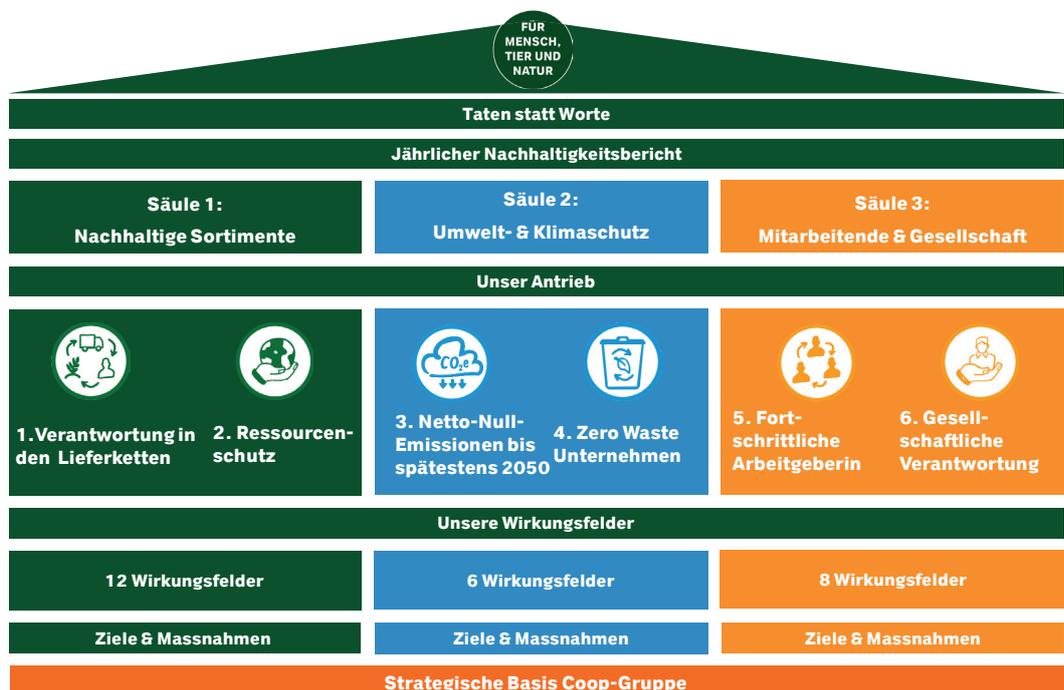


Voller Tatendrang für die Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist Teil der Unternehmens-DNA von Coop und fließt in alle relevanten Strategien ein. Im Fokus stehen nachhaltige Sortimente, Umwelt- und Klimaschutz sowie das Engagement für die Mitarbeitenden und die Gesellschaft. Coop leistet mit ihrem Nachhaltigkeitsmanagement einen wesentlichen Beitrag für ihr langfristiges und erfolgreiches Bestehen.

Starke Verankerung der Nachhaltigkeit

Nach 35 Jahren intensiven Engagements im Bereich Nachhaltigkeit ist diese Teil der Unternehmens-DNA von Coop geworden. Die Dimension Nachhaltigkeit bildet einen von drei strategischen Rahmen im Strategiehaus (siehe Seite 13) und erhält damit eine zentrale strategische Bedeutung für die gesamte Coop-Gruppe. Nachhaltigkeit ist in den Statuten und dem Leitbild verankert und Teil aller relevanten Strategien und Prozesse. Beispielsweise fließen Nachhaltigkeitsziele systematisch in den Zielsetzungsprozess, in die Ausbildung der Mitarbeitenden sowie in die betrieblichen Prozesse und Abläufe ein. Mit ihrem umfassenden Nachhaltigkeitsansatz will sich die Coop-Gruppe als Nachhaltigkeits-Leaderin durch Mehrleistungen in den verschiedenen Märkten differenzieren, den Zugang zu den Ressourcen sichern und einen ge-



meinsamen Wert in der Coop-Gruppe schaffen. Zudem stellt Coop damit sicher, dass die steigenden Anforderungen seitens Gesellschaft und Politik in der gesamten Geschäftstätigkeit effizient und glaubwürdig umgesetzt werden, und leistet damit einen Beitrag für die Allgemeinheit. Bei der Themenwahl stehen die Erwartungen unserer Kund:innen, unserer Geschäftspartner und weiterer Stakeholder, insbesondere NGOs und Behörden, im Fokus.

Die strategische Basis

Coop ist eine Genossenschaft und fördert die wirtschaftlichen und sozialen Interessen ihrer Mitglieder und ihrer Konsument:innen. Marktwirtschaftliche, ökologische und ethische Grundsätze sichern die Wettbewerbsfähigkeit und das Fortbestehen der Genossenschaft. Die Nachhaltigkeit ist auch zentraler Bestandteil der Coop Gruppen-Strategie, mit der sich Coop über nachhaltige Produkte und Engagement in Nachhaltigkeitsprojekten von ihren Wettbewerbern differenziert. Nachhaltigkeit wird bei Coop integral gemanagt und sämtliche Ziele fliessen in die relevanten Unternehmensstrategien. 2022 hat Coop ihre neue Nachhaltigkeitsstrategie lanciert, die auf den Erwartungen der Kund:innen sowie weiterer Stakeholder aufbaut und 26 Themenfelder beinhaltet. Rund 70 messbare Ziele wurden über die gesamte Gruppe im Rahmen der drei Nachhaltigkeitssäulen "Nachhaltige Sortimente", "Umwelt- und Klimaschutz" sowie "Mitarbeitende und Gesellschaft" definiert. Die neue Strategie orientiert sich an internationalen Standards und berücksichtigt unter anderem das Konzept der planetaren Belastungsgrenzen. Damit leistet Coop ihren Beitrag zum langfristigen Erhalt der natürlichen Ressourcen unseres Planeten.

Der detaillierte "Fortschrittsbericht Nachhaltigkeit" der Coop-Gruppe ist ersichtlich unter: www.taten-statt-worte.ch

Säule 1: Nachhaltige Sortimente

Coop setzt sich in allen Sortimentsbereichen entlang der gesamten Wertschöpfungskette für die Einhaltung von anspruchsvollen Mindestanforderungen ein. Darüber hinaus engagiert sich Coop mit wegweisenden Beschaffungsprojekten und langjährigen Partnerschaften für den biologischen Landbau, den fairen Handel, die Förderung des Tierwohls und den Erhalt der Biodiversität. Dabei spielen die Nachhaltigkeits-Eigenmarken und -Gütesiegel eine wichtige Rolle, über die sich Coop mithilfe der höchsten Standards im Schweizer Detailhandel differenziert. Mit einer bewussten Sortimentsgestaltung, zielgerichteter Kundeninformation und vielseitigen Werbemassnahmen fördert Coop nachhaltigen Konsum. Seit 2012 konnte der Bioumsatz dank dem grossen Engagement um 194% und der gesamte Nachhaltigkeitsumsatz um 258% gesteigert werden. Coop verfügt über das grösste Nachhaltigkeits-Sortiment im Schweizer Detailhandel und über das grösste Fairtrade-Sortiment der Welt.

Highlights 2023

- Auszeichnung von "Fairtrade International" beim Award "Fairtrade Partner of the Year" in Nairobi als bestplatzierte Detailhändlerin der Welt
- Transparente Risikokarte erstellt: Engagement des Unternehmens für gesellschaftliche und ökologische Verantwortung durch kontinuierliche Verbesserung der Nachhaltigkeit und transparente Kommunikation über Massnahmen gegen negative Auswirkungen der globalen Lieferketten und Produktvielfalt auf <https://engagement-risikoprodukte.taten-statt-worte.ch/engagement>
- Projekte im Bereich "Value-based Supply Chain Management": Stärkung der Transparenz und Qualitätssicherung in den Coop-Lieferketten
- Innovationsförderung: Zusammenarbeit mit "Kern Tec" für Produkte aus Aprikosenkernen oder Ausbau des "Yasai"-Kräuterangebots in Supermärkten

Säule 2: Umwelt- und Klimaschutz

Coop bekennt sich zu wissenschaftsbasierten Klimazielen und bekräftigt ihr Engagement für einen wirkungsvollen Klimaschutz mit der Unterzeichnung der "Science Based Target Initiative". Dementsprechend berechnet Coop regelmässig ihre CO₂e-Emissionen und legt ambitionierte und wirkungsvolle Ziele in allen Geschäftsbereichen fest. Bis 2026 reduziert Coop weitere 21% CO₂e-Emissionen in ihrem direkten Einflussbereich und nimmt die Reduktion der Emissionen in ihren Lieferketten und den vorgelagerten Wertschöpfungsstufen in Angriff. Zudem legt Coop Wert auf einen schonenden Umgang mit Ressourcen: Coop strebt an, ein Zero-Waste-Unternehmen zu werden und ihre Energie- und Materialkreisläufe wenn immer möglich zu schliessen. Auch der eigene Wasserverbrauch wird konsequent weiter reduziert.

Highlights 2023

- CO₂e-Fussabdruck der Coop-Gruppe: Berechnung und Offenlegung des gesamten CO₂e-Fussabdrucks zur Unterstützung des Ziels, bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen
- Grüne Geschäftspartnertagung: Förderung der Klimastrategie-Entwicklung mit über 150 Lieferanten und Geschäftspartnern zur Erreichung des Netto-Null-Ziels bis 2050
- Plastikreduktion von jährlich 5.8 Tonnen durch kompostierbares und aus Biomasse hergestelltes Einwegbesteck
- Pilotprojekt Zero-Food-Waste-Fleisch: Reduzierung der Lebensmittelverschwendung durch Tiefkühlung und Spende von übriggebliebenem Fleisch an gemeinnützige Organisationen
- Start Solaroffensive mit dem zusätzlichen Bau von Solaranlagen auf Dächern, Fassaden und Parkings mit dem Ziel, bis 2050 41% des eigenen benötigten Stroms selbst zu produzieren
- Verlagerung auf die Schiene: Einsparung von über 17 Millionen Strassenkilometern im Berichtsjahr dank Transport mit eigenem Bahnunternehmen Railcare
- Eröffnung Secondhand-Shop für gebrauchte Arbeitskleidung, um getragene, einwandfreie Arbeitskleidung zurückzunehmen, aufzubereiten und wiederzuverwenden

Teilnehmer:innen am
Tag der guten Tat

Hunderttausende



Säule 3: Mitarbeitende und gesellschaftliches Engagement

Als Genossenschaft ist Coop ihren Mitgliedern, aber auch der Gesellschaft und ihren Mitarbeitenden gegenüber besonders verpflichtet. Fast 39 000 Mitarbeitende aus allen Landesteilen profitieren vom besten Gesamtarbeitsvertrag im Schweizer Detailhandel, vielfältigen Aus- und Weiterbildungen sowie guten Karrierechancen. Ausserdem ist Coop die zweitgrösste Lehrstellenanbieterin der Schweiz. Mit unterschiedlichen Partnern fördert Coop das Gemeinwohl direkt und regt ihre Mitarbeitenden und die gesamte Bevölkerung zu guten Taten an. Auf das Thema "Mitarbeitende" geht das gleichnamige Kapitel auf Seite 50 ein.

Highlights 2023

- Starkes Engagement für Umwelt und Gesellschaft am "Tag der guten Tat": Coop mobilisiert hunderttausende Teilnehmende, darunter Familien, Organisationen und Freiwillige für gute Taten in der ganzen Schweiz, unterstützt von rund 600 Vereinen
- Coop-Spendenaktion: Unterstützung für Erdbebenopfer in Marokko, der Türkei, Syrien sowie für Betroffene des Erdbebens in Schwanden
- Coop Patenschaft für Berggebiete: Rekordhohe Einnahmen sowie Vergabungen von 8.375 Millionen Franken mit Förderung von 221 Projekten zur Sicherung der Lebensgrundlage in den Schweizer Bergregionen
- 1.-August-Weggen-Aktion: Unterstützung der Sanierung der Sennerei in Breil/Brigels mit 610 000 Franken, Sicherung der Bio-Bergkäse-Produktion und lokaler Wertschöpfung
- "2 x Weihnachten"-Aktion: Unterstützung armutsbetroffener Menschen in der Schweiz mit Verkauf von Spendenpaketen und Warenspenden im Wert von rund 880 000 Franken in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Roten Kreuz
- Zahlreiche Vergabungen für soziale Institutionen auf lokaler Ebene durch die Ausschüsse des Regionalrates

Spende der Coop Patenschaft
für Berggebiete zur Rettung der
Alp Breil/Brigels

610 000 CHF

