The responsibility of Coop in promoting sustainable consumption

Dr. Sibyl Anwander Phan-huy, Coop Switzerland

24th LCA Discussion Forum, EPFL

Overview

- Coop at its business principles
- Promoting Sustainable Consumption
- Coop‘s Flagship Label programmes
  - Coop Naturaplan
  - Coop Oecoplan
  - Coop Naturaline
- Sustainability reporting
- What remains to be done

Coop Group 2003

- 1‘513 sales outlets
- 16,7 % market share (23,0 % in food and 10,7 % in nonfood)
- 50‘406 employees and thus Switzerland’s 3rd biggest employer
- Sales of CHF 15,404 billion
- 2‘250‘740 member households

The responsibility of Coop means

- make a good choice of responsible goods
- correct information and declaration on how a product has been produced
- give incentives to suppliers to change their production methods
- give consumers a good feeling about consuming responsible goods
- motivate collaborators along the whole value chain
- share the benefits of sustainable products with those who had contributed

A range of tools needed to provide sustainable products

- assessment tools to evaluate and compare product qualities
- sourcing guidelines for suppliers and purchasers
- an institutional dialog with suppliers and consumers
- monitoring and reporting tools to follow up the implementation
- a sustainability report for internal and external communication

and most important

- a clear vision and the firm will from the senior management to integrate sustainability in the normal management process

Guidelines on ecological and ethically responsible sourcing

- Coop is committed to ecological and ethically responsible procurement. In line with its guidelines, Coop also assesses its business partners in accordance with such standards and prefers to cooperate with those trying hard to comply with the guidelines.
- The guidelines apply to both the food and the non-food sector.
- Even stricter requirements are applied to the ecological flagship labels and to textiles.
- Compliance with Coop's requirements is controlled by internal controls as well as external certification bodies.
- Coop works together with suppliers to help them comply with the demanding requirements.

Key social requirements

- Compliance with local social legislation
- Adequate wages
- Humane working conditions such as
  - no forced labour or exploitation of child labour
  - no discrimination = equality of opportunity and treatment regardless of race, gender, religion, political opinion, nationality
  - freedom of association and right to collective bargaining
- A special code of conduct drawn up in line with the Clean Clothes Campaign is applied to the textile sector.

Key ecological requirements

Raw materials:

- no overexploitation of natural resources
- preservation of biodiversity
- preference given to products of integrated production
- humane animal husbandry

Preventing environmental pollution and minimizing the environmental impact of production, transportation and waste disposal:

- continual improvement on the base of legal provisions
- Coop prefers suppliers with an environmental management system

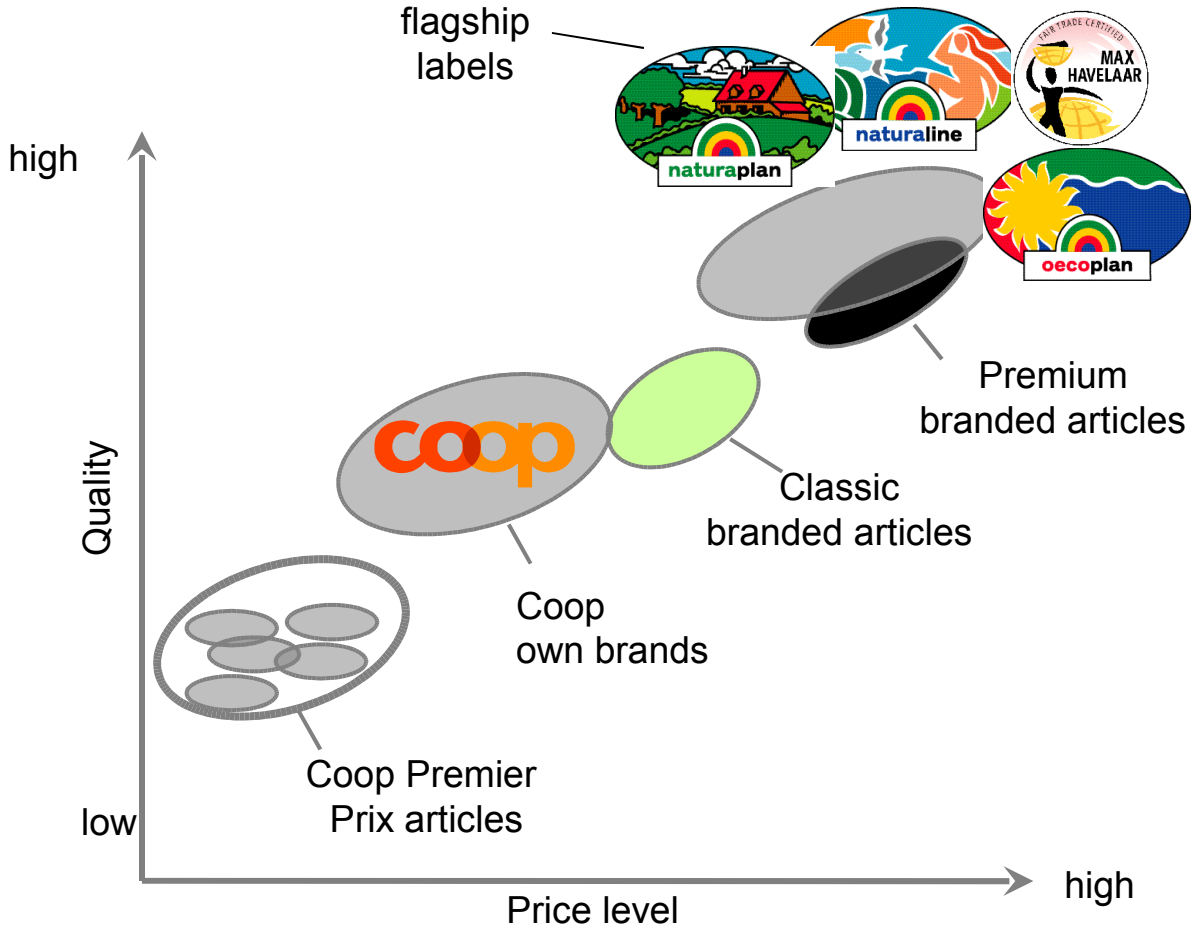
Organic products with the bud label
Meat and eggs from humane animal husbandry allowing access to range

Textiles obtained from organically grown cotton and under fair-trade conditions, and cosmetics based on natural raw materials

Environmentally-friendly nonfood products and services

Fair trade products with the Max Havelaar quality label

Positioning of Coop's Flagship Labels



Coop puts the focus on
- Coop own-brand articles
- Coop flagship labels
- strong branded articles

Naturaplan: The key elements

- Food of the highest quality possible on a large scale
- Priority given to fresh products from Swiss farms; no transports by plane
- Minimal processing, according the BioSuisse guidelines
- No use of genetically modified raw materials or animal feedstuffs; Feed Safety Programme
- Compliance with guidelines monitored by independent agencies
- Over 1,700 items, of which over 1,100 are organic products; Focus on fresh products, e.g. organic fruit and vegetables, organic dairy produce, organic bakery products
- Meat: +Natura-Beef+, Coop Naturaplan Porc, free-range poultry, cold cuts; in spring 2005: Coop Naturaplan veal
- new: regional organic Specialities, transformation in the specific region

Traceability

supplier

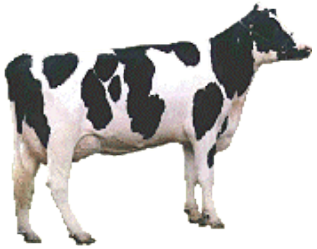
Industry

trade

logistic center

retailer

consumer



The product range

High Shares of sales

- Total Swiss market: approx. 3 %
- At Coop: 7 %
- High shares in sales for fresh products:
  - Organic vegetable juices 93 %
  - Coop Naturaplan Porc 88 %
  - Natura-Beef 73 %
  - Organic natural yoghurt 60 %
  - Coop Naturaplan eggs 49 %
  - Organic pasteurized milk 45 %
  - Organic butter 40 %
  - Organic carrots 34 %
  - Organic bread 28 %
  - Organic pizza and pasta 27 %

Oecoplan: The key elements

- High demands in terms of state-of-the-art technology and know-how guarantee our ecological lead
- Optimum products and services, with minimum environmental impact
- Criteria based wherever possible on recognized environmental labels and standards
- Wherever necessary, checks with LCA

Complete acceptance and declaration:

Standards as reference for evaluation, no declaration

The concept

- Genuine customer need
- As good as conventional products
- Clear environmental benefits compared to the standard range
- Best price/performance ratio
- Easily communicated, understandable message at the POS
- Verifiability guaranteed
- Relationship of trust with suppliers

The product range

- ✓ Organic plants and seeds
- ✓ Fertilizers, soils and crop-protection agents for the organic garden
- ✓ Non-water-polluting detergents and cleaning agents (LCA)
- ✓ Solvent-free paints and lacquers (LCA)
- ✓ Kitchen roll, toilet paper and stationery articles made entirely from recycled paper (LCA)
- ✓ Timber products from sustainable forestry
- ✓ Energy- and water-saving products
- ✓ Textile cleaning and shirt service (LCA)
- ✓ Green electricity in accordance with guideline

Monitoring

- Independent monitoring wherever possible:
  - Organic bud products: bio.inspecta
  - Detergents/cleaning agents: EMPA (Swiss Federal Laboratories for Materials Testing and Research)
  - Origin of wood and timber chain in accordance with FSC criteria / controls by the Swiss Forestry Association
  - Textile cleaning operations and products: Büro für Umweltchemie, Zurich
  - Paints: Bau- und Umweltchemie, Zurich
- Regular controls and spot checks by Coop Quality Assurance.

Naturaline: Organic cotton cultivation

Coop is committed to organic cotton because

- Cotton is the raw material used in around 50% of textiles.
- Grown in monocultures, heavy use of chemical crop protection agents and fertilizers, high water consumption.
- Cotton accounts for 2.4% of the world's arable land, but utilizes 24% of all insecticides sold worldwide.
- Damage to the environment, the health of farmers and the surrounding population.
- 20,000 litres of water are needed to produce one T-shirt.
- Work often under poor social conditions, no secure livelihood, risk of child labour.

Organic cotton projects

The bioRe **Maikaal aid project in India**

- 1992: 6 hectares switched to organic cotton cultivation.
- Now the world's leading organic cotton production community: Over 1,120 farmers cultivate 3,000 ha to produce around 3,000 tonnes of cotton annually.
- Maikaal spinning mill guarantees sales and pays 15-20% higher prices. Support from the bioRe foundation (Coop participation), e.g. construction of schools, irrigation or biogas systems etc.

The bioRe **Meatu aid project in Tanzania**

- Launched in 1994.
- About 750 farmers cultivate 3,475 ha to produce 1,200 tonnes of cotton annually.

Controls and verification

- The whole textile chain – from cotton cultivation to the finished item of clothing – is checked by independent and accredited monitoring organizations.
- The organic cotton is checked and certified in accordance with EU Directives for organic cultivation.
- The processing plants are checked in respect of ecological and social requirements. Regular stakeholder dialogue in place.
- Traceability of the whole textile chain is ensured.
- External agencies and Coop's own laboratory periodically check compliance with the strict substance limits.

Awards

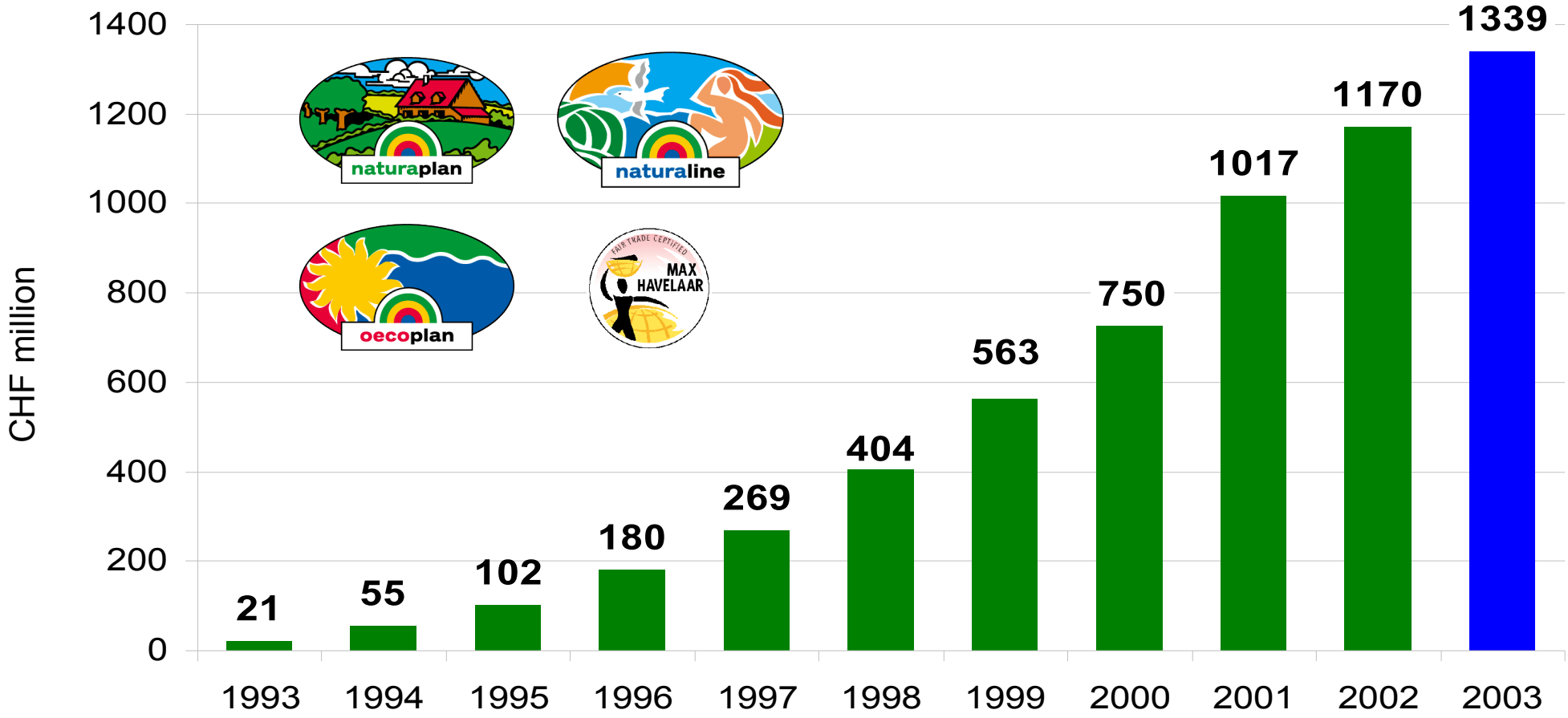
December 2001: Coop wins the “Prize for Sustainable Products”, awarded for the first time by the *Zukunftserbe* (Future Heritage) Foundation.

Besides continual ecological improvement and its insistence on social accountability in the cotton-growing and textile-processing industries, Coop was singled out for the award because of its aim to replace conventionally produced textiles, systematically integrate organic textiles into the range and make them accessible to a mass market by selling them at attractive prices.

Johannesburg, September 2002. "World Summit Business Award for Sustainable Development Partnerships"

This distinction was awarded jointly to Coop and Remei AG for their development of the Coop Naturaline organic cotton project in India and Tanzania

Sales of Flagship labels



Differences between food and non-food

Common denominators of food and non-food:

- Customer need for ecologically and socially responsible products
- Credible ecological and/or social commitment
- Product quality/benefits must be right

Differences compared with food:

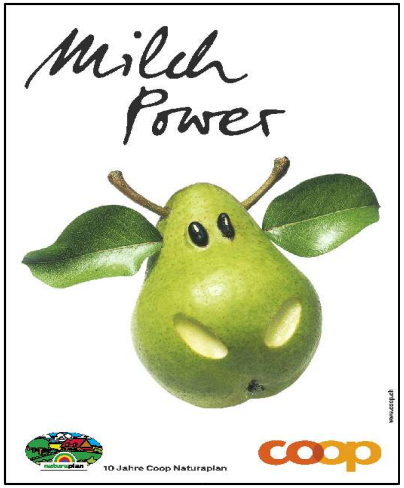
- Often a higher degree of complexity, for both provider and consumer (technology, processing, product chain)
- Consumers less involved emotionally
  → little readiness to pay for added value

A vision and a success story

- Market leader for products with an environmentally and socially compatible profile
- Coop Naturaplan is the best-known label for food obtained by natural methods and from humane animal husbandry
- No. 1 in Europe for organic foods and fair trade products
- Coop is the world's biggest distributor of organic cotton, with an annual sales volume of over 1‘000 tons
- High degree of credibility; Commitment to the environment and to the well-being of animals and people as part of the corporate culture
- Long-term thinking and action – not short-term maximization of sales
- Important sales driver and decisive image factor - Vision: CHF 2 billion by 2010

Intensive marketing

- Integration in strategic marketing and sales plans
- Shopping campaigns / theme-based promotions
- Specific POS advertising material



Example attitudes campaign:

Communication is crucial

Coop Naturaplan | November 2003 | www.coop.ch/naturaplan

Wenn der Bauernhofe den wirtschaftlichen Entscheid fällt, ihren Hof auf Bio-Landbau umzustellen, unterzieht sie als erste Mitmeldung einer Kontroll- und Zertifizierungsstelle. Damit verpflichten sich die Bauern und der Bauer verbindlich, die Bio-Richtlinien der Knospe einzuhalten. Gleichzeitig erklären sie sich bereit, ihren Hof jährlich der obligatorischen Bio-Kontrolle zu unterziehen. Dabei prüft eine Inspektorin oder ein Inspektor einer von Bund und der BIO SUISSE anerkannten Kontrollfirma die Felder, den Stall, die Vorräume und die verschiedenen Aufzeichnungen des Landwirtschaftsbetriebs auf Herz und Nieren.

«Damit ein Landwirtschaftsbetrieb Produkte mit der Knospe verkaufen darf, muss er die Garantie der Richtlinien der BIO SUISSE erfüllen», erläutert Frank Rumpa, Geschäftsführer der bio inspecta AG in Frick, der wichtigsten Kontroll- und Zertifizierungsfirma für die Schweizer Bio-Landwirtschaft. «Es gibt keine Kompromisse. Entweder wird der ganze Hof als Bio-Hof mit der Knospe zertifiziert oder er darf überhaupt keine Produkte mit der Knospe verkaufen.»

«Wir wollen keine Halbheiten»

Für Coop ist eine unabhängige Kontrolle und Zertifizierung vom Bauernhof bis zum Verkaufspunkt für sämtliche Naturaplan-Produkte die zentrale Anlegung, «Halbheiten können und wollen wir uns nicht leisten», sagt Stefan Kausch, Naturaplan-Verantwortlicher bei Coop. Drei Viertel der Naturaplan-Angebots machen Bio-Produkte mit der Knospe aus, die durch das Bio-Kontrollsystem überprüft werden. Ein Viertel sind Reich und Bier aus tierfreundlicher Aufzuchtung. Für diese Label-Programme liegt die Kontrolle beim Schweizer Tierschutz STS und bei der SGS Agro Control.

Das ganze Jahr hindurch ist der Bio-Hof verpflichtet, Eintreten von Vorfällen oder Aufzeichnungen zur Tierhaltung und zum Pflanzenbau vorzunehmen, die belegen, dass die strengen BIO SUISSE-Richtlinien eingehalten wurden. Die Bio-Kontrolle, die einmal jährlich auf jedem Bio-Hof stattfindet, besteht aus einem administrativen Teil und einem Betriebsrundgang. Der Kontrolleur inspiziert zunächst auf einem Rundgang die Felder, die Kulturen und Obstbäume, danach die Ställe und gleichzeitig die Tierhaltung. Anschliessend setzt er sich mit dem Betriebsleiter hin, überprüft sämtliche Aufzeichnungen des Hofes und erstellt einen Zusammenfassung aller Produktionsdaten, Buchhaltungsbelege und Lieferscheine. Vieles, was auf dem Rundgang nicht auf Anhieb klar gewurden war, erhält sich anhand der angelegten Dokumente. Im Abschlussgespräch wird der Betriebsleiter über eventuelle Auflagen, deren Fristen sowie allfällige Sanktionen informiert.

Ein Teil wird doppelt kontrolliert

Die erstmalige Kontrolle wird zwei oder drei Tage vor dem Kontrolltrieb angekündigt, anschliessend fünf Prozent aller kontrollierten Betriebe werden zudem einer Nachkontrolle unterzogen, sagt Frank Rumpa. «Diese erfolgt unangekündigt. Wenn Fristen zur Erfüllung einer Auflage eingehalten werden müssen oder der Verdacht besteht, dass etwas nicht rund läuft, schauen wir uns den Betrieb noch einmal an.»

Der Kontrolleur schickt anschliessend den Kontrollbericht an die Zertifizierungsstelle. Diese überprüft die Kontrollunterlagen nochmals, holt bei Unklarheiten direkt beim Produzenten oder Kontrolleur nach und entscheidet über Zertifizierung und allfällige Sanktionen. Das Zertifikat berechtigt zur Vermarktung mit der Knospe. Von Hundert der 6000 kontrollierten Bio-Betriebe in der Schweiz erfüllten im Jahr 2002 sämtliche Auflagen der Bio-Richtlinien ohne Beanstandung, bei einem Fünftel waren leichte oder grössere Mängel zum Vorschein.

«Mindestens fünf Prozent aller kontrollierten Betriebe werden zudem einer Nachkontrolle unterzogen. Diese erfolgt unangekündigt. Wenn ein Verdacht besteht, dass etwas nicht rund läuft, schauen wir uns den Betrieb noch einmal an.»

Frank Rumpa, Geschäftsführer bio inspecta AG, Frick

die Folgen zubehalten. 2002 erhielten 16% der kontrollierten Betriebe solche Auflagen (vgl. Grafik).

Wenn die Bio-Betriebe wichtige Anforderungen der Richtlinien der BIO SUISSE nicht einhält, spricht die bio inspecta einen Verweis aus. Bei Verstoss auf Grund von Verstössen gegen die Aufzucht- und Fütterungsvorschriften der BIO SUISSE in der Tierhaltung Sechs Prozent der Betriebe erhielten 2002 einen Verweis. In gravierenden Fällen ruiert der Landwirt eine Vorwarnungsperiode oder eine sofortige Kürzung der Direktzahlungen durch den Kanton.

Im Pflanzen-Bereich lag 2002 der Anteil der Betriebe, die die strengste Sanktion, nämlich eine Abmahnung erhielten. Sie bedeutet den Ausschluss vom Gesamtbetriebsbereich aus dem Knospe-Markt. Zu diesem Schritt kommt es bei schwerwiegenden Verstössen gegen grundsätzliche Bestimmungen der Bio-Richtlinien. Im vergangenen Jahr wurden 25 Betriebe abmahnt. Verstösse gegen die Bio-Richtlinien in betrügerischer Absicht sind absolute Ausnahme. «Eigentlicher Betrug im Sinne von bewusster Täuschung ist äusserst selten im Spiele», sagt Frank Rumpa, «immerhin – wenn man realistisch ist, 100%ige Sicherheit ist ein im allentlichen Betrug gibt es nicht.»

Auch Verarbeiter werden kontrolliert

Knospe-zertifizierte Bio-Hofe liefern ihre Milch, ihr Obst, Gemüse und Getreide an über 1000 Handels- und Verarbeitungsbetriebe, die eine BIO SUISSE-Lizenz zur Verarbeitung von Knospe-Produkten haben. Auch diese Betriebe stehen unter Vertrag und werden jedes Jahr auf die Einhaltung der Verarbeitungsrichtlinien kontrolliert. Da wird inspiziert, ob die eingelagerte Warenmenge die erlaubten entspricht, ob die Separierung von biologischer und konventioneller Ware bei der Lagerung und Verarbeitung sichergestellt ist und ob Verunreinigungen ausgeschlossen werden können. Weiter werden die Rezepturen inspiziert und kontrolliert, ob die Verarbeitungsprozesse so strukturiert sind, sie die Richtlinien verschreiben.

Bei einmal zertifizierten Verarbeitungsbetrieben finden bei Unregelmässigkeiten nicht den jährlichen, ordentlichen Bio-Kontrollen unangekündigte Nachkontrollen statt. Diese betreffen, sie in der Landwirtschaft, und für Produzenten der Betriebe.

Entwarnen die ganze Kette von Verkäufern, Lieferanten und Betrieben von Feld bis zum Verkaufspunkt eingehalten und erfüllt worden ist, gelangt die Bio-Produkt unter der Marke Naturaplan im Verkaufsregal von Coop.

Und, um die Sache abzurunden: Auch die Kontrolleure werden kontrolliert. Die bio inspecta wurde durch den Bund anerkannt und wird in regelmässigen Audits überprüft. Frank Rumpa: «Dieses System ist dicht und gewährleistet eine hohe Sicherheit.»

Sanktionen bei Mängeln

Bei erheblichen Mängeln bei bio inspecta eine unangemeldete Fruchtfolge oder eine fehlerhafte Deklaration auf Produkten, die durch den Hof selber verarbeitet wurden, werden mit einer Auflage geahndet. Dem Hof wird dann eine Frist gegeben, um den beanstandeten Mangel oder die Mängel zu beheben.

Das Bio-Kontrollsystem bürgt für hohe Sicherheit.

Eine langfristige Erfolgs-Strategie muss auf festem Boden gründen. Das zeigt die enge und seit zehn Jahren erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Coop Naturaplan und dem glaubwürdigsten Bio-Label, der Knospe der BIO SUISSE. Seit der Gründung setzt Naturaplan auf externe, unabhängige Kontrolle, zum Beispiel die Bio-Kontrolle der bio.inspecta. Das ist die strengste und konsequenteste Kontrolle vom Anbau bis zum Detailhandel, die es in der gesamten Lebensmittelbranche gibt. Darum kann man darauf vertrauen, dass ein Produkt wirklich Bio ist, wenn Bio drauf steht.

Knospe-Qualität auch bei Importprodukten.

UNTER DER MARKE Coop Naturaplan können auch importierte Bio-Produkte zum Verkauf. Auch hier werden die Anforderungen der BIO SUISSE-Knospe und werden entsprechend kontrolliert und zertifiziert. Einzelne Anbauerzeugnisse in der EU mit weniger strikten Richtlinien und Kontrollen werden durch die BIO SUISSE direkt anerkannt (zum Beispiel „Biokat", einer der strengsten Bio-Labels in Deutschland). Produkte aus diesen Label-Programmen dürfen bei der Einfuhr in die Schweiz direkt mit der Knospe ausgezeichnet werden. Hier, die keine dieser anspruchsvollen Labels erfüllen, werden vor Ort durch eine von der BIO SUISSE anerkannte Kontrollanstalt für die Knospe kontrolliert und zertifiziert. Weiterhin gilt die Knospe als einer der konsequentesten und strengsten Bio-Labels.

FLEISCH UND EIER bei Coop Naturaplan, die nicht nach Bio-Richtlinien, aber gemäss Vorgaben der tiergerechten Aufzuchtung produziert werden, stammen ausschliesslich aus der Schweiz.

Coop Naturaplan-Publireportage

Was lange währt, wird endlich gut!

Dank privater Initiative von engagierten Züchtern zeichnen sich für das Biobrotgetreide neue Wege ab.

Die Biozucht-Pionlere

Gleiches Zuchtverständnis führt zur erfolgreichen Partnerschaft

Sativa-Biogetreide ist von Grund auf biologisch!

Coop Naturaplan-Fonds

Nachhaltige Partnerschaft

100 Millionen für Nachhaltigkeit

Für Coop Naturaplan-Biobrote wird nur das beste Getreide verwendet!

coop

Background information in Coop‘s own media

coop

Naturaplan-Info

www.coopzeitung.ch/naturaplan

FOTOS: PATRICK LÜTHY, ZVG

Eindeutig Bio: der Hof von Paul und Käthy Strub in Trimbach bei Olten.

DIE ZEICHEN ZEIGENS

Die weisse Knospe auf grünem Grund kennzeichnet jene Produkte, die den Bio-Suisse-Richtlinien entsprechen.

naturaplan

Die Knospe zeigt: Das ist ein Bio-Produkt. Seit über 20 Jahren kennzeichnet die Knospe Produkte, die nach den Richtlinien von Bio Suisse hergestellt und verarbeitet worden sind.

Grundlage für die Bio-Suisse-Richtlinien ist die Bio-Verordnung des Bundes. Diese hält jene Bedingungen fest, die erfüllt sein müssen, damit ein Produkt als «biologisch» oder «ökologisch» bezeichnet werden darf. Verboten ist etwa der Einsatz gentechnisch veränderter Organismen, der Einsatz chemisch-synthetischer Hilfsstoffe und die Verwendung bestrahlter Produkte. Vorgeschrieben sind natürliche Kreisläufe und Prozesse.

Die Richtlinien der Bio Suisse gehen indes noch weiter als die Verordnung. Vor allem die Vorgaben in der Verarbeitung sind strenger. So schränkt die Bio Suisse den Einsatz von Zusatzstoffen (die mit den E-Nummern) stark ein. Grosser Wert wird auf die schonende Verarbeitung der Rohprodukte gelegt.

Auch im Vergleich zu den EU-Bio-Richtlinien geht die Bio Suisse weiter. Genauer reglementiert sind: Bio gilt für den ganzen Betrieb, Fläche zur Förderung der Artenvielfalt, Limiten beim Kupfereinsatz und in der Düngeintensität und die Verarbeitungsrichtlinien.

Die Bio-Knospe ist mit vier verschiedenen Zusatzinfos versehen:

Knospe mit Zusatz «Bio Suisse»: Lebensmittel, deren Bestandteile zu mindestens 90 Prozent aus der Schweiz stammen.

Knospe mit dem Zusatz «Bio»: Ein Lebensmittel, dessen Bestandteile ebenfalls die Richtlinien der Bio Suisse erfüllen. Allerdings stammen mehr als zehn Prozent aus dem Ausland.

Knospe mit dem Zusatz «Umstellung»: Das Lebensmittel oder seine Bestandteile stammen aus einem Betrieb, der vor weniger als zwei Jahren auf Bio umgestellt hat.

Die Richtlinien der Bio Suisse werden aber bereits vollumfänglich eingehalten. Die Umstellungs-Knospe ist auch ein Ansporn für die Betriebe.

Knospe mit dem Zusatz «Hilfsstoffe»: Zeichnet Erden sowie bio-konforme Dünger und Pflanzenschutzmittel aus.

Takashi Sugimoto

Kopf der Woche

Coopzeitung: ***Es gibt vier verschiedene Knospen. Verwirrt dies nicht die Kunden?***

Markus Wittmer: Nein. Der Kunde erkennt zuerst die Knospe von Bio Suisse. Das ist die Hauptbotschaft.

Wieso gibts denn noch Zusätze wie «Suisse»?

Damit wird das Produkt genauer bestimmt. Die Bezeichnung «Suisse» etwa wurde von den Bauern gewünscht, damit ihre Produkte erkennbar sind.

Markus Wittmer, Bio Suisse, Leiter Qualitätssicherung und Labelvergabe.

Schweizer Produkte werden bevorzugt?

Ja, denn kurze Transportwege sind ökologisch sinnvoll. Aber gewisse Produkte sind in der Schweiz nicht anbaubar, deshalb werden sie importiert. Aber: Alle Produkte mit Knospe, unabhängig vom Zusatz, erfüllen die Richtlinien der Bio Suisse!

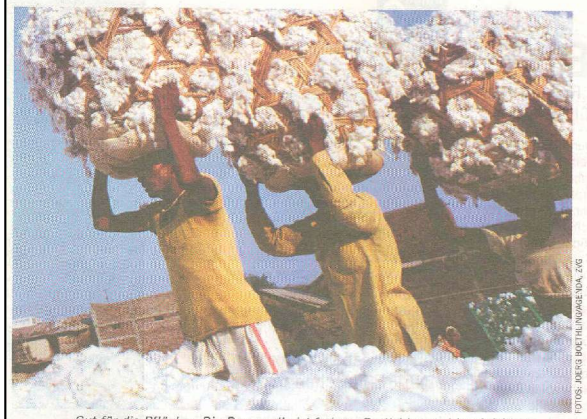
GEMEINSAM BIO

Bio Suisse und Coop haben 1997 einen Partnerschaftsvertrag abgeschlossen, mit dem Ziel, den Markt für Bio-Lebensmittel gemeinsam weiterzuentwickeln. Wichtigste Vertrags-Punkte: Inländische Bio-Produkte haben Priorität, Coop akzeptiert nur von Bio Suisse anerkannte Produkte, laufende Verbesserung des Qualitätssicherungs-Systems und eine ausgewogene Preispolitik für Bio-Produkte.

Naturaline-Info

www.coopzeitung.ch/naturaline

coop



FOTOS: JÖRG BOETHLING/ANDA, ZVG

Gut für die Pflücker: Bio-Baumwolle ist frei von Pestiziden und Insektiziden.

BILDERBUCH-PROJEKT

Die Bio-Baumwolle von Naturaline ist nicht nur für die Haut, sondern auch ökologisch und sozial gut verträglich.

naturaline

«Bio-Baumwolle ist ein Bilderbuch-Bio-Produkt», schwärmt Patrick Hohmann, Präsident der Stiftung bioRe. Seit 1983 unterstützt die Stiftung den Anbau von Bio-Baumwolle in Indien und Tansania. Hohmanns Begründung: «Mit der Umstellung auf Bio gibt es bei Baumwolle einen Nutzen in ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Hinsicht.» Die Zahlen zeigen es deutlich: 2,5 Prozent der landwirtschaftlichen Nutzfläche werden weltweit für den Baumwollanbau genutzt, aber 24 Prozent der Insektizide und 10 Prozent der Pestizide werden dafür aufgewendet. Das passiert zwar im fernen Afrika und Indien – aber ist diese Baumwolle einmal zum Shirt oder Wattebausch verarbeitet, haben auch wir Hautkontakt mit diesen Chemikalien. Für die Baumwollanbauer vor Ort führen die Pestizide gar zu schweren gesundheitlichen Schäden. Darüber hinaus wurden die Pestizide immer teurer, während die Baumwollpreise immer weiter fielen. «Das hat viele Baumwollbauer in die Schuldenfalle getrieben», weiss Hohmann.

Auch die Böden leiden unter dieser chemischen «Behandlung», auf Dauer werden sie unfruchtbar.

Zu den Abnehmern der bioRe-Baumwolle gehört auch Coop mit ihrer Naturaline-Linie. Die Coop-Leiterin für Naturaline, Carine Bötsch: «Coop führt als Pionier das grösste Angebot an Produkten aus biologisch angebauter Baumwolle.» Mit diesem Angebot trifft Coop offensichtlich einen Nerv der Zeit. «Die Kundennachfrage nach ökologisch und sozial verträglichen Materialien steigt kontinuierlich», freut sich Carine Bötsch. Nicht nur Textilien mit dem Label «Naturaline», sondern auch Baumwollprodukte wie Naturaline-Wattepads, -rondellen und Verbandwatte stammen ausschliesslich aus biologischer Herstellung.

Bettina Ullmann

■ Video zum Thema: «Meatu – Bio-Baumwolle für die Zukunft». Bestellung (35 Euro): Filmkraft Filmproduktion, Ferdinand-Maria-Strasse 47, D-80639 München, Fax: 0049 89 17877803.

Die Zukunft ist «Bio»

Coopzeitung: ***Die Flawa ist auf die Produktion von Bio-Watte umgestiegen, warum?***

Peter Brülisauer: Der Erfolg von Coop-Naturaline beweist, dass das Motto für die Zukunft «Bio» lautet.

Sind auch wirtschaftliche Aspekte wichtig?

Sicher. Wir sind interessiert, mit innovativen Produkten einen Mehrwert zu schaffen und damit auch Sicherheit für die Zukunft unserer über 120 Arbeitsplätze.

Peter Brülisauer, Leiter Marketing/Verkauf, Flawa.

Was war für die Umstellung des Betriebes auf Bio nötig?

Die Bio-Produktion muss von der herkömmlichen getrennt werden. Dafür waren eine Reihe technischer Massnahmen notwendig. Die Bio-Produktion unterliegt strengen Vorschriften, die von einem externen Unternehmen jährlich geprüft werden.

JEDE EINZELNE FASER

Bei der Herstellung von Garnen für Textilien können kurze Baumwollfasern (10 bis 30 Prozent des gesamten Ertrages) nicht verarbeitet werden. Nur in der Produktion von Watteprodukten wie Pads oder Rondellen werden diese mitverarbeitet. Neu bei Coop gibt es jetzt auch Wattestäbchen mit Bio-Watte.

A first Sustainability Report in 2004

- Coop has established a presence with organic and fair trade products → high expectations in other areas too.
- Coop conducts an intensive dialogue with stakeholders → high external demand for information
- Coop Naturaplan funds → transparent project reports expected

- Coop reports on environmental key figures in its annual report
- But Coop's services in the field of corporate environmental protection are not broadly recognized
- Communication about Coop's social commitment is rather weak.

- Environmental protection, sustainable sourcing and ethics are well established concepts for senior management but not yet completely integrated into the management process.

What has still to be done?

Communication

with **customers** (in own media, infomercials, Internet…) – we stand out as regards sustainability

with **business partners**: we work together and provide joint, sustainable services

with **stakeholders**: we make clear where we stand and where we're headed

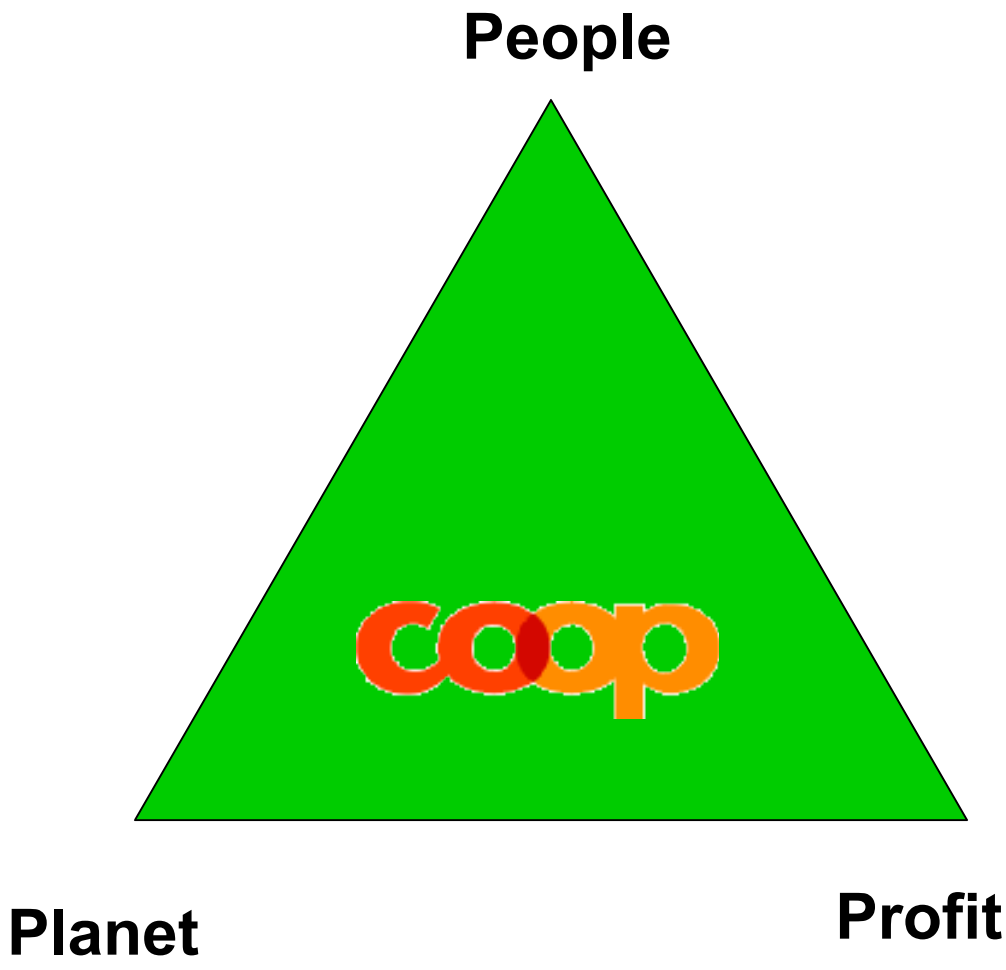
with **employees**: we provide first-class services – including in the area of sustainability

Integration in the management process

Expanding the balanced scorecard

Defining specific implementation goals and checking them periodically

Look into greater international cooperation especially as regards sourcing requirements

Systematic, target-oriented employee training

Sustainability - an important issue for Coop