



Coop Engagement

Gilbert Montavon, Public Relations/Sponsoring
5. Mai 2009

Lebensmittel = Mittel zum Leben



Coop Leitbild

Vision

Unsere Erfolgspyramide

coop

Gemeinsam
an die Spitze

Mission

Ökologie & Ethik

Begeisterung

Dynamik

Rendite

Innovation

Leitbild

nah

vielfältig

profiliert

innovativ

partnerschaftlich

Auszug aus dem Leitbild

- Wir handeln verantwortungsbewusst und sozial
- Wir engagieren uns für sinnvolle Projekte im Dienste der Öffentlichkeit.

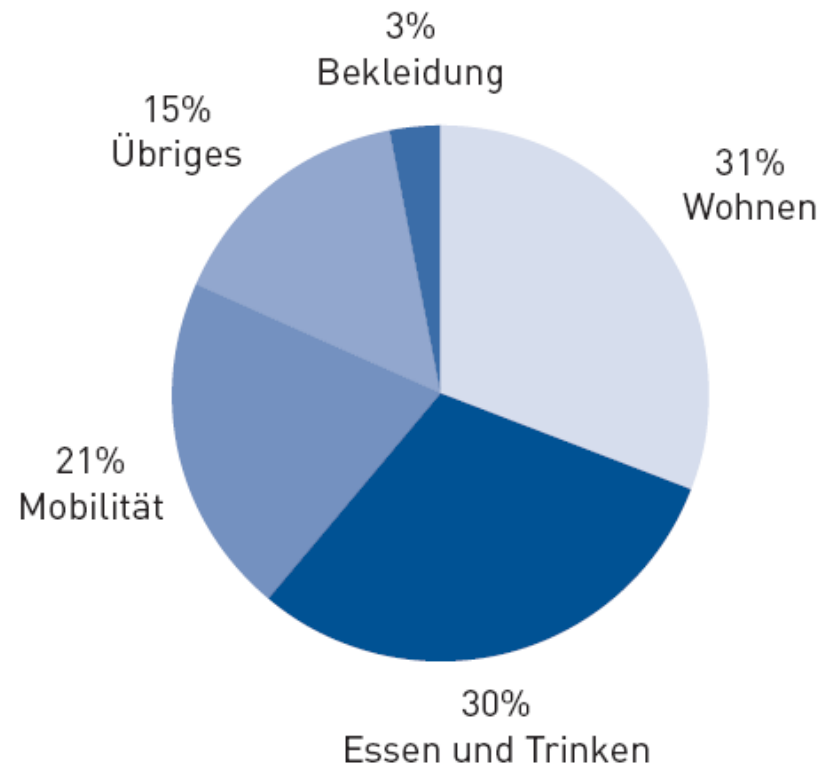
5 Coop Verkaufsregionen



Coop Partnerschaften (Auswahl)

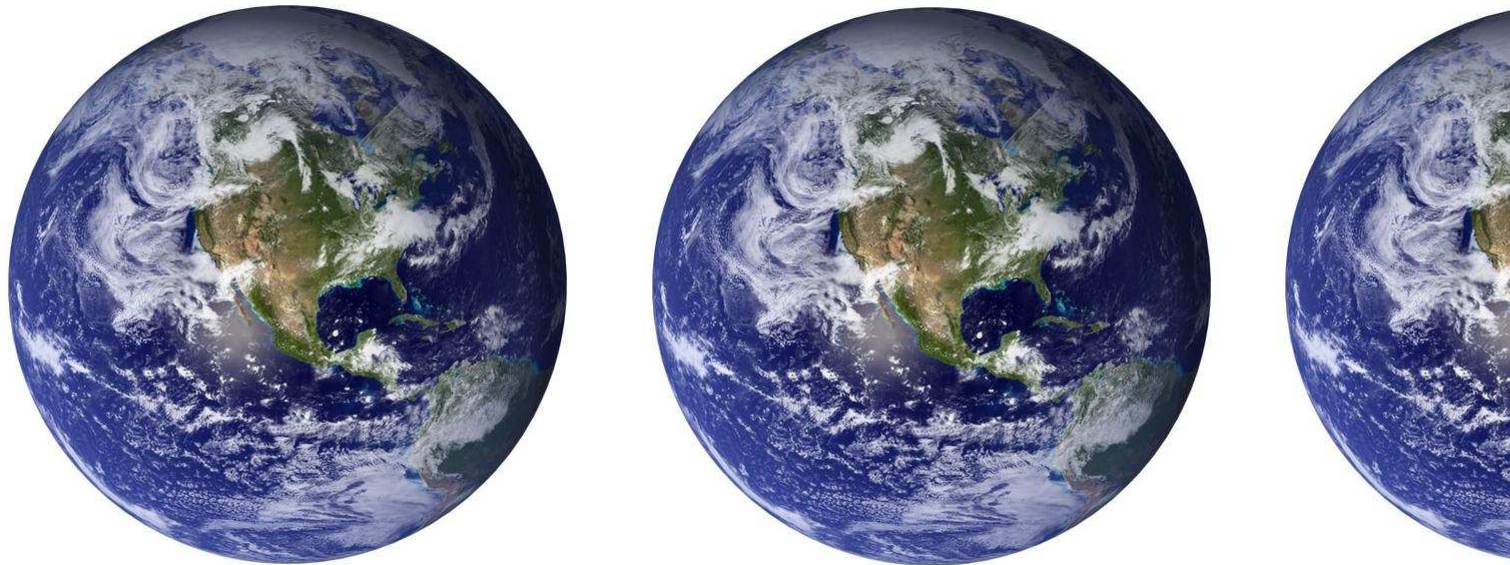


Essen und Trinken als einer der Haupttreiber für Umweltbelastungen



Quelle: ecointesys 2007

**Wenn alle Menschen so viele Ressourcen
verbrauchen würden wie wir, bräuchten wir 2,4
Planeten**



Quelle: WWF, 2008

Kompetenzmarken



Coop Engagement für Nachhaltigkeit

Klimaschutz



Wasser / Überfischung



Pflanzen, Tiere, Boden



Mensch – fairer Handel



Coop Sponsoring

UMWELT +
SOZIALES

ERNÄHRUNG +
BEWEGUNG

KULTUR +
UNTERHALTUNG

SPORT +
FREIZEIT

Dynamik, Innovation, Begeisterung und Verständnis für Ökologie & Ethik – diese Werte kennzeichnen nicht nur Coop als Unternehmen, sondern auch ihr Engagement als Sponsorin.



Ernährung und Bewegung



Wie kommuniziert Coop ihr Engagement?

- Grundsatz: Wir kommunizieren alle unsere Projekte intern und extern.
- Coopzeitung mit 3.3 Mio Leser in der ganzen Schweiz
- Mitarbeitermagazin Coop Forte für 52'000 Mitarbeitende
- Coop Intranet für über 6000 Mitarbeitende
- Coop Internet mit 20'000 Klicks pro Tag
- Verkaufsstelle mit Plakaten/Flyern
- Supercard Angebot

Tischlein deck dich: Umsetzung bei Coop

- Regionaler Pilotversuch in Verkaufsregion Bern
- Handlungsanweisung durch das Coop Qualitätszentrum
- Ausweitung des Projektes auf ganze Schweiz
- Projektverantwortliche Person pro Coop Verkaufsregion. Auftrag und Information durch den Coop Hauptsitz
- Schulung der Coop Mitarbeitenden in den Verkaufsstellen durch die Verantwortlichen der Verkaufsregion
- Kontaktaufnahme „Tischlein deck dich“ mit den Verantwortlichen der Verkaufsregion für Aufnahme von neuen Verkaufsstellen
- Übergeordnete Kommunikation intern und extern via Coop Hauptsitz

Ziele des Coop Engagements

- Imagetransfer in den Imagedimensionen Ökologie und Ethik sowie Begeisterung, Dynamik, Innovation
- Ansprache eines möglichst breiten Publikums
- Verbindung zum Kerngeschäft (Coop Eigen- und Kompetenzmarken) sowie zu den genannten Schwerpunktthemen herstellen
- Motivation der Mitarbeitenden
- Imagewirkung in der Schweiz
- Nationale und regionale Projekte

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

