





# INNEHÅLL



## Översikt

- 2 Koncernöversikt
- 4 Vd-ord
- 8 Strategisk inriktning



## Verksamheten 2009

- 11 Dagligvarumarknaden
- 15 Dagligvarugruppen
- 22 Mediegruppen
- 27 Fastighetsgruppen
- 28 Investgruppen
- 30 Övriga bolag



## Hållbarhetsredovisning

- 34 Hållbar utveckling för KF
- 40 Miljö
- 45 Kunder
- 48 Medlemmar/Ägare
- 50 Medarbetare
- 52 Affärspartners
- 54 Samhället
- 56 GRI innehållsförteckning



## Ägarstyrning

- 59 Ordförande har ordet
- 60 Ägarstyrning i KF
- 65 Konsumentföreningar
- 66 Styrelse
- 68 Koncernledning



## Ekonomisk redovisning

- 70 Förvaltningsberättelse
- 75 Resultaträkning för KF-koncernen
- 76 Balansräkning för KF-koncernen
- 78 Förändring i eget kapital för KF-koncernen
- 79 Kassaflödesanalys för KF-koncernen
- 80 Resultaträkning för KF ekonomisk förening
- 81 Balansräkning för KF ekonomisk förening
- 83 Förändring i eget kapital för KF ekonomisk förening
- 84 Kassaflödesanalys för KF ekonomisk förening
- 86 Redovisningsprinciper
- 89 Noter
- 108 Styrelsens underskrifter
- 109 Revisionsberättelse
- 110 Nyckeltal
- Definitioner
- 111 Kontakter

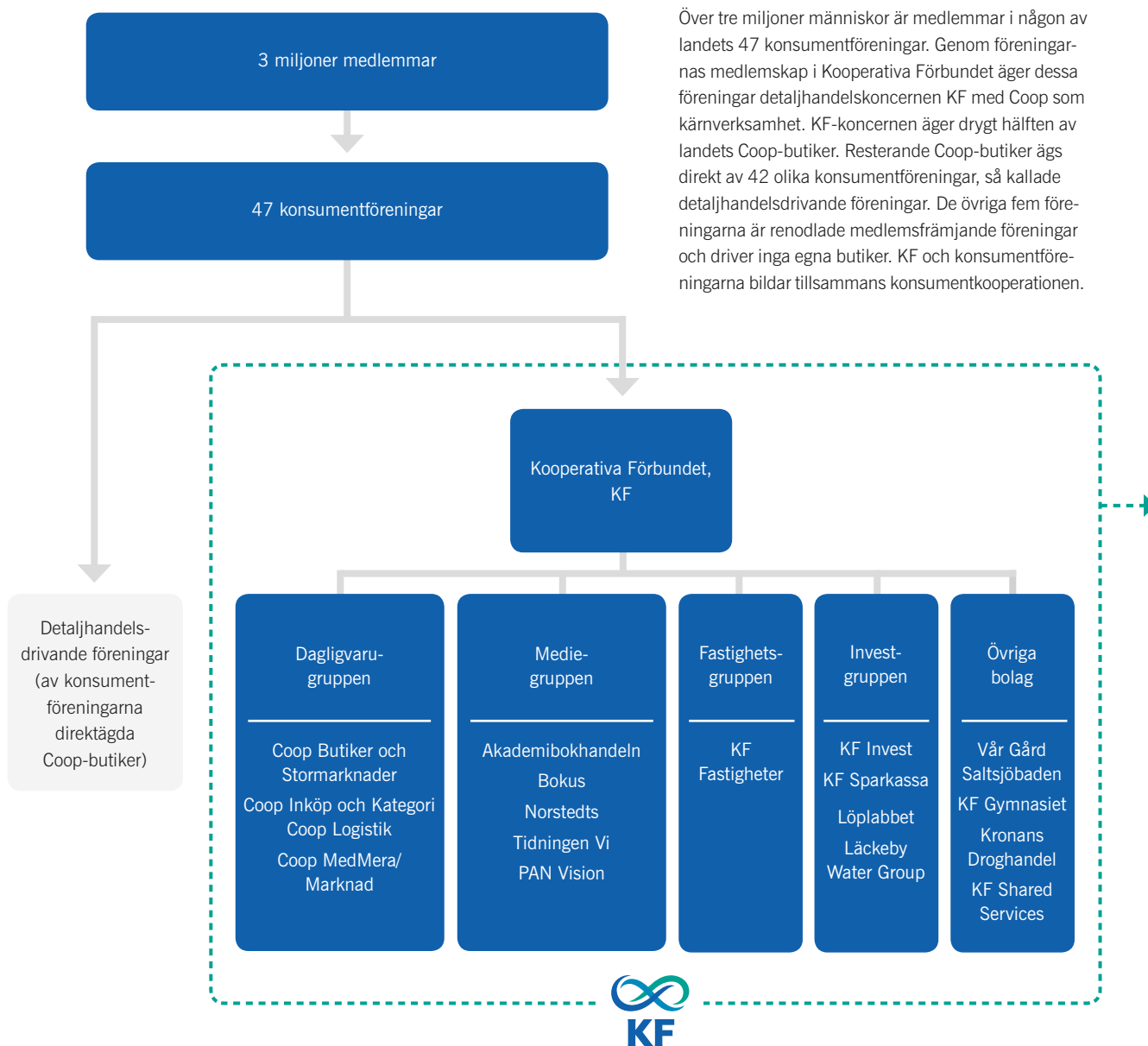


## KFs uppdragsgivare – tre miljoner medlemmar

» KFs historia präglas av entreprenörskap som drivits på av viljan att möta nya konsumtionsbehov hos medlemmarna. Så introducerades snabbköpen, varuhusen, varudeklarationen, ekologiska varor och häromåret internethandel med mat. Nu arbetar KF intensivt med att stärka sin plats som pådrivare av utvecklingen – och det genom att sätta medlemmarna i centrum.

KF har inga andra intressen än sina medlemmars. Det är det som skiljer Coop och konsumentkooperationen från konkurrenterna. KF ägs av över tre miljoner medlemmar som också är kunder. Att lyssna på dem och agera på deras behov är själva grunden för KFs existens. «

# KONSUMENTKOOOPERATIONEN



Över tre miljoner människor är medlemmar i någon av landets 47 konsumentföreningar. Genom föreningarnas medlemskap i Kooperativa Förbundet äger dessa föreningar detaljhandelskoncernen KF med Coop som kärnverksamhet. KF-koncernen äger drygt hälften av landets Coop-butiker. Resterande Coop-butiker ägs direkt av 42 olika konsumentföreningar, så kallade detaljhandelsdrivande föreningar. De övriga fem föreningarna är renodlade medlemsfrämjande föreningar och driver inga egna butiker. KF och konsumentföreningarna bildar tillsammans konsumentkoooperationen.

## Konsumentkoooperationen <sup>1)</sup>

	Totalt 2009	Totalt 2008
Nettoomsättning, mkr	45 336	44 124
Resultat efter finansnetto <sup>2)</sup> , mkr	1 037	882
Antal butiker	863	873
Medelantal anställda	14 803	15 205

<sup>1)</sup> Konsumentkoooperationens samlade resultat och omsättning är en indikativ proforma. Konsumentkoooperationen omfattar Kooperativa Förbundet och konsumentföreningarna.

<sup>2)</sup> Före engångskostnader.



# KF-KONCERNEN

Kooperativa Förbundet, KF, som är förbund för landets 47 konsumentföreningar är samtidigt en detaljhandelskoncern med dagligvaruhandel som kärnverksamhet. KF har två huvudsakliga affärsområden – Dagligvarugruppen och Mediegruppen.

## Dagligvarugruppen

Inom gruppen ingår tre verksamhetsområden: Coop Butiker och Stormarknader, där Coop, Daglivs och Mataffären.se ingår, Coop Inköp och Kategori med dotterbolaget Coop Logistik och slutligen Coop MedMera/Marknad. Dagligvarugruppen svarar för drygt hälften av dagligvaruhandeln i Sveriges 760 Coop-butiker. Resterande butiker ägs och drivs direkt av detaljhandelsdrivande konsumentföreningar.



### Dagligvarugruppen

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	32 921	31 640 <sup>1)</sup>
Rörelseresultat <sup>2)</sup> , mkr	533	215
Medelantal anställda	7 304	7 506

<sup>1)</sup> MedMera Bank ingår fr.o.m. 2009 i Dagligvarugruppen, 2008 års omsättning är justerat för detta.

<sup>2)</sup> Före engångskostnader.

## Mediegruppen

KF har bolag inom huvudsakligen fem medieområden: bokhandel, internetbokhandel, bokförlag, tidskrifter och interaktiva medier.



NORSTEDTS



### Mediegruppen

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	3 278	3 377
Rörelseresultat <sup>1)</sup> , mkr	11	-7
Medelantal anställda	861	974

<sup>1)</sup> Före engångskostnader.

## Fastighetsgruppen

Inom Fastighetsgruppen ligger KF Fastigheter som är ett av landets ledande fastighetsföretag med inriktning på detaljhandel.

## Investgruppen

Inom Investgruppen ligger KF Invest som utgör koncernens finansfunktion och KF Sparkassa som förvaltar inlåning från medlemmarna och erbjuder konkurrenskraftig ränta på sparkonton. I denna grupp ingår även Skandinavians ledande butikskedja för löpningstillbehör, Löplabbet, och miljöteknikföretaget Läckby Water Group.

## Övriga bolag

Till övriga bolag hör konferensanläggningen Vår Gård Saltsjöbaden, KF Gymnasiet, deläggande i Kronans Droghandel (20 procent) samt det interna service- och kompetensbolaget KF Shared Services.

### Fastighetsgruppen

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	621	553
Rörelseresultat <sup>1)</sup> , mkr	267	542
Medelantal anställda	112	93

<sup>1)</sup> Inklusive reavinst och före engångskostnader.

### Investgruppen

	2009	2008 <sup>1)</sup>
Nettoomsättning, mkr	785	664
Förvaltningsresultat, mkr	283	-251
Medelantal anställda	284	247

<sup>1)</sup> 2008 års siffror är proforma, justerat som om Läckby Water Group och Löplabbet ingått i KF-koncernen under hela kalenderåret 2008.

### Övriga bolag

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	239	162
Rörelseresultat, mkr	-3	8
Medelantal anställda	191	133

# VD OM ÅRET SOM GICK

KF-koncernens rörelseresultat förbättrades kraftigt under 2009. Den starka uppgången beror främst på fortsatt resultatförbättring inom Coop, god avkastning i kapitalförvaltningen och det förbättringsprogram inom Dagligvarugruppen som inleddes redan under 2008.

Inledningen av 2009 kännetecknades av stor osäkerhet om hur världsekonomin skulle utvecklas. Med facit i hand kan det dock konstateras att de kraftfulla ekonomiska insatser som sjuosattes för att stabilisera finans- och kapitalmarknaderna fick positiva effekter. Statliga garantier, riktat kapitalstöd för särskilt hårt drabbade branscher och rekordstora sänkningar av styrräntan bromsade den negativa ekonomiska utvecklingen.

Trots allt är den underliggande trenden att tillväxten är på väg upp, även om den får betraktas som bräcklig. Därför finns det anledning att se optimistiskt på den makroekonomiska utvecklingen under 2010 även om tillväxtökningen sker från en låg nivå.

## Detaljhandeln starkare än väntat

Detaljhandelns försäljning blev bättre än väntat under 2009 i Sverige. Orsaken till detta går främst att söka i att hushållen som helhet fick en bättre privatekonomi, vilket påverkade köpkraften positivt.

Utvecklingen framåt bestäms i hög grad av hur arbetslöshet, sparkvot, skatter och räntor utvecklas för hushållen. Även hushållens framtidstro spelar givetvis också in. Dagligvarugruppen, som är KF-koncernens huvudaffär, har i löpande priser ökat försäljningen med cirka 4,1 procent, vilket är en tillfredsställande utveckling mot bakgrund av de omfattande förändringar som genomförts under året.

## Fortsatt förnyelse

Inom KF-koncernen pågår ett systematiskt förändrings- och förnyelsearbete. Inom koncernens affärsområden och bolag sker en anpassning och ett nytänkande utifrån insikten om att förutsägbar-

het tillhör det förflutna. Att ständigt pröva och våga ompröva är nödvändigt när omvärlden och konsumenterna ständigt är i rörelse. Nya krav, nya trender och värderingar gör att inget företag kan utgå ifrån att någonting är givet. Det mest spännande är att konsumentkooperationens särdrag, som varit dess bärare i 110 år, ligger rätt i tiden. Det vill säga verksamhetsidén om att samverka för egen ekonomisk nytta. Härvidlag utgör våra drygt tre miljoner medlemmar en stor potential. Företag som KF med tydliga värderingar och en inneboende vilja att samverka och samspela med sina kunder och medlemmar, som också är företagets ägare, ger en extra positiv dimension.

KF-koncernens underliggande rörelseresultat förbättrades markant under 2009. Orsaken till detta är främst den fortsatta resultatökningen inom Coop och en god avkastning inom kapitalförvaltningen. Men även andra verksamhetsgrenar har gjort goda prestationer, lågkonjunkturen till trots. Rörelseresultatet belastas också av stora engångskostnader som en del av arbetet med att skapa uthållig lönsam tillväxt. På några års sikt ska koncernresultatet förbättras ytterligare för att motsvara de finansiella målen om 12 procents avkastning på operativt kapital över en konjunkturcykel parat med en god och stabil soliditet.

Inom Coop fortsatte arbetet med att skapa förutsättningar för branschledarskap. Rörelseresultatet mer än fördubblades. Kostnadsprogrammets målsättning infriades. Coop Sverige utvecklades och ersattes med ett affärsområde, Dagligvarugruppen, med tre affärsdrivande bolag. Investeringsstakten var fortsatt hög för att kunna modernisera befintliga butiker, men även för att etablera nya butiker. Från 2008 fram till utgången av 2010 etableras tio nya stormarknader.

## Året 2009 i korthet

- KF-koncernens nettoomsättning ökade med 3,9 procent till 37 209 mkr (35 817).
- KF-koncernens resultat efter finansiella poster, före engångskostnader, uppgick till 651 mkr (256).
- Ett nytt affärsområde, Dagligvarugruppen, etablerades med tre affärsdrivande verksamheter.
- Coop inledde arbetet med en ny logistiklösning för ökad kvalitet och effektivitet.
- Försäljning av receptfria läkemedel påbörjades i Coops butiker och stormarknader.
- Tillsammans med Oriola-KD bildade KF bolaget Kronans Droghandel Retail AB som förvärvade 171 apotek vid den statliga utförsäljningen.



Samtliga butikskedjor uppvisar lönsamhet. En ny logistiklösning för Coop i Sverige är under genomförande. Ambitionen att vara ledande inom hållbar utveckling manifesterades under året på olika sätt. Arbetet med en ny kommersiell strategi, där medlemsnytta och återbärning utgör centrala komponenter, startade under året. En rad viktiga partnerskap utvecklades där samarbetet med Kronans Droghandel är av särskild betydelse för att kunna erbjuda apoteksprodukter till våra kunder i Coops butiker. Samarbetet med de detaljhandelsdrivande föreningarna fördjupas främst inom logistik och inköp.

Inom Mediegruppen har ingående verksamheter olika typer av förändrings- och förbättringsbehov. Det är åtgärder som borde genomförts långt tidigare. KFs mediegrupp har goda möjligheter att bli en ledande aktör i det nya medielandskap som växer fram, där digitaliseringen och konsumtionen av medieprodukter tar sig nya uttryck. KF svarar idag för cirka 25 procent av Sveriges bokförsäljning och har tillgång till hela värdekedjan. En ny affärslogik håller på att etableras vilket skapar diskussion i en för övrigt relativt konservativ bransch. Med några års perspektiv kommer pågående omstrukturering visa sig vara framsynt. Vinnare blir den som har kraften att genomdriva nödvändig förändring.

Fastighetsgruppen genomförde en större omstrukturering av sin verksamhet, vilket ökar tydligheten och effektiviteten. Det gångna året har präglats av stora investeringar i nya handelscentrum och lägre nivå än normalt i försäljningstakten av färdigutvecklade fastigheter. Den stora utmaningen framöver blir hur alla intressanta fastighetsobjekt ska kunna förädlas till kommersiella handelscentrum. Till detta kommer Coops behov av en snabbare takt i sin butiksetablering, där KF Fastigheter har en avgörande betydelse. Samarbetet som inleddes i slutet av 2009 med pensionsbolaget SPP i fastighetsbolaget Handelsbodarna i Sverige Fastighets AB är ett led i att öka etableringstakten.

KF Invest redovisar ett mycket starkt resultat i sin kapitalförvaltning. Det är också tillfredsställande att investeringarna i Läckeby Water Group och Löplabbet gått bättre än väntat. Övriga bolag i koncernen har haft en relativt god utveckling.



#### Den samlade konsumentkooperationen

Ser vi till den samlade försäljningen för konsumentkooperationen i hela Sverige, det vill säga Dagligvarugruppen och de detaljhandelsdrivande föreningarna, ökade den till 45 336 mkr under 2009. Rörelseresultatet efter finansnetto utan belastning för engångs- och strukturkostnader uppgick till 1 037 mkr. En orsak till detta är främst att Coop fått en betydligt bättre och mer konkurrenskraftig inköps- och logistiklösning. Med den förändring och förnyelse som sker samt med ett mer affärsmässigt samarbete kommer konkurrenskraften att stärkas påtagligt kommande år.

#### Nyckeltal, KF-koncernen

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	37 209	35 817
Balansomslutning, mkr	21 327	19 326
Resultat efter finansiella poster före engångskostnader, mkr	651	256
Avkastning på sysselsatt kapital, %	6,8	7,7
Avkastning på eget kapital, %	3,4	1,5
Soliditet, %	31,4	34,3
Antal butiker	453	460
Medelantal anställda	8 807	8 996

» Konsumentkooperationens särdrag, som varit dess bärare i 110 år, ligger rätt i tiden.«

# VD OM DET NYA KF OCH FRAMTIDEN

Med den förändring och förnyelse som sker inom KF, kommer vår konkurrenskraft att stärkas påtagligt kommande år. KF ska vara ett lönsamt och spännande företag som bejakar entreprenörs- och innovationskraft och som ständigt söker nya och bättre lösningar för våra medlemmar och medarbetare.

## Förändringen fortsätter

Allt förändringsarbete som sker i koncernen och främst inom Coop är förenklat uttryckt en del av konsumentkooperationens återtag som en ledande dagligvaruhandelsaktör.

Konsumentkooperationen i Sverige har som företagsgrupp med 45 miljarder kronor i omsättning och 15 000 medarbetare genomgått en stor omvandling under senare år. Ett arbete som kommer att fortsätta under 2010. Att vara medlemsägd ligger i linje med dagens behov och trender om att ökad samverkan behövs bland annat för att skapa ett hållbart samhälle, där lokala och globala utmaningar kräver omställning och visionärt tänkande vad gäller teknik, ekonomi och social organisation. Även om utmaningarna är stora är de möjliga att lösa. KFs övergripande vision är att vara det ledande och mest innovativa detaljhandelsföretaget och branschens främsta språkrör och inspirationskälla för hållbar konsumtion. Grön tillväxt – att växa genom att tillvarata och svara upp mot konsumenternas ökande efterfrågan på miljömässigt och socialt hållbar konsumtion – är därför en central del i koncernens affärsstrategi. Viktiga prioriteringar i detta arbete är att fortsätta utveckla ett hållbart dagligvarusortiment och att samtidigt minska klimatpåverkan från vår egen verksamhet. Flera åtgärder under 2009 har också gått i denna riktning. Coop har bland annat antagit en strategi för ett levande hav och för hållbar försäljning av fisk och skaldjur samt introducerat ett nytt ekologiskt köttsortiment under det egna varumärket Coop Ånglamark. Vår målsättning är att bli helt klimatneutrala senast 2020. Under året minskade koncernens klimatpåverkan med 6 procent i

absoluta tal och med 9,5 procent som andel av omsättningen. Detta är helt i linje med vår ambition. Beslutet om en ny logistikstruktur, där vi successivt lägger över allt större delar av godstransporterna på tåg, är strategiskt för att uppnå detta mål. Vårt arbete med att vara ledande inom hållbar utveckling fortsätter med oförminskad styrka. Det är inom ramen för detta som den pågående förändringsresan sker, där effektivitetshöjande åtgärder kombineras med att se över hela företagsgruppens affärsmodell. För att lyckas krävs ett ledarskap på alla nivåer som gör medarbetare delaktiga, men också ger befogenheter och stöd för att våga ta initiativ i vardagsarbetet. Ett utövande och synligt ledarskap kommer att prioriteras framöver.

## En framtidsbild

KF ska vara ett lönsamt och spännande företag, för att kunna attrahera de bästa medarbetarna. Ett företag som leder utvecklingen inom sina olika områden och blir en förebild för andra aktörer. KF ska bejaka entreprenörs- och innovationskraft. Vi ska vara nyfikna på att ständigt söka nya och bättre lösningar till nytta för medlemmar och medarbetare. Det ska vara högt i tak där våra misstag blir en del i arbetet med att finna nya och bättre lösningar. KF ska vara det företag som andra lyfter fram som det goda exemplet. Vi ska hela tiden söka framtidens lösningar. Det innebär att vi inte behöver vara störst, men vi ska vara företaget som leder utvecklingen.

Ett av våra kännetecken ska också vara samhällsnyttan, där vi aktivt påverkar utvecklingen inom områden där vi är verksamma, men samtidigt känner vi också ett ansvar för de större samhälls-

## I fokus 2010

- Lönsam tillväxt inom Coop.
- Fortsatta effektiviseringar där förändringen av logistikstrukturen intar en särställning.
- Förstärkning av varumärket Coop och det samlade medlemserbjudandet.
- Fortsatt modernisering och optimering av butikskoncepten.



Ett av KF Fastigheters projekt – Daros-tomten i Partille.





frågorna. KF har därför skrivit under och stödjer FN-initiativet Global Compact och dess principer för ansvarsfullt företagande. För vår del handlar ansvar om såväl lokala initiativ för att till exempel minska ungdomsarbetslösheten som att arbeta med att förbättra villkoren i utvecklingsländerna genom Kooperation Utan Gränser och Vi-sko-gen och deras hjälp-till-självhjälp. Vi ska uppfattas som ärliga, omvärlden ska kunna ställa större krav på oss än andra.

Inom dagligvaruhandeln, som är vår kärnaffär, ska medlemmar och kunder vid ett besök i våra butiker få en positiv upplevelse där de känner inspiration att tillaga en måltid med råvaror av hög kvalitet som erbjuds till attraktiva priser. Våra butiker ska kännas omhändertagande och som kund och medlem ska man bli bemött på ett proffsigt och personligt sätt av kunniga och engagerade medarbetare. Butikerna ska presentera sina varor på ett attraktivt och innovativt sätt. Butikerna ska vara en förebild för andra när det gäller utbud,

presentation och drift. Butikerna förenar stordrift med lokal och regional anpassning. Ett stort utbud av lokalproducerade samt ekologiska varor bidrar till en hållbar utveckling. En tydlig miljöprofil ska prägla butikerna och ambitionen är att vara klimatneutrala.

Som medlem ska man uppleva att det verkligen går att påverka utbud och utformning av butikerna. Som medlem har man en unik position. Som medlem och medarbetare ska man känna stolthet över Coop och konsumentkooperationen.

Stockholm den 12 mars 2010

**Lars Idermark**

Vd och koncernchef

- Kraftfull utveckling av sortimentet utifrån lokala förutsättningar.
- Hög investeringstakt, främst genom nyetableringar.
- Nya partnerskap som ökar Coops konkurrenskraft och stärker medlemserbjudandet.
- Från aktivt hållbarhetsarbete till kraftfull satsning på grön tillväxt.

» Som medlem och medarbetare ska man känna stolthet över Coop och konsumentkooperationen. «

# ATT SKAPA NYTTA

Affärsnytta, medlemsnytta och samhällsnytta är grundprinciperna för och syftet med KFs verksamhet. Affärsnytta handlar om att uppnå en lönsam och värderingsprofilerad detaljhandel. Medlemsnytta innebär att skapa ett medlemskap som ger ett tydligt mervärde. Samhällsnytta syftar övergripande till att bidra till en hållbar utveckling både för människor och miljö.

## Verksamhetsidé, vision och värdegrund

### Verksamhetsidé

Att skapa ekonomisk nytta och samtidigt göra det möjligt för medlemmarna att i sin konsumtion bidra till en hållbar utveckling för människor och miljö.

### Vision

Att vara det ledande och mest innovativa detaljhandelsföretaget och branschens främsta språkrör och inspirationskälla för hållbar konsumtion.

### Värdegrund

KFs strategiska arbete tar avstamp i konsumentkooperationens 110-åriga värdegrund. Än idag styr den värdegrund som låg bakom bildandet av konsumentkooperationen:

- Medlemsägande
- Nyttänkande
- Omtanke om människor och miljö
- Inflytande
- Ärlighet

## Mål

### Affärsnytta

Lönsam och värderingsprofilerad dagligvaruhandel



### Medlemsnytta

Prisvärda, hållbara varor/tjänster och ett gott samvete



### Samhällsnytta

Bidra till hållbar utveckling för både människor och miljö





## Strategisk inriktning

### Samtliga affärsområden ska uppnå en lönsamhet i nivå med marknaden

Förvärv och partnerskap kan öka möjligheterna att skapa ökad effektivitet, tillväxt och lönsamhet. Kärnverksamheten ska prioriteras och övrig verksamhet ska löpande prövas och utvärderas med hänsyn till finansiell avkastning och riskprofil.

### Fokus på kärnaffären – dagligvaruhandel

Investeringar i kärnverksamheten, Dagligvarugruppen, prioriteras under kommande år. Konsumentkooperationens verksamhet ska tillgodose de behov som medlemmarna/ägarna har i sin vardagskonsumtion.

### Nya affärsmöjligheter skapas, där affärs-, medlems- och samhällsnytta kan samverka

Den kooperativa företagsformen, där ägarna är medlemmar och kunder, ska vidareutvecklas och moderniseras. Den kooperativa särarten ska framhållas genom förbättrade kund- och medlemserbjudanden, som i sin tur leder till ökad lönsamhet för hela verksamheten.

### Ökad kostnadseffektivitet genom ständigt förbättringsarbete

Förbättringsprogrammet inom Coop fullföljs för att uppnå effektivitet och kostnadsnivåer som kan mäta sig med de bästa konkurrenterna. Liknande åtgärder påbörjas även för andra verksamheter, med hög prioritet för mediegruppen.

### Ledande inom området hållbar utveckling – grön tillväxt

Miljöstrategin ska integreras i affärsmodellen och konsumentkooperationen ska behålla och vidareutveckla sin ledande ställning på området hållbar utveckling på kommersiell grund.

### Medarbetarnas kompetens tillvaratas och vidareutvecklas

Förbättrat ledarskap och ökade yrkeskunskaper är nyckelord i satsningen på vidareutveckling av chefer och medarbetare. Genom en löpande översyn av ledning och styrning skapas en sammanhållen och effektiv koncern.

### Värderingar och profil tydliggörs för att stärka koncernens varumärken

Varumärket Coop är ett masterbrand, som ska stå för en framgångsrik, lönsam, nytänkande och välprofilerad detaljhandelsverksamhet. En effektiv och trovärdig kommunikation blir ett viktigt instrument för att bygga en ny företagskultur.

### I tåten för nytänkande

KF och konsumentkooperationen har av tradition varit ledande inom nytänkande och innovation.

### Dialog och påverkan

Genom aktiv dialog och nya påverkansformer ska konsumentkooperationen vidareutvecklas och moderniseras som medlemsägt företag. Ägarformen ska tas tillvara som en konkurrensfördel.

### Ökad samverkan med den övriga konsumentkooperationen

Förbättringsarbetet inom Dagligvarugruppen får positiva effekter för hela den samlade konsumentkooperationen. Ytterligare synergimöjligheter kan tillvaratas för att uppnå ökad effektivitet och god lönsamhet för hela konsumentkooperationen.





## Att svara mot medlemmarnas behov

» Coop inledde ett program för ökad medlemscentrering under 2009. Programmet innebär att Coop förtydligar de gamla kärnvärden som varit konsumentkooperationens affärsidé sedan starten – att skapa ekonomisk nytta för sina medlemmar. «



# DAGLIGVARUMARKNADEN

Dagligvarumarknaden är relativt konjunkturokänslig, och har drabbats mindre av lågkonjunkturen än befarat. Utvecklingen fortlöper mot färre och större butiker och en större andel av försäljningen sker i stormarknader och lågprisbutiker. Trots det, står traditionella butiker fortfarande för nästan hälften av försäljningen. Under en lång period har dagligvaror tagit en allt mindre andel av hushållens totala konsumtion i anspråk, men nu spås trenden vända som en följd av ökande råvarupriser på livsmedel och ökat fokus på premiumprodukter.

## Marknadens storlek och tillväxt

Den finansiella krisen och lågkonjunkturen som drabbade världen och även Sverige under senare delen av 2008, höll i sig under första delen av 2009. Många hushåll höll igen på konsumtionen av oro för den ekonomiska utvecklingen. I takt med att pessimismen minskade, tog försäljningen i detaljhandeln fart under sommaren 2009 och utvecklades därefter starkt. Till den positiva utvecklingen bidrog sannolikt de stimulanser hushållen fick i form av sänkt skatt och sänkt ränta. Försäljningen i detaljhandeln ökade med 2,4 procent i fasta priser, det vill säga korrigerat för inflation och 3,6 procent i löpande priser. Detta trots att hushållens konsumtion minskade med 0,8 procent under samma period. Den främsta förklaringen till att försäljningen ökade trots dåliga tider, är att dagligvaruhandeln är förhållandevis konjunkturokänslig.

Svensk detaljhandel uppgick därmed till drygt 600 miljarder kronor under 2009 varav dagligvaruhandeln stod för cirka 44 procent och sällanköpshandeln för cirka 56 procent.

Försäljningen inom dagligvaruhandeln ökade med 1,8 procent i fasta priser, medan handeln med sällanköpsvaror ökade med 2,8 procent i fasta priser. Inom dagligvaruhandeln ökade priserna, dock inte i samma utsträckning som under föregående år. Inom sällanköpshandeln, en mer konjunkturkänslig bransch, rådde däremot hård konkurrens och prispress. En slutsats är därmed att volymtillväxten var mindre i dagligvaruhandeln än i sällanköpshandeln.

## Coop tar marknadsandelar

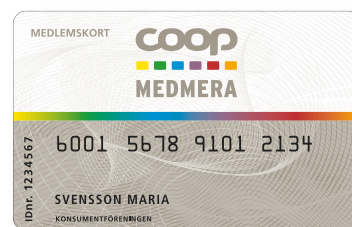
Konkurrensen är fortsatt intensiv i dagligvaruhandeln. Ica-handlarna dominerar marknaden med cirka 50 procents marknadsandel. Coop har under många år varit näst störst och Axfood på tredje plats. Tillsammans dominerade de tre aktörerna marknaden 2009 med 88,1 procent. Under 2009 ökade Coops marknadsandel för första gången på många år. Det berodde dels på att Coop öppnade flera nya butiker under 2008, dels på organisk tillväxt i befintliga butiker. Coops marknadsandel 2009 uppgick därmed till 21,5 procent (21,4)<sup>1)</sup>. Vi-butikerna ingick avtal med Axfood om inköpsarbete under 2009. Som en konsekvens bröt sig ett antal Vi-butiker ur och inledde samarbete med Bergendahls.

## Etableringstakt

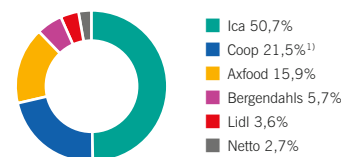
För dagligvaruhandelns stora aktörer är ny- och tillbyggnader i butiksnätet ett absolut villkor för fortsatt tillväxt. Etableringstakten har varit hög inom dagligvaruhandeln under hela 2000-talet med cirka 60–70 nya butiker varje år. Två nya internationella lågprisaktörer, Lidl och Netto, har tillkommit under 2000-talet och de står för en stor andel av de senaste årens nyetableringar. Deras marknadsandel ökar men är ändå bara några procent av den totala marknaden.

## Hur ser butikerna ut?

Den svenska dagligvarumarknaden har under de senaste åren genomgått en betydande omvandling. Trots att etableringstakten varit hög, har antalet butiker under de



Dagligvaruhandel, de sex ledande aktörerna: Marknadsandelar 2009.



Källa: Fri Köpenskap och KF.

<sup>1)</sup> Avser Dagligvarugruppen inklusive de butiker som ägs av de detaljhandelsdrivande föreningarna.



senaste 15 åren minskat med 40 procent. Samtidigt har den genomsnittliga butiksytan ökat med 150 procent och den genomsnittliga omsättningen per butik mer än fördubblats. Det är alltså de små butikerna som försvinner. Trenden mot större enheter tycks dock vara på väg att brytas på vissa mark-

nader i västvärlden. Det ytrar sig bland annat genom att stora kedjor öppnar kompakta livsmedelsbutiker i storstäderna.

En växande andel av försäljningen sker i stormarknader och lågprisbutiker, en trend som har förstärkts av lågkonjunkturen. Deras andel av dagligvaruförsäljningen har under de senaste 20 åren ökat från cirka 10 till knappt 30 procent. Fortfarande svarar de mindre och traditionella livsmedelsbutikerna, så kallade allivsbutiker, för nästan hälften av försäljningen. Ökade krav på sortiment, service och öppettider från konsumenterna har dock lett till att lågprisbutiker och traditionella livsmedelsbutiker skiljer sig allt mindre åt.

Nya kanaler har tillkommit under de senaste åren, till exempel internetbutiker och prenumeration på varor. Internetförsäljningens andel av den totala dagligvaruförsäljningen är fortfarande försumbar även om den procentuellt ökar mer än den fysiska handeln. Ökningstakten har dock avstannat under lågkonjunkturen.

En pågående branschglidning mellan restaurangverksamhet och dagligvaruförsälj-

ning gör att allt mer färdigmat säljs i dagligvarubutiker och antalet aktörer som hemlevererar middagsmat ökar.

Lågprisbutikerna har ökat sin försäljning mindre än förväntat under lågkonjunkturen. Stormarknaderna har haft en god utveckling på matsidan. Däremot har specialvarusortimentet fortsatt svårt att hävda sig mot fackhandeln. Säljmiljön, presentationen och det ibland spretiga sortimentet utgör utmaningar för stormarknaderna.

### Trendbrott i hushållens konsumtion

I takt med att välståndet ökat i Sverige har en allt mindre del av hushållens pengar gått till grundläggande behov som boende och mat. Utgifterna för livsmedel hör till de poster som procentuellt sett växt allra minst under de senaste 20 åren. Under slutet av 2007 och under 2008 vände dock matpriserna upp på grund av ökade råvarupriser inom livsmedel. Lågkonjunkturen bromsade upp prisökningarna, men prognoser pekar på att prisökningarna kommer att fortsätta framöver. Ökande råvarupriser i kombination med att ansvarsfull konsumtion och konsumtion av premiumprodukter ökar, innebär att andelen av hushållens disponibla medel som spenderas på dagligvaror sannolikt står mitt i ett trendbrott, från att ha minskat under en lång period till att öka.

### Trender

Både i Sverige och internationellt framhålls ofta fyra långsiktiga trender, när det gäller dagligvaruhandel:

- **Bekvämlighet:** Bekvämlighetstrenden har ofta fokus på att spara tid genom internethandel, snabbmat och färdiga måltidslösningar.
- **Hälsa:** Hälsotrenden har bland annat resulterat i ökad försäljning av fullkornsprodukter, frukt och grönt samtidigt som light-produkter fått en stark tillbakagång mot bakgrund av ändrade kostråd.
- **Njutning:** Att mat och dryck har fått en ökad status som njutningsmedel syns i försäljningsökningen för olika former av premiumprodukter, som lyxig choklad, exklusiva olivoljor och handgjord glass.

**Totalt antal butiker 2009 – allivs, stormarknader och lågprisbutiker**  
(förändring jämfört med 2008 inom parentes)

	Antal butiker		varav stormarknader	
Ica-handlarna	1 359	(-10)	69	(+3)
Konsumentkooperationen	720	(-5)	65	(+1)
– varav Coop Butiker & Stormarknader	345	(-4)	43	(+1)
– varav detaljhandelsdrivande föreningar	375	(-1)	22	(+0)
Axfood-sfären	314	(-1)	–	
Bergendahls-sfären	178	(+8)	27	(+5)
Lidl	147	(+0)	–	
Netto	119	(+19)	–	
Vi-butikerna	54	(-18)	–	
<b>Totalt</b>	<b>2 891</b>	<b>(-7)</b>	<b>161</b>	<b>(+9)</b>

**Procentuell tillväxttakt i svensk ekonomi, fasta priser, utfall och prognoser**

Årlig förändring %	2009	2010p	2011p
BNP	-4,9	3,0	3,0
Hushållens konsumtion	-0,8	3,0	2,5
Total detaljhandel	2,4	2,5	2,0
Dagligvaror	1,8	2,0	1,5
Sällanköpsvaror	2,8	2,5	2,5

Källa: HUI:s konjunkturbedömning, mars 2010.



- **Ansvarsfull/hållbar utveckling:** Trenden mot hållbar utveckling visar sig både i kunders ökade intresse för ekologisk mat och i den starka utvecklingen för till exempel rättvisemärkta varor.

Den pågående lågkonjunkturen har inte försvagat dessa trender i den utsträckning man skulle kunna förvänta. Hälsotrenden är fortsatt stark. Att sport- och fritidsvaror är den enda sällanköpsvara som ökat under lågkonjunkturen är ett uttryck för det. Ett annat är den fortsatta debatten om tillsatser i maten. Lågprisbutikerna och lågprisprodukter har ökat sin försäljning mindre än förväntat. Försäljningen av premiumprodukter har gått tillbaka i mycket liten utsträckning. Hållbar utveckling har fortsatt att öka i betydelse. Till exempel har andrahandsmarknaden för sällanköpsvaror fått en kraftig tillväxt

under lågkonjunkturen. Andrahandsmarknaden drivs främst på i Internetutvecklingen med allt fler köp- och säljsajter, men viss handel sker även i fysiska butiker.

#### Läkemedel ger tillväxtmöjligheter

Under slutet av 2009 blev det tillåtet att sälja receptfria läkemedel i dagligvaruhandeln. Försäljningen startade över förväntan och kommer sannolikt att bidra till tillväxt i dagligvaruhandeln.

#### Ljusa utsikter

Svensk ekonomi har klarat sig relativt bra i den globala recessionen. Återhämtningen kommer dock att ta tid och rekylar kan inte uteslutas. Enligt Handelns utredningsinstitut, HUI, väntas detaljhandelns försäljning 2010 mätt i volym öka med 2,5 procent och i löpande priser med 3,5 procent.

#### Den internationella dagligvarumarknaden

Fyra stora företagsgrupper dominerar den internationella dagligvarumarknaden. Amerikanska Wal-Mart är världens största företag och dominerar i USA med en omsättning under 2009 på drygt 400 miljarder USD, varav 25 procent utanför hemlandet. Franska Carrefour är etablerat i 35 länder och omsätter cirka 130 miljarder USD, varav 57 procent utanför Frankrike. Brittiska Tesco omsätter knappt 100 miljarder USD varav cirka 30 procent i 13 länder utanför hemlandet, och tyska Metro-gruppen omsätter cirka 100 miljarder USD varav 60 procent utanför Tyskland.

De stora aktörerna har under de senaste åren framför allt valt att expandera på de växande marknaderna i Asien och Östeuropa.



# KONSUMENTKOOOPERATIONEN I VÄRLDEN

Konsumentkooperationen har sina rötter i Storbritannien, och finns numera i många länder, framför allt i Västeuropa.

## Norden

I Norden har konsumentkooperationen traditionellt haft en stark position. I Finland och Danmark är konsumentkooperationen den enskilt största aktören på dagligvarumarknaden med cirka 43 respektive 37,5 procent av marknaden, i Norge och Sverige den näst största med 24 respektive 21,5 procent. Utvecklingen har varit särskilt stark i Finland, där marknadsandelarna inom dagligvaruhandel vuxit kraftigt.

Den nordiska konsumentkooperationen har ett samarbete vad gäller inköp och utveckling av egna varumärken, genom Coop Trading.

### COOP DANMARK

Coop är Danmarks största detaljhandelsföretag. Inklusive självständiga så kallade brugsforeninger har Coop en årlig omsättning på cirka 42 miljarder danska kronor och 19 000 medarbetare. Coop Danmark ägs av FDB, som har 1,7 miljoner medlemmar. Idag driver Coop kedjorna Kvickly, SuperBrugsen, DagliBrugsen, NETtorvet samt dotterbolagen Fakta A/S och Irma A/S.

### COOP NORGE

Coop Norge består av 129 samverkande så kallade samvirkelag, 853 butiker och 1,2 miljoner medlemmar. Var fjärde matkasse i Norge kommer från en Coopbutik. Huvudsakliga butikskoncept är Coop Marked, Coop Prix, Coop Mega, Coop Extra och Coop Obs! Hypermarked. Coop Norge hade en omsättning på cirka 27 miljarder norska kronor under 2009, en ökning med 6,5 procent jämfört med året innan.

### S-GRUPPEN I FINLAND

S-gruppen är en stor finsk kooperativ företagsgrupp inom handelsbranschen i Finland. S-gruppen består av Centrallaget för Handelslagen i Finland (SOK) och dess dotterbolag samt av 22 regionhandelslag och 10 lokala handelslag. Handelslagen, som har cirka 1,8 miljoner medlemmar, äger



centralaffären SOK. Inom S-gruppen ingår kedjorna Prisma, S-market, Sale samt Alepa i huvudstadsregionen.

S-gruppen har tagit marknadsandelar under 2000-talet, från 29 procent 2000 till drygt 43 procent 2009. Omsättningen inom dagligvaruhandeln var cirka 6,5 miljarder euro under 2009.

## Utanför Norden

I Europa utanför Norden är bilden lite mer skiftande. I Schweiz dominerar två konkurrerande kooperativa aktörer dagligvarumarknaden, Migros och Coop Schweiz. Tillsammans har de knappt hälften av marknaden. På den italienska marknaden är Coop Italia en av fåtalet stora aktörer, med en andel på 17 procent.

I Storbritannien var konsumentkooperationen under 1900-talets slut på nedgång, men under 2000-talet vände utvecklingen efter ett omfattande förändringsarbete och en konsolidering inom konsumentkooperationen. Under 2007 blev därmed gruppen the Cooperative Group världens största konsumentförening. Efter förvärv under 2008 är marknadsandelen idag cirka 8 procent.

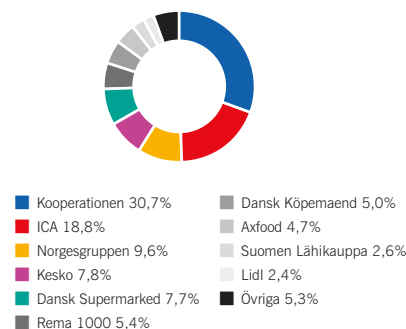
I Spanien har konsumentkooperationen en relativt liten del av marknaden, men förvärv och positiv försäljningsutveckling har lett till en högre marknadsandel, som idag är cirka 15 procent.

Utanför Europa finns konsumentkooperationen i betydande omfattning i enstaka länder, till exempel i Japan och Kanada.

## Internationella samarbeten

Det har sedan en längre tid tillbaka funnits vissa etablerade samarbeten kring inköp över nationsgränserna. Intercoop som ägs av sex olika nationella konsumentkooperationer (de nordiska länderna samt Italien och Spanien) och som arbetar med inköp av nonfoodvaror i Asien är ett exempel.

Marknadsandelar i Norden 2008



Källa: Egen bearbetning av uppgifter från Dagligvarukartan 2008.

# DAGLIGVARUGRUPPEN

Verksamheten inom Dagligvarugruppen är mitt i en förändringsprocess. Organisationsförändringar och offensiva satsningar genomförs parallellt med effektiviseringar och kostnadsneddragningar. Ledstjärnan är ökad medlemsnytta som i sin tur ska driva försäljning och skapa resultat. 2009 steg Dagligvarugruppens försäljning med drygt 4 procent till nära 33 miljarder kronor. Rörelseresultatet före engångskostnader uppgick till 533 miljoner kronor, vilket var mer än en fördubbling jämfört med föregående år.

#### Ledning:

Lars Idermark, vd och koncernchef KF  
Jonny Olsson, vd Coop Butiker och Stormarknader  
Jörgen Månsson, vd Coop Inköp och Kategori  
Ivar Fransson, vd Coop MedMera/Marknad  
Lotta Grette, ekonomidirektör Coop  
Kerstin Lager, kommunikationsdirektör KF  
Marie Wiksborg, personal- och HR-direktör, KF

[www.coop.se](http://www.coop.se)



#### Dagligvarugruppen

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	32 921	31 640 <sup>1)</sup>
Rörelseresultat före engångskostnader, mkr	533	215
Medelantal anställda	7 304	7 506

<sup>1)</sup> MedMera Bank ingår från 2009 i Dagligvarugruppen, 2008 års omsättning är justerat för detta.

Dagligvarugruppen bedriver dagligvaruhandel i Sverige inom butikskedjorna Coop Konsum, Coop Extra, Coop Nära, Coop Forum och Coop Bygg samt en av Sveriges största dagligvarubutiker, Daglivs och internetbaserade Mataffären.se.

#### Utvecklingen under året

Arbetet med det förbättringsprogram som inleddes under andra halvåret 2008, fortsatte intensivt under 2009. Programmet, som syftar till att skapa en konkurrenskraftig och lönsam dagligvaruhandel, startades efter en längre period av svag ekonomisk utveckling med sviktande försäljning och negativa rörelseresultat. Det omfattar samtliga delar av verksamheten inom Dagligvarugruppen och innehåller både offensiva satsningar och kostnadsneddragningar.

Dagligvarugruppen satsar framåt genom investeringar i bland annat nya butiker, förnyelse och ombyggnad av befintliga butiker samt en ny logistiklösning. Samtidigt har kostnaderna minskat med 1 500 miljoner kronor sedan 2008, bland annat inom försäljning, personal, logistik och inköp. I programmet ingår också en strategi för medlemscentrering som innebär att det ska bli än tydligare vilken medlemsnytta konsu-

mentkooperationen skapar för sina medlemmar. Allt Dagligvarugruppen gör ska underlätta för butikerna och stormarknaderna att möta medlemmarna på bästa sätt. Genom affärsmannaskap i alla led, förbättrade inköpsvillkor, välskötta butiker, rätt sortiment och rätt kundbemötande ska försäljning och lönsamhet förbättras.

#### Försäljning och resultat

Försäljningen i butiker och stormarknader utvecklades väl under året och inom Dagligvarugruppen ökade försäljningen med 4,1 procent till 32 921 mkr (31 640). Förbättringsprogrammet gav resultat och rörelseresultatet, före engångskostnader, mer än fördubblades till 533 mkr (215). Resultatet belastades med engångskostnader på 331 mkr (46), vilket främst avsåg personalminskningar som en del av gjorda effektiviseringar.

Samtliga butikskedjor i Dagligvarugruppen visade förbättrade resultat 2009. Butikskedjan Coop Extra var särskilt framgångsrikt och var under 2009 det snabbast växande konceptet inom den svenska dagligvarumarknaden.



## NY ORGANISATION

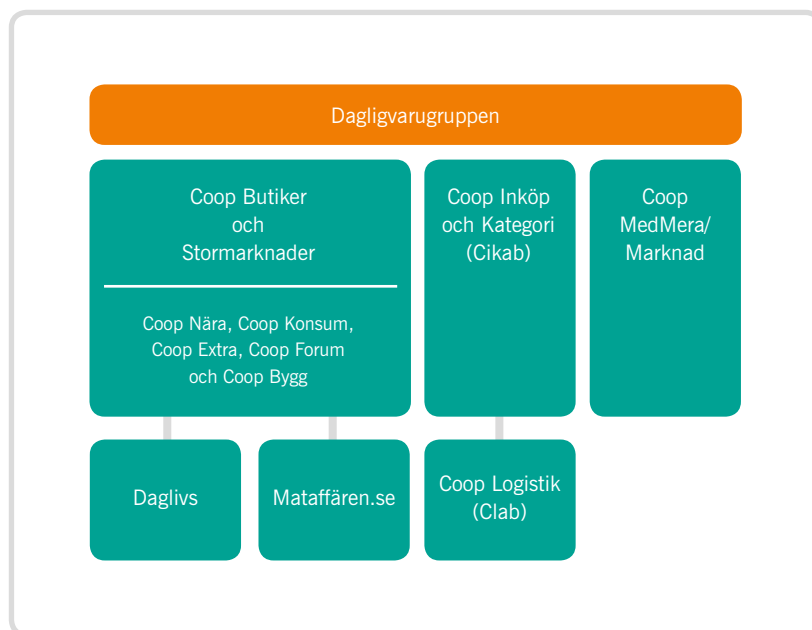
Som ett led i förändringsarbetet inom Dagligvarugruppen delades det tidigare Coop Sverige upp i tre verksamhetsområden. Den nya organisationen gör det möjligt för Coop att snabbare effektivisera och investera för att förbättra försäljning och lönsamhet och öka marknadsandelarna. De tre verksamhetsområdena inom Dagligvarugruppen är:

– **Coop Butiker och Stormarknader AB**, som bedriver dagligvaruhandel i fem butikskedjor samt butiken Daglivs och nätbutiken Mataffären.se.

– **Coop Inköp och Kategori AB (Cikab)**, med det helägda dotterbolaget Coop Logistik AB (Clab). Cikab ansvarar för inköp-/kategori-verksamhet och logistiklösning för Coop Butiker och Stormarknader, de detaljhandelsdrivande konsumentföreningarnas egna butiker och till OKQ8 inom sortimenten Bilist och Nonfood. Cikab ägs till 95 procent av KF och till 5 procent av de detaljhandelsdrivande konsumentföreningarna. Clab ansvarar för avrop, terminal och distribution av varor inom ramen för Cikabs uppdrag.

Under 2009 delades den tidigare integrerade inköps-/kategori- och logistikverksamheten upp i två bolag. Syftet var att underlätta styrning, kontroll och drift, vilket skapar bättre förutsättningar för att ytterligare utveckla attraktiva erbjudanden i butiker och stormarknader.

– **Coop MedMera/Marknad**, som är ett marknadsbolag under uppbyggnad och ansvarar för rikstäckande marknadskommunikation och varumärkesbyggande. Här



ingår MedMera Bank som administrerar Coop MedMera Premieprogram. Programmet ger medlemmarna förmåner i form av rabatter, checkar och erbjudanden, både hos konsumentkooperationen och hos ett antal partnerföretag.

MedMera Bank bedriver dessutom bankrörelse under Finansinspektionens tillsyn och erbjuder ett stort utbud finansiella tjänster till medlemmarna, butikerna inom konsumentkooperationen och ett antal samarbetspartners.

### Coop

Under varumärket Coop bedriver Dagligvarugruppen flera butikskedjor i Sverige: Coop Nära, Coop Konsum, Coop Extra, Coop Forum och Coop Bygg. I gruppen ingår cirka 380 av de 760 Coop-butikerna i Sverige. Resterande Coop-butiker drivs direkt av de detaljhandelsdrivande konsumentföreningarna. Tillsammans svarar gruppens butiker och de detaljhandelsdrivande föreningarnas butiker för 21,5 procent av dagligvarumarknaden i Sverige. Under året öppnades en ny Coop Forum och två Coop Extra.

Coop har marknadens största sortiment av ekologiska och miljömärkta varor, både egna och andras. Coop har tre egna varumärken: Coop Änglamark, Coop och X-tra. Coop Änglamark erbjuder ett brett sortiment av ekologiska varor. Varumärket Coop står för produkter med hög kvalitet till bra pris. X-tra är Coops eget lågprisvarumärke, som ger kunderna möjlighet att handla bra produkter till lågt pris. Försäljningen av andelen egna varumärken av den totala försäljningen ökar, men har fortfarande potential att växa ytterligare. Ytterligare utveckling av Coops egna varumärken är prioriterat framöver.

### KFs 110-ÅRS JUBILEUM

Kooperativa Förbundet (KF) fyllde 110 år i september 2009. I samband med det tog Coop fram en serie jubileumsprodukter i begränsad upplaga – kaffekoppar, pappersservetter och kökshanddukar med Stig Lindbergs mönster "Fallande löv". Samtidigt släpptes jubileumsfoldern "110 år tillsammans".





### Daglivs

Daglivs startades 1982 och ingår sedan årsskiftet 2007/2008 i KF-koncernen. Det är en av Sveriges största dagligvarubutiker, sett till såväl yta och sortiment som antal kunder och omsättning. Butiken ligger på Kungsholmen i Stockholm, har en yta på 4 200 kvadratmeter fördelat på två plan och närmare 13 000 kunder dagligen. Omkring 31 000 artiklar finns att tillgå. Det är det största sortimentet bland landets samtliga dagligvarubutiker i supermarketformatet.

Daglivs satsar särskilt på hälsokostprodukter och utökar ständigt sitt sortiment

inom området. Butiken har en sortimentsgaranti, vilket innebär att kunderna kan lämna önskemål och introducera i stort sett vilka varor de vill i sortimentet.

### Mataffären.se

Mataffären.se startade 2008. Det är en KRAV-certifierad dagligvarubutik med internet som försäljningskanal. Kunderna erbjuds Coops hela sortiment av dagligvaror hemlevererat i Stockholmsområdet. Leveranserna sker med biogasbilar.

En fungerande produktionsmodell som hanterar att producera högkvalitativa tjänster

även vid stora volymer etablerades under året. Undersökningar visade på hög kundnöjdhet. Under året lanserades också en så kallad färskhetsgaranti. Den innebär att kunden ser hållbarhetstiden på den valda artikeln redan vid inköpstillfället.



#### Coop Nära

Coop Nära innebär snabbhet, bekvämlighet och enkelhet med generösa öppettider och ett bra utbud. 185 butiker varav 95 inom KF.



#### Coop Extra

Coop Extra har som mål att vara ortens bästa matbutik där det är enkelt och smidigt att handla ur ett brett sortiment till mycket bra priser. 65 butiker varav 40 inom KF.



#### Coop Bygg

Coop Bygg erbjuder ett brett sortiment av varor för renovering i hemmet samt trädgårdsskötsel. 38 enheter varav 27 inom KF.



#### Coop Konsum

Färskvaror av högsta kvalitet och Sveriges bredaste sortiment av ekologiska alternativ till bra priser är en del av allt det som gör Coop Konsum till en sund affär. 384 butiker varav 163 inom KF.



#### Coop Forum

Coop Forum är stormarknader med brett sortiment som har fokus på livsmedel med marknadens bredaste utbud av miljömärkta och ekologiska alternativ. 65 stormarknader varav 43 inom KF.



#### Daglivs

Stockholmsbutiken Daglivs är en av Sveriges största och mest framgångsrika matvarubutiker. Butiken har en sortimentsgaranti, vilket innebär att kunderna kan beställa och köpa i stort sett vilka varor de vill.



#### Mataffären.se

Mataffären.se är en internetbutik som erbjuder ett fullständigt sortiment av dagligvaror för hemleverans i Stockholmsområdet.

Dessutom driver konsumentföreningarna ytterligare 17 dagligvarubutiker under andra varumärken.

## SATSNINGAR OCH EFFEKTIVISERINGAR

### Nya butiker i dialog med medlemmarna

Som en del av Coops offensiva satsning på nya butiker och stormarknader öppnades en Coop Forum i Nynäshamn under året och en Coop Extra på Södermalm i Stockholm och en i Linköping. Under 2008 etablerades sex Coop Extra och fyra Coop Forum, vilket innebär att totalt 13 storbutiker etablerats under 2008–2009 under rådande lågkonjunktur. Under 2010 planerar Coop att öppna fem nya Coop Forum, två Coop Extra och två Coop Konsum.

Genom aktiv dialog med medlemmarna har Coop möjlighet att utgå från medlemmarnas önskemål och behov vid utformning av butiker. Kundflödena styr var och hur butiken ska utformas, till och med fastigheten som rymmer butiken kan anpassas till den lokala miljön, vilket på sikt kan underlätta etableringstillstånd för nya butiker. Coop samarbetar med de medlemsfrämjande föreningarna och ett exempel på det är den nya Coop Extra-butiken på Södermalm i Stockholm. Vid planeringsstadiet bjöd Coop tillsammans med Konsumentföreningen Stockholm in medlemmarna i området och frågade dem hur de ville att butiken skulle utformas och vilka varor som efterfrågades.

### Läkemedel stärker Coops handelsplatser

I slutet av året startade Coop försäljning av receptfria läkemedel i butiker och stormarknader. Kundernas reaktioner var över förväntan och försäljningen stark. Kunderna upp-

levde att det var enkelt och praktiskt att kombinera köp av läkemedel med köp av dagligvaror. Dessutom har Coop mer generösa öppettider än traditionella apotek. Införandet av läkemedel i Coops sortiment gör därmed Coops handelsplatser mer attraktiva.

Ytterligare ett steg i att stärka handelsplatserna är KFs och Oriola-KDs samarbete kring Kronans Droghandel, som ingicks under början av 2009. Syftet var att förbereda sig för förvärv av apotek vid den kommande utförsäljningen och att gemensamt etablera nya apotek. I slutet av 2009 köpte Kronans Droghandel 171 apotek från Apoteket AB till ett värde av drygt 1,5 miljarder kronor. Apoteken, som finns över hela landet, kommer att öppnas i den nya regionen under första kvartalet 2010. Kronans Droghandel planerar dessutom att etablera apotek i anslutning till Coops butiker och stormarknader. Avsikten är att Kronans Droghandel ska bli en ledande aktör på den svenska apoteksmarknaden. Genom Kronans Droghandel får medlemmarna tillgång till receptfria och receptbelagda läkemedel via apotek som är delägda av konsumentkooperationen och som ger Coop MedMera-poäng. Det stärker därmed både medlems- och affärsnyttan.

### Anpassade butiksytor

Coop Bygg och Byggmax inledde ett samarbete under året för att utveckla marknadsplatserna vid Coop Forum i Falkenberg, Borlänge och Kungsängen och för att anpassa butiksytor utifrån försäljning och behov. Det innebär att Byggmax tog över Coop Byggs ytor för basbyggvaror och Coop Byggs övriga sortiment integrerades tillsammans med övriga specialvaror i Coop Forum.

### MedMera Kwick förenklar

I takt med den tekniska utvecklingen fortsätter Coop att ta fram nya produkter och tjänster som förbättrar och förenklar för kunderna. Konsumentkooperationen var till exempel först med att införa självscanning för kunder som storhandlar.

Under året testades MedMera Kwick i ett antal butiker i Stockholm – en ny teknisk betalningslösning som lämpar sig för mindre

inköp. Betalningslösningen resulterar i snabbare kassalinje, minskad kontanthantering och bättre kundservice.

### Ökad skötselgrad i butikerna

För att öka skötselgraden, kundbemötandet och affärsmannaskapet i butikerna införde Coop under 2009 en gemensam supportorganisation för alla butiker.

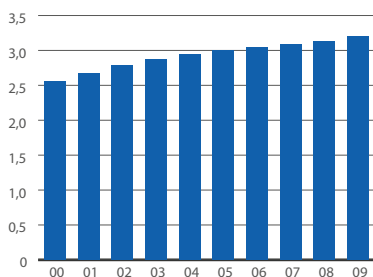
En handfull butiker införde automatisk orderhantering och lagerpåfyllning för att bättre kunna anpassa beställningarna efter den faktiska försäljningen. Därmed minskar risken för att varorna i butiken tar slut eller allt för stora lager med hög kapitalbindning och utgångna varor. Systemet ska vara implementerat i alla butiker 2011.

### Branschledande inom hela varuflödet

Under 2009 genomfördes en rad väsentliga förändringar som banar väg för Coop Inköp och Kategori att bli branschledande inom hela varuflödet. Rollfördelningen mellan Cikab och Clab renodlades. Cikab ska vara främst inom svensk detaljhandel avseende inköp/kategori med tillhörande funktioner såsom Supply Chain Management. Clab ska vara främst inom miljöanpassade logistiklösningar för svensk detaljhandel. Beslut togs om en ny logistiklösning där varuflödena styrs om och koncentreras till tre orter. Coop-tågen mellan Helsingborg och Stockholm, som utgör en central del i den nya logistiklösningen, startade under hösten. En ny finansierings- och debiteringsmodell, som bättre speglar faktiska kostnadsdrivare i varuflödeskedjan, driftsattes under året. Viktiga leverantörsförhandlingar för reducerade inköpskostnader och bättre leverantörsvillkor genomfördes med framgång under hösten.

Som ett led i att bli branschledande inom svensk detaljhandel har Cikab och Clab påbörjat en så kallad SIQ-diplomerings (Swedish Institute for Quality), ett systematiskt arbetssätt och ett kvalitetsledningssystem för verksamhetsutveckling. Diplomeringsen innebär att Cikabs och Clabs arbetssätt och processer inom olika områden jämförs med de främsta företagen inom respektive område.

Antal medlemmar  
(miljoner)



De senaste 10 åren har antalet medlemmar ökat med cirka 25 procent.



#### Den utvecklade logistikverksamheten i korthet:

- Varuflöden styrs om och koncentreras till en punkt per flöde.
- En ökning av antalet omlastningsterminaler, vilket innebär nyetablering på fem orter samt omstrukturering av befintliga terminaler i Umeå, Luleå, Växjö och Malmö.
- Minskad miljöpåverkan genom att flytta över en stor del av varutransporterna från lastbil till järnväg.

#### En ny logistiklösning i världsklass

Det stora förändringsarbetet som startades i Cilab fortsätter inom de två nya bolagen Cikab och Clab och är en del i Coops totala förbättringsprogram. Det omfattar kostnadseffektiviseringar och utveckling mot en långsiktigt hållbar logistikstruktur som ger positiva miljöeffekter, och ger medlemmarna och kunderna ännu bättre butiker och erbjudanden.

Den moderna, effektiva och flexibla logistiklösning som Coop nu bygger, ska bli branschledande. För det krävs tre viktiga förändringar:

- För det första krävs en konsolidering av terminalverksamheten, vilket innebär att hanteringen av food, nonfood och frysta varor koncentreras till en punkt per flöde. Arbetet med att styra om varuflödena till

dess terminaler samt att göra om de övriga terminalerna till omlastningsterminaler har påbörjats.

- För det andra krävs ett integrerat transportsystem där de nystartade Coop-tågen utgör en central del i hela logistikkedjan.
- För det tredje krävs en effektivisering av arbetssätt, vilket bland annat ska uppnås genom ökat samarbete med externa partners.

#### Omställningsprogram

Omstruktureringen av Cikab och Clab och den nya logistiklösning innebär att motsvarande cirka 500 personer inom Clab blir övertaliga. De medarbetare som berörs erbjuds möjlighet till olika stödåtgärder, samlade i ett omställningsprogram. Ett av Sveriges ledande företag inom omställningsstöd är huvudleverantör av programmet och arbetet sker i nära samverkan med Arbetsförmedlingen, Trygghetsfonden och Trygghetsrådet.

En viktig del i omställningsprogrammet är att upprätta lokala omställningskontor på terminalerna i Växjö, Umeå och Malmö. Kontoren bemannas av jobbcoach/jobbfinnare som bistår medarbetarna i arbetet med att finna ny sysselsättning. Dessutom upprättas en gemensam platsbank för Coop,

Clab samt konsumentföreningar för att öka möjligheten att söka nytt arbete inom konsumentkooperationen.

Stödet från omställningsprogrammet kan omvandlas till en utbildningscheck, alternativt starta-eget-bidrag eller flyttbidrag. Dessutom finns möjlighet till förtida pensionsavgång under vissa förutsättningar.

Kontinuerlig uppföljning av omställningsprojektet ska ske lokalt på respektive ort i en så kallad samrådsgrupp. I gruppen ingår representanter från kommunen, Arbetsförmedlingen, Vuxenutbildningen, föreningsintressenter, facklig representant samt företags- och HR-representant för Clab samt från huvudleverantören av omställningsprogrammet.

#### Övriga personalfrågor

Utöver personalförändringarna inom logistik och inköp, innebär förbättringsprogrammet personalneddragningar motsvarande 1 000 heltidstjänster. Samtliga medarbetare som omfattades av förbättringsprogrammet har erbjudits omställningsåtgärder.

Coop strävar efter att uppnå en ålders- och kompetensstruktur som bidrar till ytterligare erfarenhetsutbyte och kunskapsöverföring. Under 2008 skedde en så kallad Management Review bland alla chefer, och under 2009 genomfördes en kompetensanalys bland alla medarbetare som arbetar minst 20 timmar i veckan i butikerna eller 25 timmar i veckan i stormarknaderna. Nästa steg är att upprätta en handlingsplan för kompetensutveckling.

Under 2009 genomgick dessutom 42 personer ledarskapsprogrammet Bra Chefer som förbereder anställda för ledande positioner inom företaget och säkrar ledarförsörjningen på sikt inom Coop.



Genom Kronans Droghandel får medlemmarna tillgång till receptfria och receptbelagda läkemedel som ger Coop MedMera-poäng.

## MEDLEMMEN I CENTRUM

Coop inledde ett program för ökad medlemscentrering under 2009. Programmet innebär att Coop tar tillbaka och förtydligar de gamla kärnvärden som varit konsumentkooperationens affärsidé sedan starten – att skapa ekonomisk nytta för sina medlemmar. Det ska löna sig att handla på Coop, dels för att medlemmarna erbjuds riktigt bra priser och dels för att Coop gör bra saker för miljön och för människan. Medlemsnytta ska genomsyra Coops kunderbjudanden och marknads kommunikation. Ju mer lojal en medlem är, desto mer ekonomisk fördel ska medlemmen få.

### MedMera-kortet en nyckelsymbol

Medlemskapet i konsumentföreningarna och Coop MedMera-kortet är nyckeln till medlemsnyttan. Kortet ger premiecheckar, bra medlemspriser och medlemsrabatter i butiker och stormarknader men även erbjudanden på resor, hotell och olika nöjen. När kunden handlar i en Coop MedMera-ansluten butik registreras poäng som sedan ligger till grund för framtida premiecheckar.

Konsumentkooperationen delade 2009 ut premiecheckar till sina medlemmar motsvarande ett värde av 470 miljoner kronor.

Cirka 70 procent av alla köp görs av medlemmar. Hälften av Sveriges hushåll har ett aktivt Coop MedMera-kort i plånboken. Antalet medlemmar ökar kontinuerligt, 2009 uppgick antalet medlemmar till 3,2 miljoner. Coop arbetar på flera fronter för att

öka fördelarna med att vara medlem, till exempel inleddes nya samarbeten med Swebus Express och Hertz under året. Coop MedMera-kortet kan nyttjas i totalt cirka 1 300 butiker och stormarknader samt på 800 bensinstationer. När Kronans Droghandels butiker öppnar under 2010 kommer kortet kunna användas även där.

I takt med att andelen kortbetalningar ökar, blir säkerhetsfrågorna kring korten allt mer kritiska. För att skydda konsumenterna och möta nya myndighetskrav och internationella regler har MedMera Bank genomfört ett omfattande säkerhetsprogram under året.

### Effektivare marknadsföring

Ett gemensamt marknadsbolag för att samordna och effektivisera marknads kommunikation och verksamheten i MedMera Bank är under bildande. Ansvar för varumärkesbyggande, premieprogram och rikstäckande kampanjer ligger därmed under en ledning, såväl fysiskt som organisatoriskt. Den nya organisationen kommer även att bidra till ökad samverkan mellan marknadsföringsarbetet inom KF och föreningarna.

Coops marknadsföring har fått en ny inriktning där medlemskapet lyfts fram än tydligare. Kooperationens grundtankar paketeras med ett modernt manér i marknads kommunikationen genom att tydligare berätta dels om ekonomiskt fördelaktiga medlemserbjudanden, dels om vilken samhälls- och miljönytta Coop gör.

### Kanaler för marknads kommunikation

Coops huvudkanaler för marknads kommunikation är tv, webb, direktreklam, butiker och tidningen Coop Mersmak.

Ett nytt koncept för tv-reklam lanserades under våren 2009. Tanken är att reklamfilmerna ska förtydliga att medlemmarna är Coops främsta fokus. Filmerna handlar om att tre miljoner medlemmar tillsammans kan åstadkomma saker, förbättra världen och sänka priser på olika varor.

I slutet av året lanserades den nya hemsidan coop.se. Det är en sammanslagning av kf.se, coop.se och coopmedmera.se. En gemensam hemsida gör det enklare och



Ett nytt koncept för tv-reklam lanserades under 2009.

tydligare för kunderna och medlemmarna. Det skapar även större möjligheter att visa bredden hos Coop. Och möjligheten till interaktion och dialog är större på den nya hemsidan.

Tidningen Coop Mersmak ges ut 11 gånger per år. Den har en upplaga på cirka en miljon och distribueras till de medlemmar som handlar över ett visst belopp per månad.

Dessutom kommunicerar Coop med medlemmar och kunder via Facebook, Twitter och bloggen Alltid hungrig. Och för iPhone-användare finns Coops receptsamling som applikation.

### Dialog med medlemmarna

Coop kan effektivt kommunicera med medlemmarna genom den internetbaserade medlemspanelen. Varje år genomförs flera medlemsenkäter. Under 2009 inkom över 43 000 inlägg. Resultatet av medlemspanelerna samlas i den årliga Coop-rapporten som är en av Sveriges största konsumentundersökningar. Årets rapport visar bland annat att dagens konsument är intresserad av matens innehåll samt hur den påverkar miljön och den egna kroppen.

**Coop MedMera-kortet ger medlemspriser och poäng på allt hos Coop och Coop MedMera-anslutna butiker. Olika funktioner kan kopplas till kortet:**

- **Coop MedMera Visa, som haft en stark utveckling senaste året, ger poäng på alla köp världen över där Visa accepteras.**
- **Coop MedMera Konto, här sätter medlemmen in pengar i förväg och betalar med kortet i Coop MedMera-anslutna butiker.**
- **Shop Express, medlemmen registrerar sina varor direkt när de plockas från hyllan och får en snabbare väg genom kassan. Shop Express finns i våra större butiker och stormarknader.**

# HÅLLBARA COOP

## Klimatsmarta Coop-tåg

Den nya logistikstrukturen, vars implementering startade under 2009, ger en minskad miljöbelastning med såväl färre transporter som överflyttning av transporter från lastbil till tåg. Utvecklingen av Coop-tåget innebär en transportlösning där lastbilstrailers tar tåget mellan Helsingborg och Stockholm. Med kombination av tåg de långa sträckorna och lastbilstransport den sista biten till lager och butik, uppnås en transportlösning med minskad klimatpåverkan och högre flexibilitet.

Coop-tåget mellan Helsingborg och Stockholm började gå den 1 september 2009. Det innebär 350 lastbilar färre på sträckan per vecka, vilket minskar koldioxidutsläppen med 6 500 ton per år. Coop fick Green Cargos utmärkelse Årets klimatkomet 2009 för detta.

## Miljösmarta val

Hur Coops varor produceras påverkar dock klimatet mer än hur de transporteras. Coop har marknadens största sortiment av ekologiska och miljömärkta varor med närmare 5 000 artiklar. Genom att öka försäljningen av ekologiska och miljömärkta varor uppnås Coops miljömål.

För att möta medlemmarnas önskemål om att enkelt göra miljömässigt kloka val, införde Coop gröna hyllkantsetiketter i alla butiker och stormarknader under året. De märkningar som ligger till grund för detta är KRAV, EU-ekologiskt och MSC (Marine Stewardship Council) för livsmedel samt Svanen, Bra Miljöval, EU-blomman samt FSC (Forest Stewardship Council) för specialvaror.

KRAV-märkning av alla Coop-butiker är en annan del av miljöarbetet. Det kräver att butikerna har ett brett sortiment av KRAV-produkter och att personalen har goda kunskaper om KRAV och ekologisk produktion. De första Coop-butikerna KRAV-märktes redan 1992, under 2009 uppnådde alla Coops butiker och stormarknader KRAV-märkningen.

Då en stor miljöpåverkan kommer från uppvärmning, kylning och belysning i butikerna, lägger Coop omfattande resurser på att göra butikerna så energieffektiva som möjligt.

## Mat från regionen/lokal mat

Mat från regionen är svar på medlemmarnas önskan att handla mer lokalt producerade matvaror. Sortimentet lyfter fram lokala delikatesser och mattraditioner i butiker och

stormarknader. Målet är att stärka Coops konkurrenskraft lokalt och att bli bäst i Sverige på lokal- och närproducerade varor.

Arbetet inom Mat från regionen sker i samarbete mellan Coop, LRF och lokala organisationer. Coop har flera hundra lokala leverantörer, som ges möjlighet att nå ut direkt till konsumenterna med sina lokala produkter. Sortimentet säljer bra och stärker profileringen.

## Strategi för ett levande hav

Coop tog under året fram en strategi för ett levande hav. Strategin innebär att Coop säljer och tar fram fler KRAV- och MSC-märkta varor och uppmuntrar leverantörerna att göra likadant samt tar bort hotad fisk ur sortimentet och listar vilken fisk och skaldjur som får säljas på Coop. Listan baseras på Internationella havsforskningsrådets rekommendationer. Coop stödjer och driver på utvecklingen av miljömärkta alternativ genom havsstrategin och bidrar till att göra fisket och fiskodlingen mer hållbar.

Sveriges största miljöpris, Änglamarkspriset, instiftades av KF och Coop för att uppmuntra och lyfta fram goda initiativ inom miljö och ekologi. 2009 var temat för priset världens fiskarter och vann gjorde två yrkesfiskare som aktivt arbetar med att säkra havsmiljön och inspirerar andra att fiska på ett hållbart sätt.

## Främjar bättre djurhållning

Som en reaktion på kunders och medlemmars efterfrågan lanserade Coop under året ett brett sortiment av Coop Änglamark KRAV-märkt kött i butikerna. KRAV har strängare regler för djurhållning än konventionellt, vilket innebär att det nya sortimentet främjar en bättre djurhållning.



Coop-tågen innebär 350 lastbilar färre på sträckan Helsingborg–Stockholm varje vecka.

Läs mer om miljöarbetet i Hållbarhetsredovisningen på sid 33–57.



# MEDIEGRUPPEN

Bokutgivning har varit en självklar del inom KF sedan 1920-talet, under olika förlagsnamn. Sedan ett decennium tillbaka är det Norstedts Förlagsgrupp som bär denna tradition vidare. Tidningsutgivning har ännu längre traditioner, Tidningen Vi utkom för första gången 1913. Idag utgörs Mediegruppen av Norstedts Förlagsgrupp, Akademibokhandeln med internetbokhandeln Bokus, AB Tidningen Vi samt PAN Vision, som är en distributör av digital hemunderhållning. Samtliga bolag tillhör de ledande i Sverige på sina marknader.

## MEDIEMARKNADEN

### Bokmarknaden

Bokmarknaden var svag under 2009. Tillväxten som präglat marknaden sedan bokmomsen sänktes 2002 avstannade och vändes 2009 till en minskning på drygt 1 procent i handelsledet.

Den tydliga förskjutningen mellan olika försäljningskanaler fortsatte – nätbokhandeln var den enda kanal som växte medan bokklubbar, traditionell bokhandel och varuhus tappade i andelar.

Den digitala utvecklingen fortsatte att påverka hur konsumenterna läser, köper och skaffar sig information om böcker. Ett av årets samtalsämnen var läsplattan och e-boken, som spås få genomslag under 2010.

### Tidnings- och tidskriftsmarknaden

Tidnings- och tidskriftsmarknaden drabbades kraftfullt av finanskrisen under 2009. Annonsintäkterna för populärpressen minskade med 22 procent under årets första nio månader. För första gången sedan 2001 minskade antalet tidskriftstitlar.

Bland de nya titlar som trots allt startade 2009 märktes en tydlig trend mot fördjupning, från så kallade damtidningar mot specialtidningar.

### Film- och spelmarknaden

Spelmarknaden hade under 2007 och 2008 en mycket stark tillväxt med nya spelsegment riktade mot nya målgrupper. Under 2009 hade den internationella spelmarknaden en negativ tillväxt för första gången på många år. Även i Norden var tillväxten under årets första del svag, en viss förbättring



ring skedde dock under sista kvartalet. Sammantaget uppvisade dock 2009 noll-tillväxt.

Marknaden för PC-tillbehör har påverkats mycket negativt av lågkonjunkturen i linje med utvecklingen för hemelektronik. Den negativa utvecklingen började under hösten 2008 och fortsatte fram till mitten av 2009. Under andra halvåret 2009 skedde en återhämtning.

Spelbranschens utveckling under 2010 är svårprognostiserad. Framgång för ett intressant releaseschema kan dock ligga till grund för fortsatt tillväxt på marknaden. Filmmarknaden ligger i en övergångsfas mellan DVD och Blu-ray. DVD har varit det dominerande formatet på marknaden för fysisk distribution under en längre tid, men

har under de senaste åren pressats i pris av bland annat konkurrensen från digital nedladdning och ett stort utbud av film på TV. På sikt kommer dock det nya formatet Blu-ray att dominera. Övergången har inte tagit fart än och Blu-ray står fortfarande bara för någon procent av den totala omsättningen på marknaden. Prognosen för 2010 indikerar att Blu-ray kommer att växa kraftigt.

Utvecklingen av digitala distributionsformer för film och spel kommer att fortsätta. Den legala nedladdningen svarar dock ännu inte för mer än 1 procent inom vare sig film- eller spelmarknaden. På några års sikt väntas dock tillväxten av digital distribution vara stor.

# AKADEMIBOKHANDELN

**Styrelse:** Lars Idermark, ordförande  
Johnny Capor, Ulf Ivarsson,  
Göran Lindblå, Lotta Lundén,  
Mats Lundquist, Karl-Petter Thorwaldsson  
**Vd:** Ulf Lindstrand  
www.akademibokhandeln.se  
www.bokus.com



## Akademibokhandeln inkl. Bokus

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	1 419	1 513
Medelantal anställda	493	573

Akademibokhandeln bedriver en välsorterad, rikstäckande, integrerad och marknadsledande bokhandel med 62 butiker runt om i Sverige. Bolaget svarar för cirka 40 procent av bokhandelsmarknaden, och cirka 20 procent av den totala bokmarknaden i Sverige. Utöver butiksförsäljning bedriver Akademibokhandeln även försäljning av böcker på Internet under varumärket Bokus som är nummer två på den svenska marknaden. Akademibokhandeln ingår sedan 1987 i KF.

Akademibokhandeln är ett av Sveriges starkaste varumärken inom detaljhandeln, det nionde mest kända enligt marknadsundersökningsföretaget GfK:s undersökning 2009. GfK rankar även Bokus som det åttonde hetaste varumärket, enligt definitionen varumärken som stärkt sin ställning.

## Utvecklingen under 2009

Akademibokhandeln etablerade nya butiker i Ingelsta i Norrköping, Entré i Malmö, gallerian IN i Sundsvall samt Sollentuna centrum och Liljeholmstorget i Stockholm. Butiken i Kista flyttades till ett betydligt bättre läge i den nya delen av gallerian. Butiken i Härnösand avyttrades.

Som en följd av den svaga utvecklingen för kurslitteratur avvecklades kurslitteraturbutikerna i Karlstad, Örebro, Växjö, Göteborg samt vid Handelshögskolan i Stockholm. Bokus blev under 2009 ett affärsområde inom Akademibokhandeln och huvuddelen av Bokus verksamhet flyttades till Stockholm.

Bokköpare väljer idag att handla sina böcker både i butik och på nätet. Det är därför naturligt att dessa verksamheter integreras för att utgöra stommen i företagets multikanalstrategi. Boksterminaler installerades under våren i samtliga butiker, vilket gav kunderna tillgång till ett brett utbud av litteratur och möjlighet till hemleverans av beställda böcker.

Under sommaren togs ett nytt affärssystem i drift. I samband med driftstarten avvecklades Akademibokhandelns lager och distributionscentral i Morgongåva. Lager- och distributionstjänster köps därefter från

Green Cargo. Arbetet med att starta upp affärssystem och flytta distribution var komplicerat och påverkade försäljningen negativt vid införandet.

Akademibokhandelns totala försäljning minskade under 2009 med 6,2 procent. Internetförsäljningen inom Bokus utvecklades positivt.

## Utsikter för 2010

Året kommer att präglas av ett fokus på fortsatt snabb tillväxt av internetförsäljningen och på att utveckla butiksverksamheten. Försäljningen per kvadratmeter blir ett viktigt nyckeltal. Målet är att skapa en butiksmiljö som ger lust och inspiration till nya läsoplevelser. Butiker och internetförsäljning ska komplettera varandra och erbjuda en heltäckande service till kunderna.

## Hållbarhet

Akademibokhandeln använder förnyelsebar grön el för alla butiker där bolaget själv kan välja elleverantör. Cirka 60 procent av elförbrukningen sker därmed med grön el. Förändringsarbetet med att bli en centralstyrd kedja har inneburit ett effektivare varuflöde vilket har givit färre transporter.



Vår kokbok blev den mest sålda kokboken under 2009.

# NORSTEDTS FÖRLAGSGRUPP

**Styrelse:** Lars Idermark, ordförande  
Johnny Capor, Sune Dahlqvist,  
Maj-Britt Johansson Lindfors  
Lennart Foss, Annika Rost  
Arbetsgärrerrepresentanter: Eva Josefsson,  
Pia Lindström  
**Vd:** Maria Hamrefors  
www.norstedts.se  
www.rabensjogren.se

## NORSTEDTS



Norstedts Förlagsgrupp

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	504	500
Medelantal anställda	171	174

Norstedts Förlagsgrupp är en av de ledande aktörerna på den svenska bokmarknaden, och har en bred utgivning av skönlitteratur, fackböcker, ordböcker, kartor, ljudböcker, barn- och ungdomsböcker, spel och merchandise. Sammantaget ges cirka 500 nya titlar ut per år.

Verksamheten bedrivs i två förlag: Norstedts för vuxenlitteratur, och Rabén & Sjögren för barn- och ungdomsböcker.

### Utvecklingen under 2009

Inom Norstedts Förlagsgrupp pågår sedan ett par år ett omfattande förändringsarbete för att möta de ändrade förhållandena på marknaden. Verksamheten moderniseras, samtidigt som inriktningen alltjämt är utgivning av kvalitetslitteratur. Förlaget, som etablerades 1823 och därmed är Sveriges äldsta, har ambitionen att också vara det modernaste.

En ny varumärkesstrategi infördes, som innebär att utgivningen koncentrerades under två förlagsnamn. De nya varumärkena och deras grafiska profiler lanserades under Bok- och Biblioteksmässan i Göteborg. Samtidigt lanserades två nya webbplatser, www.norstedts.se och www.rabensjogren.se.

Många av förlagens titlar nådde stora framgångar. Tre Norstedtsförfattare – Per Agne Erkelius, Johannes Anyuru och Aris Fioretos – samt två Rabén & Sjögrenförfattare – Pija Lindenbaum och Sofia Nordin – nominerades till Augustpriset.



Utgivningen av Sveriges historia i åtta band och praktverket Tusen svenska klassiker nådde stora framgångar. Coop Provköks Vår Kokbok kom ut i sin 25:e upplaga och såldes i cirka 100 000 exemplar och blev 2009 års mest sålda kokbok i Sverige.

De internationella framgångarna för Stieg Larssons Millenniumtrilogi fortsatte under året. Utgivningsrättigheterna har sålts till över 40 länder. Hittills har 22 miljoner exemplar av de tre böckerna sålts internationellt.

Norstedts förvärvade 25 procent av Elib, den ledande svenska distributören av e-böcker och digitala ljudböcker. Vidare inleddes en satsning på återutgivning av utgångna titlar i form av e-böcker och beställningstryck. En överenskommelse träffades med Sveriges Författarförbund, som ställde sig bakom de villkor som Norstedts erbjuder sina författare.

Försäljningen ökade något under 2009. Intäkterna från internationella rättigheter avseende Stieg Larssons Millenniumtrilogi var betydande. Resultatnivån sjönk till följd av en allt större press på bruttovinstmarginalen. Resultatet påverkades också av engångskostnader för omstrukturering av organisationen.

### Utsikter för 2010

Norstedts Förlagsgrupp fortsätter att satsa på en bred utgivning av kvalitetslitteratur i olika format för att tillgodose både författarnas och läsarnas önskemål. Utvecklingen av marknadsförings- och försäljningsarbetet fortgår under 2010 för både tryckta som digitala format.

### Hållbarhet

Inom området klimatpåverkan pågår ett arbete tillsammans med fastighetsägaren med syftet att nå miljöklassningen Green-building. Leverantörer som har miljöklassat bränsle prioriteras och transporterna styrs om möjligt över till järnväg.

Inom leverantörs- och produktområdet prioriteras leverantörer som har en tydlig miljöpolicy, samtidigt som en minskad mängd makulatur eftersträvas genom optimerade tryckupplagor.



# AB TIDNINGEN VI

**Styrelse:** Lars Idermark, ordförande  
Ivar Fransson, Jan Wifstrand, Lena Björk  
**Vd och chefredaktör:** Anneli Rogeman  
**Upplaga:** 40 200  
**Antal läsare:** 165 000  
[www.vi-tidningen.se](http://www.vi-tidningen.se)



## AB Tidningen Vi

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	28	25
Medelantal anställda	13	13

AB Tidningen Vi producerar och ger ut Tidningen Vi och ViLÄSER i pappers- och webbversion. Vi är ett månatligt magasin om samhälle och kultur, som gavs ut första gången 1913. ViLÄSER, som startades 2008, är ett specialmagasin med inriktning på böcker och läsning.

Tidningen Vi driver dessutom en post-orderverksamhet, ViButiken, Reseklubben, samt stiftelsen Teskedsorden. Tidningen Vi står även bakom Vi:s litteraturstipendium, musikutmärkelsen Taubestipendiet, Vi:s litterära båtsalong samt ett flertal samarbeten med bland annat Dramaten, Grafikens Hus och Södra Teatern.

## Utvecklingen under 2009

Bland de nya titlar som startade 2009 märktes en tydlig trend mot fördjupning, från så kallade damtidningar mot specialtidningar. Det kan vara en förklaring till Tidningen Vi och ViLÄSERS framgångar.

För AB Tidningen Vi växte verksamheten under 2009 med ökade annonsintäkter, ökat antal prenumeranter, ökat antal läsare samt ökad lösnummerförsäljning. Det sistnämnda var bland annat ett resultat av ett närmare distributionssamarbete med Coop och Akademibokhandeln.

Tidningen Vi och ViLÄSER nominerades till fem branschpriser, varav ViLÄSER vann guld i Svenska Designpriset. En större satsning på PR inleddes, bland annat via sociala mediekkanaler.

## Utsikter för 2010

Utsikterna för Tidningen Vi under 2010 är goda. Dels tack vare marknadsutvecklingen mot mer fördjupning, dels genom att de satsningar på marknadsföring som genomförts under de två senaste åren förväntas ge effekt.

En prioriterad verksamhet blir starten av ett dotterbolag för produktion av kundtidningar.

## Hållbarhet

Tidningen Vi arbetar för att större delen av tidningsdistributionen ska ske genom B-post via tåg vilket minskar utsläppen av koldioxid. Kundregistret uppdateras kontinuerligt för att undvika onödiga returer. De tryckerier som anlitas måste vara miljöcertifierade enligt ISO 14001 och kvalitetscertifierade enligt ISO 9001. Tidningarna trycks med miljömärkta produkter på miljömärkt papper.



# PAN VISION

**Styrelse:** Lars Idermark ordförande  
Johnny Capor, Stefan Lambert,  
Gunnar Bergwall, Johan Åhlander  
Jonas Mårtensson  
**Vd:** Per Almgren  
www.panvision.se



PAN VISION

## PAN Vision

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	1 392	1 406
Medelantal anställda	184	214

PAN Vision är en av de ledande nordiska distributörerna av hemunderhållning. Företaget verkar inom huvudsakligen tre marknader; dataspel, film (DVD & Blu-ray) samt PC-tillbehör. Inom spel och film bedrivs både tredjepartsdistribution och egen förlagsverksamhet. Verksamheten bedrivs i samtliga nordiska länder och i Baltikum. Cirka två tredjedelar av omsättningen härrör från marknader utanför Sverige. Den enskilt största marknaden är Finland.

Aktörerna på marknaden för distribution av hemunderhållning består av lokala och internationella förläggare samt av fristående distributörer som PAN Vision. Flera av de internationella förlagen inom spel hanterar själva distributionen till de större kunderna och låter lokala distributörer som PAN Vision ombesörja distributionen till övriga kundgrupper.

## Utvecklingen under 2009

Utvecklingen för PAN Vision var fortsatt mycket stark, med en stabil omsättning och en fortsatt förbättrad lönsamhet under året. Spelverksamheten hade den mest gynnsamma utvecklingen, som en följd av dels interna effektiviseringar med bland annat färre retur och ökad försäljning till kund, dels samarbeten med nyttillkomna leverantörer.

Omsättningen för digitala titlar, både spel och film, fortsätter att växa och PAN Vision har under det gångna året både säkerställt digital distribution av nya titlar och nya plattformar samt parallellt arbetat vidare med en digitalisering av befintlig produktkatalog.

PAN Visions Webshop har moderniserats och förbättrats och växt till ett centralt försäljningsverktyg för samtliga produktgrupper. Ett utvecklingsarbete har påbörjats för att undersöka möjligheterna att även erbjuda digital distribution från Webshopen. Filmverksamheten har överlag utvecklats enligt förväntningarna där satsningen på bioverksamhet varit fortsatt framgångsrik med biodistribution av populära titlar som Ponyo by the Sea och Coco Chanel & Igor Stravinskij.

Verksamheterna i Norge och Danmark har under 2009 utvecklats mycket starkt

med kraftig tillväxt för såväl försäljning som lönsamhet. Delvis beror detta på fortsatta framgångar med så kallad VMI-lösningar (Vendor Management Inventory), som innebär att PAN tar ett utökat ansvar för sortimentshanteringen hos återförsäljaren. Finland förblir dock PAN Visions största marknad och står för cirka 50 procent av försäljningen.

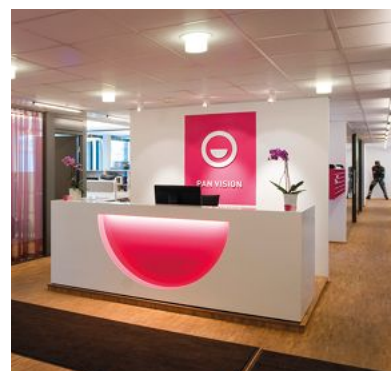
Efter ett svagt 2008 har PC-tillbehörsverksamheten utvecklats starkt och kunskaperna ta igen mycket av tidigare förlorad mark.

## Utsikter för 2010

Under 2010 kommer PAN Visions fokus ligga på att utveckla de affärsmöjligheter som den digitala distributionen erbjuder, vilket omfattar affärsutveckling inom både tredjepartsdistribution som förlagsverksamhet. PAN Vision kommer eftersträva ytterligare tillväxt för att premiera skalfördelar i verksamheten. Satsningen med att utveckla förlagsverksamheten inom spel och film fortsätter, liksom arbetet med att ytterligare förbättra effektiviteten.

## Hållbarhet

Logistiken kommer att effektiviseras genom att fyllnadsgraden vid leverans höjs. Även mängden returnerade varor ska minska. Syftet är att reducera utsläppen av avgaser. Vidare kommer åtgärder på respektive regionkontor att genomföras för att minska energi- och materialförbrukningen i den dagliga verksamheten. Under 2010 kommer styrdokument upprättas för hela PAN Visions löpande arbete med hållbar utveckling.



# FASTIGHETSGRUPPEN

KF Fastigheter förvaltar och utvecklar handelsanläggningar samtidigt som bolaget är en viktig stöd-funktion för den konsumentkooperativa detaljhandeln. Fastighetsaffären omfattar förvaltning och utveckling av en fastighetsportfölj på drygt 500 000 kvadratmeter butiksytta och ett marknadsvärde på cirka 6,7 miljarder kronor. Handelsfastigheterna dominerar portföljen och deras andel uppgår till cirka 90 procent. Drygt 1 miljard av portföljens värde utgörs av utvecklingsfastigheter. Stödfunktionerna omfattar ett stort antal tjänster som understödjer förnyelse och utveckling av butiksnäten för Coop, konsumentföreningarna och övriga kooperativa detaljhandelsföretag.

## KF FASTIGHETER

**Styrelse:** Lars Idermark, ordförande  
Johnny Capor, Hans Eklund,  
Nina Hornewall, Ingrid Karlsson,  
Anders Stake  
**Arbetsgärrrepresentanter:** Anders  
Palmquist, Tom Braathen  
**Suppleant:** Sonja Östlund  
**Vd:** Bernt-Olof Gustavsson  
[www.kff.se](http://www.kff.se)

### KF Fastigheter >

#### KF Fastigheter

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	621	553
Medelantal anställda	112	93

En viktig del av verksamheten är utveckling av butiksnätet åt Dagligvarugruppen, de detaljhandelsdrivande föreningarna samt andra kooperativa detaljhandelsföretag. I KF Fastigheters erbjudande ingår allt från att identifiera butikslägen till att leverera nyckelfärdiga och driftklara butiker.

Visionen är att lägga grunden för Sveriges bästa handel. Det ska uppnås genom högsta kompetens inom fastighetsförvaltning, butiks- och handelsplatsutveckling. KF Fastigheter ska samtidigt vara den aktör som är bäst på att integrera handeln med samhälls övriga delar.

#### Utveckling under 2009

I slutet av året genomfördes en omstrukturering för att öka effektiviteten och affärskraften. I den nya koncernstrukturen är verksamheten organiserad i fyra bolag. KF Fastigheter Butiksetablering AB identifierar och utvecklar attraktiva butikslägen. KF Fastigheter Projektledning AB arbetar med projektledning och teknikrelaterade frågor i syfte att förädla både byggnader och enskilda lokaler. KF Fastigheter Centrumhandel AB driver den kommersiella utvecklingen och sköter den dagliga driften av handelsfastigheter. KF Fastigheter Exploatering AB driver utvecklingen av en spännande projektportfölj som bland annat innehåller många av kooperationens nya butikslägen.

#### Utsikter för 2010

##### UTHYRNINGSMARKNADEN

Många detaljhandelsföretag är avvaktande till nya etableringar. Detta sätter press på hyresnivåer och ökar fastighetsägarnas benägenhet att lämna hyresrabatter och

bidrag till lokalanpassning. Detaljhandeln utvecklas dock väl vilket innebär att bra handelslägen även framöver kommer att locka intresserade hyresgäster.

##### FASTIGHETSMARKNADEN

Marknaden för detaljhandelsfastigheter är fortfarande en aning avvaktande, men en viss optimism kan skönjas. Trots ett positivare klimat finns det skäl att tro att marknaden kommer att vara osäker under de närmaste åren.

##### ETableringsMARKNADEN

Etableringsmarknaden spås en ljus framtid. Det går att förvärva mark till lägre priser än tidigare. Kommunerna är generellt sett positiva till att deras samhällen utvecklas, vilket skapar möjligheter för helhetsleverantörer som KF Fastigheter.

##### Hållbarhet

Både i förvaltningen av fastigheter och i samband med ny- och tillbyggnader, är målet att minimera driftkostnaderna, energiförbrukningen och miljöbelastningen. Som KF-koncernens kompetenscentrum i installationstekniska frågor vilar ansvaret att vidareutveckla energieffektiva systemlösningar på framförallt kyl-, fry- och belysningsidan samt implementera och förvalta dessa.

Som ett led i KF Fastigheters strategiska arbete med miljöfrågor och hållbar utveckling, bildade SPP Livförsäkring AB och KF Fastigheter ett fastighetsbolag, Handelsbodarna i Sverige Fastighets AB. Målet är att bli Sveriges mest miljövänliga fastighetsbolag för handelsfastigheter.



# INVESTGRUPPEN

KF Invest är koncernens finansfunktion och KF Sparkassa är koncernens inlåningsverksamhet. KF Invest ansvarar även för innehaven i Läckeby Water Group och Löplabbet.

## KF INVEST

**Styrelse:** Lars Idermark, ordförande  
Tomas Franzén, Nina Jarlbäck,  
Göran Lindblå  
**Vd:** Johnny Capor  
www.kf.se

### KF Invest

	2009	2008
Förvaltade finansiella tillgångars marknadsvärde, mdkr	4,5	3,8
Förvaltade finansiella tillgångars bokförda värde, mdkr	4,5	3,8
Total avkastning, %	8,3	-4,9
Medelantal anställda	10	8

All finansverksamhet i KF-koncernen hanteras av en central finansfunktion, KF Invest. Bolaget förvaltar KFs finansiella tillgångar, som uppgår till 4,5 miljarder kronor, och hanterar alla finansiella exponeringar. KF Invest ansvarar även för innehaven av aktier i Läckeby Water Group och Löplabbet.

Portföljen förvaltas huvudsakligen i egen regi. Huvudinriktningen är räntebärande värdepapper. KFs aktieplaceringar utgörs av svenska och utländska noterade bolag. Responderande del av portföljen utgörs av alternativa investeringar såsom hedgefonder och private equity-fonder.

### Utvecklingen under 2009

De finansiella marknaderna präglades under 2009 av återhämtning med stigande tillgångspriser och förbättrad likviditet. Detta var till gagn för förvaltningsresultatet som

var positivt i både absoluta tal och mätt mot relevanta jämförelseindex.

Under året genomfördes en ny tillgångs- och skuldanalys för KF-koncernen. Med utgångspunkt i analysen formulerades en ny risknivå, och portföljen anpassades enligt denna.

### Utsikter för 2010

Utvecklingen av den underliggande reala ekonomin är fortsatt svår att bedöma. Trenden med stigande tillgångspriser förväntas dock avta under 2010.

### Hållbarhet

Förvaltningen styrs av etiska riktlinjer. Bland annat beaktas alltid etiska överväganden vid investeringar i noterade aktier och vid upphandling av diskretionära förvaltningsuppdrag.

## KF SPARKASSA

**Chef:** Manfred Krieger  
www.kf.se

### KF Sparkassa

	2009	2008
Inlåning, mdkr	3,8	3,8

KF Sparkassa är KF-koncernens inlåningsverksamhet.

Sparkassan erbjuder medlemmarna i konsumentkooperationen sparande till konkurrenskraftig ränta. Samtidigt stödjer spararna utvecklingen av den svenska konsumentkooperationen.

De flesta sparar på kapitalkonto där uttagen är obegränsade och avgiftsfria. Räntan på kapitalkontot upptäck till 1,25 procent den 31 december 2009. Sparkassan erbjuder också möjligheten att spara på längre

sikt med högre avkastning genom ett bundet 5-årslån med rörlig ränta.

Sparkasseärenden kan utföras på omkring 300 konsumentkooperativa butiker i hela landet. Transaktioner kan även ske via internetbank, autogiro, plusgiro samt via telefon.

Överskottet från inlånings- och förvaltningsverksamheten tillfaller KF-koncernen, vilket gynnar alla medlemmar.

Insättningar på Sparkassan omfattas inte av den statliga insättningsgarantin.

# LÖPLABBET

**Styrelse:** Stefan Lambert, ordförande  
Håkan Hven, Magnus Ros,  
Mattias Ericsson, Tom Kellheim  
**Vd:** Erik Vitez  
www.loplabbet.se



Löplabbet

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	120	97
Medelantal anställda	86	62

Löplabbet är Skandinaviens ledande butikskedja för löpningstillbehör med 16 egna butiker, en franchisebutik och en internetbutik. Utöver skor och kläder erbjuder företaget även ortopedtekniska tjänster i de flesta butikerna. Butikerna håller en hög kunskaps- och servicenivå, vilket är företagets främsta konkurrensfördel gentemot övrig sporthandel. Löplabbet förvärvades under hösten 2008 av KF Invest som innehar 70 procent av aktierna.

## Utvecklingen under 2009

Under 2009 utvecklades marknaden för löpningstillbehör starkt. Sport- och fritidsbranschen har historiskt klarat sig relativt bra i lågkonjunktur. Löpning och walking påverkas dessutom positivt dels av en långsiktig friskvårds- och outdoortrend, dels av att det är effektiva och flexibla träningsformer, vilket är en fördel när människor får allt mindre tid över.

Under 2009 öppnade Löplabbet tre nya egna butiker, samtidigt som samarbetet med två franchisebutiker avslutades. Den centrala organisationen förstärktes för att kunna hantera fortsatt tillväxt. Dessutom inleddes ett samarbete med Akademibokhandeln, som resulterade i två sametableringar.

## Utsikter för 2010

Under 2010 planerar Löplabbet att öppna ytterligare tre butiker, för att stärka ställningen som Sveriges ledande butikskoncept för löpning och walking. Satsningen på att utveckla de ortopedtekniska tjänsterna kommer att fortsätta.

## Hållbarhet

Löplabbet arbetar aktivt för att främja folkhälsan och är bland annat huvudarrangör av Vinnarstegen i syfte att inspirera ungdomar att motionera mer.

# LÄCKEBY WATER GROUP

**Styrelse:** Stefan Lambert, ordförande  
Gösta Viking, Anders Wahrolén,  
Kjell Axelsson, Hans Malm  
**Arbetsstagarrepresentanter:**  
Lars-Erik Persson, Christer Lindblad  
**Vd:** Peter Hjelm  
www.lackebywater.se



Läckeby Water Group

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	665	567
Medelantal anställda	188	177

Läckeby Water Group är ett ledande anläggningsföretag i Sverige inom vatten- och avloppsrening samt inom produktion av biogas ur organiskt avfall. Produkterna och tjänsterna bidrar till att minska utsläpp av växthusgaser. Företaget har byggt anläggningar i ett 70-tal länder över hela världen. De viktigaste marknaderna är Kina och Skandinavien. Inom divisionen Läckeby Products har bolaget dessutom egen konstruktion, utveckling och tillverkning. Läckeby Water Group förvärvades 2008 av KF Invest som innehar 81 procent av aktierna.

## Utvecklingen under 2009

Den vikande konjunkturen påverkade till viss del företagets marknad under 2009, främst genom minskad efterfrågan från industrikunder. Detta motverkades dock av ökad efterfrågan från offentlig sektor, bland annat i Kina. Dessutom var det ökade intresset för klimat-

frågor gynnsamt för bolaget. Satsningen på biogassegmentet fortsatte och bolaget fick flera intressanta uppdrag, bland annat i Sverige, Tyskland och Kina.

## Utsikter för 2010

Under 2010 fortsätter bolaget sin expansion i Kina, liksom satsningen på biogas. Tillväxtmöjligheterna inom dessa områden bedöms vara goda, inte minst till följd av ökade krav på klimatanpassning.

## Hållbarhet

Läckeby Water Group bidrar genom sin verksamhet inom biogas och vattenrening till att skapa ett mer hållbart samhälle. Bolaget driver ett antal biogasprojekt där drivmedel för fordon och elektricitet ska produceras med husållssopor och restaurangavfall som råvara.

# ÖVRIGA BOLAG

## VÅR GÅRD SALTSJÖBADEN

**Styrelse:** Marie Wiksberg, ordförande  
Jan Stenberg, Johan Gustafsson,  
Paul Svensson  
**Vd:** Katarina Romell  
www.vargard.se



### Vår Gård Saltsjöbaden

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	47	54
Medelantal anställda	33	37

Vår Gård Saltsjöbaden är mötesplatsen för såväl stora som små möten. Konferensanläggningen har 138 rum och möteskapacitet för 550 gäster. Anläggningen ligger i ett naturskönt område i Saltsjöbaden där flertalet av rummen har en magnifik utsikt över Baggensfjärden. För Vår Gård Saltsjöbaden är konsten och kulturen en viktig del – en inspirerande miljö som bland annat inrymmer en unik konstsamling. Vår Gård har varit i KFs ägo sedan 1924.

Kundnöjdheten bland Vår Gårds gäster under 2009 låg på 90 procent enligt Scandinavian Service and Quality Award, som är ett program för kvalitetsutveckling inom hotell- och konferensnäringen.

### Utvecklingen under 2009

2009 var ett besvärligt år för hotell- och konferensnäringen, där västra Sverige var hårdast drabbad med ett intäktsbortfall på cirka 30 procent. Stockholm med Mälardalen drabbades inte lika hårt, i genomsnitt var nedgången cirka 15 procent.

Vår Gård Saltsjöbaden fokuserade under året på försäljning, marknadsföring samt en

anpassning av kostnaderna. Kundvård var ett annat viktigt fokusområde. Ny hemsida lanserades i december.

Intäkterna sjönk under året, men Vår Gård Saltsjöbaden vann marknadsandelar. Inga större investeringar gjordes under året.

### Utsikter för 2010

Branschens prognoser visar en ökad efterfrågan först under tredje kvartalet 2010. Många nyetablerade hotell i Stockholms innerstad skärper konkurrenssituationen ytterligare.

Under 2010 kommer fokus för Vår Gård Saltsjöbaden fortsatt att ligga på strategisk marknadsföring samt försäljning och kundvård. Arbetet med att göra varumärket mer känt fortsätter. Ett antal konferensrum renoveras och moderniseras.

### Hållbarhet

Anläggningen ligger i framkant vad gäller hållbar utveckling, och är bland annat helt koldioxidneutral. Under året blev Vår Gård Saltsjöbaden Svanenmärkt.

## KF GYMNASIET

**Styrelse:** Marie Wiksberg, ordförande  
Johnny Capor, Annika Hellman, P-O Höglund, Alice Kuhnke, Kajsa Sandberg,  
Elsa von Kantzow Brodin  
**Vd och rektor:** Christel Andersson  
www.kfgymnasiet.se



### KF Gymnasiet

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	18	18
Medelantal anställda	23	20

KF Gymnasiets uppdrag från KF är att bidra med den nya generationens medarbetare inom koncernen.

KF Gymnasiet erbjuder en bred ekonomisk utbildning med betoning på handel, ekonomi och ledarskap. Sedan 2008 har skolan dessutom en lärlingsutbildning i samarbete med Coop. Utbildningarna varvar teori med praktik som integreras på ett pedagogiskt sätt. Eleverna får tillgång till kvalificerade praktikplatser inom olika arbetsområden inom dagligvaruhandeln under hela utbildningstiden, både i Sverige och utomlands.

### Utvecklingen under 2009

Under 2009 genomförde skolans elever praktikveckor i England och Malawi.

För att säkra en god framtida elevförsörjning, har skolan inlett ett samarbete med en varumärkeskonsult. Dennes uppdrag är att än tydligare identifiera skolans specifika uppdrag och egenskaper för att sedan kommunicera dessa i skolans marknadsföring.

### Utsikter för 2010

Under 2010 kommer resurser läggas på att fördjupa samarbetet med andra bolag inom KF-koncernen och med högskolor i Sverige.

### Hållbarhet

KF Gymnasiet arbetar med miljö och hållbar utveckling i sin undervisning. Skolan samarbetar bland annat med Kooperation Utan Gränser där eleverna i årskurs 3 gör en fältstudieresa.



# KRONANS DROGHANDEL

**Styrelse:** Eero Hautaniemi, ordförande  
Johnny Capor, Thomas Heinonen,  
Petter Sandström, Kimmo Virtanen,  
Stefan Lambert  
**Vd:** Cecilia Marlow  
www.kronansdroghandel.se



Kronans Droghandel Retail AB är en apotekskedja under etablering som ska erbjuda läkemedel och inspirerande produkter med en service och ett bemötande som ger kunden energi.

## Utvecklingen under 2009

Den 1 juli 2009 ändrades lagen så att det blev möjligt för andra än Apoteket AB att äga och driva apotek. Syftet med förändringen är att Sverige ska få fler apotek med bättre öppettider och service. Oriola-KD och KF ingick ett samarbete för att stärka sina positioner i början av 2009 inför omregleringen. Avsikten var att förbereda sig för förvärv av apotek vid den kommande utförsäljningen samt att gemensamt etablera nya apotek. Samarbetet sker i ett gemensamt bolag som verkar under varumärket Kronans Droghandel Retail AB. Oriola-KD äger 80 procent av bolaget och KF resterande del. Oriola-KD är en läkemedels- och sjukvårdsgrossist med verksamhet i Finland, Sverige, Ryssland, Danmark samt Baltikum och är noterat på Helsingforsbörsen.

I slutet av 2009 köpte Kronans Droghandel Retail AB 171 apotek från Apoteket AB till ett värde av drygt 1,5 miljarder kronor.

## Utsikter för 2010

Som en del av omregleringen av den svenska apoteksmarknaden såldes knappt hälften av Apoteket ABs apotek ut under 2009. De kommande förändringarna på marknaden är stora och konkurrensen förväntas bli hård med konsolidering som följd.

Från och med den 22 februari 2010 övertog Kronans Droghandel driften av 171 apotek över hela landet. Apoteken omprofileras under det nya varumärket. Dessutom etableras helt nya apotek samt apotek i anslutning till Coops butiker och stormarknader. Avsikten är att Kronans Droghandel ska bli en ledande aktör på den svenska apoteksmarknaden.

## Hållbarhet

Kronans Droghandel erbjuder ett mindre sortiment av ekologiska produkter som de vill utveckla framöver.

# KF SHARED SERVICES

**Styrelse:** Johnny Capor, ordförande  
Ulrika Bennich, Marie Wiksberg,  
Mattias Åström  
**Vd:** Christer Jönsson

## KF Shared Services

	2009	2008
Nettoomsättning, mkr	174	81
Medelantal anställda	135	76

KF Shared Services AB är ett internt servicebolag som tillhandahåller tjänster inom fem områden; Ekonomi, IT, HR, Löneadministration och Internservice. Tjänsterna tillhandahålls på marknadsmässiga villkor. Dotterbolaget Tranbodarna AB arbetar med ekonomitjänster och medlemsservice.

## Utvecklingen under 2009

Under året överfördes och samordnades tre verksamheter i KF Shared Services; ekonomi- och lönehantering samt gemensam IT. SAP ekonomisystem infördes för Akademibokhandeln, KF Shared Services samt KF Gymnasiet. KF-koncernens mailsystem konsoliderades. Kompetensinventering genomfördes inom Ekonomi och Lön i syfte att skapa en effektivare och mer kundfokuserad organisation som ska kunna möta kraven

från affärsverksamheten. Internservice tjänster utökades genom att ansvaret för Coop Center togs över.

## Utsikter för 2010

KF Shared Services ska effektivisera verksamheten och arbeta med ökat kundfokus. En Nöjd Kund Index-mätning genomförs årligen och resultaten används för att utveckla verksamheten. Förändring av leveransen av gemensam IT sker under året samt leveransmodellen för HR-tjänsterna omarbetas.

## Hållbarhet

Fakturor och andra pappersdrivande moment läggs successivt över på elektronisk hantering. Bolaget deltar tillsammans med KF och en extern leverantör i ett projekt för att reducera onödiga pappersutskriften.



## På spåret mot hållbar utveckling

» Att växa genom att tillvarata och svara upp mot konsumenternas ökande efterfrågan på miljömässigt och socialt hållbar konsumtion är en central del i KFs affärsstrategi. Viktiga prioriteringar är att fortsätta utveckla ett hållbart dagligvarusortiment och att samtidigt minska klimatpåverkan från den egna verksamheten.«

# HÅLLBARHETSREDOVISNING

KF vill kunna erbjuda både prisvärda och hållbara varor och tjänster till sina medlemmar och samtidigt bidra till utvecklingen av ett hållbart samhälle. Den information och de nyckeltal som presenteras i hållbarhetsredovisningen är utvalda efter den påverkan verksamheten har på människor och miljö, samt dess strategiska betydelse för koncernen som helhet.

## Om hållbarhetsredovisningen

KF publicerar varje år en hållbarhetsredovisning i anslutning till verksamhetsberättelsen. Föregående hållbarhetsredovisning avsåg kalenderåret 2008 och publicerades i april 2009. Redovisningen följer de mål-områden och mål som är definierade för den operativa styrningen och uppföljningen av hållbarhetsarbetet och omfattar koncernens arbete inom områdena miljö, kunder, medlemmar/ägare, medarbetare, affärspartners och samhälle.

KF rapporterar för första året enligt Global Reporting Initiative (GRI) nivå C, vilket bekräftats av KPMG. KF har för att definiera innehåll i redovisningen utgått från GRIs vägledning för redovisningens innehåll och tillhörande principer: väsentlighet (sidan 33), kommunikation med intressenter (sidan 38-39), hållbarhetssammanhang (sidan 34) och fullständighet (sidan 33). Innehållsförteckning för GRI finns på sidorna 56-57. I den framgår även hur KF arbetar med Global Compacts tio principer inom mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och kamp mot korruption, då hållbarhetsredovisningen även utgör redovisning i förhållande till Global Compact.

KFs ambition är att i hållbarhetsredovisningen successivt inkludera så stor andel som möjligt av koncernens väsentliga påverkan på det omgivande samhället såväl direkt som indirekt. Hållbarhetsredovisningen omfattar KF-koncernens verksamhet i helägda dotterbolag. Uppgifter i avsnittet Medarbetare inkluderar även de delägda bolagen Läckby Water Group och Löplabbet. Underlag för bolaget Mataffären.se har tillkommit och presentationen av data har strukturerats om för att få en samlad presentation av Dagligvarugruppen. Uppgifter om verksamheten inom konsumentföreningarna presenteras i de fall dessa är väsentliga för att förmedla en helhetsbild av konsumentkooperationens hållbarhetsarbete. Urval av data för föreningarna framgår vid de enskilda tabellerna. All data avser kalenderåret 2009, om inget annat anges.

För mer detaljerad information om redovisningsprinciper, till exempel omräkningsfaktorer, se [www.coop.se](http://www.coop.se) under "Om KF & konsumentföreningarna/Hållbarhetsredovisning 2009".

Kontaktperson för ytterligare information: Staffan Eklund, telefon 08-743 10 00.

## Innehåll

34	Hållbar utveckling för KF
40	Miljö
45	Kunder
48	Medlemmar/Ägare
50	Medarbetare
52	Affärspartners
54	Samhället
56	GRI innehållsförteckning





# HÅLLBAR UTVECKLING FÖR KF

Konsumentkooperationen skapades en gång i tiden utifrån behovet av ett mer ansvarsfullt företagande. Ett företagande som utgick från medlemmarnas behov av prisvärda, rena och oförfalskade varor i en tid när fattigdom och undernäring var akuta samhällsproblem. Idag ser behoven i Sverige annorlunda ut, men ansvarsfullt företagande och hållbar utveckling är minst lika efterfrågat nu som då.

## En lång tradition

KF har under mer än 110 år arbetat för att förändra och driva på utvecklingen av dagligvarumarknaden utifrån medlemmarnas behov. Verksamheten drivs utifrån idén om att skapa ekonomisk nytta för medlemmarna och samtidigt underlätta en för människor och miljö hållbar konsumtion. Hållbar utveckling är, och har alltid varit, en integrerad del av konsumentkooperationens verksamhetsidé.

## Vår definition av hållbar utveckling

För KF handlar hållbar utveckling om att skapa långsiktig nytta för både medlemmar och samhället. En finansiellt hållbar affärsverksamhet är ett verktyg och en förutsättning för detta. KF har valt att definiera hållbar utveckling som "Det långsiktiga finansiella, sociala och miljömässiga resultatet av hur vi omsätter vår verksamhetsidé och våra värderingar i affärsverksamhet".

Hållbar utveckling, med en hög nivå av ansvarstagande, ska vara en integrerad del av den dagliga verksamheten inom samtliga affärsverksamheter, oavsett affärsområde. Inom dagligvaruhandel, som är KFs kärnverksamhet, är målsättningen att, i en dialog med koncernens intressenter, utvecklas till den aktör i Sverige som är ledande inom området hållbar utveckling.

## KF-koncernens hållbarhetsutmärkelser 2009

### Coop – Årets klimatkomet

Logistikbolaget Green Cargo har utsett Coop till Årets klimatkomet för att Coop ger kunderna möjlighet att handla varor som är transporterade på ett klimatsmart sätt.

### Coop Konsum – Arlas Guldko för bästa miljöarbete

Coop Konsum blev vinnare av klassen bästa miljöarbete i Arlas årliga matpris Guldkon. Motiveringen lød: "Med övertygelse, engagemang och solidariskt tänkande driver man utvecklingen framåt och tillhör de som genom eget agerande på alla nivåer inte följer trender utan sätter dem".

### Coop – Nominerad till Årets gröna kapitalist av Veckans Affärer

Coop var tillsammans med sex andra företag nominerad till Årets gröna kapitalist av Veckans Affärer och Stockholms stad eftersom de "lyckats med att lyfta fram klimatinitiativ som skapar framgångsrika affärer".

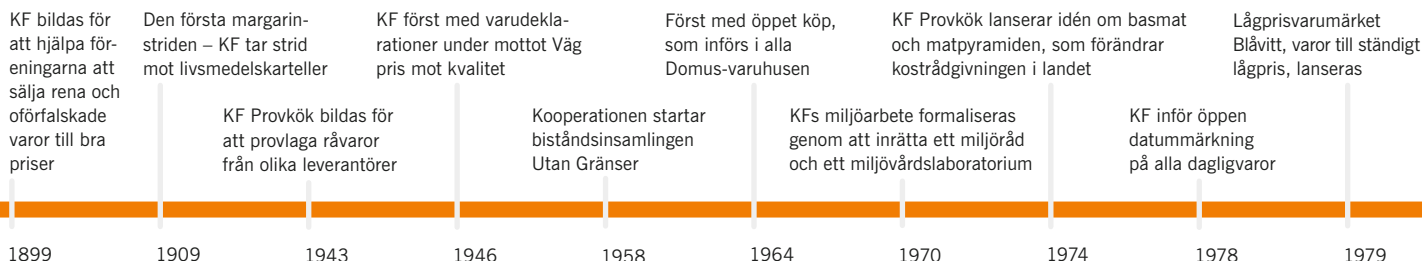
### Coop – bäst hållbarhetsarbete bland Sveriges matkedjor

Coop är klar etta när Miljöaktuellt granskar matkedjornas hållbarhetsarbete. Bakom ligger en stor enkät som Coop, Ica och Axfood svarat på och där en extern expertgrupp sedan har fått poängsätta och analysera svaren.

### Änglamark och Coop bland Sveriges grönaste varumärken

Varumärkesbyrån Differ genomför undersökningen Sveriges grönaste varumärke. När svenskarna spontant fick nämna vilket de ansåg vara Sveriges grönaste varumärke hamnade Änglamark på andra plats. När svenskarna fick välja mellan de största och mest välkända varumärkena hamnade Coop på delad tredjeplats.

## En hållbar historia





### Viktiga händelser 2009

- Revidering av KFs hållbarhetsmål där klimatmålet vässas till att koncernen ska vara klimatneutral 2020.
- Beslut om att genomföra den modernaste logistiklösningen i svensk dagligvaruhandel genom att gå över till tågtransporter för en stor del av koncernens lastbilstransporter.
- Ett nytt fastighetsbolag bildas som ska erbjuda klimatneutrala handelsfastigheter, Handelsbodarna i Sverige Fastighets AB.
- Ett nytt sortiment av Coop Änglamark köttprodukter introduceras, en havsstrategi tas fram med bland annat nytt krav på fisksortimentet och beslut om 18-årsgräns på försäljning av energidrycker.
- Fortsatt stark försäljningsutveckling för både ekologiska livsmedel (+9 procent) och rättvisemärkta livsmedel (+37 procent).
- Försäljningen av lokal mat genom projektet Mat från regionen har ökat med 36 procent.
- Neddragning av personal motsvarande 1 000 heltidstjänster, samtidigt som en kompetensgenomgång sker för majoriteten av KF-koncernens medarbetare.
- Änglamarkspriset 2009, med temat världens fiskarter, gick till fiskarna Charles och Robert Olsson för deras insatser för ett hållbart fiske. KF går in som partner i det internationella Göteborgspriset för hållbar utveckling.



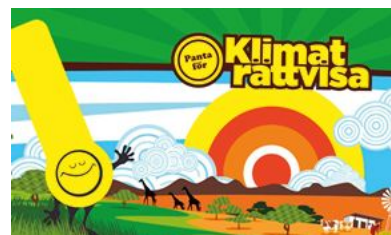
### Styrningen av KFs hållbarhetsarbete

Till grund för KFs hållbarhetsarbete ligger KFs styrande begrepp för all verksamhet: Verksamhetsidé, Vision och Värdegrund (se sidan 8 för en beskrivning). Med dessa som utgångspunkt anger KFs policy för hållbar utveckling ett antal styrande principer för hur KF-koncernen ska arbeta med miljöansvar och socialt ansvar, som ett komplement till grundläggande finansiella krav på effektivitet, lönsamhet och ekonomisk nytta. KF har valt att definiera ett antal målområden och mål för den operativa styrningen och uppföljningen av hållbarhetsarbetet inom berörda dotterbolag. Vilka bolag som omfattas av respektive mål framgår av tabellen på sidan 37. Dessa mål utvärderas och omprövas årligen. Uppföljningen för vissa målområden sker på övergripande koncernnivå medan andra följs upp inom respektive bolag beroende på målområdets karaktär. Därtill finns även vissa koncernövergripande policies för specifika frågor, till exempel sponsring och jämställdhet. Varje dotterbolag kompletterar KFs koncernövergripande policy för hållbar utveckling med egna policies och riktlinjer inom berörda områden och kan även ange kompletterande bolags-

specifika hållbarhetsmål. Till exempel har Dagligvarugruppen under 2009 antagit Policy för en god affär som specificerar hur Dagligvarugruppen ska arbeta med hållbarhetsfrågor.

Inom koncernledningen är förbundsdirektören ansvarig för det övergripande hållbarhetsarbetet. Varje bolag inom koncernen är ansvarig för att förverkliga KFs hållbarhetspolicy i sin verksamhet och etablera nödvändiga ansvarsområden och rutiner. Uppföljning och utveckling av KFs strategiska hållbarhetsarbete samordnas genom en koncernövergripande arbetsgrupp med representanter från de större bolagen.

Konsumentföreningarna är juridiskt självständiga enheter som inte formellt styrs av KFs policy för hållbar utveckling eller KFs operativa mål. Som ägare av KF delar de däremot verksamhetsidén och värdegrunden och det finns en samsyn om att KFs policy för hållbar utveckling ska vara vägledande även för verksamheten inom enskilda konsumentföreningar. Konsumentföreningarna rapporterar in vissa nyckeltal till KFs hållbarhetsredovisning och vissa föreningar gör egna miljö- eller hållbarhetsredovisningar.



KFs hållbarhetsarbete styrs också av vissa externa ramverk och policies. KF är anslutet till FNs initiativ för ansvarsfullt företagande, Global Compact, och åtar sig därför att följa Global Compacts tio principer för mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljö och kamp mot korruption. KF har också skrivit under Näringslivets respektive Svenska Naturskyddsföreningens klimatstafett, samt den samlade europeiska Kooperationens klimatupprop ACT!.

### Översikt av styrningsprocess för hållbarhetsfrågor inom konsumentkooperationen

	Koncernövergripande	Enskilda KF-bolag	Konsumentföreningar
Övergripande verksamhetsstyrning	Gemensam verksamhetsidé och värdegrund		
Policies	KF hållbarhetspolicy		KF policy vägledande
		Kompletterande policies	Egna policies
Operativa mål	Koncernsatta mål		Egna mål
		Kompletterande mål	
Daglig verksamhet	Eget ansvar	Eget ansvar	Eget ansvar
Uppföljning av olika målområden	Medlem, samhälle	Miljö, kund, medarbetare, leverantör	Underlag kring miljö, medlem, samhälle
Redovisning	KF hållbarhetsredovisning	Del i KFs redovisning	Del i egen årsredovisning

■ Gemensam styrning  
■ Egen styrning







## Strategisk inriktning och mål

Under 2009 genomförde koncernen en analys av sin verksamhet för att identifiera de områden som bedöms ha en väsentlig påverkan på miljö och det omgivande samhället. Nio områden identifierades och 14 opera-

tiva mål togs fram för att styra koncernens hållbarhetsarbete. Målen ska följas upp årligen. I tabellen nedan finns målen tillsammans med utfallet för 2009.

Mål		Resultat 2009	Läs mer
<b>Klimatpåverkan (helägda dotterbolag)</b> Utsläppet av växthusgaser från verksamheten i förhållande till (inflationsjusterad) ekonomisk omsättning ska ha minskat med minst 10 procent 2010 och med minst 40 procent 2020 jämfört med 2008.		Minskning med 9,5 procent under 2009. Minskade utsläpp från godstransporter, tjänsteresor och köldmedia.	s. 40–41
Koncernen ska senast 2020 vara klimatneutral genom att klimatkompensera sina utsläpp av växthusgaser.		Klimatkompensering har ännu inte påbörjats. Certifiering av Vi-skogen som kolsänka under 2010 ger ett nytt alternativ för klimatkompensation.	s. 41
<b>Elförbrukning (dagligvaruhandel)</b> Elförbrukningen per kvadratmeter säljyta ska minska med 10 procent till 2010 och med 30 procent till 2020, jämfört med 2008.		Minskning med 2 procent 2009. Elförbrukning på jämförbara enheter har minskat mer men motverkas av en generell minskning av säljtor och högre andel kyl- och frys i butiker.	s. 41–43
<b>Transporter (dagligvaruhandel)</b> Total dieselkonsumtion för godstransporter ska minska med 10 procent till 2010 och med 30 procent till 2020, jämfört med 2008.		En minskning med 7 procent för godstransporter från terminaler till butik. Överflytt från lastbil till Coop-tågen påbörjades under året. Ny logistiklösning kräver jämförelser som inkluderar även intransporter till terminal i framtiden.	s. 42–43
<b>Avfall &amp; återvinning (dagligvaruhandel)</b> Mängden återvunnet avfall inom respektive fraktion ska öka med 10 procent 2010 jämfört med 2008, mätt i ton.		Mängden återvunnet avfall från terminaler minskade, främst beroende på ökad användning av ett retursystem med plastbackar. En analys av avfall och återvinningsfrågor sker under 2010.	s. 44
Fysisk förstörelse, mätt som andel av försäljningen, ska ha minskat med minst 10 procent 2010 jämfört med 2008.		Oförändrat 1,5 procent. Medverkar i forskningsprojekt för att minska matavfall i hela kedjan från jord till bord.	
<b>Sortiment (dagligvaruhandel)</b> Coop ska vara ledande inom dagligvaruhandeln vad gäller utbud och försäljning av ekologiska och rättvisemärkta produkter.		Störst utbud och högst andel försäljning av både ekologiska och rättvisemärkta produkter.	s. 45–47
Försäljningen av ekologiska livsmedel som andel av total livsmedelsförsäljning ska vara minst 10 procent 2012.		Ökning från 6,2 till 6,7 procent av livsmedelsförsäljningen. Att nå målet kräver sannolikt produktutveckling inom kategorier med stor försäljningsvolym.	
Minst hälften av all försäljning av ekologiska livsmedel inom dagligvaruhandeln ska ske inom konsumentkooperationens butiker.		Äger cirka 40 procent av eko-försäljningen. Starkt växande eko-marknad, gör målet svårt att nå, trots en dubbelt så hög eko-andel som marknadsgenomsnittet.	
<b>Medlemmar och ägare (all konsumentkooperativ verksamhet)</b> Andelen medlemmar som är positiva till sitt medlemskap i konsumentkooperationen ska vara minst 70 procent år 2010.		Ökning från 61 till 65 procent. Kräver ännu starkare utveckling under 2010 för att nå målet.	s. 48–49
Andelen medlemmar som anser att konsumentkooperationen lever upp till verksamhetsiden om att skapa ekonomisk nytta respektive bidra till hållbar utveckling för sina medlemmar ska vara minst 70 procent.		59 procent vid första årets uppföljning genom Medlemspanelen. Högre värden för ekonomisk nytta (61 procent) än för hållbar utveckling (57,5 procent).	
<b>Medarbetarrelationer (samtliga bolag)</b> Andelen medarbetare som är nöjda med sin arbetssituation respektive nöjda med företagets arbete inom hållbar utveckling ska vara minst 70 procent 2010.		Senaste medarbetarundersökningen 2008. Nästa undersökning genomförs våren 2010.	s. 50–51
<b>Affärspartners (helägda dotterbolag)</b> Samtliga företag inom koncernen ska ställa höga krav på miljöansvar och socialt ansvar vid val av leverantörer, samarbetspartners och vid finansförvaltning, samt följa upp kravens efterlevnad.		Leverantörspolicy som inkluderar miljö- och socialt ansvar finns hos eller är på väg att utvecklas inom samtliga bolag. Uppföljning av efterlevnaden varierar dock. Granskning sker av varje enskild partner i MedMera-programmet. Ny etisk policy för finansförvaltning.	s. 52–53
<b>Samhällsrelationer (all konsumentkooperativ verksamhet)</b> Konsumentkooperationens insamling av bidrag till Kooperation Utan Gränser och Vi-skogen ska öka med minst 10 procent 2010 och med minst 30 procent 2020 jämfört med 2008 (inflationsjusterat).		Minus 0,4 procent. Ökad insamling via automatisk avrundning, minskad insamling via bärkassar. Samtidigt ökade insamlade medel till Vi-skogen med 7 procent.	s. 54–55

-  Utveckling i enlighet med målet/målet uppnått.
-  Oklart om målet uppnås med nuvarande trend.
-  Målet uppnås inte med nuvarande trend.
-  Data saknas eller bedömning ej möjlig för närvarande.



### Risakanalys av hållbarhetsarbetet

Under 2009 har de största dotterbolagen genomfört en mindre riskanalys av sin verksamhet ur ett hållbarhetsperspektiv, det vill säga risker för att händelser inom hållbarhetsområdet kan påverka varumärket negativt. De största riskerna liksom möjligheterna inom hållbarhetsområdet för KF-koncernen berör framförallt verksamheten inom Dagligvarugruppen. Olika konsumentundersökningar visar att Coop har störst förtroende inom svensk dagligvaruhandel vad gäller miljö- och konsumentansvar. Fallhöjden kan därför också sägas vara störst inom Coop. En övergripande risk har varit att tidigare svaga resultatutveckling lämnat ett begränsat utrymme för investeringar i hållbar utveckling i förhållande till konkurrenterna. Denna risk har minskat avsevärt i takt med det förbättringsprogram som genom-

förs inom Dagligvarugruppen. Ett nära sammanhängande riskområde är risken för oro och tillfälligt minskad motivation bland medarbetare mot bakgrund av pågående personalminskningar. Denna risk är svår att undvika och hanteras primärt genom dialog med fackliga representanter, utvecklad internkommunikation och personalvårdande insatser för kvarvarande medarbetare. Mätningar av till exempel servicenivåer tyder dock på att motivationen är fortsatt hög, även inom enheter som drabbats förhållandevis hårt av personalminskningar.

De miljömässiga fördelarna med ekologisk produktion har i den mediala debatten under 2009 ifrågasatts från vissa håll. Detta kan sägas utgöra en viss varumärkesrisk då Coop har varit drivande i utvecklingen av det ekologiska sortimentet. KF följer kontinuerligt forskningen inom området och

bedömer att det finns goda miljöskäl att fortsätta satsningen på ekologiska varor. Riskerna finns framförallt om information och marknadsföring kring ekologi upplevs som osaklig. Slutligen utgör produktionsförhållanden för såväl människor, djur och miljö hos leverantörer en konstant risk för negativ publicitet även i butiksledet. Denna risk är dock inte större för Coop än för andra dagligvaruaktörer, och hanteras i första hand genom en utveckling av varukraven mot leverantörer och goda uppföljningsrutiner. Analyseras möjligheterna inom hållbarhetsområdet utgör den pågående trenden med ökade konsumentkrav på ansvarsfullt företagande en god möjlighet för konsumentkooperationen att förstärka sitt varumärke och sin position inom dagligvarubranschen.

### Intressentdialog

KF-koncernens viktigaste intressenter är de grupper som i störst utsträckning berörs av och/eller påverkar koncernens verksamhet: medlemmar och kunder, konsumentföreningarna som ägare av KF, medarbetare, leverantörer, myndigheter och intresseorganisationer. Dessa huvudintressenter har sinsemellan olika förväntningar och krav på koncernens hållbarhetsarbete. Intressentperspektivet ligger till grund för KFs policy för hållbar utveckling. Genom en kontinuerlig dialog med dessa grupper kan KF få ny kunskap och nya perspektiv som utvecklar förmågan att hantera och balansera olika förväntningar. KF för en dialog med sina intressenter genom en rad olika fora som varierar beroende på intressenter och ämnen.

## Översikt KFs intressentdialog

Intressentgrupp	Förväntningar på KF-koncernen	Huvudsakliga forum för dialog	Väsentliga frågor under 2009
<b>Konsumentföreningar</b>	God lönsamhet, effektiv verksamhetsstyrning, efterlevnad av verksamhetsidé och värdegrund, redlighet	Representation i bolagsstyrelser Formella samverkansgrupper Butiks- och medlemsråd Medverkan vid föreningsmöten och stämmor Motioner från föreningar Hållbarhetsenkät till föreningar	Ekonomiskt förbättringsprogram Ny logistiklösning Butiksetableringar Medlemscentrering av kommunikation och erbjudanden
<b>Medlemmar/kunder</b>	Ekonomisk nytta, underlätta för hållbar konsumtion, möjlighet att påverka, redlighet	Medlemspanel Kundundersökningar Butiks- och medlemsråd Kvalitetsservice Coop på Facebook & Twitter Kundtjänst Medverkan i föreningsaktiviteter	Medlemscentrering av kommunikation och erbjudanden Nya Coop.se Lokalt sortiment av mejerivaror Minska matavfallet
<b>Medarbetare</b>	Kompetensutveckling, rimlig ersättning, mångfald, jämställdhet, karriärutveckling, god arbetsmiljö	Facklig dialog Löpande dialog chef-medarbetare Medarbetar- och lönesamtal Intranät och interninformation	Uppsägningar och förändringsprocesser Kompetensinventeringar Minskad sjukfrånvaro
<b>Leverantörer</b>	Öppenhet, rättvist samarbete, konkurrensfrihet, redlighet	Individuella leverantörsförhandlingar Leverantörsportal på internet	Leverantörsförhandlingar Utveckling av sortiment och egna varumärken Ny logistiklösning Mat från regionen Nya partners i MedMera-programmet Ny sortimentsstrategi inom bokhandeln
<b>Myndigheter</b>	Efterlevnad av lagar och förordningar om miljö-, produkt- och socialt ansvar	Myndighetsinspektioner Medverkan med synpunkter vid offentliga utredningar	Nya regler för livsmedelssäkerhet Föreningslagsutredning
<b>Intresseorganisationer</b>	Övergripande ansvarstagande inom miljö- och sociala frågor, krav på öppen kommunikation och redlighet	Dialogmöten i specifika frågor Medverkan seminarier/konferenser Tankesmedjan Sektor 3	Klimatfrågan Policy för ett levande hav Klimatmärkning av livsmedel Djuromsorg



# MILJÖ

Klimatfrågan kommer att vara en av de viktigaste förändringskrafterna i de flesta branscher under det kommande årtiondet, inte minst dagligvaruhandeln. KFs ambition är att vara helt klimatneutral senast år 2020. Ännu viktigare är kanske vår ambition att också hjälpa våra medlemmar och kunder att handla miljö- och klimatsmart.

Coop genomförde redan i mitten av 1990-talet livscykelanalyser av miljöpåverkan från olika livsmedel där det kunde konstateras att dagligvaruhandelns logistik och försäljning stod för en mycket begränsad del av den totala miljöpåverkan, medan primärproduktionen i form av jordbruk, djurhållning och fiske, och dess insatsvaror stod för den största delen av miljöpåverkan. Senare forskning inom området har bekräftat detta. Som medlemsägt företag med uppdraget att underlätta en hållbar konsumtion för medlemmarna är KFs slutsats att miljöansvaret inte kan begränsas till de direkta effekterna av den egna verksamheten utan att miljöarbetet även måste driva på utvecklingen av ett mer miljövänligt sortiment och genom information och andra medel underlätta miljömässigt sunda val hos konsumenterna. I detta avsnitt redovisas framför allt koncernens direkta miljöpåverkan, medan arbetet med den indirekta miljöpåverkan redovisas under kunder respektive leverantörer.

## KFs klimatpåverkan

KF anser att klimatfrågan är en strategisk nyckelfråga inte bara för koncernens hållbarhetsarbete, utan som en drivande förändringsfaktor inom samtliga branscher. Mot bakgrund av ökande kunskaper om klimatförändringarnas effekter valde KF under 2009 att vassa sitt klimatmål: *Utsläppet av växthusgaser från verksamheten i förhållande till (inflationsjusterad) ekonomisk omsättning ska ha minskat med minst 10 procent 2010 och med minst 40 procent 2020 jämfört med 2008. Koncernen ska senast 2020 vara klimatneutral genom att klimatkompensera sina utsläpp av växthusgaser.*

KF har tre huvudsakliga utsläppskällor av växthusgaser; elförbrukning i butiker, gods-transporter samt läckage av köldmedia från kyl- och frysanläggningar. Klimatpåverkan

från godstransporter och köldmedia har minskat under året, medan utsläppen från elförbrukning har varit relativt konstant. KFs strategi är att kombinera löpande energieffektiviseringar inom samtliga områden med större strukturella förändringar som kan driva på utvecklingen av klimatsmarta lösningar inom olika branscher.

KF och dess ägare har som ambition att i framtiden kunna redovisa konsumentkooperationens samlade klimatpåverkan. KF kan i ett första steg, förutom KF-koncernens redovisning, även redovisa de tre huvudsakliga utsläppskällorna från de åtta största konsumentföreningarna. De åtta största föreningarna står för cirka 90 procent av omsättningen inom samtliga detaljhandelsdrivande föreningar.

KF har under året påbörjat utvecklingen av en ny logistiklösning för Dagligvarugruppen, som bland annat innebär ett successivt övertagande av inhemska leverantörstransporter och att de längre transporterna förs över på järnväg. Denna förändring kommer innebära att koncernens sammanlagda volym av gods-transporter ökar, men att den sammanvägda effekten av hela transportkedjan innebär minskade utsläpp av växthusgaser. Beräkningar visar att överföringen av leverantörstransporter till tåg under 2009, jämfört med oförändrade godstransporter med lastbil, minskade utsläppen av växthusgaser med cirka 6 500 ton koldioxidekvivalenter (CO<sub>2</sub>-e), beräknat på helår. Även delar av Akademibokhandelns godstransporter samordnas i den nya lösningen. I årets redovisning ingår dock inte transporter in till terminal, utan endast transporter mellan terminal och butik i egna eller externt helchartrade lastbilar. Under 2010 kommer redovisningen att utvidgas till att gälla även intransporter inom Sverige till terminal för att fånga effekterna av det förändrade logistiksystemet.

Dagligvarugruppen står för över 97 procent av koncernens elförbrukning. Samtidigt som utvecklingen generellt går mot en högre andel kyld och fryst mat, finns det stor potential för energieffektiviseringar genom införandet av nya och smartare tekniska lösningar. Energibesparingar är alltid den klimativänligaste lösningen och oftast även den ekonomiskt mest fördelaktiga. Som ett komplement till energieffektiviseringar kommer KF-koncernen under 2010 att övergå till inköp av så kallad grön el från förnyelsebara källor för samtliga butiker och terminaler där koncernen har kontroll över elavtalen.

I kyl- och frysanläggningar används ofta fluorkolväten (HFC-gaser) som köldmedia. HFC-gaser är kraftfulla växthusgaser och påverkar därför klimatet även i små mängder. KF arbetar för att minska läckaget i befintliga anläggningar samtidigt som koncernen har övergått till så kallade naturliga köldmedier vid inköp av nya anläggningar. Under 2009 minskade utsläppet av växthusgaser från köldmedia med 12 procent.







## VISKOGEN

Där träd växer, växer också människor.

Att klimatkompensera innebär att minska utsläpp eller öka upptag av växthusgaser någon annanstans än inom sin egen organisation. Konsumentkooperationens bidrag till Vi-skogen utgör ingen formell klimatkompensation, men har ändå en indirekt positiv klimateffekt genom att skogsplantering i denna form både binder ansevliga mängder koldioxid och förhindrar jorderosion. Vi-sko-

gen har utvecklat program för koldioxidsänkor som kan bidra till att minska effekterna av klimatförändringarna och även ge småbrukarna ersättning för sina ekosystemtjänster. Vi-skogen är startklar med ett program i Kenya som är utvecklat i samverkan med Världsbanken och ett annat program i Tanzania enligt vilket företag, enskilda och organisationer kan kompensera för klimatbelastning samtidigt som man bidrar till minskad fattigdom. KF kommer under 2010 att analysera förutsättningarna för framtida klimatkompensation genom Vi-skogen.

I absoluta tal minskar koncernens utsläpp av växthusgaser med drygt 6 procent under

2009. I förhållande till inflationsjusterad omsättning minskar utsläppen med 9,5 procent.

## Energi

KF-koncernen har ett effektiviseringsmål om att elförbrukningen per kvadratmeter säljyta ska minska med 10 procent till 2010 och med 30 procent till 2020, jämfört med 2008.

KF väljer att redovisa energiförbrukning enligt den så kallade påverkansprincipen vilket betyder att vi redovisar den energiförbrukning som koncernen själv kan påverka genom egna åtgärder. Det innebär att koncernens bolag som hyresgäster redovisar elförbrukningen och som fastighetsägare

Utsläpp av växthusgaser (i ton CO <sub>2</sub> -e)	Dagligvarugruppen		Övriga bolag		KF Totalt		Konsumentföreningar
	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Godstransporter <sup>1)</sup>	22 375	25 021	1 671	2 886	24 046	27 907	–
Tjänsteresor	1 486	1 913	826	799	2 312	2 712	–
Energiförbrukning fastighetsägare	181	186	3 540	3 402	3 720	3 589	–
Elförbrukning hyresgäst	36 504	35 500	408	545	36 912	36 045	18 393
Köldmedia	16 251	18 532	0	0	16 251	18 532	6 947
<b>Total volym</b>	<b>76 797</b>	<b>81 153</b>	<b>6 444</b>	<b>7 632</b>	<b>83 241</b>	<b>88 785</b>	<b>25 341</b>
Relativt inflationsjusterad omsättning (co <sub>2</sub> -e kg/mkr)	2 326	2 565	1 834	2 104	2 279	2 517	1 643

<sup>1)</sup> Konsumentföreningarnas transporter genom Clab inkluderas i Dagligvarugruppens siffror.

Elförbrukning (Mwh)	Dagligvarugruppen		Övriga bolag		KF Totalt		Konsumentföreningar
	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Butiker	341 911	327 668	6 524	5 969	348 435	333 638	224 653
Kontor	1 408	1 210	1 137	1 098	2 544	2 308	
Lager	27 464	32 065	854	1 021	28 318	33 086	
Övrigt			698	700	698	700	
<b>Totalt</b>	<b>370 783</b>	<b>360 943</b>	<b>9 212</b>	<b>8 788</b>	<b>379 994</b>	<b>369 732</b>	<b>224 653</b>

## Elförbrukning Coop butiker (kwh/m<sup>2</sup> säljyta)

	2009	2008	2007
Coop Supermarket	817	797	844
Coop Forum	369	307	338
<b>Totalt</b>	<b>502</b>	<b>513</b>	<b>557</b>

## Energiförbrukning egenägda fastigheter

	Total förbrukning (Mwh)		Relativt totalytan (kwh/m <sup>2</sup> )	
	2009	2008	2009	2008
Uppvärmning	22 696	21 781	51	49
Fastighetsel	14 505	14 108	33	32
<b>Totalt</b>	<b>37 202</b>	<b>35 888</b>	<b>84</b>	<b>81</b>



redovisar uppvärmning, kyla och sådan elförbrukning som inte hänförs till hyresgäster. Elförbrukningen i dagligvarubutiker dominerar koncernens energiförbrukning. Den totala elförbrukningen inom Dagligvarugruppen ökade med 2,6 procent. Ökningen beror delvis på ett förbättrat dataunderlag, delvis på en ökning av antalet butiker och förändringar i sortimentet med en högre andel kyld mat. På jämförbara enheter har elförbrukningen istället minskat med 0,6 procent.

Dagligvarugruppen har under året arbetat aktivt med att minska olönsamma säljytor i framförallt de större butikskoncepten Coop Forum och Bygg. Minskade säljytor har inneburit att elförbrukningen per säljyta ökade inom dessa koncept. Den genomsnittliga elförbrukningen per kvadratmeter säljyta inom samtliga Coops butikskoncept har

dock minskat med drygt 2 procent.

KF Fastigheter har en strategisk roll i koncernens arbete med energieffektivisering. De har i uppdrag att arbeta med utveckling och förnyelse av butiksfastigheter åt Coop, samtidigt som de har ett eget bestånd på drygt 500 000 kvm uthyringsbar butiksytta, företrädesvis för detaljhandel. I sitt eget fastighetsbestånd har KF Fastigheter ökat energiförbrukningen med 3,6 procent. En förklaring är att 2009 var ett kallare år än 2008. Om man normalårskorrigerar 2009 års förbrukning blir det i stället en minskning med i storleksordningen 5 procent jämfört med 2008 års förbrukning.

KF Fastigheter bildade i december 2009 tillsammans med SPP Livförsäkring AB ett fastighetsbolag som ska erbjuda klimatneutrala handelsfastigheter, Handelsbodarna i Sverige Fastighets AB. Målet är att bli Sveriges mest miljövänliga fastighetsbolag för handelsfastigheter och att inom tre år förvalta klimatneutrala fastigheter till ett värde av totalt 2 miljarder kronor.

KF Fastigheter har redan idag medverkat i utvecklingen av några av branschens mest energieffektiva butiker. Coop Extra vid Medborgarplatsen i Stockholm är ett exempel på utvecklingen av en energieffektiv och hållbar butik. I detta projekt har kraften koncentrerats på att få en så energieffektiv drift som möjligt av butikskylan som normalt står för cirka 50 procent av butikens totala energiförbrukning. Genom att använda dörrar och

lock på samtliga kyl- och frysdiskar och behovsstyra karm- och sargvärme på diskarna, har elförbrukningen minskat med cirka 50 procent för kylanläggningen, samtidigt som uppvärmningsbehovet i butiken reducerats i motsvarande grad. Kylanläggningen är utrustad med naturliga köldmedier för att minimera den direkta påverkan på växthuseffekten. Dessutom används spillvärmes från kylanläggningen i den anslutande bostadsrättsföreningen för uppvärmning av bostäder och tappvarmvatten.

Energieffektiviseringar handlar inte enbart om teknisk utveckling. Väsentliga besparingar kan göras genom bättre kunskap och ändrat beteende, till exempel genom hur man packar i kyl- och frysdiskar för att undvika att bryta kylbarriärer. Coop och KF Fastigheter har utvecklat ett särskilt internetbaserat utbildningsmaterial till butikerna om hur man genom att utveckla arbetsrutinerna i butik kan minska elförbrukningen. Inom några av KF-koncernens kontorsbyggnader genomfördes under 2008/2009 en informationskampanj för att minska elförbrukningen, kallad Energijakten. Genom att arbeta med information om hur man kan spara el genom att till exempel släcka lampor och stänga av datorer när de inte används, och genom att följa upp elförbrukningen per månad, kunde elförbrukningen minskas med 14 procent.

#### Dieselförbrukning godstransporter Coop (liter)

	2009	2008
Egna lastbilar	3 672 421	3 822 238
Externa lastbilar	5 623 127	6 148 297
<b>Totalt</b>	<b>9 295 548</b>	<b>9 970 535</b>

Tjänstebilar	Dagligvarugruppen		Övriga bolag		Totalt	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Antal tjänstebilar	79	116	122	129	201	245
Andel miljöbilar	47%	47%	67%	56%	59%	51%

#### Coop. Använd lastbilsflotta enligt Euroklass<sup>1)</sup> (%)

	Egna		Externa		Totalt	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Euro 2	26,4	35,9	24,3	20,8	25,1	26,6
Euro 3	37,6	45,0	42,0	38,6	40,2	41,0
Euro 4	22,6	16,0	24,4	33,7	23,7	26,8
Euro 5	13,5	3,2	9,2	7,0	10,9	5,5

<sup>1)</sup> Euroklassificering är ett system för miljöklassning av fordon i EU utifrån krav på avgasutsläppen. Högre klass innebär högre krav på låga utsläppsnivåer.

## Transporter

KF har ett effektiviseringsmål om att *den totala dieselkonsumtionen för godstransporter inom Dagligvarugruppen ska minska med 10 procent till 2010 och med 30 procent till 2020, jämfört med 2008.*

Koncernens uppföljning av transporter omfattar såväl godstransporter som tjänsteresor. Därtill arbetar koncernen även aktivt med att minska utsläpp från transporter vid byggnation av handelsplatser och kundernas hemtransport av varor. Dagligvarugruppen står för mer än 90 procent av gods-transporterna.

Transportfrågorna är komplicerade då de i hög grad är kopplade till befintlig infrastruktur och samhällsbyggande, och där försäljningsledets transporter är en länk i en större kedja. Den nya logistiklösning som Coop påbörjade 2009 är därför intressant, inte bara för att den minskar verksamhetens klimatpåverkan, utan för att det är en strukturförändrande lösning som kan förväntas driva på förändringen av transportsystemen mot en mer hållbar utveckling. Centralt för lösningen är att smidigt kunna kombinera tågtransporter för de stora transportflödena med lastbilstransporter för de mer specifika flödena ut till butik. Lösningen innebär också att Coop successivt tar över transporter från leverantörer, ökar fyllnadsgraden och därigenom kan minska antalet transporter. Cirka 30 procent av transporter in till terminal har under 2009 lyfts över till järnväg vilket resulterat i att 350 lastbilstrailer per vecka försvinner från vägarna i ett första skede.

Men även i framtiden kommer en stor del av transporter att ske med lastbilar. Insatser görs därför för att minska utsläppen från befintliga lastbilar. Coops egna chaufförer har utbildats i att köra mer bränslesnålt och de får också del i den besparing detta innebär. Successivt används också allt fler moderna och miljövänligare motorer. Användningen av motorer med lägst utsläpp, Euro-klass 5, ökade med 10 procentenhet i Coops egen lastbilspark under 2009. Sammantaget minskade dieselkonsumtionen från godstransporterna inom Dagligvarugruppen med 7 procent under året.

Transporter står ofta för en stor del av utsläppen även vid byggnationer. KF Fastigheters ombyggnad av Hangar 3 vid Bromma Center är ett bra exempel på hur man genom att integrera transportfrågan i planeringen kan minska transporter och utsläpp avsevärt. Genom bland annat byggmetoder som medför färre transporter, samordning av antalet anlop till bygget, krossning av schaktmassor på plats och krav på miljöbränsle sparades cirka 500 ton CO<sub>2</sub>-utsläpp, vilket motsvarar 8-10 procent av projektets totala mängd transporter. Samtidigt minskade kostnaderna med cirka 2 miljoner kronor.

Hemleveranser av varor från Mataffären.se sker primärt med biogasbilar, där leveranser till samma område samordnas. Detta medför betydligt mindre miljöpåverkan än att åka bil fram och tillbaka till butiken. För att klara av kundtillströmningen har fyra nya biogasbilar köpts in under 2009.

## Utmaning:

### ENERGIEFFEKTIVA BUTIKER

Att driva livsmedelsbutiker kräver stora mängder el. Hela 40–50 procent av en butiks elanvändning går till förvaring av kyl- och fryst livsmedel. Trenderna inom livsmedelshandeln internationellt pekar på att energianvändningen kommer att öka. Det är främst efterfrågan på kylvaror som drar upp energianvändningen. För dagligvaruhandeln är därför utvecklingen av energieffektiva butiker en stor utmaning. För att få en energieffektiv butik är det viktigt att titta på helheten och följa upp alla de ingående systemen. Energieffektiv belysning och väl genomtänkt ventilation liksom personalens medvetenhet kring energianvändning är, förutom kylar och frysar, tunga pusselbitar i arbetet. KF kommer under de kommande åren att prioritera insatser för att minska elförbrukningen i existerande butiker samtidigt som nya energieffektiva pilotbutiker ska utvecklas.

Uppföljningen av tjänsteresor inkluderar resor med tjänstebil, hyrbil eller egen bil i tjänst samt flyg och tågresor bokade via avtalspartner. KF har riktlinjer för val av tjänstebil och under 2009 ökade andelen miljöbilar i KFs bilpark från 51 till 59 procent. Utsläppen från tjänsteresor har minskat med 15 procent under 2009, delvis som en konsekvens av färre anställda. I bolag med kontor på flera platser sker en övergång till mer distansmöten genom till exempel videokonferenser.

Tjänsteresor, co <sub>2</sub> -e (ton)	Dagligvarugruppen		Övriga bolag		Totalt	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
<b>Bil</b>						
km	4 820 112	5 003 499	2 565 682	2 274 904	7 385 794	7 278 403
co <sub>2</sub> -e (ton)	950	1 001	513	455	1 464	1 456
<b>Tåg</b>						
km	801 874	930 010	787 442	763 902	1 589 316	1 693 912
co <sub>2</sub> -e (ton)	0	0	2	3	2	3
<b>Flyg</b>						
km	3 065 598	5 221 395	2 029 566	2 226 260	5 095 164	7 447 655
co <sub>2</sub> -e (ton)	536	912	310	341	846	1 253
<b>Totalt</b>						
km	<b>8 687 584</b>	11 154 904	<b>5 382 690</b>	5 265 066	<b>14 070 274</b>	16 419 970
co <sub>2</sub> -e (ton)	<b>1 486</b>	1 913	<b>826</b>	799	<b>2 312</b>	2 712

## Avfall och återvinning

Avfall och återvinning handlar om både minskade mängder avfall, ökad återvinning och resurseffektivare förpackningar men också om insatser för att underlätta för kunder att minska avfall och öka återvinningen. De flesta verksamheter inom koncernen har små mängder avfall. Möjligheten till sortering och återvinning styrs ofta av fastighetsägarens system för avfallshantering. KF har därför valt att fokusera målen inom detta område på Dagligvarugruppen, där både mängden avfall och förutsättningarna att påverka återvinningen är stora såväl vid terminaler som i butik. Målet är att *mängden återvunnet avfall inom respektive fraktion ska öka med 10 procent 2010 jämfört med 2008, mätt i ton. Fysisk förstörelse, mätt som andel av försäljningen, ska ha minskat med minst 10 procent 2010 jämfört med 2008.*

I butikerna källsorteras avfall i fraktionerna wellpapp, mjukplast, trä, brännbart och organiskt. Uppföljning sker i dagsläget genom att schablonisera avfallsmängderna utifrån ett representativt urval av butiker. Då det inte genomförts några nya urval under

2009 är det svårt att följa upp det uppsatta målet i butiksledet med relevant statistik. Uppföljningen på terminaler omfattar all avfallshantering. Mängden materialåtervunnet avfall från terminaler har minskat med 10 procent under 2009, med minskningar inom samtliga fraktioner utom metall. En viktig förklaring till detta är att användningen av retursystem med plastbackar som återanvänds har ökat kraftigt under 2009. Under 2010 kommer en översyn att genomföras av avfalls- och återvinningsfrågor inom Dagligvarugruppen.

Mat som slängs i onödan har fått stor uppmärksamhet under året. Livsmedelskedjan är lång och samtliga aktörer i kedjan måste se över sitt matsvinn och göra något åt det. Den slängda maten har producerats, förädlats och transporterats helt i onödan. Coop Forum Boländerna i Uppsala och Coop Konsum Midsommarkransen i Stockholm deltar i ett forskningsprojekt tillsammans med Sveriges Lantbruksuniversitet. De ska utreda vad matsvinnet beror på och vad man kan göra i hela ledet från leverantör till kundens kylskåp för att mindre mat ska kastas. Den mat som svenska hushåll

slänger varje år motsvarar ett utsläpp på 1,9 miljoner ton CO<sub>2</sub>, lika mycket som 700 000 bilar släpper ut. En undersökning som Konsumentföreningen Stockholm har gjort under året visar att 57 procent av den mat som slängs i hushållen hade gått att äta, om den hade hanterats och förvarats på rätt sätt. Föreningen har därför tagit fram konsumentguiden "Släng inte maten", med olika tips för att minska matavfallet.

I butiksledet innebär svinn, eller fysisk förstörelse, också en stor ekonomisk kostnad. Inom Dagligvarugruppen har den fysiska förstörelsen varit oförändrad 2009 jämfört med året tidigare. Arbetet kommer därför intensifieras för att nå målet 2010.

KF-koncernen bedriver även verksamhet för att ta tillvara på matavfall. Läckeby Water Group och divisionen Purac bygger biogasanläggningar och det ökande intresset för gasdrivna bilar gör att allt fler företag och kommuner efterfrågar Puracs teknik. Vid årsskiftet 2009/2010 fick Purac en order på 31,5 miljoner kronor från Svensk Biogas i Linköping om att bygga Sveriges största anläggning för rening av biogas.

Avfall (ton)	Terminaler		Butik <sup>1)</sup>		Totalt	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Materialåtervunnet avfall	10 567	11 746	23 540	23 044	34 108	34 790
Avfall använt för uppvärmning	635	878	5 552	5 435	6 187	6 313
Avfall för biologisk behandling	271	193	5 552	5 435	5 823	5 628
Farligt avfall	12	77	*	*	12	77
Deponerat avfall	17	70	*	*	17	70
<b>Totalt</b>	<b>11 503</b>	<b>12 964</b>	<b>34 644</b>	<b>33 914</b>	<b>46 147</b>	<b>46 878</b>
varav återvunnet <sup>2)</sup>	11 474	12 817	–	–	–	–

\* Uppgifter saknas.

<sup>1)</sup> Schabloniserade uppgifter utifrån data i ett representativt urval av butiker.

<sup>2)</sup> Återvunnet avfall avser de tre översta kategorierna. Uppgiften är inte relevant för Butik och Totalt, då uppgifter om farligt avfall från butik saknas.

Fysisk förstörelse	Andel av omsättning %	
	2009	2008
Konsum	1,8	1,7
Nära	1,8	1,8
Extra	1,3	1,4
Forum	1,3	1,4
<b>Totalt</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>

Materialåtervunnet avfall (ton)	Terminaler		Butik <sup>1)</sup>		Totalt	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Trä	133	167	2 221	2 165	2 354	2 332
Papper	58	91	*	*	58	91
Wellpapp	9 514	10 571	17 766	17 424	27 281	27 995
Plast	771	830	3 553	3 455	4 324	4 285
Metall	90	88	*	*	90	88
<b>Totalt</b>	<b>10 566</b>	<b>11 747</b>	<b>23 540</b>	<b>23 044</b>	<b>34 106</b>	<b>34 791</b>

\* Uppgifter saknas.

<sup>1)</sup> Schabloniserade uppgifter utifrån data i ett representativt urval av butiker.



# KUNDER

Coop vill underlätta för konsumenterna att handla på ett hållbart sätt. Det gör vi genom att erbjuda marknadens största ekologiska och miljömärkta sortiment. På varje kvitto redovisas hur många av kundens produkter som är miljömärkta. Treklövern i våra recept berättar att det finns ett ekologiskt alternativ att välja och de gröna hyllkantsetiketterna gör det lättare att hitta varorna i hyllan.

Under rubriken Kunder samlas åtgärder inom Dagligvarugruppen för att underlätta kundernas val av hållbara produkter. Det inkluderar såväl sortimentsfrågor som information och marknadsföring till kunder. Målen är att *Coop ska vara ledande inom dagligvaruhandeln vad gäller utbud och försäljning av ekologiska och rättvisemärkta produkter. Försäljningen av ekologiska livsmedel som andel av total livsmedelsförsäljning ska vara minst 10 procent 2012 och minst hälften av all försäljning av ekologiska livsmedel inom dagligvaruhandeln ska ske inom konsumentkooperationens butiker.*

Det är genom sortiment och marknadsföring i butiken som konsumentkooperationen har störst potential att bidra till en mer hållbar utveckling såväl vad gäller miljöansvar som socialt ansvar. Kunderna ska ha stor valfrihet att välja produkter i enlighet med sina egna preferenser men samtidigt kunna känna sig trygga med att de val av produkter de gör i butiken uppfyller grundläggande krav på miljöansvar och socialt ansvar. Genom att möta och stimulera kundernas växande efterfrågan på mer hållbara produkter kan konsumentkooperationen driva på produktutvecklingen och leva upp till verksamhetsidén om att underlätta för medlemmarna att i sin konsumtion bidra till en hållbar utveckling för människor och miljö.

Att arbeta för ett hållbart sortiment handlar om att utifrån kunder och medlemmars önskemål successivt utveckla ansvarstagandet inom hela produktutbudet, från lågprisprodukter till premiumprodukter med särskild hållbarhetsprofil. Det handlar också om aktiv marknadsföring av mer hållbara produkter och att ibland aktivt välja bort produkter som inte stämmer överens med våra värderingar och policy.

Coop har tre egna varumärken – Coop

Änglamark, Coop och X-tra. Produkter med dessa varumärken tas fram av Coop Trading gemensamt för Kooperationen inom de nordiska länderna. Det innebär att produkterna måste anpassas till de tuffaste miljö- och hälsokraven som finns inom något av de enskilda nordiska länderna.

## Ekologiska produkter

Ekologisk mat har haft medvind under de senaste åren. Att en produkt är ekologisk eller KRAV-märkt innebär bland annat förbud mot kemiska bekämpningsmedel, konstgödsel eller genmodifierade organismer (GMO) i produktionen och krav på att djuren ska få utlopp för sitt naturliga beteende. Trots detta står ekologiska produkter

för bara drygt 3 procent av den totala försäljningen av livsmedel inom dagligvaruhandeln. Coop är störst på ekologiska och miljömärkta livsmedel inom den svenska dagligvaruhandeln räknat både i antal produkter i sortimentet och försäljningsandel. Trots lågkonjunktur ökade försäljningen av ekologiska och miljömärkta livsmedel inom Dagligvarugruppen med 9 procent och med 12,5 procent för hela konsumentkooperationen. Andelen av den totala försäljningen av livsmedel ökade från 6,2 till 6,7 procent. En nyhet under hösten 2009 var ett nytt sortiment av KRAV-märkt kött under det egna varumärket Coop Änglamark, där 29 nya produkter av lamm-, nöt- och fläskkött introducerades i butikerna.



Under 2009 har arbetet med att KRAV-certifiera samtliga Coop-butiker slutförts. Certifieringen innebär att samtliga Coop-butiker har ett brett sortiment av KRAV-produkter och att personalen har goda kunskaper om KRAV och ekologisk produktion.

### Rättvisemärkta produkter

Försäljningen av rättvisemärkta produkter är ett sätt att bidra till förbättrade arbets- och levnadsvillkor för odlare och anställda i utvecklingsländer. Bland annat ges en extra premie till producenten med syfte att utveckla lokalsamhället och höja levnadsstandarden för de människor som lever där. Försäljningen av rättvisemärkta varor har ökat starkt under de senaste åren, men är fortfarande en marginell del av den totala försäljningen inom dagligvaruhandeln.

Coop har det största sortimentet av rättvisemärkta produkter och den högsta försäljningsandelen inom den svenska dagligvaruhandeln. Under 2009 ökade Coop sin försäljning av rättvisemärkta produkter med 37 procent. Antalet rättvisemärkta produkter ökade under året från 99 till 128 stycken. Coop arrangerade också särskilda kampanjveckor för rättvisemärkta varor, med särskild exponering i butik, reklamkampanjer och butiksaktiviteter. För att förstärka profilen som ledande inom rättvisemärkta varor har Coop ambitionen att fördubbla försäljningen av rättvisemärkta varor under de kommande tre åren.



### Hälsosam mat

Coop ska erbjuda hälsosamma produkter och information så att kunderna kan göra medvetna val för en god hälsa. Tydligare märkning samt hjälp att laga nyttigare mat har efterfrågats av bland annat Coops medlemspanel. På en fråga i medlemspanelen anser endast 25 procent att innehållsförteckningarna på livsmedel är tydliga. Idag finns det bara en produktmärkning med särskilt fokus på hälsosam mat, nyckelhälsmärkningen. Nyckelhälsmärkta livsmedel är magrare och innehåller mindre socker och salt men mer fibrer än andra livsmedel av samma typ. Försäljningen av nyckelhälsmärkta produkter inom Coop motsvarar drygt 20 procent av den totala livsmedelsförsäljningen, och var i princip oförändrad 2009 jämfört med året tidigare. Coop arbetar för att lyfta fram de hälsosamma varorna i butik och genom information.

Under året har debatten om tillsatser i maten varit livfull. Coop har under lång tid verkat för att minska tillsatser i mat. Genom att utvecklingen av Coops egna varumärken följer de regler som är tuffast bland de nordiska länderna har Coop varit mycket tidiga på den svenska marknaden med att minska och ta bort transfetter ur de egna produkterna. Coop arbetar också med att ta bort glutamat både inom egna varumärken och andra varor.

En viktig del i Coops hälsoarbete är att stödja hälsosam mat genom recept och information på webben. I den nya receptsökningen på coop.se går det enkelt att välja till exempel smalare rätter eller rätter för personer med olika former av allergi.

### Närproducerat

Coop har under 2009 lanserat ett större sortiment med regional och lokal mat. Produkterna samlas i butikerna under vinjetten Mat från regionen. Medlemmarna har bland annat genom medlemspanelen tydligt visat att de vill handla mer lokalproducerat. Genom Mat från regionen säkerställer Coop att produkterna är kvalitetssäkrade, att innehållet verkligen är lokalproducerat samt att de mindre producenterna når upp till högt

### Utmaning:

#### DJUROMSORG

Frågorna om hur djur hanteras inom lantbruket uppmärksammas allt mer såväl av våra medlemmar och kunder som av media. En utveckling mot allt färre och större enheter för djurhållning har inneburit att allt färre svenskar har egen erfarenhet av hur djurproduktionen fungerar samtidigt som gapet mellan människors förväntningar och den verklighet som återges i kritiska mediereportage blir allt större. Djurhållningen styrs av lagar och regler på såväl nationell som europeisk nivå. I media och hos många konsumenter ifrågasätts också själva regelsystemet, både om reglerna är korrekta och om befintliga kontrollsystem fungerar. En utmaning är att identifiera områden och förhållningssätt genom vilka konsumentkooperationen kan driva på utvecklingen av en god djuromsorg samtidigt som det möter våra medlemmars önskemål om prisvärda produkter. En annan central fråga är hur Coop kan arbeta för att försäkra sig om att leverantörerna lever upp till de krav och regler Coop ställer upp.

ställda kvalitetskrav. Beställningar och leveranser samordnas på ett sätt som underlättar för butikerna. Arbetet med Mat från regionen sker i samarbete mellan Coop, LRF och andra lokala organisationer.

Under 2009 har Cikab framförhandlat 174 avtal med Mat från regionen-leverantörer. Därtill finns det cirka 100 leverantörer genom särskilda föreningsavtal med föreningsarna Konsum Värmland och Konsum Nord. Försäljningen av Mat från regionen ökade under 2009 med 36 procent inom Dagligvarugruppen.

Att frågor om lokal och regional livsmedelsproduktion engagerar befolkningen i området blev tydligt i samband med Coops leverantörsförhandlingar 2009 kring bland annat mejerivaror och knäckebröd, där det uppstod opinionsyttringar för enskilda lokala leverantörer. Valet av leverantörer innebär alltid en avvägning mellan pris, olika produktkvaliteter och kundefterfrågan.

### Miljömärkta specialvaror

Det finns flera olika miljömärkningar för varor som inte är livsmedel. Det inkluderar bland annat märkningarna Svanen, Bra miljöval, EU-blomman, TCO-märkning och FSC (Forest Stewardship Council). Inom specialvaror ökade Dagligvarugruppen sin försäljning av miljömärkta varor med 5 procent under 2009. De miljömärkta varornas andel av försäljningen av samtliga specialvaror uppgick till 13 procent. Antalet miljömärkta specialvaror ökade med hela 50 procent under 2009. Detta beror till viss del på en generell höjning av andelen miljömärkta produkter inom flera kategorier, men också på de krav som Coop ställer på produkterna. Inom det kemtekniska området ställer Coop till exempel krav på miljömärkning av samtliga nylanseringar av produkter.

### En ny havsstrategi

Coop arbetar kontinuerligt med att identifiera produktområden där det finns behov av att se över och utveckla sortimentet för att möta ökade eller nya krav från medlemmar och kunder. Utifrån den diskussion som förts på senare år om utfiskningen av haven valde Coop att göra en analys av vilken påverkan försäljningen av fisk och andra produkter från havet har på miljön. I arbetet har både miljöorganisationer, forskare och myndigheter bidragit med sina kunskaper. Genom arbetet utvecklades Coops gröna fisklista, som bygger på principen att fisket ska vara spårbart, fiskat med rätt redskap, på rätt bestånd samt att kvoterna ska vara vetenskapligt godkända. Coop har också satt upp som mål att öka andelen miljömärkt fisk från 2 procent av den totala fisk-



försäljningen 2007 till 30 procent 2012. Under 2009 har försäljningen av miljömärkt fryst fisk ökat kraftigt från 2,4 till 21 procent av den totala försäljningen. Under 2010 kommer Coop att genomföra ett liknande strategiarbete kring djuromsorg.

### Information/marknadsföring

Inom dagligvaruhandeln satsas stora resurser på marknadsföring via utskick av direktreklam i brevlådorna. Coops direktreklam landar i 4 miljoner brevlådor varje vecka och kräver stora resurser i form av pappersförbrukning och transporter. Samtidigt är direktreklam en viktig säljkanal som dagligvaruhandeln har svårt att vara utan. Coop arbetar för att minska miljöpåverkan från

direktreklamen så mycket som möjligt. Våra trycksaker är Svanen-märkta och återvinningsbara. De som producerar dem ska vara miljöcertifierade. Vid upphandling tar vi också hänsyn till var tryckeriet ligger och hur trycksakerna kan transporteras. Allt detta gör att Coop uppfyller kraven för Postens nya tjänst Klimatekonomisk DR. Posten bidrar i sin tur med att ställa miljökrav på sina transporter och klimatkomponera distributionen av utskicket.

Andel av total försäljning (%)	Dagligvarugruppen		Konsumentföreningar <sup>1)</sup>		Coop butiker totalt	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
<b>Livsmedel</b>						
Ekologiska/miljömärkta	6,7	6,2	3,4	2,7	5,6	4,9
Rättvisemärkta	0,5	0,3	0,3	0,2	0,4	0,3
Nyckelhålsmärkta	22,5	24,0	17,3	17,1	20,8	21,7
<b>Specialvaror (non-food)</b>						
Miljömärkta <sup>2)</sup>	12,7	12,0	12,0	11,5	12,5	11,7

<sup>1)</sup> Data för konsumentföreningarna avser jämförbara butiker, dvs. butiker med försäljningsdata för såväl helåret 2008 och 2009.

<sup>2)</sup> Andelen miljömärkta specialvaror för 2008 har justerats upp jämfört med Hållbarhetsredovisningen 2008, då dessa siffror var felaktiga.

Antal produkter i centralt sortiment		
	2009	2008
<b>Livsmedel</b>		
Ekologiska/miljömärkta	1 956	1 736
Rättvisemärkta	128	99
Nyckelhålsmärkta	3 935	3 902
<b>Specialvaror (non-food)</b>		
Miljömärkta	2 215	1 480

# MEDLEMMAR/ÄGARE

Inom konsumentkooperationen utgör den enskilde medlemmen en intressent till verksamheten både som ägare och kund. Det innebär att medlemmarna bestämmer inriktningen på verksamheten utifrån den demokratiska principen *en medlem – en röst* och erhåller ekonomisk nytta utifrån hur mycket man har handlat.

Sveriges konsumentföreningar har nära 3,2 miljoner medlemmar och tillsammans äger konsumentföreningarna KF. Det är medlemmarna som gemensamt avgör verksamhetens inriktning, både som ägare och kund. De styr dels genom årliga demokratiska val, men också genom att påverka i de enskilda dagligvarubutikerna där de handlar, via konsumentföreningarna och via olika medlemsundersökningar. En mer detaljerad beskrivning av ägarstruktur och den formella ägarstyrningen finns i avsnittet Ägarstyrning (sidan 60).

Målen för området är att *andelen medlemmar som är positiva till sitt medlemskap i konsumentkooperationen ska vara minst 70 procent år 2010. Andelen medlemmar som anser att konsumentkooperationen lever upp till verksamhetsidén om att skapa ekonomisk nytta respektive bidra till hållbar utveckling för sina medlemmar ska vara minst 70 procent.*

Inställningen till medlemskap i konsumentkooperationen mäts genom en löpande extern konsumentundersökning som redovisas kvartalsvis. Medlemmarnas syn på medlemskapet har utvecklats positivt under hela 2009. Under fjärde kvartalet 2009 blev medelbetyget 3,6 på en femgradig skala, vilket motsvarar att 65 procent av medlemmarna är positiva till sitt medlemskap. Det är en ökning med fyra procentenheter jämfört med samma kvartal 2008.

Inställningen till i vilken utsträckning medlemmarna upplever att konsumentkooperationen lever upp till sin verksamhetsidé om att skapa ekonomisk nytta och bidra till hållbar utveckling för sina medlemmar mäts genom Coops Medlemspanel, en internetbaserad medlemsundersökning. I Medlemspanelen i februari 2010 svarade över 27 000 medlemmar för första gången på denna fråga. På en femgradig skala blev medelbetyget 3,4 respektive 3,3 på frågan

om ekonomisk nytta respektive hållbar utveckling. Det sammantagna betyget blev 3,4 vilket motsvarar att drygt 59 procent av medlemmarna anser att konsumentkooperationen lever upp till sin verksamhetsidé. För att nå såväl målet om nöjda medlemmar under 2010 som att leva upp till verksamhetsidén krävs att den upplevda nyttan med medlemskapet förstärks ytterligare. Samtliga insatser som genomförs har detta som yttersta syfte, men inte minst den pågående medlemscentreringen med tydligare medlemserbjudanden och kommunikation av medlemsnyttan är en strategisk del i detta arbete.

Under 2009 hade konsumentkooperationen en stark tillströmning av nya medlemmar. 103 000 nya medlemmar rekryterades och det totala antalet medlemmar ökade med drygt 2 procent till 3 195 000 medlemmar. 46 procent av de nya medlemmarna är under 35 år. Även antalet årsaktiva medlemmar, det vill säga medlemmar

som gjort minst ett köp under året via sitt medlemskort, hade en positiv utveckling.

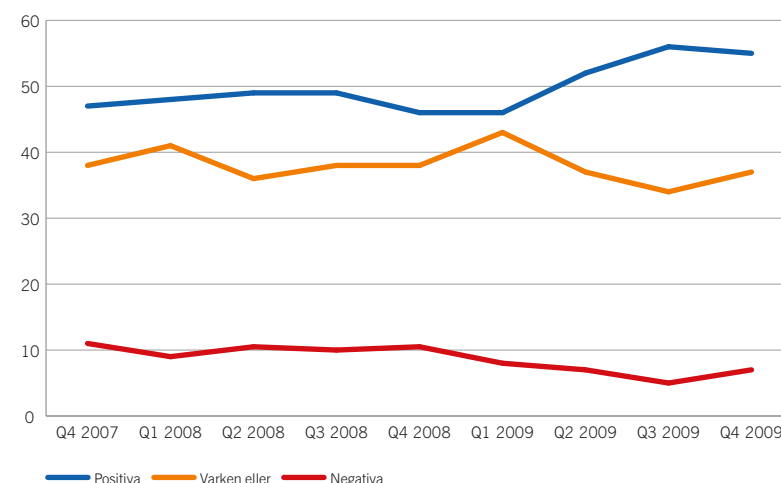
## Inflytande och påverkan

En undersökning bland konsumentföreningarna visar att cirka 40 000 medlemmar medverkade vid val av förtroendevalda, genom att delta i distrikts- och föreningsstämmor samt internetval. Det innebär en ökning med drygt 5 procent. Sammanlagt valdes cirka 3 200 förtroendevalda, av vilka knappt 400 var ledamöter i föreningsstyrelserna. 134 motioner lämnades in till föreningarna, varav de flesta kom från de medlemsfrämjande föreningarna.

Bland de förtroendevalda var cirka 63 procent kvinnor och medelåldern cirka 62 år. I föreningsstyrelserna är medelåldern yngre, 55 år, samtidigt som andelen kvinnor är lägre, cirka 49 procent.

Föreningarnas egen bedömning är att representativiteten hos de förtroendevalda i förhållande till medlemskåren i stort är

Inställning till medlemskap bland medlemmarna i konsumentkooperationen





#### Utmaning:

#### UTBILDNING AV FÖRTROENDEVALDA

Konsumentkooperationen är en demokratisk organisation där medlemmarna väljer förtroendevalda att agera i medlemmarnas intresse. Att sitta i styrelsen för en större konsumentförening innebär ett stort ekonomiskt ansvar och krav på strategiskt tänkande liknande ett styrelseuppdrag för ett större aktiebolag. För att kunna utföra sina styrelseuppdrag professionellt och styra verksamheten effektivt krävs både kunskap om uppgiften som styrelseledamot och om verksamheten. Utbildning av förtroendevalda är därför en strategisk fråga där KF genom att erbjuda samlade utbildningar till föreningarna kan bidra till att stärka medlemmarnas styrning och samtidigt bidra till en gemensam kunskapsgrund för vidare samverkan.

relativt god vad gäller kön och social bakgrund men sämre vad gäller ålder och etnisk bakgrund. En utmaning är att få fler yngre medlemmar att engagera sig i föreningarnas verksamhet.

Traditionellt har de flesta medlemmar varit aktiva genom så kallade butiks- eller medlemsråd, där de förtroendevalda har fungerat som kontaktlänk mellan medlemmar och butik. Flera föreningar provar också att engagera medlemmar på andra sätt än genom att vara förtroendevalda. Flera av de medlemsfrämjande föreningarna utbildar och engagerar medlemmar som är intresserade av att arbeta med en enskild konsumentfråga, till exempel ekologi, rättvisemärkning eller hälsofrågor, genom ambassadörskap. Efter en inledande utbildning sprider dessa ambassadörer sin kunskap i butiker och i exempelvis skolor. Tanken är att de även ska bidra till affärsnyttan genom

att koppla ihop information med försäljning, framförallt via Coops temaaktiviteter. Under 2009 utbildade föreningarna 844 ambassadörer och sammanlagt deltog 459 ambassadörer i någon form av föreningsaktivitet kopplat till ambassadörskapet.

Ett annat sätt att fånga upp synpunkterna från medlemmar är via KFs och Coops medlemspanel. Medlemspanelen är ett webbverktyg för enkätundersökningar bland medlemmar. Under 2009 ställde Coop och KF frågor vid tre tillfällen med tre olika teman – ekonomi och medlemskap, matinspiration samt om innehållet i maten. Sammanlagt svarade cirka 44 000 medlemmar. Resultaten sammanställdes i Coorapporten 2009 som både redovisar medlemmarnas synpunkter och ger en återkoppling på hur Coop agerat i de olika frågorna.

För att de förtroendevalda ska kunna utföra sina styrelseuppdrag professionellt och styra verksamheten effektivt krävs kunskap om uppgiften. Såväl KF som föreningarna själva erbjuder ledamöter i föreningsstyrelserna särskilda utbildningar om styrelsearbete och rollen som förtroendevald inom konsumentkooperationen. Under 2009 deltog 14 ledamöter i föreningsstyrelserna i utbildningar arrangerade centralt av KF.

#### Ekonomisk nytta

De flesta medlemmar tar främst del i verksamheten i form av att vara kunder genom att ta del av det premieprogram som erbjuds dem. Genom Coop MedMera-kortet kan medlemmarna registrera sina inköp och få poäng som sedan omsätts i premiecheckar. 5 000 poäng ger en premiecheck. Dessa kan sedan omvandlas till 50 kronor att handla för eller en rabatt på 5 eller 10 procent på ett samlat inköp, beroende på typ av butik. Antalet utskickade premiecheckar

2009 var 7,8 miljoner, med ett inlösenavärde i rabatter motsvarande 470 miljoner kronor. Inlösenavärdet ökade därmed med drygt 4 procent, efter att ha legat relativt konstant under flera år.

Under 2009 skedde en medlemscentrering av såväl produkterbudanden som kommunikation till kunder. Generella extrapriser ersattes av särskilda medlemspriser. I tv-reklamen för Coop annonseras endast medlemspriser och i direktreklamen ökar andelen erbjudanden med medlemspriser. Det ska vara tydligt i all kommunikation att det är förmånligt att bli medlem i konsumentkooperationen.

Medlemmarna får även särskilda medlemspriser på utvalda varor och förmåner och rabatterbudanden hos olika partners, exempelvis på resor, hotell och olika evenemang. Ett särskilt populärt inslag är Coop hotellpremie, där över 172 000 hotellbokningar skedde med användning av premiechecken under 2009, en ökning med 20 procent.



Medlemsutveckling			
	2009	2008	2007
Antal medlemmar (tusental)	3 195	3 131	3 085
Ändring i %	2,1	1,5	1,6

Förtroendevalda	Förtroendevalda i föreningarna		Ledamöter föreningsstyrelser		Ledamöter KF styrelse <sup>1)</sup>	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Antal	3 231	3 558	394	374	9	9
Andel kvinnor (%)	62,5	61,4	49,1	45,4	33,3	33,3
Genomsnittsålder (år)	61,8	60,3	55,4	56,4	55	56

<sup>1)</sup> Exklusive arbetstagarrepresentanter.

# MEDARBETARE

2009 var ett år präglad av effektiviseringar och omstruktureringar inom koncernen. Samtidigt har stora insatser gjorts för skapa en attraktiv arbetsplats genom ledarskapsutveckling, kompetensinventering av över 5 000 medarbetare och insatser för en minskad sjukfrånvaro.

Det övergripande hållbarhetsmålet inom medarbetarområdet är att *andelen medarbetare som är nöjda med sin arbetssituation respektive nöjda med företagets arbete inom hållbar utveckling ska vara minst 70 procent 2010. Ett underliggande mål är att minska sjukfrånvaron med 33 procent till 2010, jämfört med 2007.*

Medarbetarna är koncernens viktigaste resurs och en medarbetarundersökning, MI, genomförs i hela koncernen vart annat år. Utifrån den senaste medarbetarundersökningen som genomfördes våren 2008 identifierades tre områden för förbättring; kompetens, ledarskap och kultur. Som en följd av detta genomförde bland annat Coop Butiker och Stormarknader en omfattande kompetensinventering av nästan 5 000 medarbetare under 2009. Inventeringen syftade till att tydliggöra kompetenskraven på medarbetare samt att få en tydlig bild över vilka styrkor respektive utvecklingsbehov som finns kompetensmässigt i organisationen. Utöver det initierades också ledarskapsutbildningen Coachande Ledarskap.

Under första kvartalet 2010 kommer KF-koncernen att genomföra ytterligare en medarbetarundersökning för samtliga dotterbolag. När svaren i medarbetarundersökningen sammanställs och analyserats kommer konkreta handlingsplaner för förbättringar på varje avdelning, terminal och butik att arbetas fram i syfte att bli den attraktivaste arbetsgivaren inom detaljhandeln. Handlingsplaner kommer att tas fram för varje dotterbolag och på en övergripande koncernnivå.

Under 2010 utvecklas en uppförandekod som omfattar samtliga medarbetare i KF-koncernen. Det är viktigt att koncernens medarbetare och chefer är väl förtrogna med de regler, värderingar och den kultur som KF vill stå för. Uppförandekoden syftar till att tyd-

liggöra för medarbetare och chefer vad som förväntas av dem som anställda och vad som förväntas av KF som organisation.

KF-koncernen tillämpar kollektivavtal i samtliga bolag. Medelantalet anställda inom koncernen under 2009 uppgick till 8 807, varav 83 procent återfinns inom Dagligvarugruppen.

## Effektiviseringar och förändringsprocesser

Under 2009 har stora omstruktureringar och effektiviseringar skett inom Dagligvarugruppen. Som en följd av detta har drygt 1 000 medarbetare blivit övertaliga under året. De medarbetare som har berörts har erbjudits möjlighet till olika stödåtgärder, såsom omställningsprogram, starta eget-bidrag eller möjlighet till utbildningsbidrag. Syftet med omställningsprogrammet har varit att hjälpa medarbetaren att få en bättre bild av sin kompetens, inventera styrkor och utvecklingsmöjligheter. Medarbetaren erbjuds stöd i att vidga perspektiven och sätta nya mål för sitt yrkesliv, samt att skapa en plan för hur målen ska nås. Bland annat ingår inledande vägledningssamtal, samtal med jobbcoach, gruppaktiviteter såsom workshops, seminarier och nätverk, samt arbetsmaterial för effektiv jobbsökning.

## Kompetensinventering

Under 2008 genomförde KF-koncernen en omfattande genomlysning av 700 chefer och nyckelpersoner i koncernen. Under våren 2009 fortsatte arbetet genom att Coop Butiker och Stormarknader genomförde en omfattande kompetensinventering av cirka 5 000 medarbetare. På sikt ska samtliga medarbetare genomgå kompetensinventering. Syftet med kompetensinventeringen var tydligt. Omvärlden ställer ständigt nya krav på verksamheten, företaget förändras och utvecklas. När organisationen effektiviseras och antalet medarbetare blir färre

ställs det höga krav på att medarbetarna har rätt kompetens för det arbete de ska utföra.

Det finns yrkeskompetenser som är specifika för varje tjänst, men det finns också kompetenskriterier som är gemensamma för alla medarbetare. Förmågan att vara serviceinriktad är en av de viktigaste kompetenserna eftersom Coop strävar efter att ge det bästa kundbemötandet. Andra viktiga kriterier är förmågan att vara säljinriktad, att inneha produktkunskap och verksamhetsförståelse. I bedömningen ingick även kompetenser som rör medarbetarskapet i Coop, de så kallade strategiska kompetenserna; samarbetsförmåga, resultatorientering och förändringsförmåga.

Resultatet av kompetensinventeringen har tydligt visat vilken typ av utvecklingsaktiviteter som behöver genomföras för att ligga i framkant inom detaljhandelsbranschen. Handlingsplanerna ligger idag som grund för ett aktivt arbete för cheferna såväl lokalt som regionalt och centralt med riktade kompetensutvecklingsinsatser.



### Kompetensutvecklingsinsatser

Prioriterade kompetensutvecklingsinsatser under 2009 har bl.a. varit en omfattande implementering och utrollning av Coachande Ledarskap i organisationen. Samtliga butikschefar inom Konsum, Extra och Nära samt inom Coop Inköp och Kategori har genomgått en endagsutbildning i det coachande förhållningssättet. Under utbildningen gavs deltagarna möjlighet att ta del av metoder för att i vardagen leda och engagera medarbetare och skapa delaktighet. Under 2010 fortsätter arbetet med att säkerställa att kvarvarande chefer och ledare inom KF-koncernen genomgår utbildningen.

### Jämställdhet och mångfald

Synen på olikheter mellan människor inom KF-koncernen ses som en tillgång och ambitionen är att KFs medarbetare ska spegla samhället i stort. Genom en bra mix i arbetsgrupper inom koncernen skapas en bra och lukrativ arbetsdynamik. Under 2009 var 56,4 procent av koncernens medarbetare kvinnor. Av medarbetare i ledande befattning var 42,2 procent kvinnor. I koncernledningen var 40 procent kvinnor. Inom KF-koncernen var andelen medarbetare med utomnordisk bakgrund 11,1 procent, att jämföra med 15,5 procent för andelen yrkesverksamma i Sverige totalt. KF-koncernens samtliga dotterbolag arbetar aktivt för att bredda mångfalden vid rekryteringar för att bli ett mer mångkulturellt företag och för att således öka och bredda den samlade kunskapen och kompetensen.

### Lägre sjukfrånvaro inom Coop

KF arbetar aktivt med att sänka sjukfrånvaron inom koncernen. Den totala sjukfrånvaron, det vill säga andel sjuktimmar av totala antalet ordinarie arbetstimmar, var 2009 4,6 procent. Många av bolagen uppvisar låga siffror, men Coop Butiker och Stormarknader samt Cikab och Clab har haft en historiskt relativt hög sjukfrånvaro jämfört med dagligvarubranschen i stort. Ett sjukfrånvaroprojekt påbörjades därför i juli 2008 med ambitionen att sänka sjukfrånvaron med 25 procent till utgången av 2010 och att bli det friskaste företaget i branschen. För att uppnå detta har Dagligvarugruppen arbetat aktivt tillsammans med företagshälsovården med exempelvis kvalificerad rådgivning. Sjuk- och friskänmälan görs både till företagshälsovården och till närmaste chef. Cheferna får också kontinuerligt hjälp i uppföljningsarbetet kring sjukfrånvaro. Rehabiliteringsprocessen startar tidigt, för att undvika långtidssjukskrivningar. Målet med att sänka sjukfrånvaron med 25 procent nåddes redan i augusti 2009, varför sjukfrånvaromålet har vässats ytterligare. Målet är nu att sänka sjukfrånvaron med 33 procent till utgången av 2010.

### Rån

2009 var ett rekordår för antalet butiksrån i Sverige, med en ökning på över 15 procent. 2009 begicks 1 161 butiksrån i Sverige, enligt preliminära siffror från Brottsförebyggande rådet, BRÅ. Coop går emot den oroväckande trenden och minskade antalet rån

### Utmaning:

#### KOMPETENSUTVECKLING AV BUTIKSANSTÄLLDA

Som en följd av att Coop effektiviserat organisationen och minskat antalet medarbetare under 2009 ställs det idag än högre krav på medarbetarna. Kraven på butikspersonalen kommer i framtiden sannolikt också att förändras mot allt mer kvalificerad vägledning och rådgivning direkt till kunder. Utmaningen ligger nu i att dels säkerställa rätt innehåll i de kompetensutvecklingsaktiviteter som ska genomföras men också i att säkerställa att rätt kanaler används, i en organisation med flera tusen medarbetare utspridda över hela Sverige och där det är svårt att samla många medarbetare samtidigt.

mot Coops butiker från 46 rån 2008 till 40 rån 2009, en minskning med motsvarande 13 procent. Den långsiktiga lösningen för att förhindra rån är att installera slutna kontanthanteringssystem vilket Coop fortlöpande gör i samtliga butiker. Stockholm är ett prioriterat område för rånssäkerhetsinsatser, bland annat i form av utbildning, slutna system, kameror och annan bevakning.

Anställda och chefer <sup>1)</sup>	Dagligvarugruppen		Övriga bolag		Totalt KF-koncernen	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Antal medarbetare	7 304	7 506	1 503	1 490	8 807	8 996
Andel kvinnor	56,9%	57,1%	54,0%	53,2%	56,4%	56,4%
Antal i ledande befattning	766	851	272	252	1 038	1 103
Andel kvinnor	41,9%	40,7%	43,0%	44,0%	42,2%	41,4%

<sup>1)</sup> Antal anställda anges i medelantal och för verksamheter både inom och utanför Sverige. Antal i ledande befattning anges i antal personer och endast för verksamhet i Sverige.

Sjukfrånvaro (%) <sup>1)</sup>	Dagligvarugruppen		Övriga bolag		Totalt KF-koncernen	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Kvinnor	5,5	6,8	3,5	4,1	5,2	6,4
Män	4,0	4,9	1,6	2,3	3,6	4,6
Totalt	4,9	6,0	2,7	3,4	4,6	5,7

<sup>1)</sup> Sjukfrånvaron mäts i sjukprocent, dvs. andel sjuktimmar av totala antalet arbetstimmar.

#### Andel medarbetare med utomnordisk bakgrund (%)<sup>1)</sup>

	2009	2008	2007
KF-koncernen <sup>2)</sup>	11,1	11,4	11,7
Jfr Sveriges befolkning <sup>3)</sup>	15,5	14,7	12,9

<sup>1)</sup> Avser födda utanför Norden eller födda i Norden med bägge föräldrar födda utanför Norden.

<sup>2)</sup> Uppgifterna avser förhållandet i mars månad respektive år.

<sup>3)</sup> Uppgifterna gäller yrkesverksamma 16–64 år, 31/12 året innan.

# AFFÄRSPARTNERS

Relationer med affärspartners handlar både om att ställa krav på ansvarsfullt agerande och att samtidigt skapa långsiktiga samarbeten som främjar en hållbar utveckling. Både gentemot leverantörer, partners i MedMera-programmet och inom finansförvaltningen ska koncernens bolag säkerställa att samarbetet bidrar till att skapa både ekonomisk nytta och hållbar utveckling.

Området omfattar relationer till och krav på affärspartners i vid mening. En väsentlig och stor grupp är leverantörer till koncernens verksamhet. En annan viktig grupp är affärspartners som Green Cargo, SPP och Posten samt alla partners som ingår i Coop Medmera-programmet. Förvaltningen av finansiella tillgångar och investeringar ställer också krav på våra affärspartners.

*Målet är att samtliga företag inom koncernen ska ställa höga krav på miljöansvar och socialt ansvar vid val av leverantörer, samarbetspartners och vid finansförvaltning, samt följa upp kravens efterlevnad.*

## Riktlinjer för leverantörsavtal

I KFs policy för hållbar utveckling anges att all verksamhet ska följa principerna i FN-initiativet Global Compact och OECD:s principer för multinationella företag. Det inkluderar att tillse att leverantörer efterlever internationella konventioner såsom FN:s konvention om mänskliga rättigheter och ILO:s konventioner om grundläggande rättigheter för arbetare.

Samtliga helägda bolag har fått redogöra för sina riktlinjer för leverantörsavtal. Dokumenterade riktlinjer och uppförandekoder finns i de flesta bolag, även om de av naturliga skäl varierar i omfattning och innehåll. PAN Vision avser att skapa riktlinjer under 2010.

Hur efterlevnaden av dessa riktlinjer kontrolleras varierar. För Cikab, som ansvarar för inköp till Dagligvarugruppen och föreningarnas butiker och stormarknader, finns en särskild uppförandekod som redovisar de ställningstaganden kring samhälle, miljö och hälsa som leverantörerna ska följa. Cikab tar tillsammans med Coop Trading även fram varu- och produktkrav för alla egna varumärken, som bland annat reglerar specifika krav kring miljö, hälsa och socialt ansvar.



Vid förhandlingar och sortimentsarbete ställer Cikab krav på att leverantörer och partners följer och lever upp till bolagets policy och riktlinjer. Cikab följer upp efterlevnaden hos enskilda leverantörer genom uppföljning av rapporterade incidenter och larm samt besök vid behov.

Coop Trading har under 2009 påbörjat utvecklingen av ett verktyg för att inkludera och bedöma klimatpåverkan från olika dagligvaruprodukter. Utgångspunkten är enkäter till leverantörerna. Verktöget kan sedan användas för att ställa mer specificerade krav på leverantörer kring minskad klimatpåverkan av enskilda produkter.

## Större leverantörsbeslut kring miljö och socialt ansvar

Inom några områden har ett aktivt policy- eller utvecklingsarbete lett till en fördjupad dialog om leverantörskrav eller beslut om att avbryta samarbetet. Policyarbetet med strategi för ett levande hav ledde till en omprövning av Coops sortiment och till en aktiv dialog med flera av leverantörerna kring hur de kan arbeta för att leva upp till de nya kraven.

Inom ramen för arbetet med Mat från regionen sker en särskild granskning och dialog inför avtalsskrivandet. Organisationen för Mat från regionen genomförde cirka

600 leverantörsbesök under 2009, med kontroll av bland annat anläggning, egenkontrollprogram, kollektivavtal och ekonomi. Samarbetet med cirka 50 leverantörer avslutades under året med hänvisning till bland annat brister vid kontroller.

Förutom dialogen inom Mat från regionen har leverantörsgranskningar lett till avbrutna samarbeten i fyra fall under 2009. Ett fall gäller avsaknad av kollektivavtal, ett fall tandkräm som innehöll parabener och två fall halstabletter som innehöll azofärgämnen.

Efter rapporter om missbruk av energidrycker bland framförallt yngre, beslutade Coop att inte ta in de nya koncentrerade energidryckerna, så kallade shots, som lanserats av flera leverantörer. Coop införde även en åldersgräns på 18 år för köp av energidrycker i samtliga butiker.

## Intercoop granskar specialvaror

Intercoop är en inköpsverksamhet för specialvaror, lokaliserad i Fjärran Östern, som ägs av konsumentkooperationen i de nordiska länderna samt Italien och Spanien. Intercoop är sedan 2007 medlem i BSCI (Business Social Compliance Initiative), som är en fristående tredjepartsorganisation som samordnar kontroller av verksamheter



i Fjärran Östern. Under 2008 påbörjades en successiv övergång från Intercoops egna kontroller till kontroller utifrån BSCIs regelverk. Att anlita externa internationella revisorer ger Intercoop större kraft i kravet på leverantörerna. Det är också ett sätt att för enkla för leverantörerna som genom att bli godkända av BSCI får tillgång till en stor kundbas.

Under 2009 genomförde Intercoop ett nytt Social Compliance program för dialog och kontroll av leverantörer. Programmet har inneburit ett kraftigt ökat antal revisioner och ambitionen är att samtliga produktionsanläggningar ska ha besökts inom ett år. Under 2009 hade Intercoop avtal med 1 350 fabriker i Sydostasien, varav drygt 1 150 återfinns i Kina. Av dessa granskades 513 under året av Intercoop i förhållande till Intercoops uppförandekod och 174 har reviderats utifrån BSCIs regelverk. Granskningsprocessen går till så att en initial granskning sker, där leverantörerna klassificeras utifrån identifierade brister i fyra olika kategorier:

- "A" (Alert) innebär brister med noll-tolerans, till exempel barnarbete, tvångsarbete eller låsta brandutgångar.
- "MI" (Major Improvement) innebär brister inom till exempel arbetstider, löner.
- "CI" (Continuous Improvement) innebär mindre brister i till exempel dokumentation.
- "S" (Satisfactory) innebär att inga brister identifierats.

En uppföljande granskning sker för samtliga fabriker med "A" eller "MI" inom tre till sex månader, och fabriken måste tills dess ha åtgärdat samtliga områden med "A" och minst 60 procent av "MI". Alla kvarvarande "MI"-områden måste ha åtgärdats vid en andra uppföljande granskning som sker senast tre månader senare. Sammanlagt 18

fabriker, eller 33 procent av de granskade fabriker, blev avförda som ej godkända efter den första uppföljande granskningen 2009. För dessa avbröts samarbetet. De vanligaste bristerna som identifierats handlar om ledningssystem och avsaknaden av vissa formella dokument, för lång arbetstid och lönefrågor kring övertid och semester.

Inom BSCIs granskning används ett annat system för klassificering, med "Godkänd", "Förbättringar krävs" och "Icke-godkänd". Även här sker uppföljande granskningar i olika steg. Inom BSCIs granskning fick 44 procent av fabriker "Icke-godkänd" under 2009 och därmed krav på uppföljande granskning.

#### Affärspartners i MedMera-programmet

Inom Coop MedMera premieprogram sker ett nära samarbete med flera externa affärspartners. Genom deltagandet i premieprogrammet associeras dessa företag med medlemskapet och har därmed potential att påverka konsumentkooperationens varumärken. Det är därför viktigt att verksamheten i dessa företag speglar koncernens övergripande värderingar och syn på miljöansvar och socialt ansvar. Bedömningar av företagets hållbarhetsprofil spelar en viktig roll i urvalsprocessen av potentiella partners som vill medverka i Coop MedMera-programmet. Etiska krav specificeras i samarbetsavtalen med varje enskild partner. Efterlevnaden av kraven tas upp på de produktträdmöten som Coop MedMera kontinuerligt har med varje partner.

Under 2009 tillkom Swebus Express AB och Hertz AB i premieprogrammet. Dessa partners valdes ut utifrån att de bedömdes ha den starkaste miljö- och hållbarhetsprofilen inom respektive bransch. En del i avtalet är till exempel att Hertz enbart får hyra ut miljöbilar till våra medlemmar. Coop MedMera har

#### Utmaning:

#### MAT FRÅN REGIONEN/LOKAL MAT

95 procent av Sveriges konsumenter uppger att de skulle köpa mer närproducerat om det fanns i butik. Utmaningen för Coop är att utveckla långsiktiga samarbeten med producenter som bidrar till lokala nätverk för till exempel logistik och samtidigt skapar mervärden genom produktutveckling, märkning och marknadsföring.

också deltagit i en dialog med Hertz om hur deras miljöprofil kan utvecklas ytterligare.

#### Etiska riktlinjer för finansförvaltning

Att KFs hållbarhetspolicy gäller all verksamhet inom koncernen innebär att även social och miljömässig hänsyn ska tas vid utvärdering av vilka finansiella placeringar som ska göras. Det övergripande målet att generera en hög riskjusterad avkastning i de finansiella placeringarna ska således åstadkommas med den förutsättningen att miljöansvar och socialt ansvar inte åsidosätts. Det innebär att ett antal generella etiska riktlinjer ska prägla förvaltningen av KFs finansiella tillgångar:

- KF ska alltid beakta etiska överväganden vid direkta investeringar i noterade aktier och i obligationer
- KF ska inte investera i bolag som bryter mot internationella konventioner, såsom FNs konvention om mänskliga rättigheter
- KF ska vid upphandling av diskretionära förvaltningsmandat eftersträva placeringsregler som följer KFs krav vad gäller social och miljömässig hänsyn

Det förvärv av aktier i Kronans Droghandel som gjordes under året ligger väl i linje med KFs hållbarhetsprofil och fokus på medlemsnytta.

Resultat av Intercoops revision av leverantörsfabriker i Sydostasien 2009

Land	Klassificering av fabriker vid första granskningen				Totalt
	A	MI	CI	S	
Norra Kina	18	189	5	0	212
Södra Kina	23	181	3	0	207
Indonesien	0	11	3	0	14
Vietnam	1	30	1	0	32
Taiwan	1	24	1	0	26
Thailand	0	7	0	0	7
Pakistan	0	4	0	0	4
Indien	0	7	2	1	10
Sri Lanka	0	1	0	0	1
<b>Totalt antal fabriker</b>	<b>43</b>	<b>454</b>	<b>15</b>	<b>1</b>	<b>513</b>
<b>%</b>	<b>8,4</b>	<b>88,5</b>	<b>2,9</b>	<b>0,2</b>	<b>100</b>

Resultat av BSCIs revision av leverantörsfabriker 2009

Land	BSCI – klassificering av granskade fabriker			Totalt
	Godkänd	Förbättringar krävs	Icke-godkänd	
Norra Kina	37	10	29	76
Södra Kina	31	12	35	78
Indonesien	0	2	1	3
Bangladesh	0	0	1	1
Indien	1	1	2	4
Pakistan	1	1	0	2
Taiwan	0	0	2	2
Korea	0	0	1	1
Vietnam	0	1	6	7
<b>Totalt antal fabriker</b>	<b>70</b>	<b>27</b>	<b>77</b>	<b>174</b>
<b>%</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

# SAMHÄLLET

I konsumentkooperationens uppdrag att underlätta en hållbar konsumtion för sina medlemmar ingår även rollen att vara en aktiv samhällsdebattör i frågor om hållbar utveckling och en aktiv partner i utvecklingen av såväl de lokalsamhällen där Kooperationen verkar och finns som det globala samhälle KF är en del av.

Konsumentkooperationen vill stimulera en utveckling som innebär att människor engagerar sig och tar aktiv del i samhällsutvecklingen. Hjälp till självhjälp är därför en naturlig utgångspunkt för KFs samhällsengagemang. Koncernens operativa mål är att *konsumentkooperationens insamling av bidrag till Kooperation Utan Gränser och Vi-skogen ska öka med minst 10 procent 2010 och med minst 30 procent 2020 jämfört med 2008 (inflationsjusterat).*



## Bidrag till välgörande ändamål

Kooperation Utan Gränser är en ideell biståndsorganisation som KF grundade redan 1958, innan statligt utvecklingsbistånd existerade. Organisationen arbetar för att invånarna i utvecklingsländer själva ska kunna arbeta sig ur fattigdom, bland annat genom att stödja olika lokala kooperativa initiativ runt om i världen.

Vi-skogen är ett biståndsprogram där småbrukande bönder runt Victoriasjön i Afrika får hjälp att bekämpa fattigdom genom trädplantering och så kallat Agroforestry. Vi-

skogen startades genom ett upprop i Tidningen Vi 1982 och drivs nu av stiftelsen Vi planterar träd, där KF är stiftare och utser styrelse. Förutom att bekämpa fattigdom har Vi-skogens verksamhet indirekt en betydande positiv klimatpåverkan, genom att planteringarna binder koldioxid och förhindrar erosion.

De bidrag som konsumentkooperationen förmedlat till Kooperation Utan Gränser har minskat något under 2009. Minskningen beror framförallt på en minskad försäljning av bärkassar, där en viss del av priset går till Kooperation Utan Gränser, samt minskade föreningsbidrag, på grund av att ett större årligt bidrag förskjutits till 2010. De bidrag som förmedlats till Vi-skogen har däremot ökat med 7 procent, med öknings inom samtliga insamlingskanaler. Sammantaget förmedlar konsumentkooperationen drygt 30 procent av de totala insamlade medlen till de båda organisationerna. Under 2009 har konsumentkooperationen även varit aktiv i insamlingar till Världens Barn och till Rosa Bandet. Under början av 2010 gav konsumentkooperationen också stöd till Röda Korsets hjälpsatser i Haiti genom att skänka en krona för varje såld Änglamarksprodukt under februari månad.

## Sponsring

Som en aktiv medlem i lokalsamhället bidrar KF och dess medlemsorganisationer också med sponsring till utvalda föreningar och projekt. Huvuddelen av sponsringen sker genom konsumentföreningarna som har den naturliga kontakten med de lokalsamhällen där butiksverksamheten finns. Föreningarnas sponsring är vanligtvis koncentrerad till lokal barn- och ungdomsverksamhet, ofta inom idrotten.

KF-koncernens sponsorverksamhet är begränsad. Det största sponsoreven-

### Utmaning:

#### PRAKTIKPLATSER FÖR UNGA UTANFÖR ARBETSMARKNADEN

Den internationella lågkonjunkturen har skapat en ökad arbetslöshet i såväl Sverige som andra länder. Prognoser tyder på att arbetslösheten kommer att ligga kvar på en hög nivå även under de närmaste åren. För grupper med en svag förankring på arbetsmarknaden, som till exempel ungdomar, innebär det risker för ett permanent utanförskap. Olika former av praktikplatser kan vara ett sätt för en person med bristande arbetslivserfarenhet att få in en fot på arbetsmarknaden. Under hösten 2009 inledde därför Arbetsförmedlingen och KF tillsammans en satsning för att arbetslösa ungdomar ska få möjligheten att komma ut på arbetsmarknaden i Göteborgsområdet. Coop ansvarar tillsammans med Konsumentförening Väst för praktikplatser i butiker och Arbetsförmedlingen i Göteborg står för rekryteringen. En utmaning är att skapa en modell så att denna typ av satsningar på praktik i butik kan utvecklas och bli en strategisk del i hur butikerna arbetar med rekrytering.

manget är Våruset, ett motionslopp med 144 000 kvinnliga deltagare, som äger rum i 17 städer över hela landet. Våruset är exempel på en aktivitet som når många människor i olika åldrar och har fokus på hälsa och miljö. Ambitionen är att utveckla Våruset till ett av världens mest miljövänliga och ekologiskt medvetna motionslopp.

## Språkrör för hållbar utveckling

I linje med KFs vision om att vara det främsta språkröret för hållbar konsumtion, försöker koncernen på olika sätt uppmärksamma och stödja goda initiativ för en hållbar utveckling. Sedan åtta år tillbaka delar Coop ut Änglamarkspriset i syfte att ge uppmärksamhet och



uppmuntran till personer som gör förtjänstfulla insatser för miljön. 2009 års tema var världens fiskarter och vinnare av vinstsumman på 100 000 kronor blev fiskarna Charles och Robert Olsson som aktivt arbetar med att säkra havsmiljön och inspirerar andra att fiska på ett hållbart sätt.

Teskedsorden är en stiftelse som grundades i augusti 2006 av Tidningen Vi. Orden

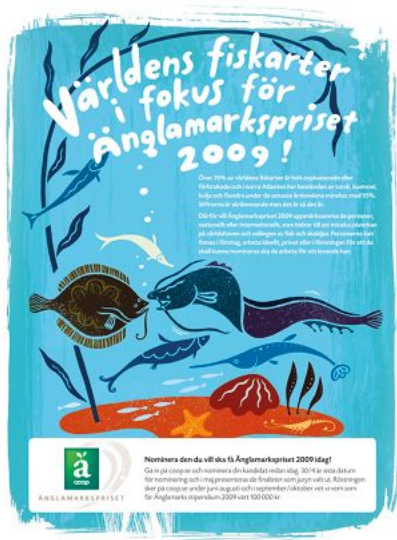
arbetar för tolerans och mot fanatism. Inspirationskälla är författaren Amos Oz och hans bok Hur man botar en fanatiker. Orden delar årligen också ut stipendier till personer som arbetar i Teskedsordens anda. 2009 års stipendier gick till Ungdomsföreningen Vi på filten och musikern Ale Möller. Under 2009 skickades även filmen ZOZO av regissören Josef Fares ut till alla 8:e-klasser i Sverige,

som underlag för diskussioner om tolerans och fanatism.

Under 2009 gick KF in som partner i Göteborgspriset för hållbar utveckling – ett internationellt pris för att uppmärksamma insatser för en hållbar utveckling. Priset delas ut i samverkan mellan Göteborgs Stad och tolv företag. 2009 års pris hade hållbara städer och regioner som tema och prissumman på en miljon kronor delades mellan Anna Kajumulo Tibaijuka, Tanzania, Enrique Peñalosa, Colombia och Sören Hermansen, Danmark.

KF har under året även deltagit aktivt i Världsnaturfondens kampanj Earth Hour och anslutit sig till Svenska Naturskyddsföreningens klimatstafett för ett ambitiöst klimatavtal.

KF är aktiv medlem i styrelsen för Euro Coop och Cooperatives Europe, europeiska samarbetsorgan för konsumentkooperation respektive allkooperation. Genom dessa organ har KF agerat i olika samhällsfrågor på europeisk nivå, inte minst frågor kring mat och klimat. Euro Coop har under året bland annat utvecklat ett ramverk för en samlad redovisning av den europeiska konsumentkooperationens klimatarbete.



#### Bidrag genom konsumentkooperationen, kr

	2009	2008	2007
<b>Kooperation Utan Gränser</b>	<b>13 635 730</b>	14 217 455	14 139 808
Biståndsknappen	3 215 251	3 193 709	2 903 319
Bistånd på köpet	2 116 685	1 862 443	1 522 552
KF medlem	1 565 337	1 542 404	1 518 884
Coop bössor + biståndsscanna	1 566 187	1 480 207	1 285 293
Bärkassar	3 585 986	4 024 787	3 880 306
Ljussförsäljning	187 000	150 000	91 470
Övrigt (föreningsbidrag etc)	1 399 284	1 963 905	2 937 984
<b>Vi-skogen</b>	<b>7 600 774</b>	7 114 878	6 443 402
Biståndsknappen	3 215 251	3 193 709	2 903 319
Bistånd på köpet	2 116 685	1 862 443	1 522 552
KF medlem	1 565 337	1 542 404	1 518 884
Kortförsäljning	218 705	116 030	156 885
Ljussförsäljning	187 000	150 000	91 470
Övrigt (föreningsbidrag etc)	297 796	250 292	250 292
<b>Totalt Kooperation Utan Gränser och Vi-skogen</b>	<b>21 236 504</b>	21 332 333	20 583 210
<b>Världens Barn</b>	<b>330 000</b>	1 560 000	2 400 000
<b>Rosa Bandet</b>	<b>700 000</b>		
<b>Totalt</b>	<b>22 266 504</b>	22 892 333	22 983 210

# GRI INNEHÅLLSFÖRTECKNING



KF rapporterar nivå C enligt GRI:s (Global Reporting Initiative) riktlinjer för redovisning av hållbarhetsarbete, vilket har bekräftats av KPMG. I tabellen nedan anges var i Hållbarhetsredovisningen och Verksamhetsberättelsen 2009 informationen finns. I innehållsförteckningen för GRI återfinns samtliga kärnindikatorer samt de tilläggsindikatorer som KF bedömt vara relevanta för sin verksamhet med utgångspunkt i företags viktigaste hållbarhetsfrågor.

	GC	GRI	
<b>1. STRATEGI OCH ANALYS</b>			
1.1 Kommentarer från vd		6–7	■ ■ ■
1.2 Beskrivning av påverkan, risker och möjligheter		36–38	■ ■ ■
<b>2. ORGANISATIONEN</b>			
2.1 Organisationens namn		70	■ ■ ■
2.2 Huvudsakliga varumärken, produkter och tjänster		2–3	■ ■ ■
2.3 Organisationsstruktur		2–3	■ ■ ■
2.4 Huvudkontorets lokalisering		70, 111	■ ■ ■
2.5 Länder där organisationen är verksam		70–73	■ ■ ■
2.6 Ägarstruktur och bolagsform		2, 60	■ ■ ■
2.7 Marknader		11, 15, 22–31	■ ■ ■
2.8 Bolagets storlek		2–3, 5	■ ■ ■
2.9 Större förändringar under redovisningsperioden		4–5	■ ■ ■
2.10 Erhållna utmärkelser under räkenskapsåret		34	■ ■ ■
<b>3. REDOVISNINGSPARAMETRAR</b>			
<b>Redovisningsprofil</b>			
3.1 Redovisningsperiod		33	■ ■ ■
3.2 Senaste redovisningen		33	■ ■ ■
3.3 Redovisningscykel		33	■ ■ ■
3.4 Kontaktperson för rapporten		33	■ ■ ■
<b>Redovisningens omfattning och avgränsningar</b>			
3.5 Process för att definiera redovisningens innehåll		33–34, 38–39	■ ■ ■
3.6 Redovisningens avgränsningar		33	■ ■ ■
3.7 Begränsningar av omfattningen eller avgränsningen		33	■ ■ ■
3.8 Redovisningsprinciper för samägda bolag, dotterbolag, osv.		33	■ ■ ■
3.9 Mätmetoder och beräkningsgrunder		33	■ ■ ■
3.10 Förklaring till korrigeringar från tidigare rapporter		33, 47	■ ■ ■
3.11 Väsentliga förändringar i omfattning, avgränsning eller mätmetoder jämfört med tidigare års redovisningar		12, 33	■ ■ ■
<b>Granskning</b>			
3.12 GRI-tabell		56–57	■ ■ ■
3.13 Policy och praxis för extern granskning			■ ■ ■

Förklaring grad av rapportering:

- ■ ■ Helt redovisad
- ■ ■ Delvis redovisad
- ■ ■ Ej redovisad

Som medlem i FN:s Global Compact (GC) åtar sig KF att årligen rapportera aktiviteter och resultat för hur arbetet fortskrider inom de tio principerna för mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och kamp mot korruption. KF använder sig av hållbarhetsredovisningen för denna avrapportering. Aktiviteter relaterade till de tio principerna i Global Compact rapporteras nedan genom GRI-indikatorerna.

	GC	GRI	
<b>4. STYRNING, ÅTAGANDEN OCH ENGAGEMANG</b>			
<b>Styrning</b>			
4.1 Styrningsstruktur		60–64	■ ■ ■
4.2 Styrelseordförandens roll		63	■ ■ ■
4.3 Oberoende eller icke-verkställande styrelseledamöter		63	■ ■ ■
4.4 Möjligheter att lämna förslag etc till styrelsen		48–49, 61–62	■ ■ ■
4.5 Ersättning till ledande befattningshavare			■ ■ ■
4.6 Undvikande av intressekonflikter i styrelsen			■ ■ ■
4.7 Process för krav på styrelseledamöternas kvalifikationer			■ ■ ■
4.8 Mission, värderingar, uppförandekod		8, 36	■ ■ ■
4.9 Styrelsens övervakning av hållbarhetsarbetet			■ ■ ■
4.10 Utvärdering av styrelsearbetet			■ ■ ■
<b>Engagemang i externa projekt</b>			
4.11 Försiktighetsprincipens tillämpning		38, 45–46	■ ■ ■
4.12 Externa stadgor, principer och initiativ		36	■ ■ ■
4.13 Medlemskap i organisationer			■ ■ ■
<b>Intressentengagemang</b>			
4.14 Intressentgrupper		38–39	■ ■ ■
4.15 Identifiering och urval av intressenter		38–39	■ ■ ■
4.16 Metoder för samarbete med intressenter		38–39	■ ■ ■
4.17 Viktiga frågor som framkommit i dialog med intressenter		39	■ ■ ■
<b>5. EKONOMISKA INDIKATORER</b>			
<b>Ekonomiska resultat</b>			
EC1. Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde			■ ■ ■
EC2. Finansiell påverkan, risker och möjligheter, hänförliga till klimatförändringen.			■ ■ ■
EC3. Omfattningen av organisationens förmånsbestämda åtaganden.		64, 98	■ ■ ■
EC4. Väsentligt finansiellt stöd från det allmänna.			■ ■ ■
<b>Marknadsnärvaro</b>			
EC6. Policy och praxis, samt andelen utgifter till lokala leverantörer		46	■ ■ ■
EC7. Rutiner för lokalanställning av personal och ledande befattningshavare.			■ ■ ■



	GC	GRI	
<b>Indirekt ekonomisk påverkan</b>			
EC8. Investeringar i infrastruktur och tjänster för allmänhetens nytta			■ ■ ■
EC9. Beskrivning av betydande indirekta ekonomiska effekter, inklusive effekternas omfattning.		46	■ ■ ■
<b>6. MILJÖINDIKATORER</b>			
<b>Material</b>			
EN1. Materialanvändning i vikt eller volym.			■ ■ ■
EN2. Återvunnet material i procent av materialanvändning.			■ ■ ■
<b>Energi</b>			
EN3. Direkt energianvändning per primär energikälla.		42–43	■ ■ ■
EN4. Indirekt energianvändning per primär energikälla.	8	41–42	■ ■ ■
EN5. Energibesparingar genom sparande och effektivitetsförbättringar.	8	42–43	■ ■ ■
<b>Vatten</b>			
EN8. Total vattenanvändning per källa.			■ ■ ■
<b>Biologisk mångfald</b>			
EN11. Läge och storlek av nyttjad mark, i eller intill skyddade områden eller områden med högt biologiskt mångfaldsvärde.			■ ■ ■
EN12. Väsentlig påverkan på den biologiska mångfalden i skyddade områden, eller områden med hög biodiversitet.			■ ■ ■
EN14. Strategier, pågående åtgärder och planer framåt för att hantera biologiska mångfalden.	8	47	■ ■ ■
<b>Utsläpp till luft och vatten samt avfall</b>			
EN16. Totala direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt.	8	40–41	■ ■ ■
EN17. Andra relevanta indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt.	8	43	■ ■ ■
EN18. Initiativ för att minska utsläpp av växthusgaser, samt resultat.	8,9	40–43,52	■ ■ ■
EN19. Utsläpp av ozonnedbrytande ämnen, i vikt.			■ ■ ■
EN20. NO, SO samt andra väsentliga luftföroreningar, i vikt per typ.			■ ■ ■
EN21. Totalt utsläpp till vatten, i kvalitet och recipient.			■ ■ ■
EN22. Total avfallsvikt, per typ och hanteringsmetod.	8	44	■ ■ ■
EN23. Totalt antal samt volym av väsentligt spill.			■ ■ ■
<b>Produkter och tjänster</b>			
EN26. Åtgärder för att minska miljöpåverkan från produkter, samt resultat.			■ ■ ■
EN27. Procent av sålda produkter och förpackningar som återinsamlas, per kategori.			■ ■ ■
<b>Efterlevnad</b>			
EN28. Summan av betydande böter/ och sanktioner p.g.a brott mot reglering.			■ ■ ■
<b>Transport</b>			
EN29. Väsentlig miljöpåverkan genom transport av produkter, varor och material som används i verksamheten, inklusive transport av arbetskraft.	8	40–43	■ ■ ■
<b>7. SOCIALA INDIKATORER</b>			
<b>Anställningsförhållanden och arbetsvillkor</b>			
LA1. Total personalstyrka, uppdelad på anställningsform och region.		50–51, 106	■ ■ ■
LA2. Totalt antal anställda och personalomsättning, per åldersgrupp, kön och region.			■ ■ ■

	GC	GRI	
LA4. Procent av personalstyrkan som omfattas av kollektivavtal.	1,3	50	■ ■ ■
LA5. Minsta varseltid angående förändringar i verksamheten, och huruvida detta är specificerat i kollektivavtal.			■ ■ ■
LA7. Omfattningen av skador och frånvaro samt totala antalet arbetsrelaterade dödsolyckor per region.	1	51	■ ■ ■
LA8. Utbildning och förebyggande åtgärder och riskhanteringsprogram för att bistå beträffande allvarliga sjukdomar.			■ ■ ■
LA10. Genomsnittligt antal tränings- och utbildningstimmar per anställd och år, fördelat på personalkategorier.			■ ■ ■
LA13. Sammansättning av styrelse och ledning nedbruten på mångfaldsindikatorer.		51,66–68, 106	■ ■ ■
LA14. Löneskillnad i procent mellan män och kvinnor per anställningskategori.			■ ■ ■
<b>Mänskliga rättigheter</b>			
HR1. Andel och antal investeringsbeslut som inkluderar krav eller som har granskats gällande mänskliga rättigheter.	1-6	53	■ ■ ■
HR2. Andel av betydande leverantörer som granskats för efterlevnad av mänskliga rättigheter, samt åtgärder.	1-6	52–53	■ ■ ■
HR4. Antal fall av diskriminering, samt vidtagna åtgärder.			■ ■ ■
HR5. Verksamheter där föreningsfriheten och rätten till kollektivavtal kan vara hotade och åtgärder som vidtagits.	1-3	52	■ ■ ■
HR6. Verksamheter där det finns risk för fall av barnarbete och åtgärder som vidtagits.	1-2,5	52–53	■ ■ ■
HR7. Verksamheter där det finns risk för tvångsarbete och obligatoriskt arbete, och åtgärder som vidtagits.	1-2,4	52–53	■ ■ ■
<b>Samhälle</b>			
SO1. Rutiner som utvärderar verksamhetens påverkan på samhällen, inklusive inträde, verksamhet och utträde.			■ ■ ■
SO2. Andel och antal affärsenheter som analyserats avseende risk för korruption.			■ ■ ■
SO3. Andel anställda som utbildats i organisationens policyer och rutiner mot korruption.			■ ■ ■
SO4. Åtgärder som vidtagits på grund av korruptionsincidenter.			■ ■ ■
SO5. Politiska ställningstaganden och delaktighet i politiska beslutsprocesser och lobbying.		55	■ ■ ■
SO8. Betydande böter och sanktioner för brott mot gällande lagar och bestämmelser.			■ ■ ■
<b>Produktsansvar</b>			
PR1. Faser i livscykeln då produkters och tjänsters påverkan på hälsa och säkerhet utvärderas i förbättringssyfte.			■ ■ ■
PR2. Antal fall där regler och frivilliga koder gällande hälso- och säkerhetspåverkan från produkter och tjänster under deras livscykel inte efterlevs.		52	■ ■ ■
PR3. Produkt- och tjänsteinformation som krävs enligt rutinerna, samt andel av produkter och tjänster som berörs.		45–47	■ ■ ■
PR5. Rutiner för kundnöjdhet, inklusive resultat från kundundersökningar.		48	■ ■ ■
PR6. Program för efterlevnad av lagar, standarder och frivilliga koder för marknadskommunikation.			■ ■ ■
PR9. Betydande böter för brott mot gällande lagar och regler gällande tillhandahållandet och användningen av produkter och tjänster.			■ ■ ■



## Nya former för inflytande och samverkan

» Varje dag görs insatser för att möta medlemmarnas efterfrågan. Föreningsstämmor, medlemspaneler, butiksråd och dagliga möten i butik ger medlemmarna möjlighet att påverka och ger KF möjlighet att erbjuda medlemmarna vad de vill ha. «

# ORDFÖRANDE HAR ORDET

Det gångna året präglades av effektiviseringar och samordning inom alla verksamhetsområden. Det är särskilt glädjande att konstatera att vi samtidigt har haft förmågan att blicka framåt och därmed öka medlemsnyttan.

De åtgärder som vidtogs inom inköp, logistik och marknadsföring var nödvändiga, inte bara för KF och Coop utan för hela konsumentkooperationen. Därför är det viktigt att förändringar sker i dialog med föreningarna.

Även om det sagts förr så är det viktigt att poängtera att förändring är en ständigt pågående process. Det som skedde under 2009 lade grunden för en effektiv verksamhet som kontinuerligt kan utvecklas i framtiden.

## Hållbar utveckling

Under året fyllde KF 110 år. Uppdraget när vi startade var ekonomisk nytta för medlemmarna. Det är fortfarande huvuduppdraget, men kombinerat, sedan många år, med att vi och medlemmarna ska verka för hållbar utveckling.

Historiskt har KF och Coop ett stort engagemang för internationellt solidaritetsarbete genom ekonomiskt stöd till Kooperation Utan Gränser och Vi-skogen. Deras arbete är inriktat på fattigdomsbekämpning, samt på att hjälpa bönder och andra lokala producenter i fattiga länder att starta kooperativ för att få bättre betalt för sina varor. Vi-skogens trädplantering är ett ytterligare exempel på KFs mångåriga arbete för hållbar utveckling internationellt. Dess syfte är inte bara fattigdomsbekämpning, utan även att reducera klimatförändringarna.

Intresset och engagemanget är större än nånsin hos våra medlemmar för hållbar utveckling både i Sverige och internationellt. Tre områden är särskilt viktiga för våra medlemmar; ekologisk mat, närproducerat och rättvisemärkt.

Under 2009 hade KF starkt fokus på medlemsnyttan. Allt vi gjorde satte medlemmarna i centrum. Bland annat genomförde vi en stor förändring i vår marknadsföringsstrategi; marknadsföringsaktiviteter ska riktas till medlemmarna.

## Nya medlemmar och nytt engagemang

Under året hade vi en stor tillströmning av nya medlemmar. Av dessa var det en stor andel yngre medlemmar, som är aktiva och engagerade även i sin konsumtion. Detta nya engagemang är glädjande och måste tas tillvara. Det kräver att vi funderar över hur vi utformar vår parlamentariska process och vårt medlemsinflytande. En del föreningar har redan testat olika nya metoder, till exempel har man utsett ambassadörer inom några områden som ekologi, rättvisemärkt och internationell solidaritet.

Vi kan således konstatera att kooperativens idéer och värderingar ligger i tiden, samt att svensk konsumentkooperation är i förändring, en förändring som har stark betydelse för vår möjlighet att leva upp till vårt uppdrag. I detta arbete har medlemmarna och medarbetarna varit mycket viktiga, och de kommer att vara avgörande för vår framtida framgång.



Stockholm den 12 mars 2010

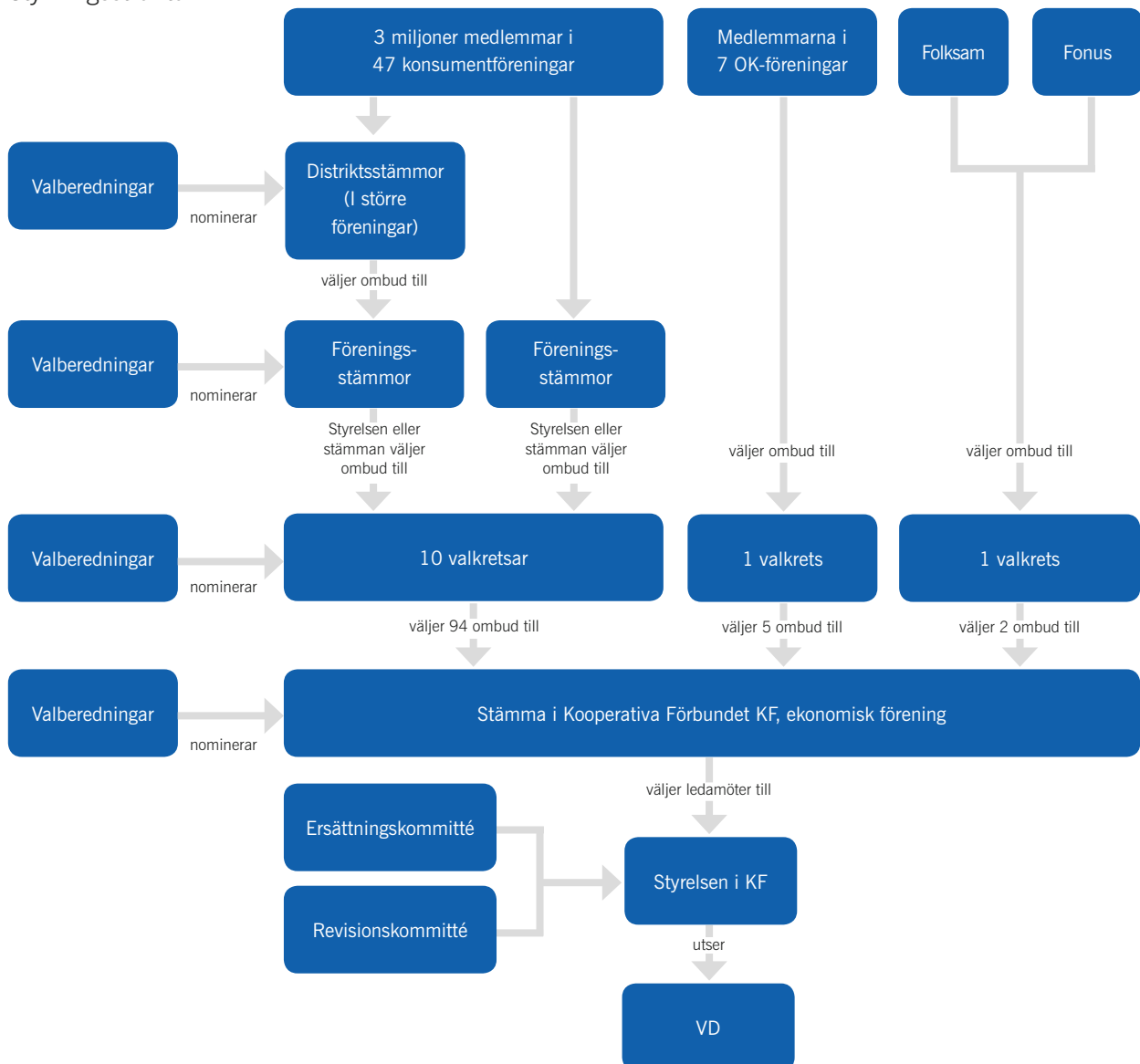
**Nina Jarlbäck**

Styrelsens ordförande

# ÄGARSTYRNING I KF

Verksamheten inom konsumentföreningarna och Kooperativa Förbundet, KF, styrs övergripande av lagen om ekonomiska föreningar. Dessutom tillämpas Svensk kod för bolagsstyrning, enligt ett stämmobeslut 2007. Dessa regler är införlivade i KFs stadgar, som finns på KFs webbplats. Det innebär att KF ägs och styrs av sina medlemmar, via konsumentföreningarna.

## Styrningsstruktur





## Medlemmar

Alla som vill kan bli medlemmar i en konsumentförening. Anmälan kan ske via coop.se eller direkt i en butik. Postnumret till bostaden styr vilken konsumentförening man erbjuds medlemskap i. Medlemmen betalar 100 kronor som insats i den ekonomiska föreningen. I övrigt är medlemskapet avgiftsfritt och den enda ekonomiska risken medlemmen står för är insatsen. Medlemskapet kan inte överlätas eller ärvas. Insatsen återbetalas om medlemmen utträder ur föreningen.

Alla medlemmar får ett MedMera-kort som bekräftar medlemskapet och ger rätt till deltagande i premieprogrammet. Det går även att knyta betal- eller kreditkortsfunktioner till kortet.

Vid slutet av 2009 fanns det 3 194 903 medlemmar i konsumentföreningarna. Medlemmarna utövar sitt inflytande på flera sätt, dels genom medlemspaneler och butiksråd, dels formellt genom föreningarnas stämmor.

## Konsumentföreningar

Det finns 47 konsumentföreningar i Sverige. Av dessa är fem renodlade medlemsfrämjande föreningar. Det innebär att de inte driver egna butiker, utan verksamheten är helt inriktad på att främja medlemmarnas intressen genom ägandet i KF-koncernen, medlemsfrämjande aktiviteter och opinionsbildning. Övriga 42 konsumentföreningar driver egna butiker utöver att agera för medlemmarnas bästa inom KF. Föreningarna är av

skiftande storlek; de största har drygt 600 000 medlemmar, och den minsta cirka 160 medlemmar. Se tabell sidan 65.

De olika föreningarna har själva antagit stadgar, med vissa krav uppfylla för att vara medlemmar i KF. Medlemsinflytandet ser dock ut enligt följande i alla föreningar.

På föreningsstämman beslutar deltagande medlemmar om sedvanliga stämme-frågor såsom fastställande av resultat- och balansräkning, och val av föreningsstyrelse. På föreningsstämman väljs även valberedning inför nästa års stämma.

De större föreningarna är uppdelade i distrikt. Medlemmarna deltar då i distriktsstämmor, och väljer distriktsstyrelse på förslag från distriktens valberedningar. Dessutom väljer distriktsstämman ombud till föreningsstämman, på förslag från valberedningen.

Kallelse till stämman sker olika beroende på föreningens storlek, och det anges i stadgarna: de små föreningarna annonserar oftast enbart i föreningens butiker, de större annonserar oftast i butik och i media. I Stockholm har möjlighet att rösta via internet införts. Konsumentföreningen Väst har trots sin storlek valt att arbeta utan ombuds-förfarande och bjuder därför in samtliga medlemmar till sin stämma.

## Kooperativa Förbundet, KF

Kooperativa Förbundet, KF, samlar hela den konsumentkooperativa rörelsen i Sverige. Föreningar som ansöker om medlemskap i KF måste uppfylla vissa kriterier. Det måste

vara en juridisk person som är partipolitiskt och religiöst obunden och har demokratisk styrning och kontroll. Om det är en förening måste den vara öppen för alla. Företaget eller föreningen måste även ha stabil ekonomi och betryggande konsolidering. Medlemmarna ska erlagga en insats i Kooperativa Förbundet, ekonomisk förening på minst 10 000 kronor. Det är den enda ekonomiska risk medlemsföreningen eller företaget står för.

Utöver de 47 konsumentföreningarna är även Sveriges sju OK-föreningar medlemmar, samt två företag: Folksam och Fonus.

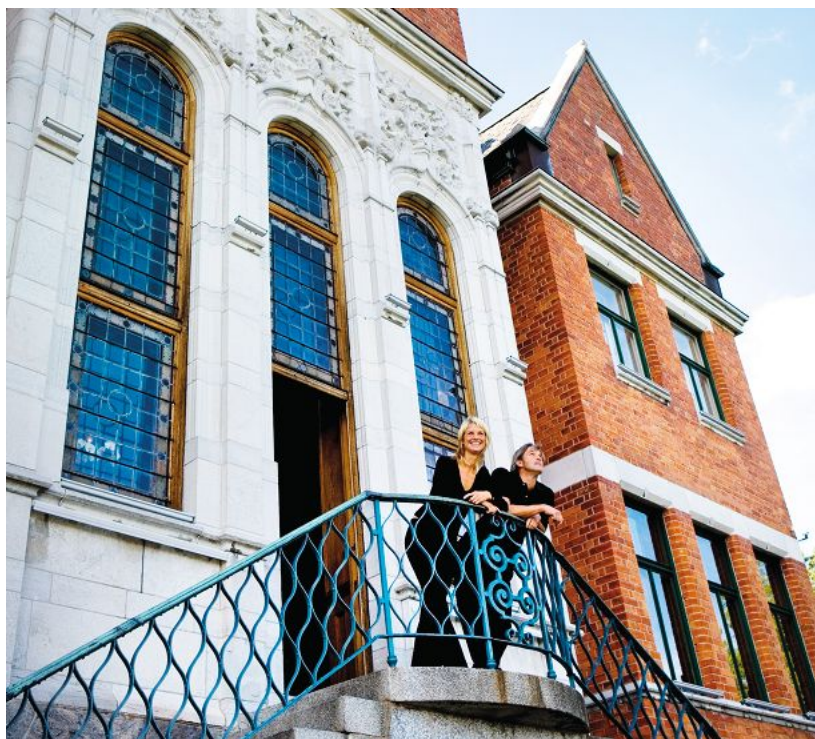
## Valkretsar

På förbundsstämman deltar ombud som representerar olika valkretsar, och som har valts genom ett elektorssystem. I första steget väljer föreningarna ombud till valkretsar. Valkretsen träffas en gång per år, senast sex veckor före KFs ordinarie stämma, enligt stadgarna. Valkretsmötena väljer ombud, för ett år, till förbundsstämman samt väljer ledamöter till valkretsens valberedning. Valkretsarna kan även nominera ledamöter i förbundets valberedning, bland de valda stämmoombuden.

KFs stämma har fastställt valkretsindelningen efter förslag från styrelsen. Styrelsen fastställer antalet ombud per valkrets baserat på föreningarnas storlek.

Till 2009 års stämma var det sammanlagt 12 valkretsar; 10 för de då 48 konsumentföreningarna, en för de sju OK-föreningarna och en gemensam för Folksam och Fonus.





Valkretsarna ska enligt stadgarna utse 101 ombud, varav 94 från de nuvarande 47 konsumentföreningarna och sju från övriga medlemmarna. Under 2009 var dessa sju uppdelade på fem från OK-föreningarna och två från Folksam och Fonus.

### Förbundets valberedning

KFs valberedning ska bestå av fem ledamöter. Förbundsstämman väljer valberedning på förslag från styrelsen till och med nästa ordinarie stämma. Stämman utser även valberedningens ordförande och vice ordförande bland de valda ledamöterna. Valkrets-mötena kan, såsom nämnts ovan, nominera ledamöter till förbundets valberedning.

Den ordinarie förbundsstämman 2009 valde följande valberedning:

Ordförande: Ulla Hultén, Göteborg  
Vice ordförande: Bo Kärreskog, Gislaved  
Lars Ericsson, Stockholm  
Sune Grahn, Vilhelmina  
Kent Ryberg, Västerås

KFs stämma fastlade instruktion för valberedningen. Valberedningens uppgift är att till förbundsstämman lämna förslag på:

- val av stämмоordförande och vissa stäm-mofunktionärer,
- antal styrelseledamöter, lägst sju och högst elva, samt föreslå ordförande och ledamöter till styrelsen. Valberedningen ska sträva efter att styrelsen får en lämplig sammansättning med hänsyn till kompetens, mångfald, ålder och kön,
- val av revisorer och ersättare,
- arvoden och andra ersättningar som ska utgå till stämmans ordförande, stämmoom-bud, styrelsens ordförande och ledamöter i styrelsen, revisorer samt ledamöter i valbe-redningen. Valberedningen ska också föreslå stämman fördelningen av arvode mellan ord-föranden å ena sidan och styrelsen i övrigt.

Valberedningen ska på stämman presen-tera och motivera sina förslag, och särskild motivering ska ges om ingen förnyelse av styrelsen föreslås. Valberedningen ska också lämna en redogörelse för hur dess arbete har bedrivits.

Som underlag för sina förslag ska valbered-ningen bedöma i vilken grad den nuvarande styrelsen uppfyller de krav som kommer att ställas på styrelsen samt fastställa krav-profiler för nya ledamöter om nyrekrytering är nödvändig. Valberedningen ska även genomföra en systematisk procedur för att söka kandidater till de styrelseposter som ska fyllas, varvid förslag som inkommit från medlemmarna ska beaktas.

Valberedningens förslag presenteras i kallelsen till stämman och på KFs hemsida.

### VALBEREDNINGENS ARBETE INFÖR STÄMMAN 2009

Valberedningen sammanträdde vid sex till-fällen under 2009. Mellan mötena hade ledamöterna kontakt per telefon och e-post. Valberedningen träffade styrelsens ordfö-rande och diskuterade styrelsearbetet. Val-beredningen tog del av den styrelseutvärde-ring styrelsen gjort för att analysera och för-bättra sitt arbete.

Samtliga medlemmar (föreningarna) i KF uppmanades under hösten 2008 att inkomma med förslag på lämpliga styrelsele-damöter och revisorer. Valberedningen gjorde även en genomlysning av arvodesfrågorna.

### Förbundsstämman

KFs ordinarie stämma ska enligt stadgarna hållas senast den 15 maj. Kallelse till stäm-man sker med brev till ombuden tidigast fyra veckor och senast två veckor före stäm-man. Medlemmarna i KF kan begära att ett visst ärende ska tas upp vid kommande ordinarie stämma genom en skriftlig motion till styrelsen senast den 15 januari.

Vid stämman har varje ombud en röst. Omröstning sker öppet. Val av ledamöter kan ske med sluten omröstning om någon begär det.

Stämman beslutar om sedvanliga stämмо-frågor såsom fastställande av resultat- och balansräkning samt väljer valberedning, sty-relse, styrelseordförande och revisorer. Dess-utom fastställer stämman valberedningens förslag till arvoden och ersättning för förtroen-devalda i KF ekonomisk förening, samt god-känner principer för ersättning till ledningen.

Den ordinarie stämman 2009 hölls den 21 april på Vår Gård i Saltsjöbaden utanför Stockholm. Utöver stadseenliga punkter tillkom inga motioner eller särskilda frågor. Stämman antog valberedningens förslag till styrelse enligt följande:

Omval av:

- Nina Jarlbäck, ordförande
- Sune Dahlqvist
- Hans Eklund
- Glenn Ericsson
- Maj-Britt Johansson Lindfors
- Ingrid Karlsson
- Göran Lindblå
- Anders Stake

samt nyval av:

- Karl-Petter Thorwaldsson

Mats Lundqvist avgick ur styrelsen i samband med stämman.

### Styrelsen

KFs styrelse består av lägst sju och högst elva ledamöter, valda för ett år vid KFs ordinarie stämma. Samtliga ledamöter representerar ägargruppen. Handelsanställdas Förbund utser därutöver tre arbetstagarrepresentanter. KFs vd ingår inte i styrelsen.

Styrelsen fastställer årligen arbetsordning och sammanträdesplan. Dessutom utser styrelsen vd och fastställer årligen instruktion till denne. Därutöver behandlar styrelsen ärenden av principiell art eller med stor ekonomisk betydelse.

Styrelsen är beslutsför då samtliga ledamöter är kallade och fler än hälften är närvarande. Giltiga beslut kräver godkännande av minst hälften av totala antalet styrelsemedlemmar. Styrelsenärvaron är mycket god.

Vid varje styrelsemöte behandlar styrelsen ett antal fasta punkter, samt relevanta aktuella frågor. De fasta agendapunkterna är:

- Aktuell vd-information
- Omvärldsanalys, dels på makroekonomisk nivå, dels specifikt om detaljhandelsbranschen och andra områden som berör koncernen, till exempel allmänna konsumenttrender
- Redogörelse för verksamheten och löpande ekonomisk rapportering från koncernen och dotterbolagen
- Beslut om investeringar över 50 mkr
- Anmälan av investeringar mellan 15 mkr och 50 mkr
- Förbundsfrågor – verksamheten i föreningarna samt beslut som rör KF som förbund

Styrelsen inbjuder årligen medlemsföreningar till diskussioner i viktiga eller angelägna frågor.

### UTSKOTT

Enligt styrelsen arbetsordning ska det finnas ett ersättningsutskott och ett revisionsutskott.

Styrelsen ska utse ett ersättningsutskott som ska bereda förslag till principer för vd och verkställande ledningens villkor samt lämna förslag i frågor om lön, andra ersättningsförmåner och övriga anställningsvillkor för föreningens verkställande direktör.

Ersättningsutskottets ledamöter utses inom styrelsen. Under 2009 bestod utskottet av Nina Jarlbäck, Göran Lindblå och Maj-Britt Johansson Lindfors. Under året har ersättningsutskottet haft två möten.

Styrelsen ska utse ett revisionsutskott bestående av föreningens förtroendevalda revisorer i syfte att stärka den interna kontrollen och minska riskerna för felaktigheter i redovisningen. Revisionsutskottet fastställer inom sig formerna för sitt arbete. Utskottet ska minst en gång årligen lämna en skriftlig rapport till styrelsen.

Under 2009 bestod revisionsutskottet av Bertil Hammarstedt och Birgitta Lönegård. Revisionsutskottet hade fyra möten.

### Styrelsemöten och närvaro 2009

	29/1	6/3	23/3	20/4	21/4	4/5	5/6	6/7	20/8	23/10	10/12
Nina Jarlbäck, ordf	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Göran Lindblå, v ordf	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Maj-Britt Johansson Lindfors, v ordf	✓	–	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sune Dahlqvist	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Hans Eklund	✓	✓	✓	✓	✓	✓	–	✓	✓	✓	✓
Glenn Ericsson	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Ingrid Karlsson	✓	–	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mats Lundquist <sup>1)</sup>	✓	✓	–	✓							
Anders Stake	✓	✓	–	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Karl-Petter Thorwaldsson <sup>2)</sup>					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Arbetstagarrepresentanter, Handels											
Rose-Marie Borgström	✓	–	✓	✓	✓	–	✓	✓	✓	–	✓
Jeanette Franzén <sup>3)</sup>	✓	✓	✓	✓	✓	–	✓	✓	✓	✓	✓
Per Ribacke, suppleant	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	–	✓	✓	✓

<sup>1)</sup> Avgick vid stämman 21 april 2009.

<sup>2)</sup> Invald vid stämman 21 april 2009.

<sup>3)</sup> Avgick vid årsskiftet 2009/10.

## STYRELSENS ARBETE UNDER 2009

Under året hade styrelsen elva sammanträden. Utöver de fasta agendapunkterna låg fokus på förändringsprogrammet och en ny koncernstrategi som låg till grund för affärsplanen som antogs i december. Inom ramen för förbättringsprogrammet var kostnadsminskningarna en återkommande punkt, liksom personalminskningar. Beslut om en ny logistiklösning och avtalet med Green Cargo diskuterades vid flera möten och beslut togs i etapper vid olika möten. Hur koncernen ska agera i lågkonjunkturen och finanskrisen var också återkommande punkter. Andra viktiga frågor var:

- Inrättande av affärsområdet Dagligvarugruppen
- Verksamhetsstyrning/ny hållbarhetspolicy
- Förändringar samt om- och tillbyggnad av Coop Forum-stormarknader
- Apoteksreformen och Kronans Droghandel
- Förändringar i Norstedts och Akademi-bokhandeln

## Revisorer

Stämman ska enligt KFs stadgar utse registrerat revisionsbolag för två år samt två förtroendevalda revisorer och en ersättare för ett år.

Stämman 2008 valde KPMG AB som revisionsbolag för två år, med Per Bergman som huvudansvarig. Som förtroendevalda revisorer valde stämman 2009 Bertil Hammarstedt och Birgitta Lönegård samt som ersättare Björn Johansson, för ett år.

## KF-koncernen

Kooperativa Förbundet, ekonomisk förening utgör moderbolag i KF-koncernen. Samtliga dotterbolag till detta är aktiebolag. Styrelsen i förbundet/moderbolaget är således även styrelse i koncernen.

## Principer för ersättning

Ersättning och andra anställningsvillkor för KFs verkställande direktör och koncernledning ska vara i överensstämmelse med följande principer som beslutats av KF-stämman. Principerna är också styrande för affärsledning och samtliga dotterbolags led-

ningsgrupper och är normerande för övriga chefer i koncernen.

## LÖNESÄTTNING

Lönesättningen ska vara konkurrenskraftig och medverka till att verksamheten bedrivs effektivt och rationellt. Koncernen ska dock inte vara löneledande i branschen eller i sin storleksklass.

Lönespridningen bland cheferna inom KF ska återspegla befattning, ansvar, kompetens, prestation och erfarenhet. Lönebildningen ska vara differentierad, individuell och stämma väl överens med KFs och respektive verksamhets övergripande mål.

Huvudprincipen är fast ersättning, vilket gäller för vd, chefer för koncernstaber samt övriga ledande befattningshavare i KF ekonomisk förening.

I syfte att stimulera till ökad prestation kring en affärsidé eller affärsområde ges möjlighet för rörelsedrivande verksamheter med lönsamhetsansvar inom KF-koncernen att utgå resultatbaserad lön i begränsad omfattning. Beslut om införande samt kriterier för resultatbaserad lön fattas av respektive bolags styrelse eller i koncernens ersättningskommitté.

## PENSION

För vd eller jämförbara befattningar gäller att tjänstepensionen ska vara premiebaserad och endast grundas på den fasta lönen exklusive förmåner, med en maximal avsättning på 35 procent av avtalad lön. Pensionsåtagandet ska omfatta ålders-, familje- och sjukpension.

Hänsyn ska tas till ålder och beräknad intjänandetid, samt i rimlig omfattning till vad som utgör marknadsmässig premie. Premier för pension som bestäms idag i nytecknade avtal till anställda på motsvarande nivå i kooperativa företag ska särskilt beaktas.

För övriga cheftjänstemän gäller att den enskilde chefen tillförsäkras, förutom lagfästa försäkrings- och pensionsförmåner, vid varje tidpunkt mellan KFO och PTK, avtalsfästa pensions- och försäkringsförmåner. Pensionsålder är 65 år och underlag för

pensionen är pensionsgrundande lön enligt KTP-planen upp till 30 basbelopp.

## UPPSÄGNING OCH AVGÅNGSVEDERLAG

Vid uppsägning från arbetstagarens sida gäller en uppsägningstid om högst 6 månader. Anställningen kan sägas upp av arbetsgivaren med 6 månaders uppsägningstid. Avgångsvederlag kan utgå med maximalt 12 månadslöner. Avgångsvederlaget utbetalas månadsvis och ny lön från annan anställning eller ersättning från eget företag avräknas.

Uppsägningstid och omfattning av avgångsvederlag kan sammanlagt aldrig överstiga tiden fram till pension. Arbetsgivaren äger rätt att med omedelbar verkan häva avtal om befattningsinnehavaren grovt åsidosatt sina åligganden i befattningen och därvid utgår varken lön under uppsägnings-tid eller avgångsersättning.

## Internrevision

Enligt styrelsens instruktion ska styrelsen årligen fastställa en revisionsplan för internrevisionen. Revisionsplanen bygger på internrevisionens egen riskbedömning och på information om risker som inhämtats från nyckelpersoner inom koncernledningen och inom de större företagen i koncernen. Inom ramen för revisionsplanen genomförs granskningar med fokus på de risker som bedömts som väsentliga inom respektive företag.



# KONSUMENTFÖRENINGAR

Konsumentföreningar		Antal medlemmar
1. Stockholm, Ktf <sup>*)</sup>	STOCKHOLM	620 662
2. Svea, Ktf <sup>*)</sup>	UPPSALA	606 134
3. Väst, Kooperativa Ktf <sup>*)</sup>	GÖTEBORG	356 155
4. Solidar, Ktf <sup>*)</sup>	MALMÖ	345 601
5. Nord, Konsum	UMEÅ	263 329
6. Göta, Ktf	VÄXJÖ	206 076
7. Värmland, Ktf	KARLSTAD	137 984
8. Kristianstad-Blekinge, Ktf	KRISTIANSTAD	127 422
9. Gävleborg, Ktf	GÄVLE	106 211
10. Norrbotten, Konsum	LULEÅ	91 278
11. Bohuslän-Älvsborg, Ktf	UDDEVALLA	89 635
12. Norrort, Konsum <sup>*)</sup>	UPPLANDS VÄSBY	65 251
13. Oskarshamn, Ktf	OSKARSHAMN	29 768
14. Gotland, Ktf	VISBY	28 719
15. Malmfälten, Ktf	GÄLLIVARE	28 521
16. Norra Östergötland, Kf	FINSPÅNG	23 394
17. Karlshamns Ktf	KARLSHAMN	11 710
18. Varbergs Ktf	VARBERG	9 838
19. Mellersta Nissadalens Ktf	HYLTEBRUK	4 853
20. Tabergsdalens Ktf	NORRAHAMMAR	4 667
21. Norra Dalarna Ktf	ÄLVDALEN	3 938
22. Färingsö, Ktf	STENHAMRA	3 434
23. Veberöds Kf	VEBERÖD	2 901
24. Mellersta Dals Kf	MELLERUD	2 875
25. Mörrum, Ktf	MÖRRUM	2 777
26. Dalsjöfors Ktf	DALSJÖFORS	2 377
27. Bjursås, Ktf	BJURSÅS	1 896
28. Långsele Kf	LÅNGSELE	1 805
29. Forsbacka, Kf	FORSBACKA	1 548
30. Lönsboda Kp hf	LÖNSBODA	1 344
31. Lenhovda Kf	LENHOVDA	1 315
32. Orrefors m o, Kf	ÄLGHULT	1 268
33. Knäred m o, Kf	KNÄRED	1 232
34. Svängsta konsumentförening	SVÄNGSTA	1 185
35. Frillesås, Ktf	FRILLESÅS	1 134
36. Getinge Kp hf	GETINGE	1 043
37. Kågeröds Hf	KÅGERÖD	972
38. Sollerö Ktf	SOLLERÖ	883
39. Möja Kf	MÖJA	685
40. Morups Hf	GLOMMEN	664
41. Hajoms koop handelsförening	HAJOM	495
42. Fågelmara Ktf	FÅGELMARA	478
43. Styrö Kf	STYRSÖ	442
44. Åmots Kp hf	ÅMOTSBRUK	355
45. Klippan, Koop handelsförening	BOHUS-MALMÖN	292
46. Sörsjöns koop handelsförening	ÄLVDALEN	197
47. Centrum, Handelsföreningen	KÄLLÖ-KNIPPLA	160
<b>Totalt 47 föreningar</b>		<b>3 194 903</b>

<sup>\*)</sup> Medlemsfrämjande föreningar, driver inga egna butiker.



# STYRELSE



**Nina Jarlbäck**, f. 1946

Ordförande i KFs styrelse sedan 2002, styrelseledamot sedan 1995. Styrelseordförande i Konsumentföreningen Svea, styrelseordförande i Folksam Liv, Vi-skogen och Kooperation Utan Gränser samt styrelseledamot i Riksbyggen. Tidigare kommunalråd och ledamot av statliga styrelser.



**Maj-Britt Johansson Lindfors**, f. 1950

Vice ordförande sedan 2008. Styrelseledamot sedan 2006. Styrelseordförande i Konsum Nord. Ekonomie doktor med fokus på strategisk utveckling och förändring. Chef för Ledarskapsakademin vid Handelshögskolan i Umeå. Styrelseledamot i Nordiska Centret vid Fudan University, Shanghai.



**Göran Lindblå**, f. 1954

Vice ordförande i KFs styrelse sedan 2007, styrelseledamot sedan 1999. Vd och koncernchef i OK ekonomisk förening. Journalist. Arbetande styrelseordförande i OKQ8 AB, styrelseordförande KFO och vice ordförande Folksam Sak.



**Sune Dahlqvist**, f. 1948

Styrelseledamot sedan 2006. Styrelseordförande i Konsumentföreningen Stockholm. Förhandlingskonsult Hyresgästföreningen Region Stockholm (förhandlingschef 1996–2005). Styrelseledamot Folksam Liv.



**Hans Eklund**, f. 1954

Styrelseledamot sedan 1997. Vice styrelseordförande i Konsumentföreningen Svea. Juris doktor. Universitetslektor och studierektor vid Juridiska Institutionen, Uppsala universitet. Lekmannarevisor i Folksam och KP Pension & Försäkring.



**Glenn Ericsson**, f. 1952

Styrelseledamot sedan 2008. Vd i Kristianstad-Blekinge Konsumentförening. Tidigare vd i Koop Sydöst, chef för Obs! i Hässleholm och marknadschef för Luma i Karlskrona. Utbildningar Vår Gård och IFL Företagarutbildning.



**Ingrid Karlsson**, f. 1959

Styrelseledamot sedan 2004. Styrelseledamot i Konsumentföreningen Väst. Städschef SU/Sahlgrenska Göteborg. Lång arbetslivserfarenhet och har gått flera ledarskapsutbildningar samt KFs styrelseutbildning.



**Anders Stake**, f. 1956

Styrelseledamot sedan 2004. Vd i Konsumentföreningen Gävleborg. Ekonom. Styrelseledamot i Kooperationens Förhandlingsorganisation KFO.



**Karl-Petter Thorwaldsson**, f. 1964

Styrelseledamot sedan april 2009. Ordförande i ABF. Styrelseledamot i Konsumentföreningen Stockholm sedan 2006. Tjänstledig ombudsman IF-Metall.



**Rose-Marie Borgström**, f. 1959

Styrelseledamot sedan hösten 2008. Tidigare suppleant från och med hösten 2005. Arbetstagarrepresentant Handelsanställdas förbund. Säljare Coop Konsum Nora.



**Jeanette Franzén**, f. 1972

Styrelseledamot sedan 2007. Arbetstagarrepresentant Handelsanställdas förbund. Handläggare KF Sparkassa. Avgick från styrelsen vid årsskiftet 2009/10.



**Per Ribacke**, f. 1972

Suppleant sedan 2008. Arbetstagarrepresentant Handelsanställdas förbund. Styrelseledamot Cikab, lagerarbetare Coops terminal i Växjö.

# KONCERNLEDNING



**Lars Idermark, f. 1957**

Vd och koncernchef  
Anställd i KF sedan 2005. MBA Business Administration från Uppsala universitet. Tidigare vd och koncernchef LRF Holding AB, vice vd Föreningsbanken, ställföreträdande vd och koncernchef FöreningsSparbanken, vice vd Capio samt vd Andra AP-fonden.



**Johnny Capor, f. 1966**

Ekonomi- och finansdirektör  
Anställd i KF sedan 2006. MBA Corporate Finance, BSc Innovation Engineering & Economics. Tidigare Price Waterhouse Corporate Finance, Stockholm och London, vd Possio AB, chef Norden och Corporate finance Libertas Capital i London.



**Kerstin Lager, f. 1966**

Kommunikationsdirektör  
Anställd i KF sedan 2009. Jur kand. Tidigare informationschef Stora Enso Sverige, informationschef Skogsindustrierna, Director Corporate Communication Hill & Knowlton, analyschef Observer.



**Leif Linde, f. 1955**

Förbundsdirektör  
Anställd i KF sedan 2006. Gymnasieutbildning. Tidigare förbundssekreterare i ABF, partisekreterare, generaldirektör Ungdomsstyrelsen samt vd och föreningschef i Konsumentföreningen Svea.



**Marie Wiksborg, f. 1965**

Personal & HR-direktör  
Anställd i KF sedan 2006. Civilekonom. Tidigare Training Manager och Director of Human Resources, Sheraton Hotel & Towers. Chef Affärsstöd KF Fastigheter.





## Lönsamhet genom kostnadseffektivisering och tillväxt

» KF-koncernens resultat förbättrades kraftigt under 2009. Allt förändringsarbete som sker i koncernen är förenklat uttryckt en del av konsumentkooperationens återtåg som en ledande dagligvaruhandelsaktör. «

# FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Styrelsen och verkställande direktören för Kooperativa Förbundet (KF), ekonomisk förening, med säte i Stockholm, får härmed avge följande årsredovisning och koncernredovisning för verksamhetsåret 2009.

## Verksamheten

Kooperativa Förbundet (KF) som är förbund för landets 47 konsumentföreningar med över tre miljoner medlemmar är samtidigt en detaljhandelskoncern med dagligvaruhandel som kärnverksamhet.

KFs verksamhetsidé är att skapa ekonomisk nytta och samtidigt göra det möjligt för medlemmarna att i sin konsumtion bidra till en hållbar utveckling för människor och miljö.

KF-koncernens främsta uppgift är att utveckla den konsumentkooperativa dagligvaruhandeln (kärnverksamheten) och medverka till att medlemmarna i den svenska konsumentkooperationen kan handla bra varor till bra priser i attraktiva butiker. KFs mål för de konsumentkooperativa dagligvarubutikerna är långsiktig lönsamhet, tillväxt och konkurrensförmåga i nivå med marknaden samt att erbjuda tydliga mervärden till medlemmarna.

KF bedriver dagligvaruhandel i Sverige inom butikskedjorna Coop Konsum, Coop Extra, Coop Nära, Coop Forum och Coop Bygg samt butiken Daglivs och internetbaserade Mataffären.se. I koncernens Dagligvarugrupp ingår även en marknadsfunktion samt inköps- och logistikbolag som är gemensamma för hela konsumentkooperationen. I gruppen ingår dessutom MedMera Bank som ger ut och hanterar Coop MedMera-kortet samt ansvarar för Coop MedMeras premieprogram.

Tillsammans med de detaljhandelsdrivande konsumentföreningarna svarar den samlade konsumentkooperationen för 21,5 procent av dagligvarumarknaden för de största aktörerna i Sverige.

KFs övriga verksamheter bedrivs inom

Mediegruppen (Norstedts Förlagsgrupp och Akademibokhandeln inklusive Bokus, samt PAN Vision och Tidningen Vi), Fastighetsgruppen (KF Fastigheter), Investgruppen (KF Invest, Läckby Water Group, Löplabbet samt KF Sparkassa).

Övriga bolag i koncernen är Vår Gård Salt-sjöbaden, KF Gymnasiet, KF Shared Services samt intresseföretaget Kronans Droghandel Retail AB.

## Medlemskapet i konsumentkooperationen

Antalet medlemmar i konsumentkooperationen ökade under 2009 med cirka 2 procent och var vid slutet av året 3 195 000 (3 131 000).

Medlemmarna har under året gjort 140 miljoner premieregistrerade inköp med Coop MedMera-kortet och för dessa erhållit premiepoäng som gett 7,8 miljoner premiecheckar. De utgivna checkarna motsvarade ett värde av 470 miljoner kronor.

Coop MedMera-kortet kan användas i samtliga Coop-butiker. Dessutom kan kortet nyttjas i Akademibokhandeln, Bokus, Löplabbet, OKQ8, Expert, KappAhl, Familjens Jurist och ett antal andra samarbetspartners. Under året har Hertz biluthyrning samt Swebus Express anslutits som nya samarbetspartners. Totalt kan man använda Coop MedMera-kortet i cirka 1 300 butiker och på 800 bensinstationer. Coop MedMera-kortet med VISA-funktion kan användas för att samla poäng över hela världen, där det går att betala med VISA.

## Viktiga händelser under året

- Ett nytt affärsområde, Dagligvarugruppen, etablerades med tre affärsdrivande verksamheter: Coop Butiker och Stormarknader AB, Coop Inköp och Kategori AB, med det helägda dotterbolaget Coop Logistik AB, samt Coop MedMera/Marknad.
- Samtliga butikskedjor har förbättrat sina resultat och är därmed lönsamma.
- Coop presenterade under året en ny

logistiklösning för ökad kvalitet och effektivitet. Bland annat koncentreras logistikverksamheten till tre terminaler – Bro, Västerås och Enköping. Implementering sker under 2009–2011.

- Cooptågen mellan Helsingborg och Stockholm, som utgör en central del i logistiklösningen, togs i full drift under 2009.
- Försäljning av receptfria läkemedel påbörjades i Coops butiker och stormarknader.
- Tillsammans med Oriola-KD bildade KF bolaget Kronans Droghandel Retail AB. Bolaget förvärvade 171 apotek vid den statliga utförsäljningen. KF äger 20 procent av bolaget.
- Kompetensinventeringar av cirka 5 000 medarbetare genomfördes inom Coop Butiker och Stormarknader.

## KF-koncernens försäljning och resultat

### FÖRSÄLJNING

KF-koncernens omsättning ökade med 3,9 procent till 37 209 mkr (35 817). Ökningen beror i huvudsak på en fortsatt stark försäljning inom Dagligvarugruppen, som redovisar en ökning på 4,1 procent.

KFs mediebolag minskade omsättningen under året med totalt 2,9 procent. Övriga bolag inom koncernen redovisade god omsättningstillväxt under 2009 och framförallt bolagen inom Investgruppen som ökade med drygt 18 procent mot 2008<sup>1)</sup>.

### RESULTAT

Koncernens rörelsedrivande verksamheter redovisar ett rörelseresultat om 819 mkr (755) före engångskostnader. Rörelseresultatet för KF-koncernen totalt blev 534 mkr (526) före engångskostnader. Realisationsresultatet från fastighetsförsäljningar redovisades till 85 mkr (432).

Engångskostnaderna i 2009 års resultat redovisades till 400 mkr (146) och är huvudsakligen kostnader för personalminskningar samt omställningar inom Coop Bygg

<sup>1)</sup> Justerat för att Läckby Water Group samt Löplabbet ej ingick inom KF-koncernen under hela kalenderåret 2008.

och Non-food inom Dagligvarugruppen.

Förvaltningsresultatet för Investgruppen förbättrades starkt och uppgick till 283 mkr (–251) som en följd av återhämtningen på de finansiella marknaderna samt en framgångsrik kapitalförvaltning inom KF Invest. KFs resultat efter finansiella poster uppgick till 251 mkr (110).

#### INVESTERINGAR

Totala nettoinvesteringar, exklusive finansiella investeringar, uppgick under perioden till 1 639 mkr (1 110). Investeringarna avsåg i huvudsak investeringar inom Dagligvarugruppen samt inom Fastighetsgruppen.

#### KF ekonomisk förening

I moderföretaget KF ekonomisk förening har under 2009 följande funktioner ingått: Vd, Förbunds- och föreningsstab, Kommunikation, Ekonomi och Finans, HR, Internrevision, Säkerhet, Juridik samt KF Sparkassa.

#### Dagligvarugruppen

Dagligvaruhandeln utgör kärnverksamheten inom KF-koncernen. Coop, som utgör kärnan i Dagligvarugruppen, bedriver dagligvaruhandel i Sverige inom butikskedjorna Coop Konsum, Coop Extra, Coop Nära, Coop Forum och Coop Bygg samt butiken Daglivs och Mataffären.se. I Dagligvarugruppen ingår även en marknadsfunktion samt inköps- och logistikbolag som är gemensamma för hela konsumentkooperationen. I gruppen ingår dessutom MedMera Bank som ger ut och hanterar Coop MedMera-kortet samt ansvarar för Coop MedMeras premieprogram som syftar till att ge medlemmarna olika erbjudanden, rabatter och förmåner.

I Dagligvarugruppen ingår drygt hälften av Sveriges 760 Coop-butiker. Den samlade konsumentkooperationen (Dagligvarugruppen inklusive de butiker som ägs direkt av de detaljhandelsdrivande föreningarna) svarar för 21,5 procent (21,4)

av dagligvarumarknaden i Sverige under 2009.

Det omfattande förbättringsprogram för Dagligvarugruppen som inleddes 2008, med både kostnadsneddragningar, effektiviseringar och investeringar, fortsatte enligt plan att genomföras under hela 2009. Inom ramen för programmet genomfördes investeringar om cirka 714 mkr inom gruppen.

Försäljningen utvecklades väl under året i butiker och stormarknader. 2009 steg försäljningen med 4,1 procent till 32 921 mkr (31 640)<sup>1)</sup>. Rörelseresultatet, före engångskostnader, uppgick till 533 mkr (215). Dagligvarugruppen belastades med 331 mkr (46) för främst personalminskningar som en del av gjorda effektiviseringar.

#### COOP BUTIKER OCH STORMARKNADER

Samtliga butikskedjor har förbättrat sina resultat och är därmed lönsamma. Under året öppnades två nya butiker och en ny stormarknad. 24 butiker och 11 stormarknader renoverades under perioden.

Coop Butiker och Stormarknader genomförde en omfattande kompetensinventering av cirka 5 000 medarbetare. Inventeringen syftade till att tydliggöra kompetenskraven på butiksmedarbetare samt att få en tydlig bild över vilka styrkor respektive utvecklingsbehov som finns kompetensmässigt i organisationen.

Försäljningen av receptfria läkemedel startade i Coops butiker och stormarknader. Försäljningen har gått över förväntan.

Målet att alla Coops butiker och stormarknader ska vara KRAV-märkta uppnåddes.

Försäljningen av ekologiska och miljömärkta livsmedel ökade med 9 procent 2009. Dessa produkters andel av den totala livsmedelsförsäljningen inom Dagligvarugruppen är 6,7 procent, vilket är ungefär dubbelt så högt som branschgenomsnittet för dagligvaruhandeln.

Coops eget varumärke inom ekologisk och miljö, Coop Änglamark, ökade sin

försäljning med 27 procent under 2009.

Under året lanserades ett brett sortiment av Coop Änglamark KRAV-märkt kött i butikerna, liksom en serie Tex Mex-produkter.

Försäljningen av rättvisemärkta livsmedel ökade med 37 procent under året samtidigt som antalet rättvisemärkta produkter ökade med 29 procent.

#### COOP INKÖP OCH KATEGORI

Coop Inköp & Logistik AB delades i två bolag, Coop Inköp och Kategori AB med dotterbolaget Coop Logistik AB.

Med målet att bli branschledande inom svensk dagligvaruhandel har båda bolagen påbörjat en SIQ-diplomering under året. SIQ, Swedish Institute for Quality, är ett systematiskt arbetssätt och ett kvalitetsledningssystem för verksamhetsutveckling. Målet är att diplomeringen ska vara genomförd före utgången av 2010.

#### COOP MEDMERA/MARKNAD

Coops centrala marknadsavdelning har under året samordnats organisatoriskt med MedMera Bank. MedMera Bank har flyttat från KFs kontor vid Slussen i Stockholm till Coop Center i Solna. Kundtjänsterna inom KF och Coop har också samordnats.

Antalet medlemmar som har kopplat en betalfunktion till sitt MedMera-kort har ökat under året. Coop MedMera Visa har haft en tillväxtökning med 70 procent och antalet Visakort är nu uppe i 100 000. Hertz och Swebus Express är nya partners i Coop MedMeras premieprogram. Nu gäller Coop MedMera-kortet i drygt 1 300 butiker och stormarknader. Premieregistreringen har ökat med 5 procent jämfört med föregående år.

Coops ökade medlemsfokus har bland annat resulterat i en ny kommunikationsstrategi. Tydligare och bättre medlemserbjudanden har kommunicerats i framför allt tv.

<sup>1)</sup> MedMera Bank ingår från 2009 i Dagligvarugruppen, 2008 års omsättning är justerat för detta.



## Mediegruppen

Mediegruppen består av Norstedts Förlagsgrupp, Akademibokhandeln med internet-bokhandeln Bokus, Tidningen Vi samt PAN Vision som är Nordens ledande distributör av digital hemunderhållning.

Mediegruppens försäljning minskade med 2,9 procent till 3 278 mkr (3 377) under året. Akademibokhandeln's internet-försäljning inom affärsområdet Bokus samt Tidningen Vi redovisade en positiv omsättningsstillväxt under 2009.

Rörelseresultatet före engångskostnader förbättrades för Mediegruppen och uppgick till 11 mkr (–7), vilket till stora delar beror på ett starkt resultat för PAN Vision. Det är framförallt utvecklingen inom spelsidan som bidragit till det positiva resultatet under 2009.

### AKADEMIBOKHANDELSGRUPPEN OCH BOKUS.COM

Akademibokhandeln bedriver en välsorterad, rikstäckande, integrerad och marknadsledande bokhandel med 62 butiker runtom i Sverige. Bolaget svarar för cirka 40 procent av bokhandelsmarknaden och cirka 20 procent av den totala bokmarknaden i Sverige. Utöver butiksförsäljning bedriver Akademibokhandeln även försäljning av böcker på Internet under varumärket Bokus som är nummer två på den svenska marknaden. Akademibokhandeln är ett av Sveriges starkaste varumärken inom detaljhandeln, det nionde mest kända enligt marknadsundersökningsföretaget GfK:s undersökning. GfK rankar även Bokus som det åttonde starkaste varumärket, enligt definitionen varumärken som stärkt sin ställning. Tillväxten på bokmarknaden avstannade under 2009 och vändes till en minskning på drygt 1 procent i handelsledet. Den tydliga förskjutningen mellan olika försäljningskanaler fortsatte; nätbokhandeln var den enda kanal som växte medan bokklubbar, traditionell bokhandel och varuhus tappade andelar.

Bokus blev under 2009 ett affärsområde inom Akademibokhandeln och huvud-

delen av Bokus verksamhet flyttades till Stockholm. Boksterminaler installerades i samtliga butiker.

Akademibokhandeln etablerade fem nya butiker och avyttrade en butik. Som en följd av den svaga utvecklingen för kurslitteratur avvecklades även fem kurslitteraturbutiker.

### NORSTEDTS FÖRLAGSGRUPP

Norstedts Förlagsgrupp är en av de ledande aktörerna på den svenska marknaden för allmänlitteratur, och har en bred utgivning av skönlitteratur, fackböcker, ordböcker, kartor, ljudböcker, barn- och ungdomsböcker, spel och merchandise. Sammantaget ges cirka 500 nya titlar ut per år. En ny varumärkesstrategi infördes, varvid utgivningen koncentrerades under två förlagsnamn, Norstedts samt Rabén & Sjögren.

Flera titlar nådde stora framgångar; för Stieg Larssons Millenniumtrilogi även internationellt. Utgivningsrättigheterna såldes till över 40 länder.

Norstedts förlagsgrupp förvärvade 25 procent av Elib, den ledande svenska distributören av e-böcker och digitala ljudböcker.

En ny organisation med tre förlagsenheter och gemensamma funktioner för marknadsföring, försäljning och produktion infördes vid årsskiftet. Ett nytt affärssystem upphandlades under året och togs i drift i början av januari 2010.

### PAN VISION

PAN Vision är en av de ledande nordiska distributörerna av hemunderhållning. Företaget verkar inom huvudsakligen tre marknader; dataspel, film (DVD & Blu-ray) samt PC-tillbehör. Inom spel och film bedrivs både tredjepartsdistribution och egen förlagsverksamhet. Verksamheten bedrivs i samtliga nordiska länder och i Baltikum.

Under 2009 var utvecklingen för PAN Vision fortsatt mycket stark, med en stabil omsättning och en fortsatt förbättrad lönsamhet.

Den nordiska marknaden för digitala spel uppvisade en svagt positiv tillväxt. PAN Vision hade en mer gynnsam utveckling än branschen, dels som en följd av interna effektiviseringar med bland annat färre retur och ökad försäljning till kund, dels till följd av samarbeten med nytilkomna leverantörer.

De andra marknaderna inom PAN Vision, film- och PC-tillbehörsverksamheten, utvecklades i enlighet med förväntningarna och försäljningen stärktes.

### TIDNINGEN VI

AB Tidningen Vi producerar och ger ut Tidningen Vi och ViLÄSER i pappers- och webbversion. Vi är ett månatligt magasin om samhälle och kultur, som gavs ut första gången 1913. ViLÄSER, som startades 2008, är ett kvartalsmagasin med inriktning på böcker och läsning.

Tidskriftsmarknaden drabbades kraftfullt av finanskrisen under 2009. Annonsintäkterna för populärpressen minskade med 21,6 procent under årets första nio månader. En tydlig trend på marknaden, mot fördjupning och specialtidningar, gynnade Tidningen Vi och ViLÄSER.

## Fastighetsgruppen

### KF FASTIGHETER

KF Fastigheter förvaltar och utvecklar en portfölj med handelsfastigheter på drygt 500 000 kvadratmeter butiksytta och ett marknadsvärde på cirka 6 miljarder kronor. Största kunden är Coop.

I slutet på 2009 gjordes en omstrukturering av KF Fastigheter. Verksamheten organiserades i fyra bolag: KF Fastigheter Butiksetablering AB, som arbetar med att identifiera och utveckla attraktiva butiks-lägen, KF Fastigheter Projektleddning AB, som arbetar med projekt- och teknikrelaterade frågor, KF Fastigheter Centrumhandel AB, som driver den kommersiella utvecklingen och sköter den dagliga driften av handelsfastigheterna, samt KF Fastigheter



Exploatering AB, som ska generera en bra avkastning genom en aktiv utveckling av projektportföljen.

Det gångna året har präglats av omfattande investeringar i nya handelscentrum och lägre nivå i försäljningstakten av färdig-utvecklade fastigheter.

Tillsammans med SPP Livförsäkring AB Fastigheter bildade KF Fastigheter ett nytt fastighetsbolag, Handelsbodarna i Sverige Fastighets AB, med målet att bli Sveriges mest miljövänliga fastighetsbolag för handelsfastigheter. Inom tre år ska företaget förvalta klimatneutrala och miljövänliga fastigheter till ett värde av totalt 2 miljarder kronor.

Nettoomsättningen för Fastighetsgruppen uppgick till 621 mkr (553). Rörelseresultatet före engångskostnader och inklusive reavinsterna uppgick till 267 mkr (542). Resultatminskningen beror framförallt på betydligt lägre realisationsresultat från fastighetsförsäljningar. Under 2009 uppgick realisationsresultatet till 85 mkr (432). Driftsresultatet utvecklades positivt under 2009 trots lågkonjunkturen.

### Investgruppen

Investgruppen består av KF Invest, koncernens finansfunktion samt KF Sparkassa. KF Invest ansvarar även för innehaven i Läckeby Water Group och Löplabbet.

Investgruppen hade en mycket positiv omsättningstillväxt under året och omsättningen uppgick till 785 mkr (549), en ökning med cirka 43 procent. En jämförelse mot proforma 2008<sup>3)</sup> påvisar en öknings-takt på 18 procent.

Förvaltningsresultatet för Investgruppen förbättrades starkt och uppgick till 283 mkr (-251) som en följd av återhämtningen på de finansiella marknaderna samt en framgångsrik kapitalförvaltning inom KF Invest. Samtliga bolag inom gruppen redovisar resultatförstärkningar under 2009 jämfört med 2008.

### KF INVEST

All finansverksamhet i KF-koncernen hantearas av en central finansfunktion, KF Invest. Bolaget förvaltar KFs finansiella tillgångar, som uppgår till drygt fyra miljarder kronor, och hanterar alla finansiella exponeringar. Portföljen förvaltas huvudsakligen i egen regi. Huvudinriktningen är räntebärande värdepapper. KFs aktieplaceringar utgörs av svenska och utländska noterade bolag. Res-terande del av portföljen utgörs av alterna-tiva investeringar såsom hedgefonder och private equity-fonder.

### LÄCKEBY WATER GROUP

Läckeby Water Group är ett ledande anlägg-ningsföretag i Sverige inom vatten- och avloppsrening samt inom produktion av bio-gas ur organiskt avfall. Produkterna och tjänsterna bidrar till att minska utsläpp av växthusgaser. Företaget har byggt anlägg-ningar i ett 70-tal länder över hela världen. De viktigaste marknaderna är Kina och Skan-dinavien. Inom divisionen Läckeby Products har bolaget dessutom egen konstruktion, utveckling och tillverkning. Läckeby Water Group förvärvades i början av 2008 av KF Invest som innehar 81 procent av aktierna.

Läckeby Water Group redovisar en stark omsättningstillväxt under 2009 om drygt 17 procent mot proforma 2008<sup>1)</sup>.

### LÖPLABBET

I oktober 2008 förvärvade KF Invest 70 procent av aktierna i Löplabbet. Löplabbet är Skandinavien ledande butikskedja för löpningstillbehör med 16 egna butiker, en franchise-butik och en internetbutik. Utöver skor och kläder erbjuder företaget även orto-pedtekniska tjänster i de flesta butikerna. Butikerna håller en hög kunskaps- och ser-vicenivå, vilket är företagets främsta konkur-rensfördel gentemot övrig sporthandel.

Löplabbets omsättning ökade starkt under 2009 med cirka 24 procent mot pro-forma 2008<sup>1)</sup>.

### KF SPARKASSA

KF Sparkassa är koncernens inlånings-verksamhet. Sparkassan erbjuder medlem-marna i konsumentkooperationen sparande till konkurrenskraftig ränta. Samtidigt stöd-jer spararna utvecklingen av den svenska konsumentkooperationen. Inlåningen är i paritet med föregående år och uppgår till cirka 3,8 miljarder kronor.

### Övriga bolag

#### VÅR GÅRD SALTSJÖBADEN

Vår Gård Saltsjöbaden erbjuder konferens-lösningar för företag, myndigheter och orga-nisationer. Intäkterna för konferensanlägg-ningen Vår Gård Saltsjöbaden AB minskade under året, på en besvärlig marknad. Före-taget vann dock marknadsandelar.

#### KF GYMNASIET

KF Gymnasiet erbjuder en bred ekonomisk utbildning med betoning på handel, eko-nomi och ledarskap. Sedan 2008 har sko-lan dessutom en lärlingsutbildning i samar-bete med Coop. Utbildningarna varvar teori med praktik som integreras på ett pedago-giskt sätt.

#### KF SHARED SERVICES

KF Shared Services AB är ett internt ser-vicebolag som tillhandahåller tjänster inom fem områden; Ekonomi, IT, HR, Löneadm-inistration och Internservice. Tjänsterna till-handahålls på marknadsmässiga villkor.

#### KRONANS DROGHANDEL RETAIL AB

I slutet av 2009 köpte Kronans Droghan-del Retail AB, i vilket KF äger 20 procent, 171 apotek från Apoteket AB till ett värde av drygt 1,5 miljard kronor. Kronans Drog-handel Retail AB är en apotekskedja under etablering som ska erbjuda läkemedel och inspirerande produkter med en service och ett bemötande som ger kunden energi.

<sup>1)</sup> Justerat för att Läckeby Water Group samt Löplabbet ej ingick inom KF-koncernen under hela kalenderåret 2008.

### Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Genom den verksamhet som KF-koncernen bedriver följer naturligt en finansiell exponering avseende ränte-, valuta- och likviditetsrisker. KF har genom sitt fastighetsbestånd även en väsentlig exponering mot den svenska fastighetsmarknaden. I fastighetsbeståndet finns betydande övervärden.

Enligt ledningens och styrelsens bedömning inträffade under året ingen händelse inom eller utanför KF-koncernen som föranleder en revidering av den riskanalys som återfinns i KFs verksamhetsberättelse för 2008.

### Hållbar utveckling

KF publicerar varje år en hållbarhetsredovisning i anslutning till verksamhetsberättelsen. Redovisningen följer de målområden och mål som är definierade för den operativa styrningen och uppföljningen av hållbarhetsarbetet samt omfattar koncernens arbete inom områdena miljö, kunder, medlemmar/ägare, medarbetare, leverantörer

och samhälle. Den information och de nyckeltal som presenteras i hållbarhetsredovisningen är utvalda efter den påverkan verksamheten har ur ett hållbarhetsperspektiv och dess påverkan på människor och miljö, samt dess strategiska betydelse för koncernen som helhet.

KF rapporterar för första året enligt Global Reporting Initiative (GRI) nivå C, vilket bekräftats av KPMG. Innehållsförteckning för GRI finns på sidorna 56–57. I den framgår även hur KF arbetar med Global Compacts tio principer inom mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och kamp mot korruption. KFs ambition är att successivt inkludera så stor andel som möjligt av koncernens väsentliga påverkan på det omgivande samhället såväl direkt som indirekt. Hållbarhetsredovisningen omfattar KF-koncernens verksamhet i helägda dotterbolag.

### Medarbetare

KF-koncernen hade i medeltal 8 807 anställda (8 996), varav 4 968 kvinnor

(5 075) och 3 839 män (3 921). Av koncernens anställda arbetar cirka 83 procent inom Dagligvarugruppen. Som en följd av förbättringsprogrammet har drygt 1 000 medarbetare blivit övertaliga under året. Samtliga medarbetare som omfattades av förbättringsprogrammet har erbjudits omställningsåtgärder.

### Förslag till disposition av fria medel

Fritt eget kapital i koncernen uppgick vid årsskiftet till 2 697 mkr. Enligt moderföreningens balansräkning står 1 585 197 635,19 kr till föreningsstämmans förfogande.

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att dessa medel disponeras på följande sätt:

Ränta på insatskapital	97 797 435,55 kr
Ränta på förlagsinsatser	64 156 795,76 kr
Balanseras i ny räkning	1 423 243 403,88 kr
	<b>1 585 197 635,19 kr</b>

# RESULTATRÄKNING FÖR KF-KONCERNEN

	Not	2009	2008
mkr			
Nettoomsättning	1	37 209	35 817
Kostnad för sålda varor		-29 879	-29 509
<b>Bruttoresultat</b>		<b>7 330</b>	<b>6 308</b>
Försäljningskostnader		-6 552	-5 732
Administrationskostnader		-1 126	-1 276
Övriga rörelseintäkter	4	489	1 140
Övriga rörelsekostnader		-47	-102
Andelar i intresseföretags resultat	5	-2	7
Andelar i joint ventures resultat	6	42	35
<b>Rörelseresultat</b>	2, 3, 24, 26	<b>134</b>	<b>380</b>
Finansiella intäkter och kostnader	7	117	-270
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>251</b>	<b>110</b>
Skatt	8	-22	-10
Avgår minoritetens andel		-5	1
<b>Årets resultat</b>	9	<b>224</b>	<b>101</b>

# BALANSRÄKNING FÖR KF-KONCERNEN

	Not	2009-12-31	2008-12-31
mkr			
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten		321	92
Patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter		67	79
Hyresrätter och liknande rättigheter		8	9
Goodwill		474	542
Förskott immateriella anläggningstillgångar		4	101
<b>Immateriella anläggningstillgångar</b>	10	<b>874</b>	<b>823</b>
<b>Materiella anläggningstillgångar</b>			
Byggnader och mark		3 648	3 582
Förbättringsutgifter på annans fastighet		7	20
Maskiner och andra tekniska anläggningar		120	71
Inventarier, verktyg och installationer		2 053	1 919
Pågående nyanläggningar		981	488
Finansiell leasing		2	11
Övriga materiella anläggningstillgångar		1	4
<b>Materiella anläggningstillgångar</b>	11	<b>6 812</b>	<b>6 095</b>
<b>Finansiella anläggningstillgångar</b>			
Andelar i intresseföretag	27	221	150
Fordringar hos intresseföretag, räntebärande		9	9
Andelar i joint ventures	27	172	94
Fordringar hos joint ventures, räntebärande		58	73
Andra långfristiga värdepappersinnehav	27	227	213
Uppskjutna skattefordringar	8	885	874
Andra långfristiga fordringar, räntebärande	17	386	318
Andra långfristiga fordringar, ej räntebärande		76	60
<b>Finansiella anläggningstillgångar</b>	12	<b>2 034</b>	<b>1 792</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>9 720</b>	<b>8 710</b>
<b>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</b>			
Råvaror och förnödenheter		7	5
Varor under tillverkning		29	53
Färdiga varor och handelsvaror		3 068	2 898
Förskott till leverantörer		15	11
<b>Varulager</b>		<b>3 119</b>	<b>2 968</b>
<b>Kortfristiga fordringar</b>			
Kundfordringar		1 444	1 441
Fordringar hos intresseföretag, räntebärande		1	0
Fordringar hos joint ventures, räntebärande		83	18
Fordringar hos joint ventures, ej räntebärande		8	3
Övriga kortfristiga fordringar, räntebärande		419	285
Övriga kortfristiga fordringar, ej räntebärande		959	796
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		478	700
<b>Kortfristiga fordringar</b>	13	<b>3 392</b>	<b>3 243</b>
<b>Kortfristiga placeringar</b>	14	<b>4 203</b>	<b>3 568</b>
<b>Kassa och bank</b>		<b>892</b>	<b>837</b>
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>11 606</b>	<b>10 616</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	22	<b>21 327</b>	<b>19 326</b>



	Not	2009-12-31	2008-12-31
mkr			
<b>EGET KAPITAL, AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER</b>			
EGET KAPITAL			
Insatskapital		1 955	1 893
Förlagsinsatser		955	964
Bundna reserver		1 031	994
<b>Bundet eget kapital</b>		<b>3 941</b>	<b>3 851</b>
Fria reserver		2 473	2 633
Årets resultat		224	101
<b>Fritt eget kapital</b>		<b>2 697</b>	<b>2 734</b>
<b>TOTALT EGET KAPITAL</b>	15	<b>6 638</b>	<b>6 585</b>
<b>Minoritetsintresse</b>		<b>36</b>	<b>33</b>
<b>Garantikapital</b>	16	<b>20</b>	<b>20</b>
Avsättningar för pensioner och liknande förpliktelser, räntebärande	17	19	19
Övriga avsättningar, ej räntebärande		323	270
<b>Avsättningar</b>	18	<b>342</b>	<b>289</b>
Långfristiga skulder, räntebärande		2 147	289
Långfristiga skulder, ej räntebärande		1	2
<b>Långfristiga skulder</b>	20	<b>2 148</b>	<b>291</b>
Skulder till kreditinstitut		257	110
Förskott från kunder		156	110
Leverantörsskulder		3 400	3 270
Skulder till joint ventures, räntebärande		125	0
Skulder till joint ventures, ej räntebärande		4	2
Skatteskulder		38	15
Övriga kortfristiga skulder, räntebärande		5 727	5 854
Övriga kortfristiga skulder, ej räntebärande		624	804
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		1 812	1 944
<b>Kortfristiga skulder</b>	21	<b>12 143</b>	<b>12 109</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL, AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER</b>	22	<b>21 327</b>	<b>19 326</b>
<b>Poster inom linjen</b>			
<b>Ställda säkerheter och ansvarsförbindelser</b>			
Ställda säkerheter	19	419	409
Ansvarsförbindelser	23	77	37

# FÖRÄNDRINGAR I EGET KAPITAL FÖR KF-KONCERNEN

	Insatskapital	Förlagsinsatser	Bundna reserver	Fritt eget kapital	Summa
mkr					
<b>Utgående balans 2007–12–31</b>	<b>1 835</b>	<b>965</b>	<b>1 158</b>	<b>2 511</b>	<b>6 469</b>
Effekt i samband med upplösning av Coop Norden				67	67
Kursdifferens <sup>1)</sup>			2	17	19
<b>Summa förändring som inte redovisas i resultaträkning</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>84</b>	<b>86</b>
Ränta på insatskapital och förlagsinsatser				-99	-99
Fondering insatskapital	61			-61	0
Övrig disposition av föregående års resultat			12	-12	0
Minskning av insatskapital	-3			0	-3
Minskning av förlagsinsatser		-2		0	-2
Uppskjuten skatt på ränta				33	33
Årets resultat				101	101
Förskjutning mellan fria och bundna reserver			-177	177	0
<b>Utgående balans 2008–12–31</b>	<b>1 893</b>	<b>964</b>	<b>994</b>	<b>2 734</b>	<b>6 585</b>
Effekt i samband med upplösning av Coop Norden				-94	-94
Kursdifferens				-3	-3
<b>Summa förändring som inte redovisas i resultaträkning</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-97</b>	<b>-97</b>
Ränta på insatskapital och förlagsinsatser				-99	-99
Fondering insatskapital	63			-63	0
Övrig disposition av föregående års resultat			27	-27	0
Minskning av insatskapital	-1			0	-1
Minskning av förlagsinsatser		-9		0	-9
Uppskjuten skatt på ränta				32	32
Justering av minoritetsintresse				3	3
Årets resultat				224	224
Förskjutning mellan fria och bundna reserver			10	-10	0
<b>Utgående balans 2009–12–31</b>	<b>1 955</b>	<b>955</b>	<b>1 031</b>	<b>2 697</b>	<b>6 638</b>

<sup>1)</sup> Ingående ackumulerad kursdifferens per 1 januari 2008, som redovisats direkt mot eget kapital, uppgick till 25 mkr.

# KASSAFLÖDESANALYS FÖR KF-KONCERNEN

	Not	2009	2008
mkr			
<b>Den löpande verksamheten</b>			
Resultat efter finansiella poster	25	251	110
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	25	610	388
		<b>861</b>	<b>498</b>
Betald skatt		-6	-10
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</b>		<b>855</b>	<b>488</b>
<b>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</b>			
Ökning(-)/minskning(+) av varulager		-250	-256
Ökning(-)/minskning(+) av rörelsefordringar		-230	-91
Ökning(+)/minskning(-) av rörelseskulder		-14	70
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>		<b>361</b>	<b>210</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>			
Förvärv av dotterföretag	25	-154	-209
Försäljning av dotterföretag	25	241	467
Förvärv av rörelsegren	25	-	-22
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar		-199	-150
Förvärv av materiella anläggningstillgångar		-1 524	-1 586
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		219	232
Investeringar i finansiella tillgångar		-449	-67
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>		<b>-1 866</b>	<b>-1 335</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>			
Minskning av insatskapital		-1	-3
Minskning av förlagsinsatser		-9	-2
Förändring inlåning Sparkassan/MedMera Bank		-266	-275
Övrig förändring av lån		2 444	-1 260
Utdelning till minoritet			-1
Ränta på insatskapital och förlagsinsatser		-99	-99
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>		<b>2 069</b>	<b>-1 640</b>
<b>ÅRETS KASSAFLÖDE</b>		<b>564</b>	<b>-2 765</b>
<b>Likvida medel vid årets början</b>		<b>3 519</b>	<b>6 279</b>
<b>Kursdifferens i likvida medel</b>		<b>-1</b>	<b>5</b>
<b>Likvida medel vid årets slut</b>	25	<b>4 082</b>	<b>3 519</b>

# RESULTATRÄKNING FÖR KF EKONOMISK FÖRENING

	Not	2009	2008
mkr			
Nettoomsättning	1	19	33
Kostnad för sålda varor		-34	-43
<b>Bruttoresultat</b>		<b>-15</b>	<b>-10</b>
Administrationskostnader		-221	-205
Övriga rörelseintäkter	4	38	76
<b>Rörelseresultat</b>	2, 3, 24, 26	<b>-198</b>	<b>-139</b>
Finansiella intäkter och kostnader	7	-97	280
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>-295</b>	<b>141</b>
Bokslutsdispositioner		0	4
Skatt	8	85	38
<b>Årets resultat</b>		<b>-210</b>	<b>183</b>



# BALANSRÄKNING FÖR KF EKONOMISK FÖRENING

	Not	2009-12-31	2008-12-31
mkr			
<b>TILLGÅNGAR</b>			
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten		39	0
Förskott immateriella anläggningstillgångar		0	7
<b>Immateriella anläggningstillgångar</b>	10	<b>39</b>	<b>7</b>
Inventarier, verktyg och installationer		3	4
<b>Materiella anläggningstillgångar</b>	11	<b>3</b>	<b>4</b>
Andelar i koncernföretag	27	6 358	6 184
Fordringar hos koncernföretag, räntebärande		1 400	0
Andelar i intresseföretag	27	75	3
Fordringar hos intresseföretag, räntebärande		9	9
Andra långfristiga värdepappersinnehav	27	18	17
Uppskjutna skattefordringar	8	273	153
Andra långfristiga fordringar, räntebärande		0	1
<b>Finansiella anläggningstillgångar</b>	12	<b>8 133</b>	<b>6 367</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>8 175</b>	<b>6 378</b>
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
Förskott till leverantörer		4	4
<b>Varulager</b>		<b>4</b>	<b>4</b>
Kundfordringar		5	0
Fordringar hos koncernföretag, räntebärande		4 643	5 797
Fordringar hos koncernföretag, ej räntebärande		42	78
Övriga kortfristiga fordringar, räntebärande		10	5
Övriga kortfristiga fordringar, ej räntebärande		5	5
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		14	44
<b>Kortfristiga fordringar</b>	13	<b>4 719</b>	<b>5 929</b>
<b>Kassa och bank</b>		<b>483</b>	<b>287</b>
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>5 206</b>	<b>6 220</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	22	<b>13 381</b>	<b>12 598</b>

# BALANSRÄKNING FÖR KF EKONOMISK FÖRENING

	Not	2009-12-31	2008-12-31
mkr			
<b>EGET KAPITAL, AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>			
Insatskapital		1 955	1 893
Förlagsinsatser		955	964
Reservfond		986	959
<b>Bundet eget kapital</b>		<b>3 896</b>	<b>3 816</b>
Balanserad vinst		1 796	1 777
Årets resultat		-210	183
Fritt eget kapital		1 586	1 960
<b>TOTALT EGET KAPITAL</b>	15	<b>5 482</b>	<b>5 776</b>
<b>Garantikapital</b>	16	<b>20</b>	<b>20</b>
Övriga avsättningar, ej räntebärande		12	11
<b>Avsättningar</b>	18	<b>12</b>	<b>11</b>
Långfristiga skulder, räntebärande		2 051	217
<b>Långfristiga skulder</b>	20	<b>2 051</b>	<b>217</b>
Leverantörsskulder		14	11
Skulder till koncernföretag, räntebärande		1 162	2 015
Skulder till koncernföretag, ej räntebärande		199	41
Övriga kortfristiga skulder, räntebärande		4 352	4 363
Övriga kortfristiga skulder, ej räntebärande		51	115
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		38	29
<b>Kortfristiga skulder</b>	21	<b>5 816</b>	<b>6 574</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL, AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER</b>	22	<b>13 381</b>	<b>12 598</b>
<b>Poster inom linjen</b>			
<b>Ställda säkerheter och ansvarsförbindelser</b>			
Ställda säkerheter	19	–	–
Ansvarsförbindelser	23	112	170

# FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL FÖR KF EKONOMISK FÖRENING

	Insatskapital	Förlagsinsatser	Reservfond	Balanserad vinst	Årets resultat	Summa
mkr						
<b>Utgående balans 2007–12–31</b>	<b>1 835</b>	<b>965</b>	<b>947</b>	<b>1 764</b>	<b>78</b>	<b>5 589</b>
Ränta på insatskapital och förlagsinsatser				–99		–99
Fondering insatskapital	61			–61		0
Övrig disposition av föregående års resultat			12	66	–78	0
Minskning av insatskapital	–3					–3
Minskning av förlagsinsatser		–2				–2
Koncernbidrag				104		104
Skatteeffekt på koncernbidrag				–29		–29
Uppskjuten skatt på ränta				33		33
Årets resultat					183	183
<b>Utgående balans 2008–12–31</b>	<b>1 893</b>	<b>964</b>	<b>959</b>	<b>1 777</b>	<b>183</b>	<b>5 776</b>
Ränta på insatskapital och förlagsinsatser				–99		–99
Fondering insatskapital	63			–63		0
Övrig disposition av föregående års resultat			27	156	–183	0
Minskning av insatskapital	–1					–1
Minskning av förlagsinsatser		–9				–9
Koncernbidrag				–10		–10
Skatteeffekt på koncernbidrag				3		3
Uppskjuten skatt på ränta				32		32
Årets resultat					–210	–210
<b>Utgående balans 2009–12–31</b>	<b>1 955</b>	<b>955</b>	<b>986</b>	<b>1 796</b>	<b>–210</b>	<b>5 482</b>

# KASSAFLÖDESANALYS FÖR KF EKONOMISK FÖRENING

	Not	2009	2008
mkr			
<b>Den löpande verksamheten</b>			
Resultat efter finansiella poster	25	-295	141
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	25	41	75
		-254	216
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</b>		<b>-254</b>	<b>216</b>
<b>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</b>			
Ökning(-)/minskning(+) av rörelsefordringar		65	10
Ökning(+)/minskning(-) av rörelseskulder		102	-75
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>		<b>-87</b>	<b>151</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>			
Förvärv av dotterföretag	25	-518	0
Försäljning av dotterföretag	25	316	85
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar		-33	-3
Förvärv av materiella anläggningstillgångar		0	-4
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		-	-2
Investeringar i finansiella tillgångar		-135	-
Avyttring/minskning av finansiella tillgångar		-	6 505
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>		<b>-370</b>	<b>6 582</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>			
Minskning av insatskapital		-1	-3
Minskning av förlagsinsatser		-9	-2
Förändring inlåning Sparkassan/Medmera		-266	-275
Övrig förändring av lån		956	-6 840
Ränta på insatskapital och förlagsinsatser		-99	-99
Erhållna koncernbidrag		72	160
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>		<b>653</b>	<b>-7 059</b>
<b>Årets kassaflöde</b>		<b>196</b>	<b>-327</b>
<b>Likvida medel vid årets början</b>		<b>287</b>	<b>614</b>
<b>Likvida medel vid årets slut</b>	25	<b>483</b>	<b>287</b>



# REDOVISNINGSPRINCIPER OCH NOTER

	Redovisningsprinciper	86
<b>Noter</b>		
<b>Not 1</b>	Nettoomsättning	89
<b>Not 2</b>	Avskrivningar och nedskrivningar	89
<b>Not 3</b>	Operationell leasing	89
<b>Not 4</b>	Övriga rörelseintäkter	89
<b>Not 5</b>	Andelar i intresseföretags resultat	90
<b>Not 6</b>	Andelar i joint ventures resultat	90
<b>Not 7</b>	Finansiella intäkter och kostnader	90
<b>Not 8</b>	Skatt	91
<b>Not 9</b>	Transaktioner med närstående	92
<b>Not 10</b>	Immateriella anläggningstillgångar	93
<b>Not 11</b>	Materiella anläggningstillgångar	94
<b>Not 12</b>	Finansiella anläggningstillgångar	96
<b>Not 13</b>	Kortfristiga fordringar	97
<b>Not 14</b>	Kortfristiga placeringar	97
<b>Not 15</b>	Eget kapital	97
<b>Not 16</b>	Garantikapital	97
<b>Not 17</b>	Avsättningar för förmånsbaserade pensioner och liknande förpliktelser	98
<b>Not 18</b>	Avsättningar	99
<b>Not 19</b>	Ställda säkerheter	99
<b>Not 20</b>	Långfristiga skulder	100
<b>Not 21</b>	Kortfristiga skulder	100
<b>Not 22</b>	Finansiella instrument och finansiell riskhantering	101
<b>Not 23</b>	Ansvarsförbindelser	103
<b>Not 24</b>	Arvode- och kostnadsersättningar till revisorer	103
<b>Not 25</b>	Kassaflödesinformation	104
<b>Not 26</b>	Anställda och löner	106
<b>Not 27</b>	Aktier och andelar	107

# REDOVISNINGSPRINCIPER

Årsredovisningen för KF ekonomisk förening och KF-koncernen är upprättade enligt Årsredovisningslagen med tillämpning av Redovisningsrådets rekommendationer RR1–RR29 inklusive tillhörande Akutgruppsuttalanden.

## Koncernredovisning

Koncernens bokslut omfattar moderföretaget och samtliga dotterföretag som ägs till mer än 50 procent i röstvärde eller där bestämmande inflytande på annat sätt föreligger.

Koncernredovisningen upprättas enligt förvärvsmetoden, vilket innebär att det egna kapitalet - inklusive beräknad andel eget kapital i obeskattade reserver - som vid förvärvstillfället fanns i dotterföretaget, elimineras i sin helhet. Det egna kapitalet i förvärvade företag bestäms utifrån en marknadsvärdering av tillgångar och skulder vid förvärvstidpunkten. I de fall marknadsvärderingen av tillgångar och skulder ger andra värden än det förvärvade företagets bokförda värden, utgör dessa marknadsvärden koncernens anskaffningsvärde. I de fall anskaffningsvärdet för andelarna i dotterföretaget överstiger det vid förvärvstillfället beräknade värdet av nettotillgångarna redovisas mellanskillnaden som goodwill i balansräkningen. Understiger anskaffningsvärdet värdet av nettotillgångarna redovisas mellanskillnaden som negativ goodwill.

Endast det resultat som uppkommit efter förvärvstidpunkten ingår i koncernens egna kapital.

I koncernens resultaträkning ingår under året förvärvade företag med värden avseende tiden efter förvärvet. För under året avyttrade företag medtas dess resultat under innehavstiden.

Koncerninterna transaktioner avseende intäkter, kostnader, fordringar och skulder samt realiserade resultat elimineras.

## Intresseföretag och joint venture

Företag där KF har betydande inflytande klassificeras som intresseföretag. Vid förekomst av avtalsreglerat samarbete som innebär att samägarna har ett gemensamt bestämmande inflytande sker klassificering som joint venture. I koncernredovisningen redovisas intresseföretag och joint ventures enligt kapitalandelsmetoden. I koncernens resultaträkning utgörs resultatandelar i intresseföretag och joint ventures av koncernens andel av redovisade resultat före skatt justerat för minoritetsintresse, i förekommande fall påverkat av avskrivning på över- och undervärde. Andelar i företagens skatt redovisas i koncernens skattekostnad.

## Omräkning av utländska dotter- och intresseföretag

Utländska dotter- och intresseföretags balans- och resultaträkningar räknas om enligt dagskursmetoden. Enligt denna metod ska samtliga poster i balansräkningen räknas om till balansdagskurs, medan samtliga poster i resultaträkningen räknas om till genomsnittskurs för perioden. Härvid uppkomna kursdifferenser redovisas inte över resultaträkningen utan har direkt påverkat koncernens bundna respektive fria reserver. Vid avyttring av dotterföretag förs de kursdifferenser som tidigare redovisats direkt mot eget kapital över resultaträkningen.

## Klassificeringar

Anläggningstillgångar, långfristiga skulder och avsättningar består i allt väsentligt av belopp som förväntas återvinnas eller betalas efter mer än tolv månader räknat från balansdagen. Omsättningstillgångar och kortfristiga skulder består i allt väsentligt av belopp som förväntas återvinnas eller betalas inom tolv månader räknat från balansdagen.

## Allmänna principer för värdering

Tillgångar, skulder, avsättningar och derivat redovisas till anskaffningsvärdet om inte annat framgår enligt nedan.

## Fordringar och skulder i utländsk valuta

I bokslutet värderas fordringar och skulder i utländsk valuta till balansdagens kurs eller kurs enligt terminssäkring. Kursvinster och kursförluster på rörelsefordringar och rörelseskulder redovisas netto i rörelseresultatet. Motsvarande netto på finansiella fordringar och skulder redovisas bland övriga finansiella poster.

## Derivat

Koncernens valutaflöden är främst en effekt av varuinköp i utländska valutor. För att valutasäkra dessa flöden används terminskontrakt, valutaswappar och optioner. För att förändra räntestrukturen i den underliggande finansiella nettoskulden används räntederivat, FRA-kontrakt och futures.

Orealiserade värdeförändringar på derivatinstrument som används för valutasäkring av kommersiella flöden respektive säkring av ränterisk omvärderas inte på balansdagen utan redovisas till sitt anskaffningsvärde. Ränteintäkter och räntekostnader som resulterar från dessa derivat redovisas löpande under räntenettet.

## Immateriella och materiella anläggningstillgångar

Materiella och immateriella anläggningstillgångar värderas till anskaffningskostnad med avdrag för avskrivningar enligt plan och eventuella nedskrivningar. Avskrivningar enligt plan baseras på tillgångarnas anskaffningsvärden och beräknade ekonomiska livslängd. Om det finns indikationer på värdenedgång görs en bedömning av återvinningsvärdet. Om återvinningsvärdet

understiger det bokförda värdet görs nedskrivning till detta belopp.

För materiella och immateriella anläggningstillgångar tillämpas följande avskrivningsprocent:

Byggnader och markanläggningar	1–5 %
Fastighetsinventarier	10 %
Maskiner och inventarier	10–33 %
Patent och övriga immateriella rättigheter	5–33 %
Goodwill	10–20 %

Förbättringsutgifter på annans fastighet skrivs av med hänsyn till den period som hyresförhållandet kan antas kvarvara, dock maximalt 20 år.

Vid förvärv av strategisk karaktär, till exempel för att få tillgång till nya marknader, tillämpas för goodwill en avskrivningstid på upp till 10 år.

#### Finansiella anläggningstillgångar

Aktier och andelar som är anläggningstillgångar värderas individuellt. Om det finns indikationer på värdenedgång görs en bedömning av återvinningsvärdet. Om återvinningsvärdet understiger det bokförda värdet görs nedskrivning till detta belopp.

#### Varulager

Varulager värderas till det lägsta av anskaffningsvärde och nettoförsäljningsvärde. Inkursrisker har därvid beaktats.

#### Kundfordringar

Kundfordringar tas upp till det belopp som efter en försiktig bedömning beräknas bli betalt.

#### Kortfristiga placeringar

Kortfristiga räntebärande placeringar och omsättningsaktier inklusive fondandelar

värderas kollektivt enligt den så kallade portföljmetoden till det lägsta av anskaffningsvärdet och verkligt värde.

#### Avsättningar

Legala och informella förpliktelser till följd av inträffade händelser och som på balansdagen är sannolika till sin förekomst, men ovissa till belopp eller tidpunkt, har redovisats som avsättningar. Avsättning redovisas med det belopp som motsvarar den bästa bedömningen av den utbetalning som krävs för att reglera åtagandet. När utflödet av resurser bedöms ske långt fram i tiden diskonteras det förväntade framtida kassaflödet och avsättningen redovisas till nuvärde. Diskonteringsräntan motsvarar marknadsräntan före skatt samt beaktar de risker som är förknippade med skulden. Den successiva ökningen av det avsatta beloppet som nuvärdeberäkningen medför redovisas som räntekostnad i resultaträkningen. Avsättningarna omprövas vid varje bokslutstillfälle.

En avsättning för omstrukturering redovisas när koncernen har fastställt en utförlig och formell omstruktureringsplan och omstruktureringen antingen har påbörjats eller blivit offentligt tillkännagiven. Ingen avsättning görs för framtida rörelsekostnader. En avsättning för framtida förlustkontrakt redovisas när de förväntade fördelarna som koncernen väntas erhålla från kontraktet är lägre än de oundvikliga kostnaderna för att uppfylla förpliktelserna enligt kontraktet.

#### Pensioner

Pensionsskulder beräknas i enlighet med Redovisningsrådets rekommendation RR 29 Ersättningar till anställda. I enlighet härmed upprättas aktuariella beräkningar för förmånsbestämda planer enligt den så kallade Projected unit credit method, vilket innebär att pensionskostnaden fördelas under den

anställdes yrkesverksamma liv. Nuvärdet av förpliktelser avseende oantastbara förmåner för nuvarande och tidigare anställda beräknas årligen baserat på aktuariella antaganden som fastställs i anslutning till bokslutstidpunkten. I koncernens balansräkning redovisas, för fonderade planer, pensionsåtagandet netto efter avdrag för planens förvaltningstillgångar värderade till marknadsvärde. Fonderade planer med nettotillgångar, det vill säga med tillgångar överstigande åtagandena, redovisas som finansiell anläggningstillgång, i annat fall som avsättning. Aktuariella vinster och förluster fördelas över de anställdas genomsnittliga återstående beräknade anställningstid i den mån de för respektive plan ligger utanför den 10-procentiga så kallade korridoren.

#### Intäkter

Intäkter redovisas när inkomsten kan beräknas på ett tillförlitligt sätt och när väsentliga risker och förmåner förknippade med varan/tjänsten överförts till motparten. Intäkterna redovisas till det verkliga värdet av vad som erhållits eller kommer att erhållas med avdrag för lämnade rabatter.

#### Skatt

Koncernens skatt utgörs av summan av aktuell skatt och uppskjuten skatt. Aktuell skatt utgörs av skatt som ska betalas eller erhållas avseende aktuellt år samt justeringar av tidigare års aktuella skatt. Uppskjuten skatt beräknas med utgångspunkt i temporära skillnader mellan redovisade och skattemässiga värden på tillgångar och skulder enligt balansräkningsansatsen. Uppskjutna skattefordringar redovisas i den utsträckning det är sannolikt att de kan utnyttjas inom en överskådlig framtid. Skatt redovisas i resultaträkningen, utom i de fall den underliggande transaktionen redovisas i eget kapital.

### Leasing

Leasingavtal vari de ekonomiska riskerna och förmånerna som är förknippade med ägandet i allt väsentligt är överförda till leasetagaren definieras som finansiellt leasingavtal. Om så ej är fallet är det fråga om operationell leasing. Tillgångar som förhyrs enligt finansiella leasingavtal redovisas som anläggningstillgångar i koncernens balansräkning till verkligt värde vid leasingperiodens början eller till nuvärdet av minileaseavgifterna om detta är lägre. Förpliktelserna att betala framtida leasingavgifter redovisas som långa respektive kortfristiga skulder. De leasade tillgångarna skrivs av över tillgångarnas ekonomiska livslängd, medan leasingbetalningarna fördelas mellan ränta och amortering av skulderna. Räntekostnaderna redovisas i resultaträkningen. Leasingavgifter som erläggs under

operationella leasingavtal kostnadsförs linjärt över leasingperioden.

### Räntebärande respektive icke räntebärande

Tillgångar och skulder uppdelas i räntebärande respektive icke räntebärande. Ränta likställs ej med utdelning och av denna anledning redovisas "anläggningsaktier" som icke räntebärande. Omsättningsaktier redovisas som räntebärande eftersom avsikten med innehavet är kortsiktigt och placeringen är gjord för att få en förräntning som kan likställas med ränta. Skuld och fordran för lämnat koncernbidrag och utdelning redovisas som räntebärande.

### Kontokurantfordringar respektive skulder

KF-koncernen och konsumentföreningarna har ett gemensamt avräkningssystem

– kontokurantsystemet. Systemet används för avräkning av varuleveranser och övrig fakturering.

### Kassaflödesanalys

Vid redovisning av kassaflöde från den löpande verksamheten har den indirekta metoden tillämpats. Likvida medel beräknas som summan av kassa och bank samt kortfristiga placeringar. Kortfristiga placeringar klassificeras som likvida medel med utgångspunkten att de har en obetydlig risk för värdefluktuationer och att de lätt kan omvandlas till kassamedel.

### Fastställande av resultat- och balansräkning

Resultat- och balansräkningen kommer att fastställas på KFs ordinarie föreningsstämma.



# NOTER

## NOT 1 Nettoomsättning

	Koncernen	
mkr	2009	2008
Dagligvarugruppen	32 921	31 640
Mediegruppen	3 278	3 377
Fastighetsgruppen <sup>1)</sup>	621	553
Investgruppen	785	549
Övriga bolag	239	162
Elimineringar	-635	-464
<b>Summa nettoomsättning KF-koncernen</b>	<b>37 209</b>	<b>35 817</b>

<sup>1)</sup> I beloppet ingår nettoomsättning redovisad i moderföretaget och som avser hyror.

## NOT 2 Avskrivningar och nedskrivningar

Avskrivningar och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar ingår med följande värden:

	Koncernen		Modersföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
Kostnad för sålda varor	-190	-139	0	-2
Försäljningskostnader	-466	-419	-	-
Administrationskostnader	-69	-128	-3	-2
Övriga rörelsekostnader	-6	-9	0	0
<b>Summa</b>	<b>-731</b>	<b>-696</b>	<b>-3</b>	<b>-4</b>

## NOT 3 Operationell leasing

Den operationella leasingen hänförs framförallt till hyra av butiks- och lagerlokaler. Inom koncernen finns ett stort antal hyreskontrakt för butiker och övriga lokaler som till sin karaktär skiljer sig åt vad gäller till exempel avtalstider och indexuppräknningar. De flesta avtalen kan vid leasingperiodens slut förlängas till en avgift som överensstämmer med en marknads-mässig avgift. I vissa hyresavtal ingår en variabel avgift som utgörs av en omsättningsbaserad del.

Kostnadsförda avgifter för operationella leasingavtal

	Koncernen		Modersföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
Årets leasingkostnad	1 315	1 255	34	36
varav minimilease-avgifter	1 191	1 136	34	36
varav variabla avgifter	124	119	0	0

Förfall till betalning avseende operationella leasingavtal

	Koncernen		Modersföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
Inom ett år	1 272	1 218	8	34
Mellan ett år och fem år	4 080	3 859	30	4
Längre än fem år	1 772	2 519	0	0
<b>Summa</b>	<b>7 124</b>	<b>7 596</b>	<b>38</b>	<b>38</b>

## NOT 4 Övriga rörelseintäkter

	Koncernen		Modersföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
Reavinst vid avyttring av fastigheter	85	540	-	-
Provisionsintäkter spel, biljetter m.m.	114	116	-	-
Övrigt	290	484	38	76
<b>Summa övriga rörelseintäkter</b>	<b>489</b>	<b>1 140</b>	<b>38</b>	<b>76</b>

# NOTER

## NOT 5 Andelar i intresseföretags resultat

mkr	Resultat före skatt	
	2009	2008
Barnens Bokklubb AB	1	1
Månadens Bok HB	5	2
Coop Norden Trading AS	1	1
Stenungs Torg Fastighets AB	2	1
Kronans Droghandel Retail AB	-13	-
Övriga intresseföretag	2	1
<b>Summa andelar i intresseföretags resultat</b>	<b>-2</b>	<b>7</b>

## NOT 6 Andelar i joint ventures resultat

mkr	Resultat före skatt	
	2009	2008
Ljusta Projektutveckling AB	0	35
Kvarnholmens Utvecklings AB	42	0
<b>Summa andelar i joint ventures resultat</b>	<b>42</b>	<b>35</b>

## NOT 7 Finansiella intäkter och kostnader

mkr	Koncernen		Moderföretaget	
	2009	2008	2009	2008
<b>Resultat från andelar i koncernföretag:</b>				
Utdelningar			60	339
Realisationsresultat			-27	-19
Nedskrivningar			-10	-13
<b>Summa</b>			<b>23</b>	<b>307</b>
<b>Resultat från övriga finansiella anläggningstillgångar:</b>				
Utdelningar	36	30	1	18
Räntor	8	7	0	0
Realisationsresultat	0	-2	0	0
Nedskrivningar	-21	-21	0	0
Återföring av nedskrivningar avseende finansiella anläggningstillgångar	5	0	0	0
<b>Summa</b>	<b>28</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>18</b>
<b>Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter:</b>				
Utdelningar	7	14	0	0
Räntor	218	320	159	388
Valutakursvinster	0	6	0	0
Rearesultat vid försäljning av finansiella omsättningstillgångar	-19	-21	0	0
Nedskrivning av finansiella oms.tillgångar	0	-303	0	0
Återföring av nedskrivningar avseende finansiella omsättningstillgångar	146	0	0	0
<b>Summa</b>	<b>352</b>	<b>17</b>	<b>159</b>	<b>388</b>
<b>Räntekostnader och liknande resultatposter:</b>				
Koncernföretag			-46	-150
Övriga företag	-263	-300	-234	-283
<b>Summa</b>	<b>-263</b>	<b>-300</b>	<b>-280</b>	<b>-433</b>
<b>Summa finansiella intäkter och kostnader</b>	<b>117</b>	<b>-270</b>	<b>-97</b>	<b>280</b>
<b>varav resultat från koncernföretag ingår med följande:</b>				
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter			157	357
<b>Summa</b>			<b>157</b>	<b>357</b>

# NOTER

## NOT 8 Skatt

Skatt på årets resultat.

	Koncernen		Moderföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
Aktuell skatt	-7	5	0	0
Uppskjuten skatt	-15	-14	85	37
Skatt på andelar i intresseföretag/joint ventures	0	-1	0	0
<b>Summa</b>	<b>-22</b>	<b>-10</b>	<b>85</b>	<b>37</b>

Uppskjuten skatt på utdelning från moderföretaget tas direkt mot eget kapital.

Samband mellan periodens skatt och redovisat resultat före skatt.

	Koncernen		Moderföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
Redovisat resultat före skatt	251	110	-295	145
Skatt enligt aktuell skattesats, 26,3% <sup>1)</sup>	-66	-31	78	-41
<b>Skatteeffekt av ej avdragsgilla kostnader:</b>				
Av-/nedskrivning på koncernmässig goodwill	-7	-20		
Nedskrivning av aktier och fastigheter	2	-10	-4	-4
Avsättning/reservering, ej avdragsgill	-6	-8		
Övriga ej avdragsgilla kostnader	-33	-12	-3	-3
<b>Skatteeffekt av ej skattepliktiga intäkter:</b>				
Upplösning av avsättning/reservering, ej avdragsgill	44	0		20
Utdelning på aktier och andelar	22	4	16	95
Övriga ej skattepliktiga intäkter	31	5	17	1
<b>Försäljning av aktier, fastighet och bostadsrätt:</b>				
Skatteeffekt försäljning av aktier	54	151	-7	-5
Skatteeffekt försäljning av fastighet och bostadsrätt	-39	-39		-9
<b>Utnyttjade underskottsavdrag:</b>				
Utnyttjande av tidigare ej aktiverade underskottsavdrag	3	0		
Underskott för vilka underskottsavdrag omvärderats/ej redovisats	-22	19		
Justering av aktuell skatt för tidigare perioder	-14	-10	-12	
Justering av uppskjuten skatt för tidigare perioder	2	-4		-7
Effekt av ändrad skattesats	0	-56		-10
Justering för skatt i intresseföretag och joint ventures	-2	0		
Övrigt, netto	9	0		
<b>Summa redovisad skatt</b>	<b>-22</b>	<b>-10</b>	<b>85</b>	<b>37</b>

<sup>1)</sup>Aktuell skattesats har beräknats med utgångspunkt från gällande skattesats för moderföretaget.

# NOTER

## NOT 8 Skatt forts.

Avdragsgill temporär skillnad/underskottsavdrag som ej föranlett redovisning av uppskjuten skattefordran

	Koncernen		Moderföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
Underskottsavdrag	153	190		
<b>Summa</b>	<b>153</b>	<b>190</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Uppskjutna skatteskulder och skattefordringar klassificerat per balansräkningskategori

	Koncernen		Moderföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
<b>Uppskjuten skatteskuld<sup>1)</sup></b>				
Övriga anläggningstillgångar (inkl ev. obeskattade reserver)	160	145		
Avsättningar och långfristiga skulder	1			
<b>Summa</b>	<b>161</b>	<b>145</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Uppskjuten skattefordran</b>				
Finansiella anläggningstillgångar	9			
Övriga anläggningstillgångar	21	4		
Avsättningar och långfristiga skulder	17	52		12
Skattemässiga underskottsavdrag	999	962	273	141
<b>Summa</b>	<b>1 046</b>	<b>1 018</b>	<b>273</b>	<b>153</b>
<b>Uppskjuten skattefordran, netto</b>	<b>885</b>	<b>873</b>	<b>273</b>	<b>153</b>

<sup>1)</sup> I balansräkningen har uppskjuten skatteskuld kvittats mot uppskjuten skattefordran.

## NOT 9 Transaktioner med närstående

KF-koncernen har närståenderelationer med dotterföretag, intresseföretag, joint ventures samt med styrelseledamöter och koncernledning. Innehav av dotterföretag, intresseföretag och joint ventures framgår enligt not om Aktier och andelar. KF-koncernen har gjort vissa åtaganden till förmån för intresseföretag/joint ventures. Ytterligare information härom framgår av not om ansvarsförbindelser.

Som ekonomisk förening har KF till ändamål att främja medlemmarnas ekonomiska intressen genom ekonomisk verksamhet i vilka medlemmarna deltar. I enlighet härmed har inköp eller försäljning av varor och tjänster under räkenskapsåret skett mellan KF-koncernen och medlemmar i moderföretaget. På samma sätt medverkar medlemmarna i finansieringen av föreningen, till exempel via tecknade förlagsinsatser och inlåning via koncernens internbankverksamhet. Dessa transaktioner har skett i enlighet med föreningens ändamål. Utöver varuförsörjning och konceptutveckling erbjuder KF föreningarna till exempel specialistkompetens inom fastighetsrelaterade tjänster, redovisningstjänster, rådgivning i finansieringsfrågor, administration och marknadsföring avseende

MedMera-kortet samt kortinlösen avseende bankkort och betal & kreditkort. Några transaktioner med styrelseledamöter och koncernledning utöver lön och andra ersättningar har inte förekommit.

Försäljning av varor och tjänster till intresseföretag och joint ventures

	Koncern	
mkr	2009	2008
Intresseföretag	1	1
Joint ventures	–	–

# NOTER

## NOT 10 Immateriella anläggningstillgångar

Koncernen	Balanserade utgifter för utvecklings- arbeten	Patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	Hyresrätter och liknande rättigheter	Goodwill	Förskott immateriella anläggnings- tillgångar	Övriga immateriella anläggnings- tillgångar	Summa immateriella anläggnings- tillgångar
mkr							
<b>Akkumulerade anskaffningsvärden:</b>							
Vid årets början	328	194	26	710	131	1	1 390
Nyanskaffningar	169	27	0	3	7	0	205
Avyttringar, utrangeringar, nedläggningar	-4	-3	0	0	0	0	-8
Omklassificeringar/förvärvade företag	133	0	0	93	-134	0	92
Kursdifferenser	0	0	0	1	0	0	1
<b>Summa anskaffningsvärde</b>	<b>626</b>	<b>218</b>	<b>26</b>	<b>807</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1 680</b>
<b>Akkumulerade avskrivningar enligt plan:</b>							
Vid årets början	-233	-109	-17	-155	0	0	-512
Avyttringar, utrangeringar, nedläggningar	3	3	0	27	0	0	34
Omklassificeringar/förvärvade företag	-3	0	0	-105	0	0	-108
Årets avskrivning enligt plan	-40	-35	-2	-67	0	0	-144
Kursdifferenser	0	0	0	0	0	0	1
<b>Summa avskrivningar enligt plan</b>	<b>-272</b>	<b>-141</b>	<b>-18</b>	<b>-300</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-730</b>
<b>Akkumulerade nedskrivningar:</b>							
Vid årets början	-3	-6	0	-15	-30	-1	-55
Omklassificeringar/förvärvade företag	-30	0	0	-16	30	0	-16
Årets nedskrivningar <sup>1)</sup>	0	-3	0	0	0	0	-3
Kursdifferenser	0	0	0	-2	0	0	-1
<b>Summa nedskrivningar</b>	<b>-33</b>	<b>-10</b>	<b>0</b>	<b>-33</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>-76</b>
<b>Redovisat värde vid årets slut</b>	<b>321</b>	<b>67</b>	<b>8</b>	<b>474</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>874</b>
<b>Redovisat värde vid årets början</b>	<b>92</b>	<b>79</b>	<b>9</b>	<b>542</b>	<b>101</b>	<b>0</b>	<b>823</b>

<sup>1)</sup> Årets nedskrivningar om -3 mkr redovisas på raden kostnad sålda varor. Föregående år redovisades -46 mkr på raden administrationskostnader och -5 mkr på raden kostnad sålda varor.

Moderföretaget	Balanserade utgifter för utvecklings- arbeten	Patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	Förskott immateriella anläggnings- tillgångar	Summa immateriella anläggnings- tillgångar
mkr				
<b>Akkumulerade anskaffningsvärden:</b>				
Vid årets början	5	2	7	14
Nyanskaffningar	33	0	0	33
Omklassificeringar	7	0	-6	1
<b>Summa anskaffningsvärde</b>	<b>46</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>48</b>
<b>Akkumulerade avskrivningar enligt plan:</b>				
Vid årets början	-5	-2	0	-7
Årets avskrivning enligt plan	-2	0	0	-2
<b>Summa avskrivningar enligt plan</b>	<b>-7</b>	<b>-2</b>	<b>0</b>	<b>-9</b>
<b>Redovisat värde vid årets slut</b>	<b>39</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>39</b>
<b>Redovisat värde vid årets början</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>7</b>



# NOTER

## NOT 11 Materiella anläggningstillgångar

Koncernen	Byggnader	Mark och mark- anlägg- ningar	Förbät- rings- utgifter på annans fastighet	Maskiner och andra tekniska anlägg- nings- tillgångar	Inventa- rier, verktyg och installa- tioner	Finansiell leasing	Pågående nyanlägg- ningar	Övriga materiella anlägg- nings- tillgångar	Summa materiella anlägg- nings- tillgångar
mkr									
<b>Akkumulerade anskaffningsvärden:</b>									
Vid årets början	3 213	757	35	172	4 816	43	488	7	9 532
Nyanskaffningar, aktiverade utgifter	496	52	1	59	522	0	734	0	1 863
Avyttringar, utrangeringar	-500	-95	0	-15	-259	0	-3	0	-872
Omklassificeringar/förvärvade företag	112	14	-23	38	135	-38	-239	0	0
Kursdifferenser	1	0	0	0	0	0	0	0	1
<b>Summa anskaffningsvärde</b>	<b>3 323</b>	<b>728</b>	<b>12</b>	<b>254</b>	<b>5 213</b>	<b>5</b>	<b>981</b>	<b>7</b>	<b>10 523</b>
<b>Akkumulerade avskrivningar enligt plan:</b>									
Vid årets början	-285	-48	-15	-101	-2 870	-32	0	-3	-3 354
Avyttringar och utrangeringar	31	6	0	15	242	0	0	0	294
Omklassificeringar/förvärvade företag	-2	2	11	-30	-11	30	0	0	0
Årets avskrivning enligt plan	-38	-14	-2	-17	-503	-2	0	-2	-577
Kursdifferenser	-1	0	0	0	0	0	0	0	-1
<b>Summa avskrivningar enligt plan</b>	<b>-295</b>	<b>-54</b>	<b>-5</b>	<b>-133</b>	<b>-3 142</b>	<b>-4</b>	<b>0</b>	<b>-6</b>	<b>-3 639</b>
<b>Akkumulerade nedskrivningar:</b>									
Vid årets början	-52	-3	0	0	-27	0	0	0	-81
Avyttringar och utrangeringar	8	0	0	0	8	0	0	0	16
Årets nedskrivningar	-7	0	0	0	0	0	0	0	-7
<b>Summa nedskrivningar</b>	<b>-51</b>	<b>-3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-19</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-72</b>
<b>Redovisat värde vid årets slut</b>	<b>2 977</b>	<b>671</b>	<b>7</b>	<b>120</b>	<b>2 053</b>	<b>2</b>	<b>981</b>	<b>1</b>	<b>6 812</b>
<b>Redovisat värde vid årets början</b>	<b>2 876</b>	<b>706</b>	<b>20</b>	<b>71</b>	<b>1 919</b>	<b>11</b>	<b>488</b>	<b>4</b>	<b>6 095</b>

	Inven- tarier, verktyg och instal- lationer	Summa materiella anlägg- nings- tillgångar
<b>Moderföretaget</b>		
mkr		
<b>Akkumulerade anskaffningsvärden:</b>		
Vid årets början	18	18
Avyttringar, utrangeringar	-2	-2
<b>Summa anskaffningsvärde</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
<b>Akkumulerade avskrivningar enligt plan:</b>		
Vid årets början	-14	-14
Avyttringar och utrangeringar	2	2
Årets avskrivning enligt plan	-1	-1
<b>Summa avskrivningar enligt plan</b>	<b>-13</b>	<b>-13</b>
<b>Redovisat värde vid årets slut</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Redovisat värde vid årets början</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

Taxeringsvärden	Koncernen		Moderföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
Byggnader	1 848	1 916	-	-
Mark och mark- anläggningar	724	748	-	-
<b>Summa</b>	<b>2 572</b>	<b>2 664</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

# NOTER

## NOT 11 Materiella anläggningstillgångar forts.

Förvaltningsfastigheter – Verkligt värde och dess förändring

	Koncernen		Moderföretaget	
	2009	2008	2009	2008
mkr				
Vid årets början	1 255	1 232	0	110
Nyanskaffningar	322	34		
Investeringar i fastigheter	473	246		
Avyttringar		-187		-110
Vid årets slut	2 069	1 255	0	0
<b>Värdet förändring</b>	<b>19</b>	<b>-71</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Verkligt värde har i huvudsak fastställts baserat på interna bedömningar. Ett fåtal externa värderingar har genomförts för att kalibrera värderingsprocessen.

Värdet har bedömts med hjälp av följande värderingsmetoder:

- \* Marknadsvärdering på 26 procent av värdet för förvaltningsfastigheterna, huvudsakligen genom kassaflödeskalkyler, där fastighetens framtida driftnetton och bedömda restvärden nuvärdeberäknas.
- \* Cirka 30 procent av beståndet avser mark, byggrätter och exploateringsfastigheter, där värdet bedömts med ledning av genomförda försäljningar av likvärdiga fastigheter/byggrätter på marknaden.
- \* För resterande 44 procent som avser nyproduktion, har värdet bestämts med utgångspunkt från nedlagda kostnader minus avskrivningar.

### Finansiell leasing

Dagligvarugruppen har finansiella leasingkontrakt avseende lastbilar och släpkärror. Leasingavgifterna och de variabla utgifterna för ränta och interimsvavgifter är beräknade vid ränteläget per angiven basdag och med ränteparameter "Stibor 30 dagar". Avtalen löper ut 1 mars 2010 då

Antagen direktavkastning för beräkning av restvärde

Kategori	2009	2008
Köpcentrum	6,75%–7,5%	6,5%–7%
Volymhandel	6,75%–7,0%	6,5%
Utvecklingsfastigheter/övriga	7,0%–8,25%	6,75%–8,25%

Antagen kalkylränta för diskontering av kassaflöde

Kategori	2009	2008
Köpcentrum	8,75%–9,5%	8,5%–9%
Volymhandel	8,75%–9,0%	8,5%
Utvecklingsfastigheter/övriga	9,0%–10,25%	8,75%–10,25%

Förvaltningsfastigheters påverkan på periodens resultat

Koncernens hyresintäkter avseende förvaltningsfastigheterna uppgår till 71 mkr (59). Driftnettot är 33,6 mkr (26,8).

Direkta kostnader för outhyrda ytor i koncernen uppgår till 16 mkr (18,5).

Dagligvarugruppen, i enlighet med leasingkontraktet, avser att köpa leasingobjeten för en kontant köpeskilling (exkl. moms) motsvarande restvärdet för aktuella leasingobjekt.

Under 2009 har räntor om 0,1 mkr betalats.

Förfallotidpunkt för framtida leasingavgifter	Koncernen				Moderföretaget			
	Minimileaseavgifter		Nuvärde av minimileaseavgifter		Minimileaseavgifter		Nuvärde av minimileaseavgifter	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008
mkr								
Förfallotidpunkt inom ett år	0	2	0	2	0	0	0	0
Förfallotidpunkt under andra till femte året	0	0	0	0	0	0	0	0

# NOTER

## NOT 12 Finansiella anläggningstillgångar

Koncernen	Andelar i intresse- företag	Fordringar hos intresse- företag	Andelar i joint ventures	Fordringar hos joint ventures	Andra långfristiga värde- pappers- innehav	Upp- skjutna skatte- fordringar	Andra lång- fristiga fordringar	Summa finansiella anlägg- nings- tillgångar
mkr								
<b>Akkumulerade anskaffningsvärden:</b>								
Vid årets början	151	9	94	73	350	874	380	1 932
Tillkommande tillgångar/fordringar	76	0	42	40	34	120	116	429
Avgående tillgångar/reglerade fordringar	-6	0	30	0	-7	-96	-30	-110
Omklassificeringar/förvärvade företag	0	0	0	-54	0	-13	-1	-67
Kursdifferenser	0	0	6	0	0	0	-3	3
<b>Summa anskaffningsvärde</b>	<b>221</b>	<b>9</b>	<b>172</b>	<b>58</b>	<b>377</b>	<b>885</b>	<b>463</b>	<b>2 187</b>
<b>Akkumulerade nedskrivningar:</b>								
Vid årets början	-1	0	0	0	-137	-1	-1	-140
Avgående tillgångar/reglerade fordringar	1	0	0	0	0	0	0	1
Omklassificeringar/förvärvade företag	0	0	0	0	0	0	1	1
Under året återförda nedskrivningar	0	0	0	0	5	0	0	5
Årets nedskrivningar	0	0	0	0	-19	0	-1	-20
<b>Summa nedskrivningar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-151</b>	<b>-1</b>	<b>-1</b>	<b>-154</b>
<b>Redovisat värde vid årets slut</b>	<b>221</b>	<b>9</b>	<b>172</b>	<b>58</b>	<b>227</b>	<b>885</b>	<b>462</b>	<b>2 034</b>
<b>Redovisat värde vid årets början</b>	<b>150</b>	<b>9</b>	<b>94</b>	<b>73</b>	<b>213</b>	<b>874</b>	<b>379</b>	<b>1 792</b>

Moderföretaget	Andelar i koncern- företag	Fordringar hos koncern- företag	Andelar i intresse- företag	Fordringar hos intresse- företag	Andra lång- fristiga värde- pappers- innehav	Upp- skjutna skatte- fordringar	Andra lång- fristiga fordringar	Summa finansiella anlägg- nings- tillgångar
mkr								
<b>Akkumulerade anskaffningsvärden:</b>								
Vid årets början	7 191	0	6	9	17	153	1	7 377
Tillkommande tillgångar/fordringar	528	1 400	75	0	1	120	0	2 123
Avgående tillgångar/reglerade fordringar	-344	0	-6	0	0	0	-1	-351
<b>Summa anskaffningsvärde</b>	<b>7 375</b>	<b>1 400</b>	<b>75</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>273</b>	<b>0</b>	<b>9 149</b>
<b>Akkumulerade nedskrivningar:</b>								
Vid årets början	-1 007	0	-3	0	0	0	0	-1 010
Avgående tillgångar/reglerade fordringar	0	0	3	0	0	0	0	3
Årets nedskrivningar	-10	0	0	0	0	0	0	-10
<b>Summa nedskrivningar</b>	<b>-1 017</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-1 017</b>
<b>Redovisat värde vid årets slut</b>	<b>6 358</b>	<b>1 400</b>	<b>75</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>273</b>	<b>0</b>	<b>8 133</b>
<b>Redovisat värde vid årets början</b>	<b>6 184</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>17</b>	<b>153</b>	<b>1</b>	<b>6 367</b>

# NOTER

## NOT 13 Kortfristiga fordringar

mkr	Koncernen		Moderföretaget	
	2009	2008	2009	2008
Kundfordringar	1 444	1 441	5	0
Utlåning MedMera Bank	322	194		
Övriga fordringar	1 047	883	5	6
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	478	700	14	44
Kontokurantfordringar externt	10	4	10	4
Fordringar hos intresseföretag	1	0	0	0
Fordringar hos joint ventures	90	21	0	0
Fordringar hos koncernföretag			1 512	2 543
Kontokurantfordringar koncernföretag			3 173	3 332
<b>Summa kortfristiga fordringar</b>	<b>3 392</b>	<b>3 243</b>	<b>4 719</b>	<b>5 929</b>
<i>Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter består av:</i>				
Förutbetalda hyror	137	71	0	10
Poster relaterade till försäkringsverksamhet	43	137		
Bonus från leverantörer	62	137		
Kedjeavgifter detaljhandelsdrivande föreningar	4	42		
Övrigt	232	313	14	34
<b>Summa</b>	<b>478</b>	<b>700</b>	<b>14</b>	<b>44</b>

## NOT 14 Kortfristiga placeringar

mkr	Koncernen		Moderföretaget	
	2009	2008	2009	2008
Obligationer och certifikat	3 189	2 681	–	–
Aktier och andelar	1 014	886	–	–
<b>Summa kortfristiga placeringar</b>	<b>4 203</b>	<b>3 568</b>	<b>–</b>	<b>–</b>

## NOT 15 Eget kapital

Enligt KFs stadgar deltar varje medlem med minst en insats på 10 000 kr. Konsumentförening ska varje år till sitt insatskonto i KF överföra 2/3 av överskottsmedel hänförbart till, av KFs ordinarie stämma, beslutad förräntning på insatskapitalet. Medlem som utträder eller utesluts ur KF kan, efter styrelsens medgivande, få ut sina insatser. Medlem får vidare efter anmälan till KFs styrelse, överlåta sin insats helt eller delvis till annan medlem.

Utöver medlemsinsatser har kapital tillförts i form av förlagsinsatser. Syftet med förlagsinsatser är att ge KF ett riskbärande eget kapital som vid förenings upplösning ska ha rätt efter föreningens fordringsägare men rätt framför medlemsinsatserna. Förlagsinsats får inlösas tidigast fem år från det att tillskottet gjordes. Från innehavarens sida gäller en uppsägningstid av minst två år. Förlagsinsatser förräntas i enlighet med utfärdade förlagsandelsbevis.

Reservfondens syfte är att spara en del av nettovinsten, som inte går åt för täckning av balanserad förlust. Balanserade vinstmedel utgörs av föregående års fria egna kapital efter eventuell reservfondsavsättning och efter att eventuell vinstutdelning lämnats.

## NOT 16 Garantikapital

I samband med att KF den 1 februari 1987 övertog huvuddelen av OK-föreningarnas och andra intressenters insatser i OK-förbundet träffades överenskommelsen att de frigjorda medlen skulle placeras i KF ekonomisk förening som garantikapital. Lånet på 20 mkr är bundet till den 1/1 2013 och är lämnat utan säkerhet.

# NOTER

## NOT 17 Avsättningar för förmånsbaserade pensioner och liknande förpliktelser

KF har per årsskiftet förmånsbestämda pensionsplaner, vilka tryggats via stiftelsen KP Pension & Försäkring. Dessa planer tillhandahåller förmåner baserade på de ersättningar och den anställningstid de anställda har

Belopp redovisade i resultaträkningen

Koncernen		
mkr	2009	2008
Kostnad avseende tjänstgöring under innevarande period	-50	-41
Räntekostnad	-110	-141
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar	105	149
Aktuariella vinster/förluster, netto	-42	
Kostnad avseende avtalspensioner	-61	
Reduceringar och regleringar	10	-3
<b>Summa</b>	<b>-148</b>	<b>-37</b>

Faktisk avkastning på förvaltningstillgångar har under året uppgått till 10,4 % (3,5).

Avsättning för pensioner

Koncernen		
mkr	2009	2008
Fonderade pensionsplaner redovisade som långfristig fordran	217	236
<b>Summa</b>	<b>217</b>	<b>236</b>

Avstämning av balansräkning

Koncernen		
mkr	2009	2008
Nettofordran vid årets början	236	151
Nettokostnad redovisad i resultaträkningen	-149	-37
Inbetalda avgifter	130	122
<b>Nettofordran vid årets slut <sup>1)</sup></b>	<b>217</b>	<b>236</b>

<sup>1)</sup> På nettofordran vid årets slut har även särskild löneskatt bokats.

vid eller nära pensionering. Nedan lämnas upplysningar om de viktigaste förmånsbaserade pensionsplanerna. Kostnaden för pensioner ingår i sin helhet i rörelseresultatet.

Åtagande

Koncernen		
mkr	2009	2008
Nuvärde av helt eller delvis fonderade förpliktelser	-3 327	-3 573
Verkligt värde av förvaltningstillgångar	3 299	2 995
<b>Nettovärde</b>	<b>-28</b>	<b>-578</b>
Oredovisade aktuariella förluster	245	814
<b>Nettofordran vid årets slut</b>	<b>217</b>	<b>236</b>

Viktigare aktuariella antaganden

Koncernen	Sverige	
%	2009	2008
Diskonteringsränta	4,0	2,7
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar <sup>1)</sup>	3,6	3,6
Förväntad löneökning	3,0	2,0
Förväntad inflation	2,0	1,0

<sup>1)</sup> Återspeglar långfristig beräknad avkastning på förvaltningstillgångar enligt stiftelsens placeringsriktlinjer. Har beräknats efter avdrag för administrativa kostnader och tillämpliga skatter.



# NOTER

## NOT 18 Avsättningar

Koncernen	Pensioner <sup>1)</sup>	Garanti- åtaganden	MedMera- premie <sup>2)</sup>	Omstruk- turerings- kostnader <sup>3)</sup>	Övriga avsättningar	Summa avsättningar
mkr						
Vid årets början	19	14	74	131	51	289
Periodens avsättningar	0	5	3	114	46	168
lanspråktaga avsättningar	0	-5	0	-42	-2	-49
Avyttringar/omklassificeringar	0	0	0	0	-4	-4
Återförda avsättningar	0	-2	0	-57	-3	-62
<b>Vid årets slut</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>77</b>	<b>146</b>	<b>88</b>	<b>342</b>

Moderföretaget	Övriga av- sättningar	Summa av- sättningar
mkr		
Vid årets början	11	11
Periodens avsättningar	1	1
<b>Vid årets slut</b>	<b>12</b>	<b>12</b>

<sup>1)</sup> Se vidare not 17 avseende förmånsbestämda pensionsplaner.

<sup>2)</sup> Köp via medlemskortet Coop MedMera genererar poäng till dess innehavare. Avsättning har gjorts baserat på genererade ej inlösta poäng vid årsskiftet och med hänsyn till inlösenfrekvens och giltighetstid.

<sup>3)</sup> Avser framförallt i Dagligvarugruppen gjorda avsättningar avseende personalneddragningar samt omstruktureringar och nedläggningar av butiker.

## NOT 19 Ställda säkerheter

	Koncernen		Moderföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
<b>Till egen förmån:</b>				
<b>Ställda säkerheter för skulder:</b>				
Fastighetsinteckningar	70	12	–	–
Företagsinteckningar	54	60	–	–
<b>Summa ställda säkerheter för skulder</b>	<b>124</b>	<b>72</b>	<b>–</b>	<b>–</b>
<b>Ställda säkerheter för outnyttjad checkräkningskredit:</b>				
Företagsinteckningar	26	18	–	–
<b>Ställda säkerheter för annat än skulder:</b>				
Företagsinteckningar	95	94	–	–
Värdepapper	174	225	–	–
<b>Summa ställda säkerheter för annat än skulder</b>	<b>269</b>	<b>319</b>	<b>–</b>	<b>–</b>
<b>Summa ställda säkerheter</b>	<b>419</b>	<b>409</b>	<b>–</b>	<b>–</b>

KF Invest Förvaltning AB har ställt en depå, innehållande räntebärande instrument till ett värde av 1 862 mkr (1 697), som säkerhet för en garanti på 1 700 mkr som Swedbank har ställt ut till förmån för MedMera Bank AB. Som säkerhet för bankupplåning om 1 800 mkr, har moderföretaget pantförskrivit aktierna i dotterföretaget KF Fastigheter AB.

# NOTER

## NOT 20 Långfristiga skulder

mkr	Koncernen		Moderföretaget	
	2009	2008	2009	2008
<b>Medlemsinlåning:</b>				
5-årslån <sup>1)</sup>	251	217	251	217
<b>Summa medlemsinlåning</b>	<b>251</b>	<b>217</b>	<b>251</b>	<b>217</b>
<b>Övriga långfristiga skulder:</b> <sup>2)</sup>				
Checkräkningskredit	5	–	–	–
Skulder till kreditinstitut	1 879	72	1 800	0
Övriga skulder	13	2	–	–
<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>2 148</b>	<b>291</b>	<b>2 051</b>	<b>217</b>

<sup>1)</sup> Den del av KFs 5-årslån som förfaller senare än ett år. Se vidare not 21 avseende medlemsinlåning.

<sup>2)</sup> Övriga långfristiga skulder med förfall senare än 5 år uppgår till 11 mkr. Resterande övriga långfristiga skulder förfaller mellan 1 och 5 år från balansdagen.

## NOT 21 Kortfristiga skulder

mkr	Koncernen		Moderföretaget	
	2009	2008	2009	2008
<b>Medlemsinlåning:</b> <sup>1)</sup>				
Sparkassan	3 354	3 406	3 354	3 406
5-årslån	196	199	196	199
<b>Summa medlemsinlåning</b>	<b>3 550</b>	<b>3 605</b>	<b>3 550</b>	<b>3 605</b>
<b>Övriga kortfristiga skulder:</b>				
Inlåning MedMera Bank	1 375	1 492	0	0
Skulder till kreditinstitut	257	110	0	0
Förskott från kunder	156	110	0	0
Leverantörsskulder	3 400	3 270	14	11
Skulder till koncernföretag			479	149
Skulder till joint ventures	129	2	0	0
Kontokurantskulder externt	802	757	802	757
Skatteskulder	38	15	0	0
Övriga skulder	624	804	51	115
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	1 812	1 944	38	29
Kontokurantskulder koncernföretag			882	1 908
<b>Summa övriga kortfristiga skulder</b>	<b>8 593</b>	<b>8 504</b>	<b>2 266</b>	<b>2 969</b>
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>12 143</b>	<b>12 109</b>	<b>5 816</b>	<b>6 574</b>
<b>Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter består av:</b>				
Personalrelaterade kostnader	829	842	11	6
Premiereserv i försäkringsverksamhet	117	224	–	–
Levererade ännu ej fakturerade varor	202	159	0	1
Övrigt	664	718	27	21
<b>Summa</b>	<b>1 812</b>	<b>1 944</b>	<b>38</b>	<b>29</b>

<sup>1)</sup> Medlemsinlåningen består huvudsakligen av sparmedel från medlemmarna i konsumentföreningarna men också av placeringar från vissa anslutna medlemsorganisationer. Sparmedel i KFs Sparkassa fördelar sig på ett antal olika räkningar. Långgivare avseende KFs 5-årslån har rätt att efter utgången av första femårsperioden låta medlen kvarstå till något reducerad ränta med ett års uppsägningstid. Långgivare kan också välja att låta medlen kvarstå i ny femårsperiod till oförändrade villkor. Den del av KFs 5-årslån som förfaller senare än ett år redovisas som långfristig.

# NOTER

## NOT 22 Finansiella instrument och finansiell riskhantering

### Finansiella instrument

Inom ramen för KFs kapitalförvaltningsverksamhet har KF en portfölj av finansiella instrument. Portföljen innehåller huvudsakligen räntebärande instrument, såsom företagscertificat och obligationer, med kort duration. KF har även innehav i noterade och onoterade aktier samt andelar i riskkapitalbolag och fonder med absolut avkastningsmål. Marknadsvärdet för den totala förvaltningsportföljen uppgick vid årsskiftet till 4 472 mkr (3 778).

KF använder olika finansiella instrument för att begränsa effekterna av fluktuationer i räntesatser och växelkurser.

Enligt följande framgår redovisade och verkliga värden per typ av räntebärande finansiellt instrument. För kapitalförvaltningsportföljen, exklusive innehaven i riskkapitalbolag och onoterade aktier, tillämpas portföljvärdering. Verkligt värde anges därför endast för hela portföljen.

Med undantag för innehav i riskkapitalbolag, onoterade aktier samt övriga finansiella långfristiga placeringar inkluderar inte tabellen ej räntebärande instrument för vilka redovisat värde överensstämmer med verkligt, exempelvis kundfordringar och leverantörsskulder.

Finansiella instrument redovisade i balansräkningen:

mkr	Redovisat värde		Verkligt värde <sup>1)</sup>	
	2009	2008	2009	2008
<i>Tillgångar:</i>				
Onoterade aktier	28	28	28	28
Innehav i riskkapitalbolag och övriga långfristiga placeringar	269	211	269	211
	<b>297</b>	<b>239</b>	<b>297</b>	<b>239</b>
Aktier och aktiefonder	456	333		
Obligationer	2 881	2 282		
Finansiella tillgångar med absolut avkastningsmål	558	553		
Certifikat	308	399		
Placeringar i bank och övrigt kortfristiga räntebärande instrument	0	0		
	<b>4 203</b>	<b>3 567</b>	<b>4 203</b>	<b>3 567</b>
Utlåning MedMera Bank	322	194	322	194
Kassa och bank	892	837	892	837
Övriga räntebärande tillgångar	585	483	585	483
<b>Tillgångar totalt</b>	<b>6 299</b>	<b>5 320</b>	<b>6 299</b>	<b>5 320</b>
<i>Skulder:</i>				
Sparkassan	3 801	3 822	3 801	3 822
Inlåning MedMera Bank	1 375	1 491	1 375	1 491
Långfristiga skulder till kreditinstitut	1 835	72	1 835	72
Övriga räntebärande skulder	1 284	906	1 284	906
<b>Skulder totalt</b>	<b>8 295</b>	<b>6 291</b>	<b>8 295</b>	<b>6 291</b>

<sup>1)</sup> Räntebärande finansiella instrument värderas genom en diskontering av framtida kassaflöden. Marknadsnoterade tillgångar värderas till noterat pris. Onoterade innehav har värderats i enlighet med EVCA:s värderingsprinciper.

### Principer för finansiering och finansiell riskhantering

KF är genom sin verksamhet utsatt för olika typer av finansiella risker. KF har en centraliserad finansverksamhet som administreras av KF Invest. KF Invest ansvarar för koncernens agerande mot de finansiella marknaderna, hanteringen av finansiella risker inom koncernen och samtliga räntebärande poster i balansräkningen. Utöver koncernen omfattar internbanksverksamheten även konsumentföreningar. Genom den centraliserade finansverksamheten uppnås en professionell hantering av risker, betalningsflöden och bankrelationer. KF Invests avvikelsemandat bestäms av KFs styrelse och är tydligt begränsade.

### Valutarisk

Valutarisk är risken för en negativ inverkan på koncernens resultat- och balansräkning till följd av valutakursförändringar. Total valutaexponering i förvaltningsportföljen får maximalt uppgå till 10 procent av tillgångsportföljens värde, det vill säga 447 mkr.

Valutarisk indelas vanligen i transaktionsexponering och omräkningsexponering. Transaktionsexponeringen är en följd av koncernens operativa och finansiella valutaflöden. Omräkningsexponeringen beror på tillgångar, skulder och eget kapital i utlandet, exempelvis till följd av utländska verksamheter. Dotterbolagens valutasäkringar görs via KF Invest med hjälp av koncerninterna transaktioner som sedan KF Invest i sin tur säkrar mot externa motparter.

# NOTER

## NOT 22 Finansiella instrument och finansiell riskhantering, forts.

### Transaktionsexponering

KF har som målsättning att prissäkra operativ transaktionsexponering i samband med att den underliggande varan prissätts. Finansiella flöden kurssäkras däremot för hela löptiden.

### Omräkningsexponering

KFs omräkningsexponering härstammar främst från tillgångar och skulder i utländska dotterbolag. Omräkningsexponering av eget kapital i hel- eller delägda dotterbolag kurssäkras ej. Nedan redovisas koncernens aggregerade valutapositioner per 31 december 2009 i lokal valuta, samt omräknade till EUR. Internbankens utestående valutakontrakt per 31 december 2009:

Valuta	Kontrakt mot koncernbolag (miljoner lokal valuta)	Kontrakt mot extern motpart (miljoner lokal valuta)	Netto-exponering (miljoner lokal valuta)	Netto-exponering i Euro (miljoner EUR)
CZK	5,1	-5,1	0,0	0,0
DKK	-40,3	38,1	-2,2	-0,3
EUR	-12,4	12,7	0,3	0,3
GBP	-0,8	0,8	0,0	0,0
NOK	-24,7	24,4	-0,3	0,0
PLN	7,4	-7,4	0,0	0,0
USD	62,3	-62,7	-0,4	-0,3
<b>Total valutaexponering (miljoner EUR)</b>				<b>-0,3</b>

### Finansiering

Det är koncernens policy att uppnå stabilitet i den långsiktiga kapitalförsörjningen och begränsa såväl likviditets- som refinansieringsrisken. Upprätthållandet av en tillräcklig betalningsreserv i form av kassa och outnyttjade kreditfaciliteter är av central betydelse. KF-koncernens finansieringskällor utgörs i huvudsak av insatskapital, förlagsinsatser, inlåning via Sparkassan och MedMera Bank, banklån samt övrigt eget kapital. Koncernens finansiella flexibilitet har förstärkts genom att en långfristig bankupplåning om 1 800 mkr tagits upp under året. Låneavtalet innehåller finansiella åtaganden (financial covenants) som är kopplade till såväl koncernens resultat- som balansräkning.

### Ränterisk

Ränterisk definieras som risken för att förändringar i det allmänna ränteläget påverkar KFs resultat negativt. Räntebindningstiden i KFs tillgångsportfolio är dimensionerad för att möta den korta durationen i skuldportföljen. Enligt koncernens finanspolicy ska durationen vara 0,5–3,5 år, med ett benchmark på 2 år. Vid årsskiftet var durationen 2 år 1(,81), vilket motsvarar en ränterisk relativt benchmark på 0,0 mkr (0,3) (beräknat som ett 1 % skift i avkastningskurvan). För att reducera ränterisken och skydda koncernens resultat mot en eventuell ränteuppgång använder KF ränteswappar.

### Övrig marknadsrisk

Marknadsrisk definieras som risken för att värdet på finansiella instrument varierar på grund av förändrade marknadspriser.

Inom ramen för KFs kapitalförvaltningsverksamhet innehade KF vid årsskiftet noterade aktier och andelar i fonder med absolut avkastningsmål till ett marknadsvärde på 1 014 mkr (886). Aktierna hanteras dels av externa förvaltare, dels av KF Invest. Dessutom hade KF 297 mkr (239) i riskkapitalbolag, onoterade aktier och övriga långfristiga finansiella placeringar, varav 269 mkr (211) hänförs till kapitalförvaltningsverksamheten.

Övrig marknadsrisk inom kapitalförvaltningsverksamheten begränsas med regler för maximal allokering till riskexponerade tillgångsslag. KF begränsar övrig marknadspriser genom ett detaljerat regelverk avseende diversifiering, motparts- och kreditrisk i KFs operativa placeringsreglemente.

### Likviditetsrisk

KFs likviditet är god. Per den 31 december 2009 uppgick koncernens likvida medel till 4 082 mkr (3 519). Likviditeten förvaltas inom ramen för kapitalförvaltningen.

Likviditetsbrist kan uppstå inom KF genom oförutsedda uttag ur Sparkassan, MedMera Bank och Kontokuranten. Likviditetsutvecklingen följs upp dagligen. Därtill upprättas kontinuerligt likviditetsprognoser. KFs placeringar i certifikat, obligationer och noterade aktier ska huvudsakligen göras i värdepapper som kan likvideras med kort varsel utan risk för ökade kostnader. Vidare ska KF säkerställa att det finns en adekvat likviditetsreserv. Likviditetsreserven utgörs av banktillgodohavanden samt låneramar som kan utnyttjas utan framförhållning. Vid årsskiftet hade KF bankkrediter på 3 040 mkr (600), varav 918 mkr var utnyttjat per den 31 december 2009.

### Kredit- och motpartsrisk

KF är exponerad mot kreditrisk genom sina placeringar i obligationer och aktier. Denna risk begränsas genom regler i KFs finanspolicy avseende motparters rating. Vidare har KF exponering mot konsumentföreningar till följd av utlåning. Sådan utlåning får därför endast göras efter noggrann kreditbedömning. Dessutom har KF endast en begränsad kreditrisk i kundfordringarna, vilket är en naturlig följd av verksamhetens karaktär.

Den största enskilda kreditexponeringen per den 31 december 2009 var gentemot Stadshypotek AB. Marknadsvärdet var totalt 1 057 mkr.

Härutöver har KF motpartsrisk genom finansiella instrument på valuta-, ränte-, aktie- och elmarknaderna. Motpart i dessa transaktioner är banker, fondkommissionärer, elhandelsbolag och detaljhandelsdrivande föreningar. KFs motpartsrisk begränsas genom att finansiella transaktioner endast görs med godkända motparter.

KF strävar efter att fördela finansiella transaktioner mellan flera motparter. Dessutom används främst standardiserade kontrakt. KF strävar även efter att teckna ISDA-avtal med samtliga finansiella motparter för att därigenom möjliggöra kvittning av skulder och fordringar vid motpartens obestånd.

# NOTER

## NOT 23 Ansvarsförbindelser

	Koncernen		Moderföretaget	
	2009	2008	2009	2008
mkr				
<i>Till egen förmån:</i>				
Borgensförbindelser	10	10		
<i>Till förmån för dotterföretag:</i>				
Övriga			85	143
<i>Till förmån för intresseföretag:</i>				
Övriga	27	27	27	27
<i>Till förmån för joint ventures:</i>				
Övriga	40			
<b>Summa</b>	<b>77</b>	<b>37</b>	<b>112</b>	<b>170</b>

I vissa fall har KF gått i borgen för åtaganden i dotterföretag avseende leveranser, hyror och entreprenader.

För att säkerställa ett mindre antal gjorda pensionsutfästelser har kapitalförsäkringar tecknats samt pantförskrivits till förmån för pensionstagarna.

Coop Butiker & Stormarknader ABs dotterkoncern Coop Sverige Fastigheter AB, då en del av Coop Norden-koncernen, avyttrade under 2005 en del av sitt fastighetsbestånd. För detta fastighetsbestånd utfärdade Coop Norden AB en hyresgaranti, vilken övertogs av KF. Skatteverket har under 2007 granskat försäljningen samt genom omprövningsbeslut upptaxerat berörda bolag med 1,8 mdr kr. Bolagen har sökt uppskov med betalningen, som beviljats, samt överklagat ärendet till Länsrätten. Vid ett eventuellt negativt utslag i Länsrätten skulle det medföra en ytterligare skattebelastning om 517 mkr. KFs bedömning är att det föreligger en mycket hög sannolikhet att bolaget ej kommer bli upptaxerat, varför någon avsättning inte gjorts i räkenskaperna. I avtalet om uppdelning av Coop Norden-koncernen i december 2007 avtalades att i det fall bolagen mot förmodan skulle bli upptaxerade, ska den tillkommande skatten delas enligt tidigare ägarandelar, det vill säga Coop NKL ska stå för 20 procent, FDB för 38 procent och KF för 42 procent.

KF Fastigheter avyttrade under 2006 50 procent av sina indirekt ägda fastigheter i det så kallade Kvarnholmen-området i Stockholm. Skatteverket har meddelat att de avser att göra en framställan till Länsrätten, vilket, om Skatteverket skulle vinna framgång, skulle leda till en upptaxering med cirka 600 mkr. KFs bedömning är att det även i detta fall föreligger en mycket hög sannolikhet att bolaget ej kommer bli upptaxerat, varför någon avsättning inte gjorts i räkenskaperna.

## NOT 24 Arvode- och kostnadsersättningar till revisorer

	Koncernen		Moderföretaget	
	2009	2008	2009	2008
mkr				
<i>Revisionsarvoden</i>				
KPMG	9	10	1	1
Andra revisionsbyråer	1	1		
<i>Andra uppdrag</i>				
KPMG	4	3	0	1
Andra revisionsbyråer	0	0		
<b>Summa</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>2</b>



# NOTER

## NOT 25 Kassaflödesinformation

Betalda räntor och erhållen utdelning

	Koncernen		Moderföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
Erhållen utdelning	45	47	61	357
Erhållen ränta	226	327	159	388
Erlagd ränta	-228	-290	-256	-432
<b>Netto</b>	<b>43</b>	<b>84</b>	<b>-36</b>	<b>313</b>

Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet

	Koncernen		Moderföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
Avgår resultatandel i intresseföretag/joint ventures	-40	-41		
Erhållen utdelning från intresseföretag/joint ventures	2	2		
Av- och nedskrivningar av tillgångar	676	909	13	18
Rearesultat försäljning av anläggningstillgångar	23	92	27	57
Rearesultat försäljning av rörelse/dotterföretag	-89	-459		
Avsättningar till pensioner	0	-30		
Övriga avsättningar	58	-85	1	-1
Andra ej likviditetspåverkande resultatposter	-20			
<b>Summa</b>	<b>610</b>	<b>388</b>	<b>41</b>	<b>75</b>

Förvärv av dotterföretag och andra affärsenheter

	Koncernen		Moderföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
<i>Förvärvade tillgångar och skulder:</i>				
Immateriella anläggningstillgångar		230		
Materiella anläggningstillgångar	354	250		
Finansiella tillgångar		12		
Varulager		32		
Rörelsefordringar	1	125		
Likvida medel	2	124		
<b>Summa tillgångar</b>	<b>357</b>	<b>773</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Minoritet		8		
Avsättningar		35		
Lån	49	70		
Rörelseskulder	152	295		
<b>Summa minoritet, skulder och avsättningar</b>	<b>201</b>	<b>407</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Köpeskilling	156	366	518	15
Avgår: Säljarreverser		-11		-15
Utbetald köpeskilling	156	355	518	0
Avgår: Likvida medel i den förvärvade verksamheten	-2	-124	0	0
<b>Påverkan på likvida medel</b>	<b>154</b>	<b>231</b>	<b>518</b>	<b>0</b>

# NOTER

## NOT 25 Kassaflödesinformation, forts.

Avyttring av dotterföretag och andra affärsheter

	Koncernen		Moderföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
<i>Avyttrade tillgångar och skulder:</i>				
Materiella anläggningstillgångar	575	238		
Rörelsefordringar	73	7		
Likvida medel	9	2		
<b>Summa tillgångar</b>	<b>657</b>	<b>247</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<i>Avsättningar</i>	<i>7</i>			
Lån	219	184		
Rörelseskulder	271	9		
<b>Summa skulder och avsättningar</b>	<b>496</b>	<b>193</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Försäljningspris	250	512	316	85
Avgår: Säljarreverser		-43		
Erhållen köpeskillning	250	470	316	85
Avgår: Likvida medel i den avyttrade verksamheten	-9	-2	0	0
Påverkan på likvida medel	241	467	316	85

Likvida medel

	Koncernen		Moderföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
<i>Följande delkomponenter ingår i likvida medel:</i>				
Kassa och bank	892	837	483	287
Kortfristiga placeringar, jämställda med likvida medel <sup>1)</sup>	3 190	2 681		
<b>Summa</b>	<b>4 082</b>	<b>3 519</b>	<b>483</b>	<b>287</b>

<sup>1)</sup> Jämfört med Kortfristiga placeringar i koncernens balansräkning exkluderas aktier och andelar.

Transaktioner som inte medför betalningar

	Koncernen		Moderföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
Utfärdad säljarrevers, koncerninterna förvärv				15
Utfärdad säljarrevers, övriga rörelseförvärv		11		0

Nettoskuldens förändring

	Koncernen		Moderföretaget	
mkr	2009	2008	2009	2008
Nettoskuld vid årets början	1 184	11	516	6 816
Upptagande av nya räntebärande skulder	2 178		690	
Amortering av räntebärande skulder		-1 534		-7 096
Övriga förändringar i räntebärande skulder	-175	-98	280	
Förändringar i avsättningar för pensioner	0	-12		
Investeringar i nya räntebärande tillgångar	-282		465	
Avyttring/minskning av räntebärande tillgångar		-109	-316	328
Övriga förändringar i räntebärande tillgångar	-99	165	-400	141
Förändring av likvida medel	-564	2 760	-198	327
<b>Nettoskuld vid årets slut</b>	<b>2 242</b>	<b>1 184</b>	<b>1 037</b>	<b>516</b>

# NOTER

## NOT 26 Anställda och löner

### Medelantal anställda

	Koncernen		Moderföretaget	
	2009	2008	2009	2008
Kvinnor	4 968	5 075	26	16
Män	3 839	3 921	29	18
<b>Summa</b>	<b>8 807</b>	<b>8 996</b>	<b>55</b>	<b>34</b>

### Varav verksamhet i utlandet:

<b>Europa:</b>				
			<b>2009</b>	2008
Kvinnor			55	54
Män			89	117
<b>Summa Europa</b>			<b>144</b>	<b>171</b>

<b>Asien:</b>				
			<b>2009</b>	2008
Kvinnor			9	8
Män			20	15
<b>Summa Asien</b>			<b>29</b>	<b>23</b>

<b>Totalt utlandet:</b>				
			<b>2009</b>	2008
Kvinnor			64	62
Män			109	132
<b>Summa utlandet</b>			<b>173</b>	<b>194</b>

### Löner och ersättningar

	Koncernen		Moderföretaget	
	2009	2008	2009	2008
mkr				
Gruppen styrelse och VD	53	66	8	7
Övriga	3 122	3 031	46	30
<b>Summa</b>	<b>3 175</b>	<b>3 096</b>	<b>54</b>	<b>37</b>

### Varav verksamhet i utlandet:

<b>Europa:</b>				
mkr			<b>2009</b>	2008
Gruppen styrelse och vd			5	7
Övriga			66	56
<b>Summa Europa</b>			<b>71</b>	<b>62</b>

<b>Asien:</b>				
mkr			<b>2009</b>	2008
Gruppen styrelse och vd			0	0
Övriga			6	3
<b>Summa Asien</b>			<b>6</b>	<b>3</b>

<b>Totalt utlandet:</b>				
mkr			<b>2009</b>	2008
Gruppen styrelse och vd			5	7
Övriga			72	59
<b>Summa utlandet</b>			<b>77</b>	<b>65</b>

### Sociala kostnader

	Koncernen		Moderföretaget	
	2009	2008	2009	2008
mkr				
Sociala kostnader	1 269	1 292	39	21
<i>Varav pensionskostnader till:</i>				
Gruppen styrelse och vd	13	11	2	2
Övriga	315	280	16	5

### Könsfördelning i företagsledningen

	Koncernen		Moderföretaget	
	2009	2008	2009	2008
%				
<i>Andel kvinnor:</i>				
Styrelsen	23%	27%	42%	42%
Övriga ledande befattningshavare	37%	37%	40%	20%

### Sjukfrånvaro

Moderföretaget		
	2009	2008
Sjukfrånvaro som andel av ordinarie arbetstid	1,3%	2,5%
Andel sjukfrånvaro, 60 dagar eller mer	0,4%	1,7%
<i>Sjukfrånvaro fördelad efter kön:</i>		
Män	0,4%	0,5%
Kvinnor	2,2%	4,8%
<i>Sjukfrånvaro fördelad efter ålderskategori:</i>		
29 år eller yngre	2,2%	6,9%
30–49 år	0,7%	0,7%
50 år eller äldre	2,3%	5,5%

Till styrelsen utgick enligt stämmans beslut totalt arvode med 2 096 tkr (1 512), varav ordföranden enligt styrelsens beslut erhölet 916 tkr (400). Därutöver erhölet ordförande fast ersättning enligt särskilt beslut om 0 tkr (516). Årlig pensionsavsättning görs, för ordföranden, med 35 procent beräknat på total ersättning.

Till verkställande direktör Lars Idermark utgick lön med 5 565 tkr (5 372). Pensionsåldern är 62 år. Årlig pensionsavsättning görs med 35 procent beräknat på lön.

# NOTER

## NOT 27 Aktier och andelar<sup>1)</sup>

Företag, tkr	Organisations-nummer	Säte	Ägarandel %	Antal aktier/andelar	Bokfört värde
<b>AKTIER OCH ANDELAR I DOTTERFÖRETAG/DOTTERDOTTERFÖRETAG</b>					
<b>KF ekonomisk förening</b>					
Coop Butiker & Stormarknader AB	556030-5921	Solna	100	110 988	2 604 223
Coop Inköp & Kategori AB	556710-5480	Solna	95	4 750 000	517 700
KF Fastigheter AB	556033-2446	Stockholm	100	100 000	1 112 219
KF Invest AB	556027-5488	Stockholm	100	800 000	1 194 372
KF Invest Förvaltning AB	556174-7717	Stockholm	100		
Grönholmen AB	556778-0456	Stockholm	100		
KFI Kapital AB	556706-3762	Stockholm	100		
Läckeby Water Group AB	556741-2480	Stockholm	81		
Löplabbetgruppen AB	556760-2452	Stockholm	70		
PAN Vision Intressenter AB	556741-2258	Stockholm	100		
MedMera Bank AB	556091-5018	Stockholm	100	3 000 000	312 240
Akademibokhandelsgruppen AB	556046-8448	Stockholm	100	15 000	178 068
Norstedts Förlagsgrupp AB	556045-7748	Stockholm	100	17 000	120 291
KF Shared Services AB	556118-5371	Stockholm	100	10 000	28 089
Tranbodarna AB	556005-2788	Borlänge	100		
KF Försäkrings AB	516401-8417	Stockholm	100	10 000	20 000
AB Tidningen Vi	556041-3790	Stockholm	100	10 000	6 757
Vår Gård Saltsjöbaden AB	556035-2592	Nacka	100	35 000	4 200
KF Utbildning AB	556067-4672	Stockholm	100	1 000	133
Övriga och vilande företag					260 147
<b>Summa dotterföretag KF ekonomisk förening</b>					<b>6 358 439</b>

Företag, tkr	Organisations-nummer	Säte	Ägarandel %	Antal aktier/andelar	Bokfört värde moderföretaget	Kapitalandel i koncernen
<b>INTRESSEFÖRETAG</b>						
<b>KF ekonomisk förening</b>						
<b>Direkt ägande</b>						
Kooperativt Initiativ i Sverige ek förening	716421-4186	Stockholm	49	21	210	210
Nord Coop Invest Ltd		Slovakien	50		108	108
Kronans Droghandel Retail AB	556786-3492	Stockholm	20	20	75 000	65 257
<b>Summa intresseföretag KF ekonomisk förening</b>					<b>75 318</b>	<b>65 575</b>
<b>Indirekt ägande</b>						
Coop Norden Trading A/S	20 406 194		25			52 700
Stenungs Torg Fastighets AB	556462-9854	Stenungsund	30			82 319
Böckernas Klubb med Journalen BKJ AB	556317-0629	Stockholm	43	7 658		3 053
AB Barnens Bokklubb	556103-0445	Stockholm	50	1 525		3 573
Övriga intresseföretag						13 462
<b>Summa indirekt ägda</b>						<b>155 107</b>
<b>Summa intresseföretag KF-koncernen</b>						<b>220 682</b>

<sup>1)</sup> Fullständig bolagsförteckning bifogas årsredovisning till Bolagsverket.

# NOTER

## NOT 27 Aktier och andelar<sup>1)</sup>, forts.

Företag, tkr	Organisations-nummer	Säte	Ägarandel %	Antal aktier/andelar	Bokfört värde moderföretaget	Kapitalandel i koncernen
<b>JOINT VENTURES</b>						
<b>Indirekt ägande</b>						
Kvarnholmen Utveckling AB	556710-5514		50			147 108
Solberga Handelscenter AB	556764-6483		50			13 289
Övriga joint ventures						11 959
Summa indirekt ägda						172 356
<b>Summa joint ventures KF-koncernen</b>						<b>172 356</b>

Företag, tkr	Organisations-nummer	Säte	Ägarandel %	Antal aktier/andelar	Bokfört värde
<b>ÖVRIGA FÖRETAG</b>					
<b>Innehav i KF ekonomisk förening</b>					
Riksbyggen ekonomisk förening	702001-7781	Stockholm	3	30 480	15 240
Bilda Förlag F&D, ekonomisk förening	702000-2601	Stockholm	11	5 250	1 028
Övriga innehav					1 236
<b>Summa övriga företag i KF ekonomisk förening</b>					<b>17 504</b>
<b>Dotterföretagens innehav</b>					
Baltic Rim Fund		Jersey	24	20 000	0
Litorina kapital 1998 KB	969653-7555	Stockholm	22		1 818
Övriga innehav (ägarandel mindre än 20%)					207 137
Dotterföretagens innehav <sup>2)</sup>					208 955
<b>Summa övriga företag i KF-koncernen</b>					<b>226 459</b>

<sup>1)</sup> Fullständig bolagsförteckning bifogas årsredovisning till Bolagsverket.

<sup>2)</sup> Ytterligare investeringsåtaganden i riskkapitalfonder uppgår totalt till 173 mkr (163).

Stockholm den 5 mars 2010

Nina Jarlbäck  
Ordförande

Maj-Britt Johansson Lindfors

Glenn Ericsson

Hans Eklund

Sune Dahlqvist

Anders Stake

Ingrid Karlsson

Göran Lindblå

Karl-Petter Thorwaldsson

Rose-Marie Borgström  
Arbetstagarrepresentant

Per Ribacke  
Arbetstagarrepresentant

Lars Idermark  
Verkställande direktör



# REVISIONSBERÄTTELSE

## Till föreningsstämman i Kooperativa Förbundet (KF), ekonomisk förening. Org nr 702001-1693

Vi har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i Kooperativa Förbundet (KF), ekonomisk förening, för år 2009. Årsredovisningen och koncernredovisningen ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 70–108. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen och för att årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen. Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av vår revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att vi planerat och genomfört revisionen för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra oss om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma de betydelsefulla uppskattningar som styrelsen och verkställande direktören gjort när de upprättat årsredovisningen och koncernredovisningen samt att utvärdera den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i föreningen för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller

verkställande direktören är ersättningsskyldig mot föreningen. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med lagen om ekonomiska föreningar, årsredovisningslagen eller föreningens stadgar. Vi anser att vår revision ger oss rimlig grund för våra uttalanden nedan.

Årsredovisningen och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av föreningens och koncernens resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker att föreningsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för föreningen och för koncernen, disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 5 mars 2010

Bertil Hammarstedt

Birgitta Lönegård

KPMG AB

Per Bergman

Auktoriserad revisor

# NYCKELTAL

Följande nyckeltal beräknas för koncernen

- SOLIDITET
- SKULDSÄTTNINGSGRAD
- AVKASTNING PÅ SYSSELSATT KAPITAL
- RÄNTETÄCKNINGSGRAD
- AVKASTNING PÅ EGET KAPITAL EFTER SKATT

## Definitioner:

**SOLIDITET** beräknas som summan av redovisat eget kapital, garantikapital, förlagslån samt minoritetskapital i procent av balansomslutningen.

**SKULDSÄTTNINGSGRAD** beräknas som nettoskuld dividerat med eget kapital. Nettoskuld beräknas som summa räntebärande skulder inklusive garantikapital och förlagslån, minus summa räntebärande tillgångar.

KF-koncernen

	2009	2008	2007	2006	2005
Soliditet, %	31,4	34,3	31,7	42,9	42,3
Skuldsättningsgrad, ggr	0,34	0,18	0,00	-0,02	0,03
Avkastning på sysselsatt kapital, %	6,8	7,7	5,2	7,2	7,3
Räntetäckningsgrad, ggr	1,4	1,1	3,2	4,9	6,0
Avkastning på eget kapital efter skatt, %	3,4	1,5	5,8	9,4	9,8

## Definitioner av nyckeltal som beräknas för KF Fastigheter:

**DIREKTAVKASTNING** definieras som driftsnetto i relation till marknadsvärde vid årets ingång. Driftsnetto beräknas som hyresintäkter med avdrag för kostnader avseende drift och underhåll.

**SYSSELSATT KAPITAL** beräknas som summa tillgångar med avdrag för icke räntebärande skulder, inklusive uppskjuten skatteskuld.

**AVKASTNING PÅ SYSSELSATT KAPITAL** beräknas som resultat före kostnadsräntor och kursdifferenser på finansiella skulder i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital.

**RÄNTETÄCKNINGSGRAD** definieras som resultat före kostnadsräntor och kursdifferenser på finansiella lån dividerat med summa kostnadsräntor och kursdifferenser på finansiella lån.

**AVKASTNING PÅ EGET KAPITAL** beräknas som resultat efter skatt i procent av genomsnittligt redovisat eget kapital.

**TOTALAVKASTNING** definieras som summan av driftsnetto och marknadsvärdesförändring med avdrag för investeringar dividerat med marknadsvärde.

# KONTAKTER

## Kooperativa Förbundet (KF)

Box 15200  
104 65 Stockholm  
Besöksadress: Stadsgården 10  
Telefon 08-743 25 00  
[www.kf.se](http://www.kf.se)  
[info@kf.se](mailto:info@kf.se)  
Organisationsnummer 702001-1693

## Coop

171 88 Solna  
Besöksadress: Englundavägen 4  
Telefon 08-743 10 00  
[www.coop.se](http://www.coop.se)

## MedMera Bank AB

171 88 Solna  
Besöksadress: Englundavägen 4  
Telefon 08-743 25 00  
[www.coop.se](http://www.coop.se)

## Coop MedMera Kundtjänst

Öppettider: måndag-fredag 09.00–17.00  
Telefon 0771-63 36 00  
[kundtjanst@coopmedmera.se](mailto:kundtjanst@coopmedmera.se)

## KF Näthandel/Mataffären.se

Telefon 08-120 323 00  
[www.mataffaren.se](http://www.mataffaren.se)

## Daglivs AB

Telefon 08-692 56 70  
[www.daglivs.se](http://www.daglivs.se)

## Norstedts Förlagsgrupp AB

Box 2052  
103 12 Stockholm  
Besöksadress: Tryckerigatan 4  
Riddarholmen  
Telefon 08-769 87 00  
[www.norstedts.se](http://www.norstedts.se)

## Akademibokhandelsgruppen AB

Box 15200  
104 65 Stockholm  
Besöksadress: Stadsgården 10  
Telefon 08-769 81 00  
[www.akademibokhandeln.se](http://www.akademibokhandeln.se)  
[www.bokus.com](http://www.bokus.com)

## Tidningen Vi AB

Box 2052  
103 12 Stockholm  
Besöksadress: Tryckerigatan 4,  
Riddarholmen  
Telefon 08-769 86 00  
[www.vi-tidningen.se](http://www.vi-tidningen.se)

## PAN Vision Group

Box 15200  
104 65 Stockholm  
Besöksadress: Långholmsgatan 34, 5tr  
Telefon 08-597 962 50  
[www.panvision.com](http://www.panvision.com)

## KF Fastigheter AB

Box 15200  
104 65 Stockholm  
Besöksadress: Stadsgården 10  
Telefon 08-743 25 20  
[www.kff.se](http://www.kff.se)

## KF Invest AB

Box 15200  
104 65 Stockholm  
Telefon 08-743 25 00

## KF Sparkassa Kundtjänst

Öppettider: måndag-fredag 09.00–17.00  
Telefon 020-53 77 27  
[sparkassan@kf.se](mailto:sparkassan@kf.se)

## Läckeby Water Group AB

Box 1146  
221 05 Lund  
Besöksadress: Emdalavägen 10  
Telefon 046-19 19 00  
[www.lackebywater.se](http://www.lackebywater.se)

## Löplabbet Sverige AB

Banérgatan 28, 3 tr  
115 23 Stockholm  
Telefon 08-734 90 13  
[www.loplabbet.se](http://www.loplabbet.se)

## Vår Gård Saltsjöbaden AB

Ringvägen 6  
133 80 Saltsjöbaden  
Telefon 08-748 77 00  
[www.vargard.se](http://www.vargard.se)

## KF Shared Services AB

171 88 Solna  
Besöksadress: Englundavägen 4  
Telefon 08-769 83 00

## KF Gymnasiet (KF Utbildning AB)

Högbergsgatan 62  
118 54 Stockholm  
Telefon 08-714 39 80  
[www.kfgymnasiet.se](http://www.kfgymnasiet.se)

## Kronans Droghandel Retail AB

Box 55641  
102 14 Stockholm  
Telefon 0771-61 26 12  
[www.kronansdroghandel.se](http://www.kronansdroghandel.se)





**Tack alla medlemmar och medarbetare** som ställde upp och blev fotograferade för KFs verksamhetsberättelse 2009. Fotograferingen ägde rum på Coop Forum Bromma den 10 februari och på Coop Extra Medborgarplatsen den 11 februari 2010 samt på Stadsgården 10 i Stockholm samma dag. Fotograf: Magnus Fond.



