

Dansk & lokalt

coop

Aktivitetskatalog Medlemmernes Mærkesag



Medlemmernes Mærkesag: Mere dansk og lokalt

Ca. 60.000 medlemmer gav deres stemme til kende, da der var valg til Medlemmernes Mærkesag i efteråret 2025. Det forpligter, så det er vigtigt, at 'Mere dansk og lokalt' danner en ramme for Mærkesagsdagen i foråret og aktiviteter i og omkring jeres butik. Det skal kunne opleves, mærkes og smages i butikkerne, at vi holder vores løfte om, at den valgte mærkesag fylder i det lokale foreningsarbejde.

Aktiviteter til Mærkesagsdagen i uge 10

I dette hæfte finder I aktivitetsforslag, der sætter fokus på 'Mere dansk og lokalt', og som skal bruges på Mærkesagsdagen i uge 10. Forslagene er udvalgt blandt de mange input, der kom fra deltagere på efterårets kick-off-møder.

Aktiviteterne er lige til at gå i gang med. Men brug endelig jeres lokale kendskab, så I tilpasser og gør det på den måde, som passer til jer. Den konkrete planlægning og brug af butik, materialer, varer mm. bør ske koordineret/i samarbejde med uddeler/varehuschef.

Uanset hvilken aktivitet I afholder, så tænk altid ind, hvordan I naturligt kan tale om foreningen, medlemskab, medlemsfordele, fordelskonto, Coop app og Medlemmernes Mærkesag som en del af det, som I tilbyder kunder og medlemmer.

Det er også vigtigt, at der er mærkesagsaktiviteter i både Coop-ejede butikker og i brugsforeninger, så det samlede billede af Coop bliver endnu stærkere og har en tydelig retning – uanset ejerform.

Økonomi

Alle Coop-ejede butikker har et aktivitetsbeløb. Det er oplagt at benytte en del af dette til aktiviteter, som disse. Læs evt. mere her:

<https://coopforum.dk/bestyrelsesarbejde/okonomi-retningslinjer/aktivitetsbeloeb-for-medlemsraad/>

Del jeres aktiviteter til inspiration for andre

Som altid lyder en opfordring til at dele jeres erfaringer og idéer i Facebook-gruppen *Coop Aktive* med tekst og billeder, så der altid er ny og spændende inspiration at hente på tværs af landet.

Spørgsmål

I er velkomne til at ringe eller skrive til os i Foreningssekretariatet

Niels Vest

niels.vest@coop.dk

Tlf. 27 64 74 19

Karsten Toksvig

karsten.toksvig@coop.dk

Tlf. 24 95 91 59

Malene Brandt

malene.brandt@coop.dk

Tlf. 26 23 18 49

Aktivitet: Mærkesagsdag i uge 10 (7. eller 8. marts 2026)

Formål

Ambitionen er at skabe maksimal synlighed om vores mærkesag og derfor afholdes en fælles mærkesagsdag i uge 10 (d. 7. eller 8. marts 2026). Det er håbet, at alle landets bestyrelser og medlemsråd og butikker vil deltage, så medlemmerne virkelig kan mærke, at deres stemme er med til at sætte en retning i Coop.

På Mærkesagsdagen i foråret fejrer vi både 50-års jubilæet for madpyramiden og sætter fokus på danske og lokale varer.

Madpyramiden i en opdateret udgave

Op til uge 10 udgives en ny opdateret kunstnerisk udgave af madpyramiden. Den skal både bruges i en kampagne målrettet skoler (madkundskabsundervisningen) og til mærkesagsdagen.

Alle butikker (Brugsen, SuperBrugsen og Kvikly) vil i starten af uge 10 modtage en pakke med 100 stk. af den nye kunstplakat af madpyramiden samt 100 stk. folieposer, som plakaterne kan pakkes i (enkeltvis). Det kan enten gøres på forhånd, eller modtageren kan selv gøre det. Men posen er vigtigt for at beskytte plakaten.



100 madpyramide-plakater pr. butik

”Ta’ jeres børn med i butikken og tegn jer til en ny flot kunstudgave af Madpyramiden.”

Ideen er at forældre tager deres børn med i butikken, hvor I - alt efter hvor der er plads – har et par borde, farveblyanter og papir samt den nye kunstudgave af madpyramiden.

Så kan børnene sidde og tegne deres egne udgaver. Når tegningen er færdig, så veksles den til den flotte Madpyramideplakat. Børnenes tegninger kan så hænges op i butikken i en aftalt tidsperiode.

Imens kan forældre, kunder og medlemmer gå på opdagelsen i jeres udstilling af danske og lokale varer (se næste side). Det er en oplagt anledning til en samtale om medlemskab, mærkesagen, medlemsfordele mm.

Hurtig tjekliste

- 1. Aftal hvilken dato (d. 7. eller 8. marts) for jeres mærkesagsdag**
Aftal med uddeler/VHC hvilken dato, der passer bedst og hvor i butikken I kan have aktiviteten.
- 2. Få overblik over materialer**
Aftal hvem der står for materialerne: Papir, farveblyanter, borde/stole, evt. quiz'er, bord til uddeling af plakater mm. Fordel også opgaverne med udstillingen eller besøg af en lokal producent.
- 3. Lav opslag på Coop app og Facebook**
Husk, at fortælle kunder og medlemmer, hvor og hvornår de kan møde jer i butikken. Der er en QuickCoop-skabelon klar senest i uge 7.

Aktivitet: Danske råvarer og varer i spotlight

Formål

Formålet med aktiviteten er at sætte fokus på de danske råvarer og danske varer, som allerede føres i butikken, og gøre det lettere for kunder og medlemmer at træffe bevidste valg. Samtidig er aktiviteten en anledning til at tale om forskellen på råvarer og forarbejdede produkter. Her er det dog vigtigt at holde tungen lige i munden.

Der skelnes mellem:

- Danske råvarer, som ikke er forarbejdede og er 100 procent danske i både produktion og behandling, fx kartofler, gulerødder og æbler.
- Danske varer, som er produceret og forarbejdet i Danmark, men hvor ingredienslisten kan indeholde råvarer fra både Danmark og udlandet.



Begge dele kan indgå i udstillingen, men det er vigtigt, at I på forhånd beslutter, hvilke varer der vises, og hvilken kategori de tilhører. Tydelige valg og klar kommunikation styrker troværdigheden over for kunder og medlemmer.

Udstilling med danske og lokale varer

Udstillingen kan opbygges som et podie, en kurv eller et "dansk hjørne" med et varieret udvalg af danske råvarer og varer. Supplér gerne med korte forklaringer eller enkle markeringer, som hjælper kunderne med at forstå forskellen på f.eks. råvarer og forarbejdede produkter.

For at holde udstillingen levende kan I skifte fokus over tid, fx ugentligt eller månedligt. Det kan være temaer som "Mejeri-måned", "Rodfrugt-måned" eller "Danske æbler i fokus". Temaskift gør det muligt at genbruge udstillingen og skabe ny opmærksomhed.

Udstillingen kan stå alene i butikken over flere dage eller kombineres med, at medlemsvalgte er til stede og går i dialog med kunder og medlemmer.

Aktiviteten kan tilpasses både store og små butikker og tager udgangspunkt i de varer og historier, der allerede findes på hylderne. Når danske råvarer og varer sættes i spotlight på en tydelig og ærlig måde, bliver de lettere at forstå og lettere at vælge.



Aktivitet: Lokale producenter i butikken

Formål

Denne aktivitet har til formål at synliggøre de lokale producenter, som allerede er repræsenteret i jeres butik, og styrke forbindelsen mellem butik, medlemmer og lokalområde. Mange butikker fører både helårs- og sæsonvarer med lokal forankring, men det er ikke altid tydeligt for kunderne, hvilke varer der faktisk er lokale, og hvem der står bag dem.

Start med at kortlægge de lokale varer, I fører i butikken. Det kan gøres i samarbejde med uddeler eller varehuschef. Det kan være produkter fra producenter i nærområdet, varer som kun sælges lokalt, eller nationale varer, der produceres i Danmark, men har en tydelig lokal oprindelse.

Lokale varer kan både være rene råvarer, som er 100 procent danske, og lokalt producerede varer, hvor ingredienserne kan stamme fra både Danmark og andre lande.

Udstilling

Når I har et udvalg på plads, opbygges en samlet udstilling under en tydelig overskrift, fx **“Lokalt producerede varer”**. Udstillingen kan evt. suppleres med korte beskrivelser af producenterne, portrætter, billeder eller små fortællinger, som giver kunderne indsigt i produkternes oprindelse og skaber nærhed til det lokale.

Udstillingen kan stå alene i butikken over flere dage eller indgå i forbindelse med, at lokale medlemsvalgte er til stede og går i dialog med kunder og medlemmer.

Mød en lokal producent

Som en ekstra mulighed kan I invitere lokale producenter ind i butikken på udvalgte dage, hvor de kan fortælle om deres produkter, give smagsprøver og svare på spørgsmål.

Aktiviteten kan tilpasses både store og små butikker og tager udgangspunkt i de varer og lokale historier, der allerede findes på hylderne. På den måde bliver lokale produkter ikke bare noget, man køber, men noget, man forstår og genkender som en del af lokalområdet.



Hurtig tjekliste

- 1. Kortlæg de lokale varer**
Gennemgå butikkens sortiment sammen med uddeler/varehuschef og identificér lokale råvarer og lokalt producerede varer.
- 2. Hvad “lokalt” betyder hos jer**
Vælg bevidst, hvilke varer der vises som lokale råvarer, og hvilke der er lokalt producerede varer. Tydelighed skaber troværdighed.
- 3. Vælg placering og format**
Beslut om udstillingen skal være et bord, et podie, en kurv eller et fast “lokalt hjørne” i butikken.
- 4. Gør udstillingen let at forstå**
Brug en klar overskrift og supplér evt. med korte tekster, billeder eller producentportrætter.
- 5. Skab dialog**
Aftal tidspunkter, hvor medlemsvalgte er til stede og taler med kunder og medlemmer om varerne.
- 6. Overvej samarbejde**
Inviter lokale producenter ind på udvalgte dage, fx med smagsprøver eller fortællinger om deres produkter.
- 7. Hold det enkelt**
Tag udgangspunkt i det, butikken allerede har på hylderne og tilpas omfanget til jeres ressourcer.

Quizzer og konkurrencer: En legende indgang til “Mere dansk og lokalt”

Quizzer og små konkurrencer er en enkel og effektiv måde at engagere både børn og voksne i temaet “Mere dansk og lokalt”. De kræver ofte mindre forberedelse, men skaber nysgerrighed, dialog og ophold i butikken, og giver kunder og medlemmer mulighed for at lære nyt.

Tip en 7'er – for voksne

En mulighed er “Tip en 7'er”, hvor deltagerne svarer på syv spørgsmål med udgangspunkt i mere dansk og lokalt. Spørgsmålene kan variere i sværhedsgrad, så både børn og voksne kan være med, og quizzen kan bruges som samtalestarter mellem medlemsvalgte og deltagere.

Find 16 varer i butikken

For børn har vi lavet en opgave, hvor de skal finde de danske varer på et ark med 16 forskellige varer. Opgaven kan løses i butikken f.eks. ved at kigge på hylderne og giver børnene en aktiv rolle, samtidig med at forældrene naturligt inddrages.

Gæt hvor mange...

En populær konkurrence er “Gæt hvor mange danske æbler der er i glasset eller skålen”. Den kræver minimal opsætning, er let at forstå og inviterer til snak og grin, også blandt dem, der ellers ikke havde planlagt at deltage.

Til alle quizzer og konkurrencer kan der udvælges en lille præmie. Præmierne bør så vidt muligt tage udgangspunkt i danske varer eller råvarer, så temaet fastholdes hele vejen rundt. Det kan være små, enkle præmier, hvor oplevelsen er vigtigere end værdien.

Find alle materialer i printklare versioner her:

<https://coopforum.dk/bestyrelsesarbejde/medlemmernes-maerkesag-for-medlemsvalgte/>

Eksempler på danske og lokale leverandører (til fx udstilling af varer)

Glean		Vinder af Sol over Gudhjems Irmapris
Thise		Lang og god historie med Coop
Katrine & Alfred		Coop var i lang tid eneste detailkunde og dermed med til at udvikle virksomheden Brand ejet af Coop (K&A var forældre til nuværende ejer)
Thisted Bryghus		Lokalt bryghus hvor, Coop er en stor kunde Thisted har lanceret ny øl-serie til Coop, hvor grill-variant indgår som månedens gourmet
Markhaven		Leverer kun til Coop siden 1985 Økologiske danske tomater
Bornholmergris/ Frijsenborg		Brands kun i Coop Varer produceret lokalt til Coop
Fejø frugt		Lang historie med Coop og leverer kun til Coop Samarbejde med Coop har gjort, at leverandøren har kunne investere langsigtet
Brogaard		Ny Irmavare i 2025 (danske rodfrugter) Leverer kun til Coop
Thise ost		Lang og god historie med Coop
Eliza chokolade		Lang historie med chokoladeproduktion i Aarhus (siden 1936), Coop er en stor kunde og bliver større