

# Coop Kompetenz für eine gesunde Ernährung

## Inhalt

<b>1. Ernährungssituation heute.....</b>	<b>2</b>
1.1. Übergewicht und ernährungsbedingte Krankheiten.....	2
1.2. Ungünstige Essgewohnheiten und mangelnde Bewegung .....	2
<b>2. Konsumtrends .....</b>	<b>3</b>
2.1. Neue Coop-Studie: Ess-Trends im Fokus .....	3
2.2. Individuelle Ernährungsbedürfnisse .....	3
<b>3. Coop Grundsätze zu Ernährung und Gesundheit .....</b>	<b>4</b>
3.1. Engagement und Massnahmen von Coop .....	4
3.2. Zusammenarbeit mit ernährungsrelevanten Institutionen.....	4
<b>4. Sortimentsentwicklung und –angebot.....</b>	<b>6</b>
4.1. Produktlinien für spezielle Ernährungsbedürfnisse.....	6
4.2. Ernährungsphysiologische Verbesserungen der Coop Eigenmarke .....	6
4.3. Ausgewogene Angebote in Coop Restaurants.....	6
4.4. Sind Bio-Lebensmittel gesünder?.....	7
<b>5. Umfassende Deklaration.....</b>	<b>7</b>
5.1. Konsumentenanspruch auf grösstmögliche Transparenz .....	7
5.2. Foodprofil .....	7
5.3. Portionenlabel „5 am Tag“ .....	8
<b>6. Projekte zur Förderung von Bewegung und gesunder Ernährung .....</b>	<b>8</b>
6.1. Bewegungssituation in der Schweiz .....	8
6.2. Coop Gemeinde Duell - schweiz.bewegt.....	9
6.3. Weitere Bewegungs-Projekte wie fit-4-future und Freestyle Tour .....	9
<b>7. Info-Services und Coop Onlinecoach.....</b>	<b>9</b>
<b>8. Kontakte und Interviewpartner.....</b>	<b>10</b>
8.1. Medienstelle Coop.....	10
8.2. Links.....	10

# 1. Ernährungssituation heute

## 1.1. Übergewicht und ernährungsbedingte Krankheiten

Eine ausgewogene Ernährung und ausreichende körperliche Aktivität sind bestimmende Faktoren für Gesundheit und Wohlbefinden. Ein gesundes Ess- und Trinkverhalten verbessert die individuelle Leistungsfähigkeit und fördert die Lebensqualität des Menschen.

Eine der problematischsten Entwicklungen hinsichtlich der Volksgesundheit ist die zunehmende Zahl an übergewichtigen Menschen. Übergewicht und Adipositas (starkes Übergewicht) hat in den vergangenen Jahren in alarmierender Weise zugenommen und sich zu einem ernsthaften Problem entwickelt. Nach den Daten der schweizerischen Gesundheitsbefragung sind 37 % der erwachsenen Schweizerinnen und Schweizer adipös oder übergewichtig, mit steigender Tendenz.<sup>1</sup> Als wesentliche Ursachen für Übergewicht gelten die starke Abnahme der körperlichen Aktivität in Freizeit und Beruf sowie eine nicht angepasste Ernährung. Die durch Übergewicht und Adipositas und deren Folgekrankheiten verursachten Kosten in der Schweiz haben sich seit 2001 verdoppelt und werden auf 5.8 Milliarden Franken geschätzt. Dies entspricht cirka 7.3% der gesamten Gesundheitskosten.<sup>2</sup> Das Bundesamt für Gesundheit BAG geht davon aus, dass in Industrieländern über ein Drittel der gesamten Kosten im Gesundheitswesen auf ernährungsabhängige Krankheiten wie Übergewicht, Diabetes mellitus, erhöhte Blutfettwerte, Bluthochdruck und die damit verbundenen Herz-Kreislauf-Erkrankungen sowie Krebs zurückzuführen sind.<sup>3</sup>

Heute gibt es viele Schulprogramme, die das Thema „gesunde Ernährung“ und /oder „Bewegung“ aufnehmen (siehe auch 6.3.) und es scheint, dass diese Erfolg haben. Im Jahr 2002 zeigte eine Studie, dass jedes 5. Kind in der Schweiz übergewichtig ist. Die Nachfolgestudie im 2007 zeigt, dass diese Zahl rückgängig ist (19.4% im 2002 versus 15.1% im 2007).<sup>4</sup>

Übergewicht und Adipositas sind nicht die einzigen ernährungsbedingten Probleme der heutigen Gesellschaft. Obwohl die Schweizer Bevölkerung relativ gut mit allen Nährstoffen versorgt ist, gibt es Bevölkerungsgruppen, die eine unzureichende Versorgung mit Mikronährstoffen (u.a. B-Vitamine, Folsäure, Calcium und Eisen) und Nahrungsfasern aufweisen. Gerade bei jungen Frauen ist z.T. auch Untergewicht in Verbindung mit einer Essstörung ein Problem. Das Ernährungsverhalten der Schweizer Bevölkerung entspricht jedoch nicht den offiziellen Empfehlungen für eine ausgewogene Ernährung. Schweizerinnen und Schweizer konsumieren zu wenig Früchte und Gemüse und zu viel Zucker, Fett und Energie (Kalorien).

## 1.2. Ungünstige Essgewohnheiten und mangelnde Bewegung

Die wichtigsten Faktoren, Einfluss auf die Entstehung von Übergewicht haben, sind eine vorwiegend sitzende Lebensweise mit wenig körperlicher Aktivität und der häufige Konsum von Nahrungsmitteln mit hoher Energiedichte.<sup>5</sup> Entsprechend haben regelmässige Bewegung

---

<sup>1</sup> Schweizerische Gesundheitsbefragung 2007. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik BFS, 2008. Verfügbar aus: [www.statistik.admin.ch](http://www.statistik.admin.ch)

<sup>2</sup> Overweight and obesity in Switzerland. Prepared for the Bundesamt für Gesundheit (BAG), 2009. Verfügbar auf: [http://www.bag.admin.ch/themen/ernaehrung\\_bewegung/05207/05218/05232/index.html?lang=de](http://www.bag.admin.ch/themen/ernaehrung_bewegung/05207/05218/05232/index.html?lang=de)

<sup>3</sup> Empfehlungen für eine ausgewogene Ernährung. Bern: Bundesamt für Gesundheit BAG, 2007. Verfügbar auf: [www.bag.admin.ch/themen/ernaehrung\\_bewegung](http://www.bag.admin.ch/themen/ernaehrung_bewegung)

<sup>4</sup> Aeberli, Isabelle et.al, Decrease in the prevalence of paediatric adiposity in Switzerland from 2002 to 2007, NS Public Health Nutrition.

<sup>5</sup> Report of a Joint WHO/FAO consultation. Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases. WHO-Technical Report Series 916. Geneva: WHO, 2003. Verfügbar auf: [www.who.int/dietphysicalactivity/publications](http://www.who.int/dietphysicalactivity/publications)

und eine nahrungsfaserreiche Ernährung eine protektive Wirkung. Günstig wirken für Kinder und Jugendliche ein familiäres und schulisches Umfeld, in dem eine gesunde Ernährung und Bewegung gefördert werden.

## 2. Konsumtrends

### 2.1. Coop-Studie: Ess-Trends im Fokus

„Ess-Trends im Fokus“ ist eine Initiative von Coop mit fachlicher Unterstützung der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE. Es handelt sich um repräsentative Umfragen zum Ernährungsverhalten und -bewusstsein der Schweizer Bevölkerung, die seit Mai 2009 regelmässig durchgeführt und publiziert werden. Damit will Coop die Interessen zum Thema Ernährung zeitnah erfassen und über aktuelle Ernährungsthemen berichten. Die Resultate von „Ess-Trends im Fokus“ liefern eine gute Grundlage für verschiedenste Akteure zur Förderung einer ausgewogenen Ernährung.

Die Resultate der ersten Studie „Gesund Essen: Einstellungen, Wissen und Verhalten“ zeigten, dass die Grundprinzipien der gesunden Ernährung weitläufig bekannt sind. Die Coop-Studie zeigt aber auch eine deutliche Diskrepanz zwischen Wahrnehmung und tatsächlichem Verhalten. 77 % der Befragten ernähren sich nach eigenem Ermessen „eher gesund“ bis „gesund“. Laut der zweiten Coop-Studie zum Thema „Schnelles und gesundes Essen“, essen sogar 90% der Schweizer Bevölkerung immer oder oft „gesund“. Diese Selbsteinschätzung widerspiegelt ein gewisses Wunschdenken, widerspricht aber den Expertenmeinungen: Die Mehrheit der Schweizer Bevölkerung ernährt sich eher zu kalorienreich, zu fettreich, zu salzig und zu zuckerreich (siehe 1.1.). Die vierte und aktuellste Coop-Studie zum Thema „So kocht die Schweiz“ zeigte, dass 60% der Schweizer Bevölkerung, die mehrmals pro Woche kocht, auf Ausgewogenheit beim Kochen schauen.

In der dritten Coop-Studie wurde die Bevölkerung zum Thema „Essen und Gesundheit“ befragt. Es zeigte sich, dass der Einfluss der Ernährung oft unterschätzt wird. Aus diesen Resultaten entstand ein Infoblatt mit den wichtigsten Ernährungstipps, die in direkter Verbindung mit einem Krankheitsrisiko stehen (siehe [www.coop.ch/gesundessen](http://www.coop.ch/gesundessen)).

Die SGE begleitet das Projekt „Ess-Trends im Fokus“ fachlich und stellt sicher, dass es hohen ernährungswissenschaftlichen Ansprüchen genügt. „Erkenntnisse zum aktuellen Ernährungsverhalten und -wissen der Bevölkerung in der Schweiz helfen uns, zielgerichtete Informationen und Ernährungsempfehlungen auszuarbeiten. Das Projekt „Ess-Trends im Fokus“ leistet einen wichtigen Beitrag dazu, weshalb wir Coop gerne unterstützen“, sagt Christian Ryser, Geschäftsführer der SGE.

Die Studienresultate aller Studien sowie weitere Informationen: [www.coop.ch/esstrends](http://www.coop.ch/esstrends)

### 2.2. Individuelle Ernährungsbedürfnisse

Generell sind die Erwartungen der Konsumentinnen und Konsumenten nach gesunden Lebensmitteln in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen und individuelle Ernährungsbedürfnisse gewinnen zunehmend an Bedeutung. So leiden zum Beispiel rund 20 % der Schweizer Bevölkerung an einer Lactose (Milchzucker)-Unverträglichkeit<sup>6</sup> und rund 0,5 % an einer Gluten-Unverträglichkeit<sup>7</sup>. Immer grösserer Beliebtheit erfreuen sich

---

<sup>6</sup> Frey, Isabelle; Rogler, Gerhard, Zöliakie: Die Rolle der Ernährung, Schweizer Zeitschrift für Ernährungsmedizin, 2009. S.4

<sup>7</sup> Braegger, Christian P., Laktoseintoleranz, Schweizer Zeitschrift für Ernährungsmedizin, 2009. S. 10

vegetarische Produkte. Heute essen 2,5 % der Bevölkerung nie Fleisch oder Wurstwaren<sup>8</sup>. Aber auch Produkte aus umwelt- und tiergerechter Produktion sind nach wie vor ein grosses Bedürfnis.

Die Ernährungsbedürfnisse in bestimmten Verzehrsituationen haben sich über die Jahre ebenso verändert. Eine Studie der Universität St. Gallen zeigt auf, dass das Bedürfnis „schnell essen“ im Vergleich zum Jahr 2005 von 17 auf knapp 21 % im 2008 gestiegen ist. Die Bedürfnisse unterscheiden sich zudem deutlich zwischen Wochentagen und dem Wochenende. Unter der Woche steht das Bedürfnis „gesund essen“ im Vordergrund während am Wochenende das Bedürfnis „genussvoll essen“ für die befragten Personen am wichtigsten ist.<sup>9</sup> Aufgrund dieser wechselnden Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden nimmt der Anspruch auf innovative Angebote zu.

Neben der Analyse des Konsumverhaltens mit Hilfe von Studien ist für Coop der tägliche Kundenkontakt von fast ebenso grosser Bedeutung. Der Konsumentendienst erfasst alle Anfragen systematisch und fühlt damit den Puls der Bevölkerung auch in Bezug auf ihre Ernährungsbedürfnisse. So stehen Coop wertvolle Hinweise für eine optimale Sortimentsentwicklung zur Verfügung.

## **3. Coop Grundsätze zu Ernährung und Gesundheit**

### **3.1. Engagement und Massnahmen von Coop**

Grundsätzlich gilt, dass eine gesunde Ernährung auf einer ausgewogenen und vielseitigen Auswahl an Lebensmitteln basiert. Genussmittel wie Süssigkeiten haben massvoll genossen jedoch durchaus ihren Platz. Coop bietet mit ihrem vielfältigen Sortiment grösstmögliche Wahlfreiheit, die Eigenverantwortung der Konsumentinnen und Konsumenten steht im Zentrum.

Als zweitgrösstes Detailhandelsunternehmen der Schweiz ist sich Coop ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und engagiert sich deshalb umfassend für eine ausgewogene Ernährung. Dies bedeutet für Coop, der Schweizer Bevölkerung zu ermöglichen sich vielseitig zu ernähren, täglich Früchte und Gemüse zu essen und auf die Qualität von Fetten und Kohlenhydraten zu achten. Dabei unterstützt Coop die Konsumentinnen und Konsumenten mit einer grossen Auswahl an Produkten und einem umfassenden Informationsangebot. Ein breites Sortiment an Bio-, vegetarischen, kalorienarmen, angereicherten, laktose- und glutenfreien Produkten erfüllen individuelle Konsumbedürfnisse. Coop setzt sich bewusst für die Erhaltung und Förderung einer vielfältigen Ess- und Kochkultur ein. So arbeitet Coop unter anderem eng mit Slow Food zusammen, einer internationalen Bewegung für die Erhaltung und Förderung der Esskultur.

Kapitel 4 bis 7 zeigen auf, mit welchen Massnahmen sich Coop konkret für die Verbesserung der Ernährungs- und Bewegungssituation in der Schweiz einsetzt.

### **3.2. Zusammenarbeit mit ernährungsrelevanten Institutionen**

Coop arbeitet aktiv mit Fachorganisationen und Behördengremien zusammen, die Massnahmen zur Verbesserung der Ernährungssituation erarbeiten. In Kontakt mit Geschäftspartnern bringt Coop ihr Know-how ein, um wissenschaftliche Erkenntnisse,

---

<sup>8</sup> Schweizerische Gesundheitsbefragung 2002. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik BFS, 2003. Verfügbar auf: [www.statistik.admin.ch](http://www.statistik.admin.ch)

<sup>9</sup> Rudolph, Thomas; Glas, Alexandra, Food Consumption 2008. Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz. Universität St. Gallen, 2008. S. 31-33

Konsumtrends und gesetzliche Anforderungen praktisch umzusetzen. Mit folgenden Institutionen arbeitet Coop eng zusammen oder pflegt einen regelmässigen Austausch:

**a) Bundesamt für Gesundheit BAG**

Im Mai 2009 lancierte das BAG „actionsanté“. Mit „actionsanté“ will das BAG Organisationen und Firmen vereinen, die mit freiwilligen Massnahmen einen gesunden Lebensstil fördern wollen. Coop beteiligt sich an „actionsanté“ und definierte spezifische, verpflichtende Massnahmen (siehe 4.2.).

Weitere Informationen: [www.actionsante.ch](http://www.actionsante.ch)

**b) Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE**

Die SGE ist die wichtigste nationale Fachgesellschaft im Ernährungsbereich und ist als Fachinstanz im Bereich Ernährungsinformation und –aufklärung anerkannt. Die Aktivitäten der SGE sind im Bereich Prävention und Gesundheitsförderung angesiedelt. Coop führt die Studienreihe „Ess-Trends im Fokus“ mit fachlicher Unterstützung der SGE durch (siehe 2.1.).

Weitere Informationen: [www.sge-ssn.ch](http://www.sge-ssn.ch)

**c) Krebsliga Schweiz**

Die Krebsliga ist eine nationale gemeinnützige Organisation, die gegen Krebs kämpft, Betroffene und Angehörige unterstützt sowie Präventionsarbeit leistet. Coop verwendet das „5 am Tag“-Portionenlogo, welches von der Krebsliga Schweiz vergeben wird (siehe 5.3.). Zudem führt Coop unter der Marke Trias einige Produkte mit klar profiliertem Ernährungsmehrwert. So zum Beispiel das TRIAS-Brot. Beim Kauf jedes TRIAS-Brots oder jeder TRIAS-Fertigbackmischung fliessen 20 Rappen an die Krebsliga.

Weitere Informationen: [www.krebsliga.ch](http://www.krebsliga.ch)

**d) IG Zöliakie**

Die IG Zöliakie der Deutschschweiz ist eine Patientenorganisation, die sich für die Anliegen von Betroffenen mit Zöliakie oder Dermatitis herpetiformis Duhring einsetzt und über alle Belange der glutenfreien Ernährung informiert.

Coop pflegt mit der IG Zöliakie einen regelmässigen Austausch, welcher sich beispielsweise im Ausbau des Sortiments für Betroffene niederschlägt. Coop führt ein ausgewähltes Angebot an glutenfreien Spezialprodukten der Marken Schär und DS-Food.

Weitere Informationen: [www.zoeliakie.ch](http://www.zoeliakie.ch)

**e) Fial**

Die Föderation der schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fial) ist ein Zusammenschluss der Branchenverbände der Schweizer Nahrungsmittel-Industrie. Sie beschäftigt sich seit einigen Jahren intensiv mit Fragen rund um die Themen Ernährung und Übergewicht und hat zu diesem Zweck die Arbeitsgruppe „Ernährung“ gegründet. In diesem Gremium, in welchem Coop aktiv mitarbeitet, werden unter anderem Spannungsfelder diskutiert. Dazu gehört beispielsweise die Frage, wie Marketingziele für Genussmittel (z.B. Süssigkeiten) und eine aktive Bekämpfung von Übergewicht miteinander vereinbar sind. Die Nahrungsmittelindustrie sucht aktiv nach Lösungen, die sowohl dem Markt als auch den Anliegen eines gesunden Lebensstils möglichst gut Rechnung tragen.

Weitere Informationen: [www.fial.ch](http://www.fial.ch)

**f) Schweizerische Diabetesgesellschaft**

Die Schweizerische Diabetes-Gesellschaft unterstützt und begleitet Diabetes-Betroffene, wie auch Nicht-Betroffene und Angehörige, mit dem Ziel das Beste aus dem Diabetes zu machen bzw. Diabetes aktiv vorzubeugen.

Coop führt einen regelmässigen Austausch mit der Schweizerischen Diabetesgesellschaft. Dabei werden gemeinsame Projekte erarbeitet und umgesetzt. So zum Beispiel das Kochbuch „Günstig essen mit Diabetes“.

Weitere Informationen: [www.diabetesgesellschaft.ch](http://www.diabetesgesellschaft.ch)

## **4. Sortimentsentwicklung und –angebot**

### **4.1. Produktlinien für spezielle Ernährungsbedürfnisse**

Coop bietet ein breites Angebot an Eigenmarken, Kompetenzmarken und Markenartikel, die eine abwechslungsreiche Ernährung ermöglichen und den individuellen Bedürfnissen und aktuellen Konsumtrends gerecht werden.

Die Kompetenzmarken Naturaplan und Naturafarm beinhalten eine grosse Auswahl an umwelt- und tiergerecht produzierten Produkten, Betty Bossi-Produkte sind schnell zubereitet oder können direkt konsumiert werden und Coop Weight Watchers steht für genussvoller, kalorienbewusster Genuss. Personen, die sich vegetarisch ernähren oder eine Abwechslung zu Fleisch suchen, finden unter der Produktlinie Délicorn ein entsprechendes Angebot. Free From- und DS-Food-Produkte erleichtern Personen, die an einer Lebensmittel-Unverträglichkeit oder -Allergie leiden, den täglichen Einkauf. Die Kinderlinie JaMaDu bietet ernährungsphysiologisch sinnvolle Produkte, die Spass machen. „Gesund gross werden“ ist das Ziel, das die Coop Eigenmarke JaMaDu verfolgt. Sie ist für Kinder konzipiert, von Kindern mitgestaltet und wird von Ernährungsexpertinnen begleitet.

### **4.2. Ernährungsphysiologische Verbesserungen der Coop Eigenmarken**

Im engen Austausch mit Lieferanten und Spezialisten werden die Rezepturen der Coop Eigenmarke laufend optimiert und neue Produkte ernährungsphysiologisch sinnvoll entwickelt. Ein besonderes Augenmerk wird auf den Zucker- und Salzgehalt sowie auf die Fettqualität gelegt. Dies auch im Rahmen von „actionsanté“ (siehe 3.2.a)

Seit März 2010 sind 99 % der Produkte aller Coop Eigen- und Kompetenzmarken frei von industriell gehärteten und teilgehärteten Fetten. Coop geht mit dem vollständigen Verzicht auf gehärtete Fette weiter als es die gesetzliche Regelung vorschreibt. Bei den wenigen Produkten, bei denen eine Herstellung ohne gehärtete Fette technologisch noch nicht umsetzbar ist, gibt Coop den Gehalt an Trans-Fettsäuren im Coop Foodprofil an (siehe 5.2.).

Auch in Sachen Zusatzstoffe ist Coop Vorreiterin und geht mit ihren Richtlinien deutlich über die gesetzlichen Vorgaben hinaus. Seit vielen Jahren verzichtet Coop vollständig auf künstliche Aromen bei ihrer Eigenmarke. Coop hat sich zudem das ambitionöse Ziel gesetzt, dass die Lebensmittel der Eigenmarken bis spätestens Ende 2012 keine künstlichen Farbstoffe mehr enthalten. Bereits heute ist dies bei 98 % der Eigenmarken-Produkte der Fall.

### **4.3. Ausgewogene Angebote in Coop Restaurants**

Die Coop Restaurants bieten für Vegetarier als auch für Nicht-Vegetarier ein ausgewogenes Angebot an Mahlzeiten sowie ein reichhaltiges Gemüse- und Salatbuffet. Beim Gemüse, den Teigwaren und dem Gebäck werden täglich ausgewogene Kombinationen aus Bio- und Nicht-Bio-Lebensmitteln zusammengestellt. Täglich stehen zudem ein Lifestyle-Menü für den leichten Genuss sowie ein JaMaDu-Kinderteller zur Verfügung.

#### 4.4. Sind Bio-Lebensmittel gesünder?

Coop führt als Bio-Pionierin unter der Marke Naturaplan ein umfassendes Sortiment an Bio-Produkten. Insgesamt gibt es bei Coop mehr als 2'000 Bio-Produkte mit der Knospe von Bio Suisse. Seit Jahren wird diskutiert, welchen Einfluss die innere Qualität der einzelnen Lebensmittel auf die Gesundheit hat.

Das Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL untersucht diesen Zusammenhang seit vielen Jahren. In ihrem Dossier "Qualität und Sicherheit von Bioprodukten" hat das FiBL die Erkenntnisse aus zahlreichen Studien zusammengefasst, welche Lebensmittel aus konventioneller und biologischer Landwirtschaft miteinander vergleichen. Bei den wertgebenden Inhaltsstoffen zeichnen sich biologische Produkte durch höhere Gehalte an sekundären Pflanzenstoffen und Vitamin C aus. Bei Milch und Fleisch ist die Zusammensetzung der Fettsäuren häufig ernährungsphysiologisch günstiger. Bezüglich der Kohlenhydrate und Mineralstoffe unterscheiden sich Bioprodukte nicht von konventionellen Produkten. Bei den wertmindernden Inhaltsstoffen Nitrat und Pestizidrückstände sind Bioprodukte klar im Vorteil. Andere unerwünschte Eigenschaften können bis zu einem gewissen Grad beeinflusst werden, hängen aber nicht von der Anbauweise ab: Mykotoxin- und Schwermetallgehalt, Umweltkontaminanten sowie Verunreinigungen mit pathogenen Keimen.<sup>10</sup>

Inwieweit Unterschiede in der Zusammensetzung der Lebensmittel für die Gesundheit des Menschen relevant sind, ist noch weitgehend ungeklärt. Coop unterstützt diverse Forschungsprojekte des FiBL mit Mitteln aus dem Coop Nachhaltigkeits-Fonds.

## 5. Umfassende Deklaration

### 5.1. Konsumentenanspruch auf grösstmögliche Transparenz

Mit steigender Sensibilisierung für Ernährungsfragen sind auch die Erwartungen der Konsumentinnen und Konsumenten nach Transparenz in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. Coop legt deshalb Wert auf eine offene und konsumentenfreundliche Deklaration ihrer Eigenmarke und geht dabei oft über die gesetzlichen Anforderungen hinaus.

Auf allen Eigenmarken-Produkten ist der Hinweis für Allergiker gut ersichtlich. Für Vegetarier und Vegetarierinnen werden entsprechende Produkte mit dem Europäischen Vegetarismus Label (V-Label) gekennzeichnet. Die Coop Weight Watchers-Produkte sind mit Weight Watchers- **ProPoints**<sup>®</sup>-Wert ausgezeichnet.

### 5.2. Foodprofil

Als erste Detailhändlerin der Schweiz versieht Coop seit Januar 2007 die verpackten Coop Eigenmarken-Produkte mit einem übersichtlichen und ausführlichen Nährwertkennzeichnungs-System, dem sogenannten Foodprofil. Coop arbeitet dabei nach dem System der „Guideline Daily Amounts“ (GDA) - auf deutsch „Richtwert für die Tageszufuhr“ und folgt damit der Empfehlung des Europäischen Verbandes CIAA, der Confederation of Food and Drink Industries of the EU. Über 2'000 Coop Eigenmarken-Produkte sind bereits mit dem Foodprofil gekennzeichnet. Das Foodprofil zeigt auf, wie viel Energie, Zucker, Fett, gesättigte Fettsäuren, Kochsalz und weitere Inhaltsstoffe mit einer

---

<sup>10</sup> Qualität und Sicherheit von Bioprodukten. Lebensmittel im Vergleich. Frick: Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL, Dossier Nr. 4, 2006. S. 22

Portion zu sich genommen werden. Zudem ist angegeben, welchen Anteil am empfohlenen Tagesbedarf diese abdecken. Ergänzende Nährwertinformationen (Kohlenhydrate, Eiweiss, Nahrungsfasern etc.) sind auf der Rückseite der Verpackung ersichtlich.

### 5.3. Portionenlabel „5 am Tag“

Um die Zufuhr von Vitaminen, Mineralstoffen und sekundären Pflanzenstoffen sicherzustellen, sind frische Früchte, Gemüse und Salate besonders wichtig. Zu einer ausgewogenen Ernährung wird empfohlen, 5 Portionen Gemüse oder Früchte am Tag zu konsumieren. Um den Konsum an Gemüse und Früchte zu fördern, engagiert sich Coop für die Kampagne „5 am Tag“, die von der Krebsliga Schweiz und dem Bundesamt für Gesundheit BAG getragen wird. Ursula Zybach, Mitglied der Geschäftsleitung Krebsliga Schweiz: "Coop ist die erste Detailhändlerin, die das "5 am Tag"-Portionenlogo auf ihren Produkten einsetzt. Wir möchten die Konsumentinnen und Konsumenten dazu animieren, jeden Tag fünf Portionen Gemüse oder Früchte zu essen. Das Logo hilft ihnen, diese Empfehlung im Alltag umzusetzen."

Coop zeichnet bereits 130 Produkte mit dem „5 am Tag“-Portionenlogo aus. Es gibt Auskunft darüber, wie viele der fünf empfohlenen Portionen an Gemüsen und Früchten eine Portion des vorliegenden Produkts beinhaltet. So zum Beispiel bei Fruchtsäften, Smoothies, Fertigsalaten oder Fertigprodukten.

Zur Steigerung des Früchte- und Gemüsekonsums wird das Angebot an küchen- und essfertigen Früchten und Gemüse laufend erweitert. Viele Produkte sind auch in kleinen Portionen erhältlich, damit sie sich optimal für den Genuss zwischendurch eignen.

Weitere Informationen: [www.5amtag.ch](http://www.5amtag.ch)

## 6. Projekte zur Förderung von Bewegung und gesunder Ernährung

### 6.1. Bewegungssituation in der Schweiz

Laut dem Bundesamt für Sport BASPO brauchen die Schweizerinnen und Schweizer mehr Bewegung. Zu wenig körperliche Aktivität, zu viel Medienkonsum, unausgewogene Ernährung, psychischer und sozialer Stress tragen dazu bei, dass sich die Gesundheit unserer Bevölkerung langsam, aber stetig verschlechtert. 2/3 der Schweizer sind körperlich ungenügend aktiv und 1/5 der Schweizer sind völlig inaktiv.<sup>11</sup> Adipositas und mangelnde körperliche Bewegung sind die wichtigsten Risikofaktoren für Diabetes Typ 2. Die WHO schätzt, dass sich die Zahl von Diabetesfällen von derzeit weltweit 150 Millionen bis zum Jahr 2025 verdoppeln könnte.<sup>12</sup>

Gesundheitswirksame Bewegung von täglich mindestens einer Stunde in Form von Alltagsaktivitäten oder Sport mit mindestens "mittlerer" Intensität (verstärkte Atmung) wird empfohlen. Dies verbessert den allgemeinen Gesundheitszustand, erhöht den Energieverbrauch und vermindert dadurch die Gefahr von Übergewicht.<sup>13</sup>

Für Coop ist klar, dass ausreichende körperliche Aktivität und ausgewogene Ernährung zusammengehören und wesentliche Faktoren für Gesundheit und Wohlbefinden sind. Als

---

<sup>11</sup> Schweizerische Gesundheitsbefragung 2002. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik BFS, 2003. Verfügbar auf: [www.statistik.admin.ch](http://www.statistik.admin.ch)

<sup>12</sup> Report of a Joint WHO/FAO consultation. Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases. WHO-Technical Report Series 916. Geneva: WHO, 2003. Verfügbar auf: [www.who.int/dietphysicalactivity/publications](http://www.who.int/dietphysicalactivity/publications)

<sup>13</sup> Empfehlungen für eine ausgewogene Ernährung. Bern: Bundesamt für Gesundheit BAG, 2007.

Sponsorin engagiert sich Coop deshalb bei zahlreichen nationalen Projekten zur Förderung von Bewegung und einer gesunden Ernährungsweise.

## 6.2. Coop Gemeinde Duell - schweiz.bewegt

Das Coop Gemeinde Duell ist einer der grössten Breitensportevents der Schweiz. Der Anlass findet im Rahmen des Projekts „schweiz.bewegt“ statt, das vom Bundesamt für Sport BASPO und Gesundheitsförderung Schweiz sowie anderen Partnern getragen wird. Coop ist Titelsponsorin. Lorenz Ursprung, Chef Sportförderung Bundesamt für Sport BASPO dazu: „Im Coop Gemeinde Duell von schweiz.bewegt steht neben der Bewegung auch die Ernährung im Fokus. Coop ist dabei eine ideale Partnerin, die sowohl Know-how als auch Engagement einbringt.“

Weitere Informationen: [www.schweizbewegt.ch](http://www.schweizbewegt.ch)

## 6.3. Weitere Bewegungs-Projekte wie fit-4-future und Freestyle Tour

Seit 2007 beteiligt sich Coop an „fit-4-future“, einer Initiative zur Bekämpfung der Bewegungsarmut und der Fettleibigkeit bei Schülerinnen und Schülern. Unter wissenschaftlicher Begleitung des Instituts für Sport und Sportwissenschaften der Universität Basel wurden Aktionstage, Sportevents, Lehrerschulungen und Elternabende durchgeführt, mit dem Ziel, Kindern Freude an der Bewegung zu vermitteln. Das Projekt erreichte im Jahr 2009 knapp 14'700 Kinder zwischen 6 und 12 Jahren.

Speziell an Jugendliche richtet sich die Freestyle Tour, die Coop bereits seit 2004 unterstützt. Freestyle-Profis und junge Köche besuchen Schulen in der ganzen Schweiz und bringen ihnen Spass an Bewegung und ausgewogener Ernährung bei. Die "Freestyle Tour" wurde 2004 vom "Netzwerk Gesundheit und Bewegung Schweiz hepa.ch" als bestes nationales Jugendprojekt für Bewegungsförderung ausgezeichnet.

Weitere Informationen: [www.cleven-becker-stiftung.ch](http://www.cleven-becker-stiftung.ch) und [www.schtifti.ch](http://www.schtifti.ch)

## 7. Info-Services und Coop Onlinecoach

Coop ermuntert ihre Konsumentinnen und Konsumenten zu einem gesunden Lebensstil.

Vom Allergiker über den Sportler bis zur richtigen Ernährung während der Schwangerschaft und Ernährungs-Tipps für Kinder bietet Coop im Internet und in zahlreichen Broschüren umfassende Informationen für jede Lebenssituation. Auch die Coopzeitung informiert wöchentlich mit der viel beachteten Ernährungs-Rubrik „Gut zu wissen“.

Individuelle Unterstützung beim Weg zum Wunschgewicht bietet der Coop Ernährungs-Coach im Internet. Aus einer Datenbank mit über 12'000 Rezepten stellt Coop den Nutzern einen persönlichen Ernährungsplan zusammen, ergänzt durch einen Trainingsplan mit individuellen Fitnesstipps. Zudem gibt ein Team aus Psychologen und Wissenschaftlern per E-Mail Antwort auf alle ernährungs- und bewegungsspezifische Fragen.

Weitere Informationen: [www.coop.ch/gesundessen](http://www.coop.ch/gesundessen) und [www.coopcoach.ch](http://www.coopcoach.ch)

## 8. Kontakte und Interviewpartner

### 8.1. Medienstelle Coop

Susanne Erdös, Leiterin Medienstelle

+41 61 336 71 96

[susanne.erdoes@coop.ch](mailto:susanne.erdoes@coop.ch)

Nicolas Schmied, Mediensprecher

+41 61 336 71 39

[nicolas.schmied@coop.ch](mailto:nicolas.schmied@coop.ch)

Denise Stadler, Mediensprecherin

+41 61 336 71 10

[denise.stadler@coop.ch](mailto:denise.stadler@coop.ch)

Sabine Vulic, Mediensprecherin

+41 61 336 71 92

[sabine.vulic@coop.ch](mailto:sabine.vulic@coop.ch)

Kontakte mit Coop Ernährungs-Expertinnen werden über die Medienstelle Coop koordiniert.

### 8.2. Links

[www.coop.ch/gesundessen](http://www.coop.ch/gesundessen)

[www.sge-ssn.ch](http://www.sge-ssn.ch)

[www.bag.admin.ch/themen/ernaehrung\\_bewegung](http://www.bag.admin.ch/themen/ernaehrung_bewegung)