



Konsumentföreringen
Stockholm

MOTIONER 2015

Motionshanteringen

Detta häfte innehåller de motioner från medlemmar i Konsumentföreningen Stockholm (KfS) som kommit föreningsstyrelsen tillhanda senast den 1 september 2015. Efter varje motion följer föreningsstyrelsens utlåtande och förslag till beslut.

Motionsbehandling

Motionerna publicerades på föreningens hemsida den 9 september 2015 och medlemmarna gavs tillfälle att lämna synpunkter på de olika motionerna och kunde även ta del av andra medlemmars synpunkter.

Föreningsstyrelsens utlåtande och förslag till beslut har utformats utifrån motionernas innehåll. Det går inte att ändra i en motion eller i föreningsstyrelsens utlåtande när de behandlas på stämman. Däremot kan stämman göra egna uttalanden med anledning av motionerna.

Viktigt att veta

KfS är medlem i och delägare av Kooperativa Förbundet, KF. Coop Butiker & Stormarknader AB, som driver den kooperativa dagligvaruverksamheten i bland annat KfS verksamhetsområde, är ett helägt dotterbolag till Coop Sverige AB, som i sin tur är ett dotterbolag till KF. KfS är minoritetsägare i Coop Sverige AB (ca 33 %). KfS är därmed endast indirekt ägare av den konsumentkooperativa detaljhandeln, vilket innebär att föreningen inte har ett direktinflytande över butikerna. I de motioner som berör direkta affärsfrågor i Coop Butiker & Stormarknader AB och där föreningsstyrelsen instämmer i motionens syfte kan föreningen endast verka för motionen. Föreningsstyrelsen har flera möjligheter att verka för en motion.

Dessa är:

- Regionstyrelse Stockholm, ett forum för samråd mellan KfS/KF/Coop Sverige AB/Coop Butiker & Stormarknader AB om affärsverksamheten i föreningens verksamhetsområde. Regionstyrelsen är inget beslutsorgan.
- Föreningens ledamöter i Coop Sverige AB:s styrelse.
- Föreningens ledamöter i KF:s styrelse.
- Motioner till KF:s stämma.

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

Beslutsförslag

I föreningsstyrelsens svar har tre olika beslutsförslag använts:

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

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

Avslag innebär att föreningsstyrelsen inte instämmer i motionärens förslag.

Innehållsförteckning

Föreningsfrågor

Motion

- | | | |
|---|--|---|
| 1 | Större musikutbud än bara popgalan på Globen | 5 |
| 2 | Inflytande för ägare | 5 |

Affärsfrågor Coop

Motion

- | | | |
|----|--|----|
| 3 | Plastöverflöd | 6 |
| 4 | Diskrepans mellan skyltpris och pris i kassa | 6 |
| 5 | Kooperationen måste främja goda arbetsvillkor | 7 |
| 6 | Självservice i kassan | 7 |
| 7 | Det nya kundprogrammet, poängshoppen och jämställdhet | 8 |
| 8 | Det nya kundprogrammet och presentkort | 8 |
| 9 | Använda poäng för att köpa tågbiljetter | 9 |
| 10 | Soda Stream | 9 |
| 11 | Poängsystemets inriktning på större hushåll | 10 |
| 12 | Ta bort produkter från Dole i systemet | 10 |
| 13 | Sälj enbart ekologiska bananer även på Coop Forum och Coop Extra | 10 |
| 14 | Det handlar om trovärdighet | 11 |
| 15 | Ursprungsmärkning av mjölk i mejeriprodukter | 11 |
| 16 | Fleecekläder och textilier | 12 |

FÖRENINGSFRÅGOR

Motion 1

Större musikutbud än bara popgalan på Globen

Sedan flera år arrangeras en populär popgala på Globen. Många uppskattar den musiken men inte alla. Det borde därför ordnas något liknande för dem som uppskattar jazz, visor, opera, klassisk musik, hårdrock m m. Coop skulle uppmärksammas för en sådan bred musikalisk satsning och uppskattas av många medlemmar. Det är att väcka liv i de kulturella ambitioner som konsumentrörelsen hade en gång i tiden med litografier, böcker och dylikt.

Föreslår

att förutom popgala på Globen borde det ordnas liknande arrangemang för dem som uppskattar jazz, visor, opera, klassisk musik, hårdrock m m.

Hans Brunnberg

Utlåtande motion 1

KfS årliga The Show of Christmas är som motionären påpekar populär bland våra medlemmar. Föreningen har vid varje konsert försökt hitta artister för den breda publiken. The Show of Christmas är starkt subventionerad av KfS för att möjliggöra att en hel familj ska kunna gå till priset av en biljett. När det gäller andra musikarrangemang såsom jazz, visor, opera etc är föreningen naturligtvis öppen för samarbeten där föreningen kan ge medlemserbjudanden hos arrangörer. Förutom de erbjudanden som tillhandahålls av KfS erbjuder dessutom Coop andra möjligheter för medlemmar att gå på olika konserter via Live Nation. Att anordna en "egen" konsert är däremot mycket resurskrävande för föreningen och föreningsstyrelsen ser ingen möjlighet att ordna ytterligare återkommande konserter i föreningens regi för närvarande.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman *att motionen avslås.*

Motion 2

Inflytande för ägare

Motioner är det huvudsakliga medlet för att utöva inflytande i Konsumentföreningen Stockholm. Det är dock ett bräckligt medel med tanke på att de flesta motioner avslås. Av det fåtal som beviljas kan Coop säga nej utan någon omröstning. Motionerna i dess nuvarande form är således inget effektivt sätt att söka påverka Kooperationens inriktning. Antalet motioner till stämman har helt följdriktigt minskat drastiskt under senare år. Därför bör styrelsen få i uppdrag att undersöka motionsförfarandet för att se om det kan öka ägarnas inflytande framöver. Uppdraget bör också innefatta andra sätt att öka inflytandet. Det är viktigt att ägarna ges möjligheter att komma med idéer som kompletterar den utveckling som styrelsen och personalen hela tiden har för ögonen.

Föreslår

att styrelsen får i uppdrag att söka öka inflytandet för ägarna när det gäller motionsförfarandet och även utveckla andra sätt att öka inflytandet.

Hans Brunnberg

Utlåtande motion 2

Som motionären påpekar har antalet motioner minskat kraftigt de senaste åren. Det har även visat sig att flertalet motioner avser driften i Coop, över vilken föreningen endast har ett indirekt inflytande som minoritetsägare. Föreningsstyrelsen har noterat utvecklingen och delar uppfattningen att motionsinstitutet inte är ett särskilt effektivt medel för att utöva påverkan från ägarna, i synnerhet när det gäller motioner avseende verksamhet som föreningen inte själv bedriver.

Föreningen har redan infört ett antal åtgärder som syftar till att dels öka hastigheten i kommunikationen mellan ombud och förening, dels öka inflytandet för ägarna. En sådan åtgärd har varit införandet av ett chattforum på föreningens nätplats, där ägarombuden kan föra diskussioner sins emellan. En annan åtgärd, som har funnits under lång tid i föreningen, är att alla skrivelser som inte uppenbarligen är avsedda att vara motioner besvaras så snart det går, antingen av personalen på föreningskontoret eller, om skrivelserna är riktade till styrelsen, av styrelsen efter sedvanlig beredning och styrelsebehandling. Vissa skrivelser kan också sändas direkt vidare till Coop för svar. Föreningen inför också under höststämman 2015 på prov s.k. diskussionstorg, vid vilka ombuden kan föra aktiva diskussioner och utbyta synpunkter i vissa angivna frågor. Under inspirationsdagen i september, till vilken samtliga ägarombud och ersättare var inbjudna, diskuterades också olika frågor om påverkan från medlemmar och ägarombud, bl.a. hur medlemmar och ägarombud kan påverka föreningen på flera sätt än genom motioner.

Som framgår ovan arbetar föreningsstyrelsen och föreningen aktivt med att löpande pröva och utveckla andra sätt att öka inflytandet från medlemmar och ombud. Det svarar också mot det behov av snabbare kommunikation som föreningen uppfattar hos medlemmarna. Detta är enligt föreningsstyrelsens uppfattning den övergripande förklaringen till att antalet motioner minskar; medlemmarna vill helt enkelt ha snabbare svar, vilket gör det viktigt att hitta andra former för medlemsinflytande och påverkan. Motionsmöjligheten ska naturligtvis finnas kvar för de medlemmar som önskar använda den, men föreningsstyrelsen anser inte att det är i motionsinstitutet som lösningen finns på ökat och modernare inflytande. Föreningsstyrelsen anser därför inte att det finns någon anledning att närmare utreda motionsförfarandet.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman *att motionens första att-sats avslås,*
att motionens andra att-sats anses besvarad.

AFFÄRSFRÅGOR COOP

Allmänt angående motioner som avser affärsdriften i Coop

En majoritet av årets motioner avser affärsrörelsen i Coop. Dessa motioner handlar ofta om etablering, nedläggning, drift, sortiment, kvalitet, marknadsföring, utbildning eller liknande i Coops butiker. Föreningsstyrelsen vill påminna om att det är Coop som äger butikerna och inte KfS. KfS kan således inte vidta några direkta åtgärder avseende butiksdriften, och för alla sådana frågor eller synpunkter kan det därför vara betydligt effektivare att vända sig direkt till Coop, som då får möjlighet att ge snabbare svar eller vidta åtgärder när de märker att det finns ett konsumenttryck i en viss fråga. För Coop är detta av stor vikt, eftersom Coop inte kan agera om inte synpunkterna når dem i tid.

Att gå omvägen via en motion i KfS, som endast behandlas på KfS höststämma, leder ofta inte till den effekt som motionären egentligen skulle önska. KfS kan nämligen i dessa fall bara verka för en motion i sin egenskap av delägare, och detta kan bland annat ske via årsstämman i KF, där föreningen har ca 22% av rösterna, eller genom att KfS helt enkelt skickar över motionen (och i vissa fall även styrelsens utlåtande) till KF/Coop för kännedom och eventuell åtgärd.

Motion 3 **Plastöverflöd**

Med tanke på världens överflöd av plast och miljö- och hälsoriskerna det innebär önskar jag att man ser över onödig inplastning, ffa av frukt och grönt. För att hålla nere antal plastkassar som säljs föreslår jag också att man till varje medlem ger en rymlig tunn hopvikbar nylonkasse som lätt får plats i handväskan eller fickan.

Lotta Jansson

Utlåtande motion 3

Coop, som har beretts möjlighet att yttra sig över motionen, har uppgett följande:

” Coop håller på att titta på detta. Det finns redan idag flertal typ av kassar, plast, biobaserat och återvunnen plast, papper, ekologisk bomull med flera. Dessutom har KfS en liten nylonkasse som är hopvikbar.”

Föreningsstyrelsen delar motionärens oro över den stora konsumtionen av plast där dels den övervägande delen är gjord av fossil energi som spär på växthuseffekten, dels bidrar till stora föroreningar på land och i hav.

En del frukt och grönsaker i butikshyllorna är inplastade. Det kan tyckas vara ett resursslöseri men är det oftast inte. Många grönsaker som till exempel paprika, morötter och gurka håller sig fräscha betydligt längre när de förpackas i plast. Plasten förhindrar att vatten avdunstar och att grönsakerna skruppnar i förtid. En inplastad gurkas hållbarhet förlängs med tre veckor jämfört med en gurka utan plast. Inplastningen minskar matsvinnet i butiker och hushåll.

Ekologiska bananer som i mindre butiker ofta säljs i plastpåse för att hållas särskild från konventionellt odlade bananer håller sig också fräscha längre jämfört med bananer i lös försäljning.

Som framgår av Coops yttrande håller Coop på att titta på vilka typer av kassar som ska erbjudas kunderna. KfS har framfört önskemål om att Coop även ska sälja just sådana kassar som motionären föreslår, dvs hopvikbara tygkassar av tunt material som lätt kan vikas till ett litet fodral och på så sätt ständigt kan finnas i väskan eller fickan. KfS har för övrigt tagit fram en sådan som vi ger som gåva vid lämpliga tillfällen.

Att Coop eller KfS skulle ge bort sådana kassar till alla medlemmar skulle i dagsläget vara för kostsamt. Däremot är det önskvärt att de säljs i butikerna, vilket föreningen har framfört till Coop.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att motionens första att-sats anses besvarad, att motionens andra att-sats avslås.

Motion 4 **Diskrepans mellan skyltpris och pris i kassa**

Det händer att varor i Coops butiker skyltas till ett pris i butiken men i kassan tas ett annat belopp ut för varan. För att öka upplevd kvalitet och service i de konsumentägda butikerna skulle ett erbjudande i form av presentcheck ges till kunder som uppmärksammar diskrepans mellan pris i butik och kassa. Aktiviteten bör också uppmärksammas på “anslagstavlan” i varje Coop-butik.

Med anledning av att Konsumentföreningen Stockholm är en betydande intressent inom Coop hemställer undertecknad medlem om

att föreningen verkar för att alla Coops anläggningar lämnar presentcheckar till kunder som uppmärksammar diskrepans mellan pris i butik och kassa.

Björn Nyström

Utlåtande motion 4

Coop, som har beretts möjlighet att yttra sig över motionen, har uppgett följande:

” I sak har motionären rätt. Naturligtvis ska priset på pris-skylden stämma överens med det pris som är i kassan. Idén om att få ett presentkort om fel pris visas är god. Det som vi dock behöver förhålla oss till är Coops policy och där är rutinen att vi ger tillbaka den mellanskillnad som utgör prisfelet. Vi har tidigare använt presentcheckar men återtog då det blev för kostsamt.”

Föreningsstyrelsen delar naturligtvis uppfattningen att angivet pris på skylt ska överensstämma med det pris som debiteras i kassan. Allt annat är ju stötande. Som framgår av Coops yttrande har Coop tidigare prövat att belöna kunder som påtalar denna typ av fel med presentcheckar.

Att denna belöningsform har visat sig vara för kostsam är oroväckande i sig, eftersom det indikerar att felaktigt pris förekommer i stor utsträckning. Detta måste Coop naturligtvis åtgärda. Föreningsstyrelsen har sympati för motionärens förslag, men vill ogärna verka för att belasta Coop med ytterligare kostnader i ett ansträngt konkurrensläge, särskilt som Coop uppenbarligen redan har prövat och lämnat den modellen. Däremot avser föreningsstyrelsen att skicka motionen till Coop med uppmaningen att lägga ned större ansträngningar på att kontrollera prisangivelserna på sina skyltar.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

att motionen avslås och att motionen, jämte utlåtandet däröver, översänds till Coop.

Motion 5

Kooperationen måste främja goda arbetsvillkor

Konsum och andra grenar av den svenska Kooperationen har sedan bildandet haft som en hörnsten att främja goda villkor och anställningar för sin personal. Det har inneburit god arbetsmiljö, marknadsmässiga löner, villkor och seriösa anställningsåtaganden.

Vid årsskiftet fick jag kännedom om att Coop Östermalms-torg organiserade om sin verksamhet och samtidigt erbjöd trotjänare lägre åtaganden. Därutöver erbjöd man enligt uppgift relativt nyanställda utökad tjänstgöring.

Detta strider enligt min uppfattning mot den värdegrund som präglar Coop och övriga rörelsegrenar inom Kooperationen.

Sett till det faktum att Konsumentföreningen Stockholm är en betydande intressent inom Coop hemställer undertecknad medlem om

att föreningen verkar för att Coop vid förändringar i sin verksamhet som seriös aktör värnar anställda så att medarbetare med längre anställningstid inte får sina åtaganden reducerade samtidigt som nya anställda erbjuds ökad sysselsättningsgrad samt

att föreningen också verkar för att främja heltidstjänster.

Björn Nyström

Utlåtande motion 5

Coop, som har beretts möjlighet att yttra sig över motionen, har uppgett följande:

” Coops strävan och värdegrund är som motionären beskriver att värna medarbetarna. God arbetsmiljö, marknadsmässiga löner, villkor och seriösa anställningsåtaganden är de viktigaste hörnstenarna för att få våra medarbetare att trivas. I den resa Coop nu är i för att vända lönsamheten så vänder man på alla stenar för att nå ökad lönsamhet. Coop har varit tvungna att öka antalet anställda för att kunna lägga scheman som ökar kundservicen och då på sikt även lönsamheten. Då har en del som haft heltid behövt gå ner i tid. Detta är olyckligt men Coop behöver också få till en lönsam drift tillsammans med ett starkt kunderbjudande på samma villkor som för konkurrenterna.”

Som framgår av Coops yttrande delar Coop en värdegrund som bl.a. går ut på att värna medarbetarna. Föreningsstyrelsen har ingen anledning att utgå från något annat än att Coop följer ingångna kollektivavtal och gällande regler på arbetsmarknaden. Coop är just nu inne i ett tufft vändningsarbete på en hårt konkurrenssatt marknad, och ägarna, det vill säga även KfS, ställer krav på att Coop ska bli lönsamt. Hur detta sker i alla detaljer är en fråga för ledningen i Coop, som naturligtvis i sitt arbete har att dels följa gällande regler på marknaden, dels samarbeta med berörda fackföreningar. Föreningsstyrelsen ser ingen anledning att lägga sig i Coops arbetsledningsfrågor så länge gällande arbetsrättsliga regler följs.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman *att motionen avslås.*

Motion 6

Självservice i kassan

Avsikten med självservice vid kassan kan säkert framställas som att det ska bli smidigare och effektivare att handla. I realiteten handlar det förstås om att butiken ska kunna drivas med färre anställda. I vår närmaste Coop-butik i Fruängen fungerar det sedan länge så att några få väljer självservice medan de allra flesta hellre står i kön till en bemannad kassa. Detta trots att personalen alltid vänligt hjälper till med att klara självserviceuppgiften (och påskynda sin egen överflödighet). Proportionerna har inte förändrats så vitt jag kan se under de år som maskinerna har funnits. Tydligt anser man att vi som kunder inte vet vårt eget bästa utan behöver tvingas till självserviceplatserna. Men en människa i kassan ger möjligheter till att ställa frågor och föreslå förbättringar som en maskin inte erbjuder. I regel är det också trevligare än att stå och muttra över alla val som maskinen kräver av en. För pensionärer och föräldralediga är den närmaste livsmedelsbutiken den mötesplats dit vi oftast går utanför hemmet, kanske den enda plats där någon säger hej och ger oss ett leende. Det finns ett stort värde i att personer utan lång utbildning kan beredas arbetet till exempel i en butikskassa. Kooperationen måste kunna konkurrera på en hård marknad med inte till priset av att grundläggande värderingar offras - och dit hör att få bli bemött som en person i butiken och inte bara som en knapptryckare.

Föreslår

att experimentet med självservice i kassan avslutas.

Lena Westius

Utlåtande motion 6

Coop har i sitt yttrande över motionen uppgett följande:

” Coop behöver vara lyhörda på vad våra medlemmar och kunder tycker. Det absolut viktigaste är att de som handlar är nöjda med våra butiker och hur de blir bemötta, för utan kunder så är vi illa ute. Vad vi ser nu så minskar inte vår försäljning och kundantal i de butiker där vi har självscanningskassor. Det är ju som motionären skriver fördelaktigare rent lönsamhetsmässigt att använda självscanningskassor då mindre personal behövs. Våra konkurrenter använder allt mer självscanningskassor och ökar lönsamheten samtidigt som de kan använda den ökade lönsamheten till att sänka priserna.

I vår konkurrensutsatta värld behöver vi hänga med i denna utveckling. Dock behöver vi vara lyhörda på att se så att vi inte tappar kunder när vi arbetar med dessa självscanningskassor.”

Föreningsstyrelsen konstaterar att självscanningskassor har funnits på marknaden under många år. Systemet med självscanning har varit en stor framgång och är mycket uppskattad av de flesta kunder som använder sig av systemet. För de kunder som inte använder självscanningssystemet finns de vanliga kassalinjerna kvar, med möjlighet för kunderna att ställa frågor. Föreningsstyrelsen ser självscanningssystemet som en viktig konkurrensfaktor som både underlättar köp för de kunder som har bråttom och som sänker kostnaderna för Coop.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att motionen avslås.

Motion 7

Det nya kundprogrammet, poängshoppen och jämställdhet

Det nya kundprogrammet innebär en hel del förändringar på gott och ont. Gott är att medlemmarna kan samla poäng och köpa större saker för poängen. Till exempel kan man - om man är man - för poängen köpa värdebevis hos Brothers. Men för de kvinnliga medlemmar finns inte någon motsvarighet i poängshoppen. Vi kan handla kläder till våra manliga partners och kvinnliga och manliga barn men inte några kläder till oss själva.

Jag föreslår

att Coop förhandlar fram möjligheten att kunna köpa värdebevis hos ett företag som säljer kvinnokläder för de kvinnliga medlemmars räkning.

Ulla Hoffmann

Utlåtande motion 7

Coop har på fråga uppgett följande: ”Ett mycket bra förslag som Coop Sverige kommer titta vidare på. Inför 2016 finns målsättningen att hitta fler partners och inom detaljhandeln är Coop mycket intresserat av att hitta en ny partner. Processen tar dock relativt lång tid.”

Föreningsstyrelsen anser att det är viktigt att det finns möjlighet för alla större kundgrupper att hitta lämpliga erbjudanden i poängshoppen. Föreningsstyrelsen välkomnar att Coop har tagit till sig förslaget och att Coop avser att hitta en ny partner inom detaljhandeln. Syftet med motionen är därmed uppfyllt.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att motionen anses besvarad.

Motion 8

Det nya kundprogrammet och presentkort

En uppskattad gåva är presentkort på Coop. Det nya kundprogrammet ger dock inte medlemmarna någon möjlighet att kunna köpa och betala ett presentkort hos Coop för de insamlade poängen. Med det tidigare kundprogrammet var det möjligt. Man skulle kunna tänka sig att det borde vara möjligt att ladda medlemskortet med rabattcheckar och sedan betala presentkortet med rabattcheckarna, men inte heller det är möjligt. Det står uttryckligen att rabattcheckarna inte får användas till att köpa presentkort för. Med tanke på att det går att köpa värdebevis på Brothers och Polarn och Pyret för poängen borde det också vara möjligt att köpa presentkort på Coop för de insparade poängen. Jag kan ju faktiskt ”köpa” en cykel för de insparade poängen och ge bort den, men jag kan inte ”köpa” ett presentkort på matkassar.

Jag föreslår

att reglerna för kundprogrammet ändras så att det blir möjligt att köpa ett presentkort på Coop för de insparade poängen i poängshoppen.

Ulla Hoffmann

Utlåtande motion 8

Coop har i sitt yttrande över motionen uppgett följande: ”Coop tar till sig detta förslag och utreder hur det kan lösas.”

Föreningsstyrelsen anser att motionärens förslag är mycket bra och anser att möjligheten att kunna erbjuda presentkort i Coop skulle vara ett värdefullt tillskott i poängshoppen. Föreningsstyrelsen konstaterar att Coop synes vara positiv till förslaget och att Coop avser att utreda hur frågan kan lösas. Eftersom det inte är fråga om föreningens egen verksamhet kan KFS inte ändra i kundprogrammet, men föreningsstyrelsen avser att skicka motionen till Coop med uppmaningen att försöka hitta en lösning i enlighet med motionärens förslag.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

att motionen anses besvarad och att motionen, jämte föreningsstyrelsens utlåtande däröver, översänds till Coop.

Motion 9

Använd poäng för att köpa tågbiljetter

I det nuvarande poängsystemet som ersatt återbäringen kan man köpa flygbiljetter men inte tågbiljetter. Alla vet att tåg utsätter miljön för avsevärt mindre påverkan än vad flyget gör. Därför vore det naturligt att tågbiljetter borde finnas med som ett alternativ som man kan använda för intjänade poäng. Flygbiljetter borde däremot inte finnas med av miljöskäl.

Föreslår

att tågbiljetter ska finnas med som en möjlighet som man kan använda för intjänade poäng av miljöskäl.

Hans Brunnberg

Utlåtande motion 9

I yttrande över motionen har Coop uppgett följande:

” Coop arbetar med att utveckla fler partners. Förutom detaljhandel är tågresor ett område som skulle förstärka erbjudandet markant. Processen tar dock lång tid.”

Föreningsstyrelsen delar motionärens uppfattning att det vore önskvärt att kunna köpa tågbiljetter inom ramen för poängsystemet. En sådan möjlighet skulle vara ett utmärkt komplement i medlemsprogrammet. Coop tycks vara av samma uppfattning och synes arbeta långsiktigt för en sådan lösning. Syftet med motionen är därmed uppfyllt.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

att motionen anses besvarad.

Motion 10

Soda Stream

I min första motion om Soda Stream och att apparaterna tillverkas på av Israel ockuperad mark svarade KfS:s styrelse att man låtit undersöka detta via en konsultorganisation. Denna hade kommit fram till att apparaterna tillverkas inom staten Israel. Därför avslogs motionen.

Enligt den internationella humanitära organisationen Oxfam tillverkas Soda Streams apparater delvis på av Israel ockuperad mark. Bland annat har filmskådespelarskan Scarlett Johannsons arbete som ambassadör för Oxfam upphört eftersom hon gjort reklam för Soda Stream: “The film star Scarlett Johansson, a former Oxfam ambassador, has questioned the charity’s position on political boycotts of Israel and told the Observer that she has no regrets over her decision to promote SodaStream, a company headquartered in Israel, with a controversial factory in a settlement on the West Bank. ---The fact that the UN, the Red Cross and the International Court of Justice also agree that the SodaStream factory is in contravention of international law did not sway her, she added.”(<http://www.theguardian.com/film/2014/mar/16/scarlett-johansson-stands-by-sodastream-deal>).

I en andra motion från mig har styrelsen svarat att de apparater som säljs av Coop tillverkas av Kina. Därför avslogs även denna motion.

Emellertid har jag kontrollerat vad som råder. Soda Stream

har på min fråga helt tillmötesgående svarat att det inte går att skilja på apparater tillverkade i Israel och dem tillverkade i Kina. Alla apparater har samma märkning. Av detta skäl bör således Coop upphöra med att sälja Soda Streams apparater, eftersom risken finns att de kommer från ockuperad mark.

Föreslår

att Coop snarast upphör med att sälja Soda Streams apparater, eftersom de kan vara tillverkade på av Israel ockuperad mark.

Hans Brunnberg

Utlåtande motion 10

Föreningsstyrelsen vill först göra ett förtydligande med anledning av motionärens inledande påstående om att KfS styrelse skulle ha låtit undersöka huruvida Soda Stream tillverkas på av Israel ockuperad mark. KfS har inte låtit genomföra någon sådan undersökning. Vad motionären syftar på är det yttrande från Coop som KfS inhämtade med anledning av en motion i frågan år 2013. Coop uppgav då följande:

” Coop införde ett tillfälligt inköpsstopp från Soda Stream den 11 juli 2011 efter uppgifter om att Soda Streams produkter som såldes i Coop producerades på ockuperad mark. Coop ställde då krav på att Soda Stream skulle genomföra och presentera en oberoende tredjepartsrevision av produktionsförhållandena. Revisionen, som genomfördes av Lloyd Registers, bekräftade att produkter som köps av Coop tillverkas i Israel (1967 års gränser). Revisionen har även granskat alla komponenter och tillverkningsprocesser (inbegripet montering) av produkterna och Soda Stream säljs nu igen i Coops butiker.”

Med anledning av den motion som nu föreligger har Coop avgett följande yttrande:

” Frågan om SodaStream har varit uppe tidigare, och vi har därför varit i kontakt med dem angående produktion på Västbanken. För några år sedan blev det känt att Sodastream har tillverkning av kolsyremaskiner på ockuperad, palestinsk mark. KF har beslutat att inte sälja varor som producerats på ockuperad mark, övriga köpbojkotter från ett enskilt land är en politisk bedömning som i första hand avgörs av Sveriges regering och riksdag eller EU och/eller FN. Vi tar inte politisk ställning i sakfrågor utan följer den lagstiftning om handelssanktioner och bojkott som följer av officiella beslut inom FN:s säkerhetsråd, EU och av Sveriges riksdag och regering. SodaStream har tydliggjort för oss att de maskiner de säljer i Norden tillverkas i Kina eller Israel, ej i den aktuella fabriken på Västbanken. Vi har därför beslutat att fortsätta sälja SodaStreams maskiner.”

Föreningsstyrelsen förutsätter att Coop följer sina tidigare fattade beslut om att inte sälja varor som producerats i områden som anses vara ockuperade i strid med folkrätten. Det har inte framkommit några uppgifter om, eller ens påståtts, att de SodaStream-apparater som säljs på Coop skulle vara producerade på ockuperad mark.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

att motionen avslås.

Motion 11

Poängsystemets inriktning på större hushåll

Poängsystemet är utformat så att stora hushåll får ett väl anpassat incitament att köpa sina varor på Coop. Små hushåll har små chanser att nå upp till denna nivå och ges alltså inte samma incitament att bli trogna kunder. Detta system är förstås också diskriminerande för små hushåll som inte får proportionerlig del av det överskott som skapas i föreningen. Det finns vad jag kan se inget hållbart ekonomiskt argument för systemet. Tyvärr är denna typ av diskriminering systematisk i vårt samhälle. Se t.ex. TV-licensen. Det är beklagligt att Coop inte kan ta till sig de motioner som inkommit i detta ärende.

Föreslår

att poängsystemet görs om så att alla typer av hushåll får incitament att vara trogna kunder på villkor som inte är diskriminerande för små hushåll.

Pia Westford

Utlåtande motion 11

Coop, som har beretts möjlighet att yttra sig över motionen, har uppgett följande:

” Medlemsprogrammet med det nya poängsystemet är utformat för att kunna skapa mångfald och valfrihet för alla kundsegment. Genom att ta del av partnererbjudanden, personliga erbjudanden och att lösa in poängen till varor/erbjudanden som betingar ett högt värde kan även ett litet hushåll få mycket tillbaka. Vi menar att incitamenten finns inom systemet idag, men vi jobbar givetvis på att förstärka erbjudandet i alla dimensioner. Exempelvis har Coop under 2015 utvecklat personliga erbjudanden till flera kundgrupper med fokus på de som har lite lägre inköp per månad.”

Föreningsstyrelsen vill betona att KfS inte äger butikerna och att det är Coops poängsystem som det är fråga om. KfS kan därför inte ändra i Coops poängsystem. När det sedan gäller poängsystemet som sådant är ju avsikten naturligtvis att skapa lojalitet. Coop bytte bonussystem för över ett år sedan, och ett av syftena vid övergången till det nuvarande systemet var att minska de ojämnheter som fanns i det förra systemet. I det nuvarande poängsystemet är belöningen densamma för alla upp till 21.000 grundpoäng per halvår, därefter sker en dubbling av grundpoängen. Alla medlemmar som handlar för minst 1 000 kr per månad får också tidningen MerSmak samt personliga erbjudanden på varor som man köper. Att avskaffa dessa extra förmåner för lojala större hushåll skulle innebära en klar försämring för de större hushållen, vilket i förlängningen skulle drabba Coop ekonomiskt.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

att motionen avslås.

Motion 12

Ta bort produkter från Dole i sortimentet

Enligt svar på tidigare motion 2013 levererar inte Dole till Kooperationen utan detta gör enbart Banankompaniet. Motionen handlade om att Coop bör ta bort Dole-produkter ur sortimentet eftersom Dole handlat oetiskt genom att deras bananodlare fått skador av besprutning. Hamburgerkedjan Max tog bort alla produkter från Dole – allt enligt filmen Bananas. Dessutom försökte Dole stämma filmens upphovsman för att han gjort filmen.

Enligt nätet så ansvarar ”AB Banan-Kompaniet för försäljning och distribution av bananer. Huvudsakligen av märket Dole, men även KRAV-märkta bananer och andra välkända märken som Favorita och Onkel Tuca”. Det verkar således som Dole har flera fingrar med i spelet kring kooperativa bananer. Dessutom säljer Coop fruktkonserver av märket Dole.

Föreslår

att samtliga produkter av märket Dole ska sorteras bort ur Coops varuutbud.

Hans Brunnberg

Utlåtande motion 12

Coop, som har beretts möjlighet att yttra sig över motionen, har uppgett följande:

” Coop har inte sålt bananer från Dole. Coop säljer inte heller andra Doleprodukter som fruktkonserver etcetera i centralt sortiment. 80 % av alla bananer som vi säljer är ekologiska och en stor del av dem dubbelmärkta, det vill säga både Fairtrade och ekologiska. Det är nog högst andel i världen.”

Föreningsstyrelsen konstaterar att det inte finns några Dole-produkter i Coops centrala beställningssystem. Syftet med motionen är därmed redan uppnått.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

att motionen anses besvarad.

Motion 13

Sälj enbart ekologiska bananer även på Coop Forum och Coop Extra

Det är bra att besprutade bananer tagits bort från sortimentet på Coop Nära och Coop Konsum. Det borde vara möjligt att ta bort de besprutade bananerna även från Coop Forum och Coop Extra. Det handlar om en bättre miljö för bananodlarna och mindre gift i konsumenternas kroppar. Besprutade bananer har till exempel redan tagits bort på Hemköp.

Föreslår

att besprutade bananer tas bort ur sortimentet även på Coop Forum och Coop Extra.

Hans Brunnberg

Utlåtande motion 13

Coop har på fråga uppgett följande:

”Coop säljer idag ca 80 % ekologiska bananer, det är högst andel inom Svensk Dagligvaruhandel. Bananer är en uppskattad frukt i Sverige, så den konsumeras i stora mängder. Vi bygger upp volymer för att långsiktigt öka andelen.”

Föreningsstyrelsen konstaterar med stor tillfredsställelse att Coop redan har en mycket hög andel ekologiska bananer i sitt sortiment, och att man arbetar på att öka den andelen. Syftet med motionen är därmed uppnått.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att motionen anses besvarad.

Motion 14

Det handlar om trovärdighet

Konsumentföreningen Stockholm (KfS) är en kooperativ ekonomisk förening som ska:

- Skapa ekonomisk nytta för sina medlemmar
- Verka för att medlemmar i sin konsumtion kan bidra till en hållbar utveckling för människor och miljö.

Coops budskap är - Bra varor som är viktiga för dig och din familj.

Om man som medlem har tagit KfS och Coops budskap till sig så förväntar man sig att mötas av

- dels varor som är viktiga för mig och min familj
- dels varor så att jag genom min konsumtion kan bidra till en hållbar utveckling.

Vår erfarenhet är - Coop har en blandad kompott av bra saker

- som veckans eko
- stort sortiment av ekoprodukter, kravmärkta produkter
- möjlighet att genom sina inköp stödja fairtrade.

Vi vill att budskap och affärsprofil ska harmoniera, ska gå hand i hand.

Vi tycker att exponeringen av Coca Cola och godis är för dominant.

Det motverkar KfS och Coops budskap med hållbart, ekologiskt och rättvisemärkt konsumtion.

Vi förlorar trovärdighet och konkurrenskraft hos stora och små kunder.

Vi föreslår

att Konsumentföreningen Stockholm påverkar Coop så att de lever upp till sitt budskap: bra varor som är viktiga för dig och din familj

att Änglamarks- och Fairtradeprodukterna exponeras så att de verkligen syns i butiken.

Lena Söderlind

Ägarombud Coop Forum Södertälje

Anneli Wikström

Ersättare till Ägarombud Södertälje

Utlåtande motion 14

Coop, som har beretts möjlighet att yttra sig över motionen, har uppgett följande:

” Motionären har helt rätt i att vår kompott av bra saker även ska spegla vår butiksmiljö. Denna feedback tar vi med oss i vårt fortsatta arbete framåt. Att vara trovärdig är ju att leva sina värderingar. Ett stort arbete för att just få till detta arbetar vi med just nu då vi bygger om våra butiker till nya format. Våra värderingar såsom EKO, etc. kommer att finnas i kundvarvet så att kunderna alltmer upplever vad vi står för samt våra värderingar.”

Föreningsstyrelsen instämmer till fullo att det är viktigt att Coops värderingar går hand i hand med uttrycket i butik. Av Coops yttrande framgår att även Coop delar denna uppfattning och att Coop har inlett ett arbete för att lyfta just de komponenter som omfattas av motionärens yrkanden. Detta avses bli infört i samband med att butikerna byggs om till nya format. Föreningsstyrelsen konstaterar att syftet med motionens andra att-sats därmed redan har uppnåtts.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

att motionens första att-sats bifalls,

att motionens andra att-sats anses besvarad.

Motion 15

Ursprungsmärkning av mjölk i mejeriprodukter

Den senaste tiden har svenska mjölkbönders svåra situation beskrivits i olika media. Allt fler bönder upphör med mjölkproduktionen.

Av flera skäl är viktigt att värna om den inhemska produktionen av mjölk.

Det svenska landskapet hålls öppet. Gödseln användes till gödsling av kravodlade grödor. Bra att ha så stor självförsörjningsgrad som möjligt både i landet som helhet och fördelat över landet. Svenska bönder använder inte lika mycket antibiotika och har en bättre djurhållning än kontinentens mjölkproducenter. Jag tror att många med mig vill gynna produkter av svensk mjölk och det måste vara lätt för konsumenten att göra det valet i butiken.

Föreslår

att Konsumentföreningens styrelse verkar för att alla mejeriprodukter som saluförs i Coops butiker har en märkning där det klart framgår varifrån mjölken kommer som ingår i produkten. Märkningen ska också vara lätt att läsa och inte stå med så små bokstäver att man behöver förstoringsglas för att kunna läsa texten.

Kerstin Danielsson

Utlåtande motion 15

Coop har i yttrande över motionen uppgett följande:

” Coop har idag riktlinjen att ange ursprung på den mjölk-råvara som ingår i våra EVM-produkter (Coop, Coop Änglamark samt Coop Xtra). Detta märks ut på förpackningen i samband med innehållsförteckningen. I övrigt medverkar Coop i en branschgemensam ”svensk märkning” som just nu arbetas fram av ett nystartat bolag Svensk märkning AB (samägt av Livsmedelsföretagen, Svensk Dagligvaruhandel och Lantbrukarnas Riksförbund). Detta innebär att ursprungsmärkning (Sverige) kommer att framföras på förpackningen i form av en tydlig logotyp (jmf ”svenskt kött”). Krav på produkter med denna märkning kommer att vara Svensk råvara samt att all förädling av produkten och förpackning sker i Sverige. För sammansatta produkter ska minst 75% vara av svenskt ursprung och alltid råvaror med animaliskt ursprung. Syftet med denna märkning är att göra det lättare för konsumenten att välja svenska produkter. Coop är förberedda att så fort logotypen är klar och godkänd att använda påbörja märkningen av våra egna varor.”

Föreningsstyrelsen instämmer med motionären att det är viktigt att slå vakt om svensk mjölkproduktion och att stödja svenska mjölkbönder i den lönsamhetskris som råder. Som framgår av Coops yttrande anges ursprung på den mjölkråvara som ingår i Coops egna varumärken. Coop medverkar också i ett branschgemensamt arbete om svensk märkning. Coop avser att använda denna märkning på egna varor så snart logotypen är klar och godkänd. Beträffande läsbarhet av texten på förpackningar finns det genom EUs informationsförordning numera tydliga regler för typsnitt och storlek på text. Föreningsstyrelsen konstaterar därmed att syftet med motionen redan är uppnått.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att motionen anses besvarad.

Motion 16

Fleecekläder och textilier

När fleecekläder och filtar m.m kom som en återanvändning av gamla plastflaskor tyckte väl de flesta att det var bra billigt, varmt, mjukt och lättvättat. Tyvärr visade det sig som så många gånger förr att man har inte tänkt genom hela livscykeln. Vid tvätt av fleecprodukter frigörs tusentals plastfibrer och mycket av dem släpps ut via reningsverken.

Dessa småplastbitar kallas mikroplast och havsdjur som äter plankton tror att plastbitarna är mat. Labbförsök har visat att levern hos fiskar som äter plastbitarna påverkas. Hur det i förlängningen kan påverka oss människor som äter fisk är inte klarlagt men det forskas bl.a om det är hormonstörande och cancerframkallande.

Föreslår

att Konsumentföreningens styrelse påverkar Coop att minska utbudet av fleecprodukter i sina butiker samt

att verka för att kunskapen om de miljömässiga nackdelarna belyses på hemsidan samt i Mersmak så att konsumenterna blir informerade och därmed kan välja att inte köpa dessa produkter.

Kerstin Danielsson

Utlåtande motion 16

Coop har i yttrande över motionen uppgett följande:

- Angående fleecprodukter och de miljörisker de medför så vill vi börja med att påpeka att vi idag har ett ganska litet fleecesortiment, och en begränsad försäljning. Spridningen av mikroplaster och farliga plastkemikalier till miljön är ett växande problem och källorna till kontamineringen är många, varav fleecetyg är en. Vi behöver ta ett helhetsgrepp om frågan för att prioritera vilka insatser som är lämpligast att genomföra på Coop. Vi utvecklar vårt sortiment inom nonfood löpande, och försöker då ta en rad hänsyn för att säkerställa minsta möjliga negativa påverkan. Vi kommer se över hur vi på mest lämpligt sätt informerar konsumenterna om de för- och nackdelar som finns med olika typer av produkter i vårt sortiment. Givet detta kommer vi alltså att fortsätta sälja fleecprodukter, men vi kommer att bevaka frågan. -

Föreningsstyrelsen anser att spridningen av mikroplaster (fragment om 5 mm eller mindre) och farliga plastkemikalier till miljön är ett växande problem och det finns många källor till kontamineringen. Enligt en norsk studie produceras uppskattningsvis 8 000 ton mikroplaster bara i Norge varje år varav en signifikant del har potential av att nå sjöar och hav. Den största källan är slitage av bildäck och vägmarkeringar, därefter damm och slitage av färg på byggnader, andra konstruktioner och fartyg m.m. En mindre del kommer från plasttillverkning eller återvinning av plast, och en liten del kommer från kosmetika som till exempel duschkrämer. Enligt den norska studien generas upp till 12 procent av mikroplasterna vid tvätt av syntetmaterial, bland annat fleece, som hamnar i avloppet och därmed kan föras genom reningsverken till havs.

Föreningsstyrelsen noterar med tillfredsställelse att Coop redan har frågan under bevakning och att Coop ser över frågan om att på lämpligt sätt informera konsumenterna om bl.a. nackdelarna med olika produkter. Syftet med motionens första att-sats är därmed uppnådd.

När det gäller information om riskerna med mikroplast har föreningsstyrelsen inga invändningar mot att verka för att frågan belyses på det sätt som motionären föreslår. Föreningsstyrelsen anser att det är viktigt att medlemmarna får en allsidig belysning av de för- och nackdelar som olika sorters plaster eller produkter baserade på plast har. Föreningen avser också att belysa frågan under något av de jubileumsseminarier som kommer att hållas nästa år.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att motionens första att-sats anses besvarad
att motionens andra att-sats bifalls.

