

EMILIE SÆLGER BÅDE GODE VARER OG GODE VÆRDIER

Coop er et fællesskab og første arbejdsplads for tusindvis af unge. Over halvdelen af Coops 40.000 medarbejdere er under 25 år. Mød Emilie i butikken og læs, hvorfor hendes job er noget helt særligt. Læs mere på side 10-11

**SIDE 8****HVOR GRØN ER DU?**

Du og din kurv har magten i klimakampen

SIDE 14**STYRKER FÆLLESSKABET**

Sådan hjælper Coop lokale ildsjæle med at bevare byens egen butik

SIDE 20**FLERE KLIKKER
VARERNE HJEM**

Mere økologi til døren med Coop.dk MAD



Corona, klima, digitalisering, discount og konkurrence fyldte meget i Coop i 2021.

Gennem året valgte 48.633 personer at blive medlem af Coop og købe ind i fællesskabet. Vi er nu godt over 1,9 millioner medlemmer, som sammen ejer Coop, får 'udbytte' udbetalt i form af optjent bonus, og som kan få indflydelse på vores virksomhed.

Mens corona i 2020 spændte ben for det lokale medlemsdemokrati, var vi bedre forbedret i 2021. Derfor kunne bestyrelsen i din lokale butik for første gang nogensinde invitere dig til at deltage digitalt på årsmøder og generalforsamlinger via Coop app'en. På den måde blev lokale kræfter valgt ind i mere end 500 bestyrelser i landets Kvickly, SuperBrugsen og Dagli'Brugsen, på trods af vores begrænsede mulighed for at mødes.

Din dagligvarebutik er mere end et indkøbssted. Den er afgørende for fællesskabet og for, at byen er et godt sted at bo.

Nu glæder vi os til, at vi igen kan invitere til forbrugerarrangementer, sjov for byens børn, madfællesskaber for familier og meget andet. Din dagligvarebutik er nemlig - især i mindre lokalsamfund - mere end et indkøbssted. Den er afgørende for fællesskabet og for, at byen

er et godt sted at bo. Det får du eksempler på fra Djursland og Røsnæs på side 14.

Her i magasinet kan du også læse om vores onlinesupermarked Coop.dk MAD, som leverer dagligvarer til flere og flere. Og at vi i 2021 har fået meget mere børnetøj på hylderne og en masse andre nonfood-varer, som Kvicklys kunder har taget godt imod.

Vi har brugt særligt mange kræfter på at give dig en ny grøn discountkæde, Coop 365-discount. I 2022 vil op mod 190 nye butikker med grønne facadeskilte, større sortiment og mere vægt på sunde og økologiske varer til lave priser lyse op over hele landet.

Coops drift skal være CO₂-positiv i 2030. Det arbejdede vi målrettet på i 2021, og det bliver vi ved med. Samtidig gør vi det nemmere for dig at handle bæredygtigt. Måske er du en af de mange, der allerede følger dit klimaaftryk i Coop app'en, eller også har du lagt mærke til, at butikkerne tester klimavenlige løsninger? Slå op på side 8 og læs om de klimaforsøg, som frivillige og butiksledelse går sammen om i Aarhus. Sammen med indvielsen af den første af en række folkeskove er det bevis på, at vi sætter handling bag ordene for at sikre den grønne omstilling.

Formand for Coop, Lasse Bolander

Vi har glædet os TIL AT FORTÆLLE DIG OM:



NYE VARER PÅ IRMAS HYLDER S. 6

Irma får lækre tips fra medlemmer og kunder. Det baner vej for flere små producenter.

DISCOUNT MED GRØNT PÅ S. 7

Over 100 Coop 365-discount-butikker er myldret frem på landkortet. Find én tæt på dig.

LANDETS FØRSTE KLIMA-KVICKLY S. 8

Kunder, frivillige og Kvickly gik sammen om at nedbringe madspild med 25 procent. Tag med til Aarhus.

DEN FØRSTE ARBEJDSPLADS S. 10

Sådan er det at være ung og arbejde for at give Coops medlemmer og kunder gode oplevelser i butikken. Mød to af vores 25.000 unge medarbejdere.

TØJ MED OMTANKE S. 12

Der er sket en forvandling i de fleste af landets Kvickly'er. Nu er det nemmere at finde kvalitetstøj fra Friends til familiens mindste.

BUTIKKEN GIVER FÆLLESSKAB S. 14

Coop hjælper ildsjæle med at bevare brugsen og det lokale samlingssted. Læs om et utraditionelt samarbejde på Djursland.

TRYK, SUND OG BÆREDYGTIG HVERDAG S. 16

Mindre klimapåvirkning, mere genanvendt plast, en ny folkeskov og demokrati i Coop app'en. Se nogle af vores initiativer fra 2021.

INVESTER I EN GRØNNERE FREMTID S. 18

Kender du en lokal virksomhed med grønne planer, vi sammen skal investere i? Forbrugerne er klar. Coop Crowdfunding har platformen.

DAGLIGVARER TIL DØREN S. 20

Levering i hele landet, større udvalg og meget mere økologi. Coop.dk MAD får flere og flere nye kunder.

VI REDDER MADEN S. 22

Sammen med dig og Coops andre medlemmer har vi reddet mere mad fra at gå til spilde.

VORES BUTIKKER OG RESULTAT S. 23

Hvordan går det med de over 1000 butikker, vi ejer sammen?

Brugt papir bør så vidt muligt afleveres til genanvendelse.



EU Ecolabel : PL/028/005

Ansvarlig chefredaktør:
Pia Thorsen Jacobsen
Redaktør: June Risum Scheibel
Skrivere: Ida Marie Rem, Josefina Estrada, June Risum Scheibel, Louise Norup Hellener og Michala Hauge Kofoed.
Layout: Tina Zaremba
Forsidefoto: Mew
Tryk: Quad/Graphics Europe.

Vidste du ...
at Coop frem mod 2025 vil fjerne al unødvendig plastik fra emballagen?
Se mere på side 16



2021 Året der gik

Som en medlemsejet virksomhed med dagligvarebutikker, medlemsindflydelse, online forretning, bank og meget mere har Coop altid gået egne veje. Vi vil forandre måden, vi handler på, til gavn for alle medlemmer. Her er noget af det, vi opnåede i fællesskab i 2021.



Irmas kunder støtter Mødrehjælpen med i alt 2.290.000 kr. i 2021. Det betyder, at 688 familier kan få julehjælp, og 1300 familier kan få rådgivning. Irma-kundernes donationer til Mødrehjælpen via pantautomater og salg af kunstplakater er fordoblet på tre år.

Den sunde og klimavenlige kål er fokus for en af Danmarks største skoleaktiviteter, GoCook Smagekassen. GoCook er Coops madprogram for børn. 150.000 børn fra 80 procent af landets grund- og specialskoler deltager.

Mere end 400 medlemmer har sammen med Coops grønneveje.dk hjulpet med at mindske madspild. Det er sket med bidrag til en digital håndbog med medlemmernes opskrifter og hverdagstricks.

Coop i spidsen for nyt ambitiøst samarbejde mellem Miljøministeriet og detailbranchen, hvor Coop får formandspost. Det skal sikre, at langt mere plastik fra butikker, supermarkeder og bygge- og genbrugsmarkeder bliver genbrugt og genanvendt.



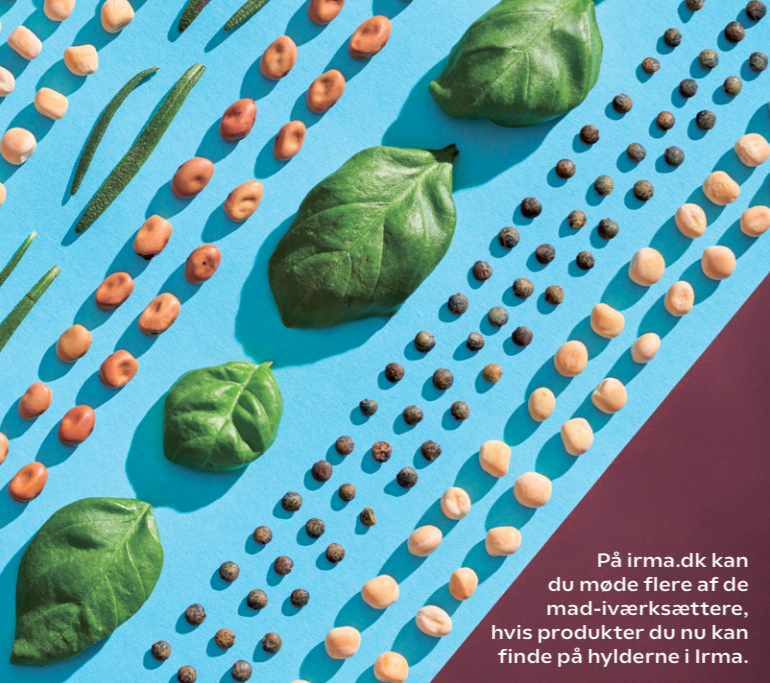
Samvirke sætter det digitale forrest, og med et nyt site bliver forbrugeroplysning, hjælp til hverdagen og troværdige artikler til Coops medlemmer nu først og fremmest fortalt i samspil med lyd og levende billeder fra det 93-årige medlemsblad på nettet.

Klimaplan får kvalitetsstempel, da Coop som den første i dansk dagligvarehandel får godkendt sin klimahandlingsplan af det internationale Science Based Targets initiative (SBTi). Dermed er det dokumenteret, at Coops klimamål lever op til Parisaftalen.



Dagli' Brugsen åbner digital butik, som er ubemandet uden for normal åbningstid. Medlemmerne kan åbne døren og handle med Coop app'en. Det kan sikre overlevelse for mange butikker, som er livsnerven i mindre byer.





På irma.dk kan du møde flere af de mad-iværksættere, hvis produkter du nu kan finde på hylderne i Irma.

TAK FOR TIPPET, LARS HENRIK!

Lars Henrik fra Brønshøj tippede Irma om Casjus frugtkarameller. Karamellerne er søde, bløde og overtrukket med chokolade. De er lavet af cashewnøddens æblelignende og saftige frugt, som normalt går til spilde, når nødderne høstes. Karamellerne er produceret i samarbejde med udvalgte afrikanske småbønder. Når du køber Casju, er du med til både at øge småbøndernes indtægt på cashewnødderne og undgå ressource- og madspild. Takket være Lars Henrik kan du nu finde dem i Irma.



IRMA SMAGER AF MERE

I 2021 gav Irma ekstra mange små, innovative madiværksættere plads på hylderne – med hjælp fra medlemmer og kunder.

TEKST JUNE RISUM SCHEIBEL FOTO IRMA OG CASJU

Irma har altid været kendt for store smagsoplevelser, som skaber madglæde, og for modet til at gå nye veje. 2021 var ingen undtagelse. Her inviterede Irma sine medlemmer og kunder med i jagten på nye varer, der endnu ikke fandtes i noget andet supermarked.

TIPS OM SMÅ PRODUCENTER

Under overskriften »Irma elsker madiværksættere« er ambitionen at sætte en ny standard for produktudvikling i den danske fødevarer verden. Irma opfordrede kunderne til at indsende tips om små producenter og varer med fokus på økologi og bæredygtighed, som de godt kunne tænke sig at finde på hylden i deres lokale Irma.

Kundernes interesse for mere unikke produkter og større smagsoplevelser er vokset de seneste år, nærmest eksplosivt under corona, og nye producenter pibler frem, forklarer Irmas direktør, Jan Larsen:

»Irma har altid været på de smås side i form af de mindste producenter og de største ildsjæ-

le, der brænder for at udvikle nye og bedre smagsoplevelser. Der har næppe nogensinde før været så mange helt små eksperimenterende entusiaster inden for udvikling af nye mad- og drikkeoplevelser, og dem vil vi finde og hjælpe frem – sammen med vores medlemmer og kunder,« siger han.

Irmas grundlæggende formål er at tilbyde kunderne varer, der udfordrer de kendte standarder. Sådan har det været i Irmas 135-årige historie. For at det også skal være sådan i fremtiden, vil Irma støtte de mange nye, som i dag er små, men som kan blive store i fremtiden. ☺

Som en del af Irmas strategi skal 500 nye produkter de næste år ind i butikkerne. Irma har desuden et mål om i 2025 at være det første supermarked i verden, hvor mere end halvdelen af salget er økologisk.



TEKST JUNE RISUM SCHEIBEL FOTO COOP

COOP 365DISCOUNT Ny kæde vil være det rigtige sted at spare

Den nye, grønne discountkæde i Coop-familien har netop rundet 100 butikker over hele landet. Navnet er Coop 365discount, og kæden har siden september 2020 langsomt åbnet og testet konceptet med feedback fra kunderne. Fra nytår gik den landsdækkende markedsføring i luften med budskabet om, at »Coop 365discount er det rigtige sted at spare« og ambitionen om at åbne yderligere 120 butikker i år.

PRIS OG ØKOLOGI I FOKUS

Kernen er lave priser, et større udvalg af ansvarlige varer og en indkøbsoplevelse med mere plads og overskuelighed. Butikkerne er indrettet med et bredere sortiment og større fokus på frugt og grønt. De ekstra varer er inden for bl.a. allergi- og miljøvenlige varer og ikke mindst økologi, hvor vareserien »Coop365« er central. ☺



OVER
20%

løftede Coop 365discount-butikkerne i 2021 salget af økologi. Væksten i økologisalget er fortsat ind i 2022, som ligger 14 procent over sidste år.

FIND EN COOP 365DISCOUNT TÆT PÅ DIG

JYLLAND: Arden, Bramming, Brande, Bredballe, Brovst, Esbjerg – Strandby Kirkevej, Farsø, Frederikshavn, Frederikshavn – Skagensvej, Galten, Glesborg, Hammel, Hadsten, Hasle, Herning – Grøndahlsvej, Hjallerup, Hobro – Hostrupvej, Horsens – Egebjerg, Horsens – Vejlevej, Hovedgaard, Hørning, Langå, Løgumkloster, Nørre Nebel, Randers – Hadsundvej, Randers – Kristrup, Randers – Mariagervej, Ringkøbing, Skanderborg – Kildevej, Skive – Asylgade, Skive – Frugthaven, Skødstrup, Skørping, Stavtrup, Strandby-Elling, Struer, Sønderport, Sønderris, Taulov, Tinglev, Tved, Ulkebøl, Vejle – Uhrhøj, Østervrå, Aalborg – Skipperen, Aarhus – Langenæs, Aarhus – Mølleparken.

FYN, SJÆLLAND OG ØERNE: Assens, Borup, Brenderup, Buddinge, Charlottenlund, Gelsted, Haslev, Hedehusene, Helsingør, Herlev, Hillerød – Frederiksbro, Hjallesø, Humlebæk, Hundested, Høng, Hørve, Nykøbing Sjælland, Næstved – Præstøvej, Odense – Enebærvej, Odense – Gartnerbyen, Odense – Hjallesøvej, Odense – Kochsgade, Odense – Nørregade, Odense C – Skibusvej, Odense – Vesterbro, Otterup, Roskilde – Rørmosen, Rudkøbing, Rønde, Smidstrup, Smørum, Solrød, Stege, Svendborg – Lerchesvej, Svendborg – Nyborgvej, Søllested, Tølløse, Vordingborg, Ølstykke, Ørslev.

KØBENHAVN: Brøndby – Kærdammen, Charlottenlund, Frederiksberg, Godthåbsparken, Kastrup – Kastruplundsgade, Kastrup – Løjtegårdsvej, Kbh. S – Bremensgade/Holmbladsgade, Kbh. S – Englandsvej, Kbh. S – Strandlodsvej, Kbh. N – Jagtvej, Kbh. NV – Frederiksborgvej, Kbh. Ø – Masnedøgade, Mørkhøj, Rødovre – Rødovrevej, Rødovre – Islebrovej, Søborg, Søholm, Taastrup, Valby.



På coop365.coop.dk/ butikker kan du følge med i, om der er en på vej i dit lokalområde inden for de næste måneder.

KUNDERNE HAR MAGTEN I KLIMAKAMPEN

Det er kunderne, der med indkøbskurven bestemmer, hvor hurtigt den grønne omstilling skal gå, men Coops butikker har pligt til at gøre det nemt at handle klimavenligt, mener klimachef.

TEKST MICHALA HAUGE KOFOED FOTO LINE FALCK STYLING TINA ZAREMBA

Vi er ikke klogere end vores kunder, så vi vil ikke bestemme eller diktere, hvad de skal gøre. Vi skal til gengæld gøre det nemt og tilgængeligt at handle mere klimavenligt i vores butikker,« siger Coops klimachef, Jonas Engberg, der ikke er i tvivl om, at kunderne har en stor magt i den grønne omstilling af dagligvarerne: »Når kunderne trækker i en bæredygtig retning, nedbringer det den negative påvirkning fra de varer, vi sælger. Og det betyder også, at vi kan stille flere krav til producenter og leverandører.« Kunderne vil gerne handle mere bæredygtigt, men de kan have svært ved at gennemskue, hvilke varer der er mest klimavenlige, og finde frem til dem i butikken.

AARHUS SKUBBER PÅ

Så hvordan hjælper butikkerne kunderne på vej? Det mest afgørende er, at de klimavenlige varer står synligt og tilgængeligt.

Det fandt bestyrelsen og medarbejderne i den aarhusianske Kvickly i Bruuns Galleri ud af ved at undersøge, hvad der skete, når de mærkede de mest klimavenlige varer eller 'nudgede' kunderne i retning af varerne ved at stille dem tydelige steder i butikken.

Undersøgelserne blev lavet i tæt samarbejde med studerende fra kognitionsvidenskab på Aarhus Universitet og den landsdækkende ngo Klima X, der arbejder med at skubbe forbrugere i retning af en mere bæredygtig livsstil.

FLERE KØBTE KLIMAVARER

På bare en uge steg salget af udvalgte klimavarer med hele tre procent i Kvickly i Bruuns Galleri, blot ved at stille dem et mere synligt sted. Resultatet var så tilfredsstillende, at det førte til kampagnen »Tag den forreste«, hvor varer, der nærmede sig udløbsdatoen, blev stillet forrest på hylderne. Ved at tage den forreste vare hjalp kunderne med at nedbringe butikkens madspild med 25 procent i kampagneperioden.

»I Klima X designede vi de forskellige forsøg til butikken, mens formand for butiksbestyrelsen, Preben Damgaard Sørensen, der er en kæmpe frivillig kraft, og varehuschef Dennis Ø. K. Andersen bød ind med, hvad der var praktisk muligt,« fortæller Merete Jensen, projektleder og stifter af Klima X, om det unikke samarbejde, der gik på tværs af frivillige kræfter, forskning og butik. Merete Jensen håber, at de tydelige resultater vil gøre indtryk på andre butikker og kæder.

FØRSTE KLIMA-KVICKLY

Det, der startede som et lokalt testforløb med frivillige kræfter i front, har resulteret i, at Coop har udpeget den aarhusianske Kvickly til Klimabutik. Den skal fortsat teste og finde de bedste løsninger, der kan udbredes til Coops øvrige butikker. »Vi vil gøre det mere klimavenlige valg let, billigt, sundt og godt, og dermed det foretrukne for kunderne i butikkerne. Kun på den måde bliver det attraktivt for fødevarer virksomhederne at producere flere klimavenlige varer til Coops hylder,« siger Coops klimachef, Jonas Engberg, der glæder sig til at følge arbejdet i den første Klima-Kvickly. ©

65%

CO₂-reduktion fra frugt og grønt, der transporteres med tog i stedet for lastbil.

Kilde: Coop 2021

53%

fald i kundernes køb af plastikbærpøser i Coops butikker siden 2010.

Kilde: Coop Analyse 2021

Emilie og Cathrine tager ansvar for din butik

Coop skal være Danmarks bedste butiksarbejdsplads, drevet af mennesker med drømme og drivkraft, som de hver dag tager med på arbejde. Emilie og Cathrine er to af de mere end 25.000 unge medarbejdere, som udvikler sig, tager ansvar og spiller en afgørende rolle i en af Coops mere end 1000 butikker.

TEKST IDA MARIE REM FOTO MEW OG THOMAS DOHN



I 2021 oprettede Coop ekstra hold for både ledertrainees og salgselever

Emilie Jerndal Carlsen, 25 år, souschef i SuperBrugsen Lyngge-Uggeløse, studerer til cand. merc. i virksomhedsledelse

»Jeg blev ansat i SuperBrugsen som ungarbejder hos bageren i 2013. Siden har jeg lavet alt fra at stå i kiosk og siddet i kasse til at være servicemedarbejder og lukkeansvarlig. I dag er jeg souschef. Jeg tager mig af ansættelse af alle vores ungarbejdere, vagtplaner og de udfordringer, der kan dukke op i løbet af en arbejdsdag. Min chef har fremtidsplaner for mig, og hver dag byder på nye udfordringer, så jeg får mest mulig erfaring.«

VÆRDIER OG ARBEJDSMORAL

»Butikken er ofte de unge menneskers første arbejdsplads. Butikken har været med til at udvikle mig og skabt nogle af mine grundværdier. Nu er det min tur til lære de nye unge mennesker om arbejdsmoral og være

et godt eksempel på, hvordan man passer et arbejde. Viser de unge engagement, stabilitet og selvstændighed – og kan de finde ud af at møde til tiden – står butikkens dør åben for dem.«

FÆLLESSKAB PÅ TVÆRS

»Butikken er med til at skabe arbejdspladser for unge mennesker i en lille by som Lyngge-Uggeløse. SuperBrugsen er et samlingspunkt, hvor kunder og ansatte mødes og snakker sammen. Fællesskabet i butikken er godt, og selvom nogle har arbejdet her i 30 år, mens andre først lige er blevet ansat, kan alle med hinanden på kryds og tværs. Det er rart at komme på arbejde til søde og rare kollegaer.«

I 2021 blev Dagli'Brugsen kåret som det bedste sted at arbejde blandt 18 detailkæder i Danmark. Irma tog 2. pladsen. Ca. 7000 nuværende og tidligere medarbejdere deltog i undersøgelsen fra Jobindex.



Cathrine Hummelshøj Randmose, 25 år, uddelerassistent i SuperBrugsen Kjellerup

»Jeg begyndte som ungarbejder i delikatessen i en SuperBrugsen i 2011. Jeg kan huske, at det var fedt at kunne tjene mine egne penge. I 10. klasse tog jeg på efterskole, men jeg blev genansat i kassen, da jeg kom hjem igen. Før jeg fik set mig om, var jeg overalt i butikken. Jeg blev tilbudt at tage en Coop ledertrainee-uddannelse, hvor jeg fungerede som min daværende souschefs højre hånd i butikken. Det var en lærerig og virkelig hård periode, men jeg ville ikke have været den foruden. I dag er jeg uddelerassistent i SuperBrugsen Kjellerup.«

INGEN BUTIK UDEN UNGARBEJDERE

»Mange i SuperBrugsen Kjellerup har været ansat i rigtig mange år. Det giver en ro mellem de ansatte, fordi vi kender hinandens styrker, svagheder og personligheder. Jeg mener ikke, at man kan drive en dagligvarebutik uden ungarbejdere. De unge giver butikken et friskt pust, og de er det primære ansigt udadtil for mange af kunderne. I mindre byer får butikken en stor plads i mange familier, fordi butikken ofte er de unges første arbejdsplads, og mange kender mindst én ansat i butikken.«

ALLE DAGE ER FORSKELLIGE

»At arbejde i dagligvarebutik er lige så vigtigt som alle andre jobs. Var det ikke for os, ville kunderne ikke få mad på bordet. Jeg synes, det er sjovt at være købmand. Alle dage er forskellige, og jeg kan godt lide at følge vores salg, lave fede udstillinger og se vores resultater. Havde det ikke været for min daværende souschef, der havde fået øjnene op for mig og troede på mig, var jeg nok ikke endt her.«



Bliv en del af et fællesskab, hvor du sammen med Coops øvrige medarbejdere giver vores 1,9 millioner medlemmer og kunder gode indkøbsoplevelser og inspirerer til bedre, sundere og mere klimavenlig mad. jobs.coop.dk

Mere plads *til leg* og børnetøj med omtanke

Kunderne i de fleste af landets 65 Kvickly-varehuse har igennem 2021 kunnet møde en ny afdeling med Friends-børnetøj. Det skal gøre det nemmere at købe tøj med fokus på kvalitet og bæredygtighed til familiens mindste.

TEKST JUNE RISUM SCHEIBEL FOTO FRANNE VOIGT



Friends er en serie hverdagsbørnetøj i høj kvalitet, som ikke koster en bondegård

Friends børnetøj er siden 1984 blevet designet med omtanke for både børn og miljø

Kravene til tøjet udvides løbende. Friends er skabt til at blive brugt igen og igen, så det kan gives videre til lillebror, lillesøster eller andre små venner

Friends er for små og større børn
New born: 0-6 måneder
Mini: 6 måneder - 3 år
Kids: 4-10 år



Høj vandtæthed og tappede sømme hindrer, at vandet trænger igennem.



Høj åndbarhed sikrer, at kropsvarme og kondens kan komme væk.



Vindtæt materiale og overfald ved lynlås holder vinden ude.

Når du som forælder eller bedsteforælder er på udkig efter tøj, som børnene kan lege i, giver Kvicklys varehuse dig nu en hjælpende hånd. I den nye Friends-afdeling kan du nemt købe børnetøj i høj kvalitet til gode priser - samtidig med at du handler dagligvarer. Du vil opleve et mere åbent, lyst og overskueligt univers for børnetøj og få en fornemmelse af en »butik i butikken« med stærke basisvarer.

TØJ MED GOD SAMVITTIGHED

Forvandlingen har taget fart i 2021 og fortsætter i 2022, hvor de nye rammer for Coops eget mærke Friends bliver rullet ud i de sidste varehuse. Det nye Friends-koncept byder på flere ændringer, fortæller Pernille Hyldgaard, nonfood-direktør i Coop Danmark:

»Vi vil være danskernes foretrukne mærke inden for hverdagsbørnetøj. Det nye Friends-univers i Kvickly har fået en bedre opdeling og tydelig navigation, så vi hjælper kunden med at

finde rundt og blive inspireret. Vi har mange gode grunde til at være stolte af vores ansvarlige børnetøj, og det er en fornøjelse at se, at det nu bliver præsenteret i nye, flotte rammer.«

FORBEDRET UDVALG

Coop får løbende sæsonaktuelle varer som overtøj, regntøj, vintertøj på stativerne, men frem for alt har varehusene et bredt basissortiment i god kvalitet, så kunderne ved, hvor de altid kan finde bukser, strømper, bluser og andet hverdagstøj, når de mindre størrelser begynder at stumpe.

»Kunderne i de ombyggede varehuse fortæller os, at de oplever et bedre udvalg, at det er nemmere at finde de varer, de søger, og at niveauet er fuldt på højde med andre børnetøjsbutikker - men til langt bedre priser. Det er vi meget tilfredse med,« siger Torben B. Andersen, kædedirektør i Kvickly. Han glæder sig over, at det er lykkedes at give kundernes oplevelse et markant løft. ©



Slidstærkt materiale uden behov for ekstra forstærkninger.



Testet for farveændring, krymp, holdbarhed, vandtæthed, riv- og slidstyrke og ikke mindst sikkerhed.



Økologisk bomuld er fremstillet med respekt for naturen til tøj af høj kvalitet til de små.



BORGERDREVET BUTIK HOLDER LIV I LOKALSAMFUND OG ANDELSTANKE

Et utraditionelt samarbejde mellem Coop og frivillige hylder både forening, forretning og stærke lokale fællesskaber med åbning af uafhængig dagligvarebutik i Feldballe.

TEKST LOUISE NORUP HELLENER FOTO KÅRE VIEMOSE

To år uden en lokal dagligvarebutik. Det var virkeligheden for landsbyboerne i Feldballe og Tåstrup på Djursland. Det satte en gruppe frivillige ildsjæle sig for at ændre, og i efteråret 2021 åbnede de dørene til borgerbutikken Kooperativet i Feldballe.

Butikken er født i et utraditionelt samarbejde, hvor frivillige i Kooperativet driver butikken, mens Coop leverer varerne til butikkens basissortiment. Kooperativet huser også specialbutikken Kalø Whisky & Vin og den lokale bager Simons Brød. Butikken har flere andre friske varer fra lokalområdets producenter og fungerer samtidig som fælles udleveringssted for dagligvarer bestilt på Coop.dk MAD.

DET NATURLIGE SAMLINGSSTED
Landdistrikterne har flere steder brug for en hjælpende hånd, hvis de mindre

butikker skal overleve. Samarbejdet mellem Coop og Kooperativet Feldballe er et ud af flere eksempler på at tænke forening og forretning sammen, så mange mindre lokalsamfund undgår at miste deres måske sidste nære indkøbsmulighed og et centralt og naturligt samlingssted for byens borgere.

STOR LOKAL TILSTEDEVÆRELSE

Coop har med omkring 300 Dagli'Brugsen rundt om i landet en stor lokal tilstedeværelse og arbejder løbende på at finde nye løsninger, der sikrer de små byers måske sidste butik.

»Coops butikker er ejet af medlemmerne, og Coop har helt fra starten været en borgerdrevet forening og forretning. Det er vi stadig, men der er mange steder, hvor den sidste butik har det svært. Vi vil gerne finde løsninger, som kan være med til at sikre den livsnerve, butikkerne er ude i de mindre lokalsamfund,« siger bestyrelsesformand for Coop, Lasse Bolander, og peger på, at der er flere mulige modeller, alt efter om borgerne ønsker at etablere en brugsforening og ansætte en uddeler eller selv har frivillige kræfter til

Kooperativet Feldballe åbnede i september 2021 i Feldballe på Djursland. Butikken drives af fem lokale bestyrelsesmedlemmer og cirka 10 frivillige fra byen.

at drive en butik, som får leveret »det bedste fra Coops sortiment«.

BORGERE SIKRER LIV I OMRÅDET

Feldballe er kendt for, at når byens frivillige ildsjæle sætter sig noget for, så bliver det til noget.

Borgere i Feldballe startede for 12 år siden en friskole, der lever i bedste velgående. Og nu skal borgerbutikken være en aktiv medspiller i samfundet og bidrage til, at Feldballe i fremtiden er et attraktivt område at flytte til og blive boende i.

»Vi vil være et udstillingsvindue for lokale foreninger, erhvervsdrivende og producenter og et mødested, hvor vi ser hinanden på tværs af byen og oplandet. Vi samler byens kræfter og hjælper hinanden med dét, vi kan deles om i hverdagen«, forklarer formand for Kooperativet, Jonathan Hvidbjerg.

Landsbyens borgere bakkede da også allerede inden åbningen stort op ved at købe andelsbeviser for i alt 200.000 kroner, og andelsforeningen Feldballe amba blev etableret som ejer af den nye butik. Foreningens bestyrelse består af fem frivillige borgere, der sammen med omkring 10 andre frivillige dækker vagtskemaet i butikken. På sigt er det målet at skabe en så god forretning, at de kan ansætte en daglig leder eller købmand. ☺

Savner du en lokal dagligvarebutik, der hvor du bor? Hør mere om mulighederne for at styrke det lokale fællesskab med en butik ved at kontakte Coops BorgerBrugsteam på 21 12 93 16.

COOP HJÆLPER MED AT BEVARE BRUGSEN OG DE LOKALE FÆLLESSKABER:

- **Den fælles model:** Coop kan hjælpe dig og dine naboer med at etablere en andelsforening, hvor I som by ejer jeres egen butik. Med hjælp fra Coop stiftede borgerne på Røsnes i 2021 landets første brugsforening i nyere tid, og de ejer nu i fællesskab »Vores Brugs«.
- **Den frivillige model:** Coop kan levere et bredt sortiment af varer til en butik, som du og dine naboer driver i fællesskab. I 2021 åbnede Kooperativet i Feldballe med Coop-varer på hylderne.
- **Den digitale model:** Coop åbnede i 2021 den første Dagli'Brugsen, som medlemmerne kan handle i både før og efter normal åbningstid. Med Dagli'Brugsen i Sengeløse tester Coop en ubemandet butik, hvor medlemmerne kan åbne døren, scanne og betale deres varer med Coop app'en. Den digitale løsning kan betyde overlevelse for mange butikker, som er en livsnerve i mindre lokalsamfund.

Handlinger for en grønnere og bedre hverdag

I Coop arbejder vi hver dag for at være Danmarks mest ansvarlige dagligvarevirksomhed og give dig som medlem en tryk, sund og mere bæredygtig hverdag. Her kan du se nogle af de udvalgte indsatser fra 2021.

TEKST JUNE RISUM SCHEIBEL FOTO COOP OG GETTY IMAGES

STORÅ FOLKESKOV SPIRER FREM

Coops første Folkeskov og et demokratisk skovråd med lokale kræfter blev i 2021 en realitet, da 250.000 træer blev plantet ved Holstebro. Gennem året har danskerne hjulpet med at rejse penge til ca. 338.218 m² ny skov i Danmark ved enten at donere pant i Kvickly, SuperBrugsen, Dagli'Brugsen og Coop 365discount, at købe et skovbevis på coopfolkeskove.dk eller ved at vælge skovbeviser som fordel i PrimeKonto i Coop app'en. Med folkeskovene vil Coop bidrage til mere biodiversitet, flere rekreative områder, sikre drikkevandsbeskyttelse og realisere målet om at være klimapositiv i 2030. Målet er at skabe 1000 hektar ny skov og natur fordelt på fem til ti nye skovområder i hele landet.



BÆREDYGTIG TRÆ OG PAPIR

Alle træ- og papirbaserede varer og emballager i Coops egne varemærker skal være bæredygtigheds certificerede allerede næste år. Det er ambitionen bag en række skærpede krav, Coop som en del af indsatsen for biodiversitet introducerede i 2021.



Coops strategi for bæredygtig omstilling frem mod 2025 hedder »Tid til at handle«. Den indeholder 12 mærkesager, som er udviklet sammen med de danske forbrugere og bygger på FN's verdensmål. Læs mere om Coops handlinger på tidtilathandle.dk



COOP OG OK SAMMEN OM 500 LADESTANDERE

Over de næste fire år vil Coop i samarbejde med energiselskabet OK opstille i alt 500 ladestandere ved SuperBrugsen, Kvickly, Dagli'Brugsen, fakta og Coop 365discount i hele landet. Målet er at skabe Danmarks bedste ladenetværk og sikre en nem og tilgængelig ladeinfrastruktur for alle danskere.



STØT ØKOLOGISKE KAFFEFARMERE I KENYA

Op til jul støttede Coops kunder plantningen af økologiske kaffetræer i Kenya, da de købte årets Cirkel Julekaffe. Det betyder, at der er leveret kaffetræer til cirka 15.000 familier, der om et par år kan høste kaffen og er sikret en fast indtægt 30 år frem på i alt cirka 3000 kroner per træ. Når du drikker en kop kaffe fra Coop, kan du drikke den med god samvittighed. Coop har sit eget kafferisteri i Kenya, hvor kaffen er købt direkte fra lokale kooperativer. Det giver en kortere vej fra bønne til kop - og flere penge til kaffebønderne og en bedre pris til dig. African Coffee Roasters i Kenya er startet af Coop i 2016 og producerer i dag størstedelen af Cirkel Kaffe-produkterne.

DEMOKRATI I COOP APP'EN

Fordi Coop er en andelsforening ejet af medlemmerne, holder mere end 500 lokale bestyrelser i Kvickly, SuperBrugsen og Dagli'Brugsen hvert forår møder, hvor medlemmerne har noget at skulle have sagt. Mens corona spændte ben for medlemsdemokratiet i 2020, kunne de lokale bestyrelser i 2021 for første gang i historien bruge Coop app'en til at invitere medlemmerne til digitale årsmøder og generalforsamlinger og bestemme noget på afstand.



MINDRE PLASTIK

Emballage og plastik er vigtigt for fødevarer sikkerheden og for at minimere madspild. Men emballagen har også en klima- og miljømæssig slagside. Derfor vil Coop frem mod 2025 fjerne al unødvendig plastik fra emballagen. Den plastik, der er nødvendig, skal kunne bruges igen og igen. I 2021 har Coop øget mængden af genanvendt plastik på egne varemærker med 3126 tons sammenlignet med 2018. Desuden består størstedelen af emballagen til frosne grøntsager nu udelukkende af plasttypen PE i stedet for flere forskellige typer. Det betyder, at emballagen nu kan sorteres og genanvendes. Samtidig er emballagerne blevet mindre, hvilket har reduceret med ca. 9,1 ton plastik.



PÅ VEJ MOD MINDRE KLIMAAFTRYK

Coops drift skal være CO₂-positiv i 2030, og klimaplanen indeholder reduktioner i Coops samlede klimapåvirkning på ca. 1 million tons frem mod 2030. Det betyder, at Coop arbejder målrettet for at omstille både forretningen, produktionen, transporten og vanerne ude hos forbrugerne. I 2021 havde Coop reduceret sin klimapåvirkning fra driften med 37 procent, sammenlignet med 2018. Som en af de første virksomheder i Danmark blev Coop i 2021 godkendt til såkaldte »grønne lån«, ESG-lån. Det betyder, at jo flere mål for bæredygtighed Coop realiserer, desto lavere bliver renten.



400.000 KR. TIL HØNSEVELFÆRD PÅ 18 MINUTTER. DU KAN OGSÅ VÆRE MED



Vilsund Blue er en af de virksomheder, der har haft succes med at låne penge af forbrugerne. I april 2019 lånte de 500.000 kroner af i alt 85 backers til etableringen af en ny økologisk muslingefarm.

VI SKAL INVESTERE I HINANDEN

Danskerne er et rigt folk. Vi har omkring 1000 milliarder kroner stående, viser tal fra Nationalbanken. Tænk, hvis de penge kunne investeres lokalt i grønne, danske virksomheder og give afkast i stedet for at trække negative renter i banken? Sådan en fremtid arbejder Coop Crowdfunding for at skabe – og du kan hjælpe!

TEKST JOSEFINA ESTRADA FOTO DUEHOLM OG GETTY IMAGES

Coop har siden 2017 haft en crowdfunding-platform. En hjemmeside, hvor den almindelige forbruger kan investere i projekter fra danske iværksættere og hjælpe dem til for eksempel at udvikle et nyt produkt eller til at omlægge til økologi.

MEDBESTEMMELSE FOR EN 50'ER

Som forbruger – eller 'backer', som det kaldes i fagsprog – kan man være med for helt ned til 50-100 kroner. Tusindvis af danskere går hver måned ind og bakker op om noget, de tror på: et nyt osteri på Fyn, en mere bæredygtig vaniljeproduktion eller etableringen af et vertikalt landbrug. Og de får noget igen svarende til det beløb, de har smidt ind – for eksempel ost, vanilje eller mikrogrønt.

Og det går godt. Men det kan gå endnu bedre. Tænk på, hvor ofte en virksomhed låner penge i banken. Hvorfor ikke låne de penge af forbrugeren? Det kaldes låncrowdfunding. I stedet for at blive betalt tilbage i produkter får du som backer afkast på dit lån.

GRØNNE LÅN KAN BINDE OS SAMMEN


De seneste år har store danske virksomheder som Thise Mejeri og Dueholm Æg benyttet sig af denne mulighed. Lånene på hhv. 1.000.000 kroner og 400.000 kroner blev begge fuldtegnet på under en time af godt 150 mennesker. Forbrugerne står i kø for at investere. Alligevel var der i hele 2021 kun fem lån på Coops crowdfunding-platform. Hvorfor?

»Mange virksomheder ved ikke, at låncrowd-

fundning er en mulighed, og at det er en måde at udvikle sig sammen med forbrugeren på. Når befolkningen investerer i de danske virksomheder, bliver der skabt relationer mellem os, der forbruger, og dem, der producerer, og det giver mere engagerede borgere og mere bæredygtige forretninger i fremtiden,« siger chef for Coop Crowdfunding, Nicolai Jæpelt.

SPRED BUDSKABET

»Okay, men hvad kan jeg gøre?«, tænker du måske. Faktisk kan vi alle gøre en indsats, for at låncrowdfunding bliver mere udbredt. De fleste kender nogen, der arbejder i en spændende virksomhed, og mange af dem står over for at skulle tage skridt i en grønnere retning, og det koster penge.

»Du kan starte med at fortælle virksomhederne, at du gerne vil med på deres rejse. At vi som forbrugere vil investere i dem og involvere os. Hvis virksomhederne ser opbakningen fra os i befolkningen, skal de nok komme. Så lad os sprede budskabet og investere i hinanden og i en grønnere fremtid,« lyder opfordringen fra Nicolai Jæpelt. 



Kender du en virksomhed, der skal kende til låncrowdfunding? Kontakt Nicolai Jæpelt på: nicolai.jaepelt@coop.dk

Se alle aktive crowdfunding-projekter: crowdfunding.coop.dk

Hæder til »fællesskabets helt« i Faxe Ladeplads

SuperBrugsen er mere end bare end dagligvarebutik, der forsyner kunder med morgenbrød og mælk til kaffen. Det blev SuperBrugsen Faxe Ladeplads et godt eksempel på, da uddeler Kenneth Beenfeldt Hansen i oktober blev tildelt prisen Danish Retail Award for at gøre en ekstra indsats for borgerne og lokalsamfundet i Faxe Ladeplads.



Hjælp til borgere

SuperBrugsen Faxe Ladeplads har bl.a. indgået samarbejder om at levere varer ud til de borgere, der ikke selv havde mulighed for at handle, uddele blomster til de ældre borgere og bringe varer til de efterskoleelever, som ikke selv måtte handle under coronanedlukningen.

Forskel for byen

Kenneth Beenfeldt Hansens initiativer sætter en streg under, at SuperBrugsen kan fungere som samlingspunkt og en aktiv spiller i et lokalsamfund: »Coop og SuperBrugsens strategi om ansvarlighed og lokal forankring smelter 100 procent sammen med min måde at drive forretning på og giver mig mulighed for lige præcis at gennemføre de tiltag, jeg mener, gør en forskel for byen og lokalsamfundet. Den frihed og mulighed er det, der driver mig i mit job hver dag,« siger Kenneth Beenfeldt Hansen.



Coop investerer millionbeløb i nye små og mellemstore virksomheder

Investeringselskabet Coop Invest er ved at udvikle et nyt område, som investerer i mindre startups. Selskabet er på udkig efter samarbejde med iværksættere inden for fødevarer og tech, der er i overensstemmelse med Coops værdier og kan drage fordel af Coops styrker. Kender du én, som vi i fællesskab skal investere i?

Det er nemt at ansøge – send et pitch på coop.invest.dk/ansog.



MERE ØKOLOGI TIL DØREN - MED ANSVARLIG LEVERING

Flere og flere kunder vil have leveret dagligvarer til døren af Coop. I 2021 oplevede Coop.dk MAD flot fremgang og tog samtidig vigtige skridt for at forbedre forholdene for chauffører, gøre leveringen grønnere, indkøbet nemmere og udvalget større for kunderne.

TEKST JUNE RISUM SCHEIBEL FOTO COOP.DK MAD ILLUSTRATION TINA ZAREMBA

Indkøb af dagligvarer på nettet er en vane, som fik fornyet kraft under coronanedlukningerne, og som nu har bidt sig fast hos forbrugerne. Det kan tydeligt ses i udviklingen hos Coop.dk MAD, som får flere og flere nye kunder - i hele landet. Bedre vilkår for chaufførerne og endnu større satsning på økologi er også tiltag, som har haft positiv indvirkning på Coops onlinesupermarked.

STØRST UDVALG PÅ ØKOLOGI

Hele 44,8 procent af de fødevarer, som danskerne købte på Coop.dk MAD i 2021, var økologiske.

»Det er bemærkelsesværdigt og over tre gange mere end økologian delen i den samlede dagligvarehandel. Vi forklarer det med vores lave priser, stort udbud, og så at vi har kunder, som går meget op i økologi,« fortæller Lars Rasmussen, kommerciel direktør i Coop.dk MAD.

Et pristjek fra Forbrugerrådet Tænk på økologisk frugt og grønt i foråret 2021 viste, at Coop.dk MAD's priser var faldet med 13 procent og var de billigste online, når det gælder økologi.

Coop.dk MAD har desuden valgt at skrue endnu mere op for det økologiske sortiment, så udvalget nu tæller næsten 2000 forskellige varer.

ORDNEDE FORHOLD FOR CHAUFFØRER

Som det første onlinesupermarked valgte Coop.dk MAD i 2021 at indgå overenskomst med 3F, som forbedrer chaufførernes arbejdsvilkår. Det betyder, at Coop nu ansætter egne chauffører til at stå for en stor del af transporten.

»Onlinehandel skal foregå under samme ordnede forhold som i de fysiske butikker. Vi ønsker at tage ansvar for vores chauffører, som er vores ansigt ude hos kunderne. Vores salg er steget så meget de seneste to år, at vi nu bedre kan forudse efterspørgslen. Derfor går vi over til at have vores egne chauffører, som kan sikre kunderne den bedste oplevelse, når de får varer fra Coop.dk MAD,« siger Lars Rasmussen.

Overenskomsten sikrer klare rammer for aflønning af chaufførerne, pension, betaling for overarbejde og andre almindelige rettigheder, som det danske arbejdsmarked er kendt for. Overenskomsten gælder både for chauffører ansat hos Coop og for chauffører, som kører for Coop hos eksterne samarbejdspartnere. ©



NYT FRA COOP.DK MAD I 2021

- **Landsdækkende levering** er sikret gennem en ombygning af terminalen med varer og distribution i Vallensbæk, så medarbejderne kan håndtere den voksende efterspørgsel.
- **Mange lokale butikker** i hele landet tilbyder »Bestil og Hent«.
- **23 elvarebiler** leverer dagligvarer til kunder i København. Det langsigtede mål er, at alle dagligvarer fra Coop.dk MAD bliver fragtet med elbiler.
- **En abonnementsløsning**, så kunderne nemt kan få deres favorit leveringstidspunkt og slipper for at lægge de samme varer i onlinekurven igen og igen.
- **Markant mindre emballage** gennem mere genbrug og mindre emballage pr. ordre.



Sådan reddede vi maden i 2021

- Madspildet blev reduceret med op mod 30 procent i udvalgte butikker, der testede forskellige løsninger. De bedste forventes at blive udrullet i 2022.
- Coop er med en madspildsprocent på 1,1 målt i omsætning nok de bedste i branchen, når vi sammenligner vores tal med vores konkurrenter.
- Samarbejde med »Too Good to go« sikrede, at varer med et klimaaftryk på ca. 1300 tons CO₂ ikke endte i skraldespanden.
- 400 medlemmer af Coop var med til at lave den digitale håndbog »Red maden - Tips til mindre madspild« sammen med Coops Grønne veje, der hele året havde fokus på at udveksle tips om madspild med forbrugere over hele landet.

KOM, LAD OS REDDE MADEN SAMMEN

Ingen varer skal gå til spilde i Coops butikker. Madspild er en udfordring for klimaet, derfor sætter Coop ind imod spildet i butikkerne.

For at blive helt frie for madspild i 2025 har Coop sat ekstra turbo på at redde maden i butikkerne fra skraldespanden. Men vi gør det også nemmere for dig som medlem og kunde at undgå madspild i hjemmene. Det er nemlig sådan, at de private husholdninger står for mere end 30 procent af det samlede madspild og detailhandlen for kun knap 12 procent*. Så vi skal hjælpes ad, for at vi kan lykkes.



↑ Scan og få »Red maden - Tips til mindre madspild«, som vores medlemmer har bidraget til.



1.939.449

MEDLEMMER ER SAMMEN OM AT EJE COOP

(per 31.12.2021). Som medlemmer handler vi i fællesskab, har indflydelse på vores virksomhed og får del i overskuddet. I 2021 gav Coop hele 283 mio. kr. i optjent bonus tilbage til medlemmerne. Herudover har medlemmerne opnået betydelige rabatter og medlemsfordele.



5.128.772

kroner donerede vores kunder i 2021 i pantautomaterne til Coop Folkeskove.



INDFLYDELSE I FÆLLESSKAB

Coops medlemmer kan få indflydelse i butikernes lokale bestyrelser og nationalt i landsrådet. Bestyrelserne arbejder på at styrke fællesskabet i byen, medlemmernes indflydelse på butikken, den lokale butik som indkøbssted og Coops arbejde med ansvarligt forbrug. 514 bestyrelser med lokale ildsjæle stod pr. 1. januar 2022 i spidsen for SuperBrugsen, Dagli'Brugsen og Kvicklys butikker i Danmark, Grønland og på Færøerne.



1.109.000

læsere har Samvirke om måneden, og det gør Coops medlemsblad til Danmarks mest læste magasin.

ÅRETS RESULTAT

Coop er en demokratisk virksomhed, hvor årsrapporten og regnskabet skal godkendes af de 126 medlemsvalgte i Coops landsråd, før det kan offentliggøres. Derfor er der i år ingen regnskabstal i magasinet Dit Coop, da årsmagasinet bliver trykt før landsrådsmødet 29.-30. april 2022.



ALLE DE BUTIKKER, DU EJER

Coop og de selvstændige brugsforeninger har over 1000 butikker*, som dækker omkring en tredjedel af den danske dagligvarehandel.



236

butikker, hvoraf de 141 er brugsforeningsejede



300

butikker, hvoraf de 209 er brugsforeningsejede



65

varerhuse, hvoraf de 14 er brugsforeningsejede



290

butikker, hvoraf de 7 er brugsforeningsejede



68

butikker



70

butikker, hvoraf de 2 er brugsforeningsejede



MØBLER - EN FILOSOFI -

11

butikker, hvoraf 3 er brugsforeningsejede



1

onlinebutik



1

onlinebutik



7

butikker på Færøerne, som er brugsforeningsejede



16

butikker i Grønland, som er brugsforeningsejede

* Antal butikker per 31. december 2021



GoCook
i 2022
bliver med
klimaglade
rodfrugter

KAN MAN FÅ BØRN TIL AT ELSKE KÅL?

150.000 skolebørn går i køkkenet med kål og laver
- måske - bedre mad end deres forældre

Ja, det kan faktisk lykkes at give børn lyst til mere kål. Coops madprogram GoCook for børn og unge havde i 2021 kål og klimavenlig mad på menuen. Hele 150.000 skolebørn gik i køkkenet for at eksperimentere med, hvor lækker de kan tilberede kål i alle former, farver og smage. De blev så begejstrede, at 1 ud af 3 nu selv har lavet kålretterne derhjemme.

NÅR GRØNT SMAGER GODT

Det er godt for både krop og klima at spise kål. Men det er hovedsageligt smag, nysgerrighed og madlavning, der er i fokus. Missionen er at skabe den første generation af børn og unge, der er bedre til at lave mad end deres forældre. Det har Coop foreløbig arbejdet på i 15 år med GoCook Smagekassen.

BESTIL SMAGEKASSEN TIL KLASSEN

GoCook Smagekassen kommer med gratis råvarer, undervisningsmaterialer, film og opskrifter og kan bestilles af dit barns lærer fra maj til september. I GoCooks univers på gocook.dk eller i GoCook app'en kan du finde flere end 800 børnevenlige opskrifter - du behøver ikke være hverken lærer eller elev, opskrifterne er tilgængelige for alle.



Hent GoCook-app'en

i App Store eller via Google Play
og læs mere på GoCook.dk

