

NACHHALTIGER KONSUM

Um die Zukunft der Menschheit zu sichern, ist dringend ein Umbau in Richtung Energieeffizienz und nachhaltigen Konsum nötig. Dem Detailhandel kommt hier eine Schlüsselrolle zu. Coop erzielt über ihr breites Angebot an ökologisch und sozial profilierten Produkten eine grosse Wirkung.

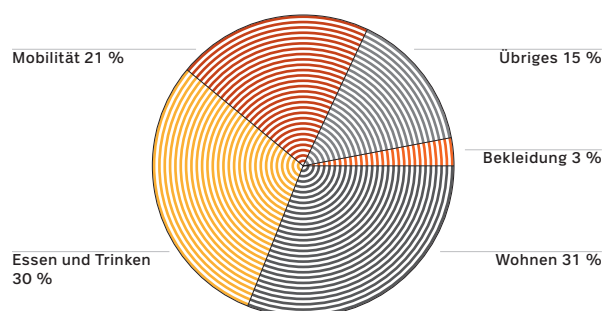
Detailhandel steht in der Verantwortung

Unser durchschnittlicher Pro-Kopf-Verbrauch liegt weit über dem, was für unsere Erde verträglich ist: Würden alle Menschen so leben wie wir Schweizer, bräuchte es heute schon 2,4 Planeten – und die Weltbevölkerung wächst stetig weiter. Diese Tatsache stellt eine der grössten Herausforderungen für die Menschheit als Ganzes und insbesondere für die Industrieländer dar. Soll die Zukunft für die kommenden Generationen gesichert sein, ist ein Umbau in Richtung höhere Ressourcen- und Energieeffizienz und die Übernahme von nachhaltigeren Konsummustern unverzichtbar. Dem Detailhandel kommt hier eine Schlüsselrolle zu, kann er doch über die Bereitstellung von nachhaltigen Sortimenten und die

Förderung des nachhaltigen Konsums eine grosse Wirkung erzielen. Coop nimmt ihre Verantwortung für die einzige Welt, die wir haben, wahr und ermöglicht den Konsumentinnen und Konsumenten durch ein umfassendes Angebot an biologischen, artgerechten und sozialen Produkten sowie die entsprechende Förderung und Kommunikation dieser Produkte einen Einkauf mit gutem Gewissen.

Umweltbelastung durch den Konsum

Quelle: ecointesys 2007. Der Querschnittsbereich Finanzen ist indirekt in den jeweiligen Konsumbereichen enthalten.



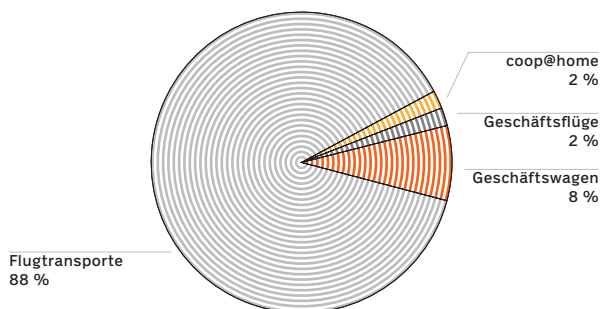
KLIMAFREUNDLICHE BESCHAFFUNG

Reduktion, Kompensation und Deklaration von Flugtransporten

Ein beachtlicher Teil des weltweiten CO₂-Ausstosses wird durch den Flugverkehr von Personen und Gütern verursacht. Vor diesem Hintergrund beschloss Coop 2007, den CO₂-Ausstoss aller Flugtransporte mit Ausnahme von Blumen zu kompensieren – ebenso wie die Transporte von coop@home und sämtliche Geschäftsreisen. Dies entspricht einem Emissionsvolumen von rund 75 000 Tonnen CO₂ und einer Investitionssumme von 2,8 Millionen Franken im Jahr. Das Geld fliesst in sorgfältig ausgesuchte Kompensationsprojekte wie den Bau von klimafreundlichen Biogasanlagen in Nepal oder die Verbreitung von Solarkochern in Madagaskar. Alle Projekte müssen dem international anerkannten Gold Standard des WWF entsprechen, der strengste Kriterien bezüglich

Kompensation

Gesamtkompensation: 75 118 Tonnen CO₂



Nachhaltigkeit, Effizienz und Glaubwürdigkeit aufstellt. Mit der Deklaration «By Air» macht Coop für die Kundinnen und Kunden ersichtlich, welche Produkte per Flugzeug importiert und von Coop kompensiert werden. Primäres Ziel ist jedoch, die Anzahl der Flugimporte und den damit verbundenen CO₂-Ausstoss kontinuierlich zu reduzieren. Dazu hat Coop bereits 2007 eine interne Beschaffungsrichtlinie erlassen, die Flugtransporte von Waren nur zulässt, wenn diese aus Qualitätsgründen nicht zu vermeiden sind.

Grosses Reduktionspotenzial bei Spargelimporten

Eine umfassende Prüfung aller Flugimporte bei Coop ergab, dass das grösste Reduktionspotenzial bei weissen und grünen Spargeln aus Übersee liegt. Durch effizientere Logistikprozesse und eine Verbesserung der Kühlkette konnte Coop den Anteil von per Schiff und Lastwagen importierten weissen Spargeln von 50 % im Jahr 2007 auf heute 100 % steigern. Bei Grünspargel ist ein solcher Transport aus Qualitätsgründen bis heute nicht möglich. Deshalb ging Coop hier einen Schritt weiter und gab im Januar 2009 den sofortigen Verzicht auf Aktionen mit per Flugzeug importierten Grünspargeln aus Peru, Mexiko und Kalifornien bekannt. Allein dadurch werden 400 Tonnen weniger Spargeln per Flugzeug transportiert und somit 7 200 Tonnen CO₂ eingespart. Längerfristig möchte Coop Marokko als Produktionsstandort für grüne Spargeln aufbauen, um so gar keine Grünspargeln mehr per Luftweg importieren zu müssen.

Bewusster Entscheid für Max Havelaar-Rosen

Unter Berücksichtigung der Umweltbelastungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette gibt es wenige Ausnahmen von Warengruppen, bei denen der Transport per Flugzeug nicht den grössten Anteil der CO₂-Emissionen verursacht. So ist bei Produkten, die bei hohen Temperaturen in Gewächshäusern gezüchtet werden, der Energieeinsatz für das Beheizen höher als der Energieeinsatz für den Flugtransport.

Erst CO₂ reduzieren, dann kompensieren

«Als Mitglied der WWF Climate Group reduziert Coop nicht nur die durch Geschäftsreisen und Transporte verursachten CO₂-Emissionen kontinuierlich, sondern auch die klimaschädlichen Flugtransporte von Frischprodukten. Näher gelegene Bezugsquellen oder gar neue, eigene Produktionszentren sparen Flugkilometer und verbessern die Klimabilanz. Der WWF begrüsst das ambitionierte Programm von Coop zur Reduktion der Flugtransporte und die konsequente Kennzeichnung von Flugwaren mit einem speziellen Logo. Dies schafft Transparenz für die Kunden und ermöglicht es ihnen, klimabewusst einzukaufen. Die verbleibenden Flugtransporte kompensiert Coop durch die Investition von rund 2 Millionen Franken pro Jahr in Klimaschutzprojekte des WWF. Dank kleinen, einfachen Biogasanlagen in Nepal und Solarkochern in Madagaskar kochen heute bereits mehrere Tausend Familien russfrei sowie CO₂-sparend und müssen nicht mehr grosse Mengen Brennholz aus den empfindlichen, artenreichen Wäldern der Umgebung holen.»

*Dr. Christian Som,
Project Portfolio Manager, WWF Schweiz*

Beispielsweise verursachen per Flug transportierte Rosen aus Ecuador oder Kenia rund vier Mal weniger CO₂-Emissionen als Schnittblumen aus Holland. Vor diesem Hintergrund hat Coop gemeinsam mit dem WWF entschieden, dass Blumen mit Max Havelaar-Gütesiegel vorerst von den Kompensationsverpflichtungen ausgenommen sind. Im Sinne einer transparenten Deklaration tragen sie ein «By Air»-Label, allerdings ohne den Zusatz «CO₂-kompensiert». Eine Umstellung auf Rosen aus Europa zur Vermeidung der Flugtransporte erachtet Coop auch aus sozialen Aspekten nicht für sinnvoll, da die Arbeiter auf Max Havelaar-zertifizierten Farmen von kontrollierten guten Arbeitsbedingungen und fairem Handel profitieren.

Saisonalität und Regionalität im Fokus

Parallel zur Reduktion von Flugware vergrössert Coop stetig das Sortiment an saisonalen und regionalen Früchten und Gemüse. Entsprechende Aktionsangebote und produktbezogene Informationen helfen, Transportkilometer und somit CO₂ einzusparen. Für das gesamte Sortiment von Coop Naturaplan gelten die strengen Richtlinien von Bio Suisse, die den Import eines Produkts nur dann erlauben, wenn es im Inland nicht in ausreichender Menge oder Qualität vorhanden ist. Zudem ist bei Produkten mit der Knos-

pe von Bio Suisse eine Verarbeitung im Ausland nur in wenigen Ausnahmen zugelassen, beispielsweise, wenn in der Schweiz keine entsprechenden Verarbeitungsbetriebe existieren. Mit den «Regionalen Bio-Spezialitäten» bietet Coop Kleinproduzenten einen Absatzkanal, sichert Arbeitsplätze und unterstützt die Wertschöpfung vor Ort. Produkte aus nur einem Rohstoff stammen zu 100 % aus der Region, zusammengesetzte Produkte zu mindestens 90 %. Bei geringen Produktionsmengen verkauft Coop die regionalen Bio-Spezialitäten lokal, teilweise in nur vier bis fünf Verkaufsstellen. Bei grösseren Produktionsmengen sind sie auch in mehreren Verkaufsregionen von Coop erhältlich. Im Bereich Früchte und Gemüse bietet Coop unter der Linie «Bio – Frisch aus der Region» in mittlerweile 340 Verkaufsstellen regionale Gemüse- und Obstsorten in Bio-Qualität an. Die Produkte stammen aus insgesamt neun verschiedenen Regionen und werden von den Produzenten direkt in die regionalen Coop Verteilzentralen geliefert.

BIODIVERSITÄT

Coop übernimmt Verantwortung

Biodiversität bedeutet Artenvielfalt, genetische Vielfalt sowie Vielfalt der Lebensräume und Ökosysteme. Eine reiche biologische Vielfalt bildet die Grundlage für die Erhaltung von natürlichen Prozessen, sorgt für stabilere Ökosysteme und verbessert die Überlebenschancen bei veränderten Umweltbedingungen. Coop setzt sich seit Jahren auf zahlreichen Ebenen für den Erhalt und die Förderung der Biodiversität ein und leistet hierzu nicht nur im UNO-Jahr der Biodiversität 2010 einen grossen Beitrag. Auf Produktebene stehen die acht ökologisch und sozial profilierten Kompetenzmarken Naturaplan, Naturafarm, Naturaline, Oecoplan, Max Havelaar, Pro Montagna, Pro Specie Rara und Slow Food im Zentrum des Engagements von Coop. Doch auch bei der Gestaltung des Standardsortiments ergreift Coop zahlreiche übergeordnete Massnahmen zum Erhalt der biologischen Vielfalt.

Biolandbau und Berglandwirtschaft fördern Artenvielfalt

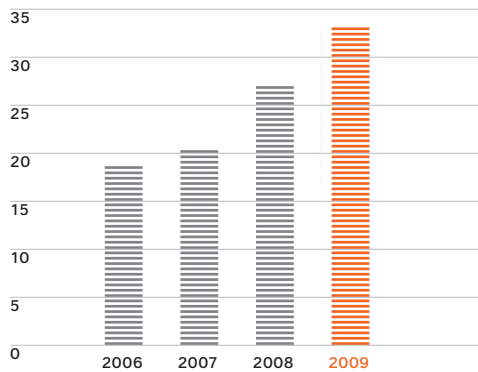
Wissenschaftliche Studien belegen, dass der biologische Landbau den Erhalt der Biodiversität deutlich stärker begünstigt als die konventionelle Landwirtschaft. So beherbergen Biobetriebe im Durchschnitt 50 % mehr Individuen und 30 % mehr Tier- und Pflanzenarten – unter anderem durch eine vielfältige Fruchtfolge sowie den Verzicht auf chemisch-synthetische Pestizide und Kunstdünger. Hinzu kommt, dass der Anteil an naturnahen Flächen auf Biobetrie-

Wildbienen sind wild auf Bioraps

Wissenschaftliche Studien belegen, dass in Biorapsfeldern bis zu 60 % mehr Wildbienen und Bienenarten vorkommen als in konventionellen Rapsfeldern. Damit ist auf Biofeldern auch die Bestäubung und Samenproduktion besser als auf konventionellen Feldern. Grund für das höhere Bienenaufkommen ist, dass beim Bioanbau keine chemisch-synthetischen Pestizide und Herbizide eingesetzt werden und zudem eine grössere Begleitflora vorhanden ist. Die sogenannten ökologischen Ausgleichsflächen dienen den Wildbienen und Bienen als Rückzugsfläche und bieten ein alternatives Nahrungsangebot. Coop führt seit 2007 Naturaplan Bio-Rapsöl und verkauft davon durchschnittlich knapp 100 000 Liter im Jahr. Bio-Rapsöl ist nicht nur gut für die Umwelt, sondern auch für die eigene Gesundheit. So hat Rapsöl einen hohen Anteil an einfach ungesättigten Fettsäuren und essenziellen Omega-3-Fettsäuren und wird deshalb von Ernährungsfachleuten empfohlen. Über den Coop Fonds für Nachhaltigkeit unterstützt Coop seit 2008 ein Projekt zum Anbau von Bioraps-Saatgut in der Schweiz. Dadurch soll die Produktion speziell von Schweizer Biorapsöl gefördert werden.

ben je nach Höhenlage 50 bis 70 % höher ist. Diese ökologischen Ausgleichsflächen stellen für viele Arten wichtige Rückzugsräume dar. Coop bietet mit Naturaplan und Naturaline einen wichtigen Absatzmarkt für Produkte aus 100 % biologischem Anbau. Die rund 1 600 mit der Knospe von Bio Suisse zertifizierten Naturaplan Produkte erfüllen einen höheren Standard als die gesetzlichen Mindestanforderungen an Bio-Produkte. Coop Naturaline steht für Textilien aus Bio-Baumwolle und fairem Handel und fördert rund 10 300 Biobauern in Indien und Tansania. Auch die traditionelle Berglandwirtschaft leistet einen Beitrag zum Erhalt der Biodiversität: Sie schützt Alpwiesen vor Verbuschung und Verwaldung und begünstigt die Artenvielfalt. Coop fördert die Schweizer Berglandwirtschaft durch die Coop Patenschaft für Berggebiete und durch die rund 100 Produkte der Kompetenzmarke Pro Montagna, die im schweizerischen Berggebiet produziert und verarbeitet werden. Für private Gärten, in denen häufig viel Pestizide und Kunstdünger verwendet werden, bietet Coop Oecoplan zahlreiche natürliche Alternativen. Bio-Samen und -Setzlinge, natürliche Dünger, torffreie Erden und intelligente, natürliche Pflanzenschutzmittel machen es möglich, die Anzahl naturnaher Flächen mit hoher Artenvielfalt in Siedlungsgebieten zu erhöhen.
>> www.biosuisse.ch

Absatz nachhaltiger Fisch (Bio und MSC)
in % vom Gesamtabsatz



Erhalt des natürlichen Lebensraums Wald

Gesunde Wälder sind lebenswichtig. Sie bieten unzähligen Lebewesen einen natürlichen Lebensraum und gelten als Lunge der Erde. Jedoch verschwinden weltweit jedes Jahr rund 13 Millionen Hektar Wald. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, setzt Coop auch im Standard-Eigenmarkensortiment auf Produkte aus FSC-zertifiziertem Holz und Recyclingpapier. FSC (Forest Stewardship Council) ist eine gemeinnützige internationale Mitglieder-Organisation, die sich weltweit für eine umweltgerechte, sozial verträgliche und wirtschaftlich tragbare Waldwirtschaft einsetzt. Das FSC-Gütesiegel steht für umwelt- und sozialgerecht gewonnenes Holz und eine aktive Förderung der biologischen Artenvielfalt. Bei den Coop Eigenmarken liegt der Anteil von FSC-Produkten bei Holzspielwaren aktuell bei 100 %, im Bereich Papeterie bei 80 % und im Bastelsortiment bei 70 %. Unter Coop Oecoplan sind sämtliche Holzprodukte FSC-zertifiziert und alle Papierartikel aus Recyclingpapier.

>> www.fsc-schweiz.ch, www.fsc-produkte.ch

Pionierleistung zum Schutz der Meere

Als Gründungsmitglied der WWF Seafood Group engagiert sich Coop für einen verantwortungsvollen und nachhaltigen Umgang mit Meerestieren und ihren Lebensräumen. Seit 2007 wurden zahlreiche akut bedrohte Fischarten aus Wildfang aus dem Sortiment genommen wie beispielsweise Blauflossenthun, Schwertfisch und Tiefsee-Rotbarsch. Zudem hat sich Coop verpflichtet, keine Aktionen mit Fischen aus bedrohten Beständen durchzuführen und auf den Verkauf von weiteren stark bedrohten Fischarten zu verzichten, sofern keine ökologisch vertretbaren Alternativen gefunden werden. Gemeinsam mit dem WWF arbeitet Coop stetig am Ausbau des Angebots an Fischen aus nachhaltiger Produktion. So bietet Coop seit einigen Monaten Dorsch ausschliesslich

Naturaplan Bio-Crevetten: Für den Schutz der Mangrovenwälder

Die Mangrovenwälder in den tropischen Küstenregionen sind eines der wichtigsten Ökosysteme weltweit und beherbergen unzählige Fisch- und Krustentierarten. Jedoch hatte unter anderem der massive Aufbau von Crevettenzuchten in diesen Küstengebieten zur Folge, dass die Wälder systematisch abgeholzt wurden. Durch Überdüngung und den Einsatz von Medikamenten führten die konventionellen Crevettenzuchten zudem zu Gewässerverschmutzungen sowie zur Bodenversalzung.

Als weltweit erste Grossverteilerin setzt Coop seit 2004 auf Crevetten in Bio-Qualität. Mittlerweile stammen bei Coop rund 75 % der Zucht-Crevetten aus Bio-Aquakulturen. Diese werden möglichst naturnah betrieben und regelmässig von unabhängigen Instanzen beispielsweise hinsichtlich des strikten Antibiotika-Verbots kontrolliert. Eine spezielle Richtlinie sorgt zudem für den Schutz der wertvollen Mangrovenwälder: Die Wälder müssen mindestens die Hälfte der Betriebsfläche der Bio-Zuchtbetriebe ausmachen oder in einem Wiederaufforstungsprogramm stehen.

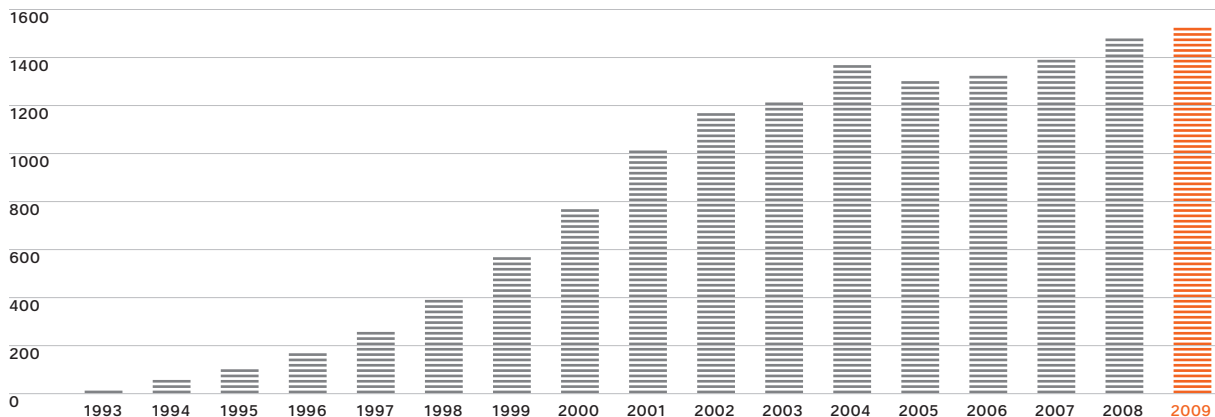
aus nachhaltiger Zucht an und verzichtet auf den in der Wildpopulation bedrohten atlantischen Dorsch.
>> www.wwf.ch/seafoodgroup

MSC und Bio als nachhaltige Alternative

Coop führt ein vielfältiges Angebot an MSC-zertifizierten Fischen sowie Bio-Seafood mit der Knospe von Bio Suisse. Das MSC-Label (Marine Stewardship Council) steht für Wildfang aus umweltschonender Fischerei und garantiert, dass nur so viel gefischt wird, wie auf natürliche Weise nachwächst. Die Fischerei darf Struktur, Vielfalt und Produktivität des jeweiligen Ökosystems und seiner Arten nicht beeinträchtigen. Coop unterstützt die Organisation MSC seit 2000 und hat einige MSC-zertifizierte Seafood-Produkte wie beispielsweise Goldbutt als erste Detailhändlerin schweizweit eingeführt. Unter Naturaplan führt Coop zudem zahlreiche Fische und Krustentiere aus kontrollierter biologischer Zucht. Alle Zuchtbetriebe sind Bio Suisse-zertifiziert und erfüllen strenge Anforderungen bezüglich tierfreundlicher Haltung, kontrollierter Fütterung ohne Zugabe von Hormonen oder Wachstumsförderern, Verzicht auf vorbeugenden Medikamenteneinsatz sowie Verzicht auf die Anwendung von Gentechnologie. Bei Importwaren sind Flugtransporte verboten, weshalb Bio-Fische und -Crevetten tiefgekühlt importiert werden. Mit insgesamt 45 Produkten verfügt Coop über das weltweit grösste Seafood-Angebot in

Umsatzentwicklung der ökologisch und sozial profilierten Kompetenzmarken

Coop Naturaplan, Coop Naturafarm, Coop Naturaline, Coop Oecoplan, Max Havelaar, Pro Specie Rara, Slow Food, Pro Montagna
Umsätze in Millionen Franken



Bio-Qualität. Aktuell stammen 33 % des Seafood-Sortiments von Coop aus zertifizierten nachhaltigen Alternativen. Für die restlichen 67 % des Sortiments gilt die Verpflichtung von Coop in der WWF Seafood Group, auf den Verkauf von Produkten aus bedrohten Fischbeständen zu verzichten.

>> www.msc.org

Genetische und kulturelle Vielfalt

Im Hinblick auf die Klimaerwärmung ist es für die Weltbevölkerung entscheidend, ob genügend Sorten und Arten vorhanden sind, die mit den veränderten Umweltbedingungen zurechtkommen. Die genetische Vielfalt bei den Nutzpflanzen ist somit ein Garant für unser Fortbestehen. Coop unterstützt die Getreidezüchtung Peter Kunz und die Genossenschaft Sativa in der Sortenzüchtung und Saatgut-Vermehrung von Bio-Weizen und Bio-Dinkel. Ziel ist es, hochwertige und robuste Sorten heranzuziehen, die speziell für den Biolandbau geeignet sind und gute Erträge liefern. Im April 2010 lanciert Coop ein Sativa-Brot, das fast ausschliesslich aus biologisch produziertem Saatgut hergestellt wird. Darüber hinaus fördert Coop die Stiftung Pro Specie Rara, die sich für den Erhalt der Arten- und Sortenvielfalt einheimischer Nutztierassen und Kulturpflanzen einsetzt. Im Sortiment von Coop finden sich zahlreiche Frischprodukte sowie Samen und Setzlinge von Pro Specie Rara.

>> www.gzpk.ch, www.sativa-rheinau.ch,
www.prospecierara.ch

Förderung der Lebensmittelkultur

Als langjähriger Partner des internationalen Non-Profit-Vereins Slow Food leistet Coop einen wichtigen Beitrag zur kulinarischen Vielfalt in der Schweiz. Slow Food wurde 1986 gegründet und hat zum Ziel, in Vergessenheit geratene Geschmäcke wiederzuentdecken

und traditionelle regionale Produkte, ursprüngliche Herstellungsmethoden und seit Generationen überlieferte Bräuche zu erhalten. Heute hat die Organisation mehr als 85 000 Anhänger in 132 Staaten weltweit. Coop unterstützt Slow Food finanziell und führt ein ausgewähltes Sortiment an Slow Food-Produkten in rund 140 Verkaufsstellen schweizweit. Im Zentrum des Engagements von Coop und Slow Food Schweiz steht der Aufbau von weiteren Presidi (Förderkreise) in der Schweiz, die sich jeweils für den Erhalt eines traditionellen Produkts einsetzen.

>> www.slowfood.ch

TIERSCHUTZ

Strenger Tierschutz nicht nur bei Naturafarm

Das Engagement von Coop für den Tierschutz ist nach wie vor von strategischer wichtiger Bedeutung und manifestiert sich vor allem in den Tierhaltungsprogrammen der Kompetenzmarke Naturafarm. Hier arbeitet Coop bei der Entwicklung der Richtlinien insbesondere mit dem Schweizer Tierschutz STS zusammen. Bei den Tierhaltungsprogrammen Naturafarm Porc, Kalb, Poulet und Eier findet jährlich mindestens eine unangemeldete Kontrolle zur konsequenten Umsetzung der Tierwohl-Anforderungen statt. Diese Kontrollen werden durch unabhängige und staatlich akkreditierte Organisationen wie zum Beispiel den Kontrolldienst Schweizer Tierschutz STS durchgeführt. Auch im Standardsortiment geht Coop freiwillig über die gesetzlichen Anforderungen hinaus und verzichtet beispielsweise seit 2003 auf den Verkauf von gestopften Gänse- und Entenlebern und deren Produkte. Ende 2008 wurden im Weihnachtssortiment Artikel, die aus Tierschutzgedanken fragwürdig sind, ausgelistet. Dies betrifft beispiels-

weise Festtags-Kapaune, die nicht unter Schmerzausschaltung kastriert wurden, sowie lebend gerupfte Festtags-Gänse. Darüber hinaus gab Coop 2009 bekannt, künftig ausschliesslich Kaninchenfleisch aus besonders tierfreundlicher Stallhaltung aus der Schweiz (BTS-Standard) anzubieten.

Etablierung der Ebermast

Per 1. Juli 2009, also ein halbes Jahr vor der gesetzlichen Pflicht, hat Coop im Naturafarm Schweineprogramm die Ferkelkastration ohne Schmerzausschaltung verboten. Ebenfalls als schweizweit einziges Programm ermöglicht Coop Naturafarm, dass der Ebergeruch durch die tierfreundliche Impfmethode verhindert wird. Daneben werden auf Naturafarm-Pilotbetrieben junge Eber gänzlich ohne Kastration gemästet. Ziel ist, zusammen mit Wissenschaft, Tierhandel und Fleischverarbeitung weitgehende Praxiserfahrungen zu sammeln, um die Ebermast als natürlichste Methode zu etablieren.

Natura-Veal – Kalbfleisch aus Mutterkuhhaltung

Coop war über den Coop Fonds für Nachhaltigkeit massgeblich am Projekt «Kalbfleisch aus Mutterkuhhaltung» beteiligt und konnte diese natürliche Produktionsform im November 2008 gemeinsam mit der Vereinigung Mutterkuh Schweiz offiziell lancieren. Der Markenname Natura-Veal wurde in Anlehnung an die erfolgreiche Schwestermarke Natura-Beef gewählt, die dieselben Produktionsanforderungen stellt: Mutterkuhhaltung, Muttermilch direkt ab Euter als Hauptnahrung, täglicher Weidegang im Sommer und täglicher Auslauf im Winter. Die Aufzucht in der Mutterkuhherde ist die natürlichste aller Haltungsformen für Kälber. Hier leben die Kühe mit ihren Kälbern und für gewöhnlich mit einem Stier im Familienverband und können sich frei bewegen. Die Nutzung der Schweizer Wiesen und Weiden zur Kalbfleischproduktion ist besonders nachhaltig und durch den weitgehenden Verzicht auf Kraftfutter zudem ressourcenschonend. Im Herbst 2009 startete Coop den Testverkauf von Natura-Veal in ausgesuchten Coop Verkaufsstellen.

>> www.mutterkuh.ch

GESUNDHEIT UND ERNÄHRUNG

Über die gesetzlichen Anforderungen hinaus

Die Ernährung spielt in jedem Fall eine entscheidende Rolle für das persönliche Wohlbefinden. Vor diesem Hintergrund engagiert sich Coop für eine vielseitige und ausgewogene Ernährung der Schweizer Bevölkerung und bietet unter anderem eine grosse Auswahl an Produkten für verschiedenste Ernährungsbedürfnisse.

actionsanté – Besser essen, mehr bewegen

«Eine vermehrte Tätigkeit im Sitzen, Bewegungsmangel und unausgewogene Ernährung führen zu einem Anstieg bei den sogenannten Zivilisationskrankheiten und stellen eine ernsthafte Belastung des schweizerischen Gesundheitswesens dar. Im Rahmen des nationalen Programms «Ernährung und Bewegung 2008–2012» hat sich das Bundesamt für Gesundheit mit der Initiative actionsanté für einen neuen Weg in der Prävention entschieden. Dabei spielt die Privatwirtschaft eine zentrale Rolle – mit freiwilligen Verpflichtungen tragen die teilnehmenden Unternehmen zu einem Umfeld bei, das einer gesunden Lebensweise förderlich ist.

Wir begrüssen, dass Coop sich im Rahmen von actionsanté verpflichtet hat, den Salzgehalt beim Brot und bei tiefgekühlten Kartoffelprodukten sowie den Zuckergehalt bei diversen Milchprodukten zu senken und die Fettqualität bei Fertiggerichten weiter zu optimieren. Auch mit weiteren Aktivitäten ausserhalb von actionsanté nimmt Coop ihre Verantwortung für die Förderung eines gesunden Lebensstils wahr. Die öffentliche Hand ist auf eine gute Zusammenarbeit mit verantwortungsbewussten Unternehmen aus Verarbeitung, Detailhandel und Gastronomie angewiesen.»

*Dr. Roland Charrière
Stellvertretender Direktor Bundesamt
für Gesundheit (BAG), Leiter des Direktionsbereichs Verbraucherschutz*

Coop setzt sich für eine verantwortungsvolle und sinnvolle Verwendung von Zusatzstoffen ein und geht bei deren Einsatz über die gesetzlichen Anforderungen hinaus. 2008 beschloss Coop, neben dem Verzicht auf kritische Zusatzstoffe künftig auch keine künstlichen Farbstoffe mehr zu verwenden und alle Produkte der Coop Eigenmarken schrittweise umzustellen.

Studie: Ess-Trends im Fokus

Im Februar 2009 initiierte Coop unter fachlicher Beratung der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE) die Studienreihe «Ess-Trends im Fokus». Dabei wird regelmässig eine repräsentative Umfrage zum Ernährungsverhalten und -bewusstsein durchgeführt und anschliessend publiziert. Nach einer ersten Befragung im Februar 2009 zum Thema «Gesund essen: Einstellungen, Wissen und Verhalten» klärten die weiteren Befragungen, was unter schnell und gesund essen verstanden wird und inwiefern Essen und Gesundheit aus Sicht der Schweizer Bevölkerung zusammenhängen. Die Resultate liefern verschiedenen Akteuren eine gute Grundlage, eine

ausgewogene Ernährung mit dem richtigen Angebot und der richtigen Kommunikation zu fördern.

>> www.sge-ssn.ch

Günstig kochen mit Diabetes

Die Anzahl der Menschen, die an Diabetes Typ 1 und Typ 2 erkranken, steigt stetig an. Gerade für sie ist es eine grosse Herausforderung, gesund, ausgewogen und zudem preiswert zu kochen. Das neue Kochbuch der Coopzeitung «Günstig kochen mit Diabetes» enthält mehr als 60 Rezepte und richtet sich generell an Personen, die sich günstig und ausgewogen ernähren möchten. Die Rezepte sind auf die Bedürfnisse von Diabetes-Betroffenen ausgerichtet und mit genauen Nährwertangaben zum Gehalt an Eiweiss, Fett, Kohlenhydraten und Kalorien ergänzt. Das Kochbuch ist in enger Zusammenarbeit zwischen der Coop Fachstelle für Ernährung und der Schweizerischen Diabetes-Gesellschaft entstanden und bietet neben den Rezepten einen allgemeinen Teil mit Informationen rund um eine gesunde Ernährung.

Ausgewogene Ernährung im Kindesalter

Die rund 50 Food-Produkte der Eigenmarke Jamadu sind auf die spezifischen Bedürfnisse von Kindern ausgerichtet und unterliegen strengen Anforderungen an die Zusammensetzung. An der Entwicklung wirken interne Ernährungsfachleute mit. Die Lebensmittel sind aus qualitativ hochstehenden Zutaten und weisen einen möglichst tiefen Gehalt an Fett, Zucker und Salz auf. Auf den Einsatz von Zusatzstoffen wird wo immer möglich verzichtet, Süssungsmittel, künstliche Farb- und Aromastoffe sind nicht zugelassen. Um sicherzustellen, dass die Produkte den Kindern auch gut schmecken, werden sie vor der Einführung von einer Kinderjury beurteilt. Durch Jamadu sollen sich Kinder bereits früh an natürlich gut schmeckende Lebensmittel gewöhnen und für einen gesunden Lebensstil begeistern. Um diese Werte zu unterstützen, sponsert Coop unter der Eigenmarke Jamadu diverse Anlässe im Bereich Ernährung und Bewegung.

NON-FOOD-SORTIMENT

20 Jahre Oecoplan: Neues Logo und Verpackungsdesign

Bei ihrem Start im Jahr 1989 wurden unter der Marke Oecoplan noch Lebensmittel wie beispielsweise Kartoffeln aus integrierter Produktion sowie besonders ökologische Verpackungsmaterialien ausgelobt. 1991 kamen biologisch abbaubare Reinigungsmittel, Produkte für den biologischen Gartenbau und Toiletten- und Haushaltspapier aus Recyclingpapier hinzu.

Minimaler Energieverbrauch mit Minergie-P-Häusern

Coop realisiert seit Ende 2007 alle Neu- und Umbauten von Verkaufsstellen im ökologisch wertvollen Minergie-Standard. 2009 beschloss Coop, mit Bau+Hobby in das Geschäft mit energieeffizienten Häusern einzusteigen und neu Fertighäuser im Minergie-P-Standard anzubieten. Minergie P ist ein Qualitätslabel, das von Minergie Schweiz vergeben wird. Es garantiert den derzeit höchsten Standard bezüglich Energieeffizienz. Ein Minergie-P-Haus verfügt über eine effiziente Komfortlüftung und benötigt dank einer erhöhten Wärmedämmung sowie einer luftdichten Gebäudehülle kaum noch zusätzliche Wärmezufuhr. Somit bieten die Minergie-P-Fertighäuser von Coop mit 128 respektive 154 Quadratmetern Fläche einen hohen Wohnkomfort verbunden mit einem minimalen Energieverbrauch. Der Energieverbrauch beim Minergie-P-Haus entspricht umgerechnet rund 1,5 Litern Öl pro Quadratmeter und somit 80 % weniger als bei Standardhäusern.

Mit der Lancierung der Bio-Marke Coop Naturaplan im Jahr 1993 stellte Coop das gesamte Sortiment von Oecoplan auf ökologische Non-Food-Produkte um und realisierte im Rahmen des Oecoplan-Konzepts zahlreiche Verbesserungen im Bereich Produktverpackungen. 2000 wurde ein wesentlicher Teil des Holzsortiments von Bau+Hobby auf FSC-zertifizierte Oecoplan Produkte umgestellt. Zum 20. Jubiläum im Jahr 2009 präsentiert sich Oecoplan in neuem Design mit modernem Logo. Die neuen einheitlichen Verpackungen dienen den Kundinnen und Kunden als Wegweiser für ökologische Produkte. Auf der Verpackungsfront ist der ökologische Hauptmehrwert mit einem Piktogramm als Blickfang schnell erfassbar. Detaillierte Informationen zu den Leistungen von Oecoplan finden sich in einem grünen Feld auf der Verpackungsrückseite. Der Verpackungswechsel erfolgt nach und nach.

Die rund 1 400 umweltfreundlichen Non-Food-Produkte und zusätzlichen Dienstleistungen von Coop Oecoplan bieten deutliche ökologische Mehrleistungen. Oecoplan verwendet keine gesundheitsgefährdenden Inhaltsstoffe und garantiert die Rückverfolgbarkeit der Produkte. Die Oecoplan Richtlinie definiert die ökologische Grundlage des Sortiments, die produktspezifischen Anforderungsprofile sichern die konkrete ökologische Mehrleistung der einzelnen Produkte. Die Produkthanforderungen werden periodisch angepasst und richten sich, wo möglich, nach anerkannten Umweltzeichen und -standards

wie beispielsweise FSC. Häufig geht Oecoplan jedoch über diese hinaus. Die Einhaltung der Oecoplan Produktanforderungen vonseiten der Lieferanten wird durch unabhängige externe Instanzen periodisch kontrolliert.

Energiesparende Produkte und ökologische Dienstleistungen

Das Einsparen von Energie und CO₂ wird bei Coop nicht nur im betrieblichen Umweltschutz grossgeschrieben. So hat Coop seit September 2009 keine matten Glühbirnen mehr im Sortiment. Damit richtet sich Coop freiwillig und vorgezogen nach einer EU-Vorschrift, die ab 2010 auch in der Schweiz in Kraft treten wird. Parallel lancierte Coop unter Oecoplan eine neue Serie an Energiesparlampen, die einen bis zu 80 % geringeren Energieverbrauch aufweisen als herkömmliche Glühbirnen und eine garantierte Lebensdauer von mindestens 15 Jahren haben. Die Elektrohaushaltsgeräte der Coop Eigenmarke Satrap sind energetisch optimiert und belegen teilweise Spitzenränge bei Topten, einer unabhängigen und konsumentenfreundlichen Internetsuchhilfe für energieeffiziente Produkte. Darüber hinaus haben Coop, Interdiscount und Fust mit Topten vertraglich vereinbart, dass Geräte, welche die Topten-Anforderungen erfüllen, in der Werbung und in den Verkaufsstellen entsprechend ausgezeichnet werden. Im Oktober 2009 führten Coop, Interdiscount und Fust in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Energie (BfE) zum zweiten Mal den energyday durch. Mit vielen Aktionen, Informationen und einem umfassenden Auftritt in den Verkaufsstellen wurden zahlreiche Konsumentinnen und Konsumenten für das Thema Energiesparen sensibilisiert. Als zusätzliche Dienstleistung bietet Bau+Hobby das ganze Jahr über die Erstellung einer Energieanalyse an. Damit können die Kundinnen und Kunden die Energie-Schwachstellen an ihrem Haus feststellen und erhalten anschliessend passende Sanierungsvorschläge.

>> www.topten.ch

