



För dig som har Coop-kort och bor i Stockholm, Östergötland, Södermanland och Uppsala. Nr 3 • Maj 2023

mer medlem



Coop vill minska plastanvändningen

Cirka 50 kg per person och år. Så mycket förpackningsmaterial lämnar vi i Sverige i de gröna behållarna på återvinningsstationerna, men mer kan göras, både av Coop och av oss konsumenter.

Mellan åren 2018 och 2022 ökade mängden insamlade förpackningar med närmare 15 procent. Mitt under pandemin var vi dock ännu flitigare återvinnare och ökningen högre, för att sedan falla tillbaka något. Det mesta av det insamlade materialåtervinns och blir till nya glasflaskor, tidningspapper och så vidare.

Plastförpackningar är det material som är svårast att återvinna eftersom de oftast består av många olika material som är svåra att separera. Coop har satt särskilda mål för att minska plastanvändningen och använda

mer återvunnet material i sina förpackningar, se faktaruta. År 2030 ska exempelvis alla Coops egna varumärkens förpackningar vara tillverkade av 100 procent förnybar eller återvunnen plast. Den plast som inte är möjlig att återvinna bränns och blir i stället till energi.

Även om vi i Sverige generellt är bra på att återvinna förpackningsmaterial är det en hel del som hamnar fel i återvinningsbehållarna. Hela 20 procent borde i stället ha lämnats till en återvinningscentral (till exempel plastleksaker och glödlampor) eller slängts i hushållssoporna (till exempel tandborstar och post-it-lappar). På sopor.nu och fti.se finns hjälp att sortera rätt.

Källa: Förpacknings- och tidningsinsamlingen, fti.se



Änglamarks nya refillserie minskar plastanvändningen med 80 procent.

Ge förpackningen nytt liv

- Äggkartonger, smörpaket och avklippta mjölkpaket kan du så frön i.
- Mjölkpaket (ursköljda) kan du frysa in bär i.
- Papperspåsar för frukt- och grönt blir förstas påsar för matavfall, men kan även användas till en hel del annat, till exempel svampblockning och att packa ömtåliga föremål i.
- Stora kartonger kan du bygga en tv eller teater till barnen av.

DITT BÄSTA TIPS?

Berätta för oss hur du återanvänder förpackningar? De bästa tipsen publicerar vi på webben. Adressen är info@kfstockholm.se. Bifoga gärna en bild och skriv "förpackning" i ämnesraden.

Coops målsättning för minskad plastanvändning

- Coops användning av plast ska vara resurseffektiv, innovativ och ansvarsfull. Vi ska jobba för att minska vår plastanvändning där så är möjligt.
- År 2025 ska alla Coops plastförpackningar under egna varumärken, samt alla förbrukningsvaror för mat och dryck förpackade i butik, vara återvinningsbara.
- År 2030 ska alla dessa förpackningar vara tillverkade av 100 procent förnybar eller återvunnen plast.
- Vi ska aktivt bidra till att öka våra medlemmars kunskap om plast och att alltmer plast återvinns och återbrukas.



Hur mycket lax?

Vår portionsguide hjälper dig när du ska handla till en buffé. Hur många gram rökt lax är lagom att beräkna per person på en kalasbuffé?

Lämna ditt svar senast 13 juni 2023 på kfstockholm.se/tavling eller skicka ett vykort till KFS, Box 3259, 103 65 Stockholm. Rätt svar i förra numret: Vid årsskiftet var vi 3,8 miljoner medlemmar i hela Sverige.

TÄVLING!

Tio vinnare får 100 kr i presentcheck på Coop.





Hållbarhet och Kooperation är ett vinnande koncept

Änglamark är Sveriges mest hållbara varumärke i kategorin mat enligt Sustainable Brand Index, Europas största varumärkesstudie om hållbarhet.

Änglamark är också det varumärke som flest svenskar väljer när de fritt får ange vilket varumärke som är grönast, enligt en undersökning av företaget Differ. Det är tolfte året i rad som Änglamark tar första platsen. Coop utses samtidigt till Sveriges grönaste varumärke inom kategorin dagligvaruhandel. När folket får välja de grönaste bland alla varumärken så är 4 av 5 i topp kooperativa

varumärken och företag: Änglamark, Coop, Lantmännen och Arla. Det här är ingen slump, enligt rapporten *Hållbarhet – en del av Kooperationens kärna* som konsultföretaget Macklean tog fram på uppdrag av Svensk Kooperation för några år sedan. I Kooperationen kombineras demokrati med affärsutveckling och socialt ansvarstagande och rapporten visar att den koopera-

tiva företagsformen har inbyggda fördelar ur ett hållbarhetsperspektiv. Kooperativa företag har ett långsiktigt perspektiv på vinster och bygger på principer om demokrati och delaktighet. Den kooperativa företagsformen har också möjlighet att bidra till lösningen av vissa stora samhällsutmaningar, så som integration och bevarandet av en levande landsbygd.

Hämta maten på bryggan i sommar

I sommar kommer du återigen kunna beställa midsommarsillen och färskpotatisen på coop.se och få den levererad ut i skärgården. Vare sig du är bofast skärgårdsbo, sommargäst eller ute på båtsemester.

Det är gles mellan Coop-butikerna i Stockholms skärgård, därför levererar Coop för andra året i rad varor även hit. Du gör din beställning på coop.se och kan sedan hämta varorna vid utvalda bryggor i skärgården, eller vid ett hämtaskåp vid färjelägena i Dalarö, Furusund och Östanå.

– Det är väldigt roligt att intresset för "Skärgårds-Coop" är stort och att denna service är så uppskattad bland våra kunder och medlemmar som bor och rör sig i Stockholms skärgård på sommaren. I år utvecklar vi vår service och kommer erbjuda två turer där vi stannar vid nya och fler bryggor än förra året, säger Johanna Geijer, chef online och varuflöde på Coop Butiker & Stormarknader.

Båtleveranserna är tillgängliga i sommar från vecka 24 till och med vecka 34. Och till glädje för alla som befinner sig i skärgården även övrig tid finns hämtaskåp i Dalarö, Furusund och Östanå året runt.

Priserna och sortimentet är desamma som i Stora Coopbutikerna. Det enda som tillkommer är en leveransavgift för plock och transport. På www.coop.se/handla/skargardsleveranser/ finns all information om bryggor och tider.



SAMMANFATTNING AV VERKSAMHETSBERÄTTELSEN 2022



Läs hela verksamhetsberättelsen på kfstockholm.se. Du kan även beställa den på info@kfstockholm.se eller 08-714 39 60.

Nya KFS-koncernen – nu med 200 Coop-butiker och onlinehandel.

Omsättning
13,4
miljarder kronor

Årets resultat
441
Mkr

Tillgångar
14,8
miljarder kronor

Antal medarbetare
5 436



50%

COOPS MÅL är att minska den egna klimatpåverkan med 50 procent till 2026.

Hållbara mål

- COOPS PRIORITERADE områden inom hållbarhet:
- Minskad klimatpåverkan
 - Endast cirkulära flöden
 - Ökad biologisk mångfald
 - Hälsosamma vanor
 - Minskad antibiotikaanvändning
 - Öka hållbara val



POPULÄRA MOTIONSLOPP. År 2022 var det premiär för KFS Eskilstuna Runt.

Medlemsnytta

MEDELMARNNA får rabatter och erbjudanden på till exempel teaterbiljetter, bussresor till fridagarna på Skansen och löparfester.

"Meningsfullt och spännande."

Så säger Tuija Rönnback, ägarombud i Coop Enköping, om sitt uppdrag att vara länken mellan medlemmarna, butiken och föreningen.



Tuija Rönnback.

KFS MÅL 2030

- Våra medlemmar äger den bästa dagligvaruhandeln i verksamhetsområdet.
- Våra medlemmar konsumerar smart och hållbart.

KFS VISION

Vi är medlemmarnas bästa affär.



Full fart framåt för Coop

Med "Sveriges bästa matkedja" som målbild är ambitionen hög inom Coop Butiker & Stormarknader, CBS. Här står matglädjen i fokus under veckans alla dagar, liksom att både kunder och medarbetare ska trivas i butiken.

Framgångsrika butiksformat

CBS mål är att alltid finnas där kunden vill handla och i dag finns flera olika butiksformat: Stora Coop, Coop, dygnet-runt-öppna Coop Mini samt försäljning online. Under året har flera platser fått så kallade hämtaskåp där beställningar som kunder gjort online kan hämtas. En nyhet under sommaren var att CBS även levererade onlinebeställningar till färjelägen och bryggor i Stockholms skärgård.

Även efter pandemin har beställningarna online fortsatt att växa. Varorna plockas nu från sex olika Stora Coop, vilket effektiviserar arbetet samt möjliggör ett bredare sortiment och snabbare leveranser.

Sveriges bästa matkedja

Med mottot "Premiär varje dag" arbetar CBS för att alla butiker ska vara fräscha

och inspirerande. Mat och matglädje präglar i allt högre grad butikerna. Konceptet "Coop Matmarknad" har lanserats i två butiker där kunderna möts av ett särskilt starkt materbjudande med fokus på färskvaror och delikatesser. Medarbetarna utbildas i matkunskap och kunderna får hjälp till kloka val och inspirerande recept.

Hållbarhet i varje led

Inom hela Coop i Sverige står hållbarhet högt på agendan och Coop utsågs även 2022 till Sveriges grönaste varumärke inom dagligvaruhandeln. En bidragande anledning är den höga andelen ekologiska och hållbart producerade varor som ingår i sortimentet. Inom CBS pågår särskilda satsningar på hållbarhet, exempelvis för att minska matsvinnet och begränsa energiförbrukningen i butikerna.



NÖJDA KUNDER. Alla CBS butiker mäter löpande Nöjd Kund Index (NKI) som är ett mått på kundernas övergripande nöjdhet. Under 2022 uppgick NKI för CBS butiker totalt till 75 på en hundra gradig skala.

Gott ledarskap ger bra kundmöten

Att vara en bra arbetsplats med bra energi och engagemang har prioriterats under året genom olika aktiviteter och utbildningar. När medarbetarna trivs och mår bra på jobbet märks det på stämningen i butikerna, vilket påverkar försäljningen positivt. Grunden för detta är ett gott ledarskap med tydlighet i ansvar och roller samt kontinuerlig uppföljning.

"Med medlemspriser och egna varumärken behåller vi vårt fokus på konkurrenskraftiga priser."

Så säger Meta Persdotter, vd Coop Butiker & Stormarknader.



Meta Persdotter.



Hej Lasse, vad är det viktigaste som hänt under året?

Att vi nu äger nästan 200 Coop-butiker och onlinehandeln i vårt område, via dotterbolaget CBS, Coop Butiker & Stormarknader. Äntligen är vi en butiksdrivande förening liksom de övriga 27 konsumentföreningarna i Sverige. En kraftfull och positiv nystart.

Vad innebär det i praktiken?

Att vi har örat ännu närmare butiksgolvet och snabbare kan fatta beslut som ökar medlemsnyttan. Till exempel fler medlemspriser och spännande test av innovationer i butikerna.

Dessutom har vi gått från att vara en väldigt liten organisation till att ha över 5 000 medarbetare och en omsättning på 13,4 miljarder kronor. Vi har fortfarande en stark ekonomi, vilket ger goda möjligheter till fortsatt utvecklingsarbete.

Vad prioriterar Kfs för att göra Coop ännu bättre för medlemmarna?

Konkurrenskraftiga priser är jätteviktigt, inte minst nu med den höga inflationen. Det ska löna sig att vara medlem, så fler medlemspriser blir det. Fler varor med Coops egna varumärken är också ett sätt att hålla priserna nere.

Men vi har inte glömt hållbarheten. Våra medlemmar ska kunna göra hållbara val i butiken och vi fortsätter inspirera och påverka i hållbarhetsfrågor. Att minska matsvinnet och öka den biologiska mångfalden är exempel på aktuella ämnen.

Lars Ericsson, vd Kfs

Vårt hållbarhetsarbete

Hållbarhetsfrågorna är viktiga för oss. Vi vill styra våra Coop-butiker i en hållbar riktning och vi vill göra det lättare för våra medlemmar att göra hållbara val. Här följer några exempel på vad vi jobbar med. Läs mer i vår hållbarhetsredovisning som finns på kfstockholm.se.

Mat och hälsa



SVINNSMART. Titta efter de gröna skyltarna "Handla gott gör gott" i butiken.

Minska matsvinnet!

Att minska matsvinnet är sedan länge en av Kfs hjärtefrågor. Vi arbetar med information och tips på hur det kan minskas. CBS arbetar också aktivt för att minska matsvinnet i alla led. Med konceptet "Handla gott gör gott" erbjuds exempelvis varor med kort datum till ett lägre pris. Målet är att matsvinnet som uppstår i verksamheten ska vara mindre än 1 procent av omsättningen 2025.

Social hållbarhet

Hjälp till självhjälp

Bistånd på köpet och Biståndsknappen är två enkla sätt att stödja Kooperationens biståndsorganisationer. Kfs medlemmar har samlat in drygt 2,1 Mkr via Bistånd på köpet till We Effect och 2,5 Mkr till Vi-skogen genom att trycka på Biståndsknappen när de pantar i Coop.

Talanger får en chans

Kfs har etablerat ett samarbete med TalangAkademin där människor som står långt ifrån arbetsmarknaden erbjuds praktikplats i Coop-butiker.



JORDNÄRA. Daniel Otuma med sonen James i ett av Vi-skogens projekt i Kisumu, Kenya.

Miljö och klimat



BIOLOGISK MÅNGFALD. Kfs samarbete med Världsnaturfonden WWF om naturbetesmarker har utökats och nu säljs naturbetesköttet i Coop-butikerna.

KOSTTILLSKOTT. Kfs är delägare i Volta Greentech som tillverkar ett metanreducerande foder-tillskott till kor.

Nybliven koncern med starka finanser

Den 10 januari 2022 blev KfS en koncern med Coop Butiker & Stormarknader AB, CBS, som dotterbolag. Det är förklaringen till att KfS räkenskaper 2022 ser så annorlunda ut jämfört med de senaste åren. Det butiksdrivande bolaget CBS bidrar exempelvis med en försäljning på drygt 13 miljarder kronor och över 5 000 medarbetare. Även efter förvärvet har KfS stora finansiella tillgångar, vilket ger ekonomisk stabilitet och fortsatta utvecklingsmöjligheter.

KfS årsredovisning 2022 i korthet

KONCERNEN OMSATTE 13 430 Mkr under 2022, vilket huvudsakligen utgörs av försäljning i CBS butiker och online. Snabba och kraftiga prisökningar från Coops leverantörer pressade marginalerna i CBS. Vidare påverkades försäljningen i butik av att kunderna i högre grad efterfrågade lågprisprodukter.

Koncernens rörelseresultat landade på 849 Mkr tack vare resultatbidrag från våra intressebolag KF och Atrium Ljungberg om 1 356 Mkr. Den ovan nämnda marginalpressen, ökade energikostnader samt en goodwillavskrivning om 305 Mkr från förvärvet av CBS har belastat koncernens rörelseresultat.

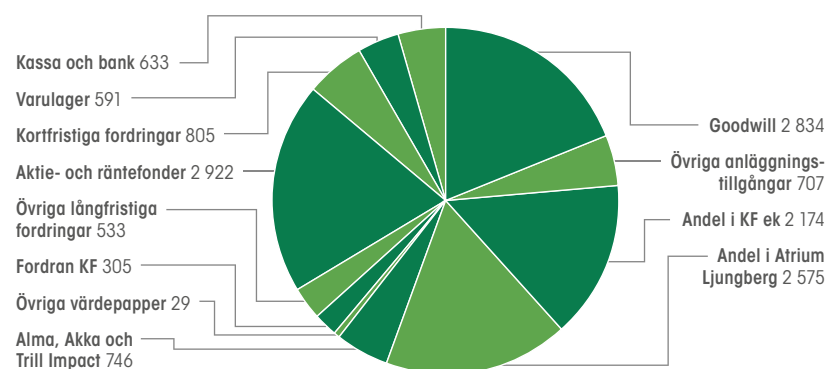
Ett mycket turbulent år på finansmarknaderna medförde nedgångar i koncernens ränte- och aktiefonder liksom en avsättning till CBS pensionsstiftelse om -258 Mkr, vilka båda bidrog till ett negativt finansnetto om -482 Mkr. Årets resultat uppgick till 441 Mkr.

KfS-koncernen, 2022

Nettoomsättning	13 430 Mkr
Rörelseresultat	849 Mkr
Resultat efter finansiella poster	367 Mkr
Balansomslutning	14 853 Mkr
Soliditet	83,4%
Vinstmarginal	3,14 %

Tillgångar koncernen 2022-12-31 (Mkr)

Totalt 14 853 Mkr



STARK BALANSRÄKNING. CBS är nu en integrerad del i KfS-koncernen. Dessutom har vi betydande innehav i intressebolagen KF och Atrium Ljungberg samt stödjande finansiella placeringar som främst utgörs av indexnära aktie- och räntefonder.

Kooperativa Förbundet, KF

KfS ägarandel i KF är 28,5 procent av kapitalet. KfS är därmed den enskilt största ägaren i KF. KF äger i sin tur Coop Sverige AB som ansvarar för inköp, logistik, butiksformat, hållbarhet och central marknadsföring för de totalt cirka 800 Coop-butikerna i Sverige.

Atrium Ljungberg

Fastighetsbolaget Atrium Ljungberg äger, förvaltar och utvecklar attraktiva stadsmiljöer huvudsakligen i Stockholm, men även i Uppsala, Malmö och Göteborg. KfS innehav uppgick vid årsskiftet till 25,1 procent av aktiekapitalet och 20,6 procent av rösterna. KfS är den största enskilda ägaren i bolaget avseende aktiekapital.

Atrium Ljungberg, 2022

Nettoomsättning	3 135 Mkr
Periodens resultat	4 288 Mkr
Fastighetsvärde	60 006 Mkr
Långsiktigt substansvärde, kr/aktie	270,6
Antal fastigheter	76
Antal anställda (medel)	316

Övriga finansiella placeringar

KfS har totalt 2,9 miljarder kronor placerade i indexfonder för aktier och räntor med låg riskprofil. Dessutom har 0,7 miljarder kronor investerats i alternativa fonder med fastighets- respektive hållbarhetsprofil.

Grunderna i vår investeringsfilosofi är hållbarhet, långsiktighet, försiktigt risktagande och aktsamhet i hanteringen.

Läs hela verksamhetsberättelsen på kfstockholm.se



MINNA BJÖRKLUND,
CHEF EVM, EGNA VARUMÄRKEN, COOP SVERIGE

”Låga priser, utan att tumma på kvaliteten.”

NÄR RÄNTORNA, INFLATIONEN OCH ELPRISET stiger, då handlar vi konsumenter mer av Coops egna varumärken, som Coop-märkta produkter och lågprisvarumärket Xtra. Under 2022 stod Coops egna varumärken för cirka 25 procent av försäljningen och nu under våren har andelen ökat kraftigt, särskilt inom lågpris.

– Våra egna varumärken ska alltid ha samma kvalitet eller högre jämfört med andra varumärken i samma kategori, men till ett lägre pris, säger Minna Björklund som är chef för Coops egna varumärken, som förutom Coop och Xtra även omfattar Änglamark.

HON ÄR STOLT över att produkter som Coop Majonnäs och Coop Mellanrost kaffe har vunnit bäst i test av erfarna smakjuryer. Likaså att Coop har hårdare varukrav på alla sina varumärken än vad som lagligt krävs och att alla leverantörer måste skriva under avtal som omfattar allt från kemikalieanvändning till arbetsvillkor för medarbetarna. Men vad är det då som avgör om en produkt säljs som Coop eller Xtra?

– Ta frusen mango som exempel. Då är det samma kvalitet på mangon, men inte lika fina bitar om du köper Xtra. Samma med frysta räkor med skal. De som heter Xtra är ofta lite mindre.

RECEPTET FÖR ATT kunna hålla priserna nere är bland annat gemensamma inköp. Större volymer ger lägre pris. En nyhet för året är att tusentals Coop-produkter, som köps in via inköpsbolaget Coop Trading, kommer få ny design så att samma produkter kan säljas i Sverige, Norge, Danmark och Finland.

FÖR NÄRVARANDE

HAR COOP cirka 3.000 artiklar under egna varumärken och det lanseras hela tiden nya. Grunden är basvaror som de flesta köper ofta, men Coop vill även erbjuda

matinspiration och lanserade därför nyligen exempelvis smaksatta såser och fryspizzor. Jämfört med livsmedelskedjor i andra europeiska länder är dock andelen egna varumärken fortfarande lägre hos Coop.

– Nu under våren har vi stort fokus på nya produkter från Xtra och Coop, eftersom efterfrågan på lågpris är så stor. Samtidigt fortsätter vi att satsa på Änglamark som vi är så stolta över. Vi vill fortfarande kunna erbjuda

bredden och där är Änglamark det mest prisvärda alternativet för den som vill handla ekologiskt.

ÄNGLAMARK
Sveriges mest
hållbara varumärke
för mat

Källa: Sustainable Brand Index 2023

Coops egna varumärken ökar stort, särskilt inom lågpris, säger Minna Björklund som är chef för Coops egna varumärken. I sämre tider ser kunderna också över sin konsumtion, köper mer på kampanj och mer fryst och konserver än färskvaror.



för dig som medlem

Dina erbjudanden!



Alla erbjudanden finns på kfstockholm.se/erbjudanden och i QR-koderna.

Så var det att leva på Tumba bruk

En gång i tiden var det ont om mat i Sverige. De flesta odlade egna ärtor, kål och potatis. En gris eller några får gav kött. Frukt och bär från skogen och trädgården gav njutning och värdefulla tillskott. Utställningen **Jordnära – självhushållare då och nu** tar avstamp i livet på Tumba bruk från slutet av 1800-talet fram till efterkrigstiden. Den berättar om människorna som levde på bruket och den omsorg och planering som krävdes året runt för att få mat på bordet.

Utställningen som är både inom- och utomhus vill få oss att



reflektera över hållbarhet, konsumtion och hur man lever ett gott liv i ett hållbart samhälle.

– Vi vill stimulera till att själv baka bröd, göra egen surkål, lägga in gurkor. Att fundera över var maten kommer ifrån och vad som händer med avfallet, säger Elin Ekeroth Kjellgren, verksamhetschef Tumba bruksmuseum.

Här bildades också en konsumtionsförening redan 1887. Under 80 års tid var Konsumbutikerna en plats dit bruksborna gick för att köpa karameller, snus, kaffe och annat som inte gick att få på annat sätt. Du kan läsa mer om butiken i utställningen och barnen kan leka handelsbod på museets gård.

TUMBA BRUKSMUSEUM



Familjevisning och bisafari

Se utställningen **Jordnära – självhushållare då och nu** på Tumba bruksmuseum. Det är fri entré till utställningen men som medlem får du rabatt till två aktiviteter. 60 kr per vuxen (ord pris 75 kr). Kostnadsfritt för barn.

Familjevisning: Bland kålmaskar och lumpbänkar

Om att växa upp på Tumba bruk på 1800-talet. Vad man åt och hur maten förvarades.

Bisafari: Besök vid bikuporna

Biskötare berättar om binas arbete och visar hur det ser ut inne i bikupan. Provs smakning av honung.

Läs mer på kfstockholm.se/erbjudanden



Illustration: Sanna Norman, illustratör, pedagog Tumba bruksmuseum.



Hyr med Hyber

På Hyber är det lika enkelt att hyra barnkläder, vagnar och prylar som det är att köpa. Enkelt, ekonomiskt och hållbart. 100 kr rabatt på första beställningen hela 2023.

Läs mer på kfstockholm.se/erbjudanden

Ansvarig utgivare:
Helen Persson, KfS.
Redaktör: Lena Aronsson, KfS.
Layout: AD Design.
Tryck: Strålfors, Ljungby.

Kontaktinfo: KfS, Box 3259,
103 65 Sthlm. Tel 08-714 39 60
info@kfstockholm.se,
www.kfstockholm.se
Medlemsservice:
Frågor om medlemskap
tel 0771-17 17 17, val 2 + 2,
vardagar kl 8-18.
medlemsservice@kf.se

KfS – Din konsumentförening

Vi är ägare till Coop-butikerna i Stockholm, Östergötland, Södermanland och Uppsala. Vår viktigaste uppgift är att göra Coop så bra som möjligt för våra 1,2 miljoner medlemmar. Vår övertygelse är att vi tillsammans bidrar till ett mer hållbart samhälle. Coop-kortet ger dig poäng, erbjudanden och inflytande.

