

Inspirationskatalog med lokale idéer



coop

Indledning

Hvordan kan vi styrke og udvikle den demokratiske foreningsejede selskabsform, som Coop er bygget på?

Det spørgsmål har været omdrejningspunktet i arbejdet for landsrådets arbejdsgruppe 2020+. Arbejdsgruppen afleverede i efteråret 2020 en større rapport til landsrådet med forslag til 48 indsatser, der alle peger i retning af at ville styrke Coops grundidé og det demokratiske fundament.

Ud af de 48 forslag er 10 kategoriseret som "lokale idéer", dvs. idéer målrettet distrikter og bestyrelser og som umiddelbart kan igangsættes lokalt. I dette katalog findes en beskrivelse af disse idéer samt inspiration til, hvordan de omsættes. Derudover henvises til konkrete materialer, der kan understøtte de enkelte idéer.

Giver det mening lokalt?

Som altid i arbejdet med at udvikle og tilrettelægge aktiviteter er det afgørende, at det giver mening lokalt. Det vil sige, at I skal kun arbejde med idéer, som I synes er relevante og meningsfulde i jeres butik og område. Så brug kataloget her til at få ny inspiration og stil jer selv spørgsmålet om, hvordan det kunne give mening lokalt at arbejde med netop denne idé?

I kan trykprøve med disse afklarings spørgsmål:

- Hvad er formålet?
- Hvem er målgruppen?
- Hvad skal udbyttet være?
- Hvordan planlægger og afvikler vi aktiviteten?

Find ny inspiration

Vi håber, I vil finde inspiration og motivation i kataloget her til at udvikle og eventuelt forny nogle af jeres aktiviteter. Alt, hvad kunder og medlemmer oplever i og omkring vores butikker, er "budskaber" om Coop – og vi har derfor en helt unik mulighed for hele tiden at overveje, hvordan vi vil fortælle om Coop, og hvordan man har mulighed for at få indflydelse og bidrage til det lokale arbejde.

En stærk lokal fortælling og oplevelse af, at Coop er noget andet og mere end den øvrige detailbranche, er et vigtigt skridt på vejen, så kunder og medlemmer forstår vores demokratiske ophav og ser værdien af det nu og fremover.

God arbejdslyst!

Unge

Mange bestyrelser er optaget, at hvordan vi involverer og bedst henvender os til yngre målgrupper. Der kan være mange formål og overvejelser bag ønsket om at involvere flere unge og yngre målgrupper i vores arbejde. Nogle tænker i kunder, andre i bestyrelsesmedlemmer og endnu flere i nye medlemmer, rekruttering af ungarbejdere osv.

Det kræver en særlig målrettet indsats at tiltrække den unge generation, men heldigvis passer mange af brugsbevægelsens grundværdier godt sammen med den unge generations værdier – og det er et match, som kan udnyttes til begges fordel.

Besøg lokale uddannelsesinstitutioner

Butik og bestyrelse lægger en plan for at besøge uddannelsesinstitutioner, højskoler og efterskoler i lokalområder, hvor disse findes.

Det overordnede formål kunne være at:

- Øge kendskabet til Coops værdier og organisation
- Øge unges kendskab og brug af app'en, PrimeKonto og "Scan og Betal"
- Tiltrække nye unge medlemmer

Målgruppe

Unge studerende i alderen ca. 18-25 år. Det vil selvfølgelig variere fra sted til sted hvilke målgrupper, der er repræsenteret på de forskellige uddannelser. Det tilpasser I, som det passer jer bedst.

Hvordan gør vi?

Det er op til jer i bestyrelsen, hvordan I konkret vil arbejde med at møde de unge mennesker på uddannelsesinstitutionerne. Nedenstående er blot inspiration til, hvordan I kan gribe opgaven an.

Forberedelse

1. Beslut hvilken målgruppe I gerne vil i dialog med og undersøg, om der er uddannelsesinstitutioner i nærheden, hvor I kan nå netop den målgruppe.
2. Lav som forberedelse en "FUP", dvs. drøft hvad **formålet** med aktiviteten er, hvilket **udbytte** I gerne vil have og hvilken **proces**, altså hvordan I rent praktisk vil gribe det an.
3. Kontakt uddannelsesstedet og få en klar aftale i stand – evt. gennem studenterorganisationer/råd mm. Aftal hvem der er kontaktperson, tid, sted for aktiviteten og ikke mindst få en afklaring af, hvad I "må". Mange steder kan man have forbehold for, hvad der kunne fremstå som kommercielle aktiviteter, så vær skarpe på en vinkling, hvor foreningen og andelstanken er i fokus.
4. Aftal hvilke materialer I vil have med og sørg for, at I har dem klar til dagen.

5. Overvej også på forhånd hvordan I vil arbejde videre med de nye kontakter og henvendelser. Det er meget vigtigt, at alle henvendelser bliver fulgt op, så den enkelte har en oplevelse af at være velkommen og bliver mødt med en åbenhed i forhold til nye idéer og forslag.

På dagen

6. Gør jeres stand klar. Det er altid kontaktskabende at have lidt smagsprøver med. Vær forberedt på dialogen med de unge mennesker. De har sikkert mange spørgsmål og er måske også kritiske på nogle områder.
7. Hvis det er muligt, så hold gerne et lille oplæg/en præsentation af, hvem I er, og hvorfor I er her. Oplægget skal ikke fortælle alle detaljer men motivere til, at de unge bliver nysgerrige og får lyst til at tale mere med jer.

Tag godt imod nye ungarbejdere

Der er en løbende tilgang af nye ungarbejdere i vores butikker. De er meget synlige i butikkerne, når de er på gulvet og bemander i ydertidspunkterne. Derfor er det vigtigt, at de også kan svare på spørgsmål om bestyrelsen og foreningsarbejdet og evt. henvise videre til formand eller uddeler mm.

Overvej derfor hvordan I som bestyrelse kan spille en rolle i forhold til at tage godt imod nye ungarbejdere og introducere dem kort til bestyrelses- og foreningsarbejdet.

Tag emnet op på et bestyrelsesmøde og drøft med uddeler/varehuschef, hvad I kan gøre. Hvordan forløber introduktionen for ungarbejdere i dag? Mødes de ind mellem samlet, hvor I evt. kunne bidrage med en kort præsentation? Fortæl også gerne om medlemskab og hvordan de selv kan blive medlem ved at fx at optjene medlemsgebyret på 200 kr. via app'en.

Alternativ idé

En mulighed er også at invitere alle ungarbejdere og deres forældre til en info-og indkøbsaften. Dette skal selvfølgelig afstemmes med uddeler/varehuschef.

- Invitér ungarbejdere og forældre til et aftenmøde på ca. 1 time
- Både uddeler/varehuschef og formand byder velkommen
- Præsenter butikkens ledelse og bestyrelsen – kort om opgaver og roller
- Uddeler/varehuschef fortæller om butikken som arbejdsplads og virksomhed
- Formand fortæller om Coop, medlemskab og ansvarlighed (i stil med punkterne foreslået ovenfor)
- Byd evt. på et par smagsprøver undervejs og slut aftenen af med, at forældre kan handle med fx 20% rabat.

På den måde får I givet forældrene et indblik i deres unges arbejdsplads, og I kan skabe en tættere relation til forældrene, som forhåbentligt vil opleve det meget positivt at få et indblik i både butikkens som arbejdsplads og Coop i det hele taget.

Modernisering af vores fortælling

Det er naturligvis afgørende for brugsbevægelsens fremtid, at en moderne version af vores fortælling og beskrivelse af vores DNA er synlig og tydelig alle steder, hvor medlemmer og potentielle medlemmer møder os. Coop er som medlemsejet virksomhed efter mere end 150 år både en meget moderne og en meget støvet fortælling. Det er et dilemma, som vi skal løse gennem en bedre, tydeligere og mere moderne måde at kommunikere, hvad brugsbevægelsen er og står for.

Deltag på et medarbejdermøde

I mange butikker er medarbejdernes indblik i og viden om bestyrelsen og jeres arbejde begrænset. Jo mere alle medarbejdere kender lidt til bestyrelsen og ved lidt om, hvad I arbejder med, jo bedre kan de fortælle det videre til interesserede kunder og medlemmer. Det handler ganske enkelt om at skabe en endnu bedre sammenhæng mellem forening og forretning.

Formål

- At synliggøre bestyrelsen og fortælle om jeres arbejde med at understøtte butikkens udvikling.
- At øge medarbejdernes kendskab og bevidsthed om Coop som virksomhed
- At udbrede Coops værdigrundlag så det giver mening for medarbejderne i hverdagen.

Målgruppe

Målgruppen er medarbejderne i egen butik. Hvis de er mange, kan det evt. være en idé at inddele dem i nogle grupper fx ungarbejdere, nye(re) medarbejdere, erfarne medarbejdere osv. I små butikker kan det være svært at samle alle medarbejdere på én gang – så her skal I måske gentage mødet to-tre gange.

Præsentation

Det er op til jer i bestyrelsen, hvordan I vil tilrettelægge jeres præsentation, men her følger et forslag, som I kan tage udgangspunkt i.

- Aftal med uddeler/varehuschef hvornår det vil passe, at bestyrelsen (eller et par bestyrelsesrepræsentanter) kan deltage på et medarbejdermøde med et punkt på ca. 15-20 min.
- Titlen på jeres indlæg kan være "Hvem ejer egentligt vores butik?"
- Indled med en grundig præsentation af bestyrelsen (gerne med et gruppebillede), hvis alle ikke er til stede. Fortæl om jer selv, jeres baggrunde og motivation for at være med i bestyrelsen. Fortæl også ganske kort, hvilken opgave I er valgt til at løse, hvordan I arbejder, og hvad I konkret har fokus på pt.
- Derefter kan I komme ind på:
 - Coop er medlemsejet – hvad betyder det egentligt?
 - Hvad indebærer et medlemskab? Fordele, muligheder for personlige tilbud mm.
 - Coop app'en er den del af Coops økosystem. Forklar hvorfor det er vigtigt at have mange medlemmer i butikken. Medlemmer og i særdeleshed medlemmer med Coop app og PrimeKonto er mere loyale og køber mere i vores butikker.

- Hvad betyder det, at man med sit medlemskab opnår ”medlemsdemokratiske rettigheder”? Hvordan hænger Coop organisatorisk sammen?
- Coop er en ansvarlighed virksomhed. Fortæl kort om alle Coops hjertesager (<https://ansvarlighed.coop.dk/>)
- Giv evt. et rids af butikkens egen historie – Hvor gammel er den? Har den ligget andre steder i byen? Vis evt. gerne nogle billeder, hvis det er muligt.
- Rund gerne af med, hvorfor det er vigtigt for jer, at alle har en forståelse af, hvordan butikken er ejet, og er en del af en forening, hvor en stor del af overskuddet bliver betalt tilbage til medlemmerne via tilbud og bonus.
- Til sidst kan I fremhæve fordelene ved, at medarbejdere også er medlemmer, men det er selvfølgelig helt op til den enkelte.

Som et supplement til jeres præsentation kan I evt. dele relevant materiale ud om fx Coop app'en eller Medejerfolderen.

Gør bestyrelsen synlig i butikken

En god og enkel måde at synliggøre bestyrelsen på er ved at sikre, at der er en præsentation af bestyrelsen i butikken og meget gerne også i medarbejdernes kantine/opholdsrum.

En sådan præsentation kan tage sig ud på mange måder – og det de skal I drøfte i bestyrelsen.

To idéer:

- Ramme med foto af alle bestyrelsesmedlemmer – enten enkeltvis eller et gruppefoto samt kontakinfo til formanden
- Roll-up med foto af alle bestyrelsesmedlemmer – enten enkeltvis eller et gruppefoto

En mulighed er at også kombinere præsentation med en roll-up, der fortæller lidt om medlemsdemokratiet og mulighederne for at bidrage og få indflydelse.

Se mere her: <https://coopforum.dk/media/2715/bestil-bestyrelsens-roll-up-80x-200-cm.pdf>



Byd nye beboere i byen ”velkommen”

Nogle steder kan det give mening at samarbejde med lokale partnere fx ejendomsmæglere om en velkomstpakke fra den lokale Coop-butik. Velkomstpakken kunne indeholde vareprøver fx Ånglamark, info om medlemskab og opdateret info om aktiviteter i byen, hvor butikken og bestyrelsen er involveret. Huskkontaktinfo til formanden.

Bor I et sted, hvor der er mange tilflyttere, kan der arrangeres et velkomstmøde i butikken. Det er også muligt at gøre dette i samarbejde med andre foreninger. Fortæl om det der sker i jeres by og få samtidig givet en god introduktion til butikken samt uddeler og formand. Så er grundlaget for en god fremtidig relation til tilflytterne allerede etableret.

Styrket demokrati og medlemsindflydelse

Demokratiet i vores forening opleves undertiden at være under pres. Vi skal lykkes med at styrke og tydeliggøre vores demokrati overfor medlemmerne. Vi må forstå at arbejde med foreningsdemokratiet ud fra de forhold, som samtiden giver os, og de udfordringer som nye generationer stiller. De nye generationer er ikke modstandere af medlemsdemokrati; grundlæggende har mange nok bare ikke en særlig stor forståelse for det set i relation til dagligvarehandlen.

Brug de digitale kanaler

Der er masser af muligheder for at arbejde mere systematisk med det digitale demokrati. Som brugsforeningsformanden der i gamle dage lyttede til alle sine medlemmer og justerede tilbuddene efter, hvad han hørte, kan vi i vores tid med hjælp af digitale hjælpemidler også nå at lytte til vores medlemmer, selvom der er mange flere. Samstemt med uddeler/varehuschef kan vi i Coop app'en og på Facebook spørge til indretning af butik, oplevet service og vareudbud.

Til brug for bestyrelser er der forberedt en række skabeloner med quiz'er/afstemninger i QuickCoop, som er ligetil at aktivere. På den måde kan I let indlede en digital dialog med medlemmerne.

For mere inspiration til listen over muligheder her:

https://coopforum.dk/media/3156/2020-11-24-oversigt-over-skabeloner-i-quickcoop_november-2020.pdf

Følg gerne jeres quiz'er/afstemninger op med en tak til alle der deltog og fold gerne emnet for quizen ud. Hvis I fx har brugt "Hvem ejer butikken", så fortæl i en opfølgning mere om ejerskabet og bestyrelsen samt muligheden for at tage del i aktiviteter mm.

Aktiviteter hvor medlemmerne oplever Coops værdier

Det er altid en fordel, når lokale medlemsarrangementer omsætter Coops værdier og demokrati til aktiviteter, hvor kunder og medlemmer oplever noget. Aktiviteterne kan godt indeholde smagsprøver mm., men der bør altid knytte sig en "værdi-historie" til aktiviteten.

For mere inspiration til aktiviteter se her:

https://coopforum.dk/media/3156/2020-11-24-oversigt-over-skabeloner-i-quickcoop_november-2020.pdf

For mere inspiration til oplægsholdere se her:

<https://coopforum.dk/lokalt-engagement/oplaegsholdere/>

Medlemsinvolvering

Forbrugergrupper og årlige kundetilfredshedsmålinger er den måde vi i Coop traditionelt inviterer medlemmer til at give input til deres egen butik.

I bestyrelsen kan I sammen med uddeler/varehuschef øge synligheden af de to årlige kundetilfredshedsmålinger (NPS el. kundemeter, som de også kaldes). Aftal hvordan I vil fortælle butikkens mange medlemmer, at deres stemme er vigtig for at udvikle butikken, så den passer til medlemmer, kunder og borgere i byen. Her kan I også bruge Coop'app, hvor I finder en skabelon i QuickCoop til den fortælling. Brug alle kanaler fx Coop app, butikkens Facebook og en notits i den lokale avis. Sig tak til alle som deltager og fortæl hvad I har hørt - også hvordan I arbejder med målingens resultater.

Mange bestyrelser har succes med at invitere til kundeinvolveringsaften med en udvalgt målgruppe fx 8-10 personer fra familier med hjemmeboende børn. I kan med fordel vælge en målgruppe, som I gerne vil styrke relationen til – ikke mindst for at synliggøre digitale medlemsfordele. Der findes en model til at lave sådan et arrangement. Jeres foreningskonsulent hjælper jer.

I den mere lette ende kan I give medlemmer og kunder en stemme ved at ved til stede i butikken og ved arrangementer i byen, hvor I som repræsentanter for butikken tager imod input til butikken. Eksempler på spørgsmål, som starter en dialog kan være: 'Hvad er vigtigt for dig, når du køber dagligvarer' eller mere konkret 'Hvad synes du om at handle i Brugsen?'