



**2025**

Årsrapport

# Innehåll

<b>VD-ord</b> .....	<b>3</b>
<b>Höjdpunkter</b> .....	<b>4</b>
<b>Ordförandeord</b> .....	<b>5</b>
<b>Investeringar under året</b> .....	<b>6</b>
<b>Medarbetare</b> .....	<b>7</b>
<b>Medlem &amp; förening</b> .....	<b>8</b>
<b>Hållbarhet</b> .....	<b>9</b>
<b>Ekonomi</b> .....	<b>12</b>
<b>Organisation</b> .....	<b>16</b>



# Fortsatt nystart för ökad lönsamhet

## – effektivare drift, uppgraderade butiker och tydligare medlemsnytta

2025 har varit ett händelserikt år för Coop Östra. Tillsammans med våra medlemmar, kunder och fantastiska medarbetare har vi utvecklat verksamheten, stärkt vår lokala närvaro och lagt grunden för ett mer konkurrenskraftigt och långsiktigt hållbart Coop i en omvärld präglad av både osäkerhet och möjligheter.

Under året har vi målmedvetet stärkt vår affär och drift för att ännu bättre leverera på det som är viktigt för kunden – butiksupplevelsen, medlemsprogrammet, sortimentet och tillgängligheten. Vi har förenklat arbetssätt, tydliggjort ansvar och uppföljning samt utvecklat våra strukturer kring bemanning, varuflöden och resursutnyttjande. Målet är att skapa ett starkt erbjudande till våra medlemmar och bygga långsiktig konkurrenskraft.

### Uppgraderade butiker för en bättre kundupplevelse

Vi har fortsatt modernisera våra butiker, med fokus på formatutveckling och omställning av butiker i stadsmiljö som särskild prioritet. Genom dessa uppgraderingar skapar vi moderna matmarknader med lokal anpassning där matglädje, prisvärdhet och tillgänglighet står i centrum. Samtidigt har vi stärkt sortiment och prisbild, med fokus på egna varumärken, ett mer kundrelevant erbjudande och tydligare lyft fram värdet av det medlemsägda – att överskottet återinvesteras i verksamheten eller går tillbaka till medlemmarna.

### Fusionen med Coop Syd skapar ökad effektivitet

En av årets största händelser var beslutet om fusion mellan Coop Östra och Coop Syd. Det är ett strategiskt steg som gör vårt gemensamma butiksnätverk större och starkare, och som ger

möjlighet att fullt ut integrera Coop Syds butiker i den nystartsresa Coop Östra påbörjat. Genom fusionen skapar vi bättre förutsättningar för en mer effektiv och konkurrenskraftig verksamhet, ett starkare erbjudande för våra kunder och medlemmar, bättre utnyttjande av skalfördelar samt förbättrad lönsamhet över tid. Vårt fokus framåt är en trygg och välkomnande integration, där vi tillsammans fortsätter att utveckla en effektiv och modern butiksdrift som levererar på kundernas och medlemmarnas behov.

### Sveriges bästa medlemsprogram

Vi har under året fortsatt att utveckla vårt medlemserbjudande. I början av 2025 utsåg Matpriskollen Coops medlemsprogram till det mest förmånliga på marknaden, med branschens starkaste bonusmodell för hushåll som väljer att samla sina inköp hos oss. Det är vi mycket stolta över – inte minst eftersom våra medlemmar, som också är våra ägare, ska göra den bästa affären i vardagen. Genom medlemspriser, bonus och relevanta erbjudanden har vi kunnat ge betydande värden tillbaka till våra medlemmar, trots ett pressat kostnadsläge. Framåt kommer vi att fortsätta investera i och vidareutveckla medlemsprogrammet – för att göra det ännu enklare att förstå för våra kunder och medlemmar.

### Ett utvecklat erbjudande för att möta förändrade kundbeteenden

Kundbeteenden fortsätter att utvecklas snabbt. Prismedvetenheten är hög, efterfrågan på hållbara alternativ ökar och kraven på en smidig kundupplevelse – i butik och online – skärps. Vårt svar har varit att kombinera starka priserbjudanden, tydlig medlemsnytta och ett mer träffsäkert sortiment. I en tid av ökade inköpskostnader har

vi arbetat för att hålla prisökningarna lägre än kostnadsutvecklingen och samtidigt genererat höga värden tillbaka till medlemmarna genom rabatter, bonus och medlemsförmåner. Vår onlinehandel har fortsatt att utvecklas, drivet av vårt gemensamma fokus på kvalitet, leveransprecision och kundupplevelse.

### Medarbetarutveckling och kultur lägger grunden för vår nystart

Våra medarbetare är kärnan i vår verksamhet. I en tid präglad av förändring och höga krav har de fortsatt möta kunder och medlemmar med professionalism och ansvarstagande. Genom en tydlig metod för att hålla riktning, driva utveckling och bygga kultur har vi vidareutvecklat ledarskap, affärsmässighet och samarbete – både i butik och på våra supportfunktioner. Kompetensförsörjning och arbetsmiljö har varit prioriterade områden, med fortsatta satsningar på utbildning, talangprogram och karriärvägar, samtidigt som vi systematiskt arbetar för en trygg, säker och hållbar arbetsmiljö.

### En föränderlig omvärld ställer höga krav på vår anpassningsbarhet

Det gångna året har också präglats av utmaningar. Geopolitiska spänningar och förändrade handelsvägar har ställt krav på snabb anpassning, stabilitet och tydliga prioriteringar. Det är ingen hemlighet att vi ännu inte nått den lönsamhetsnivå vi strävar efter, men vi är i grunden på rätt väg och har en tydlig plan för hur vi ska ta oss vidare. Vi har arbetat med vår prisposition, för att säkerställa att vi både är och upplevs vara ett prisvärt och tryggt val. Avslutningen på året, inte minst vår lyckosamma julkalender med starka priserbjudanden, visar

att kombinationen av attraktiva priser och god genomförandekraft i butik uppskattas och ger effekt.

### Tillsammans bygger vi Coop Östra

När vi nu går in i 2026 tar vi med oss lärdomar och energi från 2025. Fusionsarbetet med Coop Syd, fortsatt modernisering av butiksnätet, förstärkt pris- och medlemserbjudande, vidareutveckling av vår onlineaffär och ett tydligt fokus på kärnaffären är centrala prioriteringar. Samtidigt fortsätter vi arbeta med lönsamhet, kostnadskontroll och effektivisering – alltid med kund och medlem i fokus.

För mig handlar utvecklingen av Coop Östra om helheten – samspelet mellan affär, drift, format och kultur. När dessa delar drar åt samma håll bygger vi ett starkt Coop Östra för framtiden.

Tack för det förtroende ni har visat oss under 2025. Tillsammans med våra medlemmar, kunder, medarbetare och förtroendevalda fortsätter vi resan mot vår ambition: att vara den självklara mötesplatsen för god, hållbar och prisvärd mat.



Fredrik Brandel

Tf. VD och CFO

# Årets höjdpunkter

## Coop Östra – en gemensam organisation 1 januari 2025

Den 1 januari bildades Coop Östra genom sammanslagningen av Konsumentföreningen Stockholm och den butiksdrivande verksamheten Coop Östra Försäljning AB. Syftet var att skapa en samlad organisation för att modernisera och effektivisera verksamheten. Under hösten flyttade vi in ett nytt gemensamt kontor i Hagastaden i Stockholm – ett viktigt steg för att möta framtidens krav på flexibilitet, hållbarhet och innovation.

## Stark försäljningsutveckling

Försäljningsvolymen har ökat med +1,4 % ackumulerat för helåret 2025. Även omsättningen ökade med +4,3 %. Ett av årets mest betydelsefulla initiativ har varit införandet av tydligt definierade säljplatser, baserat på analyser av butikernas kundvarv. Arbetet har kombinerats med investeringar i ny inredning och förbättrad exponering och genomförts i nära samarbete med butikerna. Sammantaget bedöms initiativet ha bidragit till en omsättningsökning om cirka 100 miljoner kronor inom berörda subkategorier.

**20 000**  
besökare

## Coop Östras familjedag på Skansen 7 september

En dag fylld med upplevelser för stora och små – med fri entré för medlemmar, rabatter i Skansens butiker och ett fullspäckt program med barnteater, cirkusskola och roliga tävlingar. Med närmare 20 000 besökare blev Skansendagen en rolig mötesplats för både medlemmar och medarbetare.



## Fortsatt fokus på Frukt & Grönt ger resultat

Frukt & Grönt har varit ett särskilt prioriterat fokusområde, framför allt inom Stora Coop. Genom förbättrad säljplanering, tydligare sortimentsstyrning och mer konsekvent genomförande i butik har avdelningen ytterligare stärkt sin roll som trafik- och värdedrivare.

## Citylyftet – en uppgradering av vårt butiksnät

Coop Östra har en ambitiös investeringsagenda och har under 2025 fortsatt vår satsning på att modernisera butiksnätet, utveckla sortimentet och effektivisera butiksdriften. Totalt har åtta större butiksomställningar genomförts under året. Till exempel nyinvigdes Stora Coop Västberga, Coop Midsommarkransen och Coop Finn Malmgren. Uppgraderingarna har fokuserat på ett uppdaterat kundvarv med särskilt fokus på färskvaror. Investeringarna har lett till ökad försäljning och ökad kundnöjdhet. Därutöver har ett antal mindre butiksinvesterings genomförts.

## Fusion med Coop Syd

Årets största strategiska satsning har varit beslutet om att fusionera med Coop Syd. Ansökan godkändes av Konkurrensverket under hösten och väntas genomföras innan sommaren 2026. Som gemensam organisation kommer vi att ha närmare 300 butiker och omsätta 20 miljarder kronor. Fusionen skapar på sikt bättre förutsättningar för ökad effektivitet, starkare erbjudanden och förbättrad lönsamhet. Tillsammans blir vi enklare, tydligare och mer effektiva – och visar vägen för hur ett framtida och mycket mer konkurrenskraftigt Coop kan se ut.

*Som gemensam organisation blir vi enklare, tydligare och mer effektiva*

# Långsiktig konkurrenskraft

## – mod, förändring och medlemsnytta

2025 har varit ett år som prövat både vår omvärld och oss som organisation. Geopolitisk oro och pressade hushållsekonomier har påverkat våra medlemmars vardag – och därmed också Coop Östras förutsättningar att fullt ut möta förväntningarna på pris, tillgänglighet och kundupplevelse. För mig som ordförande sammanfattas året bäst i tre ord: **krävande, lärorikt och avgörande.**

Krävande, därför att många beslut har behövt fattas i motvind. Lärorikt, därför att vi tydligt sett vad som fungerar – och vad som inte längre gör det. Avgörande, därför att de vägval vi gör nu kommer att forma Coop Östra långt bortom nästa bokslut.

### Att ta ansvar när det blåser

Styrelsens uppdrag är att tänka långsiktigt, även när det kortsiktigt skaver. Under året har vi stått inför tillfällen där det hade varit enklare att trycka på pausknappen och invänta lugnare tider. Men vi har valt att gå vidare. Inte av envishet – utan av ansvar.

Vi har fortsatt investera i omfattande butiksomställningar. Bakom varje sådant beslut finns en vardag: en trång citybutik som behöver bli en modern och inspirerande matmarknad. Att ställa om våra butiker är inte ett självändamål – det är en förutsättning för att vara relevant även i morgon.

Styrelsens mod handlar i grunden om detta: att våga fatta beslut som stärker Coop Östras konkurrenskraft på sikt, även när de inte ger omedelbar utdelning.

### Människorna gör skillnaden

Långsiktig konkurrenskraft handlar inte bara om lokaler och logistik – den handlar om människor. Under de senaste åren har vi därför gjort betydande satsningar på ledarskap, utbildning och kultur – genom butikskoacher och målmedveten utveckling av unga talanger inom ramen för vårt framtidsprogram.

Styrelsens roll är inte att styra detaljer i vardagen, men vi har ett tydligt ansvar för riktning och värderingar. Vi ska säkerställa rätt förutsättningar för våra medarbetare – stöd, kunskap och ett ledarskap som gör det möjligt att skapa goda kundmöten, varje dag. När ett team får rätt verktyg och trygghet, märks det direkt i butiken.

### Medlemmarna – vår kompass

Att Coop Östra ägs av sina medlemmar innebär ett ansvar som sträcker sig längre än det ekonomiska resultatet. Vår uppgift är att förvalta förtroendet från hundratusentals människor som valt att äga sin matkedja tillsammans.

Under året har medlemmarna märkt av våra förändringar. Vissa butiksomställningar har inneburit tillfälliga störningar, logistikutmaningar har påverkat tillgängligheten och prispresen i marknaden har varit kännbar. Samtidigt har många sett resultatet av ett mer systematiskt prisarbete, modernare butiker och ett tydligare fokus på medlemsnytta.

De kommande åren vill jag att medlemmarna märker att vi prioriterar prisvärda och konkurrenskraftiga priser, starkare erbjudanden, att deras

butiker utvecklas som trygga, inspirerande mötesplatser och att vi konsekvent väljer långsiktigt hållbara lösningar framför kortsiktiga genvägar.

### Det är mitt löfte till våra medlemmar.

### Blicken framåt

Det senaste året har Coop Östra tillsammans med övriga föreningar, Coop Sverige AB och KF arbetat närmare varandra än på mycket länge. Ett arbete för att Coop ska stå starkt, relevant och hållbart även i framtiden. Under hösten tog vi fram en gemensam affärsplan som nu ligger till grund för hela Coops arbete under perioden 2026–2028. Planen är konkret, långsiktig och brett förankrad i hela organisationen. Genom ökat samarbete skapar vi bättre förutsättningar för ökad effektivitet, medlemserbjudanden och försäljning.

Ser vi tre till fem år framåt är pris en avgörande fråga – men inte den enda. För att vara den mest attraktiva matkedjan för våra medlemmar behöver vi lyckas med tre prioriteringar: en varuförsörjning som fungerar, en fortsatt modernisering av butiksnätet, och ett förstärkt medlemsvärde där pris, bonus och erbjudanden upplevs som relevanta i vardagen.

Den mest brådskande frågan är att få helheten att hänga ihop – från leverantör till butikshylla. Den riktigt stora konkurrens fördelen, om vi lyckas, ligger i kombinationen av starka medarbetare, förtroendefulla medlemsrelationer och butiker som människor faktiskt vill besöka.

### Lärdomar och stolthet

Min viktigaste lärdom från året som gått är att ut-hållighet är en strategisk tillgång. Förändring tar tid, och skapar osäkerhet. Men att inte förändra sig är ett betydligt större risktagande.

Det jag är mest stolt över är att styrelsen har vågat stå fast vid våra beslut. Vi har valt att investera i framtiden för Coop Östra, för våra medlemmar och för kommande generationer.

När jag blickar framåt hoppas jag att medlemmarna som läser detta känner både lugn och hopp. Lugn i att Coop Östra tar sitt ansvar och hopp i att vi, tillsammans, bygger en starkare, mer relevant och mer hållbar kooperation.



*Kerstin Wallentin*  
Ordförande, Coop Östra

# En ambitiös investeringsagenda

Coop Östra befinner sig på en intensiv nystartsresa för att fortsätta driva tillväxt, stärka vår konkurrenskraft och säkerställa en långsiktigt hållbar lönsamhet. Vi har en ambitiös investeringsagenda för att skapa bättre butiksupplevelser och en mer effektiv verksamhet – för ökad försäljning och lönsamhet. Genom medvetna satsningar tar vi viktiga steg mot en mer sammanhållen kundupplevelse och ett starkare lokalt erbjudande.



# 185

Vid räkenskapsårets utgång äger och driver bolaget 185 (186) butiker, varav 74 i franchisedrift, inom formaten Coop, Stora Coop, Coop Mini/Alltid Öppet samt X:-tra. E-handel erbjuds till privatpersoner, företag, organisationer och kommuner via coop.se genom e-handelsnav i Eskilstuna, Häggvik, Norrköping, Nyköping, Uppsala, Vällingby och Värmdö samt genom Skärgårds-Coop under sommartid.

## Satsningar på medarbetare genom utbildning och kompetensväxling

Vårt medarbetarprogram har under 2025 fortsatt vara vår gemensamma metod för att omsätta strategi till vardag – från årets kickoff i januari till riktade forum i distrikt och inför fusionen med Coop Syd. Fokus har legat på beteenden, uppföljning och genomförandekraft i både butik och stödorganisation.

Vi har mätt, utbildat och övat: pulsmätningar med hög svarsfrekvens, första hjälpen-/HLR-/släckövningar, samt omfattande Frukt & Grönt-, bageri- och delikatessutbildningar i butik med våra specialiserade butikskoacher – allt för att stärka arbetsmiljö, kompetens och kundmötet.

## Fortsatta investeringar i butik

2025 växlade vi upp tempot i våra butiks-uppgraderingar, med särskilt fokus på butiker i statsmiljö genom det så kallade Citylyftet. I butik efter butik har kundvarvet öppnats upp, sortimentet stärkts och nya inspirerande koncept vuxit fram. Flera cityenheter har fått allt från utökade frukt- & gröntyor och moderniserade bagerier till nya temasektioner och snabbare, smartare flöden. Under årets

sista kvartal kunde vi nynniga sex citybutiker – alla fyllda med ny energi, stolthet och matglädje.

Citylyftet har blivit mer än moderna hyllor och nya koncept – det har blivit en berättelse om förflyttning, framtidstro och matglädje. Tillsammans med våra medarbetare, våra kunder och våra lokala samhällen har vi skapat butiker som inte bara möter behoven i dag, utan inspirerar inför morgondagen.

## Ibland fångar en enskild butik själva kärnan i vad Citylyftet handlar om.

Ibland fångar en enskild butik själva kärnan i vad Citylyftet handlar om. Coop Tomtebogatan är ett sådant exempel. Efter en genomgripande modernisering och ett tydligare fokus på färskvaror blev förändringen direkt märkbar – inte bara i atmosfären, utan i siffrorna. Under 2025 ökade butiken sin omsättning med drygt 25 procent, en av de starkaste ökningarna bland alla Coops franchisebutiker i landet. Ett bevis på att rätt satsningar, i rätt läge, med rätt kraft, verkligen kan skapa en nystart.

# En nystart med medarbetarna i centrum

2025 blev året då Coop Östra tog tydliga steg mot ett mer samlat, modernt och handlingskraftigt arbetssätt med våra butiksmedarbetare i centrum. Genom riktade satsningar och stärkt ledarförsörjning har vi lagt grunden för att ge butikerna bättre stöd och ytterligare verktyg för att skapa värde för medlemmar och kunder.

En central del av årets arbete har varit att stärka butikernas vardag. Under året har flera initiativ påbörjats och utvecklats för att förenkla, tydliggöra och effektivisera butiksinterna processer, så att mer tid frigörs till kundmötet, försäljningen och det operativa arbetet.

## Första året som gemensam organisation

Under året har vi fortsatt att samla support- och föreningskontoren till ett gemensamt Coop Östra. Genom sammanslagningen och flytten till nya, gemensamma lokaler har vi skapat tätare samarbete, kortare beslutsvägar och ett mer effektivt stöd till butikerna. Denna struktur möjliggör snabbare prioriteringar, minskade dubbelarbeten och en tydligare riktning mot butikernas behov.

Moderniseringar av system och processer – bland annat lönehantering och förbättrade databasstrukturer – har dessutom lagt grunden för högre kvalitet och stabilare servicefunktioner. Allt med ett tydligt mål: att ge våra butiker bästa möjliga support för att leverera på medlemmarnas och kundernas behov och förväntningar. Tillsammans fortsätter vi nystartsresan med kraft, kompetens och engagemang.



## Framtidsprogrammet för nästa generations ledare

För att säkra framtidens kompetens har vi fortsatt investera i våra blivande ledare. Den andra omgången av Framtidsprogrammet startade i januari, där tio talanger utvecklas inom ledarskap, affärsmannaskap, föreningsdemokrati och praktik i butik. Programmet är en central del av vår långsiktiga strategi för att forma nästa generations butikschefer och teamledare, och ytterligare en programstart för 2026 är redan planerad.

## TalangAkademin

Coop Östra har ett partnerskap med TalangAkademin, en icke vinstdrivande organisation med fokus på samhällsnytta och som erbjuder en enklare väg till jobb genom en praktik med validering. Våra butiker tar emot talanger för en 6–8 veckor lång praktik. Inför 2026 kommer vi att utöka samarbetet med TalangAkademin och även antalet butiker som tar emot talanger. Praktiken är en värdefull erfarenhet som ökar chanserna att få ett riktigt jobb och är även en bra möjlighet för oss på Coop Östra att rekrytera nya medarbetare.

# 5 302\*

Antal anställda

\*Inklusive franchise

# 60,5%

Andel kvinnor

# 57%

Andel kvinnor i företagsledningen

# 32,21 år

Medelålder

# Medlemsdemokrati i Coop Östra

Coop Östra är den största föreningen i Coop-familjen med över 1,4 miljoner medlemmar med ett stort geografiskt upptagningsområde. I Coop Östra är det medlemmarna som äger föreningen och därmed utgör grunden för hur den styrs och utvecklas. Varje medlem som har betalat en insats i föreningen har en röst och kan vara med och påverka, oavsett hur mycket man handlar för. Denna princip – en medlem, en röst – är hjärtat i den kooperativa modellen och gör Coop till något annat än en traditionell matkedja.

## Ett demokratiskt ekosystem

I en förening med över 1,4 miljoner medlemmar är det omöjligt att alla engagerar sig i alla frågor. Därför har Coop Östra en representativ demokrati-modell där medlemmarna utser sina företrädare – ägarombuden.

Ägarombuden är medlemmar som vill engagera sig mer aktivt i föreningen. De fungerar som länken mellan medlemmarna, butikerna och Coop Östra. Under sin mandatperiod deltar de i olika forum och aktiviteter och har dialoger med både ledning, butik och enskilda medlemmar.

Ägarombuden är även ombud och representerar medlemmarna på föreningsstämman. Där är de med och fattar beslut, som att utse styrelse, besluta om ansvarsfrihet och ta ställning till de motioner som medlemmarna lämnat in.

Vilka som blir ägarombud är det medlemmarna som bestämmer genom att rösta i ägarombudsvalet.

## Så funkar det i praktiken

Medlemsdemokratin gör att Coop inte bara är en matbutik utan en medlemsägd rörelse där riktningen framåt avgörs av dem som är medlemmar och handlar i butikerna. Det är tillsammans med medlemmarna som framtidens Coop Östra skapas.

- Medlemmarna delar synpunkter, deltar i dialoger och undersökningar och har möjlighet att skriva motioner till stämman.
- Medlemsinsikter samlas in och paketeras för att ge en tydlig bild av medlemmarnas behov och önskemål.

- Ägarombuden tar del av, och samlar själva in, inspel och insikter från medlemmarna. Detta för att skapa en så bra bild som möjligt av vad föreningens medlemmar vill och för att kunna fatta välgrundade beslut på föreningsstämman.
- Styrelsen och företagsledningen arbetar på uppdrag av stämman, som i slutändan representerar medlemmarnas vilja.

## Tre frågor till Linus Gusfors

**I oktober började Linus Gusfors som ny chef för medlemsverksamheten i Coop Östra. Linus har jobbat på Coop i många år inom försäljning. Närmast kommer han från rollen som distriktschef.**

### Hur har din upplevelse av rollen varit hittills?

Vår ägarmodell är något som är helt unikt i vår bransch och utgör grunden för vår verksamhet. Med det sagt gick det fort att inse att det finns otroligt mycket att sätta sig in i för att säkerställa att vi följer de stadgar och riktlinjer som finns och att vi levererar på vad våra ägare, d.v.s. våra medlemmar, vill genom hela vår organisation.

Med min bakgrund inom försäljning kan jag bidra med ett nytt perspektiv och stärka organisationen på ett bra och värdeskapande sätt.

### Vad anser du är de viktigaste prioriteringarna framåt för att skapa värde för medlemmarna och organisationen?

Tydlighet, närvaro och uppföljning utgör centrala förutsättningar för vår fortsatta utveckling.

En central del i detta arbete är att definiera och vidareutveckla rollen som ägarombud, så att den på ett effektivt sätt kan fånga upp medlemmarnas inspel och omsätta i handling. För att lyckas krävs dessutom att vi ökar vår tillgänglighet, så att frågor och synpunkter fångas upp löpande under året och kan följas upp på ett strukturerat sätt. Detta är avgörande för att säkerställa att vi inte tappar fokus eller avviker från den långsiktiga riktningen.

### Vilka styrkor och utvecklingsområden har du observerat i medlemsverksamheten under dina första månader?

Det finns en mycket hög kompetens inom organisationen kopplat till dessa frågor, liksom en väl etablerad struktur som säkerställer att vi följer våra stadgar och interna riktlinjer. Vi har även effektiva rutiner för att fånga upp insikter från våra medlemmar. Däremot ser jag att vi behöver stärka vår förmåga att sprida dessa insikter genom hela verksamheten, så att de inte stannar internt utan faktiskt omsätts i praktiken.

Det är tydligt att våra medlemmar har en stark vilja att påverka, men att det samtidigt finns ett gap i hur denna påverkan ska kanaliseras. Här behöver vi som organisation förenkla processerna på samtliga nivåer.



**Linus Gusfors**  
Chef Medlemsverksamhet



# Hållbarhet ska genomsyra hela verksamheten

Vad vi väljer att äta påverkar miljön och klimatet. Därför engagerar vi oss i frågor om hur maten produceras, vad vi kan göra för att öka den biologiska mångfalden och hur vi kan bidra till att minska matsvinnet. Coop Östras mål är att underlätta för våra medlemmar och kunder att göra medvetna och hållbara val.

I våra butiker pågår ett kontinuerligt arbete för att minska verksamhetens påverkan på klimat och miljö. Det samordnade och övergripande hållbarhetsarbetet för alla Coop-butiker i Sverige ansvarar Coop Sverige AB (CSAB) för. Beslut om inriktning, mål och strategier för hållbarhetsarbetet sker i styrelsen för CSAB där Coop Östra och andra konsumentföreningar är representerade.

## Matsvinn

### Upshop

Under sommaren har vi implementerat ett nytt AI-baserat system för att ge butikerna bättre precision i beställningarna och möjlighet att jobba med dynamisk prisnedsättning – ju kortare bäst före-datum desto lägre pris. Vi ser positiva resultat från investeringar i såväl system som utbildning, och från och med 2026 kommer vi kunna redovisa ett resultat för helåret.

### Handla Gott, Gör Gott

Vi arbetar fortsatt med vidareutvecklingen av vårt koncept "Handla Gott, Gör Gott", där vi samlar varor med kort datum. Det ger oss förutsättningarna att ytterligare minska matsvinnet samtidigt som vi ger våra medlemmar och kunder chansen att enklare rädda mat till ett väldigt bra pris.

### Släng inte maten

Under 2025 har vi uppdaterat vårt skolmaterial "Släng inte maten" som riktar sig till årskurs 4–9. Lektionerna har fått nytt innehåll och recepten har bytts ut för att ligga mer i tiden och även ha ett mer uttalat fokus på hälsa. Materialet finns att ladda ned kostnadsfritt på [coopstra.se](https://coopstra.se)

## Lokal mat och naturbetesprojekt

Under året har vi fortsatt vårt samarbete med WWF, inom vilket vi sedan 2019 restaurerat drygt 600 hektar naturbetesmarker i Uppland, Södermanland och Östergötland. Vi har även lyckats få fler lantbrukare att certifiera sig enligt Svenskt Sigill Naturbeteskött och därmed ökat antalet djur in till Scan Sverige i Linköping till totalt 50-60 djur per vecka. Under hösten 2025 har vi jobbat för att ta in lokalt producerat naturbeteskött från en gård som har sina djur på marker som vi varit med och restaurerat. Syftet är att ta in ett urval av styckdetaljer till ett mindre antal butiker med "Köttbarer" eller manuella diskar. I vår medlemsundersökning som gjordes våren 2025, är det tydligt att medlemmarna har ett stort intresse för lokalt producerad mat och vill att vi aktivt stöttar lantbrukarna. I naturbetesprojektet kan vi konkret visa att vi uppfyller båda dessa parametrar.

På Dr Gunhild Stordalens EAT Stockholm Food Forum fick vi bekräftat att vårt samarbetsprojekt med WWF kring naturrestaurering och Svenskt Sigill-certifierat naturbeteskött, är unikt även i en internationell kontext. Coop Östra arrangerade ett frukostseminarium där vi visade på att alla samarbetspartners i projektet har en viktig och avgörande roll i kedjan för att få till den framgångsrika process som vi byggt tillsammans. Syftet var att inspirera andra aktörer att arbeta på liknande sätt för att öka andelen hållbart producerat kött och på samma gång minska den totala köttproduktionen globalt som till stor del inte är särskilt hållbar. Naturbetesprojektet lyftes även upp som en "Success Story" i de internationella näringslivsdialoger som drivs av EAT Foundation.

*I vår medlemsundersökning som gjordes våren 2025, är det tydligt att medlemmarna har ett stort intresse för lokalt producerad mat och vill att vi aktivt stöttar lantbrukarna*

## Förberedelser för en ny redovisningsstandard

För räkenskapsåret 2027 behöver Coop Östra hållbarhetsrapportera enligt det nya EU-direktivet Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Under 2026 kommer vi fortsätta att genomföra förberedelser inför detta. 2025 gjorde vi en dubbel väsentlighetsanalys där vi bedömde vår påverkan på omgivningen samt finansiella risker och möjligheter som vi utsätts för vid förändrat klimat och andra naturrisker – för att utifrån analysen välja de väsentliga ämnen som är relevanta för oss att rapportera på.

För att bedöma framtida natur- och klimatrisker gör vi nu en scenario- och resiliensanalys av vår leverantörskedja och våra fysiska butiker. Den ger oss en bra grund att utforma en omställningsplan

och en åtgärdsanalys av vilka kostnader som är kopplade till den gröna omställningen i syfte att hålla den globala uppvärmningen till Parisöverenskommelsens 1,5 grader respektive vad vi riskerar för kostnader vid skenande temperaturökningar.

Färdigställandet att rapportera enligt CSRD fortgår under räkenskapsåret 2026 för att vara helt redo för skarp rapportering 2027.

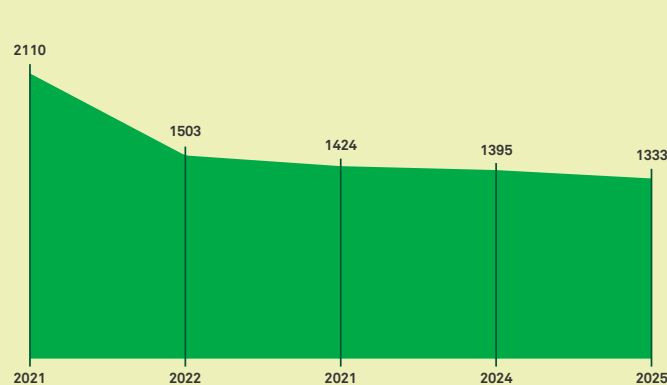




## Ett aktivt arbete för att minska vår klimatpåverkan

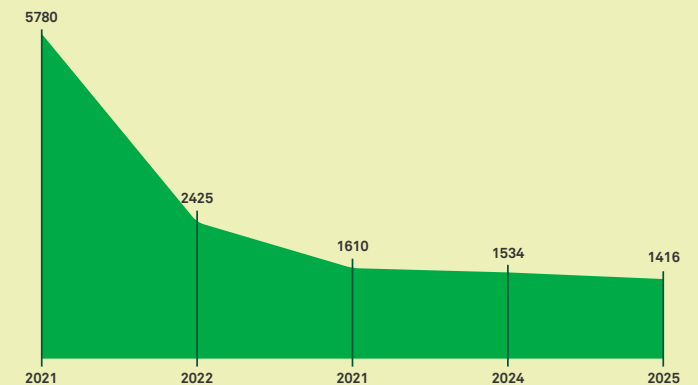
Vår största indirekta klimatpåverkan kommer från produktionen av de varor som säljs i våra butiker. Coops klimatmål, som godkändes av SBTi år 2021, är att minska klimatpåverkan i den egna verksamheten (Scope 1 och 2) med 50 procent till år 2026 jämfört med basåret 2019. Målen omfattar hela Coops verksamhet i Sverige – det vill säga butiker, lager, transporter och kontor.

Växthusgasutsläpp från elförbrukning, ton CO<sub>2</sub>e



Minskad energiförbrukning är en vinst både för lönsamheten och klimatet. Vi har fortsatt jaga energitjuvar, till exempel läckande kylar och frysar, och investerat i mer energisnål utrustning, som LED-belysning och effektivare kylar och frysar.

Förbrukning köldmedia, ton CO<sub>2</sub>e



Precis som i gamla kylskåp i hemmen finns det klimatfarliga köldmedia (freoner) i butikernas kylar och frysar. I ett omfattande projekt håller Coop nu på att byta ut dessa till nya köldmedia – helt utan växthusgaser. Det är en stor investering, men minskar vår klimatpåverkan och även våra kostnader för service och energi.

# Stabil finansiell plattform i en utmanande marknad

Året har tydligt visat Coop Östras förmåga att förflytta sig under press. I en tid då dagligvarubranschen genomgår stora strukturella förändringar har föreningen tagit viktiga steg mot en stärkt position – genom ökad handlingskraft, finansiell disciplin och ett tydligare kommersiellt fokus. Under året har vi arbetat uthålligt och konsekvent för att öka vår försäljning och lönsamhet.

2025 inleddes i ett utmanande läge, med pressade marginaler och stora störningar i varuflödena. Kombinationen av låg marginalleverans från parti-handeln, tuff marknadsdynamik och stora butiker som inte utvecklades enligt plan skapade betydande ekonomiska påfrestningar.

Successivt såg vi dock tydliga förbättringar. Redan under våren började försäljningen ta fart i flera delar av butiks nät, vardagshandeln växte och Frukt & Grönt utvecklades mycket starkt. Onlineverksamheten återhämtade sig efter en utmanande period, samtidigt som arbetet med stärkt säljstyrning fick genomslag i butikerna. Sammantaget såg vi en positiv utveckling med ökade marknadsandelar under delar av året.

Under hösten formades en allt tydligare riktning, särskilt när våra investeringar i butiks-uppgraderingar började visa konkreta resultat, med både ökad trafik och starkare snittkorg. Även beslutet om fusion med Coop Syd kommer på sikt att ge nya finansiella möjligheter men kommer initialt med ökade investeringskostnader.

Vid utgången av 2025 har Coop Östra en stabil finansiell plattform. Marginalerna har under flera månader varit starkare än vid årets början, volymtillväxten är positiv och flera centrala satsningar – från moderniserade butiker till förbättrad operativ styrning – visar mätbara effekter. Samtidigt kvarstår en betydande resultatutmaning och fortsatt marginalpress. Bilden är därför dubbel – föreningen är inte i mål, men har tydligt stärkt sin förmåga att nå dit.

2025 visar att långsiktig lönsamhet inte skapas månad för månad, utan genom en uthållig och målmedveten förflyttning. Året representerar just detta: en organisation som lär, ställer om och accelererar för en långsiktigt stärkt finansiell position.

## Tre frågor till Henrik Forzelius

### Hur har portföljen klarat det stökiga omvärldsläget?

Trumps hot om tullar under våren gav kraftiga marknadssvängningar. Genom en balanserad allokering, löpande riskjusteringar och fokus på långsiktig värdeutveckling lyckades vi dämpa effekterna av dessa svängningar. Det gjorde att portföljen, trots ett volatilt och osäkert makroläge, har visat god motståndskraft. Vi har lyckats med att skapa en stabil avkastning relativt jämförbara marknadsindex och upprätthållit en fortsatt stark finansiell position. Starkast utveckling såg vi i svenska aktiefonder. Även räntefonderna bidrog positivt till portföljens utveckling.

### Har vi använt pengar från kapitalförvaltningen till butiksdriften under året?

Ja, vår starka finansiella position har möjliggjort för oss att fortsätta investera i vårt butiks-nät med målet att stärka vår närvaro, öka lönsamheten och därigenom framtidssäkra vår butiksverksamhet. Detta har innefattat uppgraderingar av befintliga butiksmiljöer,

energieffektiviserande åtgärder, digitala lösningar som förbättrar kundupplevelsen samt etableringar i strategiskt viktiga områden.

### Hur tänker ni kring kapitalförvaltningen 2026?

Med fortsatt geopolitisk oro och relativt svag återhämtning av konjunkturen räknar vi med att svängningarna på marknaden fortsätter. För oss innebär det att vi behöver fortsätta arbeta proaktivt för att säkra en stabil avkastning.



**Henrik Forzelius**  
Direktör kapitalförvaltning  
och VD Coop Östra Invest AB

# Resultat- och balansräkning

## Omsättning och resultat

Koncernen omsatte 14 831 Mkr under 2025, vilket är 4,3 procent högre än föregående år. Koncernens rörelseresultat uppgick till -720 Mkr (-921). Resultatet har påverkats av marknadsoro och turbulens. Vi har öppnat två nya butiker och återinvigt 19 butiker efter omfattande renoveringar, vilket också påverkat koncernens kostnader.

## Kapitalförvaltning

Året har präglats av betydande svängningar på finansmarknaderna till följd av tullhot och geopolitisk oro. Trots detta har aktiemarknaden i flera regioner utvecklats väl, stödd av fallande räntor och motståndskraftig tillväxt. Koncernens placeringstillgångar har därmed utvecklats positivt. Bäst avkastning, i likhet med föregående år, har uppnåtts i marknadsnoterade aktiefonder, medan globalfonderna utvecklats svagare till följd av den kraftiga kronförstärkningen, särskilt mot dollarn.

En betydande andel av koncernens kapital finns i aktier i fastighetsbolaget Atrium Ljungberg där Coop Östra äger cirka en fjärdedel av aktierna. Atrium Ljungbergs aktieutdelning till Coop Östra för året bidrog med 116 Mkr (126). Coop Östra är fortfarande den enskilt största ägaren i KF (Kooperativa Förbundet) med en röstandel om 28,5 procent. Resten ägs av övriga konsumentföreningar i Sverige. KF äger Coop

Sverige AB som ansvarar för inköp, logistik och marknadsföring nationellt för alla Coop-butiker.

## Koncernstruktur och butiker

Den 1 januari 2025 var det premiär för den nya koncernen Coop Östra. Coop Östra är nu en butiksdrivande förening på samma sätt som övriga konsumentföreningar i Sverige. Vid slutet av 2025 ägde Coop Östra 185 butiker, samt e-handel och Skärgårds-Coop.

Nyckeltal Atrium Ljungberg	2025	2024
Nettoomsättning, Mkr	3 446	3516
Förvaltningsresultat, Mkr	1 307	1425
Periodens resultat, Mkr	823	850
Fastighetsvärde, Mkr	60 965	58 362
Substansvärde, kr/aktie	54,89	53,45
Börskurs, kr/aktie	33,22	39,64

Nyckeltal KF-koncernen	2025	2024
Nettoomsättning, Mkr	36 377	36 706
Rörelseresultat, Mkr	-305	-1141
Resultat efter skatt, Mkr	42	-1295
Balansomslutning, Mkr	24 835	24 472
Soliditet, %	26,60%	26,90%



## Koncernens resultaträkning

Coop Östra ekonomisk förening. Belopp i Tkr.

	2025	2024
Nettoomsättning	14 831 296	14 224 731
Aktiverat arbete för egen räkning	1 937	2 092
Övriga rörelseintäkter	390 648	422 600
	<b>15 223 881</b>	<b>14 649 423</b>
Rörelsens kostnader		
Handelsvaror	-11 119 463	-10 569 979
Övriga externa kostnader	-2 652 755	-2 668 337
Personalkostnader	-1 790 838	-1 671 977
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-572 006	-572 879
Övriga rörelsekostnader	-849	0
Resultat från andelar i intresseföretag och gemensamt styrda företag	191 800	-87 337
	<b>-15 944 111</b>	<b>-15 570 509</b>
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-720 230</b>	<b>-921 086</b>
<b>Resultat från finansiella poster</b>		
Resultat från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar	61 823	36 017
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	320 101	449 623
Räntekostnader och liknande resultatposter	-20 326	-18 012
	<b>361 598</b>	<b>467 628</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>-358 632</b>	<b>-453 458</b>
<b>Resultat före skatt</b>	<b>-358 632</b>	<b>-453 458</b>
Skatt på årets resultat	12 687	27 409
<b>Årets resultat</b>	<b>-345 945</b>	<b>-426 049</b>
Hänförligt till moderföretagets aktieägare	-338 785	-409 640
Hänförligt till innehav utan bestämmande inflytande	-7 160	-16 409



## Koncernens balansräkning

### Coop Östra ekonomisk förening. Belopp i Tkr.

	2025-12-31	2024-12-31
<b>TILLGÅNGAR</b>		
<b>Anläggningstillgångar</b>		
Immateriella anläggningstillgångar	1 923 260	2 253 363
Materiella anläggningstillgångar	928 901	718 155
Finansiella anläggningstillgångar	5 966 053	5 875 731
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>8 818 214</b>	<b>8 847 249</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>		
Varulager m m	687 098	641 825
Kortfristiga fordringar	941 873	1 005 347
Kortfristiga placeringar	2 494 115	2 606 562
Kassa och bank	190 452	156 890
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>4 313 538</b>	<b>4 410 624</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>13 131 752</b>	<b>13 257 873</b>

	2025-12-31	2024-12-31
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>		
<b>Eget kapital</b>		
Eget kapital hänförligt till moderföretagets medlemmar	10 992 111	11 172 477
Eget kapital hänförligt till minoritetsintresset	2 708	4 580
<b>Summa eget kapital</b>	<b>10 994 819</b>	<b>11 177 057</b>
Avsättningar	370 719	359 288
Långfristiga skulder	121 579	110 451
Kortfristiga skulder	1 644 635	1 611 077
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>13 131 752</b>	<b>13 257 873</b>

## Flerårsöversikt Koncernen (Tkr)

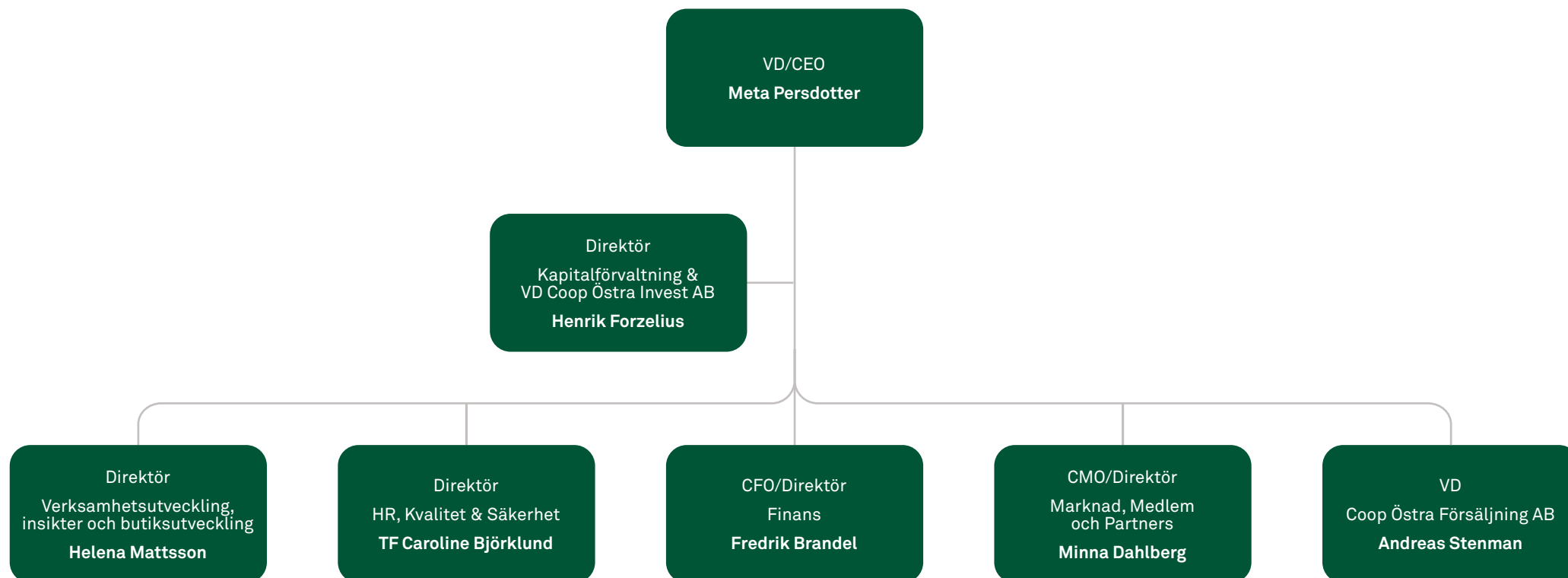
	2025	2024	2023	2022
Nettoomsättning	14 831 296	14 224 730	14 041 058	13 430 427
Rörelseresultat	-720 230	-921 086	-163 366	563 367
Resultat efter finansiella poster	-358 632	-453 458	-187 467	366 302
Årets resultat	-345 945	-426 049	-200 561	362 244
Balansomslutning	13 131 752	13 257 873	13 659 933	14 237 640
Soliditet (%)	83,7	84,3	84,8	82,6
Vinstmarginal (%)	-2,30	-3,00	-1,43	3,14

## Flerårsöversikt Moderföretaget (Tkr)

	2025	2024	2023	2022	2021
Nettoomsättning	11 431	10 644	7 934	7 348	4 313
Rörelseresultat	-80 758	-78 165	-72 231	-43 933	-70 516
Resultat efter finansiella poster	-21 788	455 422	226 193	434 315	2 842 377
Årets resultat	-320 500	127 176	200 515	421 502	2 728 237
Balansomslutning	8 822 822	9 135 812	8 951 407	9 239 907	8 935 697
Soliditet (%)	97,1	97,2	97,7	92,4	97,0
Avkastning på eget kap. (%)	-0,3	5,1	2,3	1,2	32,8

# Koncernledning Coop Östra 2025

Per den 1 mars 2026 tillträdde Fredrik Brandel som tillförordnad VD för Coop Östra. Han efterträder Meta Persdotter, som har avslutat sin tjänst i bolaget.



# Styrelse



**Kerstin Wallentin,**  
Ordförande, Coop Östra



**Anette Andersson,**  
Arbetstagarrepresentant



**Conny Fogelström,**  
Senior rådgivare,  
Chairman Konsult AB



**Eva Nordmark,**  
Senior rådgivare



**Håkan Liljebblad,**  
Föreningssamordnare,  
Riksbyggen



**Jan Richter,**  
VD,  
Hemmakväll



**Jenny Malmqvist,**  
Interimschef,  
 eget bolag



**Johannes Åverling,**  
Vice VD & försäljningschef,  
Mio AB



**Jonas Nygren,**  
Rådgivare inom kommunikation  
och organisationsutveckling



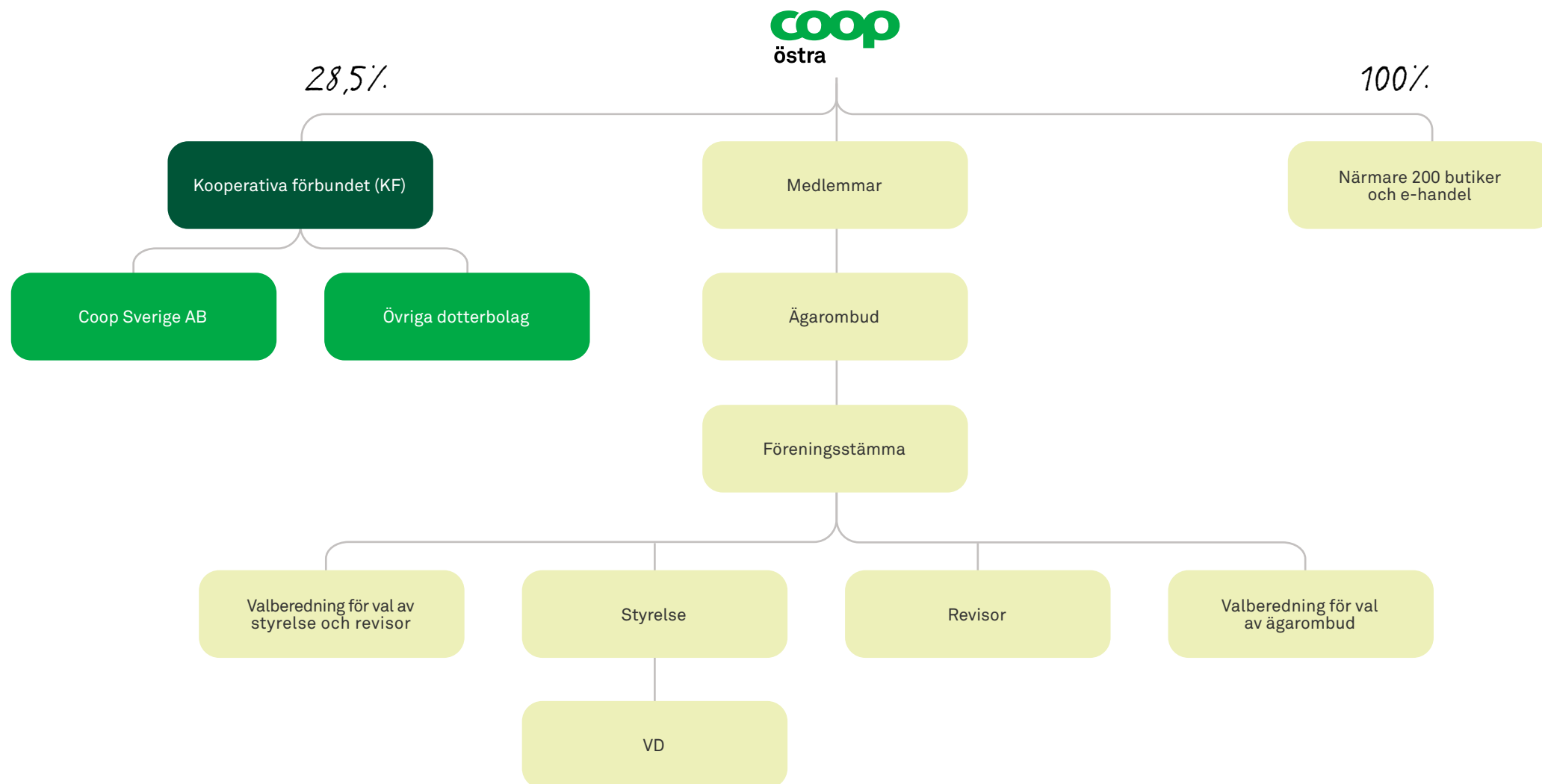
**Wictoria Glans,**  
Senior rådgivare/interimschef



**Åsa Kvarfordt,**  
Arbetstagarrepresentant

# Medlemsägd organisation

Föreningens ägarandel i KF (Kooperativa Förbundet) är 28,5 procent av kapitalet, vilket gör Coop Östra till den enskilt största ägaren i KF. KF äger i sin tur Coop Sverige AB som ansvarar för inköp, logistik, butiksförmat, central marknadsföring och nationella kampanjer för de totalt cirka 800 Coop-butikerna i Sverige.





Box 3259, 103 65 Stockholm  
coopostra.se  
kontakt.ostra@coop.se  
Tel: 010-741 39 70