



KONSUMENT  
FÖRENINGEN  
STOCKHOLM

# MOTIONER

# 2018





# Motionshanteringen

Detta häfte innehåller de motioner från medlemmar i Konsumentföreningen Stockholm (KfS) som kommit föreningsstyrelsen tillhanda senast den 15 januari 2018. Efter varje motion följer föreningsstyrelsens utlåtande och förslag till beslut.

## Motionsbehandling

Motionerna publicerades på föreningens hemsida den 19 januari 2018 och medlemmarna gavs tillfälle att lämna synpunkter på de olika motionerna och kunde även ta del av andra medlemmars synpunkter. Föreningsstyrelsens utlåtande och förslag till beslut har utformats utifrån motionernas innehåll. Det går inte att ändra i en motion eller i föreningsstyrelsens utlåtande när de behandlas på stämman. Däremot kan stämman göra egna uttalanden med anledning av motionerna.

## Viktigt att veta

KfS är medlem i och delägare av Kooperativa Förbundet, (KF). Coop Butiker & Stormarknader AB, som driver den kooperativa dagligvaruverksamheten i bland annat KfS verksamhetsområde, är ett helägt dotterbolag till Coop Sverige AB, som i sin tur är ett dotterbolag till KF. KfS är minoritetsägare i Coop Sverige AB (ca 33 %). KfS är därmed endast indirekt ägare av den konsumentkooperativa detaljhandeln, vilket innebär att föreningen inte har ett direktinflytande över butikerna. I de motioner som berör direkta affärsfrågor i Coop Butiker & Stormarknader AB och där föreningsstyrelsen instämmer i motionens syfte kan föreningen endast verka för motionen. Om yrkandet i motionen inte innehåller något krav på att föreningen ska verka för motionen utan till exempel endast innehåller krav på att Coop ska vidta viss åtgärd eller upphöra med viss produkt kan föreningsstyrelsen endast försöka besvara motionen efter bästa förmåga. Föreningsstyrelsen har flera möjligheter att verka för en motion.

Dessa är:

- Föreningens ledamot i styrelsen för Coop Sverige AB.
- Föreningens ledamöter i styrelsen för Coop Butiker & Stormarknader AB.
- Föreningens ledamöter i KF:s styrelse.
- Motioner till KF:s stämma.

För motioner som tar upp konsument- och detaljhandelsrelaterade frågor i allmänhet kan föreningen verka opinionsbildande. Föreningen kan också formlöst översända en motion jämte föreningsstyrelsens utlåtande däröver till Coop och begära besked om huruvida Coop avser att vidta någon åtgärd med anledning av motionen.

## Beslutsförslag

I föreningsstyrelsens svar har tre olika beslutsförslag använts:

**Bifall** innebär att föreningsstyrelsen delar motionärens uppfattning och ska genomföra eller verka för motionärens förslag. Att föreningsstyrelsen ska verka för ett motionsförslag är tillämpligt när det gäller förslag som inte ligger inom föreningsstyrelsens beslutsområde, till exempel i frågor som rör Coops verksamhet.

**Besvarad** innebär att föreningsstyrelsen utvecklar sitt ställningstagande till motionen i svaret. Det kan till exempel vara faktabeskrivningar som gör att motionärens förslag inte är relevanta och det kan handla om att motionärens önskemål redan är tillgodosett. Föreningsstyrelsens utlåtande kan också innehålla åtaganden och åtgärder i enlighet med motionärens önskemål, men motionens att-sats (yrkandet) kan vara skriven på ett sätt som gör att den inte är möjlig att bifalla. Detta gäller till exempel de flesta affärsmotioner avseende Coop då de ofta tar upp frågor som KfS inte kan besluta om.

**Avslag** innebär att föreningsstyrelsen inte instämmer i motionärens förslag.



## **Innehållsförteckning**

### ***Föreningsfrågor***

#### ***Motion***

1. Medlemsdiskussion på stämman
2. Ägarinflytande i butikerna

### ***Affärsfrågor***

#### ***Motion***

3. Att sluta subventionera flygresor som en medlemsförmån
4. Ett klimatsmart bonusprogram där flygresor ersätts med klimatvänligare alternativ som tåg, buss och cykelförmåner
5. Klimatförändringarna
6. Kampanjer för flygande
7. Svenskodlat och ekologiskt inom frukt och grönt i butiksledet
8. Kaliumnitrit/natriumnitrit i charkvaror
9. Påssortiment på Coop
10. Miljövänligare diskborstar
11. Värmeljus
12. Bristfällig prisinformation i Coopbutikerna





# FÖRENINGSPÅRÅG

## Motion 1

### Medlemsdiskussion på stämman

Motionshanteringen är den mest konkreta formen av ägarinflytande i föreningen. Genom att lyfta fram medlemmarnas åsikter, önskemål och kritik kan vi hålla liv i konsumtionsföreningens idé och mening. Medlemmarna och deras representanter måste få verkligt inflytande i föreningen och därmed via ägarinflytandet butikernas verksamhet och inriktning. Motionerna är idag alltför summarisk och kortfattat behandlad vid föreningsstämman. Frågorna klubbas igenom med en metodik som är mer till för att effektivisera debatten än att lyssna in ägarnas synpunkter. Styrelsens åsikt får väga alltför tungt genom det summariska förfarandet. Få motioner till stämman kan tyda på ett lågt förtroende för möjligheten att påverka verksamheten. Det är från motioner och diskussion på mötet som styrelsen skall hämta sina direktiv. Debatten är idag, genom de strikta reglerna, mycket begränsad och därmed också ägarinflytandet.

Mitt yrkande är

*att motioner från medlemmarna bör ges mer utrymme och åsikter om dessa skall kunna få komma till tals under stämman under en öppen debatt utan att vara förannmälda.*

*att motionskrivaren bör bjudas in för att få redovisa sitt förslag och delta i diskussionen.*

*att mer tid till motionshantering skall tas in i mötesprogrammet.*

Roland Boss

### Utlåtande motion 1

Föreningsstyrelsen har under en följd av år kunnat konstatera att antalet motioner till föreningens stämmor har minskat. En av flera anledningar är troligen att motionsinstitutet innebär en lång process i väntan på respons från en föreningsstämma, och i dagens samhälle kan de flesta frågor besvaras relativt omgående om de ställs direkt till rätt instans. Merparten av de motioner som kommer in till föreningen avser driftsfrågor i Coops butiker (som ligger i bolaget Coop Butiker och Stormarknader AB), i vilket föreningen endast har ett indirekt minoritetsägande via moderbolaget Coop Sverige AB (i vilket föreningen äger 33% av aktierna). Föreningen kan därför inte styra verksamheten i butiksbolaget, utan kan endast försöka verka för de motioner som bifalls av föreningens stämma.

Motionsinstitutet är styrt av lag och stadgar. Medlem, som vill ha ett ärende behandlat på ordinarie föreningsstämma ska senast den 15 januari samma år som stämman hålls lämna skriftlig motion till föreningen (§ 41 i gällande stadgar). Debatten om respektive motion är helt öppen under stämman, och det står alla stämmodeltagare fritt att argumentera för eller emot en motion utan särskild förannmälan. Av praktiska skäl brukar stämmodordföranden begära att de stämmodeltagare som önskar ordet anmäler detta under stämman innan de går upp och talar. Skälet till detta är att stämmodetspresidiet måste säkerställa dels att anmälda talare kommer upp i lämplig ordning, dels

att respektive talare måste bockas av mot röst- och närvaroförteckningen för att säkerställa att vederbörande har yttranderätt på stämman.

Föreningen har som praxis att medlem, som anmäler sig innan stämman, får närvara under stämman även om medlemmen inte har en roll som förtroendevald. Frågan om yttranderätt på stämman är ytterst en demokratifråga. Huvudregeln måste naturligtvis vara att de av medlemmarna valda fullmäktige (ägarombuden) utövar såväl röst- som yttranderätt för samtliga medlemmars räkning. I ett demokratiskt infört fullmäktigesystem avses ombuden argumentera för eller emot de motioner som behandlas på stämman. Att generellt ge medlemmar som inte är stämmodetspresidiet yttranderätt på stämman innebär en inskränkning av stämmodetspresidiet uppdrag. Stämman kan emellertid, som en ordningsfråga, genom beslut ge motionär som inte är stämmodetspresidiet yttranderätt avseende dennes motion. Ett sådant beslut fattas med enkel majoritet. Eftersom detta således är en ordningsfråga som förutsätter stämmobeslut, kan styrelsen inte i förväg utlova att motionären kommer att få yttranderätt på stämman avseende den aktuella motionen.

Den tid som går åt för motionsbehandling på föreningsstämman schemaläggs inte. Motionsbehandlingen får alltid ta den tid som behövs. Det är helt upp till stämmodeltagarna att välja i vilken utsträckning man önskar debattera de enskilda motionerna.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

*att motionens första att-sats anses besvarad*

*att motionens andra att-sats anses besvarad*

*att motionens tredje att-sats anses besvarad.*

## Motion 2

### Ägarinflytande i butikerna

Det som skiljer KF från ICA och andra butikskedjor är ägandet. Medlemskortet manifesterar ägandet, men upplevs av de flesta endast som ytterligare ett kort som ger rabatt, bonus eller återbäring som alla kedjor har. Ett direkt ägarinflytande i den lokala butiken är det få som upplever att det finns. Många gånger är det mycket lättare att få gehör för synpunkter i en ICA-butik där ägaren finns på plats och är lyhört intresserad av att ta hänsyn till kundernas önskemål och kritik. Om man har liknande synpunkter till personal eller ledning i en Coop butik blir svaret oftast att allt beslutas på centralt håll och att man inte kan göra något lokalt i butiken.

Vi behöver stärka ägarinflytandet och tydliggöra skillnaden mellan att bara ha ett bonuskort och att vara ägare. En av kanalerna för detta är ägarombudet vars viktigaste uppgift måste vara att ta emot och vidarebefordra synpunkter lokalt och centralt. Den uppgiften skall prioriteras före information om kampanjer och välgörenhetsaktiviteter. Alla kundkontakter bör fokuseras på att informera och lyssna på kundens åsikter och att föra dem vidare, ge återkoppling och att tydligt visa för kunderna att det finns



en kanal mellan kund, butiksledning och ägarinflytande i Coop. En annan kanal är stämman, där synpunkter om Coop butikerna måste kunna tas upp och sedan drivas genom ägarinflytande i styrelsen. Idag hänvisas ofta sådana frågor till att tas upp direkt med Coop. Men det är genom det gemensamma ägandet vi kan ställa krav och det gör vi bara med KF i ryggen. Det är fortfarande vi som till största delen äger butikerna även om de blivit bolagiserade och det är i ägandet som inflytandet kan manifesteras.

Frågor om hur kunden upplever den KF ägda butiken i relation till andra butiker är avgörande för föreningen och dessa frågor skall drivas av föreningen inte hänvisas till Coops ledning.

Mitt yrkande är

*att ägarombudets roll som förmedlare av ägarnas önskemål och synpunkter stärks i dialogen med butiken och centralt i KF och att stämman diskuterar hur det kan uppnås.*

*att stämman diskuterar och tar ståndpunkt i frågor om hur butikerna drivs och inte bara hänvisar dem till Coops ledning. Ägarinflytandet måste få verka även i detaljfrågor och inte bara de stora ekonomiska frågorna.*

Roland Boss

## **Utlåtande motion 2**

Föreningsstyrelsen delar uppfattningen att medlemmarnas delägande skiljer Coop från många andra butikskedjor. Införandet av ägarombudsorganisationen var också ett steg mot att stärka ombudsrollen i föreningen och förbättra möjligheterna att ta hand om medlemmarnas önskemål och synpunkter. Det är samtidigt viktigt att komma ihåg att KfS överlät alla sina butiker till KF år 1992. Föreningen har sedan dess arbetat för att öka sitt inflytande i KF:s butiksverksamhet i Stockholmsområdet. En avgörande förändring i den delen inträffade år 2015, då föreningen förvärvade en minoritetsandel om 33 % i KF:s dotterbolag Coop Sverige AB, som idag äger samtliga aktier i Coop Butiker och Stormarknader AB (nedan CBS), där butikerna ligger. Föreningen diskuterar dessutom sedan en längre tid en lösning med KF som innebär att KF och KfS tillsammans övertar aktierna i CBS, vilket skulle ge KfS ett ökat inflytande direkt i butiksbolaget CBS. Föreningens ställning som delägare i Coop har lett till ett betydligt starkare fokus på ägarstyrning än tidigare, även om det fortfarande är KF som majoritetsägare som ytterst bestämmer över Coop Sverige AB och CBS.

KF, CBS och KfS har i särskilt träffat avtal kommit överens om att föreningens ägarombud får utföra aktiviteter och samråda med butikscheferna ett antal gånger per år. Aktiviteterna anknyter till de teman och den marknadsplan som fastställs av marknadsavdelningen i Coop Sverige AB för varje kalenderår. Dessa aktiviteter syftar till att stärka Coops affär och att ge möjlighet för ägarombud och medlemmar att mötas. Härutöver finns det möjlighet för ägarombuden att utföra egna aktiviteter, förutsatt att dessa är överenskomna med butikschefen och med KfS. Ett villkor är alltid att KfS ägarombud måste respektera att det är CBS som ansvarar för och sköter driften i butikerna, vilket naturligtvis inte hindrar att KfS och dess ägarombud kan framföra synpunkter och förslag till butikscheferna.

Som framgår ovan kan KfS inte styra i operativa frågor i CBS, men föreningen kan på olika sätt verka för att verksamheten ska bedrivas på visst sätt. Detta sker i första hand genom att föreningen agerar på föreningsstämman i KF eller på bolagsstämman i Coop Sverige AB, men kan också ske genom att KfS är representerad i styrelserna i KF, Coop Sverige AB och i CBS. När det gäller styrelsearbetet är det dock viktigt att komma ihåg att styrelseledamöterna endast kan verka i en sådan riktning som respektive ledamot anser ligger i det aktuella företagens intresse.

Föreningens roll som delägare i Coop gör ägarstyrningsfrågorna särskilt viktiga för KfS. Detta gäller inte minst den interna kommunikationen i dessa frågor med medlemmar och ombud. Föreningsstyrelsen söker löpande finna vägar för en utveckling av dialogen med ombud och medlemmar, och som ett resultat av föreningens ägande i Coop avser föreningsstyrelsen att bl.a. införa årliga s.k. strategidagar för ägarombuden. Dessa strategidagar ger ökade möjligheter till intern dialog i strategiskt viktiga ägarfrågor, och breddar möjligheten för ägarombud att engagera sig i föreningens verksamhet. Föreningen överväger också att införa ytterligare ett antal möten med ägarombuden för att kunna diskutera angelägna frågor.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

*att motionens första att-sats anses besvarad*

*att motionens andra att-sats anses besvarad.*



# AFFÄRSFRÅGOR COOP

## **Allmänt angående motioner som avser affärsdriften i Coop**

En majoritet av årets motioner avser affärsrörelsen i Coop. Dessa motioner handlar ofta om etablering, nedläggning, drift, sortiment, kvalitet, marknadsföring, utbildning eller liknande i Coops butiker. Föreningsstyrelsen vill påminna om att det är Coop som äger butikerna och inte KfS. KfS kan således inte vidta några direkta åtgärder avseende den operativa driften av butikerna. Däremot har föreningen i sin egenskap av delägare i Coop möjlighet att verka för en motion på något av de olika sätt som beskrivs i inledningen till detta dokument. Ibland kan det emellertid vara betydligt effektivare att vända sig direkt till Coop, som då får möjlighet att ge snabbare svar eller vidta åtgärder när de märker att det finns ett konsumenttryck i en viss fråga. För Coop är detta av stor vikt, eftersom Coop inte kan agera om inte synpunkterna når dem i tid.

## **Motion 3**

### **Att sluta subventionera flygresor som en medlemsförmån**

Effekterna av klimatförändringarna blir allt starkare med allt fler människor på flykt världen över. Behovet av drastiska utsläppsminskningar är enligt världens samlade klimatforskning akut om vi ska klara av att uppnå det globala klimatavtalet enligt vilket uppvärmningen ska begränsas till 2 grader, med sikte på 1,5 grader. För att åstadkomma detta krävs att medelsvensken snabbast möjligt minskar sina utsläpp från i medeltal dryga 8 ton per år, till 1-2 ton per år. En flygresa tor Stockholm-Thailand släpper ut 2 ton koldioxidekvivalenter per person som då alltså har förbrukat hela sin "kvot" för det året. Om avtalet ska kunna nås och en skenande klimatförändring förhoppningsvis kunna avvärjas så behöver flygresorna minska radikalt. Att endast ersätta det fossila bränslet med förnybara alternativ istället för att minska flygandet radikalt, kommer bara leda till ytterligare konflikter kring markanvändning och livsmedelsförsörjning då flyget som sådant är en mycket energikrävande transportform, jämfört med exempelvis tåg.

Politiskt är vi på väg mot en flygskatt. Coops medlemsförmåner innebär i nuläget raka motsatsen, att flyget istället subventioneras.

En lösning på detta är att Coop exkluderar alla flygresor ur sitt medmera-bonusprogram och ersätter dem med förmåner som istället subventionerar tåg, buss och cykeltransporter. Detta skapar win-win situationer på många plan. Genom att subventionera cykel, tåg och busstransporter skapas bättre förutsättningar för ökad folkhälsa, mindre föroreningar och buller, mindre markanspråk och i synnerhet en kraftigt minskad klimatpåverkan.

Yrkande

*att Coop exkluderar flygresor från medmera-bonussystemet att Coop ersätter flygförmåner med tåg- och cykelbaserade förmåner.*

Paula Richter

## **Motion 4**

### **Ett klimatsmart bonusprogram där flygresor ersätts med klimatvänligare alternativ som tåg, buss och cykelförmåner.**

Effekterna av klimatförändringarna blir allt starkare med allt fler människor på flykt världen över. Behovet av drastiska utsläppsminskningar är enligt världens samlade klimatforskning akut om vi ska klara av att uppnå det globala klimatavtalet enligt vilket uppvärmningen ska begränsas till 2 grader, med sikte på 1,5 grader. För att åstadkomma detta krävs att medelsvensken snabbast möjligt minskar sina utsläpp från i medeltal dryga 8 ton per år, till 1-2 ton per år. En flygresa tor Stockholm-Thailand släpper ut 4,6 ton koldioxidekvivalenter (inkl. höghöjdseffekt) per person som då alltså har förbrukat mer än dubbelt över hela sin "kvot" för det året. Om avtalet ska kunna nås och en skenande klimatförändring kunna avvärjas så behöver flygresorna minska radikalt.

Att endast ersätta det fossila bränslet med förnybara alternativ istället för att minska flygandet radikalt, kommer bara leda till ytterligare konflikter kring markanvändning och livsmedelsförsörjning då flyget som sådant är en mycket energikrävande transportform, jämfört med exempelvis tåg.

Politiskt är vi på väg mot en flygskatt. Coops medlemsförmåner innebär i nuläget raka motsatsen, att flyget istället subventioneras. För att Coop ska kunna behålla sin trovärdighet och visa att man menar allvar med sitt arbete för en hållbar utveckling är det dags att byta fossiltunga flygbonusar som är något av det mest påfrestande vi kan göra när det gäller klimatet, mot mer hållbara alternativ.

Lösningen som föreslås är att Coop byter ut alla flygresor ur sitt medmera-bonusprogram mot förmåner som istället subventionerar tåg, buss och cykeltransporter. Detta skapar win-win situationer på många plan. Genom att subventionera cykel, tåg och busstransporter skapas bättre förutsättningar för ökad folkhälsa, mindre föroreningar och buller, mindre markanspråk och i synnerhet en kraftigt minskad klimatpåverkan.

Jag föreslår

*att Coop exkluderar flygresor från medmera-bonussystemet att Coop ersätter flygförmåner med tåg, buss och cykelbaserade förmåner.*

Elisabeth Norberg



## Motion 5

### Klimatförändringarna

Coop ska inte erbjuda sina medlemmar där resorna genomförs med flyg.

#### Motivering

Klimatförändringarna kräver att alla förändrar sina vanor. Flyget bidrar till en stor andel av utsläpp av växthusgaser. Det räcker inte längre med att kompensera utsläppen med motåtgärder. Utsläppen måste minska om vi ska ha en chans att vända utvecklingen.

”Coop - Sveriges grönaste matkedja”. Jag vill att Coop lever upp till sitt eget motto!

Teresa Soler

## Motion 6

### Kampanjer för flygande

Vi nås dagligen av nya rapporter om att det står illa till med klimatet. I alla verksamheter överallt måste vi ta ansvar för att inte hamna i en klimatkatastrof. Ingen kan komma undan detta. När det gäller oss människor i de nordiska länderna så finns det ingen åtgärd som gör så stor nytta som att minska på flygandet. I Sverige är flygandet just nu på väg att gå om personbilstrafiken när det gäller skadliga utsläpp. Det rimmar illa att ”Sveriges grönaste butikskedja” understödjer nöjesflygandet med kampanjer och rabatter. I skrivande stund finns det t.ex. ett erbjudande om träningsresor till Rhodos. Från klimatsynpunkt är det ren dårskap.

#### Föreslår

*att Coop bör sluta erbjuda rabatter för utrikes flygresor men arbeta för att utveckla samarbeten med tågresa-arrangörer och erbjuda rabatter där istället.*

Margareta Smedberg Andersson

### Utlåtande motion 3-6

Coop arbetar löpande med att ställa krav på sina samarbetspartners hållbarhetsarbete, och både TUI och SAS var bäst i sina respektive branscher i Sustainable Brands. Hållbarhetsfrågorna är centrala i hela konsumentkooperationen, och det är en självklarhet för såväl KfS som Coop att arbeta aktivt med dessa frågor.

Föreningsstyrelsen konstaterar att denna fråga har varit upp till behandling på föreningens stämmor tidigare, och senast under höststämman 2017. Coops medlemsprogram syftar till att skapa nytta för medlemmarna. Coop erbjuder medlemmar ett antal olika erbjudanden och valfrihet i hur medlemmarna kan använda sina poäng. Utgångspunkten när Coop väljer partners är att erbjuda varor och tjänster som medlemmarna vill ha och där man tillsammans med en partner kan ta fram ett bra erbjudande.

Inför övergången till ett medlemsprogram med poäng år 2014 genomförde Coop medlemsundersökningar för att ta reda på vad det var som medlemmarna såg som de mest intressanta erbjudandena. Ett av de önskemål som hamnade högst på listan var rabatter på reseupplevelser. Resor och erbjudanden kopplade till resor är mycket

populära och efterfrågade medlemserbjudanden. Coop samarbetar idag med TUI och SAS, Swebus, Tallink Silja, Strömme Kanalbåtar samt Cykelkraft. Coop vill bredda erbjudandet, gärna med mer hållbara alternativ. Coop har länge haft en dialog med SJ baserat på att många medlemmar efterfrågar tågresor också, men det krävs en affärsöverenskommelse med SJ för att det ska bli verklighet. I år kommer dock Coop att ha en sommarkampanj tillsammans med SJ.

När det gäller flygresorna är det en balansgång mellan vad medlemmarna vill ha och synen på hållbarhet i flygresor. TUI och SAS är viktiga samarbetspartners som bidrar till att göra Coops lojalitetsprogram attraktivt. Hos SAS finns möjlighet att klimatkompensera. Utöver det lanserade Coop under november 2017 möjligheten till miljöbidrag genom att plantera träd med Vi-skogen.

Det är medlemmarna som väljer hur de vill använda sina poäng, och Coop erbjuder det som har efterfrågats av medlemmarna. Coops medlemsprogram är i ständig utveckling och man arbetar aktivt för att hitta erbjudanden som många medlemmar tycker är bra, och som tillför något till medlemsnyttan. KfS arbetar å sin sida med bl.a. kunskapshöjning kring hållbar konsumtion gentemot medlemmar. Ett syfte med detta arbete är att öka medvetenheten och i förlängningen skapa den efterfrågan som behövs för att Coop ska kunna vara en ännu mer hållbar livsmedelskedja.

Samtliga motioner (nr 3-6) innehåller yrkanden om att Coop ska agera på visst sätt i frågan om flygresor. KfS årsstämma kan inte besluta vad Coop ska göra eller inte göra, och så som motionsyrkandena är utformade kan därför vare sig bifall eller avslag på motionerna föreslås.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

*att motionerna 3-6 anses besvarade.*

## Motion 7

### Svenskodlat och ekologiskt inom frukt o grönt i butiksledet

Coop är och har varit ledande i utvecklingen av detaljhandelsutbud av svenskproducerade ekologiska produkter inom ”frukt o grönt”.

Det går att göra mer!

Jag bedömer att det finns utrymme att Coop profilerar sig ytterligare som ledande aktör inom detta område. Min bedömning är att vi konsumenter generellt har en stor tilltro till Coop som ett kvalitetsbegrepp för bra mat. Coops konkurrenter inom detaljhandeln arbetar utifrån pris som prio ett.

Det finns ett allt större kundsegment som tydligt efterfrågar kvalitet, närproducerat, klimatsmart, ekologiskt, personligt/identifierbart etc - se de växande innerstadsbutikerna med köptrogna konsumenter.

Föreslår att stämman ger verkställande organ att verka för *1. Butiksavdelningars frukt o grönt övergår till exponering av ekoprodukter utan krav på förpackningar. Ekoprodukter kan då saluföras som lösvikt vilket genererar lägre produktionskostnader och lägre utpris. Då parallellprodukter säljs*



som ej är ekologiskt producerade ska de vara förpackad/ styckmärkta.

2. Svensktorget. Tydlig del i frukt- o gröntavdelningar utformas för säsongsvor av svenskproducerade varor. Gör det intressant med recept, info mm för varje varugrupp.

3. Odlare. Bjud in odlare/producent att vara levande "skyltdocka". Traditionellt som "demo" är Ok men lite uttjat. Skapa mer spännande/intressanta grepp som live-illustration av odlarens produktion, odlarens tips, designad trädgård i butiksavdelningen,... etc

Ulf Engström

### **Utlåtande motion 7**

Föreningsstyrelsen bedömer att det inte är rimligt att helt slopa förpackningar på ekologiska produkter. Det kan finnas goda skäl att i vissa fall behålla förpackningarna på en del varor. Förpackningar inte bara skyddar utan ökar även hållbarheten, vilket är extra viktigt för ekologiska produkter som generellt har kortare hållbarhet och där risken för kontaminering bör hållas så låg som möjligt. Genom ökad hållbarhet minskar också matsvinnet. I övrigt arbetar Coop löpande med att försöka hitta klimatsmarta förpackningar och med att ta bort förpackningar där de inte tillför produkten något värde för kunderna.

När det gäller vad motionären kallar "Svensktorget" anser föreningsstyrelsen att Coop redan idag exponerar lokala varor på ett tydligt sätt. Coop försöker att under säsong samla det mest relevanta som är närodlat/av svenskt ursprung på ytor som det ska vara enkelt för kund att orientera sig kring. Förslaget att på ett ännu mera intressant sätt exponera produktionen av ekologiska produkter är värt att utveckla om det utformas på ett bra sätt och i de butiker som har utrymme för en sådan exponering.

Det kan vara svårt att få odlaren på plats i samtliga butiker i en stor butiks kedja som Coop, men idén om att knyta konsumenterna närmare odlarna för att öka kunskapen och förståelsen för odling och svenskt jordbruk är god, och något som föreningsstyrelsen tar till sig.

Föreningsstyrelsen avser att även fortsättningsvis vara drivande avseende utvecklingen i Coops frukt-och gröntavdelningar.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

att motionen anses besvarad.

### **Motion 8**

#### **Kaliumnitrit/natriumnitrit i charkvaror**

Kaliumnitrit/natriumnitrit ingår i ett stort antal charkvaror. Huvudsyftet med tillsatserna är bl.a. att bevara en röd/rosa färg hos charkvarorna.

Ett flertal undersökningar visar att denna tillsats är onödig och misstänks vara cancerogen. Se t.ex. SVT's reportage: "Dokument utifrån" den 10 dec 2017.

Med tanke på de hälsorisker som användning av nitriter kan medföra så yrkar jag på att de charkvaror som säljs i COOP-butikerna och som innehåller kaliumnitrit/ natriumnitrit skall märkas tydligare än det görs idag.

Bättre är förstås att märka de charkvaror som är kalium-

nitrit/natriumnitritfria. Det blir då lättare för konsumenten att välja de nitritfria alternativen. Här kan COOP gå i bräschen för att saluföra en hälsosammare produkt.

Manfred Meier

### **Utlåtande motion 8**

Kaliumnitrit/natriumnitrit är en livsmedelsgodkänd tillsats som inte bara används för den rosa färgen i charkprodukter utan också används för att förhindra tillväxt av bakterien Clostridium botulinum. Clostridium botulinum är en mycket farlig bakterie som kan bilda ett nervgift, botulinumtoxin, vilket enligt uppgift är ett av starkaste gifter man känner till. Det pågår en debatt om att nitrit kan öka risken för cancer, men Livsmedelsverket anser att det idag inte finns några studier som visar på detta. Livsmedelsverket skriver på sin hemsida att riskerna med nitrat, nitrit och nitrosaminer i livsmedel är små, givet de låga halter av ämnena vi normalt får i oss.

Rena oförfälskade varor har varit ett viktigt motto för konsumentkooperationen genom historien. Coop utvärderar löpande innehållet i alla produkter under Coops egna varumärken och stor vikt läggs vid att innehållsförteckningarna är tydliga så att konsumenterna ska kunna göra medvetna val. Alla ingredienser, inklusive tillsatser, märks alltid ut i ingrediensförteckningen. Coop märker däremot inte produkterna med vad de inte innehåller eftersom det kan vara vilseledande. Coop följer också gällande rekommendationer från myndigheter samt bevakar den vetenskapliga forskningen gällande nitrit som konserveringsmedel.

Föreningsstyrelsen vill peka på möjligheten att det idag finns goda möjligheter för konsumenten att välja de nitritfria alternativ som redan finns i Coops charkdiskar. Detta kan bl.a. ske genom att välja KRAV-märkta produkter. KRAV-märkning förutsätter nämligen bl.a. att produkten inte innehåller nitrit.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

att motionen anses besvarad.

### **Motion 9**

#### **Påsortiment på Coop**

Som ett led i att hjälpa konsumenter att reducera sin plastkonsumtion har Coop på ett föredömligt sätt varit tidig med miljövänliga plastkassar för att bära hem varorna och även erbjudit bomullskassar som alternativ.

Det skulle dock vara bra att det även gick att köpa miljövänliga småpåsar och avfallspåsar på rulle på Coop. Till och med företag som Clas Ohlsson erbjuder nu komposterbara påsar och jag efterfrågar att Coop följer efter som den självklara ekoprofilerade kedja den är.

Jag yrkar

att Coop hädanefter inför miljövänliga påsar av olika storlekar som det självklara första alternativet i alla sina butiker.

Många bäckar små!

Karin Schaefer



## Utlåtande motion 9

Coop tittar redan på andra alternativ till plast för de avfalls-påsar som idag säljs under Coops varumärke. Ett sådant alternativ är sockerrörplast som det dock finns få leverantörer till. Coop hoppas kunna lansera produkterna i sockerrörplast under augusti 2018.

Föreningsstyrelsen konstaterar att motionärens önskemål om miljövänliga mindre påsar verkar vara på väg att uppfyllas.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att motionen anses besvarad.

## Motion 10

### Miljövänligare diskborstar

För att hjälpa konsumenterna att välja en miljövänligare vardag med mindre plastförbrukning bör Coop följa i ICA:s och andras fotspår och sälja diskborstar med utbytbar borst. Då skulle den enskildes plastsopor minska och samvetet förbättras.

Jag yrkar

att Coop i alla sina affärer säljer diskborstar med utbytbara borst.

Karin Schaefer

## Utlåtande motion 10

Coop har idag diskborstar med svamp där man kan byta ut svampen genom att köpa refill. Dessa artiklar finns tillgängliga i alla Coops butiker. Coop kommer dessutom att se över och påbörja en produktutveckling gällande diskborstar med utbytbar borste.

Föreningsstyrelsen konstaterar att motionärens önskemål därmed är på väg att uppfyllas.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att motionen anses besvarad.

## Motion 11

### Värmeljus

För att underlätta för konsumenterna att leva ett miljövänligare liv bör Coop som den förebild man gärna vill vara, sluta sälja värmeljus och andra levande ljus som är gjort på paraffin och istället prioritera stearinbaserade ljus så som ex Åhlens har gjort. Paraffin kommer som bekant från oljeindustrin medan stearin kommer från växt- och djurriket (då bör man förstås undvika palmolja). Paraffin är heller inte bra för hälsan och att andas in ångorna från ett brinnande sådant ljus har likställts med passiv rökning (enligt Svenska Naturskyddsföreningen och Norska folkhälsoinstitutet).

Jag yrkar

att Coop fasar ut sina paraffinbaserade levande ljus och övergår till produkter baserade på stearin.

Karin Schaefer

## Utlåtande motion 11

Idag finns det både paraffin- och stearinljus på marknaden. Paraffin är baserat på olja som inte är en förnybar råvara medan stearin produceras av palmolja eller animaliskt fett. Emellanåt får alla tre aktuella råvaror kritik i den allmänna debatten. Det finns för- och nackdelar med både stearin- och paraffinbaserade ljus, men båda formerna uppfyller gällande lagkrav. Coops hållning, som föreningsstyrelsen delar, är att detta är en fråga i vilken varje konsument själv måste få välja vilken produkt man helst vill köpa. I denna fråga kan emellertid KFS i sitt eget arbete med kunskapshöjning kring hållbar konsumtion gentemot medlemmar göra en insats och därvid underlätta för konsumenterna att göra medvetna val. Föreningsstyrelsen tar till sig frågan och utvärderar om det kan finnas anledning för föreningen att göra en insats för att höja kunskapen på området.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att motionen anses besvarad.

## Motion 12

### Bristfällig prisinformation i Coop butikerna

Vid varje besök i en Coop butik kan man finna ett antal etiketter och skyltar med prisinformation som är bristfälliga och ofta inte ens följer lagen om exempelvis jämförpriser, kilopris och styckpris. Där styckpris anges i samband med mängdrabatt är det ofta skrivet med mycket liten och därmed svåräst text, oftast betydligt mindre än den som används vid vanlig prisinformation. Den här sortens pris-skylltning är avsedd för att locka till köp av fler produkter, men den ger inte kunden ett relevant underlag för sitt köp-beslut. Att inte ange jämförpriser är olagligt men om man påtalar det i butiken hänvisar personalen alltid till att det är centralt distribuerad information som inte kan ändras lokalt.

Prisinformationen är en av de viktigaste underlagen för ett bra köp. Dålig prisinformation är olaglig och skall inte förekomma i en KF ägd butik. En variant på detta är också erbjudanden ofta förekommande erbjudanden där två varor erbjuds till lägre pris en enstaka vara. Exempelvis två för tio och en för tolv kronor. Det tvingar konsumenten till en kanske oönskad överkonsumtion och har inte i en KF-ägd butik att göra. Man kan gärna ge rabatter men priset per vara skall vara rimligt och relevant.

Frågor om hur kunden upplever den KF ägda butiken i relation till andra butiker är avgörande för föreningen och dessa frågor skall drivas av föreningen och inte bara hänvisas vidare till Coops ledning.

Mitt yrkande är

att KF meddelar Coop att man omgående måste bli korrekt och tydlig i all prisinformation.

att, där informationen är otillräcklig, Coop butiken själv skall komplettera skyltningen med t.ex. en tuschpenna om information saknas.

att alla erbjudanden där två eller fler varor är billigare än en vara inte skall förekomma.

Roland Boss

## ***Utlåtande motion 12***

Föreningsstyrelsen anser att flerköpserbjudanden generellt gynnar både Coop och konsumenterna. En medlem som veckohandlar kan t ex passa på att med rabatt köpa två exemplar av en produkt som håller två veckor i stället för att köpa ett exemplar av samma produkt vid två tillfällen till ett högre pris. Flerköpserbjudanden är vanligt förekommande i handeln och Coop måste konkurrera på samma villkor som övriga aktörer på marknaden. Däremot är det självklart att jämförpriserna tydligt ska framgå och att angivna priser ska vara korrekta, och styckpriset för en vara ska naturligtvis inte kunna vara högre än det totala priset för två eller flera varor. På fråga uppger Coop att det i det här fallet måste ha skett något misstag som naturligtvis ska rättas till. I övrigt följer Coop gällande lagar och branschöverenskommelser och arbetar kontinuerligt med tydligare prisinformation.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

*att motionen anses besvarad.*









**KONSUMENT  
FÖRENINGEN  
STOCKHOLM**

Besöksadress: Jakobsbergsgatan 22 Postadress: Box 3259, 103 65 Stockholm  
Telefon: 08-714 39 60  
info@kfstockholm.se www.kfstockholm.se