

# 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 die Gesellschaft. Coop leistet mit ihrem Nachhaltigkeitsmanagement einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg und für die Allgemeinheit.

## Starke Verankerung der Nachhaltigkeit

Nach 27 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 systematisch 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. Anstelle eines Nachhaltigkeitsberichtes wird seit 2017 jährlich der Fortschrittsbericht Nachhaltigkeit veröffentlicht. Der Bericht informiert detailliert mittels spezifischer Fachinformationen über das Nachhaltigkeitsengagement von Coop.

## 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, Risiko-Monitorings 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. Es beschreibt, wie das Thema Nachhaltigkeit bei Coop gesteuert wird und wie Nachhaltigkeit ganzheitlich in das bestehende Managementsystem integriert ist. Das Strategiekonzept orientiert sich an drei Säulen (nachhaltige Produkte, Umwelt- und Klimaschutz und Mitarbeitende und gesellschaftliches Engagement), die auf das Fundament, die strategische Basis, aufbauen. 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 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 «CO<sub>2</sub>-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. Im Rahmen der Verpackungsoptimierung reduziert Coop Plastik, wenn dies aus einer gesamtökologischen Sicht sinnvoll ist.

### 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 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 16,5 Millionen Franken zur Verfügung.

### **Strategische Verankerung im Grosshandel und in der Produktion**

Alle Unternehmen der Transgourmet-Gruppe, die Bell Food Group 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 stellen wir drei ausgewählte Projekte aus dem Bereich Nachhaltigkeit vor. Die Neuigkeiten zu nachhaltigen Projekten aus den einzelnen Geschäftsbereichen sind den jeweiligen Kapiteln zugeordnet.

### **Coop setzt auf Bio-Palmöl in konventionellen Produkten**

Zukünftig wird Coop nicht nur in Bio-Produkten, sondern auch in konventionell hergestellten Lebensmitteln der Coop-Eigenmarken Bio-Palmöl verwenden. Damit geht Coop einen grossen Schritt voran und leistet einen Beitrag an eine ressourcenschonende und konsequent nachhaltige Produktion. Bei ausgewählten Produkten der Eigenmarken möchte Coop das Palmöl, wenn sinnvoll und machbar, ganz durch andere Öle und Fette ersetzen. Werden andere tropische Öle oder Fette, wie beispielsweise Kokosöl, verwendet, müssen diese ebenfalls konsequent aus Fairtrade- oder Bio-Produktion stammen. Die Umsetzung erfolgt Schritt für Schritt in enger Zusammenarbeit mit den Produktionsbetrieben und Lieferanten von Coop.

### **Coop ist Mitgründerin der Schweizer Plattform für nachhaltigen Kakao**

Im Januar 2018 trat Coop der «Schweizer Plattform für nachhaltigen Kakao» bei. Der neu gegründete Verein setzt sich dafür ein, dass der Grossteil aller importierten kakaohaltigen Produkte künftig aus nachhaltiger Produktion stammt. Beteiligt sind unter anderem der Branchenverband Chocosuisse, das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco), Helvetas, Swisscontact, der Detailhandel, die Importeure sowie die Label-Organisationen und Forschungseinrichtungen. Die gemeinsamen Ziele sind ambitioniert: die Lebensbedingungen der Kakaoproduzentinnen und -produzenten substanziell verbessern und einen attraktiven Kakaosektor für heutige und zukünftige Generationen schaffen. Bereits 2025 sollen 80 Prozent der in die Schweiz importierten Kakao-Produkte aus nachhaltiger Herstellung stammen. Coop geht dabei noch einen Schritt weiter: Bis 2020 möchte Coop den gesamten Kakao für die Schokoladen ihrer Eigenmarken aus nachhaltigem Anbau beziehen. Heute stammen bereits über 94 Prozent des Coop-Kakaos aus nachhaltiger Produktion – insbesondere von Fairtrade-zertifizierten Kleinbauern. Dies ist möglich, weil der Coop-Produktionsbetrieb Chocolats Halba/Sunray direkt mit Fairtrade-Kooperativen in Peru, Ecuador, Honduras und Ghana zusammenarbeitet. Unter anderem bildet Chocolats Halba/Sunray in Ecuador lokale Produzenten zu Agroforst-Trainern aus, die ihr Wissen an andere Bauern weitergeben, und fördert so den Mischanbau von Kakao mit Früchten, Gemüse und Edelholzbäumen. Dieses Engagement wurde 2018 mit dem «Swiss Ethics Award» ausgezeichnet.

### **Relaunch der Taten-statt-Worte-Website**

Seit 2015 fasst Coop unter dem Motto «Taten statt Worte» ihr Nachhaltigkeitsengagement für Mensch, Tier und Natur zusammen. Um die Berichterstattung über das Nachhaltigkeitsengagement von Coop den Kundinnen und Kunden noch besser näherbringen zu können, hat Coop den Webauftritt 2018 komplett überarbeitet. Die neue Internetseite ging im November des Berichtsjahres in den Sprachen Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch online. Die Website [taten-statt-worte.ch](http://taten-statt-worte.ch) liefert jede Woche Neuigkeiten über das vielfältige Engagement von Coop im Bereich Nachhaltigkeit sowie interessante Hintergrundgeschichten, Tipps und Einblicke hinter die Kulissen. Interessierte können hier über 360 Taten aus allen Geschäftsbereichen der Coop-Gruppe entdecken.

Der Umsetzungsstand des Nachhaltigkeitsengagements der Coop-Gruppe wird im Fortschrittsbericht Nachhaltigkeit kommuniziert, der jährlich im Mai auf [www.coop.ch/nh-bericht](http://www.coop.ch/nh-bericht) online publiziert wird.