

Motionsbilaga 2007



Konsumentföreningen **Väst**

Välkommen till medlemsstämman!

Vid föreningsstämman får du information om verksamheten det gångna året och Konsumentföreningen Västs planer för 2008. Även motioner från medlemmarna beslutas.

Föreningens styrelse, revisorer och valberedning väljs.

Dagordning för föreningsstämman

- 1 Val av ordförande, sekreterare och två protokolljusterare
- 2 Fastställande av röstlängd
- 3 Fråga om kallelse till stämman skett i behörig ordning
- 4 Fastställande av dagordning
- 5 Information om verksamhet, ekonomi och framtidsplaner i föreningen och konsumentkooperationen i övrigt
- 6 Framläggande av årsredovisningen för föreningen
- 7 Framläggande av revisionsberättelsen
- 8 Fastställande av resultat och balansräkningarna
- 9 Fråga om ansvarsfrihet för styrelsens ledamöter och vd
- 10 Disposition av föreningens vinst eller förlust enligt den fastställda balansräkningen
- 11 Förslag till reviderade stadgar
- 12 Motioner
- 13 Fastställande av arbetsordningar för valberedning, styrelse och revisorer enligt §§ 17, 19 och 24 i stadgarna
- 14 Bestämmande av arvoden och andra ersättningar till de förtroendevalda i föreningen
- 15 Fastställande av antalet ledamöter i styrelsen enligt § 19 i stadgarna
- 16 Val av ledamöter och ersättare (suppleanter) i styrelsen enligt § 19 i stadgarna
- 17 Val av revisorer och ersättare enligt § 24 i stadgarna
- 18 Val av valberedning enligt § 17 i stadgarna
- 19 Övriga frågor

Vad hände med förra årets motioner?

Förra året fick föreningen in 5 motioner. Här följer en redovisning av vad som skett med de fyra motioner stämman biföll.

Motion angående MedMera-kortet

Motionären ville att föreningen skall verka för att förbättra MedMera-kortets användning på fler ställen och ger exempel på möjligheter till förmånlig rådgivning i familjejuridiska frågor genom ett samarbete med Familjens Jurist. Stämman biföll motionären.

Under 2007 har MedMera-medlemmar fått möjlighet att skaffa MedMera Visa som ger poäng på allt och alla inköpsställen som accepterar Visa. Detta kort har utökat medlemsnyttan väsentligt.

Familjens jurist och Coop MedMera har tecknat ett samarbetsavtal som ger dig MedMerapoäng vid köp av våra juristtjänster.

Mot en Coop MedMera Premiecheck får du 50% rabatt på första konsulttimmen. Du får även MedMera-poäng på de flesta tjänster hos Familjens jurist.

Motioner angående Tidningen Coop Mersmak och DuMedlem

Motionär 1 ville att föreningen skulle verka för att Coop Mersmak tillhandahålls för ett större antal medlemmar. Det gäller även Du medlem som är föreningens egen tidning (distribueras tillsammans med Coop Mersmak).

Tidningen distribueras inte längre i Coop-butikerna utan till alla medlemmar som handlat för minst 1200 kr/månad eller dragit sitt kort mer än 12 gånger på en månad. Föreningen har diskuterat problematiken med att färre medlemmar får tillgång till tidningen och förstår förändringen från Coops sida.

Motionär 2 ville att man skall kunna prenumerera på tidningen Coop Mersmak.

Under 2007 har antalet medlemmar som erhåller tidningen genom att de uppfyller de nya reglerna, ökat med närmare 10 000 medlemmar. Man kan också prenumerera på tidningen.

Föreningskontoret har också distribuerat Du Medlem ut till alla butiker i föreningens område.

Du Medlem kan också läsas på föreningens hemsida www.kfvast.se

Motion angående interaktiv del på föreningen hemsida

Motionären föreslår att föreningen arbetar för att utveckla föreningens hemsida för Kooperationens medlemmar för att utbyta idéer och erfarenheter.

Under 2007 har flera påverkansmöjligheter tagits fram bl.a. medlemspanelen. Här kan du som medlem förmedla vad du tycker i olika frågor som ställs. Vidare har föreningen under 2007 tagit initiativ till att utveckla hela kooperationens olika webbplatser för att förbättra kommunikationen i sin helhet mellan medlem och kooperationen. Arbetet fortsätter under 2008.

MOTIONER TILL FÖRENINGSTÄMMAN MED FÖRSLAG TILL YTTRANDE

MOTION 1

Ärlighet – en kooperativ nyckelvärdering

Som konsument och som konsumentorganisation har vi blivit alltmer medvetna om sambandet mellan konsumtion och miljöpåverkan.

En sådan miljökonsekvens av vår konsumtion är koldioxidutsläppen i samband med transporten av våra livsmedel från produktionsort till konsumtionsplats.

Föreningen har vid olika tillfällen uppmanat medlemmarna att bli medvetna om och tänka på detta samband vid val av produkter.

En förutsättning för att jag som aktiv konsument skall kunna utnyttja min konsumentmakt är förstås att jag vet var produkterna är tillverkade.

På många livsmedel finns redan i dag en märkning som informerar om vid vilken produktionsanläggning som varan är tillverkad s.k. "EG-märkning" i form av nation och anläggningsnummer (ex "SE 529 EEG"). Tyvärr är inte denna varumärkning tillgänglig för oss konsumenter utan enbart till för de myndigheter som har tillgång den "nyckel" som upptar förteckning av produktionsanläggningar.

Märkningens bakgrund och uppgift är att vid "giftlarm" kunna spåra tillverkningsplats i samband med kartläggning av smittvägar.

Denna märkning skulle även kunna vara en utomordentlig hjälp för konsumenten vid sitt val av produkt med tanke på miljöpåverkan av sin konsumtion.

Jag yrkar därför:

att styrelsen får i uppdrag att driva frågan om öppen märkning av livsmedel

att motionen lämnas vidare till KF och Coop Sverige för arbete i motionens anda

Nils Erik Samuelsson
Medlem 978171

Styrelsens yttrande

Motionären yrkar att styrelsen får i uppdrag att driva frågan om en öppen märkning av livsmedel. Konsumentföreningen Väst har under de senaste åren diskuterat frågan och varit aktiv i diskussionerna om ursprungsmärkning av maten.

Genom Coop Kontakt kan man få information om Coops egna varumärken. En tydligare ursprungsmärkning av tillverkning samt en klimatmärkning skulle ge kunden en tydligare information om hur produkten tillverkats. Den informationen ger möjligheten till klimatsmarta val. Ärlighet är en av grundpelarna för konsumentkooperationens värderingar. Våra produkter ska vara justa och våra medlemmar och kunder ska kunna gå in i våra butiker och kunna lita på tillverkningen.

Konsumentföreningen Väst styrelse stödjer förslaget och vill verka för en positiv utveckling av ursprungsmärkningen och märkning av tillverknings- och transportprocessen för respektive vara.

Styrelsen föreslår att föreningsstämman beslutar:

att bifalla motionen och

att motionen vidarebefordras till KF och Coop för åtgärd.

Cykla till stormarknaden

Stormmarknader är ju byggda och anpassade till bilburna kunder, men jag tror det skulle vara möjligt att få fler av oss kunder som bor inom några kilometers avstånd från stormarknaden att ta cykeln istället i stället för bilen. De Coop Forumbutiker som ligger i närheten av större bostadsområden borde kunna göra förbättringar som skulle förenkla för de som redan cyklar och inspirera fler till att göra samma sak. Dessa förbättringar skulle kunna stärka företagets miljöprofil.

En invändning kan vara att man handlar mindre om man kommer med cykel istället för bil. Det kanske till viss del är sant, men det går faktiskt att frakta mycket på en cykel med rätt utrustning. Har man dessutom en cykelkärra kan man få med sig stora mängder varor. Varför inte starta en försäljning av cykelkärror och kanske till och med göra det möjligt att hyra cykelkärra för att köra hem sina varor?

Om det blir lättare att ta cykeln till stormarknaden kanske fler kommer dit oftare och handlar lite mindre, eller mer noga väljer ut tillfällen när de kan använda sig av sin cykel eller när de behöver bilen. Man kanske dessutom skulle locka till sig fler av dem som inte äger någon bil.

Ett problem som uppstår när man i nuläget tar cykeln till stormarknaden, Coop forum Bäckebol i mitt fall, är att det inte finns några bra platser att parkera sin cykel på. Jag har för mig att det finns några enstaka cykelställ precis vid ingången, men de är inte så bra att använda om man, som de flesta besökare, vill använda en kundvagn när man handlar. När man kommer ut med kundvagnen och lastar sina varor på cykeln stöter man nämligen på problemet att man måste lämna den fullastade cykeln utan uppsikt för att återlämna kundvagnen.

Jag brukar lösa detta med att parkera bredvid "kundvagnsgaraget" på bilparkeringen.

Förbättringarna jag föreslår gäller i första hand Coop forum i Bäckebol och på Backaplan, men går säkert att tillämpa på många fler platser.

Mina förslag är

Att en eller flera cykelparkeringar, gärna med tak, och i direkt anslutning till en kundvagnsparkering, placeras nära entrén till stormarknaden. Eller att en parkeringsruta för bil bredvid varje "kundvagnsgarage" görs om till cykelparkering

Att förvaringsboxar installeras nära kassorna så att exempelvis ryggsäck, cykelväskor och hjälm kan lämnas in och hämtas ut enkelt.

Att cykelkärror läggs till sortimentet och även finns för uthyrning.

Att tydliga cykel- och gångvägar skapas.

Att kunderna informeras om, och inspireras till, att åtminstone ibland, ta cykeln till stormarknaden och därmed minska sin negativa miljöpåverkan.

Jenny Kinberg
Medlem 50473420

Styrelsens yttrande

Motionären tar upp ett antal förslag för att underlätta cykeltransport till och från stormarknaden. I den klimatdebatt som pågår är det viktigt att också ta fram förslag och konkreta idéer på hur vi kan spara på vår miljö. Stormarknaderna har ofta kritiserats för att de ligger utanför centralorterna och att det krävs tillgång till bil för att handla där.

Konsumentföreningen Väst styrelse stödjer och vill verka för en positiv utveckling av alternativa, miljövänliga färdmedel till och från butik. Motionärens förslag på olika förbättringar för cyklande kunder är konkreta och bra. Styrelsen ser positivt på förslagen och kommer att ta upp frågan med de olika kedjorna i Coop.

Styrelsen föreslår att föreningsstämman beslutar:

att bifalla motionen och

att motionen vidarebefordras till Coop för åtgärd.

Krav- och Rättvisemärkta varor

Som trogen konsument handlar man förstås på Konsum eller Coop. Då känner man sig trygg. Väl där försöker man hitta sin vara som Rättvisemärkt. Det är inte alltid lätt, men ibland har man tur. Finns den inte som Rättvisemärkt, letar man efter kravmärkt. I tredje hand köper man Änglamark eller det, som märkts med Coop.

Ibland kan man – för sent – upptäcka, att varan man nyss köpt, även finns som Rättvisemärkt eller kravodlad. Den kan finnas på en plats, som man knappast ser eller når om man är kort till växten och inte har så långa armar. Ibland har man bråttom och hinner inte leta.

Man behöver ibland bli påmind om att det finns alternativ. Kan det finnas konsumenter, som inte vet om, att det finns kravodlat och Rättvisemärkt? Kort sagt, vi behöver alla lite information när vi kommer till vår butik. Det vore bra med ett par väl synliga skyltar vid entrén till varorna. På den ena kunde det stå: "Dagens Kravmärkta varor" och på den andra "Idag har vi följande Rättvisemärkta varor". En och annan liten skylt med Krav respektive symbolen för Fair Trade kan sedan finnas bland just dessa varor. Hoppas även få se fler KRAV- och rättvisemärkta varor och fler sorters sådant te.

Jag begär alltså

Att mer information om och reklam för KRAV och Rättvisemärkta produkter ska finnas i kooperativa butiker

Att sådana varor ska finnas större sortiment

Gunilla Zomborcsevic

Medlem 5072178

Styrelsens yttrande

Motionären föreslår bättre information om och utbud av Krav- och Rättvisemärkta produkter. Efterfrågan på Kravmärkta och rättvisemärkta varor ökar hela tiden. Konsumentföreningen Väst har under de senaste åren arrangerat en rad olika föreläsningar och aktiviteter som handlar om Krav och Rättvisemärkt. Föreningen har utbildat eko-ambassadörer och rättviseambassadörer som varit "levande annonser i våra butiker" och förmedlat kunskapen vidare. Föreningen har även anordnat studiecirklar i Göteborg, Skövde och Borås där medlemmar har fått möjlighet att lära sig mer om Krav och Rättvisemärkt. Personalen på Konsumentföreningen Väst har också varit ute i ett antal butiker och satt upp skyltar invid Krav- och Rättvisemärkta varor för att dessa ska synas extra tydligt. Tydligare skyltning och information om dessa varor skulle ge kunden större incitament att köpa Krav- och Rättvisemärkt.

Konsumentföreningen Väst styrelse stödjer och vill verka för ett större sortiment av Krav- och Rättvisemärkta produkter i de kooperativa butikerna. Konsumentföreningen Väst stödjer även förslaget att dessa varor kommuniceras ännu tydligare i butik.

Styrelsen föreslår att föreningsstämman beslutar:

att motionen anses besvarad och

att motionen vidarebefordras till KF och Coop för åtgärd.

Torsk i butiker och stormarknader

Larmrapporterna angående torskbeståndet duggar tätt och bl.a. forskare uppmanar oss konsumenter att byta ut torsken mot annan fisk.

Hur avspeglar sig detta i COOP:s butiker? I Borås möts man av billighetserbjudande på tillfälliga specialpartier med torsk och att torsken klart dominerar i fiskdisken, fem rader med torskpaket och en rad sej. Denna marknadsföring går ju helt på tvärs mot rekommendationen ovan. Jag tycker att det är dags att COOP:s butiker börjar bli lite mer ansvarsfulla. Jag vill därför att stämman beslutar att konsumentföreningen går ut med en rekommendation till samtliga COOP-butiker att

- upphöra med alla slags billighetserbjudanden på torsk
- andra mindre hotade fiskslag skall framhävas mer och helst dominera i fiskdisken

Ingemar Rosberg
Medlem 2409332

Styrelsens yttrande

Motionären föreslår att konsumentföreningen rekommenderar samtliga COOP-butiker att upphöra med billighetserbudanden på torsk och att istället andra mindre hotade fiskslag framhävs mer och helst dominerar i fiskdisken.

Utfiskningen av våra hav och de minskade torskbestånden är ett allvarligt miljöhot. Många torskbestånd är idag utrotningshotade och torsken är överfiskad. Konsumentföreningen Väst har under de senaste åren agerat i frågan och arrangerat föreläsningar om fiskkonsumtion. "Var simmar fiskpinnarna?" var temat på en föreläsning som hölls i Göteborg och Skövde där många medlemmar deltog samtidigt som media skrev artiklar om hållbart fiske.

Konsumentföreningen Väst deltog även i en paneldebatt i radions P1 om konsumtionen av torsk. Föreningen har även utbildat butikspersonal om hållbart fiske och hur man kan framhäva de MSC-märkta (Marine Stewardship Council) och KRAV-märkta fisksorterna i butiken. Under våren ska föreningen även utbilda alla eko-ambassadörer (cirka 50) i vårt område om hållbar fiskkonsumtion. I KF-konsumenters folder "Bra att veta om fisk och skaldjur" som delas ut i alla Coops butiker, finns information om vilken fisk konsumenten bör välja för miljöns skull. I denna rödlistas torsken och konsumenten uppmanas att låta bli att köpa torsk.

Coop har tagit flera beslut för att kunderna ska kunna handla torsk med gott samvete:

- Östersjötorsk finns inte i Coops egna frysta produkter som Coop torskfilé och X-tra fiskpinnar.
- Coop har valt krokfångad norsk torsk istället för trålad torsk i Coop torskfilé eftersom krokfångad torsk skonar havsbottnarna och minskar bifångsterna. Eftersom det är få båtar som fiskar med krok är också kontroll av att fångsterna är inom godkända kvoter mycket säker.
- För färsk torsk står norsk odlad torsk för en stor del av Coops utbud. Den kompletteras med vild fångad torsk från bifångster vid fiske i bland annat Östersjön.
- Coop ställer krav på att den torsk som säljs ska vara minst 40 centimeter eftersom torsken då haft möjlighet att reproducera sig.

Inom Coop pågår också en översyn av fisksortimentet för att få fram mer miljömärkt fisk, både odlad och vildfångad.

Konsumentföreningen Västs styrelse vill verka för en hållbar fiskkonsumtion. Coops butiker bör upphöra med alla billighetserbudanden på torsk. Konsumentföreningen Väst vill även att alla miljömärkta fisksorter och de mindre hotade fiskslagen ska framhävas tydligare i fisk- och frydiskarna. Enligt MSC kan dock den miljömärkta stillahavstorsken eller krokfångad torsk vara ett miljöalternativ.

Styrelsen föreslår att föreningsstämman beslutar:

att bifalla första att-satsen och

att motionen vidarebefordras till KF och Coop för åtgärd.

Försäljning av pyroteknik i och kring butiker och stormarknader

Problemen med smällare och raketer ökar år från år. Både människor och djur far illa och ren vandalisering blir allt vanligare. Det finns butiker idag som tagit ställning att dessa produkter inte får säljas i butiken eller av tillfällig försäljare utanför butiken. Jag föreslår därför att stämman tar beslut att konsumentföreningen går ut med en uppmaning att COOP:s butiker tar avstånd både från egen försäljning men också när det gäller att upplåta mark för tillfällig försäljning inför påsk och nyår vad gäller pyrotekniska produkter.

Ingemar Rosberg
Medlem 2409332

Styrelsens yttrande

Motionären föreslår att Coops butiker tar avstånd från försäljning av pyrotekniska produkter. Föreningen delar motionärens syn att problemen är omfattande. Ofta är det ungdomar som skadas. Det har också medfört att kommunerna infört olika former av lokala restriktioner för användningen av pyrotekniska produkter. Viktigt är också att föräldrar tar sitt ansvar för en ansvarsfull användning.

Att Coop som ensam aktör inom dagligvaruhandeln slutar att sälja pyroteknik skulle förmodligen leda till att köparna vänder sig till konkurrenterna. Styrelsen anser emellertid att frågan är särskilt betydelsefull för Coop, som är en ledande aktör för en hållbar utveckling inom dagligvaruhandeln. Styrelsen avser därför att ta upp frågan till vidare diskussion inom konsumentkooperationen.

Styrelsen föreslår att föreningsstämman beslutar:

att motionen anses besvarad.

Felaktiga priser i Coops kassor

Hur fungerar säkerheten i kassorna i Coops butiker? Finns det felaktigheter i kassorna eller i datasystemen eller är det den mänskliga faktorn?

Det är på förekommen anledning jag vill att stämman tar upp den olägenhet det innebär för kunden när dessa felslag blir så kontinuerliga och tidsspillan för kunden blir så stor. Det tar tid att göra en ytterligare resa ned till stan för att få felaktigheterna tillrättade!

Tid och pengar!; Tid är pengar!

Vid åtskilliga tillfällen under år 2007 har det förekommit betydande felslag på kvitton när jag handlat som sammanräknade vid ett och samma tillfälle blivit 140:-, 70:-, 39:-, 32:50. Många, många fler. Kvitton har varit felaktiga vid tillfället 140:- i kvittotfel åtgärdades det av en annan kassör så jag fick pengarna tillbaka.

Felslagen har med tiden blivit kontinuerliga. Jag skriver upp dem, men önskar att ledningen tar krafttag och ser över fenomenet; kassa-, personal- kund-miljö för ett hållbart, självklart val av matinköp, matproducent, av föreningskonsument även i framtiden.

Som sagt konkurrensen är stenhård!

Jag föreslår därför:

Att föreningen får i uppdrag att arbeta för att Coop skall arbeta aktivt för att förhindra felslag och felaktiga kvitton ute i butikerna.

Birgitta Begic

Medlemsnummer 1821032

Styrelsens yttrande

Felslag och felaktiga kvitton är en mycket viktig fråga som också motionären påpekar. Det är verkligen en olägenhet för kunden när det visar sig att priset på varan man köpt inte stämmer. Inom Coop arbetar man aktivt med problemet.

Orsaken till felaktigheter i kvittot kan bero på tre olika saker:

1. Ändringar av priser för annonsvaror uppdateras genom en datafil från Coop centralt. Ibland kan enstaka varor saknas i denna fil vilket gör att annonsvaror har felaktigt pris i kassan
2. Priset justeras i kassasystemet men inte korrekt på hyllkanten. Här kan en viss fördröjning ske men det kan även bero på den mänskliga faktorn
3. Kassapersonalen tar ett felaktigt pris ofta gäller detta frukt eller grönt där rätt kod skall anges. Det kan t.ex. vid samma tillfälle finnas flera olika sorter av röda äpplen som ibland kan vara svårt att se skillnad på. Den mänskliga faktorn spelar stor roll

För Coop är det viktigt att eliminera alla dessa former av fel för kunden men när det inträffar justeras detta av butiken. Många butiker jobbar aktivt med att försöka minimera antalet felslag genom att ge en kompensation om det blir fel på kvittot. Det kan exempelvis vara en lott.

Styrelsen föreslår att föreningsstämman beslutar:

att bifalla första att-satsen och

att motionen vidarebefordras till KF och Coop för åtgärd.

Stärk den lokala medlemsverksamheten

För en demokratisk folkrörelse är engagerade och aktiva medlemmar en förutsättning för att organisationen skall upplevas som viktig och ha medlemmarnas legitimitet när den agerar i olika sammanhang

För Konsumentföreningen Väst är denna förutsättning särskilt viktig av två skäl:

1. Föreningen omfattar mer än 320 000 medlemmar spridda över en stor del av Västra Götaland.
2. Medlemmarnas möjligheter till demokratiskt inflytande är begränsat till ett gemensamt årsmöte för hela föreningen.

I en sådan stor förening, geografiskt omfattande, med små möjligheter till medlemsinflytande, är den lokala medlemsverksamheten av yttersta vikt för att organisationen skall kännas meningsfull och ha legitimitet hos medlemmarna.

I slutet av 90-talet startade föreningen en satsning på "medlemsringar" som skulle vara ett medel för lokalt engagemang, antingen kring en sakfråga ex "Hälsoringen" eller utifrån ett avgränsat geografisk område ex "Ulricehamnsringen".

Denna typ av verksamhet är mycket beroende på "eldsjälar" som "brinner" för sitt engagemang. Efter en entusiastisk början med deltagare både från styrelse och för medlemmar kan man nu tyvärr konstatera att denna medlemsaktivitet kraftigt har minskat i omfattning.

Om föreningens medlemsengagemang skall kunna återupprättas och medlemsdemokratin hållas levande är det nödvändigt att styrelse och föreningsledning stöttar den lokala medlemsverksamheten.

Detta kan ske både genom att avsätta medel för den lokala medlemsverksamheten och genom att bedriva medlemsutbildning för lokala aktivister. Jag yrkar därför

att styrelsen får i uppdrag att stimulera den lokala medlemsverksamheten genom att i budget avsätta riktade medel för sådan verksamhet

att styrelsen skall stötta den lokala verksamheten genom utbildning av "kooperativa aktivister"

Nils Erik Samuelsson
Medlem 978171

Styrelsens yttrande

Motionären föreslår att föreningen ska stimulera och avsätta budget för den lokala medlemsverksamheten och att utbilda "kooperativa aktivister". De frågor som motionären tar upp är viktiga och styrelsen vill därför belysa föreningens planer både utifrån en principiell utgångspunkt och genom att beskriva de konkreta möjligheterna medlemmarna kommer att ha att engagera sig lokalt eller i andra former.

Styrelsen delar motionärens syn att det måste finnas möjlighet till engagemang, dock inte bara lokalt. Däremot delar vi inte slutsatserna att medlemmarnas demokratiska inflytande inskränker sig till den årliga föreningsstämman. Medlemmarnas möjligheter till inflytande kommer att vara större än någonsin med föreningens nya strategi, som fastställdes under 2007.

Föreningen har fyra principiella utgångspunkter när det gäller verksamhet för medlemmar:

1. Verksamheten ska leda mot föreningens mål.

Under 2007 har föreningen tillsammans med Konsumentföreningen Svea utformat en strategi för de närmaste årens verksamhet. Den bygger både på konsumentkooperationens nya verksamhetsidé och på att vi måste kraftsamla om de kooperativa butikerna ska uppfylla medlemmarna krav. Målen är att vi ska ha de bästa butikerna och att vi befäster positionen som en ledande aktör för en hållbar utveckling för människa och miljö. Även den lokala verksamheten ska bidra till att dessa mål uppnås.

2. Medlemmarnas intresse för traditionellt föreningsengagemang är litet.

Viljan att vara aktiv i konsumentkooperationen är tyvärr ytterst begränsad. Cirka en procent vill vara aktiva, den lägsta andelen i svenskt föreningsliv. Tidspressen i vardagen är stor för många och idag finns det oändliga möjligheter att berika sitt liv och engagera sig i värderingsstyrda frågor.

3 Verksamheten måste anpassas till former som attraherar.

De områden där engagemang är störst är frågor som rör den egna butiken och miljö- och rättvisefrågor. Men de flesta vill inte gå på möten, de vill göra punktsatser under kort tid, agera via Internet, skriva på ett upprop eller utnyttja sin konsumentmakt genom sina inköp.

4. Aktiviteterna måste kunna försvaras ekonomiskt.

Våra aktiviteter ska göra nytta och effekt för många medlemmar. Vi kan inte satsa på aktiviteter som kräver betydande resurser men gynnar en liten minoritet av medlemmarna.

Genom den nya strategin kommer föreningen att nå väsentligt fler medlemmar än tidigare, både i lokal verksamhet och i andra former. Tidigare har vi haft tyngdpunkten att bjuda in medlemmarna till våra möten och föreläsningar. I fortsättningen lägger vi inte resurser på aktiviteter som når väldigt få, vi vänder i stället på steken. Vi söker oss till medlemmarna där de finns – i butikerna, på Internet och på "andra arenor".

I butikerna kommer vi att fortsätta att bjuda i medlemmar att delta i referensgrupper eller i andra former av direktinflytande. Vi kommer också i samarbete med butikerna bjuda in till medlemsmöten om butikerna. Dessutom har vi börjat bygga upp en elektronisk medlemspanel för konsumentfrågor och för enkäter om den egna butiken. Panelen hade i februari cirka 300 deltagare. Vi kommer hela tiden att söka efter nya former för medlemmarnas inflytande i butikerna.

När det gäller verksamhet på andra platser utanför butik kommer vi att fortsätta att inbjuda medlemmarna till dialog och konsumentinformation på föreningsstämmor. Vi kommer också att delta i evenemang, besöka skolor, samarbeta med andra föreningar, göra undersökningar och vara aktivare gentemot massmedia i konsumentfrågor.

Strategin innebär också att vi ska driva på för att konsumentkooperationen ska utveckla betydligt mer nyttigheter och möjligheter till engagemang för medlemmarna på Internet. Det gäller konsumentinformation, rådgivning, debatt och möjligheter till att påverka den egna butiken. På Internet vill vi också skapa möjlighet för medlemmarna att utbyta erfarenheter i "intresseklubbar" (communities) inom olika konsumentområden.

Av stor betydelse är också det nätverk av intresserade medlemmar i hela föreningsområdet som successivt byggs upp. Intresserade erbjuds utbildning så att de sedan kan informera om ekologi, hälsa och Rättvisemärkt i butik eller på evenemang. Idag består nätverket av 3400 personer.

Styrelsen föreslår att föreningsstämman beslutar:

att motionen anses besvarad.

Föreningens lokala förankring

Vi har nu levt med föreningens nya organisation under ett år och kan se tillbaka på hur den fungerat. Man kan då konstatera att föreningen helt saknar lokal anknytning. De tankar som före förändringen fördes fram om att tidigare engagerade medlemmar skulle kunna fortsätta sitt engagemang om än i andra former har inte kunnat realiseras. Föreningens verksamhet styrs nu i ännu högre grad än tidigare av styrelsen och de anställda. Kontakten med den vanlige medlemmen har ytterligare försvagats, och kunskapen om föreningen bland medlemmarna har blivit ännu mindre än tidigare, eftersom man inte ens har någon lokal representant att ta kontakt med längre. Förändringen genomfördes dessutom på ett sådant sätt, att många av de tidigare förtroendevalda upplevde att de inte längre var önskvärda i föreningens arbete.

Den gamla lokala organisationen var knuten till det konsumentkooperativa butiksnätet. Detta nät har glesats ut i ett allt snabbare tempo. Det finns nu tecken på att man från ansvarigt håll insett att en fortsatt utveckling åt det hållet kommer att innebära att man inom stora områden snart inte är kvar på marknaden. Istället tycks man nu förstå att gäller det att se till att man har slagkraftiga och lönsamma butiker av till marknaden anpassad storlek inom hela vårt land, om den negativa trenden långsiktigt skall kunna brytas. Det är viktigt att föreningen också anpassar sin verksamhet i samma riktning.

Medlemslivet är nu i första hand koncentrerat till referensgrupperna. Dessa är av mycket stort värde för såväl butikernas ledning som för medlemmarna. Vi måste dock inse att om detta slår alltför väl ut, kommer även andra aktörer på marknaden att hitta på något liknande. Referensgrupperna behöver ju egentligen inte alls vara knutna till föreningen, utan verksamheten kan som ett alternativ skötas av den lokale butiksföreståndaren.

Vad som däremot på ett avgörande sätt skiljer de kooperativa butikerna från övriga aktörer på marknaden är ju att de på ett eller annat sätt ägs av föreningens medlemmar. Detta faktum var tidigare ett självklart argument för konsumentkooperationen, men sedan början av 1990-talet har det kommit i skymundan, och numera uppfattas den alltmer centralistiska Kooperationen som något som ligger högt ovan medlemmarnas/ägarnas huvuden. Många medlemmar upplever idag ingen skillnad mellan ett konsumentkooperativt och ett privatägt inköpsställe.

På något sätt borde vi starta om från början. Eftersom COOP vad jag förstår nu är på väg att överge den oordnade reträtten och planerar nyetableringar, är det viktigt att föreningen hakar på den nya utvecklingen. Vi bör därför göra något för att få de som använder de nya inköpsställena att känna att de som föreningsmedlemmar kan ha ett inflytande. Därför bör vi försöka att få fram någon eller några lokala representanter som är beredda att ta ansvar för kontakter mellan butikens ledning och de som gör inköpen där. Detsamma skall givetvis också gälla för kvarvarande enheter i det tidigare butiksnätet. Vad personerna skall kallas, vilken ställning de skall få och hur de skall utses, får väl diskuteras efterhand. Viktigast är att föreningen åter får en lokal förankring knuten till konsumentkooperationens ursprungliga roll att anskaffa och försälja varor och förnödenheter till medlemmarna.

Jag föreslår därför att föreningens styrelse av föreningsstämman får i uppdrag att ta fram ett förslag till lokal representation vid varje COOP-driven enhet inom Konsumentföreningen Västs verksamhetsområde.

Jan Andersson
Medlem 1850866

Styrelsens yttrande

Motionären föreslår att styrelsen ska få i uppdrag att ta fram förslag om lokal representation vid varje Coop-enhet inom föreningens verksamhetsområde. Någon eller några lokala representanter ska ansvara för kontakter mellan butikens ledning och butikens kunder.

Under 2007 utvecklade föreningen tillsammans med Konsumentföreningen Svea en strategi för hur vi skall lyfta Coop i våra områden. En ökad lokal förankring är ett av flera viktiga arbetsområden i strategin. 2007 genomfördes också föreningens nya organisation med direktdemokrati och slopande av den lokala förtroendemannaoorganisationen. Genom detta har vi redan nått betydligt fler medlemmar och konsumenter än tidigare. Denna positiva utveckling kommer att stärkas ytterligare med den nya strategin.

För Konsumentföreningen Väst innebär strategin en förnyelse. Tidigare har vi haft tyngdpunkten att bjuda in medlemmarna till våra möten och föreläsningar. I fortsättningen lägger vi inte resurser på aktiviteter som når väldigt få medlemmar. Nu vänder vi i stället på steken. Vi söker oss till medlemmarna där de finns – i butikerna, på Internet och på andra "arenor".

Föreningens organisation är fr.o.m. 2008 indelad i fyra områden; Skaraborg, Norr och Älvdalen, Söder och Sjuhärad samt Göteborg. I varje område arbetar en verksamhetsutvecklare med referensgrupper eller andra former av direktinflytande för medlemmarna i butik. Vi kommer också att arrangera föreläsningar och rådgivning och andra konsumentaktiviteter i butik. Utanför butiken koncentrerar vi oss på konsument- och medlemsaktiviteter och samarbete med andra föreningar som når många medlemmar och konsumenter.

Kontakterna med butikerna kommer att intensifieras genom den uppdelning vi gör geografiskt. Det leder också till en ökad kännedom för styrelsen om respektive butik. Som aktive ägare kommer vi också att kvalitetsgranska våra butiker.

Vi har också börjat bygga upp ett nätverk med intresserade medlemmar som på olika sätt agerar för föreningen i konsumentfrågor. Nätverket utbildas av föreningen för att exempelvis bli Eko-ambassadörer och Rättvis-ambassadörer. Nätverket har idag över 3400 personer som deltagit i vår verksamhet och nätverket kommer att växa ytterligare under 2008.

Föreningens nya organisation och arbetssätt ligger i linje med det som tilltalar dagens konsumenter och medlemmar. Det arbetssätt vi nu utvecklar kommer att ge den lokala förankring som motionären eftersträvar. Att ta på sig ett uppdrag där engagemanget kräver kunskap och tid i fler frågor är lika svårt som i andra föreningar. Istället vill många engagera sig i konkreta och avgränsade sakfrågor.

Det är också viktigt att den nya demokratiska organisationen, avtalet med Coop om referensgrupper och strategin får verka ett tag innan förändringar görs. Därefter bör självfallet en utvärdering göras.

Styrelsen föreslår att föreningsstämman beslutar:
att motionen anses besvarad.

Konsumentkooperativa dagligvaru- butiker och stormarknader inom verksamhetsområdet per 31 december år 2007.

Coop Forum Backaplan, Göteborg
Coop Forum Borås
Coop Forum Bäckebo, Hisings Backa
Coop Forum Falkenberg
Coop Forum Kålleröd
Coop Forum Sisjön, Askim
Coop Forum Skara
Coop Forum Skövde
Coop Forum Stenungsund

Coop Extra Eriksbergs Köpcenter, Göteborg
Coop Extra Mölnlycke

Coop Konsum Avenyn, Göteborg
Coop Konsum Gamlestaden, Göteborg
Coop Konsum Hjo
Coop Konsum Karlsborg
Coop Konsum Kungälv
Coop Konsum Karingerget, Västra Frölunda
Coop Konsum Landala, Göteborg
Coop Konsum Lundby, Göteborg
Coop Konsum Marieholms Center
Coop Konsum Munkebäckstorg, Göteborg
Coop Konsum Surte
Coop Konsum Skene
Coop Konsum Sandtorget, Skövde
Coop Konsum Tidaholm
Coop Konsum Töreboda

Coop Nära Dr Bex gata, Göteborg
Coop Nära Gastorp, Lindome
Coop Nära Götene
Coop Nära Hällekis
Coop Nära Kyrkbytorget, Göteborg
Coop Nära Mariagatan, Göteborg
Coop Nära Marstrand
Coop Nära Moholm
Coop Nära Mölndalsvägen, Göteborg
Coop Nära Trätorget, Göteborg

Coop Bygg Borås
Coop Bygg Bäckebo, Hisings Backa
Coop Bygg Falkenberg
Coop Bygg Kålleröd
Coop Bygg Skara
Coop Bygg Skövde

Dessutom finns konsumentkooperativ fackhandel inom verksamhetsområdet:
Akademibokhandeln & Bokus.
MedMera-kortet ger även förmåner på bland annat Expert & KappAhl



Konsumentföreningen Väst
Box 7116
402 32 Göteborg

Besöksadress: Första långgatan 28 B
413 27 Göteborg

Telefon: 031-742 82 80 (växel)
Fax: 031-742 82 85
E-post: info@kfvast.se
Hemsida: www.kfvast.se