



KONSUMENT
FÖRENINGEN
STOCKHOLM

MOTIONER

2022

Motionshanteringen

Här finner du de motioner från medlemmar i Konsumentföreningen Stockholm (KfS) som kommit föreningsstyrelsen tillhanda senast den 15 januari 2022. Efter varje motion följer föreningsstyrelsens utlåtande och förslag till beslut.

Motionsbehandling

Motionerna publicerades på föreningens hemsida den 21 januari 2022 och medlemmarna gavs tillfälle att lämna synpunkter på de olika motionerna och även ta del av andra medlemmars synpunkter.

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

Viktigt att veta

KfS äger Coop Butiker & Stormarknader AB (CBS), som driver den kooperativa dagligvaruverksamheten i KfS verksamhetsområde.

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

Föreningsstyrelsen har flera möjligheter att verka för en motion.

Dessa är:

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

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

Beslutsförslag

I föreningsstyrelsens svar används tre olika beslutsförslag:

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

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

Avslag innebär att föreningsstyrelsen inte instämmer i motionärens förslag.

Innehållsförteckning

Föreningsfrågor

Motion

1. Dela ut överskottet till medlemmarna och stärk medlemsdemokratin

Affärsfrågor

Motion

2. Kontaktvägar till butikshefer
3. KRAV-märkningens kvalitet
4. Stoppad försäljning av palmfett i Coops butiker
5. Sluta samarbeta med resebolag där resorna sker med flyg
6. Sluta samarbeta med charterbolag där resorna sker med flyg
7. Sluta samarbeta med resebolag där resorna sker med flyg
8. Sluta samarbeta med resebolag där resorna sker med flyg
9. Förvalt belopp e-faktura

FÖRENINGSFRÅGOR

Motion 1

Dela ut överskottet till medlemmarna och stärk medlemsdemokratin

Att den ekonomiska situationen för KF och Coop sedan länge är dystert är väl känt. Det är en följd av en rad strategiska felsatsningar under årens lopp. Mindre känt även bland medlemmarna är att KfS har en betydande förmögenhet. Enligt senaste tillgängliga årsredovisning för 2020 hade man en förmögenhet på över 12 miljarder kr, dubbelt så mycket som KF-koncernen. Det motsvarar drygt 14 000 kr per medlem. Men även KfS har gjort betydande felsatsningar.

KfS tillgångar kommer i huvudsak från ett stort aktieinnehav i fastighetsbolaget Atrium Ljungberg. Föreningen äger 29 procent av aktiekapitalet och är bolagets största enskilda ägare. Bakgrunden är att man behöll sitt fastighetsinnehav i affärs- och kontorsfastigheter i samband med att man gick upp i Coop. Det var en klok strategi. Annars hade kapitalet försvunnit i Coops svarta hål.

Men hur har KfS förvaltat sitt pund därefter? Här kan man vara mycket mer kritisk. Betydande felsatsningar har gjorts av styrelsen.

För drygt tio år sedan gick KfS in som storägare i modeföretaget Retail and Brands RNB, som då drev JC, Brothers och Sisters, Polarn och Pyret med flera. Satsningen på 215 miljoner kr gjorde konsumentföreningen till största ägare. Motivet angavs vara att skapa en förstärkning inom ett detaljhandelsområde som riktar sig till en yngre målgrupp, där Kooperationen är svagt representerad samt att få god avkastning på insatsen. Sedan dess har fortsatta köp av aktier gjorts och totalt har köpen kostat nära 400 miljoner kronor. Dessutom hade man drygt 200 miljoner kr i ett obligationslån till företaget, som nu är nedskrivet till 65 miljoner kr. Företaget, som länge varit konkursmässigt, har under hösten 2021 ombildats till ett medicintekniskt bolag (!) genom samgående med Coala Life, som kommer att äga 80 procent av aktiekapitalet. KfS andel blir ca 8 procent, till ett värde av ca 25 miljoner kr. RNB-äventyret har kostat medlemmarna i KfS minst en halv miljard kr. Varje satsad krona på RNB-aktier var vid samgåendet med Coala Life värd 5 öre. Aktierna i RNB har sjunkit i värde under hela den period som KfS haft dem och det har inte så mycket att göra med pandemin. Redan efter två år hade aktievärdet halverats.

När det gäller medlemsnyttan dröjde det flera år innan man ens kunde använda Coop-kortet i butikerna. Det var också en märklig satsning med tanke på att KfS överlätit detaljhandelsverksamheten inom sitt kärnområde till Coop, men nu gav sig in i ett helt annat detaljhandelsområde, där

man rimligen hade ännu mindre kompetens. Nu har man blivit stor ägare i ett medicintekniskt bolag, med ännu svagare koppling till den tidigare verksamheten.

Men KfS har gjort fler dåliga aktieaffärer. Innehavet i Atrium Ljungberg har minskat med 12 miljoner aktier under det senaste decenniet. I följande insåg man möjligen misstaget och köpte tillbaka en mindre post. Hade man behållit alla aktier hade förmögenheten varit över en miljard kr större i dag.

Genom att köpa dåliga och sälja bra aktier har föreningen förlorat nära två miljarder kr under en tioårsperiod. Det motsvarar driftskostnaderna för föreningens verksamhet, riktad till medlemmarna, i ca 30 år.

Det är svårt i dag och det var svårt för tio år sedan att förstå varför konsumentföreningen Stockholm skulle ge sig in i RNB-äventyret. Organisationer med mycket pengar riskerar att göra riskfyllda satsningar, om det inte finns bromsande krafter.

I styrelsen för KfS saknas i hög grad sådana bromsande krafter. Den består liksom styrelsen för KF till största delen av personer från den kooperativa rörelsen. Många i styrelsen för konsumentföreningen har en bakgrund i hyresgäströrelsen och i den fackliga rörelsen och är vänner sedan gammalt. Det har varit svårt för externa kandidater att komma med i styrelsen.

Samtidigt som det för ca tio år sedan riktades intern kritik från förtroendevalda, bl.a. av undertecknad i en motion mot satsningen på RNB och den passiva roll man som stor ägare intagit gentemot KF, började man diskutera förtroendemannaorganisationen. De tidigare distrikten, som leddes av erfarna personer och hade en viktig roll vid initiering och beredning av motioner och rekrytering av nya förtroendevalda, togs bort. Antalet förtroendevalda har minskat från ca 400 för tio år sedan till 100 och antalet motioner från ett sextiotal till ett tiotal. Den redan tidigare svaga medlemsdemokratin har urholkats ytterligare och styrelsens och tjänstemännens inflytande förstärkts.

Vart annat år genomförs val av ägarombud, som också sitter i föreningsstämman och samtliga 850 000 medlemmar har rösträtt. Vid valet 2020 var andelen röstande 3,7 procent, trots en ekonomisk stimulans i form av poäng på Coop-kortet.

Konsumentföreningen Stockholm är en ekonomisk förening och ska inte syssla med äventyrlig kapitalplacering och kapitalackumulering, utan främja medlemmarnas intressen. Det görs i mycket begränsad utsträckning. Av vinsten på 180 miljoner kr 2020 användes en tredjedel till föreningsrörelsen. Året innan var vinsten 500 miljoner kr och endast en sjundedel gick till föreningsrörelsen, bland annat seminarier, gratis inträde på

Skansen ett par lågsäsongsdagar varje år och rabatter genom Coop-kortet. Samtidigt är föreningen överkapitaliserad, med en förmögenhet på 12 miljarder kr, som man inte vet vad man ska göra med. De hittillsvarande erfarenheterna pekar på att risken för ytterligare felsatsningar är stor.

Förslag

För att radikalt öka medlemsnyttan och samtidigt främja Coops verksamhet, vore det rimligt att dela ut en mindre del av kapitalet till medlemmarna. Förslagsvis kan en tredjedel delas ut. Det kan göras i form av värdecheckar, som laddas ner på Coop-korten. Varje medlem skulle då få i genomsnitt ca 5 000 kr att handla för hos Coop. Fördelningen av dessa checkar kan göras efter t.ex. hur mycket man handlat för de senaste åren. Det skulle gynna både medlemmarna och bli en bra injektion hos Coops butiker, när föreningen snart övertar dem. Äntligen skulle medlemmarna i KfS få nytta av sitt medlemskap.

För att öka kompetensen i KfS styrelse bör ett par oberoende och erfarna ekonomer väljas in. Minskningen av antalet förtroendevalda har inte främjat medlemsdemokratin. Antalet bör utökas och de förtroendevalda bör ges utbildning i rollen som ägarombud och stämmombud och inte bara träffa kunder och butikschefen. De ska kunna ställa tuffa frågor till styrelsen vid stämmorna och skriva väl underbyggda motioner. Men vill styrelsen ha aktiva ägare och en fungerande medlemsdemokrati?

Jag yrkar:

- att stämman beslutar uppdra åt styrelsen att utforma ett program för utdelning av en del av föreningens överskottskapital till medlemmarna i form av t.ex. värdecheckar att användas i Coops butiker inom föreningens område.
- att stämman beslutar utöka styrelsen med två oberoende och erfarna ekonomer.
- att stämman beslutar uppdra åt styrelsen att utreda en utökning av antalet förtroendevalda samt ta fram ett utbildningsprogram för de förtroendevalda i ägarrollen.

Åke Dahlberg

Utlåtande motion 1

KfS köpte in sig i dåvarande RNB Retail and Brands AB (publ) under år 2009. Bakgrunden till affären var att KfS redan år 1992 hade överlåtit all sin affärsverksamhet (med undantag för fastighetsverksamheten) till KF som ett led i vad föreningen då antog var inledningen på en större och genomgripande integration av all detaljhandelsverksamhet i konsumentkooperationen. Dessvärre fullföljdes ingen sådan integration i någon större utsträckning, vilket ledde till att föreningen efter en tid ansåg att man behövde överväga att på nytt bygga upp en egen samhandel med sina medlemmar. Utgångspunkten för en sådan samhandel var dock att den inte fick konkurrera med KF, vilket skulle vara kontraproduktivt och illojalt mot det konsumentkooperativa systemet. Efter att under en tid ha scannat marknaden på lämpliga objekt som dessutom var till salu föll valet slutligen på börsbolaget RNB. Som motionären anger blev satsningen på RNB inte lyckad, bl.a. därför att konfektionsmarknaden under en följd av år har varit extremt konkurrensutsatt. Föreningen har nu slutligen avvecklat innehavet i samband med ett omvänt förvärv av medicinteknikbolaget Coala Life Group AB, sedan RNB sålt av samtliga sina dotterbolag. Likviden för de sålda dotterbolagen har i allt väsentligt använts för avbetalningar på RNB:s lån, bl.a. till KfS. KfS kvarvarande engagemang uppgår nu till drygt 9,3 procent av aktierna i Coala Life. Det bör påpekas att alternativet till en ordnad avveckling av RNB:s verksamhet hade varit att likvidera bolaget. En likvidation hade emellertid inbringat betydligt lägre summor till långgivare och aktieägare än vad den genomförda avvecklingen medfört. Även om de sammanlagda kostnaderna för RNB-affären uppgår till avsevärda belopp bör det framhållas att föreningens sammanlagda förmögenhet under perioden från 2009 till årsskiftet 2021/22 har vuxit till mer än dubbla värdet. En förklaring är dels att innehavet i Atrium Ljungberg AB (publ) har ökat avsevärt i värde, dels att föreningens övriga placeringar har gått mycket bra. Samtliga placeringar sker i enlighet med föreningens placeringspolicy, som styrelsen ser över årligen. Det ingår i styrelsens ansvar att tillse att föreningens tillgångar förvaltas ansvarsfullt med ett väl avvägt risktagande och med lämplig placeringshorisont. När det gäller innehavet i Atrium Ljungberg har föreningen behövt överväga risken i att ha en sådan betydande andel av föreningens tillgångar placerade i en enda aktie. I takt med värdeökningen av Atrium Ljungberg har föreningen därför vid några tillfällen sålt av aktier och spritt risken genom att placera pengarna i aktiefonder, räntefonder och alternativa placeringar. Som ett resultat av detta har föreningen vid utgången av år 2021 en fondförmögenhet om ca 4 Mdkr vid sidan om innehavet i Atrium Ljungberg AB.

Föreningens främsta uppgift är att främja medlemmarnas ekonomiska intressen genom ekonomisk verksamhet som

medlemmarna deltar i. I KfS fall har denna samhandel med medlemmarna t.o.m. år 2021 skett via KF (och dess helägda grossistbolag Coop Sverige AB (CSAB)) i de butiker som KF-koncernen drivit i Stockholmsområdet. För att stärka sitt inflytande över denna verksamhet gick KfS år 2014 in med kapital i CSAB och förvärvade ca 33 procent av aktierna i bolaget. Detta ökade i betydande grad föreningens inflytande över butiksverksamheten i KF-koncernen.

Under år 2021 ingick föreningen avtal med KF om att köpa tillbaka dels den butiksverksamhet i Stockholm som såldes till KF år 1992, dels ytterligare butiker i Södermanland, Östergötland och Uppsala. Förvärvet omfattar närmare 200 butiker som drivs i bolaget Coop Butiker och Stormarknader AB (CBS) och genomfördes under december 2021 och januari 2022. Föreningen är därmed moderbolag i en detaljhandelsdrivande koncern med en beräknad omsättning under år 2022 om ca 13 miljarder kr. I samband med affären sålde KfS sina aktier i CSAB till KF. För att finansiera förvärvet av CBS har föreningen dessutom sålt av ytterligare aktier i Atrium Ljungberg AB, använt en del av sin kassa och upptagit ett lån om en miljard kr. KfS ägde vid utgången av år 2021 drygt 26 % av aktierna i Atrium Ljungberg AB.

När det gäller tillsättning av föreningens styrelse följer denna en strukturerad process där Valberedningen för val av styrelse och revisorer har en central roll. Valberedningen har i uppgift att på föreningens årsstämma lägga fram förslag till styrelseledamöter. Halva styrelsen väljs varje år (två års mandatid). Samtliga medlemmar har möjlighet att senast den 15 januari lägga fram förslag på styrelseledamöter. Samtliga nomineringar överlämnas till och hanteras av valberedningen. Valberedningen kan också ta fram egna förslag. Valberedningen ska vid utövande av sitt uppdrag sträva efter att styrelsen får en lämplig sammansättning med hänsyn till kompetens, mångfald, ålder och kön. Som underlag för sina förslag ska valberedningen bl.a. bedöma i vilken grad den nuvarande styrelsen uppfyller de krav som kommer att ställas på styrelsen till följd av föreningens verksamhet och framtida inriktning samt fastställa kravprofiler för den eller de nya ledamöter som enligt denna bedömning behöver rekryteras. När det gäller särskilda kompetenser i styrelsearbetet kan styrelsen konstatera att sammansättningen av olika kompetenser i styrelsen är väl balanserad. Inte minst kunskaper i ekonomi är väl tillgodosedd i föreningsstyrelsen, och denna specifika kompetens tillhör de kravprofiler som valberedningen för styrelsens del årligen säkerställer inom ramen för befintligt antal styrelseledamöter. Samtliga styrelseledamöter i föreningen uppfyller kravet på oberoende i förhållande till föreningen.

När det gäller förtroendemannaorganisationen ändrades denna efter enhälligt beslut av föreningsstämman år 2014. Då ersattes (med verkan från år 2015) den dåvarande distriktsorganisationen med ägarombud. Ägarombud har numera införts i stort sett i hela konsumentkooperationen

och ingår i KF:s mönsterstadgar för föreningarna. KfS arbetar aktivt med att öka antalet förtroendevalda, och i årets ägarombudsval valdes 153 ägarombud och 132 ersättare, dvs. sammanlagt 285 förtroendevalda. Därtill kommer drygt 40 valberedare i dagsläget. Tillsammans med ledamöterna i valberedningarna har föreningen således över 300 förtroendevalda (exklusive styrelsen) och flera stämooombud än i den gamla distriktsorganisationen år 2014. Samtliga nyvalda ägarombud och ersättare genomgår en obligatorisk grundutbildning i två steg avseende sin roll som ägarombud. Dessutom tillhandahålls ett antal tilläggsutbildningar av föreningen, bl.a. en hygienutbildning som är obligatorisk för att få delta i aktiviteter i butik. Ytterligare utbildningar finns avseende olika element i föreningens aktivitetsprogram för ombuden. Därutöver tillhandahålls särskild utbildning för valberedningarna. För styrelsens ledamöter tillhandahålls ett gediget styrelseutbildningsprogram.

När det slutligen gäller motionärens förslag om att utforma ett program om utdelning av en del av föreningens tillgångar till medlemmarna vill styrelsen särskilt erinra om det nyligen genomförda förvärvet av CBS. Föreningen har medvetet byggt upp sin förmögenhet för att kunna hantera en återgång till detaljhandelsverksamhet. Detta ligger också helt i linje med föreningens nuvarande framtidsstrategi, i vilken ett av de övergripande målen är att "En miljon medlemmar äger den bästa dagligvaruhandeln i föreningens verksamhetsområde". Framtidsstrategin har lett till förvärvet av CBS. Föreningens tillgångar kommer att behöva användas för att stärka detaljhandelsverksamheten i CBS, och kommer således medlemmarna tillgodo den vägen. Föreningen driver på för att butiksdriften ska ge bättre priser för medlemmar, vilket förhoppningsvis kommer att visa sig i form av bättre medlemspriser under de kommande åren. Styrelsen är emellertid inte negativa till utdelning till medlemmarna så snart butiksverksamheten gör detta möjligt, till exempel genom att undersöka möjligheten att i framtiden dela ut kapital genom exempelvis värdecheckar att användas i Coops butiker inom föreningens område.

I den mån CBS framöver genererar överskott som kan delas ut till föreningen har styrelsen en förhoppning om att den vägen kunna skapa riktig återbäring till medlemmarna, som i så fall skulle kunna få utdelning från föreningen baserad på graden av samhandel med föreningens detaljhandelsverksamhet. I nuläget finns emellertid inte förutsättningar för återbäring förrän CBS genererar goda och stabila vinster.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

*motionens första att-sats avslås,
motionens andra att-sats avslås,
motionens tredje att-sats anses besvarad*

AFFÄRSFRÅGOR COOP

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

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

Motion 2

Kontaktvägar till butikschefer

Bakgrund

Eftersom medlemmarna kan sägas äga Coops butiker, finns ett särskilt intresse hos dessa kunder av att butikerna är välskötta. Då är det också viktigt att det finns bra informationskanaler från kund till ledning och ägarombud. Så är inte fallet i dag. Om man som kund vill framföra synpunkter till butikschefen i form av till exempel återkommande brist på varor till medlemspriser, avsaknad av kundvagnar, felaktiga prissättningar och snorkig personal, så är det mycket svårt. Butikscheferna är ofta helt okända för kunderna i Coops butiker och stormarknader.

Jag har pratat med flera stormarknadschefer, som säger att de uppskattar att få direkt kontakt med kunderna. De försöker också snabbt lösa de problem som kunderna pekat på.

Motsvarande anonymitet gäller även ägarombuden. Det är svårt att få information om deras namn och kontaktuppgifter. På KfS hemsida finns det bara en hänvisning till ägarombudet, men inga direkta kontaktuppgifter i form av e-postadress eller telefonnummer. På butikens hemsida finns inga uppgifter om vare sig butikschef eller ägarombud.

Man får som kund intrycket att dessa centrala personer inte ska ha någon direktkontakt med kunderna. Det kan väl inte vara avsikten med en medlemsägd verksamhet?

Förslag

Det bör i Coops butiker finnas anslag med namn på och kontaktuppgifter till butikschefen och ägarombudet. Dessa uppgifter bör också finnas på hemsidan för varje butik.

Yrkande:

att KfS verkar för att butikscheferna och ägarombuden blir mindre anonyma och att kontaktuppgifter finns till dessa personer i Coops butiker och på hemsidor

Åke Dahlberg

Utlåtande motion 2

Föreningsstyrelsen konstaterar att kontaktuppgifter till ägarombudet finns tillgänglig i de butiker som har ett ägarombud. Uppgiften finner man i Medlemspunkten genom att trycka på knappen "Konsumentföreningen" längst ned. Då visas ägarombudet med bild och mejladress.

När det gäller butikschefen är det däremot svårare att hitta kontaktuppgifter. På coop.se/butiker-erbjudanden/ finns idag information avseende alla butiker i Coop i Sverige, med ett telefonnummer direkt till butiken och en hänvisning till Coop Kundservice för generella frågor. På fråga förklarar CBS detta med att man föredrar att synpunkter från medlemmarna kommer via Kundservice på Coop, eftersom ärendena loggas när de går via Kundservice. Detta medför att inte bara butikschefen utan även företagets centrala funktioner får information om inkomna synpunkter, vilket ger företaget bättre möjligheter till uppföljning. Om t.ex. många klagomål avseende en viss produkt inkommer kan detta snabbare fångas upp och åtgärdas i samtliga butiker.

Föreningsstyrelsen håller med motionären om att kontaktinformationen till såväl ägarombud som butikschef kan göras tydligare, även om kontakt med butikschef även fortsättningsvis bör gå via Kundservice på Coop. Föreningsstyrelsen avser därför att verka för att CBS tar fram någon form av anslag eller liknande med kontaktuppgifter till ägarombud och butikschef som ska kunna sättas upp i entrén i varje butik. Detsamma bör gälla för relevanta hemsidor. För butikschefen kommer dock även fortsättningsvis att anges mejladressen till Kundservice på Coop.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

motionen bifalls

Motion 3

KRAV-märkningens kvalitet

SVT:s uppdrag granskning har vid flera tillfällen uppmärksammat brister hos KRAV-gårdar. Främst vad gäller djurhållningen med betydande brister och ren vanvård. Av granskningen framgår att föreningen KRAV inte alltid klarar att kontrollera KRAV utförarna. Än mindre att vidta åtgärder och följa upp uppenbara missförhållanden. Bland annat visade det sig att en KRAV gård trots uppenbara missförhållanden i djurhanteringen ändå kunde behålla sin KRAV märkning inom andra område som grödor och liknade.

Reportaget visade betydande svagheter hos KRAV ledningen och de repressiva åtgärder mot dem som missbrukar KRAV certifieringen. COOP är en av stiftarna/medlemmar i KRAV föreningen och investerar sitt varumärke i den föreningen. Mot bakgrund av dessa missförhållanden bör COOP:s representant i KRAV driva på om en högre kvalitet bland KRAV certifierade leverantörer. Och sker grova missförhållanden är det rimligt att KRAV märkningen återkallas för alla leveranser från den leverantörerna.

Vi konsumenter och COOP medlemmar måste kunna lita på att KRAV märkta varor i våra butiker håller hög kvalitet.

Jag yrkar med stöd av ovan föreslås föreningsstämman uppdra till föreningsstyrelsen:

- att via COOP representationen i KRAV driva frågan om bättre kontroll och skarpa restriktioner vid missförhållanden.
- att om rättelse inte sker lyfta frågan om COOPs medverkan i KRAV.

Bo Hertz
Per-Olov Johansson
Ägarombud Coop Hemmesta i Värmdö

Utlåtande motion 3

Motionärerna hänvisar till att SVT:s program Uppdrag Granskning uppmärksammat brister hos KRAV-gårdar. Av denna granskning framgår att föreningen KRAV inte alltid klarat av kontrollen eller klarat av att vidta åtgärder och följa upp uppenbara missförhållanden.

Coop välkomnar granskningar likt den som gjorts av SVT. Det är av största vikt att våra kunder ska kunna känna sig trygga med att de KRAV-märkta produkter de köper också håller den standard de lovar.

KRAV liksom Svenskt Sigill, Fairtrade och MSC är antingen tredjepartscertifieringar eller hållbarhetsmärkning som är kontrollerade av tredje part vilket är den högsta nivån av kvalitetssäkring av livsmedel som finns på marknaden. När det gäller märkningar är det att föredra att det är en oberoende tredjepart (t.ex. Intertek, Kiwa eller HS Certifiering AB) som kontrollerar att regelverket följs, än att kontrollen ska ske av den som ger märkningen.

Coop är, liksom övriga större aktörer i dagligvaruhandeln och en mängd livsmedelsföretag, medlemmar i KRAV. Genom Coops representation i styrelsen för KRAV har Coop en dialog om vad som ska göras för att säkerställa att KRAVs kontroller ses över så att liknande fall som de i SVT-granskningen inte ska uppstå igen.

När det gäller frågan om att eventuellt avsluta Coops medverkan i KRAV, anser föreningsstyrelsen att det vore kontraproduktivt att lämna KRAV. Coop har förtroende för KRAVs regelverk och föreningsstyrelsen vill se Coop som en konstruktiv och ansvarsfull medlem i KRAV som arbetar för att säkerställa att KRAVs regelverk efterlevs.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

*motionens första att-sats anses besvarad,
motionens andra att-sats avslås,*

Motion 4

Stoppad försäljning av palmfett i Coops butiker

Framställan
Produkter innehållande palmfett borde fasas ut ur sortimentet och helt stoppas att säljas utifrån flera aspekter:

1. Konsumenternas hälsa
2. Miljö och klimatpåverkan
3. Utrotningshotade djur

1. Konsumenternas hälsa

Kliniska studier visar att palmolja är associerat till ökad risk för cancer och ökade nivåer av LDL-kolesterol på grund av den höga andelen mättat fett. Livsmedelsverkets rekommendationer är att välja bort produkter som innehåller palmolja.

2. Miljö och klimatpåverkan

Det sker en skövling av regnskogar för att palmplanter ska växa fram. Odling av palmer för att producera palmfetter påverkar miljön och klimatet negativt eftersom växthusgaser frigörs. Regnskogen behövs för

att rena vår luft och producera syre. Vi lever i en tid då negativ klimatpåverkan riskerar att få förödande konsekvenser för vår planet, för människor och andra levande varelser. Detta är oroväckande.

3. Utrotningshotade djur

Skövling av regnskog på exempelvis Malaysia och i Borneo för att palmer ska odlas hotar fortlevnaden av vissa djurarter såsom orangutangen.

Jag yrkar att:

- att Coop slutar med försäljningen av palmfetter för att värna om hälsa, miljö och djur.
- att sluta sälja produkter med palmfetter innebär att Coop tar ansvar och kan fortsätta vara ledande föregångare i det hållbarhetsarbete som är nödvändigt.

Linda Sturesson Stabel

Utlåtande motion 4

Coop har ett omfattande hållbarhetsarbete där man med hjälp av ny kunskap och ständiga förbättringar hela tiden strävar efter att vara marknadsledande. De produkter som säljs på Coop uppfyller en mängd krav inom allt från miljö- och klimatområdet till arbetsvillkor och livsmedelssäkerhet. I Coops hållbarhetsarbete ingår att hela tiden se över sina ställningstaganden och leverantörskrav för att med hjälp av ny kunskap kunna justera dessa och fatta nya beslut.

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

För alla livsmedel som säljs på Coop, både egna och andra varumärken, samt Coops egna kosmetiska produkter, ställer Coop krav på att palmoljan ska komma från certifierade odlingar. Genom sitt medlemskap i Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) stöder Coop också arbetet för mer hållbar palmoljeproduktion. Miljöorganisationen WWF var en av de aktörer som initierade RSPO då de inte heller tror på en bojkott av palmoljan.

RSPO har historiskt blivit kritiserat för att inte vara

tillräckligt skarpa i sina kriterier men i den uppdaterade versionen av RSPO-standarden är bland annat kraven kring avskogning, expansion av torvmarker, exploatering av arbetskraft samt användning av eld för röjning bättre, vilket många miljöorganisationer länge kämpat för. Coop följer utvecklingen noga.

Ett ytterligare argument för att fortsätta använda hållbart producerad palmolja är att palmoljeresterna från livsmedelsproduktionen är utmärkt råvara att producera biobränsle till flyg och biltransporter av. Biobränsle kommer att vara ett viktigt steg i omställningen till ett fossilfritt samhälle och ökar palmoljans effektivitet ytterligare. Biobränslebranschen ställer krav på spårbarhet av den palmolja de använder vilket ökar trycket ännu mer på livsmedelsbranschen att köpa in certifierad palmolja och att den ska vara hållbart producerad.

Det stämmer att palmolja innehåller hög andel mättat fett. Det gör även många andra av de ersättningsprodukter som används när palmoljan fasats ut. Livsmedelsverket rekommenderar att byta ut hårda fetter såsom smör, palmolja eller andra råvaror som har hög andel mättat fett till mjuka fetter eller oljor. Detta är svårt att göra i produkter med lång hållbarhet och därför finns det en stor andel mättat fett i produkter inom kakor, godis och glass.

Parallellt med kravställandet på certifierad palmolja har Coop bytt ut palmoljan mot andra fetter i några varor där det varit lämpligt. Några exempel på sådana varor är Coops snabbnudlar och tacoprodukter. För Änglamarksprodukter är bytet av fett extra utmanande då det ställs väldigt höga krav på certifiering även för ersättningsfettet.

Det är viktigt för Coop att vara transparenta och det framgår alltid på alla produkter i butiken om de innehåller palmolja. Nytt för i år (2022) är att Coop är medlemmar i den nybildade plattformen för riskgrödor som både ska vidareutveckla arbetet i Sojdialogen (som avslutas) och med hallbarpalmolja.se samt utvidga arbetet till fler grödor med liknande hållbarhetsutmaningar. Plattformen koordineras av Ethical Trading Initiative (ETI) Ny svensk plattform för riskgrödor - intresseanmälan öppen - ETI Sverige

Mer information om Coops arbete med palmolja går att läsa på [coop.se](https://www.coop.se/vart-ansvar/hallbarhetsarbete/vara-produkter/hallbar-palmolja) <https://www.coop.se/vart-ansvar/hallbarhetsarbete/vara-produkter/hallbar-palmolja>.

I och med lanseringen av hållbarhetsdeklarationen (april 2021) har det också blivit ännu tydligare för medlemmar och kunder vilken påverkan olika varor har på jordens resurser, klimatet och samhället utifrån de tio olika områdena. Exempel på områden som ingår är biologisk mångfald, klimat, lokalbefolkning, djuromsorg och antibiotika samt bekämpningsmedel. Mer om hållbarhetsdeklarationen går att läsa här: <https://www.coop.se/vart-ansvar/hallbarhetsarbete/hallbarhetsdeklaration>.

Mot bakgrund av ovanstående anser föreningsstyrelsen att det inte är möjligt att i nuläget tvärt upphöra med försäljning av produkter med palmfetter.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman

Motion 5

Sluta samarbeta med resebolag där resorna sker med flyg

Framställan

Mänskligheten står inför en klimatkris som vi aldrig tidigare skådat. Vi måste ställa om hela vårt samhälle innan 2030 för att vi ska ha en chans att få en någorlunda harmonisk värld i framtiden. Görs inte detta riskerar uppvärmningen leda till tröskeeffekter som i värsta fall kan göra jorden oboeblig för framtida generationer.

Coop gör ett viktigt miljöarbete och har länge legat i framkant när det gäller ekologisk och hållbar mat. Men samtidigt samarbetar företaget med Tui och erbjuder medlemmar att använda sina medlemspoäng till att få billigare resor som sker med flyg.

Genom att flyga orsakar du ett av de absolut största utsläppen du kan göra som individ. Bara att skaffa barn och ha bil som du använder ofta är värre, enligt en studie från Lunds universitet.

En enda flygresa över Atlanten släpper ut 1 ton koldioxidkvivalenter. Det är samma mängd utsläpp som du får släppa ut som mest under ett ÅR:s tid om du ska leva hållbart enligt Parisavtalets mål.

Flygresor är helt enkelt helt oförenligt med att leva ett hållbart liv, och stämmer inte alls in på Coops gröna profil. Att plantera träd i vi-skogen kan på inget sätt kompensera för de utsläppen. Och den ”klimatkompensering”, som flygbolag och researrangörer erbjuder ger sällan den effekt som påstås. Dessutom orsakar de ofta andra problem i fattiga länder och får folk att fortsätta med business as usual, se länk till DN och till tidningen Syre.

Att låta Coops medlemmar göra ett fritt val kan låta generöst, men dessa val görs ofta utan att konsumenten har full information om effekten av sina handlingar. Genom att sluta samarbeta med resebolag som genomför sina resor med flyg och dessutom går ut med detta offentligt kan KF Stockholm bidra till ökad kunskap om hur mycket utsläpp individers flygresor orsakar.

Därför borde Coop sluta att samarbeta med Tui eller andra charterbolag där resorna sker med flyg.

Jag yrkar att:

- att KF Stockholm ska verka för att Coop slutar att samarbeta med Tui och alla andra resebolag där resorna sker med flyg.
- att KF Stockholm går ut offentligt med att de slutar med detta samarbete i syfte att informera om flygresors stora klimatpåverkan.
- att KF Stockholm skickar vidare denna motion till

KF:s stämma.

Källor:

https://theicct.org/sites/default/files/ICCT_2014_TA-airline-ranking_factsheet_0.pdf

<https://www.lu.se/artikel/de-fyra-livsstilsvalen-som-ar-mest-effektiva-att-minska-din-klimatpaverkan>

<https://www.naturvardsverket.se/amnesomraden/klimatomställningen/omraden/klimatet-och-konsumtionen/hur-kan-jag-minska-min-klimatpaverkan/>

<https://www.naturvardsverket.se/amnesomraden/klimatomställningen/omraden/klimatet-och-konsumtionen/flygets-klimatpaverkan>

<https://www.dn.se/nyheter/sverige/fns-system-for-klimatkompensation-sagas/>

<https://tidningensyre.se/2019/28-oktober/kritiken-mot-klimatkompensation/>

Anna Langseth
Olof Montin
Daniel Gustafsson
Ingrid Engarås
Shervin Shahnavaz
Åsa Sohlgren
Marita Mejias
Karin Frick
Marie Milling
Katarina Holmberg
Erik Stigell
Bernt Varvemo
Ragnhild Glimreg
Amanda Rosen
Harald Enoksson
Malin Nicander
Thomas Björkman
Charlotta Johansson
Anna Linell
Susanna Nyttell
Ida Sylwan
Karin Ekström
Caroline Olsson
Alice Helleday
Christer Langseth
Claes Trygger
Aline Anckarman
Petra Palmén
Gunilla Holback
Teresa Soler

Motion 6

Sluta samarbeta med charterbolag där resorna sker med flyg

Framställan

Mänskligheten står inför en klimatkris som vi aldrig tidigare skådat. Vi måste ställa om hela vårt samhälle innan 2030 för att vi ska ha en chans att få en någorlunda harmonisk värld i framtiden. Görs inte detta riskerar uppvärmningen leda till tröskeeffekter som i värsta fall kan göra jorden obeboelig för framtida generationer.

Coop gör ett viktigt miljöarbete och har länge legat i framkant när det gäller ekologisk och hållbar mat. Men samtidigt samarbetar företaget med Tui och erbjuder medlemmar att använda sina medlemspoäng till att få billigare resor som sker med flyg.

Genom att flyga orsakar du ett av de absolut största utsläppen du kan göra som individ. Bara att skaffa barn och ha bil som du använder ofta är värre, enligt en studie från Lunds universitet.

En enda flygresa över Atlanten släpper ut 1 ton koldioxidkvivalenter. Det är samma mängd utsläpp som du får släppa ut som mest under ett ÅR:s tid om du ska leva hållbart enligt Parisavtalets mål.

Flygresor är helt enkelt helt oförenligt med att leva ett hållbart liv, och stämmer inte alls in på Coops gröna profil. Att plantera träd i vi-skogen kan på inget sätt kompensera för de utsläppen. Och den ”klimatkompensering”, som flygbolag och researrangörer erbjuder ger sällan den effekt som påstås. Dessutom orsakar de ofta andra problem i fattiga länder och får folk att fortsätta med business as usual, se länk till DN och till tidningen Syre.

Att låta Coops medlemmar göra ett fritt val kan låta generöst, men dessa val görs ofta utan att konsumenten har full information om effekten av sina handlingar. Genom att sluta samarbeta med resebolag som genomför sina resor med flyg och dessutom går ut med detta offentligt kan KF Stockholm bidra till ökad kunskap om hur mycket utsläpp individers flygresor orsakar.

Därför borde Coop sluta att samarbeta med Tui eller andra charterbolag där resorna sker med flyg.

Jag yrkar att:

att KF Stockholm ska verka för att Coop slutar att samarbeta med Tui och alla andra resebolag där resorna sker med flyg.

att KF Stockholm går ut offentligt med att de slutar med detta samarbete i syfte att informera om flygresors stora klimatpåverkan.

att KF Stockholm skickar vidare denna motion till KF:s

stämma.

Källor:

https://theicct.org/sites/default/files/ICCT_2014_TA-airline-ranking_factsheet_0.pdf

<https://www.lu.se/artikel/de-fyra-livsstilsvalen-som-ar-mest-effektiva-att-minska-din-klimatpaverkan>

<https://www.naturvardsverket.se/amnesomraden/klimatomställningen/omraden/klimatet-och-konsumtionen/hur-kan-jag-minska-min-klimatpaverkan/>

<https://www.naturvardsverket.se/amnesomraden/klimatomställningen/omraden/klimatet-och-konsumtionen/flygets-klimatpaverkan>

<https://www.dn.se/nyheter/sverige/fns-system-for-klimatkompensation-sagas/>

<https://tidningensyre.se/2019/28-oktober/kritiken-mot-klimatkompensation/>

Håkan Fjelner

Motion 7

Sluta samarbeta med resebolag där resorna sker med flyg

Mänskligheten står inför en klimatkris som vi aldrig tidigare skådat. Vi måste ställa om hela vårt samhälle innan 2030 för att vi ska ha en chans att få en någorlunda harmonisk värld i framtiden. Görs inte detta riskerar uppvärmningen leda till tröskeeffekter som i värsta fall kan göra jorden obeboelig för framtida generationer.

Coop gör ett viktigt miljöarbete och har länge legat i framkant när det gäller ekologisk och hållbar mat. Men samtidigt samarbetar företaget med Tui och erbjuder medlemmar att använda sina medlemspoäng till att få billigare resor som sker med flyg.

Genom att flyga orsakar du ett av de absolut största utsläppen du kan göra som individ. Bara att skaffa barn och ha bil som du använder ofta är värre, enligt en studie från Lunds universitet.

En enda flygresa över Atlanten släpper ut 1 ton koldioxidkvivalenter. Det är samma mängd utsläpp som du får släppa ut som mest under ett ÅR:s tid om du ska leva hållbart enligt Parisavtalets mål.

Flygresor är helt enkelt helt oförenligt med att leva ett

hållbart liv, och stämmer inte alls in på Coops gröna profil. Att plantera träd i vi-skogen kan på inget sätt kompensera för de utsläppen. Och den ”klimatkompensering”, som flygbolag och researrangörer erbjuder ger sällan den effekt som påstås. Dessutom orsakar de ofta andra problem i fattiga länder och får folk att fortsätta med business as usual, se länk till DN och till tidningen Syre.

Att låta Coops medlemmar göra ett fritt val kan låta generöst, men dessa val görs ofta utan att konsumenten har full information om effekten av sina handlingar. Genom att sluta samarbeta med resebolag som genomför sina resor med flyg och dessutom går ut med detta offentligt kan KF Stockholm bidra till ökad kunskap om hur mycket utsläpp individers flygresor orsakar.

Därför borde Coop sluta att samarbeta med Tui eller andra charterbolag där resorna sker med flyg.

Jag yrkar att:

att KF Stockholm ska verka för att Coop slutar att samarbeta med Tui och alla andra resebolag där resorna sker med flyg.

att KF Stockholm går ut offentligt med att de slutar med detta samarbete i syfte att informera om flygresors stora klimatpåverkan.

att KF Stockholm skickar vidare denna motion till KF:s stämma.

Källor:

https://theicct.org/sites/default/files/ICCT_2014_TA-airline-ranking_factsheet_0.pdf

<https://www.lu.se/artikel/de-fyra-livsstilsvalen-som-ar-mest-effektiva-att-minska-din-klimatpaverkan>

<https://www.naturvardsverket.se/arnesomraden/klimatomstallningen/omraden/klimatet-och-konsumtionen/hur-kan-jag-minska-min-klimatpaverkan/>

<https://www.naturvardsverket.se/arnesomraden/klimatomstallningen/omraden/klimatet-och-konsumtionen/flygets-klimatpaverkan>

<https://www.dn.se/nyheter/sverige/fns-system-for-klimatkompensation-sagas/>

<https://tidningensyre.se/2019/28-oktober/kritiken-mot-klimatkompensation/>

Jessica Pelli

Motion 8

Sluta samarbeta med resebolag där resorna sker med flyg

En enda flygresa över Atlanten släpper ut 1 ton koldioxidequivivalenter. Det är samma mängd utsläpp som du får släppa ut som mest under ett ÅR:s tid om du ska leva hållbart enligt Parisavtalets mål.

Flygresor är helt enkelt helt oförenligt med att leva ett hållbart liv, och stämmer inte alls in på Coops gröna profil. Att plantera träd i Vi-skogen kan på inget sätt kompensera för de utsläppen, inte tillräckligt snabbt i alla fall. Och den ”klimatkompensering”, som flygbolag och researrangörer erbjuder ger sällan den effekt som påstås. Dessutom orsakar de ofta andra problem i fattiga länder och får folk att fortsätta med business as usual, se länk till DN och till tidningen Syre.

Att låta Coops medlemmar göra ett fritt val kan låta generöst, men dessa val görs ofta utan att konsumenten har full information om effekten av sina handlingar. Genom att sluta samarbeta med resebolag som genomför sina resor med flyg och dessutom går ut med detta offentligt kan KF Stockholm bidra till ökad kunskap om hur mycket utsläpp individers flygresor orsakar.

Därför borde Coop sluta att samarbeta med Tui eller andra charterbolag där resorna sker med flyg.

Källor:

https://theicct.org/sites/default/files/ICCT_2014_TA-airline-ranking_factsheet_0.pdf

<https://www.lu.se/artikel/de-fyra-livsstilsvalen-som-ar-mest-effektiva-att-minska-din-klimatpaverkan>
<https://www.naturvardsverket.se/arnesomraden/klimatomstallningen/omraden/klimatet-och-konsumtionen/hur-kan-jag-minskamin-klimatpaverkan>

<https://www.naturvardsverket.se/arnesomraden/klimatomstallningen/omraden/klimatet-och-konsumtionen/flygets-klimatpaverkan>

<https://www.dn.se/nyheter/sverige/fns-system-for-klimatkompensation-sagas/>

<https://tidningensyre.se/2019/28-oktober/kritiken-mot-klimatkompensation/>

Jag yrkar:

- att KF Stockholm ska verka för att Coop slutar att samarbeta med Tui och alla andra resebolag där resorna sker med flyg.*
- att KF Stockholm går ut offentligt med att de slutar med detta samarbete i syfte att informera om flygresors stora klimatpåverkan.*
- att KF Stockholm skickar vidare denna motion till KF:s stämma*

Felicia Wipp

Utlåtande motion 5-8

Hållbarhetsfrågorna är centrala i hela konsumentkooperationen, och det är en självklarhet för såväl KfS som Coop att arbeta aktivt med dessa frågor. De primära områdena för Coop är produkterna i butikerna med frågor som matsvinn, köttkonsumtion, livsmedelsproduktion och förpackningar.

Inom medlemsprogrammet arbetar Coop löpande för att hitta erbjudanden som är intressanta för medlemmarna. En utgångspunkt vid val av partners är att erbjuda varor och tjänster som medlemmarna vill ha och där de har möjlighet att göra en besparing. Coop anser att medlemmarna själva ska få välja vilka erbjudanden de vill använda. Resor är ett område som många medlemmar är intresserade av. När medlemserbjudanden skapas måste alltså medlemsnyttan balanseras med hållbarhetsfrågorna. Coop strävar efter att både erbjuda och uppmuntra hållbara alternativ, men har valt att inte utesluta hela branscher. Coop vill däremot hjälpa medlemmar att göra hållbara val samt ge hjälpmedel och information kopplat till hållbarhet

Coop kan som enda medlemsprogram erbjuda flera resealternativ för inrikesresor (tåg, båt och flyg) och hotell. Alla dessa tillhör de mest använda medlemserbjudandena. Under corona-pandemin har dock flyg påverkats kraftigt och andra val har blivit mer populära bland medlemmarna.

Coops hållning är att löpande utvärdera våra samarbetspartners och våra medlemmars uppfattning om dem. För närvarande finns både anhängare och motståndare till våra flygresepartners, men majoriteten av medlemmarna är positivt inställda. Coop har som mål att arbeta med de partners som är bäst på hållbarhet i sin bransch och tillsammans med dem driva hållbarhetsfrågor, vilket idag sker i samarbete med våra partners och våra hållbarhetsstrateger.

När Coop väljer att ingå samarbete med partners är hållbarhet ett av flera områden där Coop ställer krav. Coops partners är konsekvent högt rankade i sina respektive branscher i Sustainable Brand Index. Coops partners SAS och Tui har hållbarhet högt upp på sin agenda. Båda aktörerna har även infört klimatkompensering; Tui klimatkompenserar alla egna flighter och SAS klimatkompenserar alla resor som görs av Eurobonusmedlemmar, det vill säga alla resor som görs för Coop-poäng.

Resor är bara ett erbjudande bland en mängd andra som medlemmar kan få inom medlemsprogrammet. Man kan t ex använda sina poäng till rabattcheckar för köp av mat, gå på bio, konserter och mycket annat. Medlemmarna bestämmer själva.

Tillsammans med Vi-Skogen ger Coop möjlighet att erbjuda klimatkompensation för poäng. Att klimatkompensera för poäng är frivilligt men ger en möjlighet att påverka till det bättre.

Föreningsstyrelsen anser att det är viktigt att medlemmarna själva väljer hur de vill använda sina poäng, och att Coop ska erbjuda det som efterfrågas av medlemmarna. Coops medlemsprogram är i ständig utveckling och man arbetar aktivt för att hitta erbjudanden som många medlemmar tycker är bra, och som tillför något till medlemsnyttan. KfS arbetar å sin sida med bl.a. kunskapshöjning kring hållbar konsumtion gentemot medlemmar. KfS genomför bl.a. seminarier och filmade intervjuer angående klimat, miljö och hållbarhet. Dessa aktiviteter kommer att öka framöver. Ett syfte med KfS arbete är att underlätta för medlemmarna att fatta väl underbyggda beslut såväl i vardagslivet som vid valet av medlemsförmåner. Ett annat syfte är att öka medvetenheten och i förlängningen skapa den efterfrågan som behövs för att Coop ska kunna vara en ännu mer hållbar livsmedelskedja. Föreningsstyrelsen konstaterar emellertid att det under ett flertal år har inkommit motioner om att samarbetet med flygbolag ska upphöra och avser att genom sin representation i KF:s styrelse verka för att initiera en förutsättningslös översyn avseende Coops reseerbjudanden.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman att motionerna 5-8 avslås

Motion 9 **Förvalt belopp e-faktura**

Idag får de medlemmar som har Coop Matkonto Kredit eller Coop matkonto Faktura och som valt e-faktura som betalningsätt, automatiskt lägsta belopp att betala som förvalt alternativ vid betalning i internetbank. Enligt Konsumentverket får inte e-fakturan vara utformad så att de lockar kunden att betala det lägsta beloppet med ytterligare kostnader som följd. Delbetalning får ej vara förvalt om andra sätt att betala finns. Du ska som konsument själv aktivt välja om du vill handla på kredit.

Ett medlemsägt företag som Coop borde självklart inte medverka till att medlemmar utan avsikt får extra avgifter eller räntor på sina inköp, oavsett vilken kortpartner som för tillfället har hand om kortaffären.

Jag yrkar att:

Coop utan dröjsmål ändrar förvalt belopp till totalbelopp på fakturan och överlåter till kunden att via ett aktivt val ändra till delbetalning om så önskas.

Eva Ohlin Ogestadh

Utlåtande motion 9

Motionären pekar på det förhållandet att medlem som har Coop Matkonto Kredit eller Coop Matkonto Faktura och har valt e-faktura som betalsätt, vid betalning i internetbank får det förvalda alternativet att betala lägsta belopp. Motionären skriver att man som konsument ska få göra ett aktivt val om man vill handla på kredit.

På fråga uppger Coop att dess kortutgivare just nu tittar på olika lösningar på den fråga som lyfts av motionären, och anger vidare att en ny lösning kommer att införas.

Föreningsstyrelsen konstaterar att en lösning på den fråga som motionären lyfter tycks vara på väg.

Föreningsstyrelsen föreslår föreningsstämman
att motionen anses besvarad



**KONSUMENT
FÖRENINGEN
STOCKHOLM**

Besöksadress: Jakobsbergsgatan 22 Postadress: Box 3259, 103 65 Stockholm
Telefon: 08-714 39 60
info@kfstockholm.se www.kfstockholm.se