



VON UNS FÜR UNS.



# DIE ZIELE VON «COOP – VON UNS FÜR UNS»

Wir wollen in einem Coop einkaufen, in dem man nicht stundenlang recherchieren muss, ob die Produkte im Einkaufskorb der Umwelt und dem Klima schaden oder ob Menschenrechte bei der Herstellung verletzt worden sind. Wir wollen einen Coop, der faire Preise für Konsument\*innen wie für Produzent\*innen und Lieferant\*innen bietet. Einen Coop, für den gute Arbeitsbedingungen für die eigenen Angestellten selbstverständlich sind. Wir wollen den #Detailwandel.

Die Ziele von «Coop – von uns für uns» richten sich auf die wichtigsten Anspruchsgruppen von Coop aus: Auf die Konsument\*innen, die Produzent\*innen und Lieferant\*innen sowie auf die Mitarbeitenden. Sie sollen gemeinsam mit den 2,5 Millionen Mitbesitzer\*innen von Coop profitieren, indem sie die Strategie des genossenschaftlichen Grossverteilers massgeblich mitprägen können.

**DETAILWANDEL.CH**



VON UNS FÜR UNS.

## KONSEQUENTE KLIMASTRATEGIE

Mit «Nachhaltigkeitsversprechen» versucht Coop, die Kund\*innen von ihrem Engagement für die Umwelt zu überzeugen – meist mit Erfolg. Vielen ist dadurch nicht bewusst, dass gleichzeitig Produkte verkauft werden, die der Umwelt und dem Klima schaden.

Der Detailhandel ist ein wichtiger Schweizer Wirtschaftszweig. Gleichzeitig hat die Ernährung mit 28% die grösste Auswirkung auf die Umwelt.<sup>1</sup> «Ohne Detailhändler lassen sich die Nachhaltigkeitsprobleme nicht lösen.» wurde beispielsweise Thomas Dyllick, ehem. Professor für Nachhaltigkeitsmanagement, im Tagesanzeiger zitiert.<sup>2</sup>

Coop ist manchmal Teil der Lösung und leider zu oft Teil des Problems. So wird eine grosse Auswahl an angeblichen «Frischprodukten» energieintensiv eingefroren und später aufgetaut<sup>3</sup> oder wird ausserhalb der Schweizer Saison angeboten. Das Unterlaufen der eigenen Nachhaltigkeitsbemühungen hat System: Coop fliegt Rindfleisch aus Südamerika ein und verkauft es als Aktion zum halben Preis.<sup>4</sup> Mit dem Slogan «Taten statt Worte» versucht Coop sein positives Image weiter auszubauen und hofft darauf, dass die negativen Beispiele nicht zu stark an die Öffentlichkeit gelangen.

### Das neue «C♥♥p – für uns von uns» will eine konsequente Klimastrategie:

1. Binnen eines Jahres weisen sämtliche Foodartikel transparent folgende Faktoren auf der Verpackung aus: CO2-Äquivalent, Wasserverbrauch, Tierwohl und Bodenverbrauch. Vorbild kann Eaternity<sup>5</sup> sein, ein Unternehmen, das bereits entsprechende Infos für Produktverpackungen liefert.
2. Binnen eines Jahres werden die 10 Prozent jeder Sparte des Food-Sortiments, die gemäss obigen Kriterien am schlechtesten abschneiden, aus dem Verkauf genommen und durch bessere Alternativen ersetzt.
3. Coop bietet bis 2022 die Möglichkeit eines CO2-neutralen Einkaufs innerhalb des gesamten Sortiments an.
4. Coop ist bis 2030 im kompletten Sortiment nahezu CO2-neutral.



<sup>1</sup> Umwelt Schweiz

<sup>2</sup> Coop, Migros und Co. im Umweltvergleich

<sup>3</sup> SRF: Coop hat einen Frischeknall

<sup>4</sup> SRF: Coop-Aktionsfleisch kommt per Flugzeug

<sup>5</sup> [www.eaternity.org](http://www.eaternity.org)



VON UNS FÜR UNS.

## BESSERE ARBEITSBEDINGUNGEN

Das heutige Coop gibt den Druck des Detailhandels direkt an seine Mitarbeitenden weiter und macht gleichzeitig Jahr für Jahr Millionengewinne. So kam zu Beginn des Jahres ans Licht, dass Coop Schweizer Arbeitsgesetze zu Hauf übertritt<sup>1</sup> – zum Leidwesen der Angestellten. Ruhezeiten werden oft nicht eingehalten und je nach Job liegt die wöchentliche Höchstarbeitszeit bei 50 Stunden. Es ist nicht das erste Mal, dass die Arbeitsbedingungen bei Coop öffentlich kritisiert werden, weil Gesetz und Gesamtarbeitsvertrag übertreten werden.<sup>2</sup>

**Das neue «C♥♥p –von uns für uns» will faire Arbeitsbedingungen für Angestellte von Coop und Tochterfirmen einführen:**

1. Binnen eines Jahres nach Inkraftsetzen bezahlt Coop fortan für 100-Prozent-Anstellungen einen Bruttomindestlohn von mindestens CHF 4400.- für ungelernete und CHF 4500.- für gelernte Mitarbeitende, der 13 mal ausbezahlt wird. Coop bietet eine 40-Stunden-Woche und mindestens fünf Wochen Ferien.
2. Binnen eines Jahres nach Inkraftsetzen fliesst die Arbeitszeiterparnis, die durch Digitalisierung und Automation erreicht wird, fortan zurück zu den Mitarbeitenden.

<sup>1</sup> Hunderte Verstösse gegen Arbeitsgesetz  
<sup>2</sup> Coop missachtet Arbeitsgesetz





VON UNS FÜR UNS.

## FAIRE PREISE

Coop nutzt seine Marktmacht rigoros aus, um die Preise der Lieferant\*innen und Produzent\*tinnen (beispielsweise Landwirt\*innen) zu drücken.

Die hohen Preise, die Konsument\*innen bezahlen müssen, kommen nicht bei den Produzent\*innen an. Das hat zur Folge, dass «Ausbeuter-Gemüse» auf unseren Tellern landet<sup>1</sup>, von den Fairtrade-Labels vor allem der rot-orange Detailhändler profitiert<sup>2</sup> und Bäuer\*innen aus der Region schlicht nicht fair genug bezahlt werden, um überleben zu können<sup>3</sup>, was wiederum negative Auswirkungen auf die Umwelt hat.<sup>4</sup>

**Das neue «C♥♥p – für uns von uns» will faire Preise für Produzent\*innen, Lieferant\*innen und Konsument\*innen einführen:**

1. Binnen eines Jahres müssen Coop und ihre Tochterfirmen fortan ihre Margen verkleinern. Coop soll endlich faire Preise anbieten – für Produzent\*innen, Lieferant\*innen und Konsument\*innen.
2. Binnen eines Jahres ist das Sortiment frei von manipulativen Techniken zur Verkaufsförderung.

<sup>1</sup> [Ausbeuter-Gemüse](#)

<sup>2</sup> [Fairtrade](#)

<sup>3</sup> [Bauernsterben](#)

<sup>4</sup> [Industrielle Landwirtschaft](#)

