



Coop Danmark A/S Beretning 2024

Coop Danmark A/S
CVR-nr. 26 25 94 95
Roskildevej 65, Albertslund

April 2025

Indholdsfortegnelse

Ledelsesberetning
- året der gik
/ s. 04

05	2024 i tal og tidslinje
07	Forord fra formanden og CEO
10	Koncernoversigt
11	Coop Danmark
19	Hoved- og nøgletal
23	Økonomiske forhold og forventninger

Ledelsesberetning
- redegørelse for
samfundsansvar
/ s. 26

27	Forretningsmodel
28	Dobbelt væsentlighedsanalyse
31	Coops værdikæde - Håndtering af de væsentligste risici
32	Coop ansvarlighedsstrategi 2025 / Tid til at handle
33	Klima og miljømæssige forhold
42	Sociale forhold
53	Ledelsesmæssige forhold
54	Politikker for samfundsansvar

**Coop Danmark
Ledelse**
/ s. 55

56	Coop Danmarks direktion
57	Coop Danmarks bestyrelse

Bilag
/ s. 59

60	ESG anvendt regnskabspraksis
64	Selskabsoplysninger





“

Jeg vil rette en særlig tak til alle medarbejdere i Coop-koncernen og i brugsforeningerne for at udvise exceptionel kampgejst. At I har viljen til at stå skulder ved skulder hver dag og kæmpe for et bedre Coop, det er uvurderligt, og det gør mig utrolig stolt. Coop er på rette vej.”

/Thor Skov Jørgensen
CEO i Coop Danmark



Ledelsesberetning

– året der gik

05	2024 i tal og tidslinje	↗
07	Forord fra formanden og CEO	↗
10	Koncernoversigt	↗
11	Coop Danmark	↗
19	Hoved- og nøgletal	↗
23	Økonomiske forhold og forventninger	↗



I beretningen benævnes Coop Danmark A/S som Coop Danmark A/S, Coop Danmark, Coop-koncernen eller Coop.

I beretningen benævnes OK a.m.b.a. som energiselskabet OK, OK a.m.b.a. eller OK.

I beretningen benævnes Coop amba som Foreningen Coop amba.

2024 i tal

Coop Danmark er ejet af Foreningen Coop amba og OK a.m.b.a med hhv. ca. 49% og 51%. Her er et udpluk af tallene fra året i Coop Danmark. For regnskabet's nøgletal, se side 19.



310.101.880
gange

købte en kunde varer
i en af Coops butikker



438
butikker med nye
scan-selv-kasser

som Coops softwareselskab LobyCo har
udviklet i tæt samarbejde med Coop Teknologi



3 mio.
downloads

af Coops app blev rundet i 2024



939
butikker

ved udgangen af 2024



26,9%

blev CO₂e-udledninger
fra Coops egen drift sænket med i
2024



38.527
medarbejdere

ved udgangen af 2024



I 2024 har
Coop udbetalt
330

mio. kr.

i bonus og medlemsrabatter



169
ton plastik

sparer Coop om året med
den nye flowpack-embalage

250
butikker har fået
sat ladestandere
op i løbet af 2024 i
samarbejde med OK

I alt har 371 butikker nu fået sat ladestandere
op, det giver 931 ladepunkter i alt



2 mio.
medlemmer

af Foreningen Coop amba i 2024



2024 Året der gik





**Formanden
og direktøren
har ordet**



Forord fra formanden

Et historisk år for Coop

Da Coops øverste myndighed, Landsrådet, den 19. april 2024 godkendte aftalen mellem Foreningen Coop amba og energiselskabet OK, blev et nyt kapitel i Coops 158 år lange historie indledt.

2024 var et vigtigt og meget begivenhedsrigt år for Coop Danmark. Et år, hvor transformationen af virksomheden begyndte.

Før aftalen med OK befandt Coop sig i en situation, som ikke længere var økonomisk holdbar. Og den økonomiske krise krævede en fundamental transformation.

Transformationen blev indledt i foråret 2024, hvor OK og Foreningen Coop amba indgik en aftale, der tilførte Coop Danmark to milliarder kr. i frisk kapital. Udover kapitaltilførslen blev der forhandlet en ny bankaftale på plads med de banker, som indgik i Coop Danmarks eksisterende banksyndikat, så Coop igen bygger på et solidt økonomisk fundament.

Da aftalen mellem OK og Foreningen Coop amba var indgået, blev en række svære beslutninger taget for at modernisere Coop. En række tabsgivende butikker blev lukket, mens andre afventede myndighedernes godkendelse, før de efter planen er solgt fra i 2025. Selskabsstrukturen og governance blev forenklet, mens onlineforretningen for nonfood, Coop.dk, blev lukket. Og så meldte Coop sig ind i Dansk Erhverv for at operere på samme betingelser som konkurrenterne.

Der kom en ny ledelse på plads. Thor Skov Jørgensen blev ny adm. direktør, Rikke Krause ny direktør for Kvikly og SuperBrugsen, og Martin Hasgard Senika Olesen blev direktør for Kommunikation, Kunder, Marketing & Digital. I bestyrelsen blev den nye ejerstruktur repræsenteret ved, at OK's adm. direktør Michael Løve blev ny næstformand, Erik Larsen fra OK's bestyrelse indtrådte,

og fra Foreningen Coop amba kom bestyrelsesformand Pernille Skipper og næstformand Kristine Martin Berg ind.

Efter et svært 1. halvår i 2024 var udviklingen mere positiv i 2. halvår. Samlet set blev resultatet for 2024 markant bedre sammenlignet med året før. Det skete takket være en flot indsats fra medarbejderne i hele organisationen samt en loyal og konstruktiv indsats fra de selvstændige brugsforeninger, fra de mange medlemsvalgte i Foreningen Coop amba og de nye medejere i OK samt en stor opbakning fra leverandører og andre samarbejdspartnere.

Med de vanskelige beslutninger, der er gennemført, en ny ledelse og en stærk opbakning internt og eksternt er udgangspunktet for at fortsætte transformationen af Coop til igen at være en stærk og lønsom virksomhed på plads. Fremtiden ser lysere ud for Coop, end den gjorde for et år siden.

Jeff Gravenhorst

Bestyrelsesformand i Coop Danmark



Markant økonomisk fremgang

I 2024 har vi forenklet selskabsstrukturen for at skabe fundamentet for kortere og bedre beslutningsprocesser. For at fokusere forretningen blev coop.dk lukket, vi lukkede eller solgte ikke-profitable forretninger, og vi nedlagde 180 stillinger på hovedkontoret. Alt sammen vigtige beslutninger, som gør, at vi står et bedre sted i dag. Vi kan nu i højere grad fokusere indsatsen på det, som er Coops opgave: at levere gode, ansvarlige varer til alle danskere gennem vores fire kæder; Kvickly, SuperBrugsen, Brugsen og 365discount.

På denne baggrund er jeg meget tilfreds med, at vi nu kan fremvise resultater, der bekræfter, at vi er på rette vej. Vi realiserede i 2024 et driftsresultat (EBIT) før særlige poster på 162 mio. kr. mod -717 mio. kr. i 2023 og dermed en underliggende fremgang på 879 mio. kr. Det er en markant fremgang, som vi er tilfredse med og stolte af – og som er et vigtigt og godt afsæt for 2025. Som følge af en række særlige poster ender Coops Danmarks samlede årsresultat på +818 mio. kr., hvilket er bedre end forventet og det bedste i nyere tid. Det positive resultat styrker investeringskraften yderligere.

Et langt, sejt træk

Vores driftsresultat for 2024 er som i 2023 påvirket positivt af indtjening på salg af ejendomme. Vi har med andre ord stadig en central opgave i at løfte vores kernerdrift, som fortsat er negativ. Det kommer ikke til at ske over natten. Det kræver et langt, sejt træk, før Coop igen har en lønsom kernerdrift, og før selskabets indtjening er tilstrækkelig til at kunne finansiere store investeringer i kunder, medlemmer og medarbejdere.

Det kræver desuden, at vi forsætter med at forenkle arbejdsgange og effektivisere vores værdikæde på tværs af indkøb, logistik og butikker. Og det kræver, at vi holder fast i vores strategiske fokus på Coops fire kæder – Kvickly, SuperBrugsen, Brugsen og 365discount – at vi udvikler butikkerne, forbedrer kundeoplevelsen og styrker den enkelte kædes position i markedet.

Opbakning til Coop

Vi har i 2024 taget de første og afgørende skridt i genopbygningen af et nyt, lønsomt Coop. Vi har lagt et fundament, og herfra skal vi fortsætte arbejdet med at skabe en virksomhed, vi alle kan være stolte af. Der er et stort hjerte i Coop, og vi har en klar ambition om at bygge videre på de værdier, som er Coops DNA: ansvarlighed, lokal forankring og medlemseje.

Jeg er helt sikker på, at vi nok skal nå målet om at genopbygge Coop, hvis vi er vedholdende, fokuserede og forsætter den fremgang, vi har. Og både internt og eksternt oplever jeg en stigende tro på, at vi vil lykkes. Jeg vil afslutningsvis sig tak til alle vores kunder, medlemmer, medlemsaktive, leverandører og samarbejdspartnere for at bakke op om Coop i en hård tid. Og jeg vil rette en særlig tak til alle medarbejdere i Coop-koncernen og i brugsforeningerne for at udvise exceptionel kampgejst. At I har viljen til at stå skulder ved skulder hver dag og kæmpe for et bedre Coop, det er uvurderligt, og det gør mig utrolig stolt. Coop er på rette vej.

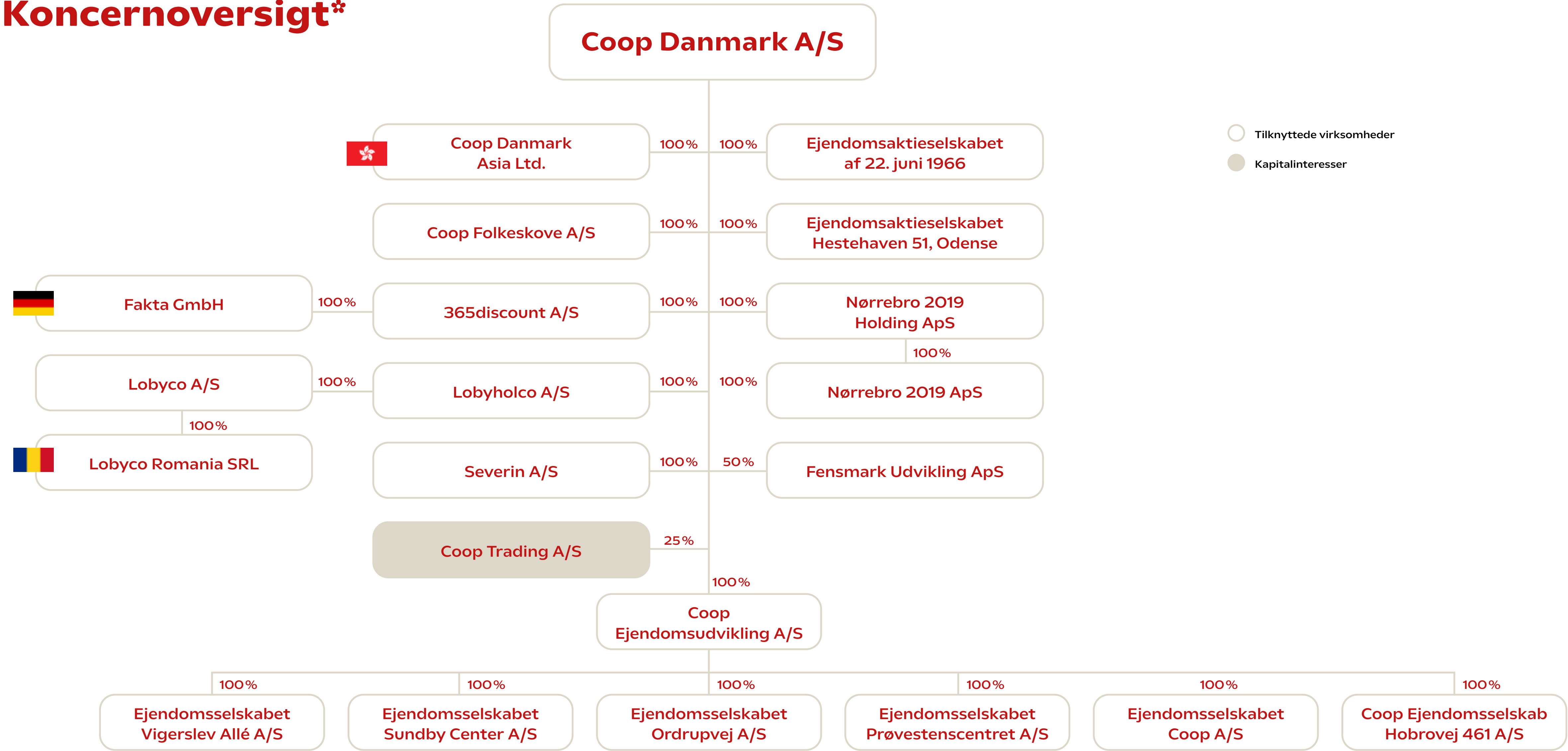
Thor Skov Jørgensen
CEO i Coop Danmark

Forord fra den administrerende direktør

Coop er på rette vej

2024 var året, hvor Coop indgik en historisk aftale med OK – og hvor vi sammen med vores nye ejere tog de første store skridt i genopbygningen af et lønsomt Coop. Året var samtidigt mit første som adm. direktør for Coop Danmark.

Koncernoversigt*



*Anført % er udtryk for ejerandel

Coop Danmark

Coop Danmark fik i 2024 nye ejere, da energiselskabet OK overtog halvdelen af virksomheden, mens den hidtidige 100%-ejer, Foreningen Coop amba, fremover ejer den anden halvdel.

Som led i fokuseringen på kerneforretningen og de eksisterende kendte brands blev udrulningen af nye dagligvarebutikker under navnet ”Coop Hverdag” indstillet. Der var etableret to testbutikker i København og i Hinnerup i Østjylland. De blev igen til SuperBrugsen, der med 231 butikker er Danmarks største kæde af supermarkeder.

Den nye strategi fokuserer på at videreudvikle Coops fire kæder: Kvickly, SuperBrugsen, Brugsen og 365discount – så de bliver attraktive for kunderne og lønsomme.

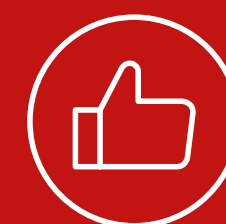
Som konsekvens af denne strategi blev der før sommeren truffet en række hårde, men nødvendige beslutninger.

Lukning af den uprofitable onlineforretning for non-food, Coop.dk.

Butiksnettet blev gennemgået; 20 butikker blev lukket, og 33 butikker blev solgt. Handlen afventede ved årets afslutningen konkurrencemyndighedernes godkendelse. Disse butikker var generelt butikker, som gav underskud, og hvor Coop vurderede, at det ikke var muligt at vende udviklingen inden for en overskuelig tidshorisont, hvorfor det er mere lønsomt at investere pengene i resten af butiksnettet. Med 939 butikker er Coop mindre end hidtil, men fastholder sin position som den aktør, der har de fleste butikker på det danske marked og dermed den aktør, der kan sikre leverandører den bredeste distribution i landet.

På hovedkontoret i Albertslund blev der nedlagt 180 stillinger i forbindelse med forenkling af forretningsgangene.

For at kunne operere på samme betingelser som konkurrenterne på det danske dagligvaremarked meldte Coop sig ind i Dansk Erhverv med virkning pr. 1.1. 2025. Hidtil havde Coop haft sine egne overenskomster med fagforeningerne.



Coop i 2024

- Nyt ejerskab
- Ny bestyrelse
- Ny topledelse
- 2 mio. medlemmer
- 90 nærbutikker moderniseret
- 438 butikker med nyt scan-selv
- Stigende kundetilfredshed
- Stor reduktion i plastforbrug





Butikkerne

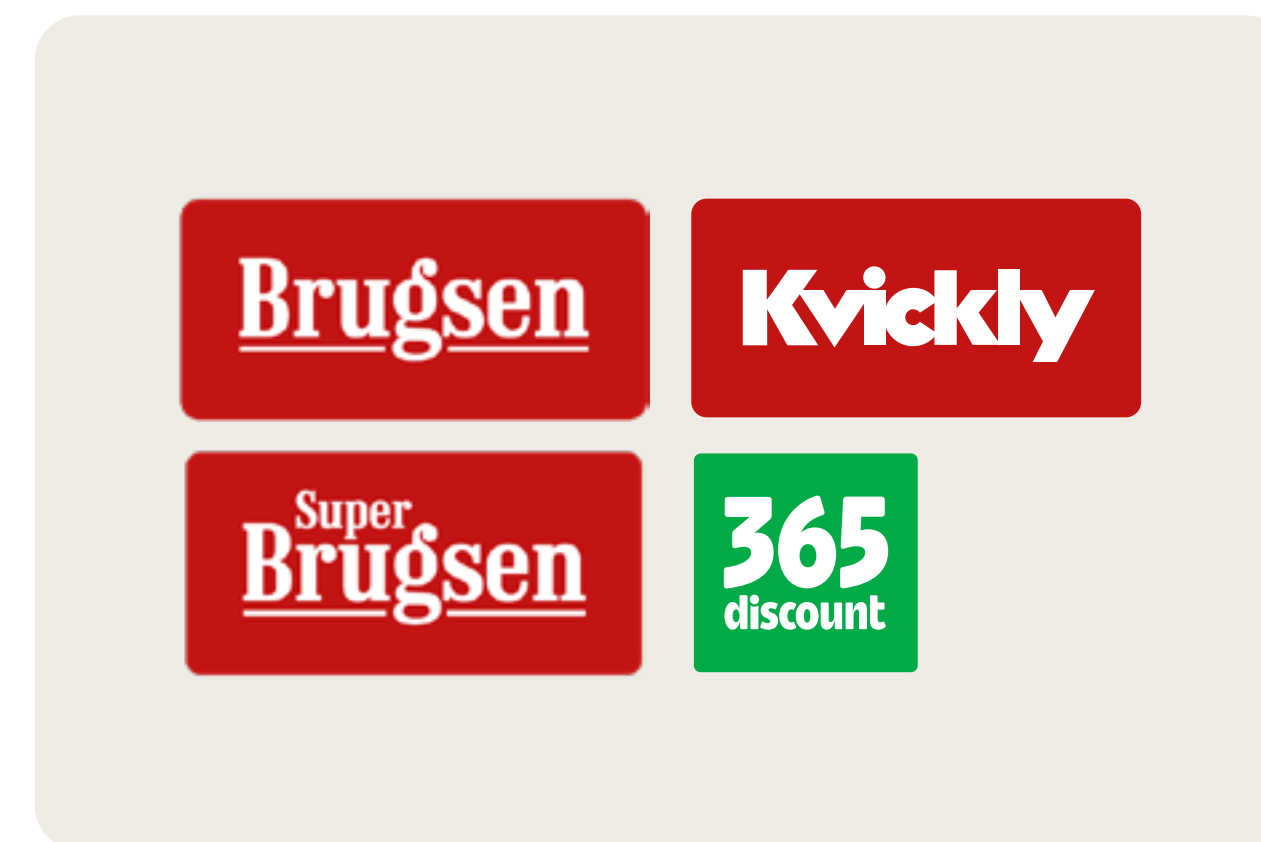
Efter år med store investeringer i IT/SAP blev 2024 året, hvor Coop igen rettede investeringsfokus mod butikker og kunder, og der blev gennemført betydelige investeringer i kundeoplevelsen i butikkerne.

Etablering af scan-selv-kasser i 438 butikker, der gør det nemmere og hurtigere for kunderne at komme gennem butikkerne.

De første 90 Dagli' Brugsen-butikker blev moderniseret og konverteret til Brugsen, som er det fremtidige navn på kæden af lokale nærbutikker.

Brugsen åbnede desuden 11 nye butikker på centrale beliggenheder i hovedstadsområdet og i resten af landet.

Kunderne kvitterede for investeringerne i form af stigende tilfredshed i løbet af året. I Loyalty Groups brancheindex, som måler, hvor glade kunderne er, var Brugsen den kæde af alle kæder i Danmark, der havde den største fremgang.



SuperBrugsen blev udvidet med 10 butikker, som tidligere havde huset Irma og Coop Hverdag.

365discount fortsatte moderniseringer af eksisterende butikker og etablerede desuden syv helt nye butikker på attraktive beliggenheder.

Der blev fortsat investeret i ny teknologi, der har til formål at gøre hverdagen nemmere for kunderne og mere effektiv for Coop.

Som en del af planen med de nye ejere vil der i de kommende år blive investeret betydelige beløb i moderniseringer, der skal gøre butikker i alle kæder endnu mere attraktive for kunderne.

Varerne

På varesiden blev der investeret i fire private brands, som har det til fælles, at de giver kunderne mere værdi for pengene:

Änglamark

Änglamark gør det nemmere at træffe ansvarlige valg, når det gælder mindre kemi og mere økologi. Änglamark blev for andet år i træk kåret til det mærke, som danskerne finder det mest ansvarlige i Sustainable Brand Index 2024.



Irma

Irma

Irma er høj kvalitetsprodukter, der i 2024 blev solgt med succes i Kvikly, SuperBrugsen og Brugsen over hele Danmark. Udvikling af nye produkter og markedsføringen af Irma-mærket vil blive forstærket i 2025.



Coop

Coop er Danmarks største vareserie med flere tusinde produkter, som danskerne bruger mest - til gode priser. Coops krav til produkterne er ofte højere end lovgivningens.



X-tra

X-tra er Coops vareserie til den prisbevidste forbruger, der ønsker basisvarer af god kvalitet til discountpriser.

Dertil kommer nonfood-mærkerne Mustang, Friends, Cottonfield og Jackpot, som der også satses på i de kommende år.

FRIENDS



Coops egne mærker er en central del af Coops særpræg og er medvirkende til kundernes valg af butik. De vil derfor være et centralt fokuspunkt i 2025 og fremover.

Ansvarlighed

Ansvarlighed har altid været en del af Coops DNA, og også i 2024 tog Coop initiativ til en række investeringer, der skal sikre en langsigtet og ansvarlig dagligvareforretning med fokus på miljø & klima, sociale samt ledelsesmæssige forhold.

Her fremhæves nogle af årets resultater og indsatser. Læs mere om Coops ansvarlighedsarbejde i 2024 under punktet "redegørelse for samfundsansvar" på side 26 i ledelsesberetningen.



Miljø & Klima



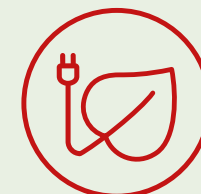
74%

Reduktion af CO2
i egen drift vs 2018
Mål 2025: -75%



14%

Reduktion af CO2
fra solgte varer vs 2018
Mål 2025: -19%



100%

Fossilfri opvarmning
Sidste olie/gas fyr
udskiftet i 2024 i
Coops butikker



30%

**Reduktion af
virginplast** vs 2018
Mål 2025: -25%



27%

**Reduktion af energi-
forbrug** vs 2018
Mål 2025: -17%



371

**Lokationer med
el-ladestandere**
Mål 2025: 500

Sociale forhold



Coop Crew

666 personer startede i 2024 op i et Coop Crew-forløb. Coop Crew-forløbet hjælper unge, der har sværere ved at finde fodfæste på arbejdsmarkedet, med generelle jobkompetencer og specifikke færdigheder inden for detailbranchen med det formål at kunne få dem i fritidsjob efter forløbet.



Plads til alle

I 2024 blev Coops tredje ungeråd valgt for en etårig periode samtidig med afholdelsen af et seniortopmøde. Coop ønsker at skabe en arbejdsplads, der er tryk både for dem, der starter deres arbejdsliv, og for dem, der afslutter deres karriere.



Ufaglært - på vej til faglært

13 af Coops medarbejdere var som de første igennem Coops nye tilbud "Ufaglært - på vej til faglært", der tilbyder medarbejderne at deltage i et opkvalificeringsforløb, der giver adgang til Coops elevuddannelser.

Coop kæmper fortsat for forbrugernes mærkesager

Coop ved, at forbrugerne ønsker at handle ansvarligt, med omtanke for miljøet og deres egen sundhed. Derfor har Coop, ligesom tidligere år, gennemført en række indsatser for at fremme forbrugernes mærkesager.



Mere børnetøj uden unødvendig kemi

Friends er Coops serie af baby- og børnetøj med GOTS- og OEKO-TEX®-certificering, der betyder, at et tekstilprodukt er fremstillet af mindst 70% økologiske fibre, og at det er testet for skadelige stoffer og opfylder strenge krav til sundhed og miljø.

365discount fjerner momsen på frugt & grønt

Kampagnen førte i 2024 til en stigning i salget af frugt og grønt på henholdsvis 43% og 37%.



Coop reducerer plasten med 70% på kødbakker

En af forbrugernes største klimabekymringer er mængden af plastemballage. Coop indførte i 2024 som de første i dansk dagligvarehandel såkaldt flowpack-emballage; en plastpose i stedet for en bakke til hakket kød, der reducerer plastforbruget med 70%.



Coop forhandler nu kun PFAS fri stegepander

Forbrugerne er bekymrede for at indtage fx PFAS, men har svært ved at gennemskue i hvilke produkter, der kan være skadelig kemi. Coop har stoppet salget af stegepander med PFAS og har i øvrigt erklæret forbud mod PFAS i alle produkter, hvor der findes et alternativ til de problematiske flourstoffer.

Se efter mærket



Medlemmerne

På medlemssiden nåede Coop en markant milepæl, da man rundede to mio. medlemmer i 2024.



I 2024 har
Coop udbetalt

330

mio. kr.

i bonus og
medlemsrabatter.

Foreningen Coop amba og de to mio. medlemmer vil fortsat have en central rolle i Coop. Foreningen Coop amba er repræsenteret i Coop Danmarks bestyrelse og skal stadig godkende fundamentale principper, der blandt andet beskytter medlemsdemokratiet. Desuden er opgaven at være en stærk forbrugerstemme, der bidrager til Coops ansvarlighedsagenda og den lokale forandring.

I forbindelse med aftalen med OK er der udarbejdet et forståelsespapir med titlen ”Forenet om Forretning”, der formulerer rammerne og en fælles forståelse for det fremtidige samarbejde mellem foreningen og forretningen.

Her lægges der blandt andet vægt på, at Coop skal bevare og udvikle sit særpræg som en ansvarlig, lokalt forankret og medlemsejet virksomhed. Over hele landet har de lokale bestyrelser og medlemsråd i den forbindelse været aktive med arrangementer for medlemmer og kunder.

Der er en lang række medlemsfordele, som fortsat er blevet udviklet: Medlemsbonus, som kan anvendes til betaling i butikkerne, medlemstilbud, personlige tilbud, bonus ved køb hos ca. 20 partnere – fra rejser til grøn energi – og månedsmagasinet Samvirke, der er gratis for medlemmerne.

I 2024 har Coop udbetalt 330 mio. kr. i bonus og medlemsrabatter.



Ejerskabet

Med OK's investering i Coop er ejerskabet nu fordelt mellem Foreningen Coop amba og OK med bestemmende indflydelse til OK.

Det har medført en række ændringer i Coop Danmarks bestyrelse. Adm. direktør for OK, Michael Løve, blev ny næstformand, Erik Larsen fra OK's bestyrelse blev medlem, og fra Foreningen Coop amba kom bestyrelsesformand Pernille Skipper og næstformand Kristine Martin Berg med i bestyrelsen, der fortsat har Jeff Gravenhorst som formand.

Foreningen Coop ambas rolle i fremtidens Coop er fundamentalt vigtig. Foreningen skal med sine to mio. medlemmer være med til at sikre, at Coop bliver lønsom og får aktiveret den potentielt set mest loyale og engagerede kundekreds. Fælles mål er at sikre den lokale forankring, at Foreningen Coop ambas DNA inden for social ansvarlighed, sundhed, bæredyg-

tighed, tryghed og kvalitet er tydelig, så det styrker Coops konkurrenceevne, og at medlemsindflydelsen er en kerneværdi for det samlede Coop.

Centralt i den nye struktur er de selvstændige brugsforeninger. De har spillet særdeles konstruktivt med i forandringerne, både dem, der er gennemført, og dem, der er sat i gang. Et forstærket samarbejde mellem Coop og brugsforeningerne skal gøre begge parter stærkere og mere lønsomme de kommende år.

Nye ansigter i ledelsen

I Coops øverste, daglige ledelse, CLT (Coops Ledelses Team), skete en række forandringer i 2024.

Som ny adm. direktør tiltrådte Thor Skov Jørgensen, der kom fra et job som CFO i OK og 10 år i topledelsen af Salling Group.

Som ny direktør for Kvikly og SuperBrugsen tiltrådte Rikke Krause, der kom fra en stilling som adm. direktør for DUOS med 5.000 medarbejdere. Og Martin Hasgard Senika Olesen, der kom fra en stilling som kommerciel direktør i Netto, hvor han har haft en 20 år lang karriere, blev ny direktør for Kommunikation, Kunder, Marketing & Digital.

Som ny direktør for Supply Chain, Logistik & Teknologi har Coop ansat Martin Seier, der kommer fra en stilling som direktør for Supply Chain Operations hos Carlsberg Western Europe. Martin tiltræder den 1. april 2025, og han bliver en del af CLT.

Dermed er der et ledelsesteam, som i fællesskab repræsenterer både dyb erfaring i Coop, fornyelse og et omfattende branchekendskab.

Forventninger

Efter et vanskeligt 1. halvår af 2024 begyndte genopbygningen af Coop i 2. halvår. En positiv udvikling tog fart, og Coop kom ind i et positivt momentum, præget af konstruktiv dialog mellem de selvstændige brugsfor-

eninger og med opbakning fra leverandører og andre samarbejdspartnere. Coop oplevede generelt bedre indtjening, en forbedret drift og styrket samarbejde på tværs af organisationen. Ikke mindst forbedrede 365discount sin drift med større indtjening.

For 2025 forventes en fortsat fremgang i driftsresultatet på linje med den plan, der er lagt. Markedsandelen vil som følge af de butikker, der allerede er lukket i 2024, og de butikker, som er solgt i 2025, helt naturligt blive mindre.

Til gengæld er fundamentet for at skabe en sund forretning større med Danmarks største butiksnet med mere end 900 butikker.

Coops øverste ledelse



Thor Skov Jørgensen
Adm. direktør | CEO



Anders Boll Holmelund
Koncerndirektør, Finans,
Jura og ESG | CFO



Rikke Krause
Direktør SuperBrugsen
og Kvikly



Torben B. Andersen
Direktør Brugsen



Michael Tilsted
Direktør 365discount



Jeff Salter
Direktør for Kommerciel,
Kategori & Vareansvarlighed



Martin Hasgard Olesen
Direktør, Kommunikation,
Kunder, Marketing &
Digital | CMO



Lotte Hjortlund Andersen
Direktør, HR | CHRO

Uddrag fra Coop Danmarks A/S årsrapport

Hoved- og nøgletal

mio. kr.	2024	2023	2022	2021	2020
Coop Danmark-koncernen					
Resultatopgørelse					
Nettoomsætning*	33.618	34.246	34.836	35.309	35.244
Bruttoresultat	5.088	4.643	4.689	5.489	5.635
Driftsresultat (EBIT) før særlige poster	162	-717	-722	232	506
Særlige poster før skat*	472	-1.775	0	0	0
Driftsresultat (EBIT) efter særlige poster	634	-2.492	-722	232	506
Resultat efter kapitalandele	633	-2.492	-721	232	507
Finansielle poster, netto	-132	-102	-43	-24	-70
Resultat før skat	501	-2.594	-764	208	437
Årets resultat	818	-2.471	-568	158	355
Balance					
Aktiver i alt	11.756	10.815	13.224	14.835	14.563
Egenkapital	2.098	-357	2.230	2.729	2.594
Årets investeringer i materielle anlægsaktiver	846	1.091	1.029	1.110	1.326
Nøgletal					
Afkast af investeret kapital incl. goodwill (ROIC)	13,6 %	neg.	neg.	4,5 %	11,4 %
Egenkapitalens forrentning (ROE)	n/a	neg.	neg.	5,9 %	14,6 %
Soliditetsgrad	17,8 %	neg.	16,9 %	18,4 %	17,8 %
Antal butikker	569	601	632	666	669
Antal medarbejdere (ultimo)	23.552	24.556	25.714	25.536	25.020
Gennemsnitligt antal heltidsansatte medarbejdere	8.766	9.447	10.156	10.502	10.340
Coop Danmark-koncernen inkl. Brugsforeninger					
Nøgletal					
Nettoomsætning	45.859	46.637	46.908	46.033	44.506
Antal butikker	939	985	1.031	1.065	1.069
Antal medarbejdere (ultimo)	38.527	39.741	40.516	40.223	39.439

* Se også afsnittet Særlige forhold under Økonomiske forhold og forventninger i ledelsesberetningen

Uddrag fra Coop Danmarks A/S årsrapport

Resultatopgørelse

1. januar - 31. december

	Koncern		Moderselskab	
mio. kr.	2024	2023	2024	2023
Detailomsætning	24.174	24.664	14.084	14.931
Engrosomsætning	7.433	7.577	14.128	13.892
Salg af ydelser samt lejeindtægter	2.011	2.005	2.846	2.875
Nettoomsætning	33.618	34.246	31.058	31.698
Andre driftsindtægter	864	754	813	688
Vareforbrug	-25.913	-26.587	-24.578	-25.173
Andre eksterne omkostninger	-3.481	-3.770	-2.909	-3.083
Bruttoresultat	5.088	4.643	4.384	4.130
Personaleomkostninger	-4.493	-4.563	-3.387	-3.535
Af- og nedskrivninger	39	-2.572	33	-1.620
Driftsresultat	634	-2.492	1.030	-1.025
Resultat af kapitalandele i tilknyttede virksomheder	0	0	-31	-1.537
Resultat af kapitalandele i associerede virksomheder	-1	0	-1	0
Resultat efter kapitalandele	633	-2.492	998	-2.562
Finansielle indtægter	106	106	95	101
Finansielle omkostninger	-238	-208	-204	-175
Resultat før skat	501	-2.594	889	-2.636
Skat af årets resultat	317	123	-71	165
ÅRETS RESULTAT	818	-2.471	818	-2.471

Uddrag fra Coop Danmarks A/S årsrapport

Balancen - Aktiver

Pr. 31. december

mio. kr.	Koncern		Moderselskab	
	2024	2023	2024	2023
Anlægsaktiver				
Færdiggjorte udviklingsprojekter	1.410	1.006	1.355	962
Erhvervede varemærker	0	0	0	0
Erhvervede lignende rettigheder	2	1	1	1
Udviklingsprojekter under udførelse	29	56	26	28
Immaterielle anlægsaktiver	1.441	1.063	1.382	991
Grunde og bygninger	4.038	4.063	1.992	2.289
Andre anlæg, driftsmateriel og inventar	518	317	447	314
Indretning af lejede lokaler	358	172	237	164
Materielle anlægsaktiver under udførelse	110	106	104	62
Materielle anlægsaktiver	5.024	4.658	2.780	2.829
Kapitalandele i tilknyttede virksomheder	0	0	2.079	908
Kapitalandele i associerede virksomheder	13	15	13	15
Andre værdipapirer og kapitalandele	136	126	108	102
Andre tilgodehavender	108	120	85	100
Finansielle anlægsaktiver	257	261	2.285	1.125
Anlægsaktiver i alt	6.722	5.982	6.447	4.945

mio. kr.	Koncern		Moderselskab	
	2024	2023	2024	2023
Omsætningsaktiver				
Færdigvarer og handelsvarer	2.340	2.553	1.779	1.975
Varebeholdninger	2.340	2.553	1.779	1.975
Tilgodehavender fra salg	948	936	915	907
Igangværende arbejder for fremmed regning	6	5	0	0
Tilgodehavender hos tilknyttede virksomheder	0	5	37	557
Tilgodehavender hos associerede virksomheder	0	33	0	33
Tilgodehavender hos virksomhedsdeltagere	15	0	15	0
Udskudt skatteaktiv	156	2	3	0
Tilgodehavende sambeskatningsbidrag	162	18	0	0
Andre tilgodehavender	71	143	48	127
Periodeafgrænsningsposter	143	97	134	113
Tilgodehavender	1.501	1.239	1.152	1.737
Likvide beholdninger	1.193	1.041	1.098	739
Omsætningsaktiver i alt	5.034	4.833	4.029	4.451
AKTIVER I ALT	11.756	10.815	10.476	9.396

Uddrag fra Coop Danmarks A/S årsrapport

Balancen - Passiver

Pr. 31. december

mio. kr.	Koncern		Moderselskab	
	2024	2023	2024	2023
Egenkapital				
Virksomhedskapital	15	102	15	102
Reserve for udviklingsomkostninger	0	0	1.117	916
Reserve for sikringstransaktioner	0	34	0	34
Overført resultat	2.083	-493	966	-1.409
	2.098	-357	2.098	-357
Minoritetsinteresser	5	5	0	0
Egenkapital i alt	2.103	-352	2.098	-357
Hensatte forpligtelser				
Udskudt skat	0	5	0	0
Andre hensatte forpligtelser	301	89	220	61
Hensatte forpligtelser i alt	301	94	220	61
Langfristede gældsforpligtelser				
Prioritetsgæld	1.841	2.060	1.019	1.289
Anden rentebærende langfristet gæld	427	1.119	383	1.077
Anden gæld	16	27	9	14
Periodeafgrænsningsposter	57	55	25	34
Langfristede gældsforpligtelser i alt	2.341	3.261	1.436	2.414

mio. kr.	Koncern		Moderselskab	
	2024	2023	2024	2023
Kortfristede gældsforpligtelser				
Kortfristet del af langfristede gældsforpligtelser	54	49	30	30
Ansvarlig lånekapital	62	109	62	109
Forudbetalinger	1.065	989	1.059	972
Leverandørgæld	4.316	4.761	4.098	4.500
Gæld til tilknyttede virksomheder	433	402	713	413
Gæld til associerede virksomheder	12	370	12	347
Gæld til virksomhedsdeltagere	29	0	24	0
Skyldigt sambeskatningsbidrag	0	0	23	118
Anden gæld	1.022	1.118	687	778
Periodeafgrænsningsposter	18	14	14	11
Kortfristede gældsforpligtelser i alt	7.011	7.812	6.722	7.278
Gældsforpligtelser i alt	9.352	11.073	8.158	9.692
PASSIVER I ALT	11.756	10.815	10.476	9.396

Økonomiske forhold og forventninger

Hovedaktivitet og introduktion

Coop Danmark A/S er ultimo 2024 ejet af OK a.m.b.a. og Foreningen Coop amba med hhv. 50,82% og 49,18%. Foreningen Coop amba er ejet af 2 mio. danskere, som er medlem i Coops butikker. Coop Danmarks hovedaktivitet består af detailhandel inden for dagligvarer.

I 2024 blev salget i Danmark varetaget af Kvickly, SuperBrugsen, Brugsen, 365discount og Coop.dk Shopping. Udover Danmark er der butikker i Grønland, på Færøerne og i Tyskland. De enkelte butikker er dels ejet af Coop Danmark og dels af en række selvstændige brugsforeninger.

Ny ejerstruktur og kapitalgrundlag i Coop Danmark A/S

Den 19. april 2024 godkendte landsrådet i Foreningen Coop amba en aftale mellem Foreningen Coop amba og OK a.m.b.a. om, at OK a.m.b.a. gennem kapitaltegning i Coop Danmark erhverver aktier i Coop Danmark og samtidig opnår bestemmende indflydelse i Coop Danmark. Aftalen blev ligeledes godkendt på hovedbestyrelsesmøde i OK a.m.b.a. den 8. april 2024. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen godkendte handlen den 26. juni 2024. Som en del af transaktionen har Coop Danmark solgt ejendommen Roskildevej 33 m.fl., 2620 Albertslund til OK a.m.b.a., hvilket styrkede Coop

“

Coop har realiseret en højere salgsavance i 2024 sammenlignet med 2023 gennem bedre eksekveret kommerciel strategi og drift.”



Danmarks egenkapital med ca. 600 mio. kr. Hertil tilførte OK a.m.b.a. samlet ca. 840 mio. kr. i egenkapital og tilskud efter transaktionen blev godkendt. Foreningen Coop amba har i løbet af 2024 foretaget en gældskonvertering for 350 mio. kr. samt indskudt ca. 360 mio. kr. i egenkapital og via et koncerntilskud tilført Severin A/S til en værdi på mere end 100 mio. kr.

Samlet har ovenstående styrket egenkapitalen ved indskud og salg på mere end 2.200 mio. kr. Egenkapital ender ultimo året på 2.098 mio. kr. og en soliditetsgrad på 17,8%.

Finansiering

Samtidig med endelig godkendelse af transaktionen trådte en ny finansieringsaftale i kraft med de samme fire banker, som Coop har samarbejdet med i en årrække. Denne aftale indeholder en kreditfacilitet på 1.550 mio. kr., hvor der pr. 31. december 2024 ikke var trukket på faciliteten (ultimo 2023 var trækket på faciliteten 700 mio. kr.). Faciliteten har en løbetid på 5 år, og indeholder sædvanlige, dog mere lempelige end tidligere, covenants.

Kombinationen af egenkapital og finansiering sikrer Coop et solidt kapitalgrundlag.

Økonomiske forhold

Den samlede omsætning blev 33.618 mio. kr. for Coop Danmark, hvilket er 1,8 procent lavere end året før (2023: 34.246 mio. kr.). Omsætningsudviklingen er negativt påvirket af butikslukninger i løbet af 2024, bl.a. meldt ud i forbindelse med transaktionen, samt

“

I 2025 er fokus fortsat på at løfte lønsomheden på tværs af Coops 4 fysiske kæder – Kvickly, SuperBrugsen, Brugsen og 365discount. Det skal gøres med afsæt i ansvarlighed, lokal forankring og medlemseje.”

faldende brændstof salg i takt med det stigende antal el-biler. De sammenlignelige butikker oplevede en stigning i omsætning i 2024 sammenlignet med 2023.

Coop realiserede et driftsresultat (EBIT) på 634 mio. kr. i 2024 mod -2.492 mio. kr. i 2023, hvor der i begge år indgår særlige poster. Årets EBIT-resultat er påvirket af flere regnskabsmæssige ændringer i forbindelse med transaktionen (se også afsnittet Særlige forhold). Renses der for særlige poster ses et driftsresultat (EBIT) før særlige poster på 162 mio. kr. mod -717 mio. kr. i året før og dermed en underliggende fremgang på 879 mio. kr. Af denne fremgang kommer 134 mio. kr. fra øgede indtægter fra ejendomssalg i 2024 i forbindelse med transaktionen, de resterende 745 mio. kr. stammer primært fra forbedret drift. Vi har set en underliggende forbedring, som har været stigende hen over året, hvor andet halvår var bedre end første halvår. De 162 mio. kr. i driftsresultat (EBIT) før særlige poster kan sammenlignes med vores forventning ved årets begyndelse med et driftsresultat (EBIT) før særlige poster i intervallet -250 til -150 mio. kr. Resultatet er dermed væsentligt bedre end forventet.

Coop har realiseret en højere salgsavance i 2024 sammenlignet med 2023 gennem bedre eksekveret kommerciel strategi og drift. Hertil er Coop lykket med at nedbringe omkostningerne i 2024 sammenlignet med 2023 gennem effektiviseringer, stram omkostningsstyring og nedlæggelse af 180 stillinger på hovedkontoret i forbindelse med transaktionen. I 2024 oplevede Coop Danmark, som i 2023, en stigning i butikstyverier.

Coop arbejder aktivt med ejendomsporteføljen, hvor målet er at skabe de bedst mulige forudsætninger for koncernens butiksdrift. Vi har historisk haft succes med en aktiv ejendomsstrategi, hvor løbende køb og salg af ejendomme samt ejendomsudvikling har skabt betydelige merværdier og bidraget positivt til Coops resultat samt forbedret forholdene for butikkerne. Årets største ejendomshandel blev solgt til OK a.m.b.a. i forbindelse med transaktionen, som bidrog med et resultat på ca. 600 mio. kr. i driftsresultatet for 2024.

Samlet er ovenstående årsagen til, at driftsresultatet (EBIT) før særlige poster i 2024 er bedre end årets forventning.

Årets resultat for koncernen anses af ledelsen som tilfredsstillende – resultatet er dog påvirket af særlige poster og ejendomssalg. Ledelsen er specielt tilfredse med fremgangen på 879 mio. kr. på driftsresultatet (EBIT) før særlige poster.

Særlige forhold

I forbindelse med transaktionen og udviklingen i Coop, påvirkes resultatet af en række ekstraordinære engangshændelser vedr. reetableringsforpligtigelse, indregning af skatteaktiv, indregning af OK a.m.b.a. ejerandel og tilbageførsel af nedskrivninger på immaterielle og materielle anlægsaktiver. Ovenstående påvirker resultatet, men ikke den underliggende drift. Samlet betyder det en positiv engangspåvirkning på 472 mio. kr. på EBIT og 392 mio. kr. på skat.



Tidligere års tal er korrigeret i forbindelse med indregning af koncernens og moderselskabets ejerandel i OK a.m.b.a. Sammenligningstallene for 2023 samt egenkapitalen 1. januar 2023 er korrigeret i overensstemmelser hermed. Tidligere års tal er tillige korrigeret for indregning af salg af brændstof. Forholdet har alene påvirkning på nettoomsætning og vareforbrug.

Coop Danmark indgår pr. 31. december 2024 i sambeskatningskredsen for OK a.m.b.a.-koncernen og indgik frem til 26. juni 2024 i sambeskatningskredsen med Coop amba-koncernen. Årets resultat for Coop Danmark-koncernen er positivt påvirket af indregnet udskudt skat som følge af indtræden i den nye sambeskatningskreds.

Forventninger til fremtiden

I 2025 er fokus fortsat på at løfte lønsomheden på tværs af Coops 4 fysiske kæder – Kvikly, SuperBrugsen, Brugsen og 365discount. Det skal gøres med afsæt i ansvarlighed, lokal forankring og medlemseje og på ryggen af et enklere og mere effektivt Coop med hurtige og mere agile beslutningsveje.

Der fokuseres fortsat på bedre kundeoplevelser i vores butikker, bedre kommercielt værditilbud og fokus på effektiv drift til glæde for kollegaer og kunder. Vi sætter ind på tværs af værdikæden med optimering af arbejdsgange, sortiment, varens vej fra leverandør til butik samt kampagne- og rabatbudskaber mod kunderne.

Vi planlægger i 2025 at øge investeringsniveauet i butikker og kundeoplevelse som en del af strategien. Der vil blive investeret i moderniseringer af butiksnettet, nye butikker, digitale løsninger til ansatte, kunder og medlemmer og energibesparende foranstaltninger.

Omsætningen forventes at falde svagt i 2025 (i niveauet 1,5%-2,5%) hvor butikslukninger og faldende salg af brændstof påvirker negativt, mens stigende salg i de sammenlignelige butikker påvirker positivt.

2025 vil fortsat inkludere ekstraordinære omkostninger som en del af transformationen, dog i væsentligt lavere niveau end 2024.

Driftsresultat (EBIT) før særlige poster for 2025 forventes i niveauet -350 til -150 mio. kr. mod et resultat i 2024 på 162 mio. kr. Der forventes ikke særlige poster i 2025, hvorfor driftsresultat (EBIT) før og efter særlige poster forventes at være ens. Tilbagegangen i forhold til 2024 kan tilskrives, at vi i 2025 ikke planlægger nævneværdigt ejendomssalg som i 2024. Resultatet følger den plan, der er lagt i det nye ejerskab.

Ledelsesberetning

– redegørelse for samfundsansvar

27	Forretningsmodel	↗
28	Dobbelt væsentlighedsanalyse	↗
31	Coops værdikæde – Håndtering af de væsentligste risici	↗
32	Coop ansvarlighedsstrategi 2025 – Tid til at handle	↗
33	Klima og miljømæssige forhold	↗
42	Sociale forhold	↗
53	Ledelsesmæssige forhold	↗
54	Politikker for samfundsansvar	↗



Forretningsmodel

Ejere og medlemmer

OK

Energiselskabet OK ejer halvdelen af Coop Danmark og har bestemmende indflydelse over koncernen. OK har som Coop rødder i andelsbevægelsen, og Coop og OK deler værdier med hinanden. Coop har i en årrække samarbejdet med OK om opsætning af tank- og el-ladestationer ved Coops butikker.

**coop
amba**

Andelstanken er en væsentlig del af Coops DNA. Andelsforeningen Foreningen Coop amba skal sikre, at foreningens to mio. medlemmer er engagerede i Coop Danmark, og at de er loyale kunder i Coops butikker. Foreningen Coop amba fokuserer først og fremmest på tiltag, der understøtter forretningen. Et samarbejdsudvalg på tværs af Foreningen Coop amba og Coop Danmark sikrer, at aktiviteter i foreningen er i tråd med forretningsplaner, og at kommunikationen til markedet og medlemmerne er afstemt.

Butikker



I Coop kommer det gode købmandskab altid først.

Aktiviteter tæt på kerneforretningen har derfor førsteprioritet, og det centrale mål er, at Coop er en konkurrencedygtig og lønsom forretning. Coop har fire kæder med 939 butikker, hvor ca. 40% er brugsforeninger fordelt over hele landet: Kvickly, SuperBrugsen, Brugsen og 365discount.

Medarbejdere



Coop vil skabe en sikker og tryk arbejdsplads for de mange medarbejdere.

Om det er i butik, på lager eller på hovedkontoret ønsker Coop en rummelig arbejdsplads med plads til diversitet og mangfoldighed. Coop sætter medarbejdertrivsel i højsædet; det er vigtigt, at medarbejderne er glade for at gå på arbejde, så de møder kunderne med overskud og smil.

Kunder



Coop har et bredt udvalg af hverdagsvarer og tilbyder mange medlemsfordele.

Den gode service er af afgørende prioritet for at sikre høj kundetilfredshed og loyale kunder. Coop inspirerer kunderne til at lave sund og velmagende mad og gør samtidig opmærksom på klimavenlige varer. Med Coops app er det nemt for kunder at orientere sig i gode tilbud og finde inspiration i en travl hverdag.

Varer og ansvarlighed



Coop ønsker, at kunderne kan leve trygt, sundt og bæredygtigt ved at tilbyde ærlige varer til ærlige priser.

Coop favner med fire kæder og bredde sortimenter alle kundegrupper, og det er afgørende, at kunderne har en god oplevelse i Coops butikker hver gang. Coop kommunikerer løbende til danskerne om emner vedrørende folkesundhed, økologi, kemi og klimaaftryk.

Coops væsentlige bæredygtighedsemner

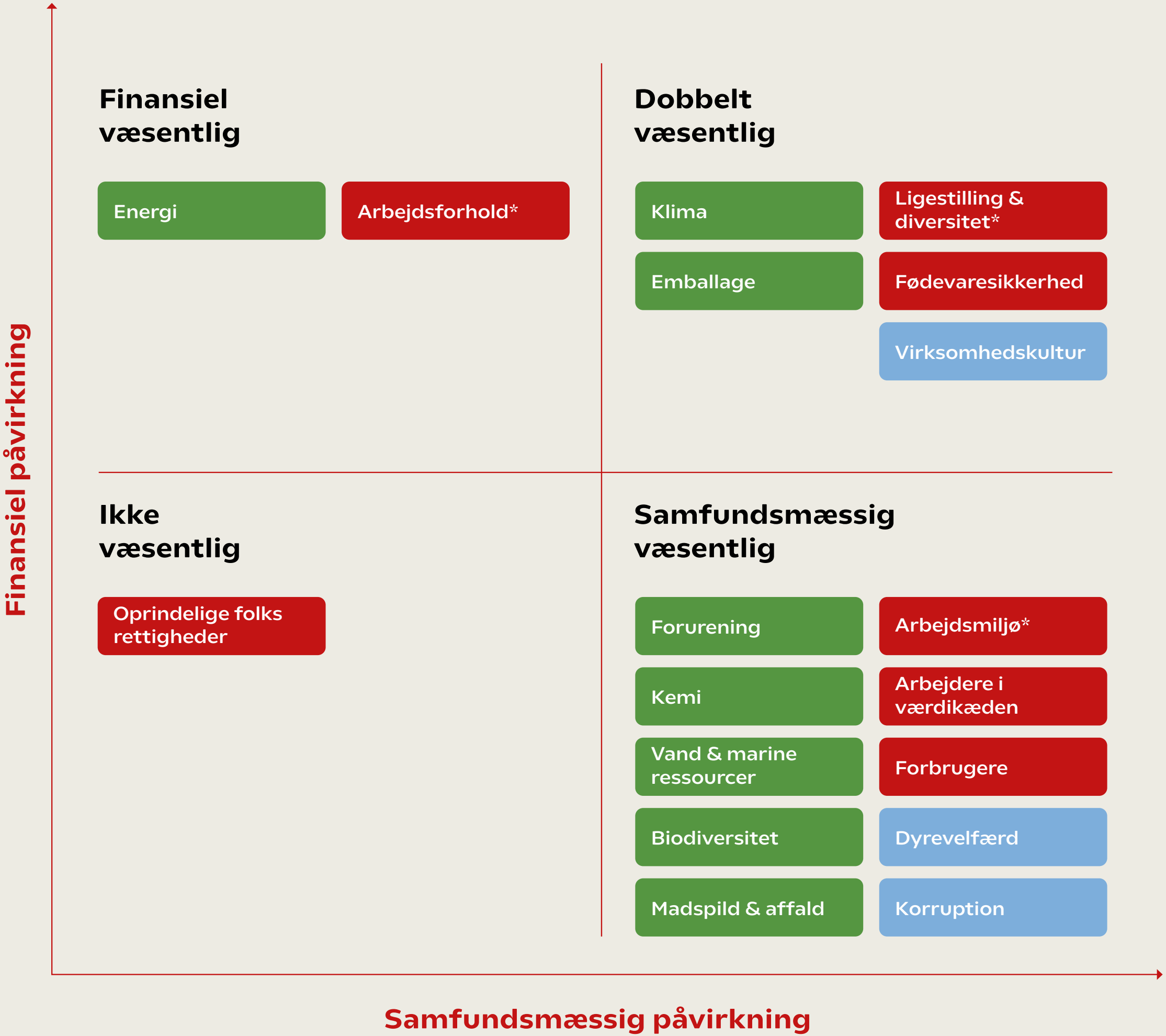
Dobbelt væsentlighedsanalyse

Coop har i 2024 opdateret proces og metode for udarbejdelsen af den dobbelte væsentlighedsanalyse. Det sker som led i forberedelsen til at skulle rapportere i overensstemmelse med CSRD, Corporate Sustainability Reporting Directive, som er det nye europæiske bæredygtighedsrapporteringsdirektiv, som Coop bliver underlagt i skrivende stund fra 2025, men jf nyt EU Omnibus forslag formentlig først fra 2027.

De nye rapporteringskrav tager udgangspunkt i en dobbelt væsentlighedsanalyse, som har til formål at identificere de indvirkninger, risici og muligheder inden for miljø og klima, sociale og ledelsesmæssige forhold, som er væsentlige for Coop. Den giver dermed svar på, hvilke bæredygtighedsemner Coop skal rapportere på.

Generelt har Coop en bred berøringsflade og dermed også en bred påvirkning inden for klima og miljø, sociale

- Miljø- og klimamæssige emner
- Sociale emner
- Ledelsemæssige emner
- * Egne medarbejdere



samt ledelsesmæssige forhold. Resultaterne fra den opdaterede væsentlighedsanalyse vil i løbet af 2025 blive indarbejdet i Coops Bæredygtighedsstrategi, governancestruktur, politikker og målsætninger.

Metode og tilgang

For at sikre et dækkende væsentlighedsbillede inkluderer den dobbelte væsentlighedsanalyse hele Coops værdikæde fra primærproduktion og fremstilling af varer i forsyningskæden til brug og bortskaffelse af varer i forbrugsfasen. Rapporteringsemnerne inden for klima og miljø ("E"), sociale ("S") samt ledelsesmæssige forhold ("G") er blevet vurderet fra både et samfundsmæssigt påvirkningsperspektiv, og fra et finansielt perspektiv.

Fra det samfundsmæssige perspektiv vurderes Coops påvirkning på omverdenen ud fra emnets alvorlighed, omfang og - for negative påvirkninger - genoprettelighed. Påvirkninger, der ikke allerede sker, vurderes også på sandsynlighed. Fra det finansielle perspektiv vurderes risici og muligheder for Coop ud fra finansiell størrelse samt sandsynlighed.

Coops dobbelte væsentlighedsanalyse er baseret på Coops interne eksperters vurderinger. Dette er gjort gennem interviews og workshops. Inden for udvalgte bæredygtighedsemner er der yderligere anvendt eksterne data for at understøtte eksperternes vurdering.

Interessentinddragelse

Både interne og eksterne interessenter er blevet involveret i Coops dobbelte væsentlighedsanalyse.

Interne interessenter er kortlagt og udvalgt på baggrund af en række principper for berøringspunkter med bæredygtighedsemnerne og tildelt egne ekspertområder. Deres vurderinger er indsamlet via interviews og videre medbragt til tematiske workshops, hvor Coops eksperter inden for henholdsvis E, S og G har vurderet og kalibreret emnerne sammen.

Eksterne interessenter er kortlagt i en interessentanalyse efter type og ekspertområde. Herefter er 12 eksterne interessenter inddraget via for at fange eventuelle blinde vinkler og få en dybere forståelse for påvirkningerne. Deres indsigter og perspektiver inden for bæredygtighedsemnerne er herefter løftet frem i de tematiske workshops inden for henholdsvis E, S og G med Coops eksperter. Disse 12 interessenter repræsenterer leverandører, fagforeninger, forskning, civilsamfund og brancheorganisationer.

Coops dobbelt væsentlighedsanalyse i syv trin

- 1 Interessentanalyse
- 2 Værdikædekortlægning
- 3 Risikointegrering
- 4 Ekspertvurderinger
- 5 Interviews med eksterne interessenter
- 6 Tematiske workshops
- 7 Validering

Coops væsentlige bæredygtighedsemner



Miljø og klima

Produktion og forbrug af varer udgør en betydelig påvirkning på klima og miljø. Det afspejles i Coops dobbelte væsentlighedsanalyse. Klimaudslip fra dyrkning og fremstilling af råvarer samt materialeforbrug til emballage har både en høj samfundsmæssig påvirkning, men udgør også en væsentlig finansiell risiko i form af faktiske og potentielle afgifter. Derudover har Coop en potentiel påvirkning jord, vand og luft forurening, biodiversitet samt vand og marine ressourcer fra dyrkningen og forarbejdningen af de produkter Coop sælger.

Hvad gælder energi, udgør Coops eget energiforbrug ikke en væsentlig del. Dog gør de geopolitiske spændinger i verden sig gældende som en finansiell risiko med fluktuerende og stigende energipriser.

Madspild udgør et klima- og ressourcemæssigt stort aftryk inden for fødevarerbranchen, hvilket også afspejles hos Coop.



Socialt

Medarbejderne i Coop udgør kernen i forretningen. Det er derfor centralt for Coop at arbejde med emner som arbejdsvilkår, diversitet og ligestilling.

Desuden er der et bredere perspektiv på sociale forhold, da Coop indgår i globale og komplekse værdikæder med leverandører af råvarer og varer fra hele verden, hvor nogle lande har strukturelle udfordringer i forhold til menneskerettigheder, arbejdsmiljø og -vilkår.

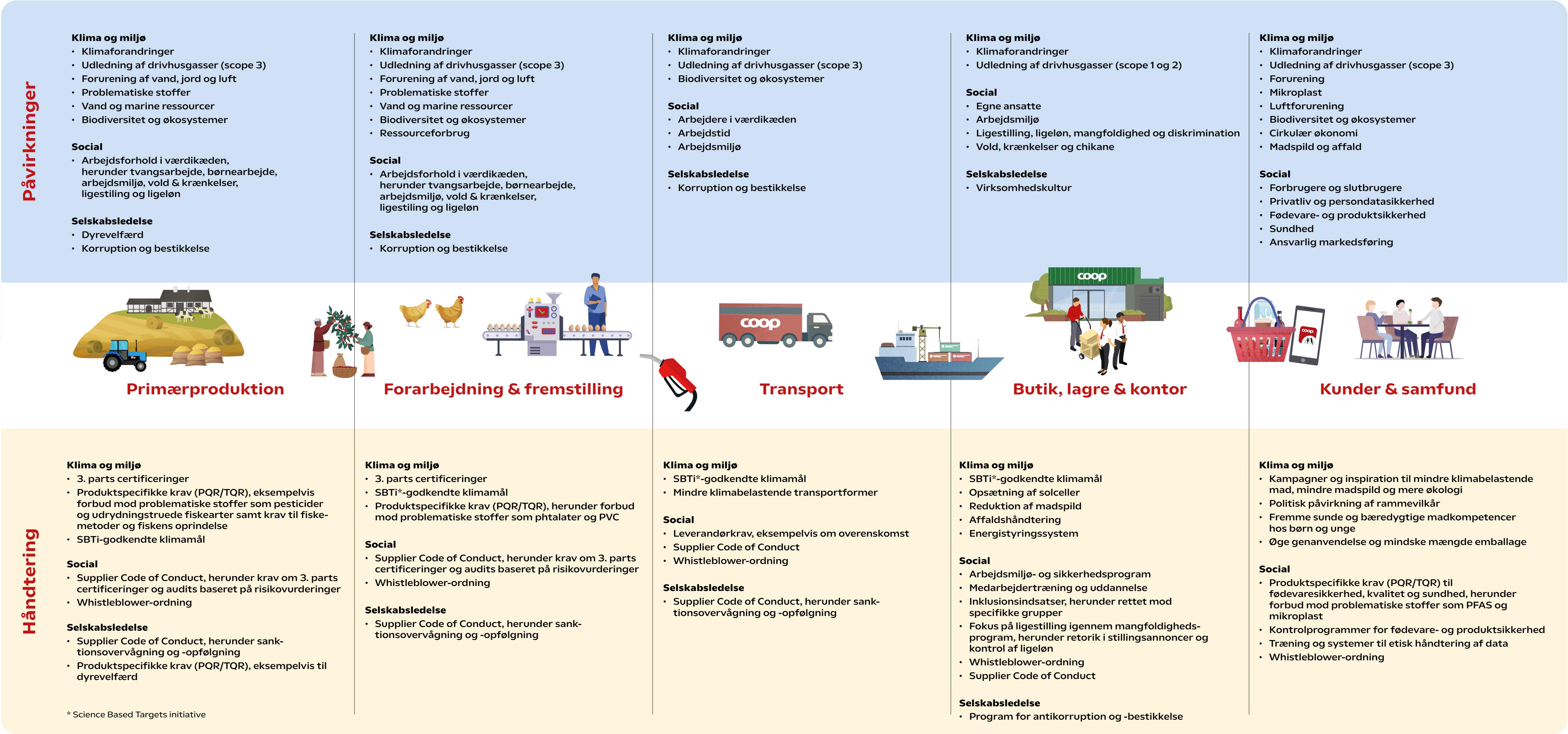
Udover ansatte i egen organisation og i værdikæden, har Coop en stor påvirkning på kunderne. Det handler blandt andet om fødevarer sikkerhed og sundhed, som Coop påvirker gennem udvalg af varer, markedsføring, priser, m.m.



Ledelse

Ansvarlig selskabsledelse er vigtigt for en aktør som Coop. En god virksomhedskultur med ansvarlige rammer kan føre til en positiv indvirkning på forbrugere, samfund og miljø i Coops værdikæde. Det handler blandt andet om påvirkning på dyrevelfærd i værdikæden, bekæmpelse af korruption og bestikkelse, samt lokalt engagement i de lokalsamfund, hvor Coops butikker er placeret.

Coops værdikæde – Håndtering af de væsentligste påvirkninger



Coop ansvarlighedsstrategi 2025 / Tid til at handle

Coop er nu fire år inde i arbejdet med at implementere ansvarlighedsstrategien "Tid til at handle". Klimainsatsen for egne udledninger og mange af de øvrige indsatser forløber efter planen, dog er nogle 2025-mål udfordret af ændrede forbrugsvaner som følge af stigende priser. Aftalen med OK kommer ikke til at have indflydelse på ansvarlighedsstrategien, som Coop arbejder videre med i 2025. I løbet af 2025 vil Coops ESG- & ansvarlighedsstrategi blive genbesøgt med udgangspunkt i de identificerede påvirkninger i den opdaterede dobbelte væsentlighedsanalyse.

ESG-indsats forankret i topledelsen

ESG-indsatsen er forankret i Coops ledelsesteam, CLT. CLT har således ansvaret for risikohåndtering samt implementering af ansvarlighedsstrategien, herunder hvordan Coop maksimerer sit positive bidrag til den bæredygtige omstilling – ikke bare af egne varer og drift, men af dagligvaremarkedet generelt.



Klima og miljømæssige forhold

Det kræver mange ressourcer at producere fødevarer. Det kræver arealer til at dyrke afgrøder, ferskvand til vanding og forarbejdning samt brug af gødning og brændstof og andre energikrævende produkter. Coop indkøber og distribuerer næsten 30% af de dagligvarer, der bliver solgt i danske supermarkeder, og derfor er det særligt konsekvenserne af fødevareproduktionen, som bidrager til Coops samlede klima- og miljøaftryk. Coop ønsker at bidrage til omstilling af forbrug, madvaner og fødevareproduktion og dermed skubbe dagligvarehandlen i en mere bæredygtig og cirkulær retning for at undgå omfattende negative klima- og miljøudfordringer for de næste generationer.

Ansvarlighedsstrategien udstikker retningen for forandringer i Coops egen forretning, værdikæde og drift samt for, hvordan Coop kan inspirere danskerne til mere bæredygtige indkøbsvaner. Coop har udstukket en ambitiøs kurs, både når det gælder reduktioner i klimaaftrykket fra egen drift og reduktioner i værdikæden. Det kræver investeringer, innovation og nye krav til leverandører.

Coops ambitioner frem mod 2025

Reducere brugen af ny plastik med

25%

og sikre, at alle egne emballager kan genanvendes (målt ift. 2018)



Til kamp mod madspild.

Varer, Coop ikke kan sælge, skal så vidt som muligt doneres eller recirkuleres

Reducere CO2e-udledningen fra driften med

75%

i 2025

Reducere den negative klimapåvirkning fra Coops samlede værdikæde med

1 mio. ton CO2e i 2030

(målt ift. 2019)



Sælge flere dyrevelfærdsmerkede varer og stille minimumskrav til alle animalske produkter

Sælge 60% mere økologi

(målt ift. 2019) og sikre, at udvalgte varegrupper er 100% økologiske



Klima

Coop har høje ambitioner, når det kommer til at omstille forretning, produktion, transport og forbrug i en mere bæredygtig retning. Og Coops klimaplan spiller en afgørende rolle i forhold til at nå målene i ansvarlighedsstrategien.

Coop leverer på klimamål og genforpligter sig til SBTi

Coop bevæger sig godt i retning af at indfri de nuværende klimamålsætninger. Delmålet for reduktion fra egen drift på 75% i 2025 er tæt på realiseret med en reduktion på 74,6% ved udgangen af 2024. Delmålet for reduktion fra Coops salg af varer på 18,5% i 2030 bevæger sig også fint i den rigtige retning med en reduktion på 13,9% ved udgangen af 2024.

Coop har siden 2021 arbejdet efter klimamål godkendt af Science Based Target initiative (SBTi). I 2024 besluttede Coop at genforpligte sig til SBTi, så Coop kan få opdaterede klimamål, der følger den nyeste klimavidenskab. I den forbindelse vil Coop udarbejde et langsigtet klimamål for, hvornår forretningen skal være klimaneutral. I nærværende beretning bliver der gjort brug af de gamle klimamålsætninger, men Coop forventer, at målene bliver opdateret i 2025.

Reduktioner i egen drift (scope 1+2)

Coop nåede i januar 2024 en vigtig milepæl, da de sidste olie- og gasfyr i Coops egne butikker blev udskiftet. Butikkerne vil fremadrettet blive opvarmet med varmepumper, fjernvarme og elvarme. Der er desuden gjort klar til, at Coop i begyndelsen af 2025 kan udfase de sidste gasfyr på distributionscentre, og Coop vil således have udfaset alle olie -og gasfyr.

I 2024 blev 21 køleanlæg konverteret til at anvende et mindre klimabelastende kølemiddel. Sænkelsen af klimapåvirkningen fra kølemidler fulgte dermed målsætningerne i planen for året. Der er helt efter planen 108 ikke-konverterede køleanlæg tilbage i Coops egne butikker, som bliver udfaset frem mod 2030 i tråd med strategien og lovgivningen.

Energieffektivitet og vedvarende energi

Coop intensiverede i 2024 indsatsen for at udnytte overskudsvarme i butikker og på distributionscentre. Ved at udnytte overskudsvarme i køleproduktionen minimerer Coop fjernvarmeoptaget fra forsyningsvirksomheder og reducerer butikkernes eksterne varmebehov med op til 80%. Det bliver fremover dækket af overskudsvarme.

Coops udbygning af vedvarende energi fortsatte i 2024. I alt blev der installeret 0,4 MW solceller på butikker og distributionscentre, som årligt vil levere 0,4 GWh. Dermed installerede Coop lidt mindre vedvarende energi end målsætningen om at installere 0,6 MW om året frem mod 2025.



Coop går foran og understøtter udvikling

Som et nyt energitiltag har Coop budt ind på systemmarkedet i 2024. Dermed bidrager Coop til at stabilisere elnettet i Danmark. Alle Coops butikker i Østdanmark, der kan reguleres, er klargjort til at bidrage med fleksibilitetsydelse inden for blandt andet belysning, køl og elvarme.

Sideløbende deltager Coop i et forskningsprojekt hos Teknologisk Institut om ”fremtidens supermarked”. Ambitionen med projektet er at skabe ny viden om, hvordan Coop kan bidrage til bedre energiløsninger via fleksibilitetsydelser og sektorkobling.

Danmarks største energiledelsessystem

I 2024 blev Coops energiledelsessystem ISO50001, der er Danmarks største, endnu større. Ved indgangen til 2024 omfattede energiledelsessystemet alle Coop-ejede butikker plus 138 brugsforeninger. Energiledelsessystemet blev i 2024 udvidet med Coops logistik- og kontorfaciliteter, og alle forretningsområder i Coop har dermed energiledelse.

Reduktion i energiforbrug på 27,2%

De ovenstående energioptimeringsindsatser og investeringer i energireduktion har haft stor effekt på det samlede energiforbrug i driften af Coops butikker, der blev reduceret med 8,7% i forhold til 2023. Siden 2018 har Coop sammenlagt nedbragt energiforbruget i kWh med 27,2%. Coop har således reduceret CO₂e-udledningerne fra egen drift med 26,9% siden 2023, hvilket svarer til en 74,6% CO₂e-reduktion siden 2018. Coop er dermed godt på vej mod målet om 75% CO₂e-reduktion i 2025 i egen drift.

Coop Folkeskove etablerer folkeskov nummer to

I marts 2024 blev de første spadestik taget til en folkeskov ved Tistrup, Coop Folkeskoves anden skov. Folkeskoven vil, når den er fuldt etableret, dække 66,7 hektar. Skoven bliver tilplantet med hurtigt voksende nåletræer, da de er effektive til at optage CO₂, og det kan lagres langvarigt, når træet fx bruges til byggematerialer i stedet for energitunge materialer som beton og stål. Der kommer også løvtræer som bøg, eg, lind, fuglekirsebær og birk samt en lang række forskellige buske og småtræer, der i højere grad gav-



66,7 hektar
dækker Folkeskovens
skov nummer to

Billedtekst her xxxx xxx xxx
xxx xxx xxx xxx xxx xxx
xxx xxx xxx

ner biodiversiteten. Coop Folkeskove bidrager til at få endnu flere danskere til at bruge naturen ved at skabe naturskønne, rekreative områder, der bidrager til biodiversitet og CO2-optag.

Skærpede leverandørkrav til CO2e-reduktion i værdikæden

Med vedtagelse af klimaplanen i 2021 skærpede Coop indsatsen for at reducere emissionerne i værdikæden. I 2022 introducerede Coop krav til de største leverandører om indmelding i SBTi senest i 2025. I 2023 introducerede Coop lignende krav til de mellemstore leverandører. Det kan være svært for små og mellemstore leverandører at komme i gang med klimaarbejdet, derfor gik Coop sammen med mærkevareleverandørernes forening MLDK og etablerede en række webinarer med det formål at klæde de små og mellemstore virksomheder på til at gå i gang med klimaarbejdet. Coop forventer, at intensivere indsatsen og opfølgningen i 2025, så snart Coops egen SBTi-genindmelding er på plads.

Coop fremmer grøn transport

Kundernes transport til og fra butikkerne bidrager med omkring 3% af Coops samlede klimapåvirkning. For at nedbringe klimapåvirkningen ønsker Coop at bidrage til elektrificeringen af transportsektoren, og Coop har derfor i samarbejde med OK a.m.b.a. opstillet ladestandere i hele Danmark siden 2021. Målet fra initiativets start var at opstille 500 ladestandere ved Coop-butikker. Ved udgangen af 2024 var der opsat ladestandere ved 371 lokationer. Det er 931 ladepunkter til kundernes elbiler.

Omlægning af danskernes madvaner

En betydelig del af indsatserne i Coops klimaplan handler om at bidrage til den overordnede målsætning om at omlægge danskernes indkøbs- og madvaner. Målet er, at klimaaftrykket fra det gennemsnitlige salg er reduceret med mindst 19,7% i 2030 (målt ift. 2020). Coop har i mange år arbejdet fokuseret med en række forbrugerkampagner, i og uden for butikkerne. Et af initiativerne er funktionen ”mit klimaaftryk” i Coop-appen. Her kan kunderne følge deres klimaaftryk fra indkøb af madvarer og lære, hvordan de kan nedbringe det. De kan også se udviklingen i deres forbrug over tid, og de kan sammenligne sig med den gennemsnitlige forbrugers indkøb.

I januar 2024 fjernede Coop endnu engang momsen på al frisk frugt og grønt i 365-butikkerne i en uge. Dette gjorde Coop for at sætte fokus på fordelene - folkesundhed og klima - ved at sælge mere frugt og grønt. Salget af frugt steg med 43% den uge, mens salget af grønt steg med 37%. En undersøgelse foretaget af YouGov for Coop a.m.b.a. i november 2024 viser, at otte ud af ti danskere ønsker ændret moms på frugt og grønt.





Emballage

Emballage er afgørende for fødevarer sikkerhed og minimering af madspild, men samtidig belaster særligt plastemballage klimaet og miljøet. Frem mod 2025 vil Coop reducere andelen af ny plastik på egne varemærker med 25% (målt ift. 2018), og mindst 30% af plastikemballagen på Coops egne varemærker skal være lavet af genanvendt plastik. Nuværende opgørelser viser, at andelen af ny plastik er reduceret med 30,3% mod målet på 25%, og andelen af genanvendt plast udgør 23,2% mod målet på 30%.

I 2024 har Coop intensiveret emballageindsatsen for at undgå unødvendig plastik. I den forbindelse er Coop lykkedes med en række implementeringer, som har reduceret miljøbelastningen af Coops emballager markant sammenlignet med 2023:



I januar reducerede Coop 100 ton plastik årligt ved at fjerne lågene på kartoner med økologisk mælk fra Thise og gik dermed tilbage til den traditionelle åbning af mælkekartonerne. Det gjorde Coop af miljøhensyn, men også fordi der generelt er utilfredshed med det fastlåste låg blandt kunderne.

I marts reducerede Coop 290 ton plastik årligt ved at reducere tykkelsen på den mest solgte bæreposevariant med 40%. Posen har på trods af reduktionen bevaret sin styrke og funktion, og den kan bære samme vægt som tidligere.

Udvalgte resultater i 2024

- Coop har fjernet lågene på økologisk mælk og sparet, hvad der svarer til 100 tons plastik om året.
- Bæreposer er blevet 40% tyndere, og Coop har dermed sparet, hvad der svarer til 290 tons plastik om året.
- Coop har sagt farvel til al sort plastik på kød og har dermed gjort 1.017 ton plastik om året lettere at genanvende.
- Den nye pose på hakket kød indeholder 70% mindre plastik. Plastbesparelsen løber op i 169 tons om året svarende til 539 tons CO₂.

I april sagde Coop farvel til de sorte plastikbakker på al Coops kød. Den sorte plastik bliver meget sjældent genanvendt på sorteringsanlæggene i Danmark, da den sorte farve ikke kan genkendes af anlæggenes maskiner, og det er grunden til, at Coop skiftede fra sorte til klare plastbakker på alt kød. De klare plastbakker er lavet af 90% genanvendt plastik, og med skiftet blev 1.017 ton plastik hvert år nemmere at genanvende.

De klare kødbakker var kun lige introduceret, før Coop i august skiftede kødbakkerne på hakkekød ud med poser med 70% mindre plastik end bakkerne. Den nye emballage hedder flowpack og med den reducerer Coop årligt 169 tons plastik svarende til 539 tons CO₂. Kunderne har taget rigtig godt imod flow-pack-emballagen, ikke bare på grund af plastreduktionen, men også fordi emballagen fylder meget mindre i affaldsspanen.

I 2024 har Coop arbejdet på at indfri kravene til de kommende regler om producentansvar for emballage og engangsplastprodukter, som træder i kraft i 2025. Forberedelserne indebærer indsamling af emballagedata og opbygning af nye datasystemer, der ikke bare skal hjælpe Coop med at overholde lovgivningen, men også bidrage med overblik over nye optimeringspotentialer i Coops emballagekatalog.

Økologi, Madspild og Dyrevelfærd

Økologi

Udviklingen i Coops salg af økologi har været svagt stigende i 2024. Forklaringen er, at kunderne igen begynder at putte flere økologiske varer i indkøbskurven. Økologisalget begyndte at falde, da inflationen ramte Danmark i foråret 2022, og de stigende priser samt lukningen af butikker i Irma-kæden udfordrede også økologisalget i begyndelsen af 2024. Men fra efteråret og frem kan Coop konstatere en fremgang i salget blandt andet inden for kød og kolonialvarer. 16,2% af de fødevarer, som Coop solgte i 2024, var økologiske mod 15,9% i 2023.

Samlet set er udviklingen af salget af økologi tilfredsstillende for Coop. Coop forventer, at der fortsat vil være vækst i økologisalget i 2025.

Änglamark genvandt i 2024 prisen som det brand, danskernes opfatter som det mest bæredygtige i undersøgelsen Sustainable Brand Index, der hvert år spørger danskerne til deres syn på brands og bæredygtighed.



“

Änglamark genvandt i 2024 prisen som det brand, danskernes opfatter som det mest bæredygtige i undersøgelsen Sustainable Brand Index, der hvert år spørger danskerne til deres syn på brands og bæredygtighed.”

Madspild

I 2024 udgjorde madspild 1,6% af omsætningen i Coop. Det er samme niveau som i 2023. Coops fokus på madspild er i 2024 øget blandt andet gennem et tættere samarbejde med organisationen Stop Spild Lokalt, som henter mere overskydende mad fra flere af Coops butikker end nogensinde før. Samarbejdet er desuden blevet intensiveret op til højtider som påske og jul, hvor overskudsvarer fra helligdagslukkede butikker deles ud til værdigt trængende.

Coop har i 2024 haft fokus på at nedbringe kassationer. Det er lykkedes at nedbringe spild og svind ved at fokusere på at brede erfaringer fra butikker med lavt svind ud til de øvrige butikker.

Dyrevelfærd

Coop har i 2024 øget salget af langsommere voksende kylling med dyrevelfærdsmærket. I 2024 udgjorde salget af velfærdskylling 21% af omsætningen af fersk kylling. Coops ambition er at udfase hurtigvoksende kylling fra det faste, fersksortiment i 2025. 23% af de solgte okse- og kalvekødsvarer havde en velfærdsmærkning. Andelen er lavest for gris, hvor 13% af salget var velfærdsmærket. Generelt har salget af dyrevelfærdsmerkede varer været udfordret de seneste år på grund af stigende priser. Men særligt salget af velfærdsmærket kylling har øget den samlede andel af fersk kød med dyrevelfærdsmærke. Coop forventer fortsat vækst i salget af dyrevelfærdsmerkede varer i 2025.

Klima & miljø målsætninger

- Målsætninger og resultater

		2024	2023	2022
Klima				
I 2030 skal Coop Danmark have reduceret klimapåvirkningen fra driften med 91% med delmål om 75% reduktion herfra i 2025 (målt ift. 2018)	%	-74,6	-65,2	-44,1
I 2025 skal Coop Danmarks energiforbrug reduceres med 16,5% (målt ift. 2018)	%	-27,2	-20,4	-13,9
Alle kølesystemerne i Coops enheder (frysere, kølediske, køleskabe mv.) skal konverteres til mindre klimaskadelige kølemidler. Antal ikke konverterede kølesystemer	antal	108	129	
Coop installerer hvert år i perioden 2020 til 2025 1 MW vedvarende energi	mw	0,4	1,6	0
I 2030 skal den samlede klimagasudledning fra produktion, forarbejdning, transport mv. af alle varer, Coop sælger (Scope 3), være reduceret med 18,5 % (målt ift. 2020)	%	-13,9	-9,7	-6,2
I 2030 skal klimabelastningen fra den gennemsnitlige solgte fødevare i Coops butikker være reduceret med 19,7% (målt ift. 2020)	%	-9,7	-8,7	-9,5
Emballage				
I 2025 skal andelen af fossilbaseret virgint plastik på egne varemærker være reduceret med 25% (målt ift. 2018)	%	-30,3	-24,2	-14,2
I 2025 skal mindst 30% af plastikken i Coops egne varemærker være lavet af genanvendt plast	%	23,2	22,3	18,9
Biodiverstiet				
Palmeolieforbruget i alle Coops fødevarer i egne varemærker skal altid være certificeret i henhold til RSPO-standard eller tilsvarende	%	100	100	100
I 2023 skal al soja, der indgår enten direkte eller indirekte i produktionen af Coops egne varemærker, være certificeret bæredygtig	%	93	Ej opfyldt	Ej opfyldt
Madspild				
Coops butikker skal kontinuerligt reducere mængden af madspild til et absolut minimum	%	1,6	1,5	1,4
Økologi				
I 2025 skal Coops økologisalgs udgøre 20% af fødevaresalget	%	16,2	15,9	16,7
Dyrevelfærd				
I 2025 skal andelen af fersk kød, der bærer dyrevelfærdsmærket, udgøre 25% af salget	%	17,8	15,5	15,8

Sociale forhold

Som en af Danmarks største arbejdsgivere ønsker Coop at være den bedste butiksarbejdsplads og skabe et arbejdsmiljø, som alle medarbejdere trives og udvikler sig i. Som ansvarlig dagligvareforretning håndhæver Coop detailhandlens strengeste fødevare- og kvalitetskrav.

Konkurrencen om at tiltrække og fastholde de bedste medarbejdere fortsatte i 2024, hvor især manglen på faglærte medarbejdere var en udfordring. Coop fortsatte derfor tilknytnings- og rekrutteringsindsatsen.

Coop arbejder for at være en endnu bedre arbejdsplads, hvor kolleger med vidt forskellige baggrunde, erfaringer, forudsætninger og drømme udvikler sig både fagligt og personligt. Hvor de oplever at høre til i en kultur, der inviterer til fællesskab, udvikling, indflydelse og mening.

Ligesom gode arbejdsforhold for egne medarbejdere vægter Coop også arbejdstagerrettigheder i værdikæden højt. Coops leverandører forpligtes derfor til at efterleve Coops Politik for Menneskerettigheder, og der foretages løbende en risikobaseret opfølgning, som beskrives nærmere under afsnittet om menneskerettigheder på side 49.





Medarbejderforhold

Coop bliver medlem af Dansk Erhverv

Coop har meldt sig ind i Dansk Erhverv med virkning fra 2025. Med Coop som medlem er alle de toneangivende dagligvarekæder samlet i den samme interesseorganisation. Coop får dermed de samme aftaler som resten af branchen samt mulighed for at udøve langt mere indflydelse på rammevilkårene for branchen. Medlemskabet vil også sikre en forenkling af overenskomster og aftaler internt i Coop.

Engagement og arbejdsmiljø

Det er Coops erfaring, at medarbejderengagement og rette arbejdsforhold er en forudsætning for, at de ansatte præsterer på et højt niveau og skaber resultater. Derfor gennemførte Coop i efteråret 2024 en ny engagementsundersøgelse sammen med den lovpligtige APV. Engagementsundersøgelsen er et redskab,



Coop har udviklet for at sætte fokus på og arbejde proaktivt med trivsel, motivation, arbejdsforhold og personlig udvikling blandt de ansatte. Medarbejdere fra alle forretningsområder har deltaget i undersøgelsen, og hensigten har været – udover at skabe stor indsigt – at skabe fælles sprog og fælles fokus på tværs af hele organisationen. Dermed kan Coop iværksætte konkrete handlingsplaner i de enkelte butikker, teams, afdelinger og på tværs af Coop med udgangspunkt i undersøgelsens resultater.

Samlet set viser resultaterne, at medarbejderne ved, hvad der forventes i jobbet, ligesom engagement og teamwork ligger i den høje ende. Det vigtigste forbedringsområde på baggrund af undersøgelsen vedrører kollegaernes yderligere ønske om udvikling og uddannelse.

Grænseoverskridende adfærd fra kunder i butikkerne er et stigende problem, ikke bare hos Coop, men i hele detailbranchen. For Coop er det helt afgørende, at medarbejdere kan gå på arbejde uden at frygte at blive chikaneret, og det har været en topprioritet i 2024 at adressere denne udfordring. Coop har blandt andet afholdt en række kurser i konflikthåndtering. Coop har desuden lanceret digitale kampagner i løbet af året i samarbejde med Maxi Zoo, Circle K, Salling Group, Lidl og HK Handel, der gør opmærksom på udfordringerne med grænseoverskridende adfærd hos vrede kunder. Det drejer sig fx om kampagnen; ”Tak, fordi du holder den gode tone”.

Uddannelse og karriereveje

Uddannelse er en vigtig del af Coops fastholdelsesindsats på tværs af alle medarbejdergrupper. Uddannelses- og læringsforløb er med til at udvikle den enkelte medarbejders faglighed og kompetencer og bidrager samtidig til at styrke Coop som organisation.

I 2024 har Coop haft særligt fokus på elever, da disse udgør en central del af Coops medarbejderstab, og fordi de er en vigtig ressource for fremtidens pipeline i Coop. I 2024 har Coop derfor styrket kvaliteten af elevuddannelserne. Det har blandt andet resulteret

i en ny elevstrategi, der skal forstærke samarbejdet mellem elev og oplæringsansvarlig. Og Coop er hele tiden opmærksom på, hvordan man bedst tiltrækker nye elever og fastholder de eksisterende. Det handler blandt andet om at skabe de bedste rammer for personlig og faglig udvikling for den enkelte elev.

Coop har i 2024 udviklet og etableret nye ”pop-up-kurser” (right on time), der er tilpasset forretningens behov. Med disse kurser kan kollegaer i organisationen hurtigt blive klædt på, når behovet for at håndtere en konkret situation opstår. Det kan fx være en leder, der har brug for at tilgå et kursus om konflikthåndtering eller ledelse af unge nemt og hurtigt.

I 2024 introducerede Coop et nyt tilbud til ufaglærte medarbejdere i organisationens produktionsområder, kaldet ”ufaglært – på vej til faglært”. Kurset tilbyder medarbejderne at deltage i et opkvalificeringsforløb, der giver adgang til Coops elevuddannelser. Coop blev med dette tiltag indstillet til ZBC’s Efteruddannelsespris 2024.



Mangfoldighed, inklusion og ligestilling

Rekruttering af unge er topprioritet

Mere end 24.000 af Coops medarbejdere er mellem 13 og 25 år, og for mange af dem er Coop deres første arbejdsplads. Det er afgørende for Coop at kunne tiltrække unge mennesker, og rekruttering af unge har derfor også i 2024 haft høj prioritet. Målet med Coops ungeagenda er, at Coop appellerer til unge, potentielle medarbejdere, og at de nuværende ungemedarbejdere betragter Coop som en meningsfuld og attraktiv arbejdsplads med gode karrieremuligheder, så de har lyst til at blive i Coop.

I efteråret 2024 blev et nyt Ungeråd – Coops tredje af slagsen – valgt for en etårig periode. Ungerådet består af 16 unge kollegaer, og medlemmerne fungerer som lokale ambassadører og rådgivere, der bidrager med viden og erfaring til Coops ”ungeminister” og Coops ledelse. Ungeindsatsen bliver løbende tilpasset indsigterne fra ungerådet, så den er målrettet og relevant.

I 2024 har Coops ungeminister og Ungerådet blandt andet givet input til Danmarks beskæftigelsesminister for at forenkle arbejdsmiljølovgivningen for undervisningspligtige unge. Denne forenkling har været med til at fordoble antallet af 13-14-årige i Coop, så Coop nu har omkring 1.000 ansatte i denne aldersgruppe.

Coop erfarer, at mange unge i dag finder det vigtigt, at deres arbejdsplads tager aktivt stilling til spørgsmålet om køn og pronominer. Ungerådet har i 2024 modtaget henvendelser vedrørende brug af pronominer på arbejdspladsen, og man har efterfølgende haft en debat, hvortil man fik ekstern rådgivning. Arbejdet har resulteret i, at det i 2024 blev muligt at bestille badges til medarbejdere, der ønsker at udtrykke deres pronominer eller støtte normaliseringen af brugen af pronominer.

Fokus på seniorer

På samme måde, som Coop har skærpet fokus på den unge målgruppe, har Coop i 2024 også haft øget fokus på den ældre målgruppe. Baseret på Coops data, den demografiske udvikling samt udviklingen på arbejdsmarkedet generelt vurderer Coop, at dette er en vigtig målgruppe at adressere. 6% af Coops ansatte er over 60 år, hvor næsten 13% af danskere på arbejdsmarkedet generelt er over 60 år ifølge Danmarks Statistik. Tallene viser, at der er et stort potentiale for Coop i at tiltrække flere seniorer. Og tallene for udviklingen i den danske demografi bekræfter ligeledes, at virksomheder som Coop er nødt til at være bedre til at rekruttere og fastholde seniorer, hvis de vil sikre tilstrækkelig arbejdskraft. Indsatsen for at tiltrække og fastholde

“

Coop arbejder for at være en endnu bedre arbejdsplads, hvor kolleger med vidt forskellige baggrunde, erfaringer, forudsætninger og drømme udvikler sig både fagligt og personligt.”

seniorer til Coop er med til at sikre Coops pipeline og konkurrencedygtighed fremadrettet.

Coop har i 2024 afholdt et seniortopmøde, hvor virksomheder, interesseorganisationer, fagforeninger og pensionselskaber debatterede, hvordan virksomheder som Coop bedst tiltrækker og fastholder seniorer. På baggrund af mødet har Coop øget sit fokus på seniorer og indledt tests af en række tiltag, herunder konceptet “fremtidssamtaler”. Det er samtaler, hvor man går i dialog med medarbejdere, der nærmer sig pensionsalderen, om, hvad fremtiden skal bringe i Coop i stedet for at drøfte en tilbagetrækningsplan.

Ligestilling & kønsdiversitet

Mangfoldighed i ledelseslagene, herunder ligestilling mellem kønnene i Coops ledelsespositioner, er en lang-



sigtet og strategisk prioritet for Coop. Der er stadig et stykke vej til, at målsætningen om kønsbalance i ledelse er nået. Derfor arbejder Coop blandt andet på at skabe værdier, kultur og organisatoriske rammer, som alle medarbejdere uanset køn kan trives i.

I den forbindelse har Coop blandt andet igangsat en prioriteret indsats i 2024 for at synliggøre kvindelige ledere som rollemodeller via et netværk for kønsbalance, som indtil videre har afholdt to arrangementer. Her har man diskuteret udfordringer og muligheder for at opnå kønsbalance i Coops ledelseslag. Coop mener,

at stærke rollemodeller kan skabe kulturforandringer, og det er derfor vigtigt for Coop at gøre opmærksom på det underrepræsenterede køn i ledelseslagene, da det kan være med til at inspirere andre ansatte.

I 2024 bestod CLT af 78% mænd og 22% kvinder. Tallene for alle ledere i Coops organisation viser, at 71% af lederne i 2024 var mænd, og kvinderne udgjorde 29%.

Coops mål er, at kvinder udgør minimum 40% af Coops samlede antal ledere.

Målrettede inklusionsindsatser

Coop har i 2024, som i de forgange år, arbejdet aktivt på at ansætte og fastholde personer, der har haft svært ved at finde fodfæste på arbejdsmarkedet. Dette inkluderer blandt andet personer, der vender tilbage til arbejdet efter langtidssygemelding, og dem, der har behov for flexjob. Disse ansættelser sker ofte i samarbejde med lokale jobcentre i butikkernes nærområder.

Coop samarbejder med flere partnere om inklusionsindsatsen. Det drejer sig fx om ”Coop Crew”, der drives i samarbejde med Ungdomsskoleforeningen og er udbredt i mange kommuner. Gennem seks træningsmoduler og praktiske øvelser får de unge generelle jobkompetencer og specifikke færdigheder inden for detailbranchen. Indtil nu har over 2.000 unge gennemført et Coop Crew-forløb. I 2024 fik cirka 55% af deltagerne i Coop Crew et fritidsjob efter forløbet, hvoraf lidt over halvdelen blev ansat i Coop. Dette er en beskæftigelsesandel, der matcher tidligere års

niveau. 59% af deltagerne følte bagefter, at de har udviklet jobkompetencer, og 66% af deltagerne får øget selvtillid.

Et andet eksempel er ”Klar til Start”, som hjælper personer med autisme eller autistlignende træk i job. Personer med autismediagnoser deltager i et 12-måneders forløb, der forbereder dem på at varetage et job. Cirka 70% af deltagerne i forløbet har fået job efterfølgende i Coop eller andre steder siden projektets start i 2013.

Ovenstående resultater er meget tilfredsstillende for Coop, for samfundet og ikke mindst for de unge, der har fået fodfæste på jobmarkedet.

Employee Advocacy

Coop har i 2024 etableret en strategisk kommunikationsindsats med fokus på ”employee advocacy”. Formålet er skabe fællesskab, værdier og stolthed blandt medarbejdere i Coop.

Coop har aktiveret medarbejdere til at fortælle historier på interne og eksterne kommunikationskanaler. På den måde udnytter man de muligheder for netværkskommunikation, der findes på sociale medier og på Coops interne kanaler. Det drejer sig om 50 såkaldte fællesskabsambassadører på tværs af målgrupper, kæder og geografi. Disse frivillige ambassadører er blevet trænet i at bruge deres egne sociale medier som LinkedIn, Instagram og TikTok til at fortælle om deres liv i Coop på en autentisk måde.





“

Uddannelse er en vigtig del af Coops fastholdelsesindsats på tværs af alle medarbejdergrupper.”

I 2024 er de udvalgte ambassadørers indhold blevet set 44 mio. gange på sociale medier, hvilket svarer til 167.939 visninger om dagen siden programmet startede i april.

Coop lancerede i 2024 instagram-profilen ”Livet i Coop”, som har til formål at vise personhistorier om livet i Coop, som ambassadørerne og andre ansatte deler. Kanalens indhold er i gennemsnit nået ud til omkring 75.000 brugere og vist cirka 180.000 gange om måneden i 2024.

Menneskerettigheder

Coop anser det for fundamentalt at respektere alle menneskerettigheder. Det gælder for egne medarbejdere såvel som for mennesker i værdikæden, der er involveret i dyrkning, produktion og transport af Coops varer. Coops politik for menneskerettigheder er baseret på FN's grundlæggende erklæring om menneskerettigheder (International Bill of Human Rights) herunder ILO's kernekonventioner, som de er defineret i FN's Retningslinjer for Menneskerettigheder og Erhvervsliv. Coops leverandører er forpligtede til at efterleve Coops Politik for Menneskerettigheder og forholde sig til de deri beskrevne due diligenceprocesser. Coops politik for Menneskerettigheder er indarbejdet i Coops Leverandør Code of Conduct, som alle leverandører og samarbejdspartnere skal underskrive og respektere.

Ansvarlig leverandørstyring

For Coop er det afgørende, at Coops varer er fremstillet under ordentlige arbejdsforhold, uanset hvorhenne i verden de kommer fra. Coop har fokus på ansvarlig produktion helt ud i værdikæden, også i de komplekse værdikæder, hvor der kan være risiko for f.eks. tvangsarbejde, børnearbejde, udnyttelse af

migrantarbejdere og diskrimination. Coop arbejder ud fra en risikobaseret tilgang, hvor der laves opfølgning med leverandører, der opererer i risikolande (jf. amfori BSCIs vurdering af risikolande), eller leverandører, der har værdikæder, hvor der er kendte udfordringer med arbejdsforhold og menneskerettigheder som f.eks. tekstiler, kaffe, the, kakao, ris, fisk, kylling, blomster, vanilje, frugt & grønt. Coop identificerer land og industri for alle leverandører og udvælger derefter specifikt de leverandører, som skal undersøges nærmere baseret på risikovurderingen.

Coops Leverandør Code of Conduct stiller krav til, at Coops leverandører sikre ansvarlig og etisk forretningsførelse i deres egne værdikæder ved at være bekendt med deres risici og påvirkning, at de har igangsat due diligence processer, der håndterer disse risici, og at de, på forespørgsel, kan fremvise, at de har taget de nødvendige tiltag for at sikre dette.

Identificerede risikoleverandører bedes forelægge dokumentation for efterlevelse af Leverandør Code of Conduct i form af 3. part social audits eller certificeringer (f.eks. BSCI, SMETA 4-Pillar, SA8000, Global G.A.P. GRASP m.fl.) fra de produktionssteder, hvor risiciene er størst i værdikæden. Dokumentationen valideres, og hvis dokumentationen ikke vurderes tilstrækkelig i forhold til Coops krav, bliver der sammen med leverandøren lavet en handlingsplan med fastlagt tidsramme for at sikre efterlevelse af Coops Code of Conduct. Hvis principperne i Coops Code of Conduct ikke overholdes, indgår Coop i dialog med leverandøren om eventuelle udfordringer og lægger en indivi-



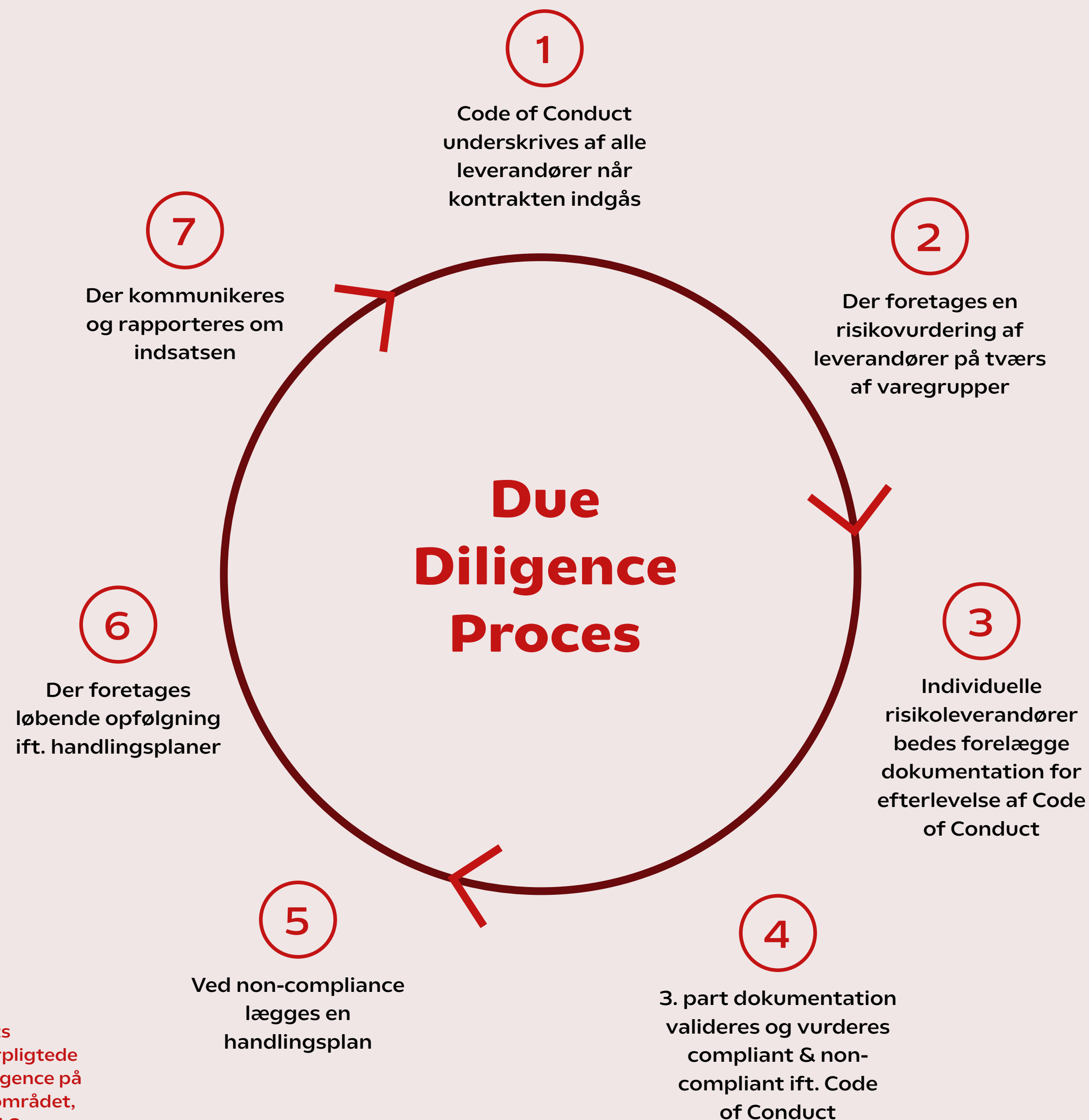
duel handlingsplan med en tidsramme for at få rettet op på dette. Coop ønsker at opbygge et tillidsfuldt og langvarigt samarbejde med alle leverandører, men ved manglende efterlevelse i længere tid, kan det betyde at samarbejdet afsluttes.

Som en del af Coops program for Ansvarlig Leverandørstyring har Coop valgt at være transparent om sin indsats ved at forpligtige sig i et ESG-linked lån. Det betyder, at Coop årligt følger op på minimum 300 risikoleverandører, hvoraf andelen af disse er minimum 10% nye leverandører, øget fra 5% i 2023. I 2024 var andelen af nye leverandører 17%. Coop er særligt opmærksom på nye leverandører, da de har nye værdikæder og typisk bringer nye udfordringer med sig, når der skal sikres efterlevelse af Coops Code of Conduct.

Ansvarlig produktion - en case om fisk og skaldyr

I 2024 har Coop intensiveret sit fokus på ansvarlig produktion af fisk og skaldyr i lyset af en rapport, der udkom i foråret 2024 på baggrund af en efterforskning udført af The Outlaw Ocean Project. Rapporten belyste risici for tvangsarbejde forbundet med den kinesiske fiskeproduktion, og indsigten fra rapporten tog Coop meget alvorligt. Coop igangsatte en større kortlægning og opfølgning af alle fisk- og skaldyrsleverandører og deres værdikæder. Gennemgangen sikrede at Coops varer ikke kunne knyttes til de kritiserede sites.

Coop Danmark og dets datterselskaber er forpligtede til at efterleve due diligence på menneskerettighedsområdet, som det er beskrevet i Coops Politik for Menneskerettigheder.



Fødevarerikkerhed, kvalitet og sundhed

Krav og kontrol bygger på forsigtighedsprincip

Coops kvalitets- og varekrav bygger på en historisk tradition som markedsleder. Mange varekrav går længere end lovgivningen, blandt andet når det handler om indhold og kontrol af pesticidrester og kemikalier. Ud fra et forsigtighedsprincip har Coop indført forbud mod alle stoffer på EU's kandidatliste i egne varemærker (EVM) og egen import, selvom stofferne ikke er forbudte. Desuden stiller Coop krav til leverandører om deklaration og test på risikovarer. Coops pesticidstrategi betyder, at ingen EVM-varer må indeholde mere end fem forskellige pesticidrester, og at alle pesticidfund skal være under 50% af gældende grænseværdi fastsat i EU. Derudover må der slet ikke findes pesticidrester fra stoffer, som figurerer på Coops egen forbudsliste.

I 2024 har Coop gennemført 250 stikprøver på frugt og grønt samt 18 særlige kontrolprojekter med fokus på overholdelse af varekrav. På frugt og grønt blev der yderligere foretaget stikprøver for at teste mikrobiologi (60), nitrat (30) og tungmetaller (60). Kontrolprojekterne har i 2024 blandt andet omfattet undersøgelse af ris for cadmium og arsen, PFAS i kosmetik, aflatoxiner i peanuts og popcorn, svindel med honning, fokus på acrylamid og kontrol af træet i ispinde.

Et kontrolprojekt omfatter flere leverandører og et større antal varer.

Coop arbejder med risikovurdering af alle EVM-leverandører og har i 2024 fulgt op på de kvalitets- og varekrav, man fastlagde i 2023. De kræver blandt andet, at alle EVM-leverandører er certificeret til en anerkendt standard for fødevarerikkerhed og kvalitet.

Fokus på fødevarerikkerhed i butik

Coop kan beklageligvis konstatere en lille stigning i antallet af sanktioner som følge af Fødevarestyrelsens tilsyn i 2024. Stigningen skyldes flere sanktioner på grund af mangelfuld rengøring. Coop har derfor øget opmærksomheden på blandt andet rengøring i butikkerne og vil forsat udvikle kontrolsystemer, fx det elektroniske egenkontrolsystem. Coops mål er forsat at opnå mindst 90% glade smileyer på tværs af alle kæder.

Coops kamp mod uønsket kemi

Coop har engageret sig i kampen mod de uønskede PFAS-kemikalier siden 2014. I 2024 stoppede Coop med at sælge stegepander, gryder og bageudstyr med PTFE-belægninger og andre PFAS-baserede overfladematerialer. Coop har i forvejen fjernet PFAS fra alle fødevarekontaktmaterialer, tøj, sko, kosmetik og imprægneringsmidler. Kunderne har taget godt mod Coops udmelding, og salget af stegepander er steget siden udfasningen. Det viser, at danskerne også går op i PFAS og gerne vil handler steder, hvor de kan undgå det.

Sociale forhold

- Målsætninger og resultater

		2024	2023	2022
Sociale forhold				
Arbejdsmiljø & sikkerhed:				
I 2025 skal min. 80% af Arbejdstilsynets reaktioner efter kontrolbesøg være positive	%	69	68	75
Arbejdsmiljø & sikkerhed:				
I 2025 skal antallet af arbejdsulykker være reduceret med 10% (målt i forhold til 2022)	%	-27	-5	
Fastholdelse:				
I 2025 skal medarbejderomsætningen være på max 63%*	%	58	65	-
Elever:				
2025 skal antallet af elever i Coop udgøre 9% af vores fuldtidsansatte kolleager	%	6	6	7
Udsatte unge i fritidsjob:				
Coop Crew skal min. 50% fortsætte i et fritidsjob efter endt forløb	%	53	53	54
Mangfoldighed:				
Coop skal afspejle det danske samfunds sammensætning i relation til medarbejdere med anden etnisk herkomst end dansk	%	15	15	14
Fødevarerikkerhed & kvalitet				
Coops mål er, at min. 90% af alle tilsyn fra Fødevarestyrelsen skal resultere i en glad smiley	%	86	88	87
Al testet (100%) frugt og grønt skal leve op til Coops pesticidstrategi	%	93	97	96
Ansvarlig leverandørstyring				
Minimum 300 risikoværdikæder skal evalueres hvert år ift. efterlevelse af Code of Conduct	antal	324	341	375
Heraf skal en andel være nye leverandører, som ikke er blevet evalueret i det foregående år (være 10% i 2024 (5% i 2023)	%	17	13	N/A
100% af non-compliance-leverandører skal følges op i henhold til Coops handlingsplan for non-compliance	%	100	100	100
Ligestilling & kønsdiversitet				
Coop Danmark A/S’ bestyrelse				
I 2025 tilstræbes en mere balanceret kønssammensætning, hvor kvinder udgør min. 40%	%	40	25	25
Coop Danmark A/S' øvrige ledelsesniveauer (1&2)				
I 2025 tilstræbes en mere balanceret kønssammensætning, hvor kvinder udgør min. 40% (Nyt mål fra 2023)	%	30	27	
Alle ledere				
Andelen af det underrepræsenterede køn blandt alle ledere i Coop Danmark-koncernen skal hvert år procentvis øges	%	29	21	29

* Ny opgørelsesmetode fra 2023, derfor ingen sammenligningstal for 2022

Ledelsesmæssige forhold

Coop har en stor berøringsflade og dermed mulig påvirkning på klima, miljø, lokalsamfund, forbrugere og medarbejdere i hele værdikæden.

Politikker for samfundsansvar

Coop har en række politikker, som sætter standarden for, hvordan Coop agerer som ansvarlig virksomhed, arbejdsgiver, samarbejdspartner og global aktør. Politikkerne er en del af Coops håndtering af de påvirkninger og risici, som er identificeret i tidligere væsentlighedsanalyse. I løbet af 2025 vil nogle af politikkerne blive opdateret, ligesom der vil komme yderligere politikker til for at sikre, at Coop håndterer samtlige påvirkninger identificeret i den opdaterede dobbelt væsentlighedsanalyse.

Politikkerne er kort beskrevet nedenfor og kan læses i deres helhed på Coops hjemmeside.

Antikorruption

I Coop bliver alle administrative medarbejdere og ledere i butikkerne oplært i Coops anti-korruptionspolitik. Nye medarbejdere bliver allerede ved ansættelsens begyndelse gjort bekendt med anti-korruptionspoli-

tiken, og de skal gennemføre et e-læringsprogram om antikorruption. De samme medarbejdergrupper bliver gentrænnet i anti-korruption, og de skal derfor genbesøge e-læringsprogrammet løbende. Både det første møde med e-læringsprogrammet og den løbende gentræning er integreret i driften af e-læringsprogrammet og kører derfor automatisk.

Ledelsesmæssige forhold - Målsætninger og resultater

		2024	2023	2022
Antikorruption				
Kendskabet til Coop Danmarks interne regler for antikorruption og god forretningsførelse for relevante medarbejdere skal opretholdes.	narrativ	Mål opfyldt	Mål opfyldt	Mål opfyldt



Politikker for samfundsansvar

Klima og miljø

Coops politik for klima og miljø omhandler Coops samlede påvirkning i scope 1, 2 og 3. Sammen med klimaplanen udstikker politikken retningen for, hvordan Coop kan minimere den negative påvirkning fra den del af værdikæden, som Coop selv er ansvarlig for. Desuden fungerer politikken sammen med klimaplanen som afsæt for dialog med såvel leverandører som forbrugere om, hvordan produktion og efterspørgsel udvikles i en mere bæredygtig retning.

Medarbejderforhold

Coops Politik for Sociale forhold & Personaleforhold omhandler arbejdsmiljø, ansættelsesforhold og -vilkår, chikane og krænkelser samt inklusion. Politikken relaterer sig til Coops mangfoldighedspolitik samt til politik for god forretningsførelse, Regler for disponering samt The Coop Group's Code of Conduct.

Diversitet og ligestilling

Politikken for det underrepræsenterede køn beskriver Coops overordnede strategiske indsatser med henblik på at skabe en ligelig fordeling af kvinder og mænd i ledende stillinger. Den omhandler indsatser og mål for balancen mellem kønnene i ledende stillinger, bias-træning, vilkår og strukturer for arbejdets udførelse samt aflønning og ligeløn.

Menneskerettigheder

Coop menneskerettighedspolitik tager udgangspunkt i FN's Verdenserklæring om menneskerettigheder, FN's retningslinjer for menneskerettigheder og erhverv samt FN's Global Compact, hvor Coop har været medlem siden 2008. Politikken stiller blandt andet krav om at følge op på arbejdsforhold i værdikæder, sikre ordentligt fysisk og psykisk arbejdsmiljø for alle Coops medarbejdere i butik, på lager og servicekontor samt at skabe en mangfoldig arbejdsplads. Politikken er en del af en bredere due diligence-indsats, der blandt andet også omfatter en såkaldt indvirkningsanalyse. Politikken gælder for alle datterselskaber, som også er ansvarlige for due diligence og efterlevelse.

Mangfoldighed og ligestilling

Coop ønsker at skabe en forretning med et inkluderende arbejdsmiljø, som understøtter mangfoldighed i alle aktiviteter. Politikken tager udgangspunkt i FN's menneskerettigheder, særligt retten til ikke at blive diskrimineret samt retten til lige muligheder. Desuden afspejler politikken overholdelse af gældende dansk lovgivning om ligebehandling på arbejdsmarkedet. Politikken gælder for Coop og alle datterselskaber, som også er ansvarlige for due diligence og efterlevelse.

Dataetik

Dataetik er en væsentlig og integreret del af at drive en ansvarlig forretning, ikke mindst fordi Coop har to mio. medlemmer. Politikken definerer seks dataetiske retningslinjer, som blandt andet forpligter virksomheden til at inddrage dataetiske perspektiver, når der udvælges samarbejdspartnere, samt at tage hensyn til medarbejderne og medlemmer, når der indsamles og anvendes data til at forbedre forretningsgange m.v.

Antikorruption og bestikkelse

Coop ønsker at være en transparent og troværdig virksomhed, hvor alle aktiviteter foregår i overensstemmelse med lovgivning og de højeste etiske standarder. Politikken er en del af en bredere indsats, der også omfatter Coops politik for god forretningsførelse. Desuden skal aftaler af stor betydning indgås i henhold til reglerne for disponering i Coop. I Coops Supplier Code of Conduct bliver antikorruption også behandlet.

Whistleblower, træning

og uddannelse

Coops medarbejdere gennemgår løbende intern træning og uddannelse fx i forbindelse med implementering af Coops politikker. Uddannelsen foregår både online og gennem fysiske uddannelsesprogrammer. Medarbejderne opfordres til at indberette formodede overtrædelser af Coops politikker og retningslinjer til relevante ledere, HR eller intern koncernrevision. Medarbejderne har desuden mulighed for at indberette anonymt via Coops whistleblower-ordning, der bliver håndteret af en ekstern tredjepart. Whistleblower-ordningen gælder for alle Coops datterselskaber.

Coop Danmark Ledelse

56	Coop Danmarks direktion	↗
57	Coop Danmarks bestyrelse	↗



Coop Danmarks direktion



Thor Skov Jørgensen
Adm. direktør | CEO

Karriere

- Group CFO, OK a.m.b.a.
- Direktør, Digital & eCommerce, Salling Group
- Kædedirektør, Føtex, Salling Group
- Driftsdirektør, Netto International, Salling Group
- Management Consultant, Boston Consulting Group

Uddannelse

- Cand.merc. i finansiering og regnskab, CBS
- HA i almen erhvervsøkonomi, CBS



Anders Boll Holmelund
Koncerndirektør | CFO

Karriere

- Direktør Forretningsøkonomi & Finansiering, Coop
- Direktør Investering, Finansiering, Strategi & Ejendom, Coop
- Finansiell analysechef, Coop
- Manager, Corporate Finance, EY
- Associate, Corporate Finance, KPMG
- Porteføljemanager, Sampension

Uddannelse

- Cand.merc. i finansiering og regnskab, CBS
- HA i almen erhvervsøkonomi, CBS

Coop Danmarks bestyrelse



Jeff Gravenhorst
Bestyrelsesformand

Jeff Gravenhorst har været CEO for ISS fra 2010-2020. Ud over Coop Danmark er han bestyrelsesformand i State of Green, Edda Group A/S og deleboligkonceptet My Homes samt bestyrelsesmedlem i Galileo Global Education.

Jeff Gravenhorst indtrådte i Coop Danmarks bestyrelse i maj 2022. 1. oktober 2023 tiltrådte han posten som bestyrelsesformand.



Michael Løve
Næstformand

Michael Løve har siden juni 2022 været CEO for OK a.m.b.a. I perioden 2017-2022 var han CEO for Netto i Salling Group. Tidligere har han været CEO for den britiske byggemarkedskæde B&Q, og før det var han direktør for SuperBrugsen. Ud over næstformandsposten i Coop Danmark er han formand for bestyrelserne Kamstrup A/S og EnergiData A/S samt medlem af bestyrelsen for JP/Politiken.

Michael Løve indtrådte i Coop Danmarks bestyrelse juni 2024 som næstformand.



Pernille Skipper

Pernille Skipper er uddannet jurist og sad fra 2011-22 i Folketinget for Enhedslisten, de sidste fem år som partileder. Fra maj 2023 til marts 2024 var hun politisk kommentator på TV2 News. Udover posten i Coop Danmarks bestyrelse er Pernille Skipper formand for bestyrelsen i Foreningen Coop amba og i Republica samt medlem af bestyrelserne FDB Holding af 3. maj 2024 A/S, FDB Invest, Fonden Ungdomsbureauet, organisationen GirlTalk og værestedet Linie 14.

Pernille Skipper indtrådte i Coop Danmarks bestyrelse maj 2024.



Erik Larsen

Erik Larsen driver landbrug I/S med sin søn. Erik Larsen er næstformand i OK a.m.b.a samt bestyrelsesmedlem i datterselskaberne Danoil A/S og Energidata A/S. Han er derudover næstformand i Sparekassen Sjælland/Fyn.

Erik Larsen indtrådte i Coop Danmarks bestyrelse i juni 2024



Kristine Martin Berg

Kristine Martin Berg har siden 2021 været Chief Legal & People officer i Obton Group og har tidligere haft virke som advokat. Udover posten i Coop Danmarks bestyrelse er Kristine Martin Berg næstformand for bestyrelsen i Foreningen Coop amba. Hun er næstformand i den selvstændige brugsforening Skåde Brugsforening og har siden 2020 været medlem af Foreningen Coop ambas landsråd. Hun har derudover tidligere været bestyrelsesformand for Coop Bank.

Kristine Martin Berg indtrådte i Coop Danmarks bestyrelse august 2024.



Morten Mosegaard

Morten Mosegaard har siden 2024 været Group CFO i OK a.m.b.a. Han har i perioden 2018-2024 været CFO for Maersk Tankers/Maersk Product Tankers og har før det haft en række ledende stillinger i Danske Bank -koncernen. Udover Coop Danmark er han medlem af bestyrelsen for Kamstrup A/S. Han har en PhD i finansiering fra Syddansk Universitet.

Morten Mosegaard indtrådte i Coops bestyrelse i marts 2025.



Palle Birk
Medarbejdervalgt

Palle Birk er lagermedarbejder i Coop og medarbejdervalgt i Coop Danmarks bestyrelse. Derudover er han formand for 3F Lageret.

Palle Birk indtrådte i Coop Danmarks bestyrelse januar 2010.



Torben Astrup Enghoff
Medarbejdervalgt

Torben Astrup Enghoff er varehuschef i Kvickly Svendborg Storcenter og medarbejdervalgt i Coop Danmarks bestyrelse. Tidligere har han været varehuschef i flere fynske butikker og på Sjælland. Derudover er han medlem af kæderådet for SuperBrugsen/Kvickly og D-L-O repræsentant i SUN i Coop.

Torben Astrup Enghoff indtrådte i Coop Danmarks bestyrelse maj 2022.



Dennis Ø. K. Andersen
Medarbejdervalgt

Dennis Ø. K. Andersen er varehuschef i Kvickly Bruuns Galleri og medarbejdervalgt i Coop Danmarks Bestyrelse. Han har været ansat i Coop siden 2002. Han er desuden en del af kæderådet for SuperBrugsen/Kvickly.

Dennis Ø. K. Andersen indtrådte i Coop Danmarks Bestyrelse i maj 2022.



Claus Solvig
Medarbejdervalgt

Claus Solvig er medarbejdervalgt i Coop Danmarks bestyrelse. Han har bl.a. været butikselev i Coop, arbejdet i logistik, kørt truck, ekspederet og i dag arbejder han på kontor. Claus Solvig er desuden bestyrelsesmedlem i Handelsområdets koordinationsudvalg (HAK), landsklubformand for HK Kontor & Logistik samt formand for Coop Faglig.

Claus Solvig indtrådte i Coop Danmarks bestyrelse januar 2002.

Bilag



ESG anvendt regnskabspraksis

– Grundlag for udarbejdelse af opgørelsen

Den anvendte regnskabspraksis er udarbejdet for at give læseren et indblik i, hvordan Coops KPI'er er opgjort. KPI'erne omfatter relevante områder og mål inden for miljømæssige, sociale og ledelsesmæssige områder. Regnskabspraksissen indeholder antagelser, afgrænsninger, skøn og forudsætninger, der er anvendt til beregning af de enkelte KPI'er.

Organisationsafgrænsninger

Coop har valgt hovedsageligt at bruge metoden ”operationel kontrol” og væsentlighed, hvilket betyder, at alle aktiviteter, hvor Coop har autoritet til at implementere strategiske tiltag og enheder, som kan give væsentlige udslag i KPI'er, inkluderes. Det betyder, at KPI'erne hovedsageligt omfatter Coop Danmark og 365discount samt de salg af varer, som går til brugsforeningerne. Hvis der er KPI'er, hvor der afviges fra denne metode, fremgår det under regnskabspraksis for de pågældende KPI'er.

Ændringer i anvendt regnskabspraksis

I 2024 har der været foretaget en gennemgang af jurisk scope for KPI'er samt anvendt regnskabspraksis i forhold til at sikre, at rapporteringen reflekterer Coops nye organisationsstruktur. Gennemgangen har givet anledning til ændring i scopet for klimaregnskabet, madspild og medarbejderrelaterede målsætninger, da de selvstændige brugsfor-

eninger ikke medtages, da de ikke er under Coops ejerskab eller operationelle kontrol.

Klimapåvirkning fra driften

Der er identificeret en bedre måde at sikre emissionsfaktorer, hvilket betyder, at der kan regnes på opdaterede emissionsfaktorer, hvor der tidligere anvendtes tidligere års faktorer. Ændringen har ikke vist væsentlige ændringer i KPI'erne udvikling.

Miljø og klima

Afgrænsning

Coops klimaregnskab inkluderer kun aktiviteter i Danmark. Der er derfor ekskluderet butikker og kontorer uden for landets grænser. Dette omfatter blandt andet brugsforeningerne i Grønland og på Færøerne. Herudover er et mindre antal beboelser i ejendomsselskabet ekskluderet. I forhold til Coops Energy Management System (EMS) er det begrænset til at måle Coops lager- og kontorfaciliteter samt Coops butikker på hovedmålerniveau. Det vil sige, at der vil være et mindre forbrug til fx catering, ferieboliger, samt tankanlæg, som ikke ligger i forlængelse af en butiks hovedmål, og som derfor ikke er talt med. For Coops brugsforeninger gælder det, at det er op til den enkelte butik, hvorvidt de ønsker at deltage i Coops EMS-system. De butikker, som ikke er med i systemet, tildeles et estimeret forbrug beregnet ud fra størrelse og kæde.

Klimapåvirkning fra driften

Opgøres som den procentvise udvikling i scope 1- og 2-udledninger i forhold til 2018. Scope 1 omfatter direkte udledninger fra oliefyr, gasfyr, firmabiler og kølemiddel-lækage. Scope 2 omfatter udledningen fra indkøbt elektricitet (location-based) og fjernvarme. Coop anvender emissionsfaktorer fra Energinet på kommuneniveau til opgørelse af CO2-udledninger fra indkøbt elektricitet. Emissionsfaktorer fra indkøb af fjernvarme kommer fra Erhvervsstyrelsens ”Klimakompasset”. Emissionsfaktorer i Klimakompasset opdateres årligt, og Coop vil anvende den mest opdaterede version. Coop anvender emissionsfaktoren for rapporteringsåret.

Energiforbrug

Opgøres som den procentvise udvikling i energiforbruget i forhold til 2018. Energiforbruget er opgjort i kWh og inkluderer forbruget af el, fjernvarme, olie og gas.

Kølesystemer i Coops enheder

Opgøres ved optælling af tilbageværende HFC-køleanlæg.

Installation af vedvarende energi

Installationer af vedvarende energi opgøres som kapaciteten af nyopførte solcelleanlæg i MW i dette regnskabsår.

Scope 3 CO2e-udledninger i forbindelse med produktion, forarbejdning og transport af varer, Coop sælger

Opgøres som den procentvise udvikling i scope 3-udledninger fra produkter, der sælges af Coop i forhold til 2020. I opgørelsen af scope 3-udledninger fra produkter, der sælges af Coop, indgår følgende kategorier:

- **Forbrug af varer og tjenester:**

Kategorien inkluderer udledninger i forbindelse med fødevareproduktion, nonfoodproduktion, transport til lager og produktionen af emballage. Fødevarer og nonfood inkluderer samtlige salg fra både fysiske butikker og online-kanaler samt kassationer. Både salg i Coops egne butikker og de selvstændige brugsforeninger er inkluderet. Transport inkluderer al transport fra produktionssteder til Coops lagre og butikker. Produktion af emballage dækker over produktion af primær emballage til de produkter, Coop sælger.

- **Brændstof og energirelateret aktiviteter:**

Kategorien inkluderer udledninger i forbindelse med udvindingen og produktionen af brændstof (Well-to-tank).

- **Brug af solgte produkter:**

Denne kategori dækker over udledninger

i forbindelse med forbrænding af solgt brændstof. Den solgte volumen af brændstof dækker over salget hos alle Coops tankanlæg. Den dækker også over udledningerne forbundet med brugen af de nonfood produkter Coop sælger.

Klimabelastningen fra den gennemsnitlige solgte fødevare

Opgøres som den procentvise udvikling i klimabelastningen fra den gennemsnitlige solgte fødevare i forhold til 2020. Klimabelastningen fra den gennemsnitlige solgte fødevare beregnes ved at sammenkoble Coops faktiske fødevaresalg opdelt på underkategorier med emissionsfaktorer fra Concitos fødevaredatabase. Herefter divideres de samlede udledninger med antallet af solgte fødevarer i styk. Både salg af fødevarer i Coops egne butikker og de selvstændige brugsforeninger er inkluderet.

Konventionel plastik

Opgøres som den samlede mængde af konventionel plastik brugt til emballage på egne varemærker for både food og nonfood opgjort i ton. KPI'en er baseret på et estimat, der er beregnet på baggrund af data fra Coop Trading og Hilton Foods Danmark A/S. Grundet manglende data for fordelingen af plastik i emballagen på egne varemærker ekstrapoleres 51,5% af data ud fra den tilgængelige data med antagelsen om, at fordelingen af plasten er den samme.

Genanvendt plastik

Opgøres som andelen af genanvendt plastik i det samlede brug af plastik til emballage på egne varemærker for både food og nonfood. KPI'en er baseret på et estimat, der er beregnet på baggrund af data fra Coop Trading og Hilton Foods Danmark A/S. Grundet manglende data for fordelingen af plastik i emballagen på egne varemærker ekstrapoleres 51,5% af data ud fra den tilgængelige data med antagelsen om, at fordelingen af plasten er den samme.

Palmeolie

Opgøres som andelen af RSPO-certificeret palmeolie i % i fødevarer fra Coops egne varemærker, der indeholder palmeolie. Opgørelsen dækker over fødevarer indkøbt gennem Coop Trading og kobles med antal solgte enheder i Coops butikker (både egne butikker og selvstændige brugsforeninger). Coop Danmark dækker al ikke-certificeret palmeolie med RSPO-kreditter.

Soja

Der stilles krav om brug af ansvarligt produceret soja til leverandører af egne varemærker. Det gælder varer, hvor der indgår soja enten direkte som ingrediens eller indirekte gennem foder til animalsk produktion.

Det testes en gang årligt om leverandørerne lever op til kravet via en stikprøve på 10% af leverandørerne. Resultatet fra stikprøven anta-

ges at være retvisende for de ikke testede leverandører.

Madspild

Opgøres som kasserede varer (food) i % af omsætningen (food). KPI'en dækker over kassationer for hele regnskabsåret, mens data fra logistik er ekskluderet. Kassationer fra alle butikker, der enten er lukket eller åbnet i perioden, er inkluderet. Kasserede varer opgøres i kroner (indkøbspris), hvor registrerede donationer samt salgsprisen på ”Too Good To Go” herefter trækkes fra kassationstallet, inden den endelige KPI for madspild beregnes.

Økologi

Opgøres som andelen af økologi i % af den samlede omsætning af foodsalget i styk fra trukket nearfood, tobak, frimærker, kioskvarer og dyremad. Salg i både Coops egne butikker og salg til de selvstændige brugsforeninger er inkluderet.

Dyrevelfærd

Opgøres som andelen i % af det totale salg af fersk kød, opgjort i kroner, som har dyrevelfærdsmærket ”Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse” eller er økologisk. Salg i både Coops egne butikker og salg til de selvstændige brugsforeninger er inkluderet.

Sociale forhold

Arbejdstilsynet

Opgøres som procentdelen af de samlede antal tilsynsbesøg fra Arbejdstilsynet i Coops butikker, der har resulteret i ingen reaktioner i regnskabsåret. Dette er baseret på data fra Arbejdstilsynet.

Arbejdsulykker

Opgøres som den procentvise reduktion af arbejdsskader med fravær fra 2024 i forhold til 2022. Dette er baseret på dataudtræk fra Safetynet, som er Coops interne arbejdsskadesystem, hvor databehandlingen bliver udført af arbejdsmiljøafdelingen.

Fastholdelse

Medarbejderomsætningen dækker medarbejdere i Coop Danmark og er eksklusive medarbejdere i de selvstændige brugsforeninger.

Elever

Opgøres som den procentvise andel af elever i forhold til antallet af fuldtidsansatte. Fuldtidsansatte defineres som ansatte, der er ansat til 37 timer. Elever defineres som alle ansatte med en elevkontrakt. Både ansatte i Coop og de selvstændige brugsforeninger er inkluderet.

Udsatte unge i fritidsjob

Opgøres som andelen af unge i %, der har

været gennem Coop Crews træningsforløb, og som seks måneder efter endt forløb har haft et fritidsjob. Coop Crew er et træningsforløb, hvor udsatte unge deltager i seks moduler i en af Coops butikker, hvor de får grundviden i at arbejde i butik.

Træningsforløbet henvender sig primært til unge mellem 14 og 17 år, der af forskellige årsager behøver hjælp til at finde og fastholde et fritidsjob.

Mangfoldighed

Baseret på anonymiserede medarbejderoplysninger i Coops egne butikker genererer Danmarks Statistik en rapport, der angiver opdelingen af ansatte inden for forskellige mangfoldighedskategorier. Rapporten genereres som et øjebliksbillede i Q3.

Smiley

Opgøres som procentdelen af tilsyn fra Fødevarestyrelsen i Coops butikker, der har resulteret i en glad smiley. Dette inkluderer alle tilsyn foretaget i Coops egne butikker i regnskabsåret for både åbnede og lukkede butikker.

Pesticider

Opgøres som procentdelen af al testet frugt og grønt, som lever op til Coops pesticidstrategi. Strategien er defineret som max 3-5 forskellige pesticider i produktet, samt at alle pesticider skal holde sig under 50% af gældende

grænseværdier. Derudover må der ikke findes pesticidrester fra stoffer på Coops forbudsliste. Der foretages ugentlige pesticidanalyser af frugt og grønt, som er udvalgt ud fra en risikobaseret tilgang, der er lavet på baggrund af forskellige relevante risikoparametre.

Risikoværdikæder

Opgøres som antallet af Code of Conduct-evalueringer af risikoværdikæder jf. Coops risikovurdering. Disse risikoværdikæder bliver vurderet i forhold til compliance med Coops Code of Conduct. KPI'en er afgrænset til at inkludere leverandører med samhandelsaftale med Coop, Coop Trading samt Coop Asia, og som har leveret varer i dette regnskabsår. Af de evaluerede risikoværdikæder skal 5% (2023) og 10% (2024) af evalueringerne være af nye leverandører. Nye leverandører defineres som leverandører, der ikke er blevet evalueret i det foregående år.

Plan for non-compliance leverandører

Opgøres som procentdelen af de leverandører, der ikke efterlever Coops Code of Conduct, og hvor der er indgået en opfølgende dialog med den enkelte leverandør i henhold til Coops handlingsplan for non-compliance-leverandører.

Andelen af det underrepræsenterede køn i Coops bestyrelse

Opgøres som den procentvise andel af det underrepræsenterede køn i Coop bestyrelse

eksklusiv medarbejdervalgte bestyrelsesmedlemmer pr. 31.12.

Andelen af det underrepræsenterede køn i Coops øvrige ledelsesniveauer

Opgøres som den procentvise andel af det underrepræsenterede køn i Coops øvrige ledelsesniveauer pr. 31.12. Coops øvrige ledelsesniveauer er opdelt i to niveauer. Første niveau defineres som direktion og de personer, som organisatorisk er på samme ledelsesniveau som direktionen. Dette udgøres af Coops Ledelsesteam (CLT). Andet niveau defineres som personer med personaleansvar, der refererer direkte til det første niveau (CLT).

Andelen af det underrepræsenterede køn blandt alle ledere i Coop

Opgøres som den procentvise andel af det underrepræsenterede køn hos alle ledere i Coop pr. 31.12. Ledere defineres som alle medarbejdere, der har personaleansvar.

Ledelsesmæssige forhold

Interne regler for antikorruption og god forretningsførelse

Alle medarbejdere skal hvert andet år gennemføre e-learning vedrørende Coops interne regler for antikorruption og god forretningsførelse. E-learning vedrørende Coops interne regler for antikorruption og god forretningsførelse er en integreret del af onboardingen af nye

medarbejdere. Hvis denne gennemgang ikke sker inden for deadline, notificeres den pågældende medarbejders nærmeste leder automatisk. Ovenstående gælder for alle funktionærer på hovedkontoret, logistikcentre samt alle ledere i butik på tværs af alle kæder i Coop og 365discount A/S. Ledere i butik er defineret som souschefer, butikschefer, varehuschefer, uddelere og ledertrainees.

Selskabsoplysninger

Selskabet

Coop Danmark A/S
Roskildevej 65
2620 Albertslund

Telefon +45 4386 4386
Telefax +45 4386 3386
Hjemmeside: www.coop.dk
E-mail: coop@coop.dk
CVR-nr. 26 25 94 95

Stiftet: 2. oktober 2001
Hjemsted: Albertslund
Regnskabsår:
1. januar - 31. december

Bestyrelse

Jeff Olsen Gravenhorst, formand
Michael Lindhart Løve, næstformand
Erik Larsen
Kristine Martin Berg
Pernille Skipper
Morten Mosegaard Christensen
Claus Solvig
Palle Birk
Dennis Ørsted Bødker Krogh
Andersen
Torben Astrup Enghoff

Ann Axelsen, suppleant
Steen Ting Mortensen, suppleant
David Stelsberg, suppleant
Tom Vibæk, suppleant

Direktion

Thor Skov Jørgensen,
adm. direktør
Anders Boll Holmelund,
koncerndirektør

Revision

EY Godkendt
Revisionspartnerselskab
Dirch Passers Allé 36
2000 Frederiksberg

coop