med Thise Mejeri om Thise & Ko, der hjælper mælkeproducenterne med at få afsat kødet fra malkekøerne. Og de tyrekalve, som ellers ikke bliver opfedet, kan nu vokse op på en økologisk gård og ende på forbrugernes tallerkener.



120

Nyt ambitiøst dyrevelfærdsmærke

— 2016 —

For at forbrugerne kan vælge dyrevelfærd til, når de handler, introducerer Coop et dyrevelfærdsmærke i fire trin: Det gode staldliv, Det gode udeliv, Det økologiske liv og Det ekstra gode liv. Mærkerne udvikles sammen med førende forskere og betyder, at dyrevelfærden bliver forbedret allerede fra første trin. Coops dyrevelfærdsmærke bliver støttet af Økologisk Landsforening og Dyrenes Beskyttelse.

DYREVELFÆRD Det Gode Staldliv · DYREVELFÆRD Det Gode Udeliv · DYREVELFÆRD Det Økologiske Liv · DYREVELFÆRD Det Ekstra Gode Liv

119

Alle Coops vaskemidler bliver svanemærket

— 2016 —

Alle vaskemidler indeholder stoffer, der belaster miljøet, når de havner i kloakken med spildevandet. Men svanemærkede vaskemidler er mere skånsomme for miljøet, da de ikke må indeholde en lang række særligt miljøbelastende stoffer. Derfor får alle vaskemidler i Coops egne varemærker Svanemærket.

121

Ny viden om danskernes madvaner fra Coop Analyse

— 2016 —

Danskernes madvaner er hele tiden i forandring, og Coop Analyse har gennem mange år indsamlet viden om emnet. Sammen med Coops salgsdata giver det et enestående indblik i, hvad vi spiser og hvorfor. Rapporten »Danskernes Madvaner 2016« bliver citeret mange steder og serverer helt ny viden om danskernes madkultur.



Vestjyder spiser suverænt flest tarteletter, viser tallene fra Coop Analyse.



122

Nyt kafferisteri i Kenya skal skabe bedre vilkår



— 2016 —

Den enkelte kaffebonde får meget få penge for de kaffebønner, hun eller han plukker. En pose kaffebønner skifter nemlig hænder mange gange, før den ender på hylden i supermarkedet, og hvert led skal tjene på at sælge kaffebønnerne videre. Kun en tiendedel af kaffens pris ender i det område, hvor bønnerne rent faktisk dyrkes. Resten går til mellemhandlere, emballageproducenter, transportfirmaer og lignende.

For at sikre kaffebønderne bedre betaling etablerer Coop i 2016 selskabet African Coffee Roasters i Kenyas hovedstad, Nairobi. Selskabet opbygger sit eget risteri, pakkecentral og øvrige produktionsfaciliteter, så arbejdet forbundet med kaffeproduktion forbliver i Afrika, og de lokale producenter får en langt større andel af omsætningen. Samtidig kan African Coffee Roasters gøre en forskel ved at sætte fokus på kvinder og unge og ved at hjælpe bønderne med økologisk dyrkning.

Ud over Kenya importerer og rister selskabet kaffe fra Uganda, Tanzania, Rwanda, Etiopien og DR Congo. I dag ristes over 500 tons kaffe om året på det kenyanske risteri. Kaffen sælges under Cirkel Kaffe-brandet og som specialkafferne under navnet The Big Five i både Danmark og andre europæiske lande.

123

Hjælp til at passe på sig selv

— 2016 —

Flere og flere danskere bliver overvægtige. Kurven for diabetes stiger, og flere unge begynder at ryge. Sammen med sundhedseksperter søsætter Coop en strategi, der skal hjælpe en sundere livsstil på vej. Der kommer blandt andet flere nøglehulsmærkede varer og nemme grøntsagsløsninger på hylderne, og tobakken bliver dækket til.

Under titlen »Pas dig selv« sætter Coop gang i en kampagne for at få flere til at spise sundt.





124

Se, hvor ingredienserne kommer fra

— 2016 —

Ingredienserne i en vare kan komme mange forskellige steder fra. Derfor begynder Coop at oplyse oprindelseslandet for de primære ingredienser i varerne. Så kan forbrugerne for eksempel se, hvor melet i bollerne er dyrket, eller hvor kakaoen i chokoladen kommer fra.

125

Medlemskab af Mekong Club fremmer gode arbejdsforhold

— 2017 —

Det kan være svært at styre, hvordan varerne bliver til, når produktionen sker langt væk fra Danmark. Derfor melder Coop sig ind i Mekong Club: En sammenslutning, som arbejder for, at menneskene bag varerne bliver behandlet ordentligt.

126

Coop Crowdfunding hjælper de danske iværksættere

— 2017 —

Går man rundt med en iværksætter i maven og har en spændende ny fødevare på vej, er det frustrerende, når dagligvarebranchen stiller krav om store produktmængder, man ikke kan efterleve, fordi banken ikke tør kaste penge efter ens spæde idé.

Samtidig får forbrugerne et meget lille afkast ud af at have penge stående i banken til almindelig bankrente.

I 2017 åbner Coop en crowdfunding-platform, der skal imødekomme iværksætterne og give danskerne mulighed for at støtte mindre og større fødevareproducenter enten ved at investere i eller sponsorere et nyt produkt eller gennem et risikovilligt lån.

I dag er Coop Crowdfunding Danmarks førende crowdfunding-platform for fødevareproducenter. 80 procent af alle udbudte projekter bliver finansieret, over 10.000 danskere har investeret gennem platformen, og over 250 virksomheder har fået finansieret et eller flere projekter.

Poppelgrisene hos Hestbjerg Økologi kan rode rundt i tilplantet skov med masser af plads.



127

Poppelgrisene løber med 4 dyrevelfærdshjerter

— 2017 —

Også i den økologiske griseproduktion er der plads til mere dyrevelfærd. Det har poppelgrisene fra Hestbjerg Økologi. De får både god tid til at vokse, tilplantet skov at rode rundt i, økologiske rodfrugter at gnaske på og i det hele taget adgang til masser af plads i det fri. Poppelgrisene opnår dermed Coops 4 dyrevelfærdshjerter for den ekstra gode dyrevelfærd.

128

Slut med BPA i konservesdåserne

— 2017 —

Kemikaliet BPA – bisphenol A – bruges blandt andet i konservesdåser og låg til glaskonserves. Men det kan skade vores evne til at få børn, og BPA er også med på EU's liste over hormonforstyrrende stoffer. Derfor forbyder Coop kemikaliet og alle andre bisphenoler i alle konservesdåser og glaslåg til Coops egne varer.

129

Skærpede krav til bæredygtig soja

— 2017 —

Soja produceres især i Mellemamerika, og anlæggelsen af sojamarker betyder, at regnskoven fældes og livet i naturen trues. Coop melder sig ind i sammenslutningen Roundtable for Sustainable Soy (RTRS) og bidrager dermed til at fremme brugen af bæredygtig soja.



130

Oktober bliver til Øktober

— 2017 —

Sammen med Danmarks Naturfredningsforening fejrer Coop »Øktober«. I hele oktober sættes fokus på, hvordan vi forbrugere kan slippe for pesticider ved at vælge økologiske varer frem for konventionelt dyrkede varer.



131

Irma fjerner mel uden Ø fra hylderne

— 2017 —

Irmas kunder elsker økologi – også når de bager. Så Irma udfaser alt det mel, som ikke er økologisk, og så bliver der også god plads på hylderne til mange nye, spændende typer af økologisk mel.



132

SuperBrugsen i Stenlille bliver til GrøntBrugsen

— 2017 —

Det kan være svært at komme i gang med at spise grønt. Stenlille er det sted i Danmark, hvor kunderne køber mindst frugt og grønt. Som et forsøg omdannes SuperBrugsen i Stenlille i tre uger til GrøntBrugsen, og butikken fyldes med smagsprøver og inspiration. Salget af grønt bliver i disse uger mere end fordoblet.

134

Irma gør op med de skjulte buræg

— 2017 —

Rigtig mange forbrugere går op i dyrevelfærd, og ønsket om gode alternativer til buræg vokser. Derfor beslutter Irma sig for én gang for alle at sige farvel til buræggene. Nu er der hverken buræg i køledisken eller som ingrediens i Irmas egne varer.



133

Til kamp mod problematisk kemi med »Nykemilov.nu«

— 2017 —

Coop har forbudt mange stoffer, som er under stærk mistanke for at være hormonforstyrrende. Men de er stadig fuldt lovlige at bruge i resten af markedet. Coop iværksætter kampagnen »Nykemilov.nu« for at få stofferne helt forbudt. Flere end 20.000 danskere skriver under, og Folketinget vedtager senere et forbud mod fluorstoffer i emballage.

135

Coop sikrer bæredygtig palmeolie gennem RSPO



— 2017 —

Når der produceres palmeolie, bliver der fældet regnskov for at gøre plads til plantager. Coop bliver medlem af initiativet RSPO om fremme af bæredygtig produktion, og al palmeolie i Coops egne varemærker bliver fremstillet efter RSPO's regler. Coop skal desuden som medlem af RSPO rapportere om brug af palmeolie og i øvrigt bidrage til, at den globale produktion af palmeolie bliver mere bæredygtig.



Coops stop for skadelige fluorstoffer i blandt andet tekstiler inspirerer til ny lov i USA.



137

Professor Skrald giver børn viden om affald

— 2018 —

Børn skal være klogere på genbrug, affald og madspild. Derfor udgiver Coop Skolekontakten »Professor Skrald og Skrotrobotterne«, og med tilhørende events bliver børnene inviteret inden for i et kreativt skrotrobotværksted. Materialet bliver et af de mest populære fra Coop og er indtil videre trykt i 21.000 eksemplarer.

136

Kemistrategi inspirerer til ny lov i Washington

— 2018 —

I staten Washington i USA er politikerne bekymrede for de skadelige fluorstoffers påvirkning af mennesker og miljø. Derfor ønsker de at forbyde stofferne i emballage. Det har Coop gjort for længst, og det danske eksempel bliver siden fremhævet i behandlingen af lovforslaget – som bliver vedtaget i Californien.

138

Tænketanken Demokratisk Erhverv bliver stiftet

— 2018 —

Meget af Danmarks erhvervsliv er demokratisk ejet – det vil sige ejet af medlemmerne. Men mange ved ikke, hvad det betyder for forbrugerne. Coop tager initiativ til at stifte Tænketanken Demokratisk Erhverv, som skal udbrede kendskabet til erhvervsdemokrati – og som får stor indflydelse både politisk og i offentligheden.

139

Målrettet indsats skal skabe verdens mest bæredygtige emballage

— 2018 —

Plastik kan være med til at forhindre madspil. En agurk holder sig nemlig længere, hvis den er emballeret. Vi ville derfor kassere langt mere mad, hvis vi ikke havde plastikemballage, der kunne forlænge råvarernes holdbarhed. Men plastik kan også være noget møg til gene for miljø og klima.

Derfor lancerer Coop i 2018 en ambitiøs strategi for at udfase den emballage, der ikke kan genanvendes, og for at begrænse den samlede mængde af plastik til emballage med 25 procent.

En lang række af Coops emballager består i dag af genanvendte materialer, og Coop sparer miljøet for mindst 2500 ton plastik om året. Det svarer til, hvad der kan være i 45 store lastbiler – med anhænger.



140

Tunen skal kunne spores fra hav til bord

— 2018 —

Dåsetun er et af de mest populære fiskeprodukter i verden, og tunen er i risiko for at blive overfisket. Samtidig fanges og fremstilles dåsetun ofte under kritisable forhold. Coop samarbejder derfor med leverandørerne om at sikre, at hver eneste dåse tun kan spores helt tilbage til den båd, der har fanget fisken – og at tunen er fanget med omtanke for havmiljø, fiskebestanden og arbejdsforhold.





141

Almindelige plastikposer udskiftes med poser af bioplast

— 2018 —

Coop introducerer bioplastposer lavet af sukkerrør, og for at inspirere danskerne til at blive bedre til at genbruge indkøbsposerne får Coop-medlemmer i en kampagneperiode en krone på kontoen, hver gang de genbruger posen. På blot fem uger registrerer Coop flere end 550.000 genbrug.

142

Stop for salg af buræg i alle butikker

— 2018 —

Mange kunder undgår buræg og ønsker et alternativ. Coop gør det let at træffe et dyrevenligt valg ved at udfase buræg i samtlige butikskæder. Udfasningen er allerede sket i Irma og Kvickly og gælder nu også Coops øvrige kæder. Det sker over en længere periode, så leverandørerne af frilandsæg og økologiske æg kan følge med.

143

Coop går med i global kampagne for bedre arbejdsmiljø

— 2018 —

Coop har allerede arbejdet meget med at skabe en god sikkerhedskultur og et godt arbejdsmiljø – men man kan altid blive bedre. Derfor tilslutter Coop sig, som den første danske dagligvarevirksomhed, en international kampagne for forebyggelse af ulykker og nedslidning.

144

Ikke mere plastik i vatpinde

— 2018 —

Vatpinde af plastik kan ende i naturen, når de fejlagtigt bliver skyllet ud i toiletter. Og der er faktisk ingen grund til at lave vatpinde af plastik. Så Coop udfaser plastik i alle sine vatpinde og erstatter det med træ, pap og papir, hvilket er mere skånsomt for miljøet.

145

Nu kan danskerne investere bæredygtigt med Coop Opsparing

— 2018 —

Investeringsforeninger kan være komplekse, og det er ikke altid let at finde ud af, hvad pengene investeres i. Med Coop Opsparing kan danskerne investere ansvarligt. Coop Opsparing er underlagt krav til miljø, social ansvarlighed og ansvarlig ledelse og får toppoint for bæredygtige investeringer i Morningstar Rating.



146

Black Friday bliver til Give Back Friday

— 2018 —

Black Friday har vokset sig til en stor tradition i Danmark. Det medfører jagt på rabatter og et forbrug, som falder mange for brystet. Som modsvar til Black Friday lancerer Coop Give Back Friday i Kvickly og SuperBrugsen. Her kan kunderne donere til Røde Kors' julehjælp, og på få dage bliver der indsamlet godt 400.000 kr.

147

Certificering i god energi

— 2018 —

Som den første danske dagligvarehandel bliver Coop certificeret i god energi. Med ISO 50001-certificeringen sikres det, at Coop i samarbejde med vores leverandører hjælper med at spare på energien. Helt konkret har Coop allerede sparet 20 procent på energien i 2020.

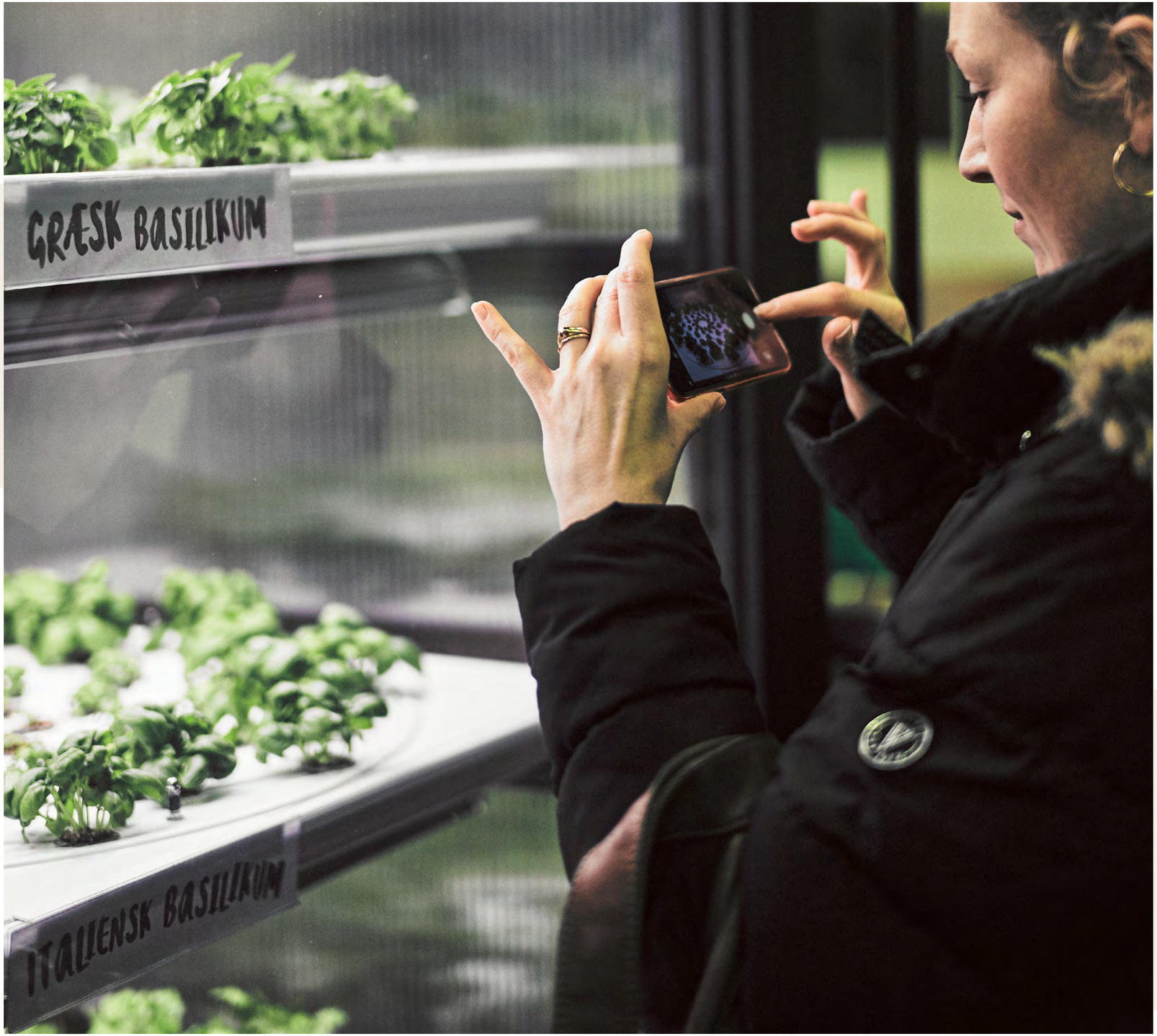
148

Madspild mindskes sammen med Stop Spild Lokalt

— 2018 —

Op til helligdage er der ofte mad i butikkerne, som ikke kan holde sig, til der igen er åbent. For at mindske madspild indgår Coop et samarbejde med Stop Spild Lokalt, som giver maden videre til borgere, der har brug for en håndsrækning. I julen donerer næsten 150 butikker mange tons mad, som ellers ville være smidt ud.

Sammen med Infarm begynder Irma at dyrke friske krydderurter i »Vertical Farming« i butikkerne.



149



Irma hjælper lokale madiværksættere

— 2019 —

Mange små madiværksættere har svært ved at finde vej til supermarkedernes hylder. I samarbejde med Grea-ter Copenhagen Food Startup tilbyder Irma sparring til små iværksættere og giver dem plads i butikkerne. Iværksætterne får en håndsrækning, og kunderne får mulighed for at prøve nye, spændende produkter.

150

Coop inviterer danskerne til at tale sammen

— 2019 —

Danskerne får nye muligheder for at debattere lokale emner med »borgermøder« i butikkerne – og i butikkernes åbningstid. Møderne med navnet »Danmark taler sammen« bliver holdt af Coop og kommunikationsmuseet Enigma. De er blevet en stor succes og holdes nu hvert år i mange af Coops butikker.

151

Styr på arbejdsforhold i Sydeuropa

— 2019 —

Arbejdsforholdene er ikke lige gode alle steder i verden. Det kræver ekstra opmærksomhed, og Coop stiller nu krav om, at de sydeuropæiske leverandører af frugt og grønt skal certificeres efter Global Gap Grasp, så de sociale risici forbundet med for eksempel migrantarbejde bliver sat ned.

152



Skarpere krav til pesticider i frugt og grønt

— 2019 —

Førende forskere peger på, at pesticidrester kan være problematiske for os. Nogle pesticider er under mistanke for at skade børns hjerner og kædes sammen med blandt andet ADHD og autisme. Derfor lancerer Coop en ambitiøs strategi, der kun tillader halvt så mange pesticidrester i Coops frugt og grønt – og helt forbyder 37 særligt problematiske pesticider.

153

Irma får egen køkkenhave i butikkerne

— 2019 —

Vores økosystemer er under pres, og der skal nye idéer til for at spare på Jordens ressourcer og hindre madspild. Derfor begynder Irma at dyrke krydderurter i lodrette haver i butikkerne. Krydderurterne dyrkes uden jord og syntetiske pesticider og bruger 95 procent mindre vand end klassisk dyrkning af krydderurter.

Coop siger nej tak til skadelig kemi i alt legetøj.

154

Opgør med skadelig kemi i legetøj

— 2019 —

Legetøj kan indeholde både allergifremkaldende og hormonforstyrrende stoffer. Nu stiller Coop krav om fuld ingrediensliste på for eksempel modellervoks, sæbebobler og fingermaling – og samarbejder kun med producenter, som lever op til kravet.

155

Farvel til engangsservice af plast

— 2019 —

Engangsservice ender af og til som affald i naturen, og det er især et problem, hvis det er lavet af plastik. Derfor stopper Coop salget af engangsservice lavet af plast til fordel for engangsservice af pap, papir og træ.

156

Forbud mod endnu flere problematiske ftalater

— 2019 —

Coop har tidligere forbudt 16 problematiske ftalater, som er under mistanke for at være hormonforstyrrende og kræftfremkaldende. Ftalaterne er kemiske, blødgørende stoffer, som blandt andet findes i voksduge, legetøj og ledninger. Nu forbydes yderligere 3 ftalater, som også er under mistanke for at være hormonforstyrrende og kræftfremkaldende.



157

Kødbakker af genanvendt plast

— 2019 —

Plastik, som ikke kan bruges igen, er en belastning for miljøet. Coops nye kødbakker er lavet af mere end 95 procent genanvendt plastik. På den måde sparer vi over 900 tons plastik om året. De nye kødbakker kan i modsætning til de gamle også sorteres og genanvendes.

158

Madpyramiden giver også mening for klimaet

— 2019 —

Siden 1976 har Coops Madpyramide givet danskerne enkle råd om sund kost. I 2011 får den en klimavenlig opdatering med blandt andet mere grønt og mindre kød og ris. I 2019 synliggør Coop opdateringen med en kunstplakat af Madpyramiden i et oplag på 500.000, så det bliver tydeligt for alle, hvordan man kan reducere sit klimaaftryk med op til 25 procent blot ved at spise efter den opdaterede Madpyramide.



159

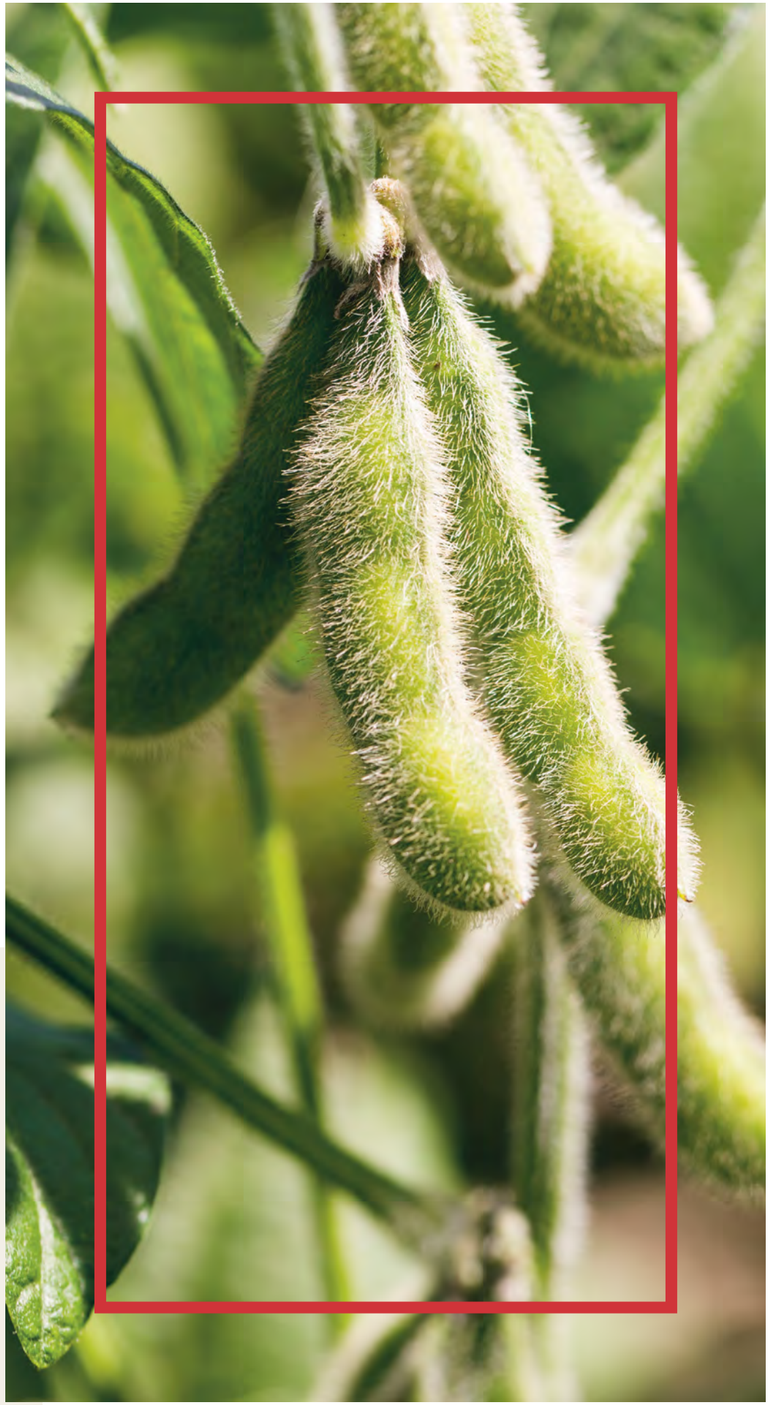
Slut med fluorstoffer i alle kosmetik- og plejeprodukter

— 2019 —

Coop er den første dagligvarehandel i verden, der forbyder fluorstoffer i alle kosmetik- og plejeprodukter – både i egne varer og kendte mærkevarer. Fluorstofferne er skadelige for mennesker og miljø og kædes sammen med forøget risiko for blandt andet kræft, allergier og barnløshed.



Coop forpligter sig til at prioritere brug af bæredygtig soja.



160

Butikkers tage får solceller

— 2019 —

For at spare energi sætter Coop solceller på taget af 30 butikker. De skal skaffe solenergi til varmepumper, som skal erstatte olie- og gasfyr. Indsatsen er et led i Coops målsætning om at skære 20 procent af energiforbruget i 2020.

161

Ny datomærkning forebygger spildt mælk

— 2019 —

Meget madspild opstår, fordi »bedst før« -datoen bliver opfattet som en »smid ud«-dato. Men datoen er kun vejledende, og maden er ofte helt fin flere dage frem. Sammen med Too Good To Go og Thise opfordrer Coop forbrugerne til at vurdere maden med egne sanser – og skriver nu »ofte god efter« ved mælkens datomærkning.

162

Coop er med til at danne dansk alliance for ansvarlig soja

— 2019 —

Det går ud over regnskoven i Sydamerika, når der skal dyrkes soja til dyrefoder og en lang række andre varer. Derfor er Coop med til at danne Dansk alliance for ansvarlig soja, hvor Coop sammen med landets andre dagligvarekæder forpligter sig til i høj grad at prioritere brugen af bæredygtig soja.

163

Tobakken bliver gemt væk

— 2019 —

Hver dag begynder 40 unge at ryge – og undersøgelser viser, at synlig tobak kan være med til at inspirere til rygning. For at forebygge, at de unge begynder at ryge, dækker Coop cigaretterne til i alle butikkerne, så der ikke længere er noget, der frister. Tildækning af tobak bliver lovpligtigt fra 2021.

165

Brødposer med rude i 100% papir

— 2019 —

Når plastik og papir sættes sammen i emballage, kan emballagen ikke genanvendes. Så Coop skifter de gamle brødposer med plastikrude ud med en ny type pose, hvor ruden er lavet af gennemsigtigt papir. Nu kan brødposen genanvendes som papir, og kassemedarbejderen kan stadig se, hvad der er i posen.



Selv Irma-pigen indgår i Coops kampagne for at få tobakken gemt væk.

164



Plastikbakker skiftes ud med græspap

— 2019 —

Coop har en ambitiøs målsætning om at nedsætte brugen af plastikemballage med 25 procent inden 2025. Derfor introducerer Coop og Søris, som de første i Danmark, græspap, som er et miljøvenligt alternativ til plastik og erstatter over en halv million plastikbakker med bakker lavet af græsfibre.

166

Nyt mærke gør det nemt at genkende bæredygtig emballage

— 2019 —

Coop gør en indsats for at forbedre emballagen, men det kan være svært for forbrugerne at gennemskue, hvilke emballager, der er blevet bedre. Det skal et nyt mærke råde bod på. Packaging with Care-logoet viser tydeligt på emballagen, at emballagen er blevet mere klima- eller miljøvenlig.

167

Danskerne bidrager til ny strategi for ansvarlighed

— 2019 —

Mange forbrugere vil gerne være en del af den grønne omstilling til gavn for klima og miljø. Der er imidlertid meget, man ikke kan gøre alene. Sammen, derimod, kan vi udrette en masse.

Med en stor kampagne i 2019 inviteres Coops næsten 1,9 millioner medlemmer og alle øvrige forbrugere til at komme med input til, hvad de selv og Coop kan gøre for at skabe en mere bæredygtig hverdag.

De mange forskellige input fra medlemmer og øvrige forbrugere er siden blevet en del af Coops nye ansvarlighedsstrategi, der hedder »Tid til at handle«.

168

Coop.dk indfører genanvendelig emballage

— 2019 —

Der bliver brugt for meget plastik og emballage ved leveringen fra Coop.dk/mad. Derfor lancerer Coop nye transportkasser, der kan bruges igen og igen – og samler de poser ind, som varerne leveres i, så også poserne kan genanvendes. På den måde sparer Coop sammen med kunderne en masse plastik og emballage.

169



Butikkerne skruer ned for elforbruget

— 2019 —

Coop bruger meget energi på at lyse butikkerne op, og det viser sig at være en rigtig god idé at skifte de flere end 200.000 lysstofrør og spots ud med LED-lys. Det sparer penge, energi og vedligeholdelse. Energiforbruget til lys falder i en række butikker med over end 50 procent. Coops samlede energiforbrug blev reduceret med 10 procent.

170

Ny stor donation til Stop Spild Lokalt

— 2019 —

Mange borgere med brug for en ekstra håndsrækning får gennem Stop Spild Lokalt en god jul. Det sker med varer fra de 245 af Coops butikker, som holder lukket i helligdagene, og hvor varerne ikke kan holde sig, til butikkerne åbner igen.



Coop stopper med at sælge konventionelt dyrkede bananer for at undgå rester af sprøjtegift.

171

Slut med konventionelle bananer

— 2020 —

Sprøjtegiften chlorpyrifos er under kraftig mistanke for at skade børns hjerner. Den bruges blandt andet ved dyrkning af bananer, og de konventionelle producenter vil ikke garantere, at giften ikke anvendes. Så Coop beslutter at sige farvel til konventionelle bananer – og sælger nu kun økologiske bananer. Til gengæld kan man få dem både i klaser og enkeltvis.

172

Slut med skjulte buræg i Coops varer

— 2020 —

Coop har for længst sagt farvel til buræg i køledisken. Men mange kunder vil også gerne undgå buræg i varer som f.eks. kager, pålæg og pasta. Derfor ophører Coop helt med at bruge buræg i produktionen af varer.

174

Olie- og gasfyr udskiftes med varmepumper

— 2020 —

Fossile brændstoffer er dårlige for klimaet. Derfor udfaser Coop olie- og gasfyr i butikkerne og erstatter dem med varmepumper. De butikker, der får opsat varmepumper, får med andre ord en meget mere grøn profil.



Hvis grise, får, kvæg, kyllinger og høns skal fodres med soja, skal sojaen være dyrket bæredygtigt.

173

10.000 målere stiller skarpt på butikkernes energiforbrug

— 2020 —

Det koster energi at holde Coops mange butikker kørende. Med 10.000 nye energistyringsmålere bliver det lettere at følge med i forbruget af el, vand og varme. Det betyder, at man hurtigt kan undersøge årsagen og gøre noget ved sagen, hvis energiforbruget pludselig stiger i en butik.

175

Skarpere krav til bæredygtig soja

— 2020 —

Soja produceres især i Sydamerika, hvor der bliver ryddet skov for at gøre plads til sojamarkerne. Det går ud over plante- og dyreliv. Derfor stiller Coop krav om bæredygtig soja i alle Coops egne fødevarer. Det gælder både den soja, der bliver brugt direkte i varerne, og den soja, der bruges som dyrefoder i produktionen.

176 177 181

Danmarks måske mest ambitiøse klimaplan

— 2020 —

176: Danmarks mest ambitiøse klimaplan
177: Coop Klimafunding hjælper virksomheder med grøn omstilling
181: Coop åbner den første af ti folkeskove

Med en lang tradition for at være en grøn og ansvarlig virksomhed er det naturligt for Coop også at gå forrest på klimaområdet. Så med en omfattende og ambitiøs klimaplan træder Coop i 2020 ind i den absolutte internationale superliga for dagligvarehandel: Målet er at være klimaneutral i 2025 og at være klimapositive i 2030 på alle områder i egen drift.

For at nå ambitionen om at blive klimapositive planter Coop frem mod 2030 ti såkaldte folkeskove rundt omkring i Danmark. Det sker i samarbejde med Hedeselskabet Danmark. De nye skovarealer, der dækker et areal på størrelse med 2.000 fodboldbaner, skal danne ramme om fællesskab og aktiviteter. Samtidig skal skovene sikre et højere CO_2-optag og stor biodiversitet.

Mere end 90 procent af Coops totale CO_2-udledning kommer fra produktionen af de varer, der sælges i butikkerne. Derfor indleder Coop et tæt samarbejde med producenter og leverandører, der skal sikre klimareduktion. Og med omfattende kampagner er det ambitionen at inspirere danskerne til at træffe mere klimavenlige valg.

Det kan også være svært for de danske fødevareproducenter at finansiere den omstilling, det kræver at omlægge til en mere bæredygtig og miljøvenlig produktion. Derfor kickstartes Coop Klimafunding, der skaber mulighed for, at fødevarevirksomheder kan indsamle de nødvendige midler gennem crowdfunding.

Samtidig indgår Coop et samarbejde med Danmarks grønne tænketank Concito, der hjælper interesserede virksomheder med en række gode råd til grøn omstilling. Flere end 30 virksomheder er allerede nu i gang med deres forløb.

178

Ny ansvarlighedsstrategi kalder til handling

— 2020 —

Tiden er præget af bæredygtige ambitioner – men der skal handling bag ambitionerne. Coop lancerer ansvarlighedsstrategien »Tid til at handle«. Strategien indeholder 12 fokusområder, som sætter retningen for en grønnere og bedre fremtid.

179

Dagli'Brugsen dropper tilbudsavisen

— 2020 —

Der bliver brugt for meget papir på tilbudsaviser. Derfor reducerer Dagli'Brugsen avisoplaget med 93 procent. Kun 24 af kædens 330 butikker vil fortsat postomdele en trykt tilbudsavis til sine kunder. Øvrige kunder får fremover tilbuddene digitalt, via mail, telefon og Coop-appen.



180

Genbrugsposer til frugt og grønt

— 2020 —

Der skal være mindre brug-og-smid-væk i butikkerne, og der bliver brugt rigtig mange af de tynde plastikposer i frugt- og grøntafdelingerne. Derfor indfører Coop små grønne genbrugsposer i alle butikker, så kunderne nu kan lægge deres yndlingsgrønt i den samme pose – igen og igen.

181

Coop åbner den første af 10 folkeskove

— 2020 —

Den første af Coops kommende 10 folkeskove åbner ved Holstebro. Det sker i samarbejde med Hedeselskabet Danmark. De omkring 100 hektar skal danne ramme om fællesskab og aktiviteter. Der oprettes et nationalt skovråd, og desuden får hver skov sit eget skovråd for at sikre lokal forankring. 9 folkeskove vil blive åbnet med en ny skov hvert af de kommende år. I alt bliver det til over 1000 hektar ny skov i Danmark.





182

Nu kan kunderne se deres klimaaftryk

— 2020 —

20 procent af danskernes klimaaftryk kommer fra den mad, vi spiser. Selv om vi forbrugere gerne vil nedbringe vores klimaaftryk, er det de færreste af os, der har indsigt i, hvilke varer der belaster klimaet mest. Men sådan skal det ikke blive ved med at være.

For første gang i Danmark får kundernes nu mulighed for at følge med i klimaaftrykket fra deres madvareindkøb. Coop har i årevis haft som ambition at give mere viden tilbage til de næsten 1,9 millioner medlemmer om deres indkøb. Den ambition kan nu indfris med funktionen »Følg dit klimaaftryk« i Coop App'en. Med »Følg dit klimaaftryk« får den enkelte kunde meningsfuld viden og kan handle efter at belaste klimaet mindst muligt.

Den nye klimaberegner viser kundernes klimaaftryk fra madindkøb i Coops butikker og gør det muligt at se, hvilke varer der giver det største aftryk. App'en beregner den totale, årlige klimabelastning fra kundens fødevareindkøb og gør det desuden muligt at sammenligne sig med gennemsnittet af alle kunder. Med appen får kunderne også inspiration til klimavenlig madlavning og tips og tricks til at undgå madsspild.



183

Butikkerne genanvender plasten

— 2020 —

Plastik, der bare bliver smidt ud eller brændt af, er et stort problem. Plastik er dog også et stærkt og alsidigt materiale med mange positive egenskaber – men kun hvis vi genanvender det og bremser fremstillingen af mere ny plastik. Coops butikker sorterer nu al plastfolie fra vareleveringerne, og det bliver brugt til fremstillingen af Coops indkøbsposer.

184

Coops kunder redder 1 mio. måltider

— 2020 —

Alt for meget mad bliver produceret blot for at ende livet i skraldespanden i stedet for at blive spist. Det belaster klimaet og er et åbenlyst spild af vigtige ressourcer. Vi vil madspildet til livs – både i butikkerne og hjemme i privaten. Derfor samarbejder flere end 400 af Coops butikker med madspildstjenesten TooGoodToGo, så danskere i hele landet kan købe »lykkeposer« med gode fødevarer, der er tæt på udløbsdatoen. Det har indtil videre reddet 1 mio. måltider fra at gå til spilde. Det svarer til 2,5 mio. kg CO_2 – eller 10.926 flyveture mellem København og London.





185

Varerne tager toget

— 2020 —

Alle varer sætter et aftryk på klimaet – både når de produceres, og når de transporteres. Hvor langt en vare rejser, betyder naturligvis noget for aftrykket, men det er mindst lige så væsentligt, hvordan den bliver transporteret. Meget af det frugt og grønt, vi importerer i Danmark, bliver dyrket i Sydeuropa og transporteret til Danmark med lastbil – og det er hårdt for klimaet. Derfor har vi igangsat en test, hvor varerne i stedet tager toget. Det reducerer CO_2-udledningen på transport af varerne fra Spanien med op til 65 procent.

Billedindeks:

African Coffee Roasters: Side 56 (handling 122)

Brendan Bannon: Side 40 (handling 81)

Christel Frydkjær: Side 68 (handling 150)

Christian Radil: Side 42 (handling 90)

FDB Møbler: Side 12 (handling 13) og side 28 (handling 47)

Franne Voigt: Side 34 (handling 63)

GoCook: Side 30 (handling 53), side 39 (handling 80) og side 45 (handling 96)

Helle Andersen-Phillips: Side 49 (handling 105)

Henrik Freek: Side 14 (handling 17) og side 23 (handling 33)

Martin Strunge: Side 4 og side 78 (handling 176, 177 og 181)

Niclas Jessen/Sumo: Side 83

Robert Attermann/red star: Side 21 (handling 29)

Spier: Side 24 (handling 37)

Steven Biccard: Side 7 og side 53 (handling 112)

Thise: Side 25 (handling 38)

Thomas Roland: Side 26 (handling 43) og side 34 (handling 64)

©Sports Photographer in Copenhagen Matthew James: Side 36 (handling 69)

Hvor der intet er angivet, at det konkrete foto fra Getty Images eller fra Coops arkiv.

Udgivet af Coop CSR, november 2020

Ansvarshavende: Signe Frese, CSR-direktør, Coop, og Maiken Riis Friberg, chefredaktør, Samvirke

Redaktion: Flemming Jørgensen, projektchef, Samvirke og Helle Andersen-Phillips, projektleder, Coop CSR

Grafisk design: Tina Zaremba, ZAREMBADESIGN

Korrektur: Kirsten Grenaa, Eva Guld Boesen og Kristian Herlufsen

Omslag: Niclas Jessen/Sumo

Tryk: KLS PurePrint A/S

Dette magasin er produceret efter de højest mulige miljøstandarder, til glæde for mennesker og natur. Den er trykt på Cradle to Cradle certificeret papir, og trykt med Cradle to Cradle certificerede trykfarver – begge dele produceret uden kemikalier og tungmetaller registreret på Banned List of Chemicals. Cradle to Cradle certificeringen er en af verdens strengeste miljøcertificeringer og den garanterer, at et produkt hverken forurener eller bruger jordens begrænsede ressourcer, men derimod indgår i naturens egen cyklus. Den sikrer også, at de trykte produkter produceres under så miljøvenlige forhold som muligt. Bogen er produceret CO_2 neutralt udelukkende ved brug af vindenergi. Træet til papiret kommer fra bæredygtigt FSC skovbrug i Europa. Det betyder, at der er styr på oprindelsen, og det sikres samtidig, at der ikke fældes mere træ, end skovene kan nå at reproducere.

FSC www.fsc.org MIX Papir fra ansvarlige kilder FSC® C022933

KYOTO PROTOCOL 2 No. 001 KLIMA-NEUTRAL TRYKSAG

Oplag: 20.000 eksemplarer





I Coop kæmper vi forbrugernes sag og vil gøre en forskel i form af blandt andet renere varer, mere viden og bedre miljø. For det forpligter at være ejet af næsten 1,9 millioner forbrugere. Hvad det helt konkret betyder, fortæller vi om i dette magasin. Her beskriver vi, hvordan vi i over 150 år og med 185 udvalgte handlinger har gjort en forskel til gavn for den enkelte, for samfundet og de kommende generationer.

coop

Det gi'r mening