

FORSTÅELSESPAPIR

Forenet om forretning

Forenet om forretning

Coop Danmark befinder sig i en meget svær situation, som ikke længere er økonomisk holdbar. Igennem ti år har virksomheden mistet kunder, omsætning og indtjening, og underskuddet har nu nået et niveau, hvor krisen kræver en fundamental transformation.



Den alvorlige situation udgør også en væsentlig risiko for OK amba, der er afhængig af blandt andet de cirka 500 Coop-ejede OK-anlæg. OK har derfor en stærk interesse i at sikre Coop Danmarks fremtid, hvilket der i skrivende stund forhandles om under navnet Føniks.

Som tillæg til det juridiske aftalegrundlag i Føniks har parterne sammen formuleret følgende fælles forståelse for de prioriteter og det samarbejde, der skal sikre et stærkt fremtidigt Coop.

Forståelsespapiret centrerer sig om fire søjler, der bygger på det allerede eksisterende sæt af værdier, et fælles andels-DNA samt en fælles ejerskabsstruktur.

Parterne er enige om, at Coop som helhed står overfor en afgørende transformation, hvor der skal træffes svære beslutninger, moderniseres og tilpasses. Mest afgørende bliver det at skabe lønsomhed, så forretningen bliver leve- og bæredygtig, og Coop har råderummet til at være bannerfører for høje forbrugerstandarder.

Som en del af det arbejde skal foreningen skærpe sin rolle og formål, der i endnu højere grad understøtter Coop Danmark som konkurrencedygtig og relevant for medlemmerne.

De fire søjler i den fælles mission

1 Lønsomhed

2 God governance

3 Foreningens formål

4 Fælles værdier

Lønsomhed

En forudsætning for Coop Danmarks fortsatte eksistens er, at forretningen gøres lønsom og konkurrencedygtig.

For at dette skal lykkes, skal der ske drastiske forandringer både operationelt, strategisk og kulturelt – ligesom fremtidens Coop Danmark skal have en enklere profil, der ligger tættere på kerneforretningen, nemlig at drive stærke, lokalt forankrede dagligvarebutikker og ikke så meget andet.

Der eksisterer i den forbindelse en stærk enighed om, at foreningen skal være til for forretningen, før forretningen kan gøre noget for foreningen. Af samme grund bærer forståelsespapiret titlen "Forenet om forretning".

Vores fælles forståelse for at opnå lønsomhed er:

1. At købmandskab – så længe det ikke er i konflikt med de øvrige punkter i dette papir – altid skal komme først.
2. At aktiviteter, der ikke ligger tæt på kerneforretningen, skæres fra – samt at der kommunikeres ærligt og direkte om, hvad der er vigtigt og batter økonomisk, så færre budskaber holder længere.
3. At Coop amba har autonomi ift. egen økonomi, men viser mådehold og fokuserer på tiltag, der også understøtter forretningen på kort eller mellemlang sigt.



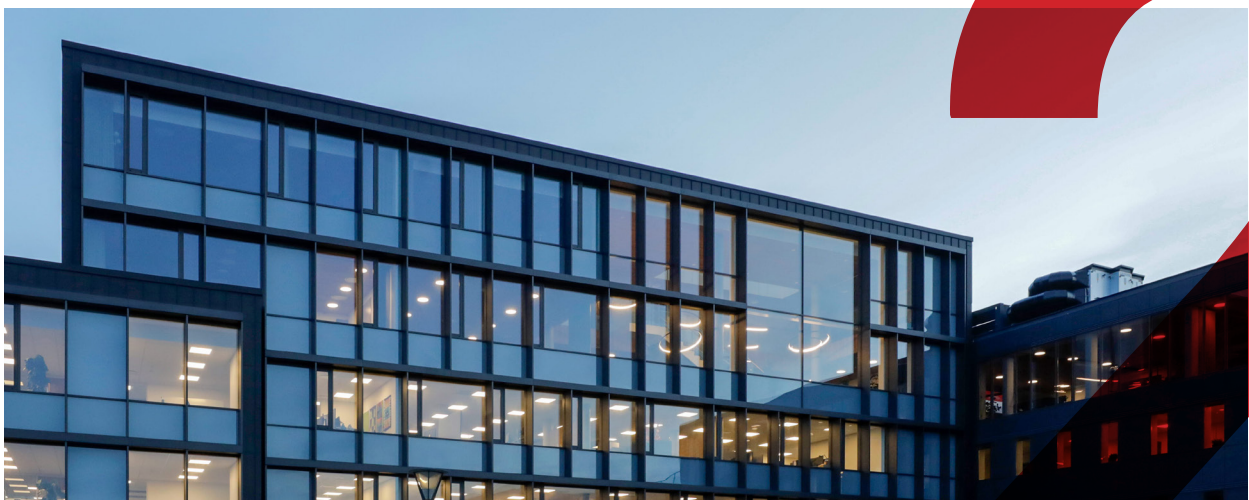
God governance

En forudsætning for at skabe en lønsom og fokuseret forretning er tydelig, konsekvent og professionel ledelse. Det kræver igen effektive og tydelige kommandoveje, der sikrer handlekraft og klare ansvarsområder. Der er i den forbindelse enighed om, at den igangsatte proces om ny governance skal fortsætte, så ledelsesstrukturerne i det fremtidige Coop reformeres, forenkles og gøres tidssvarende. Derudover er det centralt, at forening og forretning adskilles langt tydeligere – og har gensidig respekt for hinanden.

Medlemmerne skal fortsat inddrages og have indflydelse på det Coop, de handler i og er medlem af. Men forsinkende eller fordyrende led i organisationen skal fjernes, ligesom medlemsindflydelsen skal understøtte forretningens lønsomhed positivt. På den måde skal forretningen være professionel, effektiv og dygtigt drevet, mens foreningen skal være moderne, synlig og involverende overfor medlemmerne.

Vores fælles forståelse for at opnå ny, god governance er:

1. At de fagligt dygtigste personer træffer de vigtigste beslutninger.
2. Der etableres et samarbejdsudvalg på tværs af Coop Amba og Coop Danmark, hvor initiativer diskuteres og udvikles i tæt samarbejde og med fælles fokus, så alle fælles emner og kommunikationen til markedet og medlemmerne er afstemt, enkel og klar.
3. At det vil tage mellem 12 og 24 måneder at implementere en ny og enklere governance-struktur i Coop Amba.



Foreningens formål



Der findes ikke et Coop Danmark, som vi ønsker det, uden andelsforeningen. Der er derfor stærk enighed om, at foreningen skal bestå og styrkes over tid.

Coop amba kan og skal derfor med sine to millioner medlemmer være med til at sikre og underbygge, at Coop Danmark bliver lønsom og får aktiveret den potentielt set mest loyale og engagerede kundekreds i kongeriget.

Det kræver en forandringsproces i foreningen, hvor denne, med forretningen forrest, kan blive styrket som en moderne, aktiv, udadvendt og synlig aktør – igen til fordel for forretningen og medlemmerne.

Vores fælles forståelse for et stærkt formål/purpose er:

1. At den lokale forankring og tilstedeværelse i store som små samfund samt bæredygtighed er de primære omdrejningspunkter for foreningen – og eksistentielle for forretningen.
2. At Coop ambas DNA indenfor social ansvarlighed, sundhed, bæredygtighed, tryghed og kvalitet skal være tydelige og klare på en måde, der styrker Coop Danmarks konkurrenceevne til fordel for medlemmerne.
3. At medlemsindflydelsen er en kerneværdi for det samlede Coop, samt at vi skal finde en måde, så flere medlemmer får substantiel indflydelse på retningen for det samlede Coop.

Fælles værdier

Coop er og har altid været en værdibaseret virksomhed med lidt mere på hjerte. Coop deler også værdifællesskab med OK.

Sådan skal det blive ved med at være.

Som lønsom, bæredygtig virksomhed har Coop DNA'et og historien til også at være en forretning med en stemme. Der er i den forbindelse enighed om, at Coop skal have en ledende ansvarlighedsprofil, der kan styrke konkurrencekraften og er tydelig for kunder, medlemmer og danskerne generelt. Ansvarlighed og forretning skal gå hånd i hånd og skal kunne mærkes i butikken, i kurven og på produkterne.

Vores fælles forståelse af værdierne er:

1. At Coop går forrest indenfor oplysning, innovation, forbrugersikkerhed og omtanke.
2. At Coop, hvor det understøtter forretningen, har en klar stemme i samfundsdebatten om forbrug, sundhed,

bæredygtighed og lokal sammenhængskraft.

3. At Coop aktivt bidrager til fornyelse og aktualisering af andelstankegangen ved at engagere medlemmerne gennem identitetsskabende aktiviteter.

Med dette forståelsespapir forpligter parterne sig på at arbejde i samme retning og med samme prioriteringer for øje. Parterne forpligter sig til at arbejde sammen, vise tillid og koordinere på baggrund af vores fælles forståelse.

Målet er at skabe fælles fodslag for sam ejerskabet og ledelserne i Coop Danmark og Coop amba – en retning, hvor andelstanken går hånd i hånd med det gode købmandskab til fordel for danske forbrugere og ikke mindst Coops medlemmer.

Forståelsespapiret reviderer vi sammen om 3-5 år, når det indledende fokus på at skabe en levedygtig forretning er nået.



coop OK

Lær mere på
www.forenetomforretning.dk