

LIEFERANTEN

Coop setzt mit dem Projekt GRASP Zeichen im Bereich Sozialanforderungen in der Landwirtschaft. Im Rahmen von Eurogroup und Coopernic verwirklicht Coop neue Nachhaltigkeitsengagements. Der Verhaltenskodex BSCI gilt nun für alle Lieferanten von Non-Food-Produkten aus Risikoländern.

QUALITÄTSSTRATEGIE

Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen

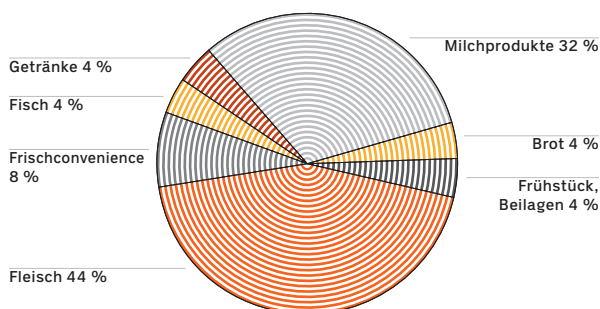
Qualität und Qualitätsstrategien standen 2009 im Fokus der öffentlichen Diskussion, nicht zuletzt im Zusammenhang mit der Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips und der Diskussion um ein allfälliges Agrarabkommen zwischen der Schweiz und der EU. Dabei zeigte sich, dass weder der Begriff Qualität von allen Seiten gleich verstanden wird, noch die Rollenteilung zwischen Staat und Wirtschaft klar zu sein scheint. Coop brachte sich über die Interessengemeinschaft Agrarstandort Schweiz (IGAS), in der verschiedene Organisationen und Unternehmen gemeinsam an der Zukunft eines an Qualität und Nach-

haltigkeit ausgerichteten Agrar- und Ernährungssektors arbeiten, konstruktiv in diese Debatte ein. Im November 2009 stellte das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement eine Qualitätsstrategie für die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft vor, die sich an drei Hauptstossrichtungen orientiert: Sicherung der gemeinwirtschaftlichen Leistungen, Schonung der zunehmend knappen natürlichen Ressourcen und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit. >> www.igas-cisa.ch

Von Biolandbau über Tierschutz zu Früchten und Gemüse

Zur Qualitätsstrategie von Coop gehört das klare Bekenntnis zum biologischen Landbau als ganzheitliche und ressourcenschonende Produktionsform. Hier reicht das Engagement von Coop von der Förderung der Grundlagenforschung durch Gelder aus dem Coop Fonds für Nachhaltigkeit über die konkrete Produktentwicklung und Produktionsplanung etwa mit den Bio-Gemüseproduzenten bis zur Kommunikation über den Biolandbau in den Verkaufsstellen, in der Coopzeitung oder im Bio-Magazin Verde. Im Bereich Tierschutz heisst Qualitätsstrategie, dass auf den Verkauf von problematischen Produkten wie Haifischflossen oder Gänsestopfleber verzichtet wird, dass Richtlinien für Coop Naturafarm mit dem Schweizer Tierschutz erarbeitet werden, dass Produzenten an Produzenten-Tagungen transparent über den

Anteile Qualitätsaudits bei Produzenten nach Produktgruppen
Gesamtanzahl: 25



Allianz zur Stärkung der Schweizer Gemüseproduktion

«Damit wir Schweizer Frischgemüseproduzenten langfristig auf dem Markt bestehen können, müssen wir unsere Effizienzpotenziale voll ausschöpfen und auf jeder Stufe der Produktionskette höchste Qualität garantieren. Dies ist im Rahmen unserer Allianz möglich. Durch die enge Zusammenarbeit mit Coop stellen wir den regen Austausch wichtiger Informationen sicher und können die Produktverfügbarkeit von qualitativ hochwertigem Frischgemüse in allen Landesteilen erhöhen. Nach den guten Erfahrungen in der Westschweiz werden wir die Partnerschaft mit Coop jetzt in der ganzen Schweiz intensivieren. Bei Coop ist man nicht einfach nur Lieferant, sondern Partner! Gemeinsam schaffen wir Synergien und Potenziale, um die Qualität und Frische unseres Gemüses weiter zu verbessern. Gleichzeitig können wir uns dank der landesweiten Zusammenarbeit spezialisieren, gegenüber den Importen konkurrenzfähiger auftreten und so die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Gemüseproduktion sicherstellen.»

Jacques Blondin, Sekretär L'Alliance Romande

Marktverlauf und die Weiterentwicklung der Richtlinien informiert werden und dass Mehrwerte auch preislich abgegolten werden. Ebenso haben Produkte aus dem Ausland Anforderungen an den Tierschutz zu erfüllen. Nach der Qualitätsstrategie von Coop müssen alle Lieferanten von Früchten und Gemüse aus dem Ausland und zunehmend auch die aus dem Inland nach dem umfassenden GlobalGAP-Standard zertifiziert sein. Coop legt unabhängig vom Produktionsstandort Produktspezifikationen, risikobasierte Prüfpläne und Lieferantenaudits fest, kontrolliert Früchte und Gemüse beim Wareneingang auf äussere und innere Qualitätskriterien und lässt Warenmuster im akkreditierten eigenen Labor stichprobenmässig und risikobasiert analytisch überprüfen.

>> www.globalgap.org

Qualität entlang der gesamten Warenkette

Coop geht von einer Qualitätsstrategie entlang der gesamten Wertschöpfungskette aus. Dies beginnt beim Produzenten, der nicht nur die gesetzlichen Vorgaben, sondern auch die Coop-spezifischen Richtlinien erfüllen muss. Weiter geht es mit dem Verarbeiter, der die Rohstoffe von hoher Qualität sorgfältig weiterverarbeiten und veredeln soll. Eingeschlossen sind auch die Tätigkeiten des Detailhändlers – von der Logistik über die lückenlose Kühlkette und den hygienisch einwandfreien Offenverkauf bis hin zur guten Kommunikation der Mehrwerte und die at-

traktive Warenpräsentation. Letztlich schliesst eine Qualitätsstrategie auch die Konsumentinnen und Konsumenten mit ein, die mit ihrer Wahl entscheiden, welche Produkte in welcher Qualität angeboten werden.

BESCHAFFUNGSKOOPERATIONEN

Eurogroup: Definition von gemeinsamen Standards

Im Rahmen von Eurogroup kauft Coop bereits seit den 1990er Jahren gemeinsam mit der deutschen Rewe Group Früchte und Gemüse aus Spanien und Italien ein. Basierend auf dem für beide Seiten als Mindestanforderung geltenden GlobalGAP-Standard, erstellten sie eine aufeinander abgestimmte Checkliste zur Erfassung des Ist-Zustands, zur Festlegung der Verbesserungsmaßnahmen und zur Fortschrittskontrolle. Während Coop mit dem Projekt GRASP im Bereich Sozialanforderungen in der Landwirtschaft Zeichen setzte, startete Rewe mit dem WWF ein Pilotprojekt im Bereich der nachhaltigen Wasserwirtschaft. Die Ergebnisse hieraus werden in die Kriterienliste von GlobalGAP einfließen. Mithilfe eines gemeinsamen Einkaufsbüros und Qualitätsservices vor Ort werden die Anstrengungen für eine nachhaltige, partnerschaftliche und qualitativ hochstehende Früchte- und Gemüseproduktion verstärkt. Ab 2010 wird auch Leclerc in Frankreich einen wachsenden Anteil ihrer Importe aus Spanien und Italien über die Eurogroup tätigen.

Zusammenarbeit im Bereich Non Food

Coop und ihre Partner schreiben auch im Bereich Non Food Nachhaltigkeit gross. Im gemeinsamen Einkaufsbüro der Eurogroup in Hongkong beschäftigt sich seit Oktober 2008 eine Mitarbeiterin ausschliesslich mit der Umsetzung von Sozialstandards in den Produktionsbetrieben in China, Vietnam, Bangladesh und weiteren Ländern. Mit dem Beitritt von Rewe zur «Business Social Compliance Initiative» (BSCI) Anfang 2008 waren die Voraussetzungen für ein gemeinsames Vorgehen geschaffen. Die Eurogroup engagiert sich darüber hinaus in allen wichtigen Produktionsländern in Schulprojekten. So konnten nach der Eröffnung einer Primarschule in einem Bergdorf in Südchina im Jahr 2009 für eine regionale Sekundarschule eine neue Mensa und ein neues Gebäude mit Schlafzimmern fertiggestellt werden. Darüber hinaus sollen Stipendien den begabten Schulkindern den Besuch einer weiterführenden Schule ermöglichen.

Jeder Tropfen Wasser ist wertvoll

Wasserknappheit ist eines der dringlichsten Umweltthemen überhaupt. Mit 70 % ist die Landwirtschaft der grösste Wasserverbraucher weltweit. Besonders stark leidet die ländliche Bevölkerung in Entwicklungsländern: Dort ist Wasser knapp und Kunstdünger wird immer teurer. Die Erträge auf den Feldern gehen stetig zurück, obwohl die Bevölkerung weiter wächst. Eine Lösung stellen einfache Einrichtungen zur Tröpfchenbewässerung und gleichzeitiger Flüssigdüngung mit organischen Stoffen dar. Sie sichern höhere Erträge, die nicht nur die Bedürfnisse der Familie decken, sondern auch einen Verkauf auf dem lokalen Markt ermöglichen. Die Beschaffungskoope-ration Coopernic startete 2009 zusammen mit der UNO-Unterorganisation IFAD (International Fund for Agricultural Development) das Bewässerungsprojekt SCAMPIS. Ziel des von Coopernic mit 3 Millionen Euro geförderten Projekts ist die Schulung und Beratung der Bauern in der Installation und im Gebrauch dieser Systeme sowie im Aufbau von lokalen Märkten für den Verkauf und die Instandhaltung des Materials. Dadurch soll bis Ende 2011 für insgesamt 30 000 Haushalte in Indien, Madagaskar und Zentralamerika die Basis für eine nachhaltig erfolgreiche Landwirtschaft geschaffen werden.

Wirkungsvermögen multiplizieren

Für jede Beschaffungskoope-ration müssen gemeinsame Kriterien für Qualität und Nachhaltigkeit erarbeitet werden. Im Rahmen von Coopernic treffen sich die Qualitäts- und Nachhaltigkeitsverantwortlichen von Coop, Colruyt, Conad, Leclerc und Rewe regelmässig, um umfassende gemeinsame Anforderungen an die Qualität zu definieren und sich über die Umsetzung in den verschiedenen Unternehmen auszutauschen. Mit den kollektiven Anstrengungen können unternehmensübergreifend Synergien und Fachwissen genutzt werden. Darüber hinaus besteht bei gemeinschaftlichen Beschaffungsprojekten eine grössere Wirksamkeit, um die Umsetzung der Nachhaltigkeitsanforderungen konsequent einzufordern.

SOZIALE ANFORDERUNGEN

Wichtige Schritte im BSCI-Prozess

2009 hat Coop die Umsetzung ihrer Richtlinie für eine sozial-ethische und ökologische Beschaffung bei allen Non-Food-Lieferanten mit Produktion in Risikoländern verstärkt. Dabei setzt Coop auf den Sozialstandard SA 8000 und den Code of Conduct von BSCI. Ein erster wichtiger Schritt ist die Schaffung

Umsetzung der sozial-ethischen Beschaffung im Bereich Non Food gemäss BSCI Database, Stand Dezember Anzahl

	2008	2009
Nach BSCI auditierte Produktionsbetriebe	85	193
davon Produktionsbetriebe mit abgeschlossenem BSCI-Prozess	13	66
Lieferanten als BSCI-Mitglieder	17	34
Nach SA 8000 zertifizierte Produktionsbetriebe	13	19

von Transparenz über den genauen Produktionsort. In Fernost begleitet das Einkaufsbüro der Eurogroup in Hongkong die Produzenten durch den BSCI-Prozess. Der nächste Schritt ist das Self Assessment, welches dem Betriebsleiter Auskunft über den aktuellen Stand und den notwendigen Anpassungsbedarf gibt. Gleichzeitig dient das Self Assessment zur Klärung der Frage, ob ein Betrieb direkt auditiert werden kann oder ob vorher ein Training bezüglich Sozialmanagements nötig ist. Viele Geschäftspartner von Coop entscheiden sich aber auch dafür, selbst Mitglied von BSCI zu werden und die Auditierung ihrer Produktionsstätten eigenständig voranzutreiben. Ihre Zahl stieg 2009 von 17 auf 34.

>> www.bsci-eu.org

Spezielle Trainings zum Sozialmanagement

Coop führte 2009 84 Erst-Audits und 99 Re-Audits durch. Aktuell erfüllen bereits 66 für Coop tätige Produktionsbetriebe alle BSCI-Anforderungen und konnten den Prozess erfolgreich abschliessen. 19 Produktionsbetriebe sind zudem nach SA 8000 zertifiziert, dem derzeit anspruchsvollsten Sozialstandard. Da die Audits und Re-Audits ein wichtiger Schritt im BSCI-Prozess sind, werden Schulungen für eine effiziente Vorbereitung angeboten. Coop hat 2009 insgesamt 29 Lieferanten in China, Indien, Vietnam, Bangladesh und der Türkei an von BSCI organisierte Workshops geschickt. Darüber hinaus hat Coop zusammen mit Rewe und der Eurogroup ein speziell ausgerichtetes Training organisiert, bei dem rund 30 Lieferanten in China umfassend zum Thema Sozialmanagement geschult wurden. So wichtig Audits sind, stellen sie doch nur eine Momentaufnahme dar. Bedeutsamer ist, dass die Geschäftsleitung erkennt, dass motivierte und gesunde Mitarbeitende die Voraussetzung für eine zuverlässige, qualitativ hochstehende Produktion sind und somit Massnahmen zugunsten der Mitarbeitenden auch ökonomisch Sinn machen.

Umsetzung von sozialen Standards in der Landwirtschaft

«Im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) arbeiten wir bereits seit einigen Jahren eng mit der Privatwirtschaft im Bereich der Standardentwicklung und -umsetzung zusammen. Das entwicklungspolitische Ziel ist es, über soziale und ökologische Standards entlang globaler Wertschöpfungsketten zu einer nachhaltigen Globalisierung beizutragen. Die Entwicklung des GRASP-Moduls in Zusammenarbeit mit GlobalGAP und Coop ist ein wichtiger Meilenstein für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen auf landwirtschaftlichen Betrieben in Entwicklungsländern. Es ermöglicht den Abnehmern und Produzenten, über einen einfachen Dokumentencheck auf mögliche soziale Missstände in der Produktion mit Verbesserungsmassnahmen zu reagieren. Die anwenderfreundliche, kostengünstige und wirkungsorientierte Ausrichtung von GRASP verspricht eine hohe Breitenwirksamkeit, die sich bereits jetzt an dem grossen Interesse vonseiten Produzenten und Zulieferern zeigt. Die Zusammenarbeit mit der Privatwirtschaft ist nicht nur bei der Entwicklung, sondern insbesondere bei der Umsetzung des GRASP-Moduls entscheidend. Coop haben wir hierbei als innovative, konstruktive und zielorientierte Partnerin schätzen gelernt.»

Carsten Schmitz-Hoffmann, Leiter Programm für Sozial- und Ökostandards, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH

Aktive Mitarbeit bei BSCI auf nationaler und internationaler Ebene

Die Plattform BSCI gewinnt europaweit an Bedeutung. Dies zeigt sich an der zunehmenden Mitgliederzahl, die Ende 2009 bei 384 Mitgliedern lag, davon 21 in der Schweiz. Coop hat sich auch 2009 im Rahmen der BSCI-Kontaktgruppe Schweiz engagiert, bei der sie derzeit den Vorsitz führt. Neben Mitgliedertreffen und Schulungen für neue Mitglieder organisierte die BSCI-Kontaktgruppe Schweiz 2009 einen gut besuchten Anlass zum Thema «Unternehmerische Verantwortung in der Lieferkette» sowie einen Mitglieder-Workshop zum Thema «Optimale Vorbereitung und Nachbereitung von Audits». Auch auf internationaler Ebene ist Coop in verschiedenen BSCI-Gremien aktiv und trägt damit zur laufenden Verbesserung des BSCI-Systems bei.

GRASP – ein Projekt trägt Früchte

Im Jahr 2005 initiierte Coop zusammen mit GlobalGAP als weltweit grösster Standardorganisation im Agrarbereich und der Deutschen Gesellschaft für

Höchstleistungen für den fairen Handel

«Seit über 17 Jahren arbeitet die Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) intensiv mit Coop zusammen. An Coop schätze ich den offenen und vertrauensvollen Dialog, bei dem wir uns gegenseitig zu Höchstleistungen für den fairen Handel motivieren. Nicht umsonst ist Coop heute der wichtigste Vertriebskanal in der Schweiz für Produkte mit dem Max Havelaar-Gütesiegel. Immer wieder ergeben sich aus der Zusammenarbeit im Markt Chancen, das Fairtrade-System insgesamt zu verbessern, so etwa im Bereich Blumen, wo wir gemeinsam mit Coop an einem Projekt zur weiteren Reduktion des Pestizideinsatzes auf ecuadorianischen Blumenfarmen arbeiten. Dieses Projekt wird unter anderem wichtige Grundlagen für die Weiterentwicklung der Umweltstandards des fairen Handels von FLO (Fairtrade Labeling Organizations International) liefern.»

Martin Rohner, Geschäftsleiter Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)

technische Zusammenarbeit (GTZ) das Projekt GRASP (GlobalGAP Risk Assessment on Social Practices). Dies geschah mit dem Ziel, sozialen Kriterien auch in der Landwirtschaft das nötige Gewicht zu verleihen, und in der Überzeugung, dass eine korrekte Entlohnung der Landarbeiter und die Sicherstellung des Arbeitsschutzes eine wichtige Voraussetzung für eine Qualitätsproduktion darstellen. In einer ersten Phase bis 2007 wurden Kriterien erarbeitet und in Stakeholder-Workshops diskutiert. Über 30 Test-Audits wurden in fünf Ländern (Spanien, Marokko, Vietnam, Kenia und Brasilien) durchgeführt und erste Umsetzungsinstrumente erarbeitet. Die Erkenntnisse aus dieser ersten Projektphase sind teilweise in die Revision des GlobalGAP-Standards von 2007 eingeflossen. Sie bilden zugleich den Kern des freiwilligen Zusatzmoduls GRASP, das im Rahmen eines normalen GlobalGAP-Audits überprüft werden kann. GRASP beschränkt sich im Unterschied zu einem Sozialaudit weitgehend auf die Überprüfung von Dokumenten und regelt Punkte wie korrekte schriftliche Arbeitsverträge sowie Arbeitszeiten und Sozialleistungen.

In der zweiten Projektphase haben sich zusätzliche Detailhändler an der Weiterentwicklung von GRASP beteiligt. Coop hat ihre Lieferanten in ausgewählten Risikogebieten über unterschiedliche Methoden für Sozialanforderungen sensibilisiert und anschliessend durch Schulungen auf deren Umsetzung vorbereitet. Ende 2008 wurden die ersten Gemüselieferanten aus der Region Almeria nach den GRASP-

Anforderungen überprüft. In dieser zweiten Projektphase geht es vor allem darum, GRASP an lokale Bedingungen anzupassen, die Auditoren auszubilden, weitere Produzenten zu schulen und schliesslich den Nutzen von GRASP zu evaluieren. Dafür werden auch lokale Experten und NGOs mit einbezogen. Bereits stehen acht regionale/nationale Interpretationen in den verschiedenen Sprachen zur Verfügung. Im Rahmen dieser Phase wurde auch die Zusammenarbeit mit BSCI vertieft. Coop war massgeblich daran beteiligt, dass die Erfahrungen aus dem Industrie- und Non-Food-Bereich mithilfe des Primary Production Moduls zielführend in den Agrarbereich übergeführt werden konnten.

Mit GRASP und dem Primary Production Modul von BSCI stehen nun zwei Instrumente für die Umsetzung von Sozialkriterien in der Landwirtschaft zur Verfügung, wodurch sich die Sensibilität der Betriebsleiter in Risikoregionen deutlich verbessert. Aber auch der Detailhandel steht vermehrt in der Pflicht, über seine Einkaufs- und Preispolitik dazu beizutragen, dass Gemüse- und Obstbaubetriebe ihren sozialen Verpflichtungen nachkommen können.

>> www.globalgap.org, www.gtz.de

Mitarbeit bei der Revision der Fairtrade-Standards

Die internationalen Standards des Fairen Handels (FLO-Standards) definieren ökonomische, soziale und ökologische Kriterien für eine nachhaltige Produktion im Süden. Anfang 2009 wurden neue Handelsstandards eingeführt, welche die bisherigen produktspezifischen Anforderungen vereinheitlichen. Sie regeln unter anderem die Rückverfolgbarkeit und die Beschaffungsplanung allgemeingültig und stärken das Informationsrecht der Produzenten. Auf ökologischer Ebene liefen Vorbereitungen zur Überarbeitung der allgemeinen Umweltstandards. Coop erstellte in Zusammenarbeit mit Max Havelaar eine Issue-Analyse, deren Resultate in den Revisionsprozess einfließen werden. Sie wird Hinweise geben, wie die ökologischen Standards, die heute schon anspruchsvoll sind, gezielt weiterentwickelt werden können. Im Fokus stehen Themen wie der Einsatz von Pflanzenschutzmitteln und Dünger. Des Weiteren wurden im Rahmen eines Coopernic-Projekts Instrumente erarbeitet zur systematischen Reduktion des Pflanzenschutzmittel-Einsatzes bei Rosen und zur Dokumentation einer nachhaltigen Unternehmenspraxis.

Auswirkungen von Fairtrade im Süden

Die Vermarktung von Fairtrade-Produkten fördert die kleinbäuerliche Landwirtschaft und verbessert die

Lebensbedingungen der Produzenten im Süden. Von dem Verkauf von Produkten mit dem Max Havelaar-Gütesiegel bei Coop profitieren derzeit rund 650 000 Kleinbauern, Arbeitnehmende und deren Familien. Sie erhalten für ihre Produkte einen garantierten Mindestpreis, der ein existenzsicherndes Einkommen gewährleistet, sowie zusätzlich eine Fairtrade-Prämie, die unter anderem den Aufbau von lokalen Infrastrukturen, Sicherheits- oder Gesundheitssystemen ermöglicht. Die Einnahmen der Fairtrade-Produzenten inklusive Prämie sind somit deutlich höher als bei einem Verkauf zu konventionellen Preisen. Das Prämienvolumen, ausgelöst durch Coop, beträgt jährlich rund 3 Millionen Franken.

>> www.fairtrade.net, www.maxhavelaar.ch

INNOVATIONSFÖRDERUNG

Natura-Preis: Für nachhaltige Innovationen in der Kette

Im Rahmen ihres Nachhaltigkeits-Engagements ist Coop auf bedeutende und anhaltende Innovationen angewiesen, die gleichzeitig Anforderungen an Umweltverträglichkeit, Sozialverträglichkeit und Wirtschaftlichkeit erfüllen. Um den Innovationswillen ihrer Geschäftspartner anzuspornen, verleiht Coop alle zwei Jahre den Natura-Preis für ausserordentliche Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit. Anfänglich ging es darum, Innovationen innerhalb der Produktpalette der ökologisch und sozial profilierten Kompetenzmarken von Coop, kurz VIVA-Marken, zu ehren. Im Berichtsjahr wurde der Natura-Preis erstmals auch für Aktivitäten zur Förderung von Nachhaltigkeit im Coop Standardsortiment verliehen.

Die Auszeichnung als «Beste VIVA-Firma» ging 2009 an das Unternehmen Ajotex SA. Der Textilproduzent brilliert mit völlig neuen Ansätzen und lancierte für die Marke Coop Naturaline eine Damenunterwäsche-Kollektion mit Bambusanteil in Bio-Qualität. «Bester Promoter Nachhaltigkeit» wurde das Unternehmen Henkel & Cie AG. Ihre ökologischen Produkte werden täglich millionenfach eingesetzt und haben so eine besonders grosse Hebelwirkung. Den Preis «Beste(s) VIVA-Produkt oder -Dienstleistung» verlieh Coop an Hansjürg Imhof für die erfolgreiche Züchtung von Bio-Weihnachtssternen für Coop Oecoplan.

CO₂-neutrale Naturaline Kollektionen aus Bio-Baumwolle

Coop verfolgt das ehrgeizige Ziel, dass bis 2013 sämtliche Naturaline Baumwolltextilien und Wattleprodukte CO₂-neutral sind. Das bedeutet, dass der CO₂-Ausstoss in der gesamten Kette – vom Anbau über die Produktion bis hin zum Transport – reduziert

respektive kompensiert wird. Hierfür muss jeder einzelne Schritt in der Herstellungskette nachvollziehbar und die benötigte Energie genau kalkulierbar sein. Der verbleibende CO₂-Ausstoss wird ausschliesslich über Projekte innerhalb der eigenen Produktionskette kompensiert. Auf dem Weg zu diesem Ziel produzierte Coop im Jahr 2008 in Indien die ersten 80 000 CO₂-neutralen Naturaline T-Shirts, indem der verursachte CO₂-Ausstoss kompensiert wurde. Im April 2009 kam die zweite CO₂-neutrale Kollektion auf den Markt. Dieses Mal wurden die T-Shirts aus biologischer Baumwolle vollständig in Tansania gefertigt. Der angefallene CO₂-Ausstoss von 30 Tonnen wird mithilfe von 30 effizienten Kochöfen in Tansania innerhalb eines Jahres kompensiert. Die Öfen werden durch die von Coop und Remei gegründete Stiftung bioRe finanziert. Als drittes Pilotprojekt lancierte Coop im September 2009 CO₂-neutrale Strickwaren. Die Bio-Baumwolle hierfür stammt aus Indien, produziert wurde in der Schweiz. Dank verschiedener technischer Umstellungen war es für das auf Strickwaren spezialisierte Schweizer Traditionsunternehmen Traxler AG im Berichtsjahr erstmals möglich, CO₂-neutral zu fertigen. Noch wird die CO₂-Neutralität grösstenteils über die Finanzierung von Kompensationsprojekten in Indien erreicht. 2010 wird das innovative Unternehmen seinen jetzt schon sehr geringen CO₂-Ausstoss durch die Verwendung erneuerbarer Energien zusätzlich reduzieren. Mode mit gutem Gewissen hat damit eine weitere Dimension bekommen. >> www.biore.ch

Pro Montagna: Förderung von Produkten aus den Bergregionen

Bei den rund 100 Produkten der Kompetenzmarke Pro Montagna stammen nicht nur die Rohstoffe aus dem Schweizer Berggebiet, auch die Verarbeitung erfolgt dort. Folglich führt der Weg zu den Sortimentsneuheiten von Pro Montagna nur über bereits bestehende Produzenten und Verarbeiter im Berggebiet. Auf diese stösst Coop auf unterschiedlichste Art und Weise. Neben den Coop Einkäufern mit ihrem Kontaktnetz liefern auch Fachzeitschriften immer wieder Anhaltspunkte für neue Hersteller und ihre Produkte. Aufgrund des stark wachsenden Bekanntheits- und Beliebtheitsgrads von Pro Montagna wenden sich mittlerweile häufig potenzielle Lieferanten direkt an Coop und bieten in Eigeninitiative ihre authentischen Produkte aus dem Berggebiet an. Voraussetzung für eine Zusammenarbeit ist, dass die Hersteller gute Qualität für eine festgesetzte Mindestmenge liefern können. Pro Montagna sucht nicht nach ausgefallenen und verrückten Ideen, sondern fördert vielmehr nachhaltig arbeitende Produzenten mit Leidenschaft und Mut zu Neuem. So konnte das Kleinunterneh-

Bio auch beim Weihnachtsstern

Der Weihnachtsstern ist die beliebteste und wichtigste Topfpflanze vor und an Weihnachten und war bis vor Kurzem nur in konventioneller Qualität verfügbar. Dank dem ausserordentlichen Willen, der grossen Geduld und dem exzellenten Fachwissen der Gärtnerei Imhof in Schwerzenbach ist er bei Coop seit drei Jahren auch in hervorragender Bio-Qualität erhältlich. Der Coop Lieferant ist mit seiner Innovation mit grösster Wahrscheinlichkeit weltweit die erste Gärtnerei, die Weihnachtssterne ohne Einsatz von synthetischen Pflanzenschutzmitteln, künstlichen Düngern und hormonellen Wachstumsregulatoren kultiviert. Aufgrund der optimalen Pflanzenqualität und Haltbarkeit waren die Bio-Weihnachtssterne von Beginn an ein Verkaufsschlag. 2009 produzierte die Gärtnerei Imhof bereits 50 000 Bio-Weihnachtssterne für Coop und wurde für ihre Innovation mit dem Coop Natura-Preis 2009 ausgezeichnet.

men Novena durch innovatives Engagement und die Produktion von Pro Montagna Bergravioli und Trockenteigwaren 19 Arbeitsplätze im abwanderungsbedrohten Obergoms sichern.