

Übersicht Stakeholder mit Aktivitäten 2008

| Organisation | Hauptanliegen der Stakeholder | Ergebnisse / Ereignisse 2008 |
|--|---|---|
| Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen | | |
| <ul style="list-style-type: none"> – Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement (EVD) – Eidgenössische Wettbewerbskommission – Oberzolldirektion – Preisüberwacher | <ul style="list-style-type: none"> – Abbau der Hochpreisinsel Schweiz – Stärkung des Wirtschaftsstandortes Schweiz – Nachhaltiges Wachstum – Funktionierender Wettbewerb zugunsten der Konsumenten – Kostensenkung durch Abbau von Regulierung | <ul style="list-style-type: none"> – Positive Stellungnahmen für offene Märkte und Abbau von Handelshemmnissen, vor allem durch die Zulassung von Parallelimporten und die Revision des Bundesgesetzes über technische Handelshemmnisse THG (Cassis-de-Dijon-Prinzip) – Einsatz für den Abbau von bürokratischen, kostentreibenden Auflagen – Positive Haltung zur Marktöffnung gegenüber Entwicklungsländern (Präferenzzölle) |
| <ul style="list-style-type: none"> – espace.mobilité | <ul style="list-style-type: none"> – Gute politische Rahmenbedingungen in den Bereichen Verkehr, Bauen und Standortpolitik | <ul style="list-style-type: none"> – Teilnahme an verschiedenen kantonalen Vernehmlassungen sowie an der Suche nach konstruktiven Lösungen – Engagement für wirkungsvollen und kosteneffizienten Umweltschutz – Diverse Behördenkontakte auf nationaler und kantonalen Ebene |
| <ul style="list-style-type: none"> – Interessengemeinschaft Agrarstandort Schweiz (IGAS) | <ul style="list-style-type: none"> – Engagement für ein Agrar- und Gesundheitsabkommen zwischen der Schweiz und der EU | <ul style="list-style-type: none"> – Aktive Mitarbeit in den internen Arbeitsgruppen «Begleitmassnahmen», «Verhandlungen» und «Kommunikation» |
| <ul style="list-style-type: none"> – Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG DHS) | <ul style="list-style-type: none"> – Gute politische Rahmenbedingungen für den Detailhandel im Sinne der Konsumenten und der Arbeitnehmer im Detailhandel | <ul style="list-style-type: none"> – Engagement für die Beibehaltung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für Lebensmittel – Engagement für ein neues Produktsicherheitsgesetz, für das Cassis-de-Dijon-Prinzip und für eine internationale Erschöpfung patentgeschützter Güter – Umsetzung des Code of Conduct «Movie Guide» für den Jugendschutz bei elektronischen Medien – Verabschiedung eines Code of Conduct Nanotechnologien – Engagement gegen Littering |
| Sozial-ethische Beschaffung | | |
| <ul style="list-style-type: none"> – Business Social Compliance Initiative (BSCI) – Clean Clothes Campaign (CCC) – Common Code for the Coffee Community (4C) – Erklärung von Bern (EvB) – Fair Wear Foundation – GlobalGAP – Max Havelaar-Stiftung – Social Accountability International (SAI) – Stiftung BioRe | <ul style="list-style-type: none"> – Umsetzung einer sozial-ethischen Beschaffung – Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Landwirtschaft – Fairer Handel mit Produzenten aus benachteiligten Ländern des Südens | <ul style="list-style-type: none"> – Leitung der Nationalen Kontaktgruppe BSCI – Gutes Resultat beim CCC-Textil-Rating – Coop ist Gründungsmitglied von 4C und beschafft jährlich grössere Mengen an 4C-verifiziertem Kaffee – Kooperative Beteiligung am Schokolade-Rating der EvB – Projekte zur Umsetzung von Sozialanforderungen in der Landwirtschaft in Marokko und Südspanien – Coop ist weltweit eine der innovativsten Anbieterinnen von Fair Trade-Produkten; der Marktanteil in der Schweiz beträgt mehr als 50 % – BioRe-Stiftungsprojekte |
| <ul style="list-style-type: none"> – Transparency International | <ul style="list-style-type: none"> – Korruptionsbekämpfung – Sensibilisierung des Managements | <ul style="list-style-type: none"> – Umsetzung der verschärften internen Richtlinien inklusive Kontrolle |

| Organisation | Hauptanliegen der Stakeholder | Ergebnisse / Ereignisse 2008 |
|--|--|--|
| Ökologische Beschaffung | | |
| <ul style="list-style-type: none"> – Bio Suisse – Forest Stewardship Council (FSC) – Hochstamm Suisse – Institut für Umweltingenieurwissenschaften an der ETH Zürich – Marine Stewardship Council (MSC) – Round Table on Responsible Soy (RTRS) – Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO) – Stiftung Slow Food – Stiftung Pro Specie Rara – WWF-Umweltpartnerschaft | <ul style="list-style-type: none"> – Förderung der Produktion und des Absatzes von biologischen Lebensmitteln – Förderung der Bekanntheit und des Absatzes von FSC-Produkten – Schutz der Wälder vor Raubbau – Förderung der Biodiversität und der Erhaltung von alten Kultursorten – Nachhaltiger Fischfang – Förderung der Produktion und des Absatzes von nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen | <ul style="list-style-type: none"> – Anteil am Schweizer Bio-Markt von über 50 % – Relaunch des Labels Coop Naturaplan; Ausbau des Sortimentes auf über 1 600 Artikel; Umsatzsteigerung von Naturaplan um 8 % – Einführung von Bio-Produkten, die dem Konsumtrend Lohas (Lifestyle of Health and Sustainability) folgen – Innovativer Sortimentsausbau im Bereich Non Food (z. B. Bio-Weihnachtsstern) – Weitgehende Umstellung des Papierbedarfs in der Werbung auf FSC – Erweiterung des Sortimentes an Slow Food- und Pro Specie Rara-Produkten – ETH-Forschungsprojekt zur Erarbeitung von ökologischen Kriterien in der Beschaffung – Ausbau des Angebots an Fisch aus biologischer Zucht und MSC-Wildfang; Verzicht auf akut gefährdete Fischarten – Lobbying für nachhaltige Soja bei Geschäftspartnern und Kunden – Kauf von Zertifikaten (Book & Claim) für nachhaltiges Palmöl (Abdeckung der gesamten Coop-Eigenproduktion) |
| Landwirtschaft Schweiz | | |
| <ul style="list-style-type: none"> – Agro-Marketing Suisse (AMS) – Bio Suisse – Bundesamt für Landwirtschaft – Forschungsinstitut für Biologischen Landbau (FiBL) – Interessengemeinschaft Agrarstandort Schweiz (IGAS) – IP-Suisse – Proviande – Sativa / GZPK – Schweizerischer Bauernverband (SBV) – Slow Food Schweiz – SwissGAP | <ul style="list-style-type: none"> – Stärkung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Landwirtschaft – Klare Positionierung von Schweizer Produkten – Imagewerbung für Schweizer Produkte – Qualitätssicherung | <ul style="list-style-type: none"> – Engagement zugunsten eines Agrarabkommens mit der EU; Erarbeitung von Exportmöglichkeiten und von Begleitmassnahmen – Mitarbeit in der Expertengruppe Direktzahlungen – Unterstützung verschiedener Forschungsprojekte am FiBL durch den Coop Fonds für Nachhaltigkeit – Regelmässiger Austausch mit dem SBV – Breites Angebot an Suisse Garantie-Produkten – Aufbau von Slow Food Förderkreisen – Guter Start der Umsetzung von SwissGAP |
| <ul style="list-style-type: none"> – Coop Patenschaft für Berggebiete – Schweizer Berghilfe | <ul style="list-style-type: none"> – Erhalt der Wertschöpfung im Berggebiet – Förderung des Absatzes von Bergprodukten – Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen – Sicherung von Existenzgrundlagen | <ul style="list-style-type: none"> – Ausbau der Sortimentslinie Pro Montagna; pro verkauftes Produkt fliesst ein Solidaritätsbeitrag an die Coop Patenschaft für Berggebiete, die damit Starthilfe für grössere Selbsthilfeprojekte gibt – Umsatz von Pro Montagna übersteigt 20 Millionen Franken – Erlös aus dem Verkauf von 1. August-Weggen fliesst in Projekte im Berggebiet |

| Organisation | Hauptanliegen der Stakeholder | Ergebnisse / Ereignisse 2008 |
|--|---|---|
| Tierschutz | | |
| <ul style="list-style-type: none"> – Bundesamt für Veterinärwesen – Erzeugergemeinschaft Coop Naturafarm Produzenten (EGN) – Interessengemeinschaft der Coop Labelproduzenten (IG CLP) – KAGfreiland – Mutterkuh Schweiz – Schweizerische Hochschule für Landwirtschaft (SHL) – Schweizer Tierschutz (STS) – Stiftung Vier Pfoten | <ul style="list-style-type: none"> – Langfristiger Erfolg von Coop Naturafarm mit Eiern und Labelfleisch – Partnerschaftliche Entwicklung der Richtlinien für Coop Naturafarm – Tierschutz – Förderung der tierschutzgerechten Mutter- und Ammenkuhhaltung | <ul style="list-style-type: none"> – Unterstützung der Immunokastration (Impfung) sowie der Narkose zur schmerzfreien Ferkelkastration – Coop bleibt wichtigste Abnehmerin von Naturabeef (rund 90 %) – Aufbau der Linie «Natura-Veal» |
| Konsumentenfragen | | |
| <ul style="list-style-type: none"> – Eidgenössische Kommission für Konsumentenfragen – Konsumentenorganisationen (SKS, Kf, FRC, ACSI) | <ul style="list-style-type: none"> – Konsumentenfreundliche Gesetzgebung – Transparenz bezüglich Preis-Leistungs-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen – Abbau der Hochpreisinsel Schweiz | <ul style="list-style-type: none"> – Deutliche Preissenkungen dank Produktivitätserhöhung und internationaler Beschaffungskoopeation – Transparente Kommunikation der rohstoffbedingten Preisänderungen – Gemeinsames Engagement für wirksame und effiziente Lebensmittel- und Produktsicherheit – Transparente Deklaration von lufttransportierten Produkten |
| Ernährung und Gesundheit | | |
| <ul style="list-style-type: none"> – Bundesamt für Gesundheit – FIAL Arbeitsgruppe Ernährung – Gesundheitsförderung Schweiz – IG Zöliakie (IGZ) – Kantonschemiker – Pro Senectute – Schweizer Adipositas Stiftung (SAPS) – Schweizerische Diabetesgesellschaft (SDG) – Schweiz. Gesellschaft für Ernährung (SGE) – Schweizer Krebsliga (Kampagne «5 am Tag») – Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen (SVDE) – Schweizerische Vereinigung für Vegetarismus (SVV) – Weight Watchers | <ul style="list-style-type: none"> – Lebensmittelsicherheit und Täuschungsschutz – Gesundheitsprophylaxe (Ernährung, Bewegung, Suchtverhalten) – Pandemie-Vorsorge – Angebot für Bevölkerungsgruppen mit speziellen Ernährungsbedürfnissen (Allergiker, Vegetarier, usw.) | <ul style="list-style-type: none"> – Umsetzung des ausführlichen Foodprofils auf über 2 000 Coop Eigenmarken-Produkten – Zusammenarbeit mit der Kampagne «5 am Tag» inkl. Logo-Einsatz auf Produkten – Einführung des Trias-Brottes in Zusammenarbeit mit der Schweizer Krebsliga – Stellungnahme zu diversen Revisionen im Lebensmittelrecht – Einsatz für einen verbesserten Vollzug bei der Sicherheit von Lebensmitteln und Gebrauchsgütern – Ausbau der Sortimentslinie Jamadu mit ausgewogenen Produkten für Kinder – Diverse Sponsoringaktivitäten im Bereich Ernährung und Bewegung – Erarbeitung von Ernährungsbroschüren – Herausgabe von zwei Ernährungsratgebern zum Thema Kinderernährung und Ernährung in der zweiten Lebenshälfte |
| Neue Technologien | | |
| <ul style="list-style-type: none"> – Aktionsplan Nanotechnologien (BAG, BAFU, Seco) – Werkstatt Ernährung & Gentechnologie | <ul style="list-style-type: none"> – Erarbeitung konstruktiver Lösungen unter Einbezug von Behörden, Konsumenten und Wirtschaftsvertretern – Öffentliche Diskussion zu Chancen und Risiken der Gentechnologie und der Nanotechnologie | <ul style="list-style-type: none"> – Erarbeitung eines Verhaltenskodex zu Nanotechnologien im Rahmen der IG DHS – Einsatz für minimale Toleranzwerte bei in der Schweiz nicht zugelassenen gentechnisch veränderten Organismen (GVO) – Einbeziehen der gesamten Warenkette in Studien zur Erforschung der Koexistenz – Einsatz für eine praktikable Lösung zur Kennzeichnung von tierischen Produkten, die ohne GVO gefüttert wurden |

| Organisation | Hauptanliegen der Stakeholder | Ergebnisse / Ereignisse 2008 |
|--|---|---|
| Umwelt | | |
| <ul style="list-style-type: none"> – EnergieSchweiz – Energie-Agentur-Elektrogeräte (eae) – Bundesamt für Energie – Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) – Schweizerische Agentur für Energieeffizienz S.A.F.E / topten.ch – WWF Climate Group (CO₂-Monitor, Kompensationsprojekte) – BiomassEnergie – myclimate – Stiftung Klimarappen – SwissWinds | <ul style="list-style-type: none"> – Programme für Energieeffizienz und erneuerbare Energien – Zielvereinbarungen zur Reduktion der CO₂-Emissionen und zur Energieeffizienz – CO₂-Reduktionsmassnahmen für Betriebe, Produkte, Mitarbeitende – Förderung der Energieeffizienz allgemein sowie von energieeffizienten Geräten – Förderung von Biogasanlagen – Unterstützung von Klimaschutzprojekten – CO₂-Reduktionsprojekte insbesondere im Treibstoffbereich – Förderung von Windenergie | <ul style="list-style-type: none"> – starker Auftritt im Rahmen des Energyday 2008 von EnergieSchweiz / eae mit einer 20 % Rabattaktion auf energieeffiziente Geräte – Machbarkeitsstudie zur Coop Vision «CO₂-Neutralität bis 2023» – neue 5-Jahres-Verträge zum Bezug von Ökostrom mit IWB, Swisshydro, BKW (*) – Erarbeitung eines Energiepositionspapiers – Gründung der Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit Elektro- / Elektronikgeräte und Zieldefinition – Ausbau des Angebots an Energiesparlampen und energieeffizienten Geräten – CO₂-Monitor für Mitarbeitende – Anpassung der Förderkriterien für Biogas-Anlagen an politische Rahmenbedingungen – Kompensationsprojekte für Flugtransporte und Geschäftsreisen (*) – Projekt LKW mit Biogas – Projekt LKW mit Biodiesel aus Frittieröl – Unterstützung eines Windenergieprojektes (*) – CO₂-Projekt Coop Naturaline Textilien (*) <p>* Projekte des Coop Fonds für Nachhaltigkeit</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> – Verschiedene Recyclingorganisationen (SENS, SLRS, Ferro Recycling, Igora, Inobat, PRS) | <ul style="list-style-type: none"> – Förderung und praktische Organisation von Recycling – Berechnung und Verwaltung der vorgezogenen Recyclinggebühr (vRG) – Kampf gegen Littering | <ul style="list-style-type: none"> – Senkung des vorgezogenen Recyclingbeitrags (vRB) auf Aluminiumdosen – Beitritt zur Igora Genossenschaft für Aluminiumrecycling |
| <ul style="list-style-type: none"> – Bundesamt für Umwelt – Greenpeace – Interessengemeinschaft für eine saubere Umwelt (IGSU) – Praktischer Umweltschutz Schweiz (Pusch) – Pro Natura – Öbu | <ul style="list-style-type: none"> – Förderung umweltfreundlicher Produkte – Transportverlagerung von der Strasse auf die Schiene – Abfallverminderung – Sensibilisierung der Öffentlichkeit – Energiesparende Technologien | <ul style="list-style-type: none"> – Verabschiedung der Empfehlungen für nachhaltiges Sponsoring – Finanzielle und ideelle Unterstützung der IGSU im Kampf gegen Littering – Engagement in Round Tables zum Littering – Anti-Littering-Massnahmen im Rahmen der EURO 08 – Mitarbeit bei der Aktualisierung von Ökobilanzen – Engagement für traditionelle Futtermittel ohne Einsatz von GVO |
| <ul style="list-style-type: none"> – WWF | <ul style="list-style-type: none"> – Förderung von umweltgerechtem Verhalten und nachhaltigem Konsum – Erhaltung der Biodiversität | <ul style="list-style-type: none"> – Ausbau und Vertiefung der WWF-Umweltpartnerschaft mit den Teilprojekten Wood Group (Holz und Papier), Climate Group (Energie und Klimawandel), Soja (Round Table on Responsible Soy) und Seafood Group (Fisch und Meeresfrüchte) – WWF koordiniert CO₂-Kompensation der flugtransportierten Produkte und der Geschäftsreisen von Coop im Umfang von rund 2,8 Millionen Franken jährlich |
| Personal | | |
| <ul style="list-style-type: none"> – Gewerkschaften, Personalverbände – Berufsorganisationen – Behörden / Ämter – (Hoch-)Schulen – IV-Stellen / Soziale Institutionen / RAVs | <ul style="list-style-type: none"> – Vertretung der Interessen der Mitarbeitenden – Mindestlöhne in Abhängigkeit von der Ausbildung – Lohngleichheit von Mann und Frau – Angemessene Partizipation am Unternehmensgewinn – Aus- und Weiterbildung – Durchführung von Abschlussprüfungen – Einhaltung von gesetzlichen Bestimmungen – Angebot an Einstiegsmöglichkeiten – Angebot an Praktika für berufliche Wiedereingliederung nach Krankheit / Unfall / Arbeitslosigkeit | <ul style="list-style-type: none"> – Neuer Gesamtarbeitsvertrag Coop für die Jahre 2008 bis 2010, mit grosszügiger Ferienregelung und einer Woche Vaterschaftsurlaub – Keine Arbeit auf Abruf – Programm Coop Child Care (Unterstützungsbeiträge an alleinstehende Mitarbeitende für die externe Kinderbetreuung) – Erhöhung der Anzahl an Lernenden auf über 2 900 – Erfolgsprämie für Mitarbeitende in Form von Geschenkgutscheinen – Risikoanalyse Mutterschutz – Teilnahme an der Jobmesse – Durchführung von Arbeitsversuchen bei Langzeitkranken – Anbieten von Praktika für schulschwache Schulabgänger |