

MOTIONER

2025

Motionshanteringen

Här finner du de motioner från medlemmar i Coop Östra ekonomisk förening (Coop Östra) som kommit föreningsstyrelsen tillhanda senast den 15 januari 2025. Efter varje motion följer föreningsstyrelsens utlåtande och förslag till beslut.

Motionsbehandling

Motionerna publicerades på föreningens hemsida den 25 januari 2025 och medlemmarna gavs tillfälle att lämna synpunkter på de olika motionerna och 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

Den kooperativa grossistverksamheten bedrivs av Coop Sverige AB (CSAB), som ansvarar för bland annat varuinköp, sortiment, varuförsörjning, digital utveckling och marknadskommunikation för de konsumentföreningar som är medlemmar i KF. CSAB är också ansvarigt för det s.k. Medlemsprogrammet, genom vilket medlemmarna kan tjäna in poäng när de handlar i Coop-butiker. CSAB ägs av Kooperativa Förbundet (KF). Coop Östra är medlem i och delägare av KF, men har inget eget bestämmande inflytande över verksamheten i KF eller dess dotterbolag. I de motioner som berör direkta affärsfrågor i CSAB och där föreningsstyrelsen instämmer i motionens syfte kan föreningen därför 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 CSAB ska vidta viss åtgärd kan föreningsstyrelsen endast försöka besvara motionen efter bästa förmåga.

Föreningsstyrelsen har flera möjligheter att verka för en motion.

Dessa är:

- Föreningens ledamöter i KF:s och CSAB:s styrelse.
- Motioner till KF:s stämma.

Föreningen kan dessutom verka opinionsbildande. Föreningen kan också formlost översända en motion jämte föreningsstyrelsens utlåtande däröver till KF/CSAB och begära besked om huruvida KF/CSAB avser att vidta någon åtgärd med anledning av motionen.

Beslutsförslag

I föreningsstyrelsens svar används tre olika beslutsförslag:

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 verksamheten i CSAB.

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 kan t.ex. gälla affärsmotioner avseende CSAB då de ofta tar upp frågor som Coop Östra inte kan besluta om.

Avslag innebär att föreningsstyrelsen inte instämmer i motionärens förslag.

Innehållsförteckning

Motioner

1. Ägarombuden måste bli kända för medlemmarna
2. Utbildning av medarbetare mm
3. Organisationen
4. Antal styrelseledamöter i KF Kooperativa förbundet
5. Matlagningskurs i samarbete med ABF
6. Pensionärsrabatt
7. Pensionärsrabatt i alla butiker
8. För en vackrare och tidlös miljö låt oss bygga för framtiden med klassisk arkitektur
9. Prisfels-observatörer ska belönas
10. Ingredienser
11. Se över förpackningar
12. Förpackningsfråga; Änglamarks choklad
13. För ökad hållbarhet - satsa på närproducerat
14. Unik TV-reklam om Coop 2025
15. Bojkott av Israeliska varor

AFFÄRSFRÅGOR COOP

Allmänt angående motioner som avser affärsdriften i Coop Sverige AB (CSAB)

Varje år får föreningen in en eller flera motioner som avser verksamhet som bedrivs av CSAB. CSAB bedriver grossistverksamheten för konsumentföreningarnas Coop-butiker och är därmed ansvarigt för hela konsumentkooperationens varuförsörjning. CSAB ansvarar också för sortiment och gemensam marknadskommunikation för konsumentföreningarna. CSAB ansvarar vidare för det s.k. Medlemsprogrammet, genom vilket medlemmarna kan tjäna in poäng när de handlar i Coop-butikerna. Medlemsprogrammet inkluderar de erbjudanden av varor och tjänster som medlemmarna kan utnyttja när de växlar in sina intjänade poäng från köp i Coop-butikerna. CSAB är helägt av KF. Coop Östra ek förening kan därför inte vidta några direkta åtgärder avseende verksamheten i CSAB. Däremot har föreningen möjlighet att verka för en motion på något av de olika sätt som beskrivs i inledningen av detta dokument.

Motion 1

Ägarombuden måste bli kända för medlemmarna

Framställan

Det finns ett demokratiskt underskott i många kund- och medlemsägda organisationer bl.a. genom att väldigt få röstberättigade utnyttjar sin rösträtt. En stor majoritet av de röstberättigade känner heller inte till vilka som är valda ombud, hur man kommer i kontakt med dem eller över huvud taget hur man kan påverka den organisation som man äger. Detta gäller också för den svenska konsumentkooperationen i stort och för Coop Östra.

För att ägarombuden skall kunna utveckla sina kontakter med medlemmarna krävs förbättrade kontaktvägar. Här finns naturligtvis en rad media som kan utnyttjas, t.ex. mejl, sociala media, vanliga brev, medlemspunkten, etc. En förutsättning för att kontakterna med medlemmarna skall kunna utvecklas är dock att medlemmarna vet vilka ägarombud som företräder dem. Vilka som är ägarombud är dock sällan känt för medlemmarna. Visst kan man gå in på Coops hemsida, fråga i butiken eller titta i medlemspunkten men generellt sett gör Coop Östra inte tillräckligt för att göra ägarombuden kända samt informera om vilka kontaktmöjligheter som finns. Det innebär en hämsko på ägarombudens möjligheter att verka effektivt för medlemmarnas bästa.

Redan på 2022 års föreningsstämma fanns en motion som handlade om den anonymitet som gäller såväl butikschefers som ägarombuds.

I motionen lyftes bl.a. fram att vikten av bra informationskanaler från kund till ledning och ägarombud men att det är svårt att få fram namn och kontaktuppgifter på dessa personer. Motionären föreslog att det i Coops butiker bör finnas anslag med namn på och kontaktuppgifter till butikschefen och ägarombudet. Yrkandet var: att KfS skulle verka för att butikscheferna och ägarombuden blir mindre anonyma och att kontaktuppgifter finns till dessa personer i Coops butiker och på hemsidor.

I sitt utlåtande till motionen hänvisade styrelsen bl.a. om vikten av de kontaktvägar som finns men höll ändå med motionären om att kontaktinformationen till såväl ägarombud som butikschef kan göras tydligare, även om kontakt med butikschef även fortsättningsvis bör gå via Kundservice på Coop. Föreningsstyrelsen avsåg därför att verka för att CBS tar fram någon form av anslag eller liknande med kontaktuppgifter till ägarombud och butikschef som ska kunna sättas upp i entrén i varje butik. Detsamma bör gälla för relevanta hemsidor. För butikschefen kommer dock även fortsättningsvis att anges mejladressen till Kundservice på Coop. Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman motionen bifalls.

Vi kan nu konstatera att inte mycket har hänt sedan 2022 i denna fråga. Butikschefers och ägarombud är fortfarande väldigt anonyma för medlemmarna. Vi föreslår därför att ordentliga ansträngningar görs för att lösa frågan.

Jag yrkar:

- *styrelsen ger den verkställande ledningen i uppdrag att finna former för att väsentligt öka medlemmarnas tillgång till kontaktinformation avseende butikschefers och ägarombud, i första hand genom anslag i entrén till varje butik.*

Basu Alam
Amanda Bergström Andersson
Lina Harbom Hedberg
Gert Jönsson
Ann-Kristin Marinica

Utlåtande motion 1

Föreningsstyrelsen vill tacka för motionen och håller med om att det är viktigt att medlemmarna har enkla och tydliga kontaktvägar till både butikschefen och ägarombuden. Föreningsstyrelsen anser i likhet med motionärerna att mer behöver göras i frågan för att tydliggöra ägarombuden och butikscheferna för medlemmarna.

Som anges i motionen har föreningsstyrelsen i sitt utlåtande till motionen från 2022 konstaterat att kontaktinformation till ägarombuden finns i

medlemspunkten och på coopstra.se. För butikschefen anges ett telefonnummer och mejladress till Kundservice på Coop som kontaktväg på coop.se. Genom att ärenden kommer in via kundservice loggas dessa, vilket underlättar uppföljning och möjliggör för föreningen att till exempel vidta åtgärder avseende en specifik produkt i samtliga butiker.

Föreningen jobbar just nu med ett antal initiativ som kommer att lanseras under året;

1. Kommunikation i butikerna kommer att lyftas, där det tydliggörs hur man som medlem kan lämna sina synpunkter och inspel gällande exempelvis sortiment. Via en QR-kod kommer medlemmen enkelt kunna lämna sin input.

Utifrån medlemsundersökningar är det klarlagt att medlemmarna tycker det är viktigt att kunna ge inspel på bland annat sortimentet, och föreningen hoppas att detta sätt ska passa många medlemmar. Utifrån de inkomna önskemålen kommer sedan butikschefen att utvärdera om det är en vara som hen tror eller vet att fler kommer att uppskatta och då kunna agera utifrån det.

2. Tydliggöra ägarombud både i butiken och i digitala samt sociala kanaler. Föreningen ser över hur de kan tydliggöras ännu mer och vilka ytor både i butiken och digitalt som är lämpliga.
3. Det kommer att skapas en ny undersida på coopstra.se med tydlig kontaktväg in för medlemmar. Medlemmar kan där använda ett formulär så att frågorna enkelt kan sorteras utifrån vad som ska till kundservice, till ägarombuden eller vidare till en butik. Många frågor som kommer från medlemmarna hanteras i kundservice och flödet kommer att byggas för att möta medlemmarnas behov av svar på enklaste och snabbaste sätt. På hemsidan kommer det även finnas möjlighet för medlemmarna att "tycka till" i olika frågor och genom hemsidan också få återkoppling.

Det är viktigt att ägarombuden kontinuerligt hålls informerade om medlemmarnas övergripande synpunkter och inspel som fångats upp genom medlemsundersökningar eller ovan initiativ, för att kunna företräda medlemmarna på ett bra sätt.

Föreningsstyrelsen ser i likhet med motionärerna behov av att konkreta åtgärder vidtas för att synliggöra ägarombud och butikschefen i butiksmiljö och har redan tagit initiativ för att följa upp denna fråga under verksamhetsåret.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att bifalla motion 1.

Motion 2

Utbildning av medarbetare mm

Framställan

I mitt arbete som ägarombud har jag ibland önskat att en del anställda borde kunna mer om Kfs bakgrund och tankegångar och att fler anställda borde vara medlemmar. Detta för att bättre förstå och bättre förklara för våra kunder/medlemmar fördelar med medlemskapet, KFs ideologi om hållbarhet, Fairtrade etc.

Jag yrkar:

- att alla Coops butiksanställda, skall få genomgå en kurs i vad Kf är för förening och vad KFs ideologi står för.
- att alla anställda skall vara medlem i föreningen.

Lars Fernqvist

Utlåtande motion 2

Föreningsstyrelsen vill tacka för motionen. Samtliga nyanställda genomgår en digital introduktion via Coop i Sveriges gemensamma lärandeportal "Coopskolan". Detta gäller alla medarbetare på Coop Östra, både på supportkontor och i butik. En del av introduktionen går igenom Coops historia och berättar om, hur, och varför, vi kom till samt vad vi skapat tillsammans genom åren. Butikschefen och säljledare får även ytterligare utbildning om Kooperation, inklusive vår parlamentariska organisation, inom ramen för sin introduktion.

Vad gäller medlemskap i vår förening kan inte föreningen ha något "skall"-krav ställt till våra medarbetare, eftersom det råder föreningsfrihet i Sverige.

Den positiva föreningsfriheten innebär att en individ har rätt att sluta sig samman i olika intressegemenskaper. Den negativa föreningsfriheten, som följer av den Europeiska konventionen om skydd av mänskliga rättigheter, stipulerar att en individ inte heller kan tvingas till medlemskap i en viss förening. Sammanfattningsvis betyder detta att vi på Coop Östra tillämpar föreningsfrihet, vilket innebär att vi inte tvingar våra medarbetare till att bli medlemmar i föreningen. Föreningsstyrelsen tycker dock att det vore bra om samtliga medarbetare också ville vara medlemmar i föreningen och även på det sättet delta i föreningens verksamhet.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att anse första att-satsen i motion 2 anses besvarad; och att avslå andra att-satsen.

Motion 3

Organisationen

Framställan

Vi har nu prövat förändringen av ägarombudsrepresentationen. Flera medlemmar upplever att förändringen försämrat kontakten med butiker och medlemmar.

Jag yrkar att:

- *Vi gör en ny översyn av organisationen och försöker hitta en modell som ligger någonstans mitt emellan den gamla och den nya organisationen.*

Lars Karlsson

Utlåtande motion 3

Föreningsstyrelsen vill tacka för motionen och först påminna om varför föreningen valde att göra om organisationen för ägarombud inom Coop Östra. Det är viktigt för oss att få flera och bra kandidater per ägarombudspost inför val som på ett bra sätt kan representera våra medlemmar som ägarombud i hela vårt område. I den tidigare organisationen hade vi svårt att hitta tillräckligt många lämpliga kandidater, vilket ledde till både butiker som saknade ägarombud samt också en brist på ersättare om ägarombud av olika anledningar valde att kliva av sitt uppdrag.

I den tidigare organisationen fick vi också till oss att många kände sig ensamma i sin roll, att man ville att uppdraget skulle omfatta mer än "bara en butik" och att uppdraget på många sätt blev sårbart i den tidigare uppsättningen.

Det var för att möta ovan återkoppling och den utvärdering som gjordes under en längre tid som beslut om en ny organisation fattades. I denna nya organisation har vi säkerställt att alla som är valda har samma roll och att alla är ombud på stämman. Tidigare hade vi ersättare nr. 1 och ersättare nr. 2, vilket skapade hierarki och otydlighet avseende vilka som skulle delta på vad.

I den nya organisationen har alla butiker ägarombud i sitt område, till skillnad från tidigare organisation där flera butiker saknade ägarombud helt. I nuvarande modell kan gruppen av ägarombud inom ett område fokusera på olika butiker i olika faser beroende på var insatser gör mest skillnad för medlemmarna. Den nya organisationen innebär också att medlemmarna hade fler kandidater att välja på som ägarombud. En förutsättning för att det ska vara ett val är att det ska finnas fler kandidater att välja på som medlemmarna bäst tycker representerar dem. Sårbarheten är också mindre nu – om något ägarombud får sluta, eller väljer att sluta, så finns det kvar en grupp med ägarombud för området. Gruppen av ägarombud kan också hjälpas åt och komma med konstruktiva förslag och insatser tillsammans.

Den nuvarande organisationen är fortsatt ny och kommer behöva ytterligare en tid för att helt landa. Föreningen tittar till exempel på att tydliggöra rollen ännu mer, att synliggöra våra ägarombud för medlemmarna på ett tydligare sätt samt införa fler kanaler för medlemmarna att kunna ge sin input i. Detta kommer också att stärka ägarombudsorganisationen framåt och göra uppdraget att bära medlemmarnas röst för att utveckla föreningen ännu mer konkret.

Det betyder att vi i nuläget tycker att det är för tidigt att göra förändringar i strukturen med ägarombudsgrupper. Dessutom finns mycket i befintliga utvärderingar som pekar att vi är på rätt väg med denna organisation. Strukturen med ägarombudsgrupper kommer att utvärderas tidigast efter den innevarande mandatperioden.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att avslå motion 3.

Motion 4

Antal styrelseledamöter i KF

Kooperativa förbundet

Framställan

KF är, men har varit en ännu större organisation, men med tiden har föreningen minskat både ekonomiskt och med verksamma bolag. Tidigare har det varit motiverat med en bred styrelse som verkat över många verksamheter. Med rationaliserar och utförsäljning har föreningen inom KF minskat, då är det också motiverat med en mindre och effektivare styrelse.

Jag yrkar att:

- *Coop Östra verkar för att vid kommande stämma för Kf kooperativa förbundet, tas beslut om att kraftigt minska antalet styrelseledamöter i Kf kooperativa förbundet till 5 ordinarie ledamöter, VD inte inräknad.*

Gunnar Andersson

Utlåtande motion 4

Föreningsstyrelsen vill tacka för motionen. Som motionären skriver har KF historiskt varit verksam inom många fler områden än idag. Fokus sedan ett antal år har varit på kärnverksamheten, det vill säga dagligvaruhandel. Medlemmar i KF är de 26 konsumentföreningar som driver butiker under varumärket Coop, som gått samman för att driva delar av sin verksamhet gemensamt, till exempel inköp, logistik och gemensamma IT-system.

Förutom kärnverksamheten inom Coop Sverige AB och

Coop Logistik AB finns det i KF-koncernen bland annat MedMera Bank AB, Vår Gård AB och Vi Media AB.

Det är KFs valberedning som lägger fram förslag till styrelse till KFs stämma den 23 april, och inför den har samtliga konsumentföreningar anmodats att nominera personer till styrelsen. Föreningarna har ombetts att särskilt beakta den utmanande konkurrens- och förändringssituationen samt behov av affärsmässighet och erfarenhet av dagligvaruhandel av de nominerade.

Föreningsstyrelsen anser att med de stora utmaningar som ligger framför Coop i Sverige finns det behov av en bred kompetens i KFs styrelse som också på ett bra sätt representerar de 26 konsumentföreningarna i den federation som KF är. Därmed ser inte föreningsstyrelsen att det skulle vara ändamålsenligt att verka för att kraftigt minska antalet styrelseledamöter i KF.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att avslå motion 4.

Motion 5

Matlagningskurs i samarbete med ABF

Framställan

Att medlemmar får lära sig laga maträtter från olika länder tex sushi från Japan, nudelsallad från Korea etc. i samarbete med ABF till ett reducerat pris både på kurstillfället samt kostnader för matvaror.

Dra igång matlag i ngt storkök i samarbete med kyrkor som har soppluncher och därmed lokaler för matlagning. Detta i samarbete med Hyresgästföreningen.

Jag yrkar att:

Jag önskar att folk rörelserna tar ett gemensamt grepp för solidaritet och främjar gemenskap i samband med matlagning

1. matlagningskurser i samarbete med ABF där deltagare får lära sig laga mat från olika länder till reducerat pris både på kurs och matvaror från Coop.
2. matlag i samband med kyrkor som har soppkök och därmed lagar mat redan. Dessa matlag administreras i samband med Hyresgästföreningens medlemmar. Syftet är att få ner matkostnader och öka gemenskapen i Sverige.

Rebecca Stadener

Utlåtande motion 5

Föreningsstyrelsen vill börja med att tacka för motionen, med bra tankar kring matlagning och föreningens roll som Kooperation.

KF var en gång i tiden med och grundade ABF, så förslaget är bra och föreningen kommer att titta vidare på om ABF eller annan samarbetspartner är en bra pusselbit för att nå fler medlemmar. Det finns förstås inte något som hindrar att ägarombudsgrupper presenterar egna förslag och idéer till lokala initiativ i linje med motionen.

Föreningen vill generellt utöka antalet sätt vi erbjuder matinspiration och matlagningskurser över hela vårt område. Oavsett om det handlar om "världens mat" eller om att laga mat på rester som ofta slängs.

I nuläget satsar föreningen stort på tidningen Mersmak, som vi ger ut inom Coop Östra. En tidning som trycks i över 250 000 exemplar och distribueras i våra 180 butiker, och som också kommer få ett flertal digitala nedslag under året. Allt för att sprida fler recept och inspirera till att prova nytt i köket. I Mersmak kommer vi att beröra recept från olika delar av världen samt fokusera på recept som är både goda, hälsosamma, hållbara och lätta att laga. Utöver det så kommer vi undersöka möjligheten att ordna digitala matlagningskurser. Med digitala kurser kan vi säkerställa att vi kan tillgodose många medlemmars behov, vilket ofta är begränsat vid fysiska matlagningskurser.

Föreningen kommer hitta många nya sätt att sprida matglädje och har också anställt ett team som ska fokusera på detta även i butikerna. Vi vill att medlemmarna och kunderna ska bli inspirerade och få bra tips i butikerna på vad de kan laga för mat. Vi ser positivt på att fortsätta sprida matkunskap och vikten av gemenskap, inspirerade av motionen.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att anse motion 5 besvarad.

Motion 6

Pensionärsrabatt

Framställan

Coop ger 5 procent till pensionärer på tisdagar om man handlar för minst 200 kronor. Det kan ofta vara svårt, om man inte har bil. Man måste släpa en tung kasse och kanske in i bussar och tunnelbana. Konkurrenten ICA har rabatten från första kronan och ofta två dagar i veckan.

Jag yrkar att:

- Coop också ska ha rabatten från första kronan och gärna två dagar per vecka.

Hans Brunnberg

Motion 7

Pensionärsrabatt i alla butiker

Framställan

5 % rabatt erbjuds av vissa Coop butiker till våra pensionärer på tisdagar. Men inte alla butiker inom en ort/stad erbjuder detta, vilket har fått till följd att lera av våra trogna pensionärer, tar sig till en rabatt givande Coop butik för att göra veckans inköp. Detta bara för att deras "egen" Coop butik inte ger dem denna rabatt. Det har till följd att den egna butiken missar medlemmens veckoinköp och medlemmen tycker sig vara förfördelad och missnöjd. Varför har inte "min" butik pensionärsrabatt? Är vi inte betrodda?

Jag yrkar att:

- 5 % kassarabatt som ges till pensionärer av vissa Coop butiker skall gälla i samtliga Coop butiker inom en stad/ort.

Lars Fernqvist

Utlåtande motion 6 - 7

Föreningsstyrelsen vill tacka för motionerna. Coop Östra gör löpande konkurrensanalyser både nationellt, regionalt och lokalt för att kunna stärka erbjudandet i butik. Samtidigt görs medlemsundersökningar, så kallade Nöjd Kund Index, som besvaras av medlemmarna, för att på så vis följa respektive butik och hur nöjda medlemmarna är med butiken i sin helhet. Utifrån denna information görs en löpande översyn av hur det samlade erbjudandet till medlemmarna kan stärkas.

Coop Östra erbjuder för närvarande medlemstisdag respektive pensionärstisdag i sina butiker beroende på hur efterfrågan bland medlemmar och kunder ser ut lokalt.

Medlems- och pensionärstisdag är en del av det totala erbjudandet till medlemmarna. Det samlade medlemserbjudandet innehåller fler delar där bland annat även butiksoplevelse, värderingar och pris ingår. Att arbeta för att ständigt utveckla och förbättra medlemserbjudandet är viktigt utifrån det medlemslöfte som Coop har.

Coop Östra utvärderar löpande medlems- och pensionärstisdagen för att hitta en optimal ekonomisk medlemsnytta. Målsättningen för vår förening är att kunna vara ett bra pris- och kvalitetsval för alla medlemmar. Föreningsstyrelsen ser positivt på att Coop har lanserat allt fler medlemspriser i våra butiker och Online. Vår avsikt är att fortsätta på denna inslagna väg, eftersom vi ser att vi lockar allt fler nya medlemmar i takt med att vi får ett bättre medlemserbjudande.

Det finns många olika grupper av medlemmar som

är i behov av attraktiva priser och erbjudande. Coop Östra behöver även ta hänsyn till de ekonomiska förutsättningarna och kostnaderna för sådana erbjudanden.

Det är därför inte aktuellt att utöka befintlig pensionärsrabatt, införa pensionärsrabatt i alla butiker eller att utöka antalet dagar för pensionärsrabatt. Coop Östra verkar för ett bättre erbjudande med lägre ordinariepriser till samtliga medlemmar.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att avslå motion 6 - 7.

Motion 8

För en vackrare och tidlös miljö låt oss bygga för framtiden med klassisk arkitektur

Framställan

Arkitektur är en central del av hur vi upplever våra samhällen och skapar en känsla av sammanhang och trivsel i våra stadsmiljöer. Idag finns en växande rörelse och intresse för klassisk arkitektur, som hyllas för sin tidlösa skönhet, hållbarhet och mänskliga skala. Klassiska byggnadsstilar, som exempelvis nyrenässans, nyklassicism och jugend, erbjuder en rikedom av detaljer, ornamentik och symmetri som bidrar till estetiskt tilltalande byggnader och offentliga miljöer. I takt med att fler efterfrågar arkitektur som är vacker, beständig och respektfull mot sin omgivning, har många föreningar och kommuner börjat omvärdera modernistisk och minimalistisk arkitektur till förmån för klassiska och traditionella stilar.

Klassisk arkitektur erbjuder en rad fördelar. Dels stärker den lokala kulturarvet och skapar ett tidlöst intryck som åldras väl, vilket innebär att byggnaderna blir både uppskattade och bestående för kommande generationer. Dels är klassisk arkitektur ofta utformad i naturliga material och mänskliga proportioner, vilket gör den hållbar och energieffektiv på lång sikt.

Att investera i vacker arkitektur är också ett sätt för föreningen att skapa identitet och trivsel för sina medlemmar och besökare. Genom att bygga i klassisk stil kan föreningen visa sitt engagemang för en levande, harmonisk och mänsklig miljö. Det bidrar inte bara till ökad trivsel och stolthet bland medlemmarna, utan gör även föreningen attraktiv för fler att engagera sig i.

För att möta dessa behov och önskemål föreslås att föreningen antar en riktlinje om att prioritera klassisk arkitektur för sina nya byggnadsprojekt. Detta skulle innebära en konkret och symbolisk satsning på att skapa byggnader

som är vackra, hållbara och uppskattade av både medlemmar och framtida generationer.

Jag yrkar att:

- att föreningen ska anta en riktlinje om att prioritera klassisk arkitektur i föreningens framtida byggprojekt, med målet att skapa byggnader som är estetiskt tilltalande, hållbara och i harmoni med sin omgivning.

Erik Thelander

Utlåtande motion 8

Föreningsstyrelsen vill tacka för motionen. Coop Östra äger inga egna fastigheter och är alltså hyresgäst i samtliga butiker. Föreningen kan därför inte styra över fastighetsägarens materialval, även om man såklart skulle önska det.

Fasader och byggnadsstil är därmed helt fastighetsägarens beslut.

Det föreningen kan påverka är uttryck inuti lokalerna i form av materialval. I det sammanhanget är det viktigt för Coop Östra att prioritera hållbarhet, genom till exempel låg energiförbrukning.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att avslå motion 8.

Motion 9 Prisfels-observatörer ska belönas

Framställan

Om kunden upptäcker ett felaktigt pris på en vara i butiken och larmade så blev belöningen 30:- tidigare. Varför gäller inte det längre? Att snatta är straffbart. Om butiken "snattar" av kunderna med felaktig prisinformation gäller tydligen den regeln - så återgå och inför belöning för prisfels-observatörer.

Jag yrkar att:

- Som sagt - återgå och inför belöning för uppmärksamma kunder i samtliga Coop butiker. Ingen är ofelbar så med den här policyn blir Coop mer trovärdiga och visar på ett engagemang som gör att medlemmarna blir tryggare och mer aktiva.

Göran Magnusson

Utlåtande motion 9

Föreningsstyrelsen vill tacka för motionen. Det har inte funnits någon generell belöning för att kund upptäckt pris-fel i Coop Östras butiker. Coop Östra jobbar aktivt med att säkerställa att prisinformationen är korrekt i butik. Ett exempel är de digitala hyllkantsetiketterna som blir mer frekvent förekommande i våra butiker. De minskar risken för manuella prisfel. Coop Östra vill uppmana medlemmar och kunder att meddela personalen om de prisfel som ändå förekommer, så att de kan korrigeras. Prisfel kan förekomma åt båda håll, d.v.s. varan kan vara antingen dyrare eller billigare i kassan jämfört mot priset på etiketten i hyllan. Coop Östra har ingen möjlighet att systematiskt ge en belöning när prisfel rapporteras i butik, men ersätter självklart kunder som har betalat för mycket för sina varor.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att avslå motion 9.

Motion 10 Ingredienser

Framställan

Efterfrågan på Palmolja och användningen av palmolja förstör världens regnskogar.

Jag har noterat att det används palmolja i egna bagerierna på många av Coops butiker jag har handlat på runt om i Sverige.

Jag yrkar att:

- Vi är en förening som är klimatmedvetna och engagerade i hållbarhetsfrågor.
- Vi borde fasa ut palmoljan i alla egna bakverk i egna bageriet och hitta ersättning för palmoljan.

Jag är säker på att det finns många kloka människor som kan komma på något annat i stället för denna ingrediens.

Rumana Sachedin

Utlåtande motion 10

Föreningsstyrelsen vill tacka för motionen. Coop har ett omfattande hållbarhetsarbete där vi med hjälp av ny kunskap och ständiga förbättringar hela tiden strävar efter att vara marknadsledande. De produkter som säljs på Coop uppfyller en mängd krav inom allt från miljö och klimat till arbetsvillkor och livsmedelssäkerhet. I Coops hållbarhetsarbete ingår att hela tiden se över våra ställningstaganden och leverantörskrav för att med hjälp av den senaste kunskapen eventuellt göra nya ställningstaganden och fatta nya beslut.

Coop är medlem i "Svenska plattformen för riskgrödor" där vi har åtagande kring utveckling av kravställning och leverantörsuppföljning som ska ta oss mot det långsiktiga målet om att palmoljan i våra leverantörsled inte har bidragit till avskogning eller markomvandling och producerats med respekt för mänskliga rättigheter. För alla produkter som säljs på Coop, både egna och andra varumärken, ställer vi krav på att palmoljan ska komma från certifierade odlingar. Genom vårt medlemskap i Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) sedan 2011, stöttar vi också arbetet för mer hållbar palmoljeproduktion. Miljöorganisationen WWF var en av aktörerna som initierade RSPO, då de inte heller tror på en bojkott av palmoljan. Vi rapporterar årligen vår användning av palmolja både till Svenska plattformen för riskgrödor och till RSPO.

Palmolja använder och tillåter vi bland annat för dess egenskaper såsom lång hållbarhet och neutral smak, som gör att den passar så bra i så många livsmedel. Jämfört med andra oljeväxter avkastar palmoljepalmerna många gånger mer per yta och de kräver ofta mindre vatten, gödning samt bekämpningsmedel, vilket också är viktiga parametrar att ta hänsyn i strävan efter mer hållbara livsmedel. Odlingen av palmolja bidrar dessutom till många arbetstillfällen och exportintäkter för länderna i Sydostasien. En väldigt stor del av odlingen är småskalig och då ett avgörande bidrag till många småbrukares försörjning. I Coops hållbarhetsarbete har vi därför valt att inte bojkotta palmoljan helt utan i stället arbeta för att andelen som produceras på ett mer hållbart sätt ska öka.

Parallellt med kravställandet på certifierad palmolja arbetar Coop också med att i de egna varumärkesprodukterna byta ut palmoljan mot andra fetter där det passar. Exempel på sådana produkter är snabbnuddar och tacoprodukter. För Änglamarksprodukter är bytet av fett extra utmanande då det ställs väldigt höga krav på certifiering även för ersättningsfettet. Inom bageribranschen finns det ytterligare utmaningar. I många bageriprodukter behöver man ha ett fast fett för att få den produkt som eftersträvas. Ersättarna är antingen smör, vilket bidrar med mjölkallergen, eller en härdad olja vilket bedöms som ohälsosamt. Mer information om Coops arbete med palmolja finns på coop.se.

Coop Sverige AB köper in varor, bland annat palmolja, för alla föreningar inom Coop i Sverige. Som anges ovan pågår arbete i motionens riktning med både utbyte av palmolja där det är möjligt och att i högre utsträckning använda certifierad palmolja. Frågan är komplex och arbetet med den behöver samordnas för hela Coop i Sverige, varför en total utfasning av användningen av palmolja enbart för Coop Östra inte är en möjlig väg framåt.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att avläsa motion 10.

Motion 11

Se över förpackningar

Framställan

Alltför många förpackningar är svåra eller krångliga att återvinna. Det finns många exempel där det är svårt att veta hur olika förpackningsdelar ska återvinnas. Även om det finns angiven på förpackningen kan det vara för omständligt i vardagssituationer att återvinna korrekt.

Några förpackningar ger dessutom ifrån sig små plastbitar vid öppnandet - t ex näten som Änglamarks citrusfrukter och lök förpackats med. Dessa små plastbitar sprids och följer delvis med skalen till komposten. Onödigt då det finns bättre alternativ.

Jag yrkar att:

- - Alltför många förpackningar är svåra eller krångliga att återvinna. Det finns många exempel där det är svårt att veta hur olika förpackningsdelar ska återvinnas. Även om det finns angiven på förpackningen kan det vara för omständligt i vardagssituationer att återvinna korrekt. Några förpackningar ger dessutom ifrån sig små plastbitar vid öppnandet - t ex näten som Änglamarks citrusfrukter och lök förpackats med. Dessa små plastbitar sprids och följer delvis med skalen till komposten. Onödigt då det finns bättre alternativt.
- - Coop Östra verkar för att Coop centralt går igenom förpackningarna som är i bruk för att kolla om det finns en miljövänligare variant eller om de kan slippas helt. För att få så stor nytta som möjligt föreslår jag att man börjar med de egna produkterna och de som är storsäljare.
- - Coop Östra verkar för att Coop alltid granskar förpackningar när det gäller nya varor innan de tas upp i sortimentet.

Anette Hamich

Utlåtande motion 11

Föreningsstyrelsen vill tacka för motionen. EU har antagit en ny förordning avseende förpackningar och förpackningsavfall, känd som Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR). Denna lagstiftning ställer krav på hur förpackningar ska märkas samt specificerar nivåer för materialåtervinningsbarhet, vilket avgör om en förpackning får sättas på marknaden. EU-kommissionen kommer under 2026 ta fram en enhetlig märkning för hela unionen, inklusive Sverige, i syfte att underlätta korrekt sortering för konsumenterna. Vilken Coop därefter kommer att implementera.

Förordningen innefattar även ett förbud mot vissa plastförpackningar för frukt och grönt, där plastförpackningar under 1,5 kg inte längre kommer att

vara tillåtna. Detta inkluderar exempelvis nätförpackningar för citrusfrukter inom en viss viktklass.

Vi samarbetar aktivt med branschen för att identifiera och implementera gemensamma initiativ som främjar hållbara förpackningslösningar. Ett nyligen genomfört initiativ fokuserade på att göra frysförpackningar mer återvinningsbara. Vi kommer att fortsätta att driva dessa initiativ framåt och arbeta för att minimera onödiga förpackningar.

Föreningsstyrelsen noterar att det arbete som redan bedrivs i frågan är i enlighet med motionens yrkande.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att anse motion 11 besvarad.

Motion 12

Förpackningsfråga; Änglamarks choklad

Framställan

Coops varumärke Änglamark är alltid ekologiskt och/eller miljömärkt. Man jobbar också med smarta förpackningar som ska belasta miljön mindre. Exempelvis små koncentrerade påfyllningsflaskor till rengöringssprayerna eller den tunna refillförpackningen till Änglamarks handtvål.

Bönor, linser m.m. har flyttats från konservburk till tetrapack osv. Förpackningslösningar som även prisats flera gånger.

Änglamarks choklad är ekologisk och Fairtrade-märkt, håller hög kvalitet och smakar mycket bra. Flera goda smaker finns. Däremot är chokladen fortfarande inslagen i ett lager aluminiumfolie (innanför förpackningen). Varför det undrar jag? Aluminiumfolie är en ändlig resurs som av flera anledningar bör bytas till ett mer hållbart förpackningsalternativ.

Finns det ett bättre alternativ på förpackning som skyddar chokladen? Ja. T.ex. biobaserad, komposterbar plast.

Har andra tillverkare av premiumchoklad anammat denna lösning? Ja. Exempelvis den svenska tillverkaren Eguale.

Jag yrkar att:

- *Coop Östra verkar för att Coops förpackningsavdelning snarast fasar ut detta lager av aluminiumfolie i Änglamarschokladen till en mer hållbar lösning som inte innefattar metall.*

Petter S-Nykvist

Utlåtande motion 12

Föreningsstyrelsen vill tacka för motionen. Coop ställer redan idag krav på leverantörer att konstruera förpackningar med målsättningen att hushålla med råvaror och energi, i enlighet med motionens intention.

Coop undersöker möjliga förpackningslösningar för Änglamarks chokladprodukter, men de alternativ som för närvarande finns tillgängliga skulle innebära en försämrad hållbarhet på produkten hos vår leverantör. Choklad är en känslig produkt, och den befintliga folieförpackningen har skyddande egenskaper. Att fastställa vad som utgör en miljövänlig förpackning för varje enskild produkt är en komplex uppgift som kräver en helhetsbedömning av flera faktorer, inklusive produktens hållbarhet.

Vi undviker användning av komposterbara plaster, då det för närvarande saknas lämpliga materialflöden för denna typ av förpackningar i Sverige. Komposterbara plaster kräver industriell kompostering, medan matavfall i Sverige huvudsakligen behandlas genom rötning.

Om ett system för industriell kompostering skulle införas skulle det ändå innebära en stor kommunikationsutmaning för att tydligt informera konsumenterna om vilka plaster som ska sorteras för kompostering och vilka som ska återvinnas som plast. Felaktig sortering kan leda till oönskade konsekvenser, såsom ökad plastmängd i matavfallet och en försämrad resurseffektivitet i avfallshanteringen.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att anse motion 12 besvarad.

Motion 13

För ökad hållbarhet - satsa på närproducerat

Framställan

”Coop ska vara ledande inom hållbarhet och våga vara obekväma och stå på kundernas sida” (från Coops Vision och strategi). Andra kodord är: hälsa, glädje, upplevelse.

Satsning på samarbete med lokala producenter borde ha en given plats i Coops hållbarhetsstrategi. Det passar också mycket bra in i den framtidsanalys som analysföretaget Kairos Future presenterade på stämman 2024.

Kooperationen grundar sig på de sju kooperativa principerna. Den sjunde principen är: ”Sammhällssyn. Kooperativa föreningar arbetar för en hållbar utveckling av sina lokalsamhällen enligt riktlinjer som godtagits av medlemmarna.” Jag tolkar det som att Coop ska försöka vara en aktiv partner i samhällsutvecklingen inklusive affärsmässigt

samarbete med lokala producenter.

Många medlemmar/kunder uppskattar lokalproducerade varor. Det stärker butikens lokala förankring. Samarbete med många lokala producenter utgör också en bra grund för många unika butiksevent, vilket gör det roligare att handla i en Coop-butik.

Både värderingsmässig grund och affärsmässiga bedömningar verkar alltså sammanfalla för en satsning på lokala produkter. Rent praktiskt finns det utmaningar eftersom Coop/KF är en nationell koncern som satsar centrala inköp och distribution. Det är också en utmaning att bli godkänd som leverantör med omfattande krav om bl a kollektivavtal. Det är bra och rimliga krav, men som kan vara lite fyrkantiga för en liten lokal producent. Alltså måste det finnas en organisation som är välkommande för lokala leverantörer och inte tvärs om.

Jag yrkar att:

- - Coop Östra kompletterar strategin om hållbarhet med att satsa på samarbete med lokala producenter och att det kommuniceras utåt.
- - Under kommande verksamhetsår utarbeta en konkret strategi och handlingsplan för att underlätta samarbetet med lokala producenter.

Bo Blideman

Pia Jäger

Astrid Stålstrand

Ägarombud inom Nordost

Utlåtande motion 13

Föreningsstyrelsen vill tacka för motionen och tycker att frågan motionärerna tar upp är viktig. Medlemsinsiktsundersökningar har visat att medlemmarna gärna vill att vi satsar på lokalproducerad mat. Redan idag är detta ett område som är viktigt för oss och Coop Östra tar ett antal steg under 2025 för att förstärka och tydliggöra det lokala;

- Vi har för närvarande ca 200 lokala leverantörer och vi ökar mängden leverantörer och sortiment kontinuerligt.
- Vi har under de senaste åren satsat på att lyfta fram de lokala leverantörerna på coop.se, något som generellt varit svårt då det varit förknippat med både kostnad och kravställning gentemot Coop Sverige.
- Vi kommer under 2025 att fortsätta arbetet med lokala leverantörer och också lyfta fram dessa genom tydligare kommunikation och skyltning i våra butiker.
- En ny version av vår hållbarhetsstrategi tas fram under 2025. Den kommer ha basen i regelverket CSRD och de väsentliga frågor som vi valt att Coop Östra ska

rapportera på. Här kommer föreningen lägga särskilt fokus på det våra medlemmar tycker är viktigt, och satsning på lokalproducerad mat och stöttning av lokala aktörer ligger högt på denna lista. Det gör att strategin också kommer beskriva och målsätta dessa områden vilket ligger i linje med motionärernas önskemål.

- Under 2025 kommer vi även att lyfta vårt egna varumärke Naturbeteskött. Vi är unika med att ha det i våra butiker och Coop Östra har genom ett flerårigt stöd till Världsnaturfonden (WWF) medverkat till att stängsla och möjliggöra nya marker för naturbete.

Ovan satsningar är också del av en kommunikationsplan för året där både medlemmar och vår omvärld är målgruppen.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att anse motion 13 besvarad.

Motion 14 **Unik TV-reklam om Coop 2025**

Framställan

Vi har sett och hört i media att Coop blöder. Blöder miljontals kronor eller till och med många miljarder. Vi är några ÄO i grupp ÄO18 Södermalm har diskuterat detta utifrån medlemmars och våra egna åsikter att om Kooperationen ska ha kvar sin legitimitet som det en gång var och av den anledningen den bildades så behöver något göras. Förmodligen behöver detta ses över: vinstintresset kontra våra kostnader. Vår Kooperation Coop erbjuder inte längre lägre priser än sina konkurrenter till sina medlemmar på mat som borde kunna säljas mycket billigare. Och ytterligare en sak att se över, trots avstannad inflation, lägre bränslepriser, lägre elpriser så har inte tidigare chockprishöjning av mat gått tillbaka till normala priser hos någon matvaruåterförsäljare. Coop borde som medlemsägd organisation ta den stafettpippen och visa det genom att sänka sina priser över lag. Nu blir denna motion mer mina ord och formuleringar än mina övriga ÄO18-gruppmedlemmars men jag vet att jag har några av dem och en stor del av Coop-medlemmar backades min rygg.

Jag yrkar att:

- våra kostnader i form av arvoden, vinstutdelningar eller vad det är som gör att vi blöder som mest, ses över och minskas. När vi sett över detta och åtgärdat problemet och kommit tillrätta och sänker våra matpriser så talar vi om det för våra medlemmar och konkurrenter i en kraftfull tv-reklam på bästa sändningstid. Vi säljer bra och kvalitativ mat till medlemspriser. Det kommer förändra och sända chockvågor i branschen. Hela samhället och alla människor

kommer att påverkas och börja tro på kooperation igen. Förändringars vindar kommer att blåsa och kommer få konkurrenterna att också tvingas göra detsamma för att inte förlora kunder och gå i konkurs. Om inte detta görs så behöver knappast Coop-kooperationen vara så kallat medlemsägd och medlemsstyrd längre. Den bevisar sig numer självt inte fungera som tänkt.

Tack för ordet.

Robert Sigeti

Utlåtande motion 14

Föreningsstyrelsen vill börja med att tacka för motionen. Vi delar motionärens mening att Coop ska sälja bra mat till bra pris för våra medlemmar. För att nå ut med det budskapet använder vi olika kanaler, bland annat tv-reklam, digitala kanaler och affischer.

Mycket enkelt beskrivet har vi tre olika kommunikationsmöjligheter. Den första är presskommunikation och opinionsbildning. Vi vill säga något, men det är upp till andra om de kommer publicera det och hur de vinklar vad vi vill säga. Sedan har vi medieutrymme som vi betalar för, och inom ramen för den har vi utbudsreklam och varumärkeskommunikation.

I tv ser man framför allt vår utbudsreklam. Leverantörerna som är med i den reklamen betalar för det och om vi skulle sluta med dessa reklamfilmer förlorar Coop det bidraget. Dessutom kommer inte medlemmar och kunder välja att gå till våra butiker och handla tack vare ett erbjudande de har sett på tv.

Andemeningen av motionen kanske kan förenas i den varumärkeskommunikation som finns till för att öka förståelsen, preferensen och tänjbarheten för Coop. Och det är avgörande värden att förbättra, annars förlorar vi långsamt våra marknadsandelar. Det finns ett varumärkeskoncept som heter "Välkommen till Ditt Coop" som är till för att beskriva en djupare själ och mening med medlemskapet i kooperativa Coop.

Med det sagt arbetar Coop fortsatt framåt med att berätta om fördelarna med att vara medlem och att Coop är medlemmarnas bästa affär. Vi ser alltid över vår affär och verksamhet så att det gynnar en hållbar framtid, att ett stort butiksnät är tillgänglig för våra medlemmar och att vi har bra produkter till bra priser.

Föreningsstyrelsen vill utöver ovan påpeka att vad gäller arvoden till förtroendevalda, såsom styrelse, medlemsgranskare och ägarombud, ska dessa beslutas av föreningsstämman. Föreningsstämman beslutar

även om principer för avtal om ersättning till ledande befattningshavare i Coop Östra. Som en medlemsägd verksamhet skulle en eventuell vinstutdelning i Coop Östra ske till våra medlemmar, vilket också är ett beslut som fattas av föreningsstämman. Motionärens yrkande innehåller inget förslag på konkret åtgärd för Coop Östra att vidta och bör därför avslås, även om Coop Östra ständigt strävar efter att erbjuda bra mat till bra pris i bra butiker till största möjliga nytta för våra medlemmar.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att avslå motion 14.

Motion 15 Bojkott av Israeliska varor

Framställan

Sedan oktober 2023 har israel begått fruktansvärda övergrepp mot civilbefolkningen i Gaza, detta har lett till att otaliga civila har omkommit från kriget och ännu fler från svält och sjukdom. Internationella brottsdomstolen har framställt en arrestorder mot israels statsminister på grund av dessa övergrepp mot de mänskliga rättigheterna, och staten utreds för folkmord.

Hur relaterar detta då till Coop? Så länge Coop fortsätter att sälja varor som är producerade i israel innebär detta att vi främjar israeliska företag som betalar skatt i israel där pengarna går till vapen som mördar civila barn och kvinnor.

Coop ska vara bättre än så, på 60-talet bojkottade Coop sydafrikanska varor för att visa motstånd mot apartheid. Låt oss återigen stå på rätt sida av historien och stå upp för de mänskliga rättigheterna.

Jag yrkar att:

- Coop omedelbart slutar köpa in varor producerade i israel.
- Coop omedelbart slutar samarbeta med israeliska företag.
- Coop genom ett uttalande motsätter sig israels krigsförbrytelser och stöttar Palestinas civilbefolkning.

Tindra Lindblad

Utlåtande motion 15

Krig är helt oacceptabelt och något som Coop tar avstånd från.

På Coop handlar vi med leverantörer och inte med länder. Vi har krav som vi ställer på alla företag som vi handlar med och de måste intyga att de lever upp till Coops uppförandekod för leverantörer. När det gäller eventuell bojkott av ett visst lands varor är det FN:s, EU:s och Sveriges Riksdags beslut om handelssanktioner som vi i så fall följer.

Vi vill hantera våra leverantörer så lika som möjligt och vi är tydliga med vad som gäller hos Coop. Om det fattas politiska beslut om handelssanktioner så följer vi naturligtvis dessa.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att avslå motion 15.



Besöksadress: Jakobsbergsgatan 22 Postadress: Box 3259, 103 65
Stockholm
Telefon: 010-741 39 70