



# Motioner och utlåtande

till Konsumentföreningen Sveas föreningsstämma 2009



Konsumentföreningen **Svea**

## INNEHÅLL

Motion 1	Försäljning av solfångare och solceller.....	3
Motion 2	Skyltar i ombyggda Coop Konsumbutiker .....	3
Motion 3	Stopp av försäljning av nyårsraketer .....	3
Motion 4	Butikschefernas beslutsrätt om rabattkort .....	3
Motion 5	Plantering av träd på våra parkeringar .....	4
Motion 6	KRAV-skyltar vid alla KRAV-varor i butik .....	4
Motion 7	Kupongutskick .....	4
Motion 8	Inköps- och säljstopp för utrotningshotad fisk .....	4
Motion 9	Förbud mot exponering av tobak i Coops butiker .....	5
Motion 10	Översyn av snuskylars placering och exponering av tobak .....	5
Motion 11	Stopp för försäljning och exponering av tobak .....	5
Motion 12	Satsa på Coop Nära .....	5
Motion 13	Införande av "KRAV-Konsum" i Uppsala .....	6
Motion 14	Centralt belägen butik i Uppsala .....	6
Motion 15	Hygienombud inom Coop .....	6
Motion 16	Inköp av lärobok i livsmedelshantering .....	7
Motion 17	Koldioxidkompensation .....	7
Motion 18	Inled internationellt samarbete nu för Coop Sverige .....	8
Motion 19	Utvärdera Coop och KF .....	8
Motion 20	Agera med kraft för att behålla butiken i Enviken .....	9
Motion 21	Effektivt nyttjande av medlemskortet .....	9
Motion 22	Rullkorgar i butik .....	10
Motion 23	Vår Gård Saltsjöbaden .....	10
Motion 24	Engagemang i vindkraftsutbyggnad .....	10
Motion 25	Kurs i informationsteknik .....	11
Motion 26	Ekonomisk rapport till distriktsstyrelsen .....	11
Motion 27	Redovisning för Konsumentföreningen Svea .....	11
Motion 28	Förnya styrelsen i Konsumentföreningen Svea .....	12

# MOTIONER

## samt styrelsens utlåtande till Konsumentföreningen Sveas föreningsstämma 2009

### MOTION Nr 1

#### Försäljning av solfångare och solceller

I Konsumentföreningen Sveas mål står att vi ska skapa medlemsnytta. En för närvarande allt överskuggande fråga är den nuvarande energiförbrukningens effekt på klimatet. Som övergripande mål gäller att växla över från fossila bränslen till förnyelsebara energikällor.

Vi i distriktsstyrelsen för distrikt 6 föreslår:

- Att Konsumentföreningen Svea verkar för att Coop Bygg till handhåller och säljer prisvärda solfångare och solceller

Jan-Henrik Marinder, Distrikt 6 Ludvika, Smedjebacken

#### Utlåtande om motion 1

Motionärens önskemål överensstämmer med vår verksamhetsidé om hållbar utveckling. Coop Forum Bygg följer utvecklingen på marknaden och värderar hur man inom konceptet kan hantera denna typ av produkt i ”gör-det-själv-sortimentet”.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige**

### MOTION Nr 2

#### Skyltar i ombyggda Coop Konsumbutiker

De två Coop Konsumbutiker jag brukar handla i har byggts om. De har blivit trevliga med mittgångar och lägre hyllor. Jag och många med mig väntar på att de ska bli färdiga så att vi får skyltarna kvar och de är numera helt missvidande. Över de fristående hyllorna finns inga som helst skyltar. Detta innebär att kunderna ofta måste fråga personalen, som inte alltid vet var de ska söka. Ibland har personalen så mycket att göra att det känns onödigt att besvara dem.

Jag föreslår därför att stämman för Konsumentföreningen Svea beslutar:

- Att de ombyggda Coop Konsumbutikerna förses med en skyltning som gör det lätt att hitta de varor man söker.

Inger Grandell, Distrikt 22 Uppsala

#### Utlåtande om motion 2

Coop Sverige sätter normalt upp hänvisningssystem i butikerna för att det ska vara lättare för kunderna att hitta, inte minst efter en ombyggnad så blir det extra viktigt. Undantaget kan dock vara

mindre butiker där ytan är så liten att det ändå är lätt att hitta varorna i butiken. Här sker en gränsdragning/ bedömning som någon gång tyvärr kan bli fel.

När det gäller den aktuella butiken i Uppsala så kommer de beskrivna problemen att bli åtgärdade.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige**

### MOTION Nr 3

#### Stopp av försäljning av nyårsraketer

Föreslår att vi/Coop slutar att sälja nyårsraketer i solidaritet med hundarna och som ett led i opinionsbildandet mot raketer, det är också en miljöfråga.

Eva Sintring, Distrikt 10 Lekeberg, Örebro

#### Utlåtande om motion 3

Coop är mycket noga med att hantera både själva varorna och framför allt de ålderskontroller som gäller vid försäljning av fyrverkerier. Coop kommer att ta upp frågan om fortsatt försäljning av fyrverkerier under våren. I den processen kommer Coop också, som en del, att värdera synpunkter från medlemmarna.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige**

### MOTION Nr 4

#### Butikschefernas beslutsrätt om rabattkort

Att butikscheferna får mandat att själva besluta om rabattkort för de föreningar som vill handla sin förtäring i viss butik, alternativt att alla föreningar får 5 % rabatt på sitt föreningskort. Där kan vi locka in en stor kundgrupp och alla de aktiva som gör inhandlingar och inte är kooperatörer kommer förhoppningsvis att bli det när de ser hur bra butiken är!

Eva Sintring, Distrikt 10 Lekeberg, Örebro

#### Utlåtande om motion 4

Självklart vill Coop Sverige ha aktiva föreningar som kunder. Konsumentföreningen Svea kan dock inte överhuvudtaget ta sig an frågor av ledningskaraktär vilket denna fråga behandlar. Det är

redan vanligt att föreningar använder inköpskort och kan därvid erhålla premiecheckar i samma utsträckning som vilken annan medlem som helst.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige**

## MOTION Nr 5

### Plantering av träd på våra parkeringar

Att det planteras träd på alla våra parkeringar. Man åker hellre och handlar där det finns skugga för bilen samt att det är en aktiv miljöinsats.

Eva Sintring, Distrikt 10 Lekeberg, Örebro

### Utlåtande om motion 5

Coop Sverige eftersträvar att parkeringsplatserna har en miljö med träd eller annan växtlighet som bidrar till en trevlig miljö. Vi delar motionärens uppfattning att ytterligare åtgärder/insatser kan göras för att öka trivseln.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige**

## MOTION Nr 6

### KRAV-skyltar vid alla KRAV-varor i butik

Att det sätts upp KRAV-skyltar väl synliga och enhetliga på alla KRAV-varor i alla butiker. Vår bästa reklam i dessa dagar.

Eva Sintring, Distrikt 10 Lekeberg, Örebro

### Utlåtande om motion 6

Coop Sverige kommer under januari-februari att sätta upp gröna hyllkantsetiketter på alla KRAV-produkter. På etiketten kommer det även att finnas med en KRAV-logo. På entrédörrarna kommer det att sättas upp KRAV-dekaler.

Under 2008 har Coop KRAV-certifierat alla Coop butiker/stormarknader i hela Sverige och det kommer att kommuniceras i alla butiker under februari-mars 2009.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige**

## MOTION Nr 7

### Kupongutskick

Ärende: Uppdrag från butiksstämman i Katrineholm och Vingåker angående skrivelse om kuponger som Coop Nära/Konsum/Extra/Forum skickar ut i samband med Mersmak.

Distriktsstyrelsen och butiksstämman i Katrineholm och Vingåker anser att minst 80 procent av de varuerbjudande som skickas i form av kuponger till medlemmarna ska vara produkter som är ekologiska och gärna även Rättvisemärkta.

Eva Hallin och Marianne Isaksson  
Distrikt 25, Katrineholm, Vingåker

### Utlåtande om motion 7

Coop Sverige försöker i den mån det finns tillgång att ha med ekologiska och rättvisemärkta produkter som erbjudande till våra medlemmar. I Coops flygblad finns varje vecka erbjudanden på ekologiska produkter. Kupongerna i Mersmak går till många medlemmar och därför försöker Coop se till att det är breda erbjudanden som attraherar många. För att öka den ekologiska försäljningen kommer Coop Sverige att under början av 2009 märka ut alla ekologiska och miljömärkta produkter med gröna hyllkantsetiketter så att det blir lättare att hitta dem i hyllan. Att sätta en procentsats som motionären kräver är inte möjligt på grund av tillgänglighet och efterfrågan av ekologiska produkter. Inte minst i en lågkonjunktur är priserbjudanden och ekonomiska förmåner viktiga.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige**

## MOTION Nr 8

### Inköps- och säljstopp för utrotningshotad fisk

Debatten om utfiskning av våra havs fiskebestånd rasar vidare. Larmrapporterna duggar stundom tätt. På många ställen runt om i världens hav är vissa sorter av matfisk i det närmaste utrotade.

Konsumentkooperationen har sedan länge arbetat för en hållbar utveckling för miljö, hälsa och klimat. På senare år har arbetet blivit tydligt och intensifierats. Då kan inte konsumentföreningarna tiggande sitta still och se hur Coop-butikerna fortsätter att ta in utrotningshotad matfisk för försäljning.

Det rimmar mycket dåligt med det arbete som konsumentföreningarna driver.

Med hänvisning till ovanstående yrkar vi på följande:

– Att föreningsstyrelsen agerar för att Coop-butikerna omgående slutar med inköp och försäljning av utrotningshotad matfisk.

Motionen behandlad på distriktsstyrelsemöte 02 11 2008, där den antogs i sin helhet och beslutades sändas till Ktf Sveas Föreningsstämma 2009.

Simon Bihagen och Mimmi Höglom  
Distrikt 16 Västerås

## Utlåtande om motion 8

Coop Sverige har under hösten arbetat intensivt med att ta fram en ny strategi för vilka fiskar som ska sälja.

En grupp som består av representanter för kedjorna, inköp, miljö och information har träffats regelbundet för att samla in fakta och bilda sig en uppfattning om hur Coop bör agera och vilket sortiment av fisk vi ska ha. Målet med gruppens arbete är att ta fram en tydlig policy för Coops försäljning av fisk och andra produkter från världshaven. Flera utomstående experter har engagerats i arbetet.

Nu går arbetet in i slutfasen.

Därefter kommer strategi, mål och åtgärder att presenteras. En åtgärd som redan är beslutad och genomförd är att Coop Sverige slutar sälja ål som är en akut utrotningshotad art.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att ställa sig bakom motionens syfte och översända den till Coop Sverige**

## MOTION Nr 9

### Förbud mot exponering av tobak i Coops butiker

Förbud mot exponering av tobaksvaror på säljställen har införts i Island (2001), i Thailand (2005) samt i tolv av Kanadas tretton provinser. Statistik från både Kanada och Island visar att rökningen minskar bland tonåringarna sedan tobaksvarorna blivit osynliga i butikerna.

Därför föreslår jag att Coop ska förbjuda exponering av tobak i sina butiker för att skydda och visa ansvar för våra barn och ungdomar.

Åsa Lindgren, Distrikt 22 Uppsala

## MOTION Nr 10

### Översyn av snuskylars placering och exponering av tobak

Enligt tobakslagen ska tobaksvaror förvaras i butik så att kassörskan har uppsikt över varorna. På många butiker är snuskylarna placerade vid kassorna för maximal exponering och på ett sådant sätt att det inte är möjligt för kassörskan att ha uppsikt över varorna.

I många länder har man idag förbjudit exponering av tobaksvaror i butikerna. Forskningsresultat från Kanada och Island visar att rökningen minskar bland tonåringar sedan man upphört med exponeringen av tobaksvaror i butik. Även England och Wales har beslutat införa förbud mot exponering och i Norge är man även på gång att genomföra ett förbud mot exponering.

Till stämman anmäls följande åtgärder:

– Att Coop bör göra en översyn av snuskylarnas placering i livsmedelsbutikerna så att placeringen inte strider mot tobakslagens intentioner.

– Att Coop upphör med exponering av tobaksprodukter i likhet med många andra länder för att skydda barn och ungdomar.

– Att Coop upphör med exponering av tobaksprodukter för att de som vill upphöra med sitt tobaksberoende inte ska bli frestade att köpa.

Ingrid Talu, Distrikt 22 Uppsala

## MOTION Nr 11

### Stopp för försäljning och exponering av tobak

Tobaksförsäljning bör inte förekomma i livsmedelsaffärer!

Detta är ett förslag att sluta exponera och sälja cigaretter och snus och andra tobaksprodukter i matvaruaffärer. Personer som försöker sluta röka eller snusa blir frestade att köpa och får svårt att stå emot när de ser förpackningarna och reklamen. Ungdomarna blir också lockade och tycker det ser häftigt ut. Budskapet att det är en vuxenvana och att det är åldersgräns tror jag bara lockar ungdomar ännu mer och får tobaken att bli åtråvärd.

Vi vet att tobak skadar i alla led, från odling och tillverkning av produkterna, till tobaksbruk. Dessa varor hör inte hemma i en livsmedelsbutik.

Lena Sjöberg, Distrikt 28 Norrköping, Söderköping, Valdemarsvik

## Utlåtande om motion 9, 10 och 11

Coop Sverige har absolut ingen ambition att marknadsföra tobaksprodukter. Anledningen till att ha cigarettställen hängande ovanför kassalinen i många butiker beror främst på att produkterna är mycket stöldbegärliga och att de ska vara under ständig uppsikt. Coop Sverige kommer även att titta över snuskylarnas placering i butik. Styrelsen ställer sig bakom intentionen att minimera exponeringen men bedömer att helt avstå från tobaksförsäljning skulle innebära svårigheter, för särskilt mindre butiker.

Coop Sverige har också börjat föra in ett system som heter Vensafe i sina större butiker, vilket gör att marknadsföringen av produkterna minskar kraftigt. Både displayen och automaten är helt befriade från produktreklam. Det kan vara den långsiktiga lösningen på frågeställningen.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta för motionerna 9, 10 och 11**

**att motionerna jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige**

## MOTION Nr 12

### Satsa på Coop Nära

Under senaste året har nya butiker etablerats sig i bl.a. Uppsala som exempelvis Lidl och Netto. Samtidigt blir Coop Konsum allt mer sällsynta. Butiker läggs ner varje år. De nya butikerna, Netto och Lidl, har en utpräglad lågprisprofil med mer begränsat sortiment. Ica svarar med att bygga ut butiker som exempelvis Maxi och Ica Väst i Uppsala och satsar på mer manuell service som kunderna uppskattar. Jag har dock tur än så länge för i mitt bostadsområde, Ekeby, har vi en trevlig butik med mycket trevlig personal. Coop Nära har dock en högre prisnivå. För ett antal år sedan lanserade KF butiker i bl.a. Gottsunda i Uppsala med mindre sortiment typ Coop Nära men lägre priser. Rimligtvis borde det vara billigare att hantera färre varor.

Mitt yrkande till föreningsstämman att:

- Satsa på Coop Nära som en viktig närbutik i bostadsområdet.
- Gör Coop Nära till en lågprisbutik som det fanns tidigare inom Konsum.

- Ändra eventuellt namn till Coop-klimatnära för att betona att handla nära minskar utsläpp av klimatpåverkande gaser.
- Avveckla inga fler Coop Konsumbutiker de närmste tre åren.
- Inför mer möjlighet till mer varierat sortiment beroende på kunder i bostadsområdena.
- Bygg ut frukt- och grönsaksavdelningarna.
- Släpp koncepttänkandet och ge mer frihet till butikschefen för utformning av butik och sortiment.
- Inför ständigt flerköpsrabatt på de flesta varor t.ex. lägre pris vid köp av tre varor eller fler.
- Inför ständigt lägre kilopris på kött och fisk vid köp av större kvantitet.
- Ge ständigt rabatt på ett antal varor för kunder med Coop MedMera-kort

Christer Solander, Distrikt 22 Uppsala

### Utlåtande om motion 12

Coop Nära är idag en lönsam kedja av butiker där konceptet bygger väldigt mycket på bekvämlighet och närhet till kunderna med generösa öppettider.

Coop arbetar strukturerat med den lokala anpassningen och butikscheferna har fått ett ökat mandat för att kunna lokalanpassa de butiker de är ansvariga för.

Ett löfte om att Coop inte ska stänga några butiker de närmaste tre åren är tyvärr omöjligt att lämna med tanke på de snabba förändringar som sker på marknaden. Coop letar dock ständigt efter möjligheter att etablera nya butiker och den självklara ambitionen är att därigenom kunna öka marknadsandelarna.

Styrelsen anser att ett ökat fokus på X-traprodukter är nödvändigt.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen anses besvarad**

### MOTION Nr 13

#### Införande av "KRAV-Konsum" i Uppsala

I Uppsala ska finnas, som i Göteborg (Kungsportsvenyn), en konsumgalleria: Gatuplanet, olika sorters konsumägda, typ KappAhl, nedre planet stor konsumbutik och bäst av allt! Den första affären i gatuplanet; KRAV-Konsum!

Barbro Andersson, Distrikt 22 Uppsala

### Utlåtande om motion 13

Coop jobbar för närvarande med ett centralt läge i Uppsala centrum i det nya resecentrumet som ska byggas vid stationen. Coop konkurrerar med flera andra kedjor om läget i resecentrum. Som ett förtydligande kan nämnas att Coop Konsum på Avenyn i Göteborg är en butik med mycket tydlig ekologisk profil. Däremot är inte butik kopplad till organisationen KRAV på annat sätt än att ett stort urval av KRAV-märkta artiklar finns i butikens sortiment.

Coop kommer under januari-februari att sätta upp hyllkantsetiketter på alla KRAV-produkter och anslå KRAV-dekal på entrédörrarna.

Vi delar motionärens uppfattning att det behövs ett centralläge för en Coop.

KappAhl ingår inte i KF-koncernen.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige**

### MOTION Nr 14

#### Centralt belägen butik i Uppsala

I Uppsala centrum måste finnas en konsumaffär!

Barbro Andersson, Distrikt 22 Uppsala

### Utlåtande om motion 14

Coop jobbar för närvarande med ett centralt läge i Uppsala centrum. Coop är dock i konkurrens med ett flertal andra kedjor men förhoppningen är stor att Coop ska ta hem detta läge.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige**

### MOTION Nr 15

#### Hygienombud inom Coop

Bakgrund:

Vi har alla under 2008 läst larmrapporter om bristfällig hantering av kött och även annan livsmedelshantering. Detta fokus var oftast riktat mot Coops huvudkonkurrent ICA men även Coop fick i media en släng av slev. Vid lagring av livsmedel är det viktigt att ha en hygienisk miljö och hålla oönskade mikroorganismer borta. Det handlar huvudsakligen om svampar, bakterier och virus.

Bakterier, virus och andra mikroorganismer kan spridas via maten. Inom detaljhandelsbranschen finns viss risk för smittspridning via personalen som växlar mellan olika typer av mathantering och andra arbetsuppgifter och det gäller att alla är medvetna om riskerna. I många butiker så är hygien tillfredställande och medvetenheten är hög.

I andra butiker så finns inte ens en diskmaskin. Allt diskas för hand. Många gånger i rinnande vatten. Hygienkulturen i personalpentryt varierar. Brister i lokalvård och otillräckliga åtgärder mot skadedjur förekommer. Med andra ord, här finns förbättringspotential. Medvetenheten om god hygien är vital för detaljhandeln, liksom det är det i restaurangbranschen och i vården. Enligt Livsmedelslagen ska alla som hanterar livsmedel yrkesmässigt ha ett system för att kontrollera och styra de risker som finns rörande livsmedelshygien. Livsmedelsverket rekommenderar ett egenkontrollprogram baserat på HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points). För mer information se Livsmedelsverkets hemsida, [www.slv.se](http://www.slv.se).

Idé:

Att i varje Livsmedelsbutik med delikatessavdelning och/eller chark, så bör det finnas ett hygienombud med god kunskap av korrekt livsmedelshantering samt kunskap om var smittkällor kan uppkomma i butik och personalutrymmen.

Syfte:

Att öka medarbetarnas livsmedelssäkerhetstänkande och därmed säkerställt hygien lokalt i hela kedjan från personalutrymme till butikens livsmedelshantering!

John-Ivar Fallström, Distrikt 10 Lekeberg, Örebro

## Utlåtande om motion 15

Coop Sverige har i samtliga butiker minst en person som är ansvarig för egenkontrolltillsynen. Denne är oftast färskvaruchef alternativt butikschef för de mindre enheterna. Den personen har ansvaret för att egenkontrollen används och fungerar på respektive enhet. Personen har fått utbildning i livsmedelshygien och egenkontroll, påfyllnadsutbildning sker löpande. På Coops intranät finns även en s.k. interaktiv hygienutbildning på ca 4 timmar. Utbildningen ger en god kunskap som ett komplement till lärarledd utbildning. På intranätet finns även en enklare hygienutbildning som butikschefen själv kan använda för att informera extrapersonal m.m. Nyanställd personal får också en introduktionsutbildning där hygien bl.a. ingår.

För de enheter som hanterar s.k. öppna livsmedel har vi regelbundet 2-3 ggr per år provtagning av tredje part. Anticimex/Alcontrol Provtagning görs både på produkter som hanteras på enheten exempelvis grillad kyckling samt rengöringsprover exempelvis knivar, skärbrädor, grilltänger m.m. Coop Sverige har givetvis ett egenkontrollprogram att följa baserat på branschens riktlinjer. Förståelsen och allvarligheten gällande hygien och egenkontroll har blivit bättre. Coop Forum har med egenkontrollen som en viktig del i sin s.k. konceptuppföljning vilket också gett positivt fokus och resultat.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige**

## MOTION Nr 16

### Inköp av lärobok i livsmedelshantering

Att Konsumentföreningen Svea inköper den lärobok i livsmedelshantering som användes på Ekeby gymnasieskola, i Uppsala, samt att varje anställd vid samtliga butiker inom Sveas område får ett eget exemplar av boken samt att det anordnas kurser för all personal i livsmedelshantering. (Men väl att märka har jag redan år 2007 och år 2008 motioner med liknande innehåll, vilka dock alla av formella skäl blivit underkända).

Ulf Lagerholm Schmidt, Distrikt 22 Uppsala

## Utlåtande om motion 16

Coop Sverige ansvarar för att regler följs när det gäller livsmedelshantering och att egenkontrollprogram sköts på rätt sätt. Det är också Coop Sveriges ansvar att tillhandahålla utbildning och utbildningsmaterial till de anställda.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige**

## MOTION Nr 17

### Koldioxidkompensation

Bakgrund:

Konkurrensen inom dagligvarubranschen är idag knivskarp. I många stycken så ligger Coop i framkant när det gäller miljöarbetet och antalet ekoprodukter som finns till försäljning i Coops butiker är idag stort. Men även våra konkurrenter ser också detta som ett område som är intressant att lyfta och tjäna pengar på. De satsar på marknadsföring för att visa sin bredd. De tar gärna marknadsandelar av Coop om de kan.

Vad kan göras mer:

I Vi-skogens verksamhetsberättelse för 2007 beskrivs förhoppningen om att kunna börja sälja koldioxidkompensation till företag under 2008 och på så vis få än mer resurser att plantera träd och bekämpa fattigdom. Detta är utmärkt, men det kan också användas och belysas tydligare i våra egna butiker.

Ide:

Att KF och Coop bör ta ytterligare steg för att belysa våra idéburna värderingar. Att Coop bör koldioxidkompensera sina transporter (alternativt nötköttförsäljning) samt visa det tydligt i butik. Detta är enkelt eftersom KF och Coop redan idag planterar träd i Vi-skogen, men vi beskriver inte detta storskaligt i våra butiker. Blygsamt beskrivs detta till och från i Mersmak samt med relativt liten text på papperskassar.

Att individuell koldioxidkompensation också kan noteras i saldobesked från MedMera – Hur mycket har jag som medlem bidragit när jag handlar kumulativt (successivt adderande) över året, om Coop koldioxid-kompenserar. Detta kompletteras i saldobeskedet vad detta ger totalt i hela Coop – Sverige.

Syfte:

Att belysa pågående insatser för att minska koldioxidens verkningar och ge återkoppling till våra medlemmar. Många bäckar små ...

John-Ivar Fallström, Distrikt 10 Lekeberg, Örebro

## Utlåtande om motion 17

Styrelsen anser att medvetna och ambitiösa medlemmar är mycket viktiga för att möjliggöra genomförandet av åtgärder som gagnar det viktiga miljöarbetet. Därför välkomnar styrelsen motionärens idéer.

Coop Sverige har påbörjat ett arbete för att ta reda på de olika varornas, inom olika egna varumärken, bidrag till klimatpåverkan.

Coop anser att det är nödvändigt att skaffa sig den kunskapen utöver själva transporten av varorna, som utgör en del av Coops direkta miljöpåverkan. Ett exempel på vikten av detta är att en stor klimatpåverkan från livsmedel sker via användningen av handelsgödsel i jordbruksledet, varför ekologiska livsmedel utgör ett bra klimatval utöver alla andra miljöfördelar.

Vi-skogen har under ett par års tid arbetat i projekt för att se om trädplanteringen kan certifieras till den frivilliga marknaden för handeln med koldioxid. Förhoppningen är att detta ska komma till en lösning under 2009.

När modellen är framtagen kommer Coop Sverige att överväga på vilket sätt den ska kunna användas så att informationen kommer medlemmarna till del.

#### Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta

att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige och Kooperativa Förbundet

## MOTION Nr 18

### Inled internationellt samarbete nu för Coop Sverige

När det gäller Coop får vi aldrig höra några positiva nyheter utan enbart negativa notiser. Tidigare i höstas var det i massmedia att Coop Sverige måste spara en miljard och att det ska ske stor minskning av personalstyrkan. Hela tiden är det dessa negativa nyheter som kommer fram om Coop. Många tappar förtroendet för Coop och slutar handla där. På distriktsstämman i Uppsala 2007 sa Nina Jarlbäck att nu har Coop fått en ny chef och närmaste året skulle det bli ett lyft för Coop.

För ett antal år sedan bildade man Coop Norden som skulle bli det stora lyftet. Tyvärr blev det allt en störttykning eller ett magplask. Coop och KF fortsätter att byta chefer som man byter skjorta men aldrig ser vi lyftet. För att stärka Coop Sverige och kanske för att överleva som organisation är det nödvändigt att snabbt hitta en större samarbetspartner inom Europa för ett samgående. Under de senaste somrarna har jag vistats en del i Holland och där finns Super-Coop som verkar vara en stark kooperativ affärsrörelse som även har låga priser. I Sverige är det tyvärr tvärsom, vi har ett alltmer försvagat Coop.

Mitt yrkande till föreningsstämman att mot Coop verka för:

- Satsa på ett snart sammangående inom Kooperationen i Europa t.ex. med Holländska Coop för att bli en stark konkurrent med låga priser i jämförelse med den privata handeln.
- Sätt målet att Coop Konsum och Coop Nära inom två år ska ligga lägst vid prisjämförelser.
- Fortsätt minska den centrala administrationen kraftigt inklusive olika mellanchefer.
- Ställ hårdare krav på uppköpare att kunna sänka uppköpspriset.
- Inför omgående flera multiprisrabatter vid köp av t.ex. tre exemplar av samma varor på Coop Konsum.

Christer Solander, Distrikt 22 Uppsala

## Utlåtande om motion 18

Styrelsen delar inte motionärens uppfattning att det inte framförs positiva nyheter från Coop Sverige AB.

I samband med att KF den 31 december 2007 blev 100 % ägare till Coop Sverige har nya butiker etablerats, en stor upprustning av befintliga butiker har skett, satsning på ekologiska produkter inom Coop sker kontinuerligt och omtalas mycket positivt. Listan på positiva åtgärder som syftar till att ge medlemmarna ekonomisk nytta och samtidigt medverka till en hållbar utveckling är omfattande.

Personalminskningarna, som redovisats, syftar till att inte ha högre personalkostnader än konkurrenterna och därmed också ge medlemmarna de ekonomiska fördelar som de har rätt att få hos Coop. Den centrala administrationen minskas därmed också och hårdare krav har ställts på leverantörerna.

Sammantaget pågår ett stort förändringsarbete inom Coop Sverige som initierades efter det att KF övertagit Coop Sverige AB.

Multipriser är idag en viktig del av butikens profil. Vid en genomgång av konkurrenternas multipriser kan man se att Coop Sverige är rätt lika till antalet men att variationen är stor från butik till butik.

#### Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta

att motionen anses besvarad

## MOTION Nr 19

### Utvärdera Coop och KF

Coop har genomfört stora investeringar i Coop Forum utan något positivt ekonomisk resultat. Konkurrenternas stormarknader byggs ut med mer manuell hantering.

Nästa år öppnas en ny privat stormarknad (Grossisten?) vid IKEA i Uppsala och då får Coop Forum kärt att överleva eftersom prisjämförelser i Upsala Nya Tidning ständigt visar högre pris för matkassen i Coop Forum jämfört med privata stormarknader. Trots att Coop Forum har många stormarknader i landet lyckas man inte få en lägre prisnivå och styrelsen för Coop och KF har helt misslyckats i sina strategier. Trots att Coop Forum i Uppsala går halvdåligt vill man öppna ett nytt Coop Forum vid stora Ica-Maxi där det även finns Lidl. Det blir en stor förlustaffär för Coop att försöka konkurrera med de privata marknaderna.

Dessutom använder man sig av ett gammalt varuhuskoncept "allt under ett tak" som innebär att man blir halvdålig på de flesta områden istället för att mer koncentrera sig på t.ex. livsmedel. I Coop Forum i Gränby har man avvecklat byggavdelningen och samtidigt växer Ica Kvantum på samma ställe. Styrelserna för Coop och KF verkar inte av erfarenhet veta varför de privata alternativen lyckas så mycket bättre utan man är nöjd med att sitta av ett antal möten och få sina styrelsearvodet. Det behövs en extern utvärdering varför Coop ständigt går så dåligt och tappar marknadsandelar.

Mitt yrkande till föreningsstämman att mot KF verka för:

- Byt ut stor del av styrelseledamöterna inom Coop och KF mot nya och gärna yngre människor. Detta för att få in nytänkande och få in fler yngre människor att värna om Coop och KF.
- Anlita någon extern konsult som utvärderar varför det gått så dåligt för Coop samt att konsulten lämnar förslag hur

- Coop inom kort tid kan få större marknadsandelar och få bättre ekonomi.
- Öppna ingen ny Coop Forum innan utvärdering av konsult är klar.

Christer Solander, Distrikt 22 Uppsala

### Utlåtande om motion 19

Med hänvisning till motionssvaret på motion nr 18 vill styrelsen framföra att åtgärder är vidtagna och har redan 2008 gett positiva resultat. En rad förbättringsåtgärder är också planerade för innevarande år.

Beträffande styrelseledamöter för Coop Sverige AB är de flesta nya för 2008 och har en gedigen kompetens och erfarenhet. Beträffande ledamöter i KFs styrelse är det en fråga för KFs valberedning och stämma.

**Med hänvisning till styrelsens svar på både motion nr 18 och 19 föreslår styrelsen föreningsstämman besluta**

**att motionen avslås**

## MOTION Nr 20

### Agera med kraft för att behålla butiken i Enviken

Kooperationen har haft en butik i Enviken under en lång tid, vi är nu inne på det 77:e året. Nuvarande butiksläge har funnits sedan 1991 i en fd fabrik. Den öppnades då med utrustning från nedlagda butiker inom dåvarande Konsum Dalarna. Butiken har sedan dess aldrig blivit upprustad. Torde idag vara den enda butik inom Coop Sverige som aldrig fått någon upprustning. Personal och kunder kämpar med att hålla butiken i drift.

Vi befarar att den enda butik som Coop Sverige har kvar i Falu kommun, som kan gå med vinst, går mot sitt sista verksamhetsår. Kvar av alla butiker som Coop Sverige drivit i Falu kommun återstår endast en olönsam konsumbutik i Falun. Det finns stora möjligheter för Coop att verka vidare i denna bygd som huvudbutik för ca 3 000 fast boende men då fordras det att butiken upprustas och görs större, kanske till Coop Konsumformat.

Förslag till Konsumentföreningen Sveas föreningsstämma:

- Att Konsumentföreningen Svea på olika sätt med kraft agerar så att vi i Enviken och Falu kommun kan få ha kvar våra butiker då förutsättningar för lönsam butiksdrift finns.

Clary Alderback, Distrikt 5 Borlänge, Falun

### Utlåtande om motion 20

Utredning om butiken i Enviken pågår. Konsumentföreningen Svea har både vid föreningsstyrelsen och distriktsstyrelsen engagerat sig i utvecklingen av butiken vilket kan leda till en positiv lösning för butiken och medlemmarna i Enviken.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Coop Sverige**

## MOTION Nr 21

### Effektivt nyttjande av medlemskortet

Coop MedMera-kortet är väl etablerat inom Coop. Personalen som bemannar kassorna frågar för det mesta efter kortet om kunden glömmer att ta fram det. Det går att koppla ett MedMera Visa Konto till kortet. Datorer finns i vår vardag, svenskens kommunikationsmönster har förändrats radikalt. Många av våra medlemmar är vana att skaffa sig information via datorer. Lyfter vi blicken, kan vi se att våra presumtiva medlemmar i de yngre generationerna vill ha möjligheten att snabbt få fram uppgifter som rör medlemskapet.

Att som idag skicka ut kuponger till medlemmarna för att ge uppmärksamhet till en vara, är förlegat och ineffektivt. För att inte tala om klimatkorkat. Kuponger kräver papper, viket i sin tur ger tunga transporter av timmer till fabrik, energiåtgång i massatillverkningen och tryckningen, samt mer tunga transporter ut till kund.

Dagens teknik gör det fullt möjligt att ladda MedMera-kortet med erbjudanden. Det är även fullt möjligt att ha terminaler i butiken där kunder kan ta reda på veckans erbjudande, poängställning, saldo på kontot, middagstips och liknande. Endast fantasin sätter gränser. En följd kommer ofrånkomligen att bli att medlemmen själv vill använda sitt MedMera-kort, för att inte missa rabatter och andra erbjudanden.

Det kan inte finnas vare sig ekonomiskt, klimatomått eller effektivitetsmässigt hållbara skäl till att inte nyttja tekniken.

Utförande ovanstående yrkar vi på följande:

- Att styrelsen för Konsumentföreningen Svea skyndsamt ser att verka för ett upphörande med att skicka ut papperskuponger.
- Att styrelsen för Konsumentföreningen Svea skyndsamt ser till att verka kraftfullt för att rabatter och erbjudanden läggs in på MedMera-kortet.
- Att Konsumentföreningen Svea utreder kostnader för, och möjligheten till, terminaler i butikerna, där medlemmen snabbt via kortet kan få uppgifter om veckans erbjudanden, poängställning, saldo på kontot, middagstips och liknande.

Motionen behandlad på distriktsstyrelsemöte 02 11 2008, där den antogs i sin helhet och beslutades sändas till Ktf Sveas Föreningsstämma 2009.

Simon Bihagen, Mimmi Högbloom och Anders Olsson  
Distrikt 16 Västerås

### Utlåtande om motion 21

Coop Sverige arbetar kontinuerligt med att förbättra funktioner och tjänster på Coop MedMera-kortet. Ett av de mest prioriterade projekten just nu är att så snart som möjligt kunna föra över alla personliga kuponger till Coop MedMera-kortet för att underlätta för våra medlemmar och för att minska hanteringen av papperskuponger. Med denna utveckling blir det också möjligt att kunna ta del av dessa erbjudanden via terminaler i butik, annan dator eller digital kanal. Detta är ju också viktigt inte minst ur miljösynpunkt då man som medlem kan välja att enbart ta del av dessa erbjudanden via digitala kanaler och ej via postala utskick. Styrelsen delar uppfattningen att det underlättar för kunden, terminaler i butiken ska Coop Sverige stå för.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen i första och andra attsatsen bifalles samt att den tredje attsatsen avslås**

## MOTION Nr 22

### Rullkorgar i butik

Rullkorgar är en fiffig uppfinning som blir allt vanligare i våra butiker. De är smidigare än en kundvagn samt mer skonsamma mot axlar och armar än en vanlig korg. Nu har det kommit till vår kännedom att dessa rullkorgar inte finns att köpa in för vissa av Coops butikskedjor.

Vi tycker det är mycket märkligt att en produkt med så tydlig kundnytta inte finns i alla butikers beställningssortiment.

Med hänvisning till ovanstående yrkar vi på följande:

- Att föreningsstyrelsen skyndsamt agerar för att alla Coops butikskedjor får möjlighet att beställa rullkorgar till butikerna.

Motionen behandlad på distriktsstyrelsemöte 08 12 2008, där den antogs i sin helhet och beslutades sändas till Ktf Sveas Föreningsstämma 2009.

Mimmi Höglom och Barbro Östling, Distrikt 16 Västerås

### Utlåtande om motion 21

Fr o m 1 januari 2009 finns rullkorgarna att beställa för Coops samtliga butikskedjor. Det är butikschefen som tar beslut om det finns ett behov av dessa korgar i den aktuella butiken. Distriktsstyrelsen och medlemsråden kan därför direkt uppmärksamma behovet av beslut.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta att anse motionen besvarad**

## MOTION Nr 23

### Vår Gård Saltsjöbaden

Att Vår Gård i Saltsjöbaden ska miljöcertifieras och rättvisemärkas.

Eva Sintring, Distrikt 10 Lekeberg, Örebro

### Utlåtande om motion 23

Vår Gård Saltsjöbaden kommer under året att bli Svanenmärkt! En process som startar under första kvartalet för att vara i mål senast under kvartal fyra.

Vår Gård kommer att arbeta med Svanen 2009 för att senare undersöka vilka möjligheter som finns till rättvisemärkning.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Kooperativa Förbundet**

## MOTION Nr 24

### Engagemang i vindkraftsutbyggnad

I Dalarna ser vi hur allt fler vindkraftsparker byggs. En del av dessa är ekonomiska föreningar där man genom att betala en insats får köpa el till reducerat pris.

En av konsumentkooperationens grunder är att göra medlemsnytta. Vi ser vindkraften som en möjlighet att uppfylla målet: "Göra konsumentnytta för en hållbar utveckling för människa och miljö".

Vi i distriktsstyrelsen för distrikt 6 föreslår:

- Att konsumentkooperationen engagerar sig i vindkraftsutbyggnaden samt
- Att Konsumentföreningen Svea med sin drygt halva miljon medlemmar utnyttjar sitt ägarskap för att KF aktivt deltar i vindkraftsutbyggnaden.

Jan-Henrik Marinder, Distrikt 6 Ludvika, Smedjebacken

### Utlåtande om motion 24

Konsumentföreningen Svea är positivt inställd till en utbyggnad av vindkraft. Det finns dock också andra sätt att minska klimatpåverkan. Inom Coop pågår ett stort energibesparingsprogram ute i butikerna. En icke förbrukad kilowattimme är trots allt den kilowattimme som påverkar miljön minst! I Coops nya enheter, till exempel nya Coop Extra i Västerås, har energiåtgången för uppvärmningen reducerats med cirka 90 procent. Vid nybyggnation försöker man där det är möjligt ta tillvara på dagsljuset för att på så sätt minska energiåtgången för belysning. På flera andra områden pågår ett intensivt arbete för att minska Coops klimatpåverkan, till exempel när det gäller transporter. Genom ett partnerskap med Green Cargo kommer Coop att köra sina långväga transporter på tåg istället för lastbil. Sammanlagt kommer Coop genom detta att minska sina utsläpp av koldioxid med cirka 8 000 ton per år. I början av 2008 förvärvade KF Invest 75 procent av aktierna i Läckeby Water Group. Läckeby Water Group är ett ledande anläggningsföretag i Sverige inom vatten- och avloppsrening samt produktion av biogas ur organiskt avfall. Dessa miljöinsatser utesluter inte en satsning utan får provas mot andra investeringar.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen jämte styrelsens utlåtande översänds till Kooperativa Förbundet**

## MOTION Nr 25

### Kurs i informationsteknik

Att alla som jobbar inom KF och håller föreläsningar, information och annat får gå en kurs i informationsteknik. Jag blir lika förvånad på varje sammankomst jag är där man ger information till oss förtroendevalda, kör med massiv textinformation på overhead/PowerPoint samtidigt som man pratar eller har massor av siffermaterial. Senast var det ordförandekonferensen på Vår Gård som var ett tydligt exempel på detta från en av männen som jag inte minns namnet på. I övrigt en mycket bra konferens.

Eva Sintring, Distrikt 10 Lekeberg, Örebro

### Utlåtande om motion 25

Under våren kommer föreningen att ta fram en utbildning som kommer att behandla presentationsteknik. Utbildningen riktar sig till såväl anställda inom föreningen som förtroendevalda.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att bifalla motionen**

## MOTION Nr 26

### Ekonomisk rapport till distriktsstyrelsen

I tidigare organisationsform hade butikschefen ett uppdrag i att förse butiksråden med information om hur butikens ekonomi utvecklades. Efter omorganisationen av Konsumentföreningen Svea, finns ingen rapportskyldighet om butikens ekonomiska utveckling. Enligt nya organisationsformen ska distriktsstyrelserna godkänna medlemsrådets verksamhetsplanering. Vid de butiker som saknar medlemsråd ska distriktsstyrelserna ta fram och genomföra en verksamhetsplan. Utifrån detta är kunskapen om butikernas ekonomiska utveckling en viktig del i distriktsstyrelsens strategiska planering av verksamheten.

Under den tid som förflutit sedan omorganiseringen har det klart framkommit att bristen på rapporter kring butikernas ekonomi är kännbar. Den kvartalsrapportering som idag finns är för övergripande och det saknas en tydlig analys kring hur verksamheten fungerar. Det leder till klara svårigheter i att skapa en bild kring hur butikerverksamheten utvecklas. Det är av stor vikt att distriktet har uppdaterade ekonomiska rapporter. Detta för att ha möjlighet att strategiskt styra om verksamhet och göra både stödjande punktsatser samt insatser på längre sikt.

Utifrån ovanstående yrkar vi följande:

- Att distriktsstyrelsen får löpande rapporter med om hur ekonomin utvecklas för butikerna inom distriktet
- Att distriktsstyrelsen får en tydlig analys av butikernas ekonomiska läge
- Att distriktsstyrelserna beläggas med juridiskt regelrätt sekretess efter att de fått ta del av dessa uppgifter.
- Att Konsumentföreningen Sveas föreningsstämma antar motionen i dess helhet och uppdrar åt föreningsstyrelsen att genomföra yrkandena.

Motionen behandlad på distriktsstyrelsemöte 02 11 2008, där den antogs i sin helhet och beslutades sändas till Ktf Sveas Föreningsstämma 2009.

Simon Bihagen och Mimmi Höglblom, Distrikt 16 Västerås

### Utlåtande om motion 26

Att distriktsstyrelserna följer butikernas ekonomiska utveckling är av största vikt. Det är viktigt att tidigt kunna uppfatta signaler om en butik tappar försäljning eller minskar sitt resultat. En noggrann ekonomisk uppföljning gör det möjligt att i tid kunna sätta in åtgärder för att få utvecklingen att gå åt rätt håll på den berörda butiken.

Distriktsstyrelsen får idag, per kvartal, information om försäljning och resultat för varje butik i distriktet. Informationen lämnas av respektive verksamhetsutvecklare som också kan hjälpa till att analysera siffrorna. Behovet av analys skiftar hos respektive distriktsstyrelse. Information har givits till distriktsstyrelserna att försäljnings- och resultatsiffror är strikt konfidentiella. Därutöver finns möjlighet till att via butikschefen få löpande information.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att första, andra och tredje attsatserna får anses besvarade**

## MOTION Nr 27

### Redovisning för Konsumentföreningen Svea

I verksamhetsredovisning för 2007 tar Konsumentföreningen Svea upp saker som 350 förtroendevalda, antal distriktsstämmor och antal besökande. Många sådana siffror känns irrelevant och ganska ointressant när Coop samtidigt går så dåligt och butiker ständigt läggs ner. Konsumentföreningen Svea bör bli mer inriktad på att utveckla Coop och stärka butikerna. Jag hör många som säger: på Konsum kan man inte handla för det är så dyrt. Då kan det vara en viktig uppgift för Konsumentföreningen Svea att göra prisjämförelser och bidra till att "hög prisstämpeln" försvinner.

Mitt yrkande till föreningsstämman att:

- Utveckla nya mera konkreta mål för Konsumentföreningen Svea för att stärka och utveckla Coop.
- Sätt övergripande mål att Konsumentföreningen Svea aktivt ska verka för att inga nya butiker läggs ner under denna verksamhetsperiod.
- Sätt även konkreta mål att Konsumentföreningen Svea ska verka för att Coop Konsum blir bäst på frukt och grönt.

Christer Solander, Distrikt 22 Uppsala

### Utlåtande om motion 27

Hösten 2007 fastställde föreningen en ny strategi för arbetet mellan åren 2008-2012. Den bygger på KF:s verksamhetsidé att skapa medlemsnytta, affärsnytta och samhällsnytta.

Genom strategin arbetar föreningen med två övergripande mål:

1. De kooperativa butikerna ska senast 2010 vara och uppfattas som bäst med ett reellt direktinflytande för medlemmarna.
2. Föreningen ska senast 2010 vara och uppfattas som en ledande aktör för en hållbar utveckling för människa och miljö.

Strategin innebär att föreningen ska koncentrera sig på aktiviteter som bidrar till dessa mål och förbättra den lokala förankringen. Viktiga krav är att verksamheten ska göra nytta och ge effekt för många medlemmar. Inom ramen för den nya strategin ligger naturligtvis också att värna de kooperativa butikernas framgång för att undvika nedläggningar. Tyvärr kan nedläggningar inte uteslutas, det vore oansvarigt. För butiker som under lång tid dragits med stora underskott och där man trots insatser inte kunnat vända trenden kan en nedläggning bli nödvändig. Om ett läge är "omöjligt" är det ur medlemsperspektiv bättre att sätta in dessa resurser där vi kan nå framgång. Värt att nämna i sammanhanget är att i den nya strategin ligger att bidra till att öppna nya butiker. Under 2008 öppnades fyra nya butiker i föreningens område till gagn för våra medlemmar.

När det gäller frukt och grönt arbetar föreningen redan idag med aktiviteter i butik och informationsarbete i ämnet.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att första och andra attsatsen avslås**  
**att tredje attsatsen anses besvarad**

## MOTION Nr 28

### Förnya styrelsen i Konsumentföreningen Svea

Om man kollar på senaste styrelsen för Konsumentföreningen Svea verkar medelåldern var relativt hög och ingen person med invandrarbakgrund finns med. Varje gång jag deltagit i en distriktsstämma har det varit mycket hög medelålder. Ibland har det nästan känts som ett möte för PRO.

Det är inte representativt för samhället som helhet. Det är endast könsfördelningen som är relativt jämn, i övrigt är det stora brister. Detta får också med att ungdomar inte lockas att handla på Coopbutiker, man känner inte för kooperativa rörelsen. Den känns nog ganska mossig för den yngre generationen. På grund av den

skeva åldersfördelningen inom Konsumentföreningen Svea sker det ingen större utveckling inom denna organisation utan man ägnar sig mer åt att förvalta det man har.

Mitt yrkande till föreningsstämman att:

- Delar av styrelsen i Konsumentföreningen Svea byts ut för att få både någon mellan 30-40 år samt någon mellan 20-30 år. Någon person i nya styrelsen bör ha invandrarbakgrund. Allt detta för att styrelsen ska bli mer representativ mot samhället i övrigt.
  - Förutom ålder och invandrarbakgrund bör man söka personer i styrelsen med i övrigt olika bakgrund och erfarenhet för att komplettera varandra.
- Maxtid för styrelseledamöter inom Konsumentföreningen Svea bör sättas till högst fem år för att få in mer ny-tänkande och utveckling av verksamheten. Det bör ske ett successivt utbyte av styrelseledamöter så att man går om lott och lär av varandra.

Christer Solander, Distrikt 22 Uppsala

## Utlåtande om motion 28

Medelåldern i Konsumentföreningen Sveas styrelse är ungefär samma för andra styrelser i näringslivet och andra folkrörelser.

Åldersnivån i Konsumentföreningen Sveas styrelse har sjunkit något under de senaste åren. 2006 var snittåldern 66,3 år exklusive ordförande och 2008 var snittåldern 55,3 år.

I dagens styrelse är den äldsta 63 år och den yngste 51. Problematiken med att rekrytera yngre personer till distriktsstyrelser är något som konsumentkooperationen delar med många andra sektorer i samhället. Därmed inte sagt att konsumentkooperationen missar de yngre grupperna och barnfamiljerna. Med nya generationer kommer nya former för att engagera sig och påverka. Till exempel har cirka 26 000 personer varit med och besvarat aktuella frågor i Coops Medlemspanel. Det får dessutom inte vara så att enbart ålder avgör en persons lämplighet att inneha viktiga förtroendeuppdrag, kompetensen för uppdraget är viktigast. Föreningen har dock en kontinuerlig dialog med distriktens valberedningar för att få med personer med olika bakgrund.

**Styrelsen föreslår föreningsstämman besluta**

**att motionen anses besvarad**



Konsumentföreningen **Svea**

Sportfältsvägen 3, 754 19 Uppsala. Tel. 018-14 39 32 Telefax: 018-13 09 25  
Internet: www.ktfsvea.se E-post: svea@coop.se