

Dit coop

Årsmagasinet 2015

JUBILÆUM
Vi har mødtes
i Brugsen
i 150 år

**SMAG PÅ
DINE LOKALE
LIVRETTER**

**BIP OG BETAL I
FREMTIDENS BUTIK**

**CLAUS HOLM OM
MADGLÆDE OG
SØNDAGSKYLLING**

**670.000.000 KR.
FRA COOP TIL DIG
OG DE ANDRE MEDLEMMER**



4

Er din blommechutney klar til Coops hylder? Coop giver små, lokale producenter en chance.

VI VIL GIVE DIG
LOKALE RÅVARER

10

Vi elsker grønkål, fløde og æblemost. I Coop er mad ikke kun noget, man snakker med kunderne om.

VI VIL SÆTTE
MERE SMAG
PÅ DIN HVERDAG

18

Danmark skal være dobbelt så økologisk, hvis det står til Coop. Hvordan gør man det?

VI VIL GØRE
ØKOLOGI
TIL HVERMANDSEJE

COOP & CO.
**SAMMEN OM
BEDRE MAD**

Coops madmanifest handler om at udvikle og inspirere dansk madkultur. Det sætter det gode måltid, den gode vare og de gode valg på dagsordenen. Coop vil nå de ambitiøse mål gennem seks bud, som du kan læse om her i årsmagasinet.

- S. 8 **COOP LOKAL**
- S. 12 **FORENING**
- S. 14 **JUBILÆUM**
- S. 22 **FREMTIDEN**
- S. 24 **MEDLEMSFORDELE**
- S. 25 **REGNSKAB**
- S. 26 **FORRETNING**
- S. 27 **COOP BANK**

VIND FOR 50.000 KR.

Hvis du får alle detaljerne i årsmagasinet med, så er der chance for at vinde et gavekort til Coop.dk. Se quizen og hvordan du deltager på bagsiden.

6

Det giver god smag i munden at vide, at Coop arbejder hårdt for at fjerne farlige stoffer fra egne varemærker.

DU SKAL HAVE AT
VIDE HVAD
DU SPISER

16

Danskerne spiser oftere på farten, og måltidet skal være nemt. Coop sørger for, det også bliver sundt.

VI VIL GØRE DET
SUNDERE
FOR DIG AT LEVE
NEMT

20

Alt kan lade sig gøre i et køkken. Læs kokken Claus Holms opskrift på gode madoplevelser.

VI VIL GIVE
DIG
**FLERE GODE
MAD
OPLEVELSER**



Den første danske brugsforening så dagens lys i 1866, og siden er det gået stærkt. På billedet fra 1925 ses en københavnsk brugsforening i Skånegade. Når Coop i år fejrer 150-års jubilæum, sker det i knap 1200 butikker.

Årsmagasin
til alle
Coops
medejere

DET ER DIT COOP

»De allerførste tanker om Brugsen var stort set de samme som dem, vi har i dag. Det handlede om befolkningens sundhed og velvære. Borgernes adgang til sunde, giftfrie og nærende levnedsmidler. Ordentlige hverdagsvarer til en anstændig pris, hvor alle kan være med – lige fra børnefamilien over den fattige studerende til folkepensionisten. Og ikke mindst en følelse i lokalsamfundet af sammenhold, medbestemmelse og værdige liv for helt almindelige mennesker.« Sådan skriver forfatter Kristian Ditlev Jensen i bogen 'Vi mødes i Brugsen', der er udkommet i forbindelse med Coops 150-års jubilæum.

Jeg kunne ikke være mere enig i den beskrivelse. Derfor er jeg også stolt over at kunne byde velkommen til et årsmagasin fyldt med historier om, hvordan Coop hver dag arbejder på at leve op til de høje ambitioner og idealer, som blev formuleret for 150 år siden.

Vi udgiver årsmagasinet til vores næsten 1,6 millioner medlemmer, fordi vi synes, det er vigtigt at fortælle, hvordan Coop bruger sit overskud. Vi vil gerne vise, at madmanifest, medlemsfordele og mange frivillige ikke bare er en del af et smart reklamestunt. Det er rent faktisk det, vi er sat i verden for.



Har du spørgsmål?
Tag en snak med Lasse
på [Facebook.dk/Coopaktive](https://www.facebook.com/Coopaktive)

Jeg håber, du også bliver lidt stolt, når du læser videre. For uden dig og de andre medlemmer som loyale kunder kunne vi slet ikke gøre alt det, vi gør. Så kunne vi ikke være med til at udvikle danskernes madkultur, være den sidste butik i små lokalsamfund eller sætte barren højest, når det kommer til sikre og ordentlige hverdagsvarer.

Tak fordi du bakker op om Coop. Glæd dig til at læse, hvor meget det egentlig betyder, at du handler i vores butikker.

Lasse Bolander
Coops formand

Ansvarshavende redaktør: Karsten Kolding
Redaktør: Kristine Kornum **Skribenter:** Bjarke Løgstrup, Emma Libner, Kristian Laulund og Kristine Kornum **Grafiker:** Tina Zaremba
Forsideillustration: Mikkel Henssel **Tryk:** Stibo Graphic



LOKALE LIVRETTER

Der bliver smagt på alt fra skumfiduser til rugchips, når Coop går på jagt efter de bedste lokale råvarer. Og selvom produktionen foregår på et bord hjemme i køkkenet, bliver produktet taget alvorligt og får altid et godt råd med på vejen mod Coops hylder.

• TEKST OG FOTO BJARKE LØGSTRUP •

På det sorte træbord står der tolv små glas med chutney. Nuancerne fra den gyldne røde blommechutney og den orange græs-karchutney blander sig med lyset fra de sparsomme solstråler, som finder vej gennem den store glasskæde på Madkulturhuset syd for Gudhjem på Bornholm. De tolv chutneyer udgør tilsammen Camillas Condimenter, og de har Coops fulde opmærksomhed. Rundt om bordet sidder nemlig tre dedikerede Coop-medarbejdere, Christian Christensen, chef for lokale varer, Peer Wejse, kategorichef, og Hanna Schaldemose, intern fødevarer konsulent. Over for dem sidder Camilla Svendsen, der er ophavskvinde til indholdet i glassene. Nu skal hun høre, hvilken fremtid Coop spår hendes produkter, men også have råd og vejledning til, hvordan hun fremadrettet kan gribe produktionen af sine chutneyer an. I sidste ende kan det munde ud i, at hun får nogle af de farverige glas ud på hylderne i Coops butikker.

»De smager virkelig godt, men det vil være en god idé at skære din produktion ned til tre varianter. Det giver mening i forhold til hyldeplads i butikkerne,« forklarer Christian Christensen.

Camilla Svendsen noterer de gode råd, mens de mange chutneyer bliver sendt rundt. Efter en halv time er hun ved at have blokken fyldt. Feedbacken til hendes chutneyer har været meget positiv, og det har givet hende mod på at fortsætte med at udvikle produktionen.

BEGEJSTRING OG BEHOV

Resten af dagen strømmer det ind med lokale ildsjæle, der kommer forbi Madkulturhuset med alt



Der bliver givet gode råd om alt fra sortiment til indpakning, når Coop er ude hos producenterne



Hvis man kender til fødevarer, der smager godt og har gode lokale historier, så kan man altid skrive til Coop på lokalevarer@coop.dk



Se flere af Coops lokale varer på coop.dk/lokalevarer

fra skumfiduser og spegepølse til rugchips og røgmandler. Mange af bidragene skaber begejstring rundt om det sorte bord, mens andre producenter får at vide, at deres produkter måske lige mangler lidt mere udvikling. Eller at deres produkt tilhører en kategori, hvor andre store producenter eller samarbejdspartnere allerede har manifesteret sig på Coops hylder, og konkurrencen derfor er for hård for en lille, lokal producent.

Produktion, emballering og fødevarer godkendelse er allerede på plads hos flere af producenterne, og vejen til Coops butikker synes derfor ikke så lang. Andre er mere udfordrede og laver eksempelvis stadig deres marmelade hjemme på køkkenbordet. Uanset hvilket niveau produktionen foregår på, får alle gode råd og vejledning til, hvordan de kan videreudvikle produktionen for at komme i betragtning til Coops butikker.

COOP EFTERSPØRGER LOKALE VARER

Som en del af madmanifestet vil Coop have flere lokale produkter på hylderne. Besøget på Bornholm er med til at tage temperaturen på de bornholmske producenter. I dagene forinden har Christian Christensen besøgt lokale producenter på både Lolland og i Thy for at lave aftaler om lokal hyldeplads i Coops butikker. I 2015 kørte han 70.000 kilometer på de danske landeveje for at smage på alt fra kirsebærvin til kvædemarmelade. Indtil videre har det resulteret i, at Coop har over 100 forskellige lokale varer på hylderne rundt om i landet.

»Vi gør det her, fordi vi gerne vil give danskerne mulighed for at smage på de mange lokale varer, der findes overalt i landet. Men også fordi vi gerne vil være med til at skabe vækst i Danmark. Hvis hver husstand i Danmark brugte 1000 kroner om måneden på lokale varer, så ville vi kunne skabe 30.000 nye arbejdspladser,« fortæller Christian Christensen.

I Gudhjem er den sidste smageske smidt til vask, og turen går nu atter til Coops hovedkvarter i Albertslund, hvor Christian Christensen og resten af afdelingen for lokale varer nu skal finde ud af, hvem den næste lokale producent skal være, der får sit produkt ud i Coops butikker. Hvem ved, måske Camillas Condimenter får en chance? ●

☞ Vi gør det, fordi vi vil give danskerne mulighed for at smage lokale varer, men også fordi vi gerne vil være med til at skabe vækst i Danmark



ÅRETS LOKALE VARE 2016

Coop er igen i år gået på jagt efter Årets Lokale Vare. Vinderen får en check på 50.000 og muligheden for at blive en del af sortimentet i udvalgte Coop-butikker. I 2015 var det Rabarbersaft fra Staarup Haandbryg, der løb med titlen. En lignende konkurrence er 'Sammen om bedre snaps', hvor Coop forsøger at finde frem til Danmarks bedste kryddersnaps.

EN DEL AF MADMANIFESTET

Initiativet til at få flere lokale varer frem på hylderne i butikkerne er et af de seks løfter i Coops madmanifest. Coop vil gerne støtte den danske fødevarerproduktion og tilbyde kunderne flere lokale varer. Ud over de mange enkeltstående lokale varer, der er kommet på hylderne, har det resulteret i en række større samarbejdsaftaler med blandt andet Thise Mejeri, Thorupstrand Kystfiskerlaug, gården Søris og Gourmet Bornholm.

KENDER DU DET BESKIDTE DUSIN?

Forbrugerne skal vide, hvad de spiser og byder deres krop. Coop har udpeget 12 stofgrupper til at være 'Det Beskidte Dusin'. Stofferne er endnu lovlige, men Coop prøver at holde dem væk fra hylderne.

• TEKST KRISTINE KORNUM ILLUSTRATION MIKKEL HENSSEL •



1. MI - METYL ISOTHIAZOLINONE

Allergifremkaldende konserveringsmiddel, der bruges i eksempelvis cremer, shampoo, vaskepulver, rengøringsmidler og maling.



2. FLUOREREDE STOFFER

Gruppe af hormonforstyrrende og sundhedsskadelige kemikalier, der bl.a. kan bruges i bagepapir, muffin-forme, pizzabakker og andre papir- eller papemballager til fødevarer, samt sko, overtøj og regntøj.



3. BEKÆMPELSESMIDLER

Miljøskadelige og kræftfremkaldende bekæmpelsesmidler, der findes i en række forskellige produkter til bekæmpelse af ukrudt og skadedyr.



8. ALLE STOFFER PÅ PÅ EU'S KANDIDATLISTE

Stoffer, optaget på EU's kandidatliste, fordi de er karakteriserede som problematiske på grund af mistanke om kræftfremkaldende, fosterskadende eller mutagene egenskaber eller på grund af miljøskadelige egenskaber.



9. TRICLOSAN

Miljøskadeligt og hormonforstyrrende stof, der kan bruges som konserveringsmiddel og desinfektionsmiddel i deodoranter og tandpasta samt rengøringsmidler.



4. DIVERSE STOFFER I KOSMETIK

Stoffer, der er under mistanke for at have hormonforstyrrende effekter, såsom visse parabener, 4MBC, BHA og BHT, der ofte bruges i kosmetik og plejeprodukter.



5. PVC OG FTALATER

Miljøbelastende PVC og hormonforstyrrende ftalater, der kan findes i en lang række forskellige produkter som bl.a. ledninger, kabler, tøj, sko, voksdug, cykeludstyr, legetøj og møbler.



6. DIVERSE STOFFER I TØJ OG BOLIGTEKSTIL

Hormonforstyrrende fluorstoffer, sundheds- og miljøbelastende vaskeaktive stoffer NPEO og APEO samt ftalater, der bruges i diverse tekstiler, tasker og sko.



10. DIVERSE STOFFER I VASKEMIDLER

Miljøskadelige stoffer i tekstilvaskemidler såsom parfume, optisk hvidt og konserveringsmidler.



11. KLOR OG KVATERNÆRE AMMONIUMFORBINDELSER

Særligt miljøbelastende stoffer, der bruges i nogle former for rengøringsmidler og desinfektionsmidler.



12. BISPENOLER

Gruppe af hormonforstyrrende stoffer, der bl.a. kan bruges som lak på indersiden af konservesdåser, i metallæg, plastflasker samt kasseboner.

COOP HAR ALLEREDE FORBUDT

10 (de grønne) af de 12 stofgrupper i egne varemærker.

Der arbejdes hårdt på at forbyde de sidste to stofgrupper (de røde) i egne varemærker.



7. DIVERSE DUFTSTOFFER OG KONSERVERINGSMIDLER

Særligt allergifremkaldende stoffer, der bruges i kosmetik- og plejeprodukter, parfumer, cremer, duftlys, rengøringsmidler, luftfriskere m.v.

ET UDVALG AF COOPS EGNE VAREMÆRKER:

Ånglamark • Coop • X-TRA • Smag forskellen • C-mærket • Irmás • Dit Valg • Savannah • Minirisk • Tusindfyrd • Friends, tekstil og sko • Units, tekstil og sko • Jackpot og Cottonfield, tekstil • Roses and Gold, tekstil • Living & More, boligtekstil og inspiration, lys og servietter • Mustang, cykler • Rocky • Hugin (elektronik) • Tero (pærer, batterier)

INDEN FOR DE SENESTE ÅR HAR COOP:

Fjernet vådservietter med allergifremkaldende stof • Lavet forbud mod ukrudtsmidler • Lanceret allergi-app'en Allergyapp • Totalt udfaset Triclosan • Lavet forbud mod MI i alle plejeprodukter med langvarig hudkontakt

*Vil du vide mere?
Så kig forbi coop.dk/
bedre kemi*



Over halvdelen af byens borgere var mødt op, da Dagli'Brugsen i Glejbjerg slog dørene op til den nye butik.

VI ER FORKANTS-DANMARK

I byer med butikker er der stadig liv. Under det mantra har Coop i flere år arbejdet med at bevare de små lokalsamfund, flere steder med stor succes. Glejbjerg i Vestjylland er bare et eksempel.

• TEKST BJARKE LØGSTRUP FOTO PALLE SKOV •

F lagene var hejst, og den sidste sne lå stadig på hustagene i Glejbjerg 31. januar 2015. Omkring 400 mennesker havde trodset kulden på den frostklare vintermorgen og var mødt op til åbningen af Dagli'Brugsen i Borgergade. De 525 kvadratmeter dagligvarehandel var ikke bare en ny butik, men et helt nyt butikskoncept. Konceptet hedder 'Fremtidens Dagli'Brugs' og er Coops bud på, hvordan man kan sikre mindre lokale butikker og på den måde værne om livet i de mindre byer.

»I byer uden butik er der dødt, og husene er usælgelige. I byer med butik er der stadig liv, familier flytter fortsat til, og man mødes

i Brugsen eller hos købmanden, der også sørger for apotekervarer, bank, post og pakker. Derfor har vi planlagt at investere meget i vores Dagli'Brugser i de kommende år, hvor vi skal styrke positionen som livsnerven i de mindre byer,« fortæller Peter Høgsted, der er administrerende direktør i Coop.

STOR LOKAL OPBAKNING

Liv i byen var noget af det, bestyrelsesformand Michael Gejl og uddeler Henrik Klausen kunne se fra ladet på en lastbil på parkeringspladsen i Glejbjerg, da de kiggede ud over de mange fremmødte borgere.



Kædedirektør Jesper K. Andersen fortæller om butikken.



Hylder med lokale varer er en vigtig del af Fremtidens Dagli'Brugsen.



Uddeler Henrik Klausen modtager diplommet på, at hans butik er den første af sin slags.

»Jeg tænkte, så er det nu. Det gav virkelig gåsehud, det er klart. Der er i alt 700 indbyggere i Glejbjerg, og når så de 400 vælger at møde op på sådan en dag og står og klapper, så rører det da en,« fortæller Henrik Klausen.

De mange fremmødte var ikke den eneste grund til, at følelserne sad lidt uden på tøjet. Fire år forud for åbningen af den nye butik var Dagli'Brugsen Glejbjerg nemlig tæt på at dreje nøglen om. I oktober 2010 skyldte butikken tæt på en million kroner, men en ihærdig arbejdsgruppe og en ny uddeler ville det anderledes.

»Jeg havde en klar målsætning om, at jeg kunne redde butikken. Jeg pendlede hver dag fra Glejbjerg til SuperBrugsen i Nørre Nebel, men kunne godt se, at hvis Dagli'Brugsen i Glejbjerg lukkede, så ville værdien af husene i byen jo hurtigt falde med 200.000 kroner,« siger Henrik Klau-

sen, der fik chancen og blev ansat som uddeler.

FRA SKROT TIL SLOT

Næste opgave var at indfri butikkens gæld. Her blev der taget utraditionelle metoder i brug, da bestyrelsen i samarbejde med butikken oprettede såkaldte borgerlån. Idéen med borgerlåne var, at butikken lånte penge af byens borgere til en rente, der var lavere end den, butikken kunne opnå i banken. Omkring 140 af byens borgere valgte at låne butikken penge og gjorde det muligt for Dagli'Brugsen Glejbjerg at indfri sin gæld og begynde på en frisk.

FREMTIDEN DAGLI'BRUGS

Ved udgangen af marts 2016 er cirka 50 ud af Coops cirka 350 Dagli'Brugser blevet omstillet til Fremtidens Dagli'Brugs. Der bliver taget rigtig godt imod de nye butikker. Alt efter om der er tale om en helt ny butik eller bare en ny indretning, koster det mellem en halv og 11 millioner kroner at omstille en butik til det nye koncept.

Opbakningen fra de lokale borgere betyder meget for butikken.



»Kvaliteten på vores varer er på et niveau, hvor vores konkurrenter ikke kan være med

»Vi oplever en rigtig stor lokal opbakning. Det er gået op for folk, at de kan risikere at miste deres sidste dagligvarebutik,« fortæller bestyrelsesformand Michael Gejl.

Dagli'Brugsen Glejbjerg er siden blevet kåret som Danmarks bedste Coop-butik i 2014. En succes, de gentog i 2015.

»Vi er gået sådan lidt fra skrot til slot. Fremtidens Dagli'Brugsen er med til virkelig at sætte os på kortet. Vi har hævet vores kvalitet på varerne til et niveau, vores konkurrenter ikke kan være med på. På den måde er vi ikke Udkantsdanmark, vi er Forkantsdanmark,« slutter den stolte uddeler. ●

VI ELSKER OGSÅ MAD!

Man kan ikke udvikle og inspirere dansk madkultur uden selv at elske mad, og det gør de i den grad på Coops hovedkontor.

• TEKST KRISTINE KORNUM FOTO LISBETH HOLTEN •

VI VIL SÆTTE
MERE
SMAG
PÅ DIN HVERDAG

*Bliv inspireret på
smagforskellen.dk*



KARLA OG KÅLEN

KARLA KATZENELSON. 8 ÅR.
Født og opvokset med en mor, der arbejder på Coops hovedkontor

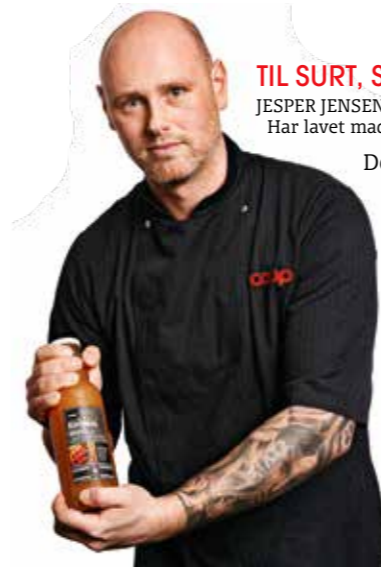
Jeg kan bare godt lide kål. Jeg har smagt kålsmoothies med grønkål, og det smagte rigtig godt. Jeg er nok mest vild med rå hvidkål. Grønkålsbladene skal min mor og jeg prøve at lave grønkålschips med. Vi har aldrig prøvet det før, men jeg tror godt, vi kan finde ud af det.



EN PØLSE MED KØD I

PETER HØGSTED. ADM. DIREKTØR.
Har styret biksen siden 2013

Jeg er vild med Gourmet Grillpølserne fra Aalbæk, der er en del af vores Smag forskellen-serie. Endelig en pølse, der smager af kød. Jeg glæder mig til sommer, når grillen skal frem, og jeg skal nyde en nygrillet pølse sammen med en kold øl og Holms håndlavede ketchup, som vi lancerede sidste år. Det bliver et godt grill-år.



TIL SURT, SALT OG MORGENMAD

JESPER JENSEN. KANTINELEDER.
Har lavet mad til Coop-folket i 7 år

Det gode ved en æblemost som Kongens Most er, at man kan bruge den som smags giver både i det salte og det søde køkken. Og så smager den jo ret godt i sig selv også. Hvis jeg ikke skulle drikke den til min morgenmad, så kunne jeg finde på at bruge den 'som krydderi' til braise-ret lammekølle med rodfrugter.



BENEDIKTES SØNDAGSSYND

BENEDIKTE KAALUND. FORENINGSDIREKTØR.
Har arbejdet for og med Coops frivillige i 4 år

Smørepålæg med mandelknas og chokolade smager lidt af min barndoms nutella, bare med et frækt pift. Hos os spiser vi den søndag morgen sammen med nybagte boller, eller vi dypper friske, danske æblebåde i den efter en god cykeltur. Jeg glæder mig allerede til søndag.



LUKSUSFLØDE TIL JORDBÆRRENE

INGER ABILDGAARD. JOURNALIST.
Har skrevet om mad for Samvirke i 20 år

Vejskovgaard 48% fløde er det bedste, der er sket på flødefronten i lang tid. De 48%, mod normalt 38%, fedt i fløden gør, at det smager lidt af softice og på ingen tid kan piskes i hånden til tykt lagkageflødeskum. Jeg kan næsten ikke vente på jordbærsæsonen. Så skal der nemlig fed fløde på jordbærrene. Ingen mælk!



JENS SPISER BRØD TIL

JENS VISHOLM. FOODDIREKTØR.
Har i 4 år sat mere smag på dansk madkultur

Det, jeg godt kan lide ved vores C-salater, er for det første, at de smager fantastisk. For det andet er de en ny måde at spise klassiske, gode råvarer på. Det er den sunde og nemme genvej til et hurtigt måltid. Vi spiser dem nogle gange i weekenden med et lækkert brød til, når vi ikke gider eller lige har tid til at lave mad.

MEGET MERE SMAG

I 2015 lancerede Coop over 500 nye varer – heraf 150 Smag forskellen-varer. Det er en historisk høj andel af nye varer. Smag forskellen er en serie af særligt udvalgte varer med høj standard og smag, som kun kan fås i Coops butikker. Serien består af mange forskellige produkter lige fra frugt og grønt til mælkeprodukter, kød og fisk.



Mød Kathrine. Ambitiøs, ung og lokalt bestyrelsesmedlem i Coop

•• DET GAVNER JO MIT CV

I foråret 2015 deltog 30 procent flere medlemmer end tidligere ved lokale årsmøder og generalforsamlinger i Kvickly, SuperBrugsen og Dagli'/LokalBrugsen. Flere steder blev der valgt unge og yngre ind i bestyrelsen for den lokale butik. Mød en af dem: Kathrine Graasbøll på 27 år.

• TEKST FLEMMING JØRGENSEN
FOTO JENS HASSE, CHILI •

Interesseret? Gå ned i din lokale Kvickly, SuperBrugsen eller Dagli'/LokalBrugsen og tag en snak med butikslederen om den lokale bestyrelse.

Ledelse og godt forretningsblik er en meget stor del af arbejdet i en bestyrelse. Derfor tilbyder Coop flere kurser med dette fokus.

Læs mere om Coops uddannelsesstilbud til frivillige på coopforum.dk/uddannelse

HVORFOR ER DU AKTIV I COOP?

»Det er jeg, fordi det passer med min interesse for at arbejde med unge og frivillighed og til den uddannelse, jeg er i gang med. Jeg læser Ernæring & Sundhed på VIA University College i Aarhus. Jeg er netop blevet færdig som professionsbachelor i ernæring og sundhed og skal nu i gang med min kandidatgrad.«

HVORDAN BLEV DU AKTIV?

»I 2014 meldte jeg mig som frivillig til Coops 'GoCook-on-tour', hvor børn laver mad i et rullende køkken, der er stillet op uden for en af Coops butikker. Jeg var blandt andet frivillig, da køkkenet stod ved Kvickly Strandlodsvej på Amager. Her mødte jeg butikkens formand. Vi er næsten jævnaldrende, og hun anbefalede mig meget varmt at gå ind i en bestyrelse, fordi det giver så meget erfaring, både på det personlige og faglige plan. Derfor sagde jeg for et år siden ja til at blive valgt til bestyrelsen i Kvickly Bruuns Galleri i Aarhus.«

HVAD FÅR DU SELV UD AF DET?

»Jeg har savnet at få erfaringer med at lave aktiviteter sammen med andre end børn og jævnaldrende. Butiksbestyrelsen rummer personer i alle aldre, det giver forskellige perspektiver på udfordringerne. Dog kunne vi i bestyrelserne godt bruge mange flere på min alder. I Coop skal vi blive bedre til at vise, hvad man selv får igen ved at sidde i en butiksbestyrelse. Det er spændende emner, vi arbejder med i forhold til mad, mennesker og forbrug. Og så gavner det jo mit CV.«

HVAD ER DIT MÅL SOM AKTIV?

»Der er et stort potentiale for Coop i at få mange flere aktive, og jeg har sat mig som mål, at jeg skal gøre mit til at få personer som mig ind i bestyrelserne. Det vil være så godt for dem – og for Coop. Det vil være så oplagt, hvis Coop prikkede relevante uddannelsessteder på skulderen i forhold til at samarbejde. Det var faktisk på den måde, jeg selv kom i praktik på Food Festivalen i Aarhus – og efterfølgende fik lyst til at blive aktiv i Coop.« •

coop

DIN BUTIK

Frugt & grønt



SÅDAN FÅR DU INDFLYDELSE PÅ DIN BUTIK

Alle medlemmer kan stille op til deres lokale butiks- eller brugsforeningsbestyrelse. Bestyrelsen er sparringspartner for butikens ledelse og har stort ansvar for at være talerør for alle kunder. Læs hvordan du stiller op på coop.dk/forening.

COOPS FRIVILLIGE UDDANNER SIG SOM ALDRIG FØR

I 2015 satte Coops foreningsuddannelse rekord med 1624 frivillige på kursus. Trækplastre var kurser som 'Ledelse, noget for dig?' og 'Gør økologi til hvermandseje'. Samtidig var Coops formandsuddannelse en stor succes. Den fokuserer på ledelse og de basale grundlæggende bestyrelseskompetencer. Som en del af forløbet får formændene en såkaldt DISC-profil for at få indsigt i deres egen lederstil. Det er gratis for Coops frivillige at deltage i kurser.

VALGSUCCESS I IRMA

»Dyrker du madglæden, og står der økologi og dyrevelfærd på agendaen, når du køber ind? Er Irma din foretrukne butik, og har du holdninger til, hvordan vi fortsat kan udvikle os?« Sådan spurgte Irma, da butikskæden tidligere på året opfordrede sine medlemmer til at komme ind i valgkampen og stille op til Irmas første medlemsbestyrelse. 239 medlemmer stillede op til de fem pladser i bestyrelsen. Læs mere på Irma.dk/valg



Coop har haft et støt stigende medlemstal siden starten i 1866. Dengang var der 265 medlemmer. I 1941 var tallet vokset til 392.000, mens Coop ved udgangen af 2015 havde hele 1.581.823 medlemmer.

Vi mødes ^{stadig} i Brugsen

• TEKST KRISTIAN DITLEV JENSEN FOTO ERHVERVSARKIVET •

I år er det 150 år siden, at Coop så dagens lys. Det bliver fejret med et væld af initiativer og projekter. Et af dem er bogen 'Vi mødes i Brugsen', som bringer minder frem om både Davregryn, Safir mel og klar cola. Så tag en kop Cirkel kaffe og sæt dig godt til rette i FDB-stolen. Vi bringer dig en lille forsmag på bogen. Næmlig forfatter Kristian Ditlev Jensens eget udvalg af ukendte og finurlige højdepunkter fra Coops historie.

Der var mange øjenåbnere, da jeg skrev den her bog. Hvem vidste (for eksempel), at den allerførste udgave af Brugsen – Thisted Købstads Arbejderforening – blev grundlagt af en præst? Hvem vidste, at den så stolte danske andelstradition faktisk slet ikke er dansk, men kommer fra fattige arbejdere i England? Hvem vidste, at lederen af din dag-

ligvarebutik er ansat af dig? Fordi det er dig, der ejer Brugsen! Det skal tages helt bogstaveligt. Hvis du er medlem af Brugsen, så er du medejer. Lidt, som hvis du havde en rigtig aktie, men så alligevel ikke. Og hvis du gider engagere dig i den demokratiske proces, så kan du få indflydelse. Mange yngre mennesker ved slet ikke, hvad en dividende eller et dividendemærke er for noget.

KENDISBRUGSEN

Hvem vidste, at jazzmusikeren og komikeren Jørgen Ryg og sangeren og skuespilleren Daimi – sammen med selvste Dirch Passer – har lavet reklamefilm for Brugsen? De færreste. Men tænk bare: Statsministeren Anker Jørgensen begyndte sin karriere som bybud i Brugsen. Og Otto Leisner arbejdede der som ung. Og Poul Bundgaard – altså Kjeld i Olsen-banden – høstede sine første arbejds-

NYSGERRIG?

'Vi mødes i Brugsen' koster 249,95 kroner og kan købes i udvalgte Coop-butikker og på Coop.dk



erfaringer i Brugsen. Kan det blive mere utroligt? Sagens. For de arbejdede det samme sted – samtidig!

Jeg fik også en masse ny og spændende viden, som man kan læse mere om i bogen. Mange tror for eksempel, at de daglige indkøb er ens over hele verden. Men det er de ikke. Langt fra, faktisk. Uden at vi rigtig ved det, så har vores supermarkeder et særkende. Hvordan? Jo, tag nu bare svenskerne. De kører glad og gerne ti kilometer for at købe ind i en ICA Maxi. Eller englænderne, som elsker store Sainsbury-butikker – der ligger midt inde i byerne, hvor ingen kan komme til at parkere.

Danskerne er helt anderledes. Vi kan lide, at vores butikker er lokale. Vi kan lide, at de er små. Vi kan lide, at de ikke ligger så langt væk fra det sted, hvor vi bor, og at vi kan gå eller cykle hen til dem. Det indkøbsmønster kræver nærhed. Og netop nærhed er et af de dybeste principper i Coop – den danske brugsforening, der står bag butikker som Kvickly, SuperBrugsen, Fakta og Irma. 'Vi mødes i Brugsen' var i mange år det faste slogan i FDB, som senere blev til Coop. Og det er stadig sandt. ●

FLERE ANEKDOTER FRA BRUGSEN

Oplev Coops historie gennem 150 år ved at gå på opdagelse i en 3D-tidslinje med billeder og anekdoter fra Coops historie, danskernes madhistorie og Samvirkeforsider siden 1928.

Gå på opdagelse på coop150.dk



Det er dælenme' dille ikke at få del i dividenden...

Dirch Passer lavede i 1958 en reklamefilm for Hovedstadens Brugsforening, HB, der det år uddelte 11,9 millioner kroner i dividende til medlemmerne. I 2015 var det beløb knap 670 millioner kroner til Coops medlemmer.

Vidste du at...
Samvirke ikke altid har heddet Samvirke? Da bladet begyndte at udkomme i 1928, hed det Brugsforenings-Bladet. Se Samvirkes store jubilæumstema på samvirke.dk

ER DET IKKE LIGE MEGET, HVEM DER HAR SNITTET KÅLEN?

Bare fordi det skal gå stærkt, behøver det ikke være usundt. Coop satser stort på lækre og sunde måltidsløsninger, der giver pizzeria og grillbar kamp til stregen.

• TEKST BJARKE LØGSTRUP FOTO BJARKE LØGSTRUP OG COOP •

»Det er spændende at se, hvad der sker med alle vores samtalekøkkener om 10 år,« siger Trine Meyer fra afdelingen for innovation og forretningsudvikling i Coop og fortsætter: »Til den tid vil vores hjem måske bare være udstyret med et mindre tekøkken«.

Trine Meyer, der er projektleder for Coops måltidsmarked, kigger jævnlige i krystalkuglen for at forudsige danskernes spise- og indkøbsvaner. Det har ført til, at Coop i 2016 satser massivt på færdige salater og måltidsløsninger. Produkter, der skal

leve op til løftet i madmanifestet om at gøre det sundere at leve nemt.

»I øjeblikket ser vi, at det, vi kalder away-from-home-markedet, hvilket vil sige takeaway, færdigretter fra specialbutikker og lignende, vækster med omkring otte procent om året, mens dagligvarehandlen står mere eller mindre stille. Så det er klart, at det er et marked, vi gerne vil have del i, og vi mener, vi kan tilbyde danskerne sunde og lækre alternativer til pizzaen,« siger Trine Meyer.

ET KIG PÅ SAMFUNDSUDVIKLINGEN

Hvis det skal blive en succes for Coop, er det vigtigt at have et godt indblik i udviklingen af danskernes spisevaner, og hvordan hverdagen er skruet sammen for mange danskere.

»Hvis du kigger i et Ikea-katalog fra 2010 og finder deres billede af en dagligstue, så er det tydeligt,

VI VIL GØRE DET
SUNDERE
FOR DIG AT LEVE
NEMT

COOP OG DE SUNDE PARTNERSKABER

Ud over hele tiden at udbyde flere nemme og sundere fødevarer arbejder Coop også for at højne sundhedsniveauet i Danmark ved at være med i en række sundhedspartner-skaber: Fuldkornspartner-skabet, Saltpartnerskabet og Måltidspartner-skabet.

Mør gris i BBQ sauce, knuste kartofler med smør og spicy coleslaw er kommende nyheder fra Coop.



at rummet er bygget op om fjernsynet. Tager du derimod det seneste katalog, kan du se en dagligstue, der er indrettet med flere forskellige kroge og hjørner, hvor der er plads til at foretage sig forskellige ting. Vi tilbringer altså tid sammen uden nødvendigvis at lave det samme,« fortæller Trine Meyer.

Det er blandt andet en af grundene til, at gode måltidsløsninger har vind i sejlene. »Det er jo smart, hvis ungerne har lyst til boller i karry, men forældrene hellere vil have noget indisk. Så køber man bare en af hver, og så længe vi spiser sammen, er alle glade,« siger Trine Meyer.

DET SKAL VÆRE LET

Derudover kan man se en tendens til, at morgenmad og frokost ofte er måltider, som flere og flere danskere spiser, mens de er på farten.

»Det er selvfølgelig også noget, vi bliver nødt til at forholde os til. Skal vi for eksempel til at indrette vores butikker anderledes, så de er hurtige

»Om ti år vil vores hjem måske bare være udstyret med et mindre tekøkken

at komme ind og ud af, hvis kunderne bare skal købe en måltidsløsning?« siger Trine Meyer og peger på, at Coop netop er ved at teste app'en C-måltider, hvor kunderne kan bestille og betale for deres måltidsløsninger på forhånd.

Den demografiske udvikling er et andet aspekt, der også bliver undersøgt i forbindelse med, at man vil gøre det sundere at leve nemt.

»Cirka 52 procent af danske kvinder over 30 år er singler. Når de har fri fra arbejde eller ikke skal passe ungerne, så gider de ikke bruge tid på at stå og lave mad, og der kan vores måltidsløsninger være en hjælpende hånd i hverdagen. Samme tendens ser man hos forældre, hvor børnene er flyttet hjemmefra. De nyder, at de har tiden for sig selv, og de gider ikke altid bruge den tid på at lave mad. De køber færdige måltidsløsninger eller et produkt, der kan hældes direkte i salskålen. For i sidste ende er det så ikke lige meget, hvem der har snittet kålen?«, slutter Trine Meyer. ●

Læs mere på
sammenomberevremad.dk



Kunderne er vilde med Meyers lasagne. Det er en af de måltidsløsninger, som Coop sælger mest af.

HVAD SIGER KUNDERNE OM COOPS MÅLTIDSLØSNINGER:



LÆRKE SCHROLL MED DATTEREN VIDA PÅ 6 MÅNEDER, KØBENHAVN NV:

»Jeg er på barsel lige nu, og sidste gang jeg købte en salat, var det, fordi jeg gerne ville have noget ordentlig mad. Salaterne er et godt alternativ til pizzaen og frituren, og vi kender jo alle til at have travlt, så det kan være fint, hvis man kan få lidt hjælp her og der.«



EMIL ANCHER, KØBENHAVN NV:

»Jeg har prøvet nogle stykker af dem. Jeg synes, de er lækre og friske. Sidste gang jeg købte en salat, var det, fordi jeg skulle have gæster på besøg, så aftensmaden måtte gerne være lidt let og samtidig gå lidt hurtigt.«

DANMARK SKAL VÆRE DOBBELT SÅ ØKOLOGISK



For over 30 år siden solgte Coop den første pose økologiske gulerødder i Brugsen. Dengang var økologi ikke hvermandseje, men nyt, anderledes og for de få. Siden har økologien for alvor fået fodfæste, og hele 50% af det samlede økologisalg sker i dag gennem Coops butikker.

• TEKST KRISTINE KORNUM •

ØKOLOGI PÅ NETTET

Hvor meget økologi køber de i Sydjylland? Og hvad med Fyn? Det kan man blandt andet se på Coops nye website om økologi. Man kan også se små film og læse mere om økologi og følge med i Coops aktiviteter for at gøre Danmark dobbelt så økologisk.

Følg med på
coopøkologi.dk

1 MIO. TIL ØKOLOGIEN

I foråret 2015 sænkede Coop priserne på økologi. For at følge med salget lovede Coop at donere 1 mio. kroner til Økologisk Landsforenings arbejde med at hjælpe danske landmænd og producenter, der overvejer at omlægge til økologi, hvis forbrugerne købte 15% mere økologi i løbet af to uger. Mersalget af økovarer i de to uger endte på 15,5%, og Coop donerede dermed 1 mio. til Økologisk Landsforening.

ØKO(NOMISK)

Da Coop i 2015 satte de faste priser på alle økologiske varer ned, gav det genlyd i butikkerne. Salget steg med over 12 procent.

NYE ØKOVARER

Coop fortsætter med at udvide det økologiske sortiment og udvalg. Et par økologiske nyheder fra 2015 er kokoschips, landbrød og Danmarks første økologiske øl fra Svaneke.

8 GODE STEDER AT STARTE

At økosalget skal fordobles i Danmark, betyder selvfølgelig ikke, at alle behøver lægge indkøbsvanerne fuldstændig om fra den ene dag til den anden. Hvis du bare køber lidt mere økologi, end du plejer, er du allerede med til at gøre en forskel. For at gøre det let at komme i gang har Coop i samarbejde med Økologisk Landsforening lavet en liste over otte gode og nemme økovalg. Et af dem lyder: »Vælg økologiske havregryn og skån både dine børn og grundvandet for sprøjtegifte«. Se flere gode råd på coopøkologi.dk

LIDT TIL ENHVER ØKOSMAG

Der bliver hele tiden arbejdet på at tilbyde kunderne flere økologiske varer, som er til at betale. Ånglamark, 365 og Irmas øko hverdag er alle Coops egne økologiske vareserier.

SUPERHELTE I ØKOLOGIENS TJENESTE

I 2015 begyndte Coop også at bede børnene om hjælp til at gøre Danmark dobbelt så økologisk. Det sker i Øko-Superhelseskolen, der er en stor ombygget container med aktivitetsrum, som lærer børnene om økologi, så de bevæbnet med frøbomber og røde kapper kan gå ud i verden og kæmpe for mere økologi. Det er den lokale butik, der kan stå for at arrangere Øko-Superhelseskole.

CLAUS HOLM SÆTTER KRYDDERI PÅ HVERDAGEN

Den buttede kok med sixpence og bredt brillestel ejer mere end 2000 kogebøger og kan finde på at fælde en tåre over en god frikadellefars. Nu arbejder han sammen med Coop på at forbedre danskernes madkultur – bid for bid.

• TEKST EMMA LIBNER FOTO SINE FIGG OG HENRIK FREEK CHRISTENSEN •

I tv-kokken Claus Holms liv er søndag aften hellig. Den dag går konen Anne i køkkenet og tilbereder livretten over dem alle: grydestegt kylling med persille og agurkesalat og så er der ellers dømt timeout, når klokken slår spisetid. Den grydestegte kylling er nærmest blevet et ritual i svendborgenserens ellers travle program. Det er her, oven på en lang uge med alt fra skærm-tid på 'Go' Morgen Danmark' og 'Go' appetit på TV2' til foredrag og et tæt samarbejde med Coop, at Claus Holm slapper bedst af. Med simpel mad, der smager godt og er nem at lave. For som han selv siger:

»Det gør ikke noget, at tingene indimellem er helt ordinære.«

Som ambassadør for Coops Madmanifest er det den 45-årige koks fornemmeste opgave at få netop den pointe helt ind under huden på danskerne. At madoplevelser og den gode smag i hverdagen sagtens kan komme fra en simpel og saftig kylling. Det behøver hverken koste en formue eller for meget tid foran komfuret. Og alle kan være med.

»Når det kommer til hverdagsmad, er der ikke noget, du ikke kan. Alt kan lade sig gøre i et køkken, bare du siger til dig selv: 'Jeg kan godt!'« siger Claus Holm. Det er den følelse, han prøver at videregive, når han flere gange om ugen laver mad i det sekskantede tv-køkken i Mad Cooperativet, som åbnede på Københavns Hovedbanegård sidste år. Det anderledes supermarked med egen slagter, salatbar og brød fra Meyers er kommet til som en del af Coops ambition om at give danskerne flere gode madoplevelser, og det glæder tv-kokken, der altid er frisk på en sludder om kød og krydderier med kunderne, når kameraet ikke ruller.



»Det er dig og ingen andre, der fortæller dig, at du ikke kan finde ud af at lave mad,« siger Claus Holm

Mød Claus Holm og MAD Cooperativet på facebook.dk/madcooperativet

DEN VIGTIGSTE INGREDIENS

At den gode smag alt for sjældent havner på tallerkenerne, skyldes ifølge Claus Holm ofte hverdagens stress og jag. Når vi har travlt, bliver madpakker, indkøb og madlavning for mange en sur pligt oven i alt det andet, der ellers skal nås i løbet af dagen.

»Når vi kommer hjem fra arbejde og er trætte og uoplagte, bliver maden derefter,« siger han. Sur kok og sure råvarer giver sure gæster, lyder mantraet. Han foreslår, at vi sænker forventningerne til hinanden og til måltidet og i stedet fokuserer på at gøre tiden i køkkenet til en fælles hyggestund.

»Sig til dig selv, at nu skal vi simpelthen bare hygge med at skrælle kartofler og røre fars. Så kan



I Claus Holms køkken er der plads til alle, og kokken er altid klar på en hyggesnak.

☝ Sig til dig selv, at nu skal vi simpelthen bare hygge med at skrælle kartofler og røre fars

det godt være, det er mandag, og der er ukrudt i haven og støv på hyl-derne.«

Glad kok og glade råvarer giver nemlig glade gæster. Det gælder, uanset om du laver maden helt fra bunden eller vælger den nemme løsning og anretter en C-Salat med en håndfuld friske krydderurter. Hjertet skal være rent, og lysten skal være der. Det er den vigtigste ingrediens.

INSPIRÉR HINANDEN

Claus Holm fortæller begejstret, hvordan han i øjeblikket kører ud til psykiatriske afdelinger og rører koldpresset rapsolie og æggeblommer til mayonnaise med piger, der lider af en spiseforstyrrelse. For selvom han godt ved, at det langt fra er alle, der som han selv ejer 2000 kogebøger, tror han på, at lysten til velsmagende mad findes et sted dybt i os alle. Det

mærker han især, når han handler i sin lokale brugs, og folk prikker ham på skulderen, fordi de har set ham på tv. Netop det at turde tale sammen, tror han, kan inspirere flere til at gribe grydeskeen.

»Det kunne for eksempel være fedt, hvis en ung pige står nede i grøntafdelingen og ser lidt forvirret ud, og der så kommer en gammel dame hen og spørger: 'Har du nogensinde lavet noget med skorzonerrødder?' og pigen så svarer: 'Næ, det har jeg egentlig ikke' og på den måde bliver inspireret,« siger han. Han drømmer om sjove plakater i butikkerne, der kan opfordre folk til at give og tage imod i den gode smags tjeneste.

»Ham ved siden af dig har måske brug for dit råd,« kunne der stå på én af dem. Det er simpelt og en smule ordinært. Men det er også helt okay. ●

ØKOLOGI PÅ SKEMAET

161.000. Så mange skolebørn fik en på madopleveren, da de i 2015 lærte at lave sund økomad med GoCook Smagekassen. Et projekt, der siden 2006 har haft til formål at skabe den første generation af børn, der er bedre til at lave mad end deres forældre. GoCook Smagekassen er gratis for folkeskoler at deltage i. Den er en af de måder, Coop deler sit overskud på.



FOTO LISBETH HOLTEN

BEDRE BRØD TIL ALLE

I forsommeren 2015 indgik Coop partnerskab med Meyers Madhus. I den forbindelse blev alle medlemmer inviteret på bagekurser under sloganet 'Bedre brød til alle' i et forsøg på at forandre og forbedre danskernes madkultur. Kurserne rundede byerne Aarhus, Aalborg, Odense og Esbjerg, hvor flere hundrede bageentusiaster æltede økologiske brød i samlet flok.



ENDNU FLERE MADMESSER

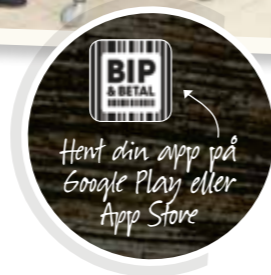
Over en weekend blev Øksnehallen i København forvandlet til et 5000 kvadratmeter stort madmekka, da Irma for første gang fyrede op for madmessen Mad & Glæde i 2015. Arrangementet blev så stor en succes, at Coop igen i 2016 bød danskerne indenfor til at smage på massevis af kvalitetsvarer både til Mad & Glæde og Mad Dage LIVE i Aarhus, Odense og København.

ET BIP FRA FREMTIDENS BUTIK

Når hverdagen puster en i nakken, skal det være nemt at få ordnet de daglige indkøb. Bip & Betal er et bud på en hjælpende hånd fra Coop. Og du behøver ikke have travlt for at bruge det.

• TEKST KRISTINE KORNUM FOTO TINA ZAREMBA •

Klar til start. Håndscannerne byder velkommen ved indgangen.



Det er planen, at kunderne med tiden også selv skal stå for betalingen. Indtil da hjælper en ekspedient.

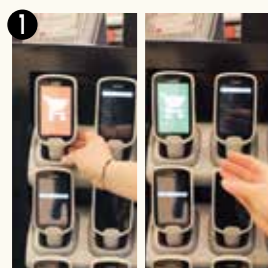


Der er store skilte med stregkoder i frugt og grønt-afdelingen, som gør det nemt at købe frugt, der ikke er i emballage.

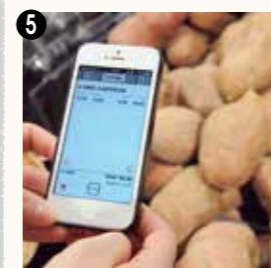


HVOR KAN JEG PRØVE?

Coop tester lige nu Bip & Betal i Kvikly Albertslund, SuperBrugsen Gilleje og SuperBrugsen Matthæusgade i København. Inden for de næste måneder bliver testen udvidet til SuperBrugsen i Hedensted og Kerteminde og Kvikly Farum. Det er planen at rulle konceptet ud til flere af Coops butikker i løbet 2017.



1. Butikkens scanner bliver frigivet, når man scanner medlemskortet. 2. Hvis du scanner med mobilen, er Coop ved at udvikle en holder, som gør det lidt nemmere. 3. Kunderne bruger mest mobilen til køb af færre varer.



4. Det er mobilens kamera, du bruger til at scanne varen med. 5. Det er nemt at tilføje flere af samme vare, når man først har scannet en. Samtidig giver app'en dig overblikket over dine indkøb løbende. 6. Man skal scanne en stregkode ved kassen, når man skal betale. For tiden kan man kun betale med kreditkort.

Det er meget nemt, og man kan springe køen over i supermarkedet. Sådan står der i beskrivelsen af Coops Bip & Betal-app, som jeg netop er gået i gang med at downloade på min telefon. Imorgen skal jeg finde ud af, om app'en nu også kan leve op til de fine ord, når jeg tager på indkøbstur i Kvikly Albertslund. Det er nemlig et af de tre steder, hvor Coop lige nu tester fremtidens betalingsmetode. Medlemmer kan enten scanne varerne via appen på deres telefon eller med en håndscanner, som findes i butikken. Når varerne er scannet og pakket i indkøbsnettet, går man blot op til en særlig selvscanningskasse og betaler. Mere om det se-

ner, jeg skal lige have styr på app'en først. Efter jeg har sagt ja til betingelserne, som blandt andet fortæller mig, at der kan være stikprøvetest af ens indkøb for at undgå misbrug, skal jeg scanne mit medlemskort. Coop tilbyder nemlig kun Bip & Betal-løsningen til medlemmer.

KLAR TIL START

»Vi er som koncern forpligtet til at gøre det nemmere og mere attraktivt at handle i vores butikker. Og hvis kunderne skal foretrække at handle hos os frem for konkurrenterne, så må vi tilbyde nogle services, der gør deres hverdage nemmere,« sådan fortæller Thomas Klausbo, digital direktør i Coop, om grunden til, at Coop

siden november 2015 har testet Bip & Betal-konceptet. De arbejder hele tiden på at forbedre det, inden det i løbet af 2017 skal udbredes til flere butikker. Inden jeg går på jagt efter peberfrugt og kartofler, logger jeg på butikkens wifi. Fordi jeg allerede har scannet mit medlemskort, husker appen mine oplysninger, og jeg kan scanne, mens jeg indkasserer point og medlemsrabatter uden at skulle have medlemskortet op af lommen.

DET ER SJOVT AT BIPPE

Ifølge Thomas Klausbo er der mange gode grunde for medlemmerne til at vælge selvscan. Der er ingen kø, når man skal betale, man kan se indkøbssummen hele tiden og på den måde

»Der er ikke én rigtig løsning. Vores medlemmer er meget forskellige

holde øje med sit forbrug. Man kan også se, om tingene går ind til den rigtige pris, så man ikke behøver tjekke sin bon. Og så er det bare en lidt sjovere måde at handle på. Jeg kan især nikke genkendende til det sidste. Første gang stregkoden fra pakken med cherrytomater bipper ind på min telefon, giver det et lille kick, og jeg kan ikke vente med at se, hvordan tilbuddet på to røde peberfrugter går ind. Man scanner nemlig kun en peber-

frugt og angiver derefter på telefonen, hvor mange man skal have. Det virker, og jeg kan se på telefonen, at min rabat er fratrukket.

FARVEL OG TAK – UDEN KØ

Jeg scanner mig videre i butikken og kan mærke, at jeg egentlig godt gad bo tættere på Kvikly Albertslund. Jeg passer selvfølgelig også meget godt ind i den målgruppe, som bliver tiltrukket af Bip & Betal. Coops test viser nemlig, at medlemmer i aldersgruppen 30-39 år har taget særlig godt imod selvscan.

»Vi har lært af vores test, at der er ikke én rigtig løsning. Vores medlemmer og butikker er meget forskellige. Om man vil bruge Bip & Betal, hand-

ler ikke om, hvorvidt man er ung eller gammel. Vi har flere ældre brugere. Det handler om, hvor meget værdi vi kan skabe for den enkelte kunde,« siger Thomas Klausbo.

På vej mod en af de fire selvscanningskasser kan jeg godt se værdien. Der er nemlig overhovedet ingen kø. Varerne bliver i posen, og jeg skal blot scanne en stregkode med telefonen og kan så betale. Planen er, at kunderne på sigt også selv skal klare betalingen. Gerne gennem app'en. Det skal give ekspedienterne tid til at komme mere ud blandt kunderne. For som Thomas Klausbo slår fast, så er selvscan ikke en spareøvelse: »Vi fjerner ikke den menneskelige kontakt, vi flytter den bare.«



Til dig fra Coop

Coop gav for knap 670 mio. kroner i point og rabatter tilbage til medlemmerne i 2015.

Medlemmerne pointdage

I 2015 var der i alt tre perioder med pointdage. Her brugte medlemmerne point svarende til ca. 145 mio. kroner til at købe for i Coops butikker. Det er en stigning på lidt over 30 mio. kroner i forhold til året før og det højeste nogensinde.

Kom foran i køen

Da Coop tilbød medlemmerne forsalg på koncertbilletter til blandt andet Coldplay, Madonna og Rihanna, blev billetterne er revet væk. Til medlemmer med børn blev et godt tilbud på billetter til Legoland udsolgt på få timer.



Op på koderne

I foråret 2015 deltog 350.000 medlemmer i Coops store madkonkurrence. For at være med skulle man indsende koder fra kassebonen, skilte i butikkerne, tilbudsaviserne og andre steder. Jo flere koder, desto flere gevinstchancer. Der blev indsendt 4 mio. koder og uddelt gevinster for en halv million kroner.

HAR DU ET MEDLEMSKORT?

Et af de mest stillede spørgsmål ved kassen i Coops butikker er, om kunderne har et medlemskort. Forhåbentlig er svaret ja. For med kortet i baglommen er der både point og rabat på dagligvarer og adgang til en verden af fordele.

• TEKST KRISTINE KORNUM ILLUSTRATION MIKKEL HENSSEL •

Fra naturgas til højhælede

De mest populære partnere er Coop mobil, OK og SEAS, hvor medlemmerne får point på billig mobiltelefoni, brændstof, olie, naturgas og el. De nye shoppingpartnere Boozt og Zalando er også blevet godt modtaget.

Stort udvalg

Coops medlemmer får også fordele hos 30 forskellige partnere. I 2015 fik de knap 300.000.000 point fra partnere. Det svarer til ca. 21 mio. kroner.

Se alle dine fordele på coop.dk

Tallene bag COOP

Coop er med tiden vokset til at være en af Danmarks største arbejdspladser med butikker over hele landet. Virksomheden står for en stor del af det danske marked for dagligvarer. Det har givet et godt regnskab for 2015.

632 mio.

Det blev Coop og brugsforeningernes resultat før renter i 2015. En forbedring fra 2014, hvor tallet var 523 mio. kroner.



COOPS MANGE BUTIKKER

Coop har knap 1200 butikker fordelt på fem forskellige kæder. De 411 af dem er selvstændige brugsforeninger, som har en franchiseaftale med Coop.

LEVERANDØRERNE

Coop har mere end 2500 leverandører. Der arbejdes især med partnerskaber for at sikre nyskabende kvalitetsvarer til danskerne.

1.593.512

SÅ MANGE MEDLEMMER HAR COOP (Pr. 1. marts 2016)



40.000

MEDARBEJDERE har Coop. 8% af den danske arbejdsstyrke har på et tidspunkt arbejdet i Coop, der ofte er unges første arbejdsplads.

COOP DANMARK ER DEN STØRSTE VIRKSOMHED I COOP-FAMILIEN

Resultat for Coop Danmark og de selvstændige brugsforeninger ser sådan ud:

Resultatopgørelse (mio. kroner):	2015	2014
Nettoomsætning	45.249	44.698
Bruttoresultat	9.238	8.908
Resultat før renter (EBIT)	632	523
Finansielle poster, netto	-51	-80
Resultat før skat (EBT)	581	443
Årets resultat	456	339



EN TUR TIL MÅNEN

Coops lastbiler kører årligt, hvad der svarer til 50 ture til Månen og tilbage igen. Så får selv de mindste byer adgang til friske varer.

Se hele regnskabet på coop.dk/årsrapport

HVORDAN GÅR DET MED DIN BUTIK?

Coop Danmark driver butikskæderne Kvickly, SuperBrugsen, Dagli' Brugsen, fakta, Irma og de to netbutikker coop.dk og Irma.dk. Alle klarede sig flot i 2015.

Det samlede resultat for hele Coop-familien inkl. de selvstændige brugsforeninger blev i 2015 597 mio. kroner før renter og skat. I 2014 var det 362 mio. kroner.

Kvickly

Efter et historisk resultat i 2014 fortsatte fremgangen for Kvickly, der i 2015 præsterede sit hidtil bedste resultat. Omsætningen blev 9,2 milliarder kroner inkl. de 13 brugsforeninger mod 9,2 milliarder kroner i 2014.

Super Brugsen

2015 blev det bedste år i SuperBrugsens historie. Omsætningen blev 14,2 milliarder kroner inkl. brugsforeningerne mod 13,8 milliarder kroner i 2014. I 2015 fik SuperBrugsen både flere kunder, større markedsandel og forbedret kunde- og medarbejdertilfredshed.

Dagli' Brugsen Lokal Brugsen

Åbning af 'Fremtidens Dagli' Brugs', direkte kundeinvolvering og vækst i salget af økologiske varer prægede et godt 2015 for Dagli'/LokalBrugsen. Omsætningen blev 6,7 milliarder kroner inkl. brugsforeningerne mod 6,8 milliarder kroner i 2014.

fakta

Modernisering af 80 butikker til nyt koncept, stærk stigende medarbejder- og kundetilfredshed og lukning af 20 tabsgivende butikker prægede fakta i 2015. Omsætningen blev 10,4 milliarder kroner mod 10,3 milliarder kroner i 2014.

Irma

I 2015 forstærkede Irma sin indsats for økologien og udviklede en ny vareserie, der fik premiere i Japan. Omsætningen blev 2,4 milliarder kroner mod 2,4 milliarder kroner i 2014. For Irma.dk, der er Coops internetsatsning på dagligvarer, steg omsætningen markant, men resultatet er fortsat ikke tilfredsstillende.

coop.dk Dine butikker på nettet

I 2014 blev coop.dk opdelt i seks specialbutikker: Haveliv, Legetøj, Cykler, Vin, Bolig og Skønhed. Kunderne tog godt imod de nye butikker, og der har været en god udvikling i omsætningen og indtjeningen. Resultatet blev tilfredsstillende.

COOP KAN MERE

Coop driver ikke kun butikker. Coop Invest er den del af Coop-familien, der forvalter og udlejer nogle af Coops ejendomme og samtidig driver reklamebureauet Republica og kursuscenteret Severin. Der var fine overskud at hente på alle tre områder i 2015.

Republica havde et godt år i 2015, hvor de blandt andet opkøbte bureauet Konstellation for at styrke bureauets digitale ydelser. Årets resultat før skat blev 9,1 millioner kroner mod 11,6 millioner kroner i 2014.

For Severin var 2015 det første år i fuld drift efter de tidligere års gennemgribende renovering af kursuscenterets ejendom. Det gav et resultat for 2015 før skat på 869.000 kroner mod 16.000 kroner i 2014.

Ud over at drive Republica og Severin består Coop Invests aktivitet af investering i ejendomme. Det har givet et resultat for 2015 før skat på 65,5 millioner kroner mod 56,3 millioner kroner i 2014.

COOP BANK ER MEDLEMMERNES BANK

Coop Bank skal gøre hverdagen lidt nemmere og billigere. Det får stadig flere af Coops medlemmer øjnene op for. Næsten 60.000 af dem var kunder i banken ved slutningen af 2015.

Coop Bank er en bank for Coops næsten 1,6 millioner medlemmer. I Coop Bank kan medlemmerne håndtere deres daglige økonomi, betalinger, spare op og låne penge, når det er nødvendigt.

»Coop Banks filosofi har fra start været at tilbyde enkle og gennemsigtige bankprodukter, der er til at forstå. Samtidig skal vi være en ekstra fordel for Coops medlemmer,« fortæller Allan Nørholm, der er administrerende direktør i Coop Bank.

En af medlemsfordelene ved at bruge Coop Bank er, at når man vælger at tilknytte et Visa/Dankort eller debetkort til en Coop Konto, så er der 20% ekstra point at hente, når man betaler med kortet i Coops butikker og

på Coop.dk. Derudover kan medlemmer også få Coop MasterCard med kredit op til 50.000 kroner eller Coop MasterCard SORT med rejseforsikring i hele verden, gebyrfrie kontanthævninger i udlandet og kredit op til 50.000 kroner.

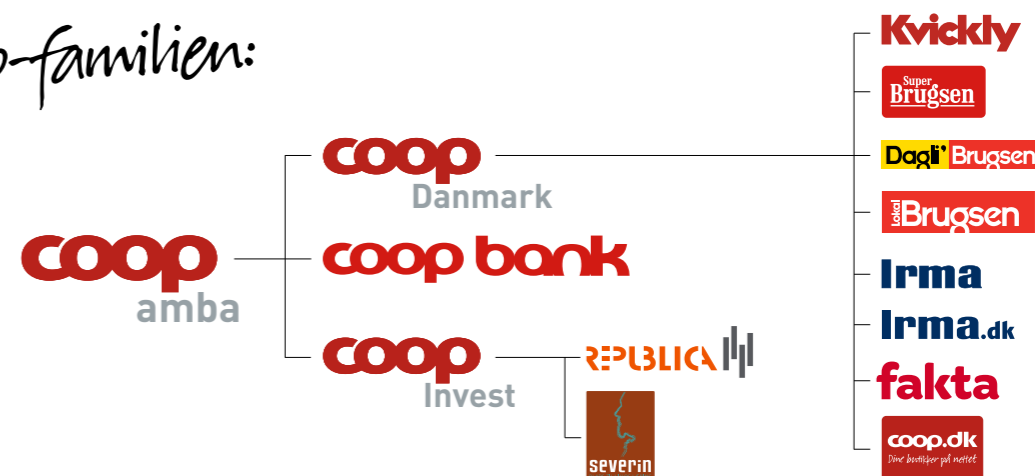
Ved udgangen af 2015 var flere end 59.000 af Coops medlemmer kunder i Coop Bank. I starten af det nye år lancerede Coop Bank deres nye Coop Lån. Det nye Coop Lån gør det muligt at låne fra 100.000 kroner til 200.000 kroner til kun 5,95% i rente uden gebyrer og stiftelsesomkostninger. Låneproduktet er kommet godt fra start, og der kom på kun to uger flere lånean-



Se meget mere om dine Coop Bank-fordele på coopbank.dk

søgninger, end banken har fået hele den foregående halvanden måned. Lånet forventes at være omdrejningspunktet for udlånsaktiviteterne i år.

Coop-familien:



VIND

PRÆMIER FOR 50.000 KR. TIL COOP.DK

Fik du alle detaljerne i Dit Coop 2015 med? Test din viden og deltag i konkurrencen om 3 gavekort på 10.000 kroner og 10 gavekort på 2000 kroner til Coop.dk

- 1) Coop fejrer stort jubilæum i år. Hvor mange år er det siden, at den første brugsforening så dagens lys i Thisted?

100

150

200

- 2) Coop har et ambitiøst madmanifest, der skal udvikle og inspirere den danske madkultur. Hvor mange 'bud' er der i manifestet?

3

6

10

- 3) Coop deler overskuddet med medlemmerne, fordi de er medejere. Det sker gennem fordelsprogrammet. For hvor mange millioner kroner fik medlemmerne point og rabatter i 2015?

270

470

670

Du kan deltage i quizen på samvirke.dk/medlemsquiz indtil 27. maj 2016. Vinderne får direkte besked. Ansatte i Coop og medlemmer af deres husstande kan ikke deltage i konkurrencen.

DELTAG I
QUIZEN PÅ
SAMVIRKE.DK/
MEDLEMSQUIZ

