

Mit Nachhaltigkeit an die Spitze

Nachhaltigkeit ist Teil der Unternehmens-DNA von Coop und fliesst in alle relevanten Strategien ein. Im Fokus stehen nachhaltige Produkte, Umwelt- und Klimaschutz sowie das Engagement für die Mitarbeitenden und soziale Projekte. Coop will mit ihrem Nachhaltigkeitsmanagement einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg und für die Allgemeinheit leisten.

Starke Verankerung der Nachhaltigkeit

Nach 26 Jahren intensiven Engagements im Bereich Nachhaltigkeit ist diese zu einem wesentlichen Teil der Unternehmens-DNA von Coop geworden. Die Coop-Gruppe hat Nachhaltigkeit in ihren Statuten, ihrem Leitbild und ihren Missionen verankert und in alle relevanten Strategien und Prozesse integriert. Beispielsweise fliessen Nachhaltigkeitsziele in den umfassenden Zielsetzungsprozess, in die Ausbildung der Mitarbeitenden sowie in die betrieblichen Prozesse und Abläufe ein.

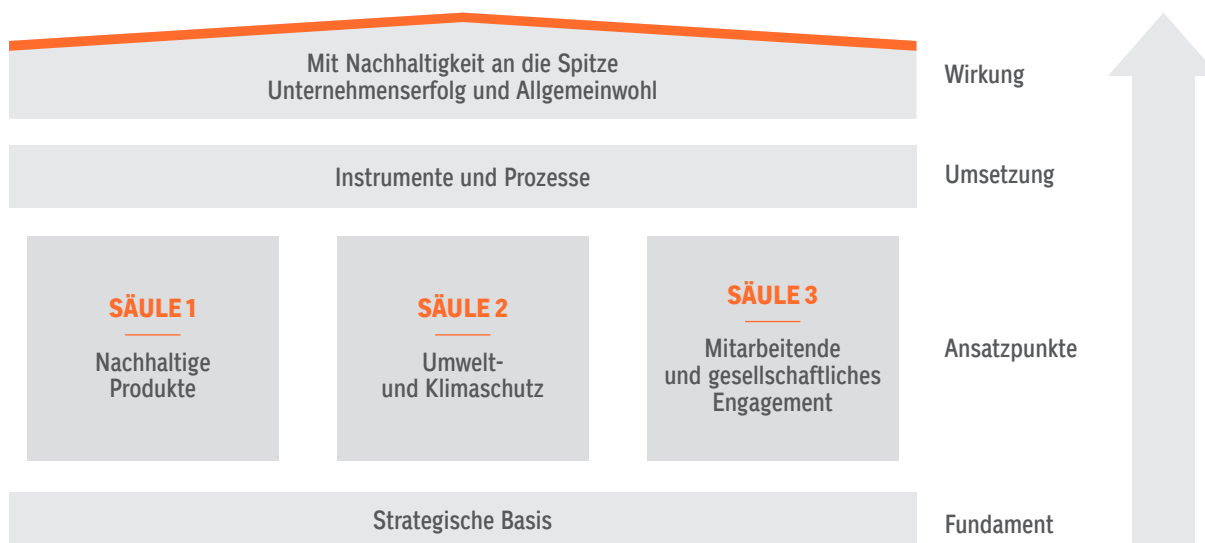
Mit ihrem umfassenden Nachhaltigkeitsansatz will sich die Coop-Gruppe durch Mehrleistungen in den verschiedenen Märkten differenzieren, den Zugang zu den Ressourcen sichern und mit Nachhaltigkeit einen gemeinsamen Wert in der Coop-Gruppe schaffen. Zudem stellt Coop damit sicher, dass die steigenden Anforderungen seitens Gesellschaft und Politik in der gesamten Geschäftstätigkeit effizient und glaubwürdig umgesetzt werden, und leistet damit einen Beitrag für die Allgemeinheit.

Über ihre zahlreichen Massnahmen im Bereich Nachhaltigkeit berichtet Coop insbesondere in der Coopzeitung, auf der Internetplattform taten-statt-worte.ch sowie im integrierten Geschäftsbericht der Coop-Gruppe. Erstmals wurde 2017 der Fortschrittsbericht Nachhaltigkeit veröffentlicht, der künftig jährlich detailliert über die Nachhaltigkeitsleistungen bei Coop informiert.

Ganzheitlich und mit hoher Relevanz

Die Nachhaltigkeitsanstrengungen von Coop konzentrieren sich auf jene Bereiche, in denen Coop eine grosse Hebelwirkung erzielen kann. Diese Bereiche werden durch interne Analysen bestimmt und weisen eine hohe soziale, ökologische oder ökonomische Relevanz auf. Coop nutzt für die Schwerpunktlegung eine Vielzahl an Instrumenten wie Sortiment-Screenings, Ökobilanzen, Risikomonitorings oder Stakeholderdialoge. Bei der Auswahl spielen auch gesellschaftliche Erwartungen und politische Forderungen eine wichtige Rolle.

Die wesentlichen Bereiche spiegeln sich im Strategiekonzept Nachhaltigkeit von Coop wider, welches 2017 überarbeitet wurde. Es beschreibt, wie das Thema Nachhaltigkeit bei Coop gesteuert wird und wie Nachhaltigkeit ganzheitlich in das bestehende Managementsystem integriert ist. Das überarbeitete Strategiekonzept orientiert sich an den drei Säulen des Nachhaltigkeitsstrategiekonzepts, das auf dem Fundament, der strategischen Basis, aufbaut. Die drei Säulen repräsentieren die Ansatzpunkte, welche die Unternehmen der Coop-Gruppe in ihr unternehmerisches Handeln integrieren. Das Zusammenspiel all dieser Elemente resultiert in der erfolgreichen Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele und spiegelt sich im Unternehmenserfolg und im Allgemeinwohl von Mensch, Tier und Natur wider.



Die strategische Basis

Coop ist eine Genossenschaft und fördert die wirtschaftlichen und sozialen Interessen ihrer Mitglieder und ihrer Konsumentinnen und Konsumenten. Marktwirtschaftliche, ökologische und ethische Grundsätze sichern die Wettbewerbsfähigkeit und das Fortbestehen der Genossenschaft. Die Nachhaltigkeit ist auch zentraler Bestandteil der Vision 2025+, mit der sich Coop über nachhaltige Produkte und Engagement in Nachhaltigkeitsprojekten von ihren Wettbewerbern differenziert. Auch die Leitsätze der Nachhaltigkeit tragen zu dieser Differenzierung bei: Sie legen fest, welche Leitlinien bei der Umsetzung übergeordneter Ziele gelten, und dienen der internen Kommunikation in der gesamten Coop-Gruppe.

Säule 1: Nachhaltige Produkte

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 Nachhaltigkeitseigenmarken 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.

Säule 2: Umwelt- und Klimaschutz

Der effiziente Umgang mit Ressourcen und Energie trägt auch zur Kostensenkung bei. Im Fokus der Anstrengungen von Coop stehen die Reduktion des Energieverbrauchs und die vermehrte Nutzung erneuerbarer Energien sowie die konsequente Umsetzung der Vision «CO₂-neutral bis 2023». Weitere wichtige Themen sind Verpackungsoptimierung, Abfallvermeidung und Recycling sowie verantwortungsbewusstes Wassermanagement und nachhaltiges Bauen. Besondere Anstrengungen unternimmt Coop im Bereich Logistik und Warentransport.

Säule 3: Mitarbeitende und gesellschaftliches Engagement

Unter der Säule 3 fasst Coop ihr Engagement für die Mitarbeitenden und soziale Projekte mit Bedeutung für die Gesellschaft zusammen. Die Lehrlingsausbildung, ein schweizweit einheitlicher, fortschrittlicher Gesamtarbeitsvertrag, neu mit noch mehr Leistungen insbesondere für Familien, sowie eine grosszügig geregelte Altersvorsorge sind wichtige Leistungen von Coop als Arbeitgeberin. Durch die Unterstützung der Organisationen «Schweizer Tafel» und «Tischlein deck dich» leistet Coop einen wichtigen Beitrag zum verantwortungsbewussten Umgang mit Lebensmitteln. Zentral ist auch das Engagement über die Coop Patenschaft für Berggebiete sowie die Zusammenarbeit mit strategischen Partnern wie dem Schweizerischen Roten Kreuz (SRK).

Instrumente und Prozesse

Dieser Bereich fasst die unternehmerischen Werkzeuge für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele in der Coop-Gruppe zusammen. Die Instrumente und Prozesse leiten sich von der Basis, den Mehrjahreszielen und den drei Nachhaltigkeitssäulen ab. Ihr Zweck ist es, Nachhaltigkeitsziele möglichst integriert und effizient umzusetzen.

Coop Fonds für Nachhaltigkeit

Über den Coop Fonds für Nachhaltigkeit finanziert Coop Projekte aus allen drei Säulen. Kundinnen und Kunden erleben das Ergebnis dieser Projekte nicht nur im Coop-Sortiment bei ihrem täglichen Einkauf: Im Rahmen von Aktionen und Veranstaltungen für die Mitarbeitenden und die Öffentlichkeit werden die innovativen Lösungsansätze des Fonds in wichtigen gesellschaftlichen und ökologischen Themen unmittelbar erlebbar. Durch Pionierleistungen in Sachen Nachhaltigkeit sensibilisiert Coop die Öffentlichkeit für einen nachhaltigen Konsum. Dem Coop Fonds für Nachhaltigkeit stehen für die Unterstützung solcher Projekte jährlich mindestens 17,5 Millionen Franken zur Verfügung.

Strategische Verankerung im Grosshandel und in der Produktion

Alle Unternehmen der Transgourmet-Gruppe sowie die wesentlichen Coop-Produktionsbetriebe verfügen über eigene Nachhaltigkeitsstrategien. Die Strategien orientieren sich am Strategiekonzept Nachhaltigkeit von Coop und tragen jeweils der spezifischen Betroffenheit, aber auch den Realitäten an den relevanten Märkten Rechnung.

Übergeordnete Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit

Auch in diesem Jahr überzeugten die Unternehmen der Coop-Gruppe in Sachen Nachhaltigkeit. Im Folgenden haben wir einen kurzen Überblick über gruppenübergreifende Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit für das Jahr 2017 erstellt. Die Neuigkeiten zu nachhaltigen Projekten aus den einzelnen Geschäftsbereichen sind den jeweiligen Kapiteln zugeordnet.

Coop wird zum zweiten Mal nachhaltigste Detailhändlerin der Welt

Im April 2017 wurde Coop bereits zum zweiten Mal zur nachhaltigsten Detailhändlerin der Welt gekürt. Die international anerkannte Ratingagentur Oekom Research AG verglich in einer Studie 148 internationale Einzelhandelsketten auf Nachhaltigkeit im Hinblick auf soziale, ökologische und wirtschaftliche Gesichtspunkte. Dabei wurden mehr als 100 Kriterien abgefragt und beurteilt, wie nachhaltig die einzelnen Unternehmen arbeiten. Besonders erfreulich war das Ergebnis, weil die Coop-Gruppe ganzheitlich bewertet wurde: Das Rating bezog auch die Transgourmet-Gruppe mit ihren Ländergesellschaften sowie die Akquisitionen von Bell ausserhalb der Schweiz mit ein. Das gute Abschneiden der Coop-Gruppe in dieser Studie zeigt, dass Coop im Hinblick auf ihre Nachhaltigkeitsstandards auch im Ausland eine Spitzenposition belegt.

Neues Strategiekonzept verabschiedet

Das bisherige Strategiekonzept aus dem Bereich Nachhaltigkeit wurde bereits im Jahr 2010 verabschiedet. In den vergangenen sieben Jahren hat sich gezeigt, dass sich die Nachhaltigkeitsstrategie als Grundlage für die Ausrichtung von Coop sehr gut bewährte. Doch nicht nur das Umfeld, sondern auch die Coop-Gruppe hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Aus diesem Grund wurde das Strategiekonzept im Berichtsjahr unter Einbezug der Stakeholder in einem umfassenden Prozess überprüft und angepasst. Der Fokus lag vor allem auf der sauberen Einbettung der Nachhaltigkeit als Querschnittsaufgabe in alle Management-Bereiche: Die Linienverantwortung wurde gestärkt, das Profil der Nachhaltigkeit als zentraler Bestandteil für die Steigerung des Unternehmenserfolges und als gesellschaftlicher Beitrag zum Allgemeinwohl geschärft. Zudem fand eine Überprüfung und Optimierung aller Instrumente auf diese Ziele hin statt.

Der Stand der Umsetzung wird im Fortschrittsbericht Nachhaltigkeit kommuniziert, der jährlich im Mai auf www.coop.ch/nh-bericht online publiziert wird.