

Klimaneutraler Ackerbau als Meilenstein der CO₂-Vision von Coop

Felix Wehrle, Leiter Kommunikation Coop
8. Juni 2011, Schlatthof Aesch

Coop nimmt ihre Verantwortung für Klimaschutz wahr

Zentrale Rolle von Unternehmen beim Klimaschutz

Unternehmen müssen beim Klimaschutz eine zentrale Rolle einnehmen, da bei Produktion, Transport, Verkauf und Gebrauch von Produkten bzw. bei der Erbringung von Dienstleistungen CO₂-Emissionen anfallen

Mehrfache Verantwortung des Detailhandels

- Gatekeeper-Funktion bzgl. des Produktsortiments
- Sensibilisierung der Konsumenten für den Klimaschutz
- Beitrag zur klimafreundlichen Wertschöpfungskette
- eigene CO₂-Emissionen in den Bereichen Logistik, Verkauf und Verwaltung reduzieren



Coop wird bis 2023 in den direkt beeinflussbaren Bereichen CO₂-neutral

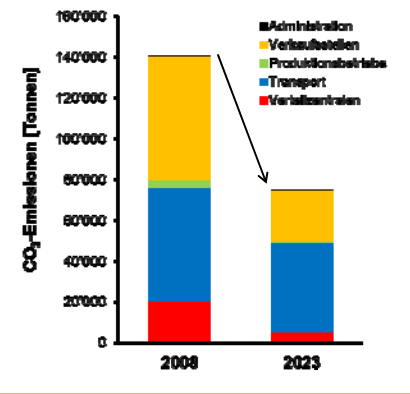


Erst Reduktion, dann Kompensation

«CO₂-neutral bis 2023» heisst für Coop
 –alle technisch möglichen und finanziell zweckmässigen Massnahmen zu ergreifen, um
den absoluten CO₂-Ausstoss so weit wie möglich zu reduzieren

–restliche CO₂-Emissionen ab 2023 über Projekte kompensieren,
 d.h. jene Emissionen, die nur mit unverhältnismässigen Kosten oder gar nicht vermieden werden können

Reduktion CO₂-Ausstoss um 50%



Massnahmenpaket zur CO₂-Reduktion 20% weniger Energie – 80% erneuerbare Energie



Reduktion des Energiebedarfs



Neu- und Umbauten im Minergie-Standard

Strombedarf reduziert sich bis zu 20%, Wärmebedarf bis zu 40%



Einsatz von CO₂ zur Kühlung von Produkten

Strombedarf zur Kühlung reduziert sich um rund 25%



Einsatz von LED

Strombedarf zur Beleuchtung reduziert sich um bis zu 50%



Transportverlagerung von Strasse auf Schiene

Reduktion der CO₂-Emissionen um nahezu 100%

Einsatz erneuerbarer Energieträger



Nutzung von Abwärme, Holz und Wärmepumpen

CO₂-Emissionen der Wärme reduzieren sich um fast 100%



CO₂-arme Strombeschaffung

Energieträger bei Stromproduktion bestimmt CO₂-Emissionen



Einsatz von Treibstoffen aus biogenen Abfällen

Reduktion der CO₂-Emissionen um bis zu 80%

Zielsetzung Coop in der Beschaffung

- Produkte im Coop Sortiment sollen möglichst nachhaltig produziert und verarbeitet werden
- Screening durch alle Food-Produkte 2010
- Screening durch alle Non-Food-Produkte 2012



Partnerschaft FiBL und Coop

- | | |
|-------------|---|
| 1993 | Start Coop Naturaplan |
| 1993 – 1995 | Bio Suisse Apfelprojekt |
| 1996 – 1999 | Bio Weinbauprojekt |
| 2003 – 2014 | Coop Fonds für Nachhaltigkeit erteilt Forschungsaufträge an FiBL von mindestens 1 Mio. Franken pro Jahr |



Coop Fonds für Nachhaltigkeit



coop

Klimaneutraler Ackerbau

8. Juni 2011

7

Weshalb investiert Coop in Bio-Forschung beim FiBL?

- Naturaplan ist die strategische Eigenmarke von Coop
- Bio-Produkte müssen langfristig für die Konsumenten kommunizierbaren Mehrwert aufweisen.
- Forschung des Bundes und der Industrie konzentriert sich auf traditionelle oder gentechnische Produktion
- Coop unterstützt innovative Forschungsprojekte des FiBL und fördert damit die Biolandwirtschaft weltweit
- Bio ist bei offenen Grenzen eine Schweizer Spezialität mit guten Wettbewerbschancen.

naturaplan



coop

Klimaneutraler Ackerbau

8. Juni 2011

8

Erfolgreiche Coop–FiBL–Projekte

- Äpfelprojekt
- Beschaffungsprojekte Beeren, Blumen + Wein
- Pro Q (Qualitätsmilch für Bio-Region)
- Biodiversität auf Knospen-Höfen
- Klimaneutraler Ackerbau



Vielen Dank

