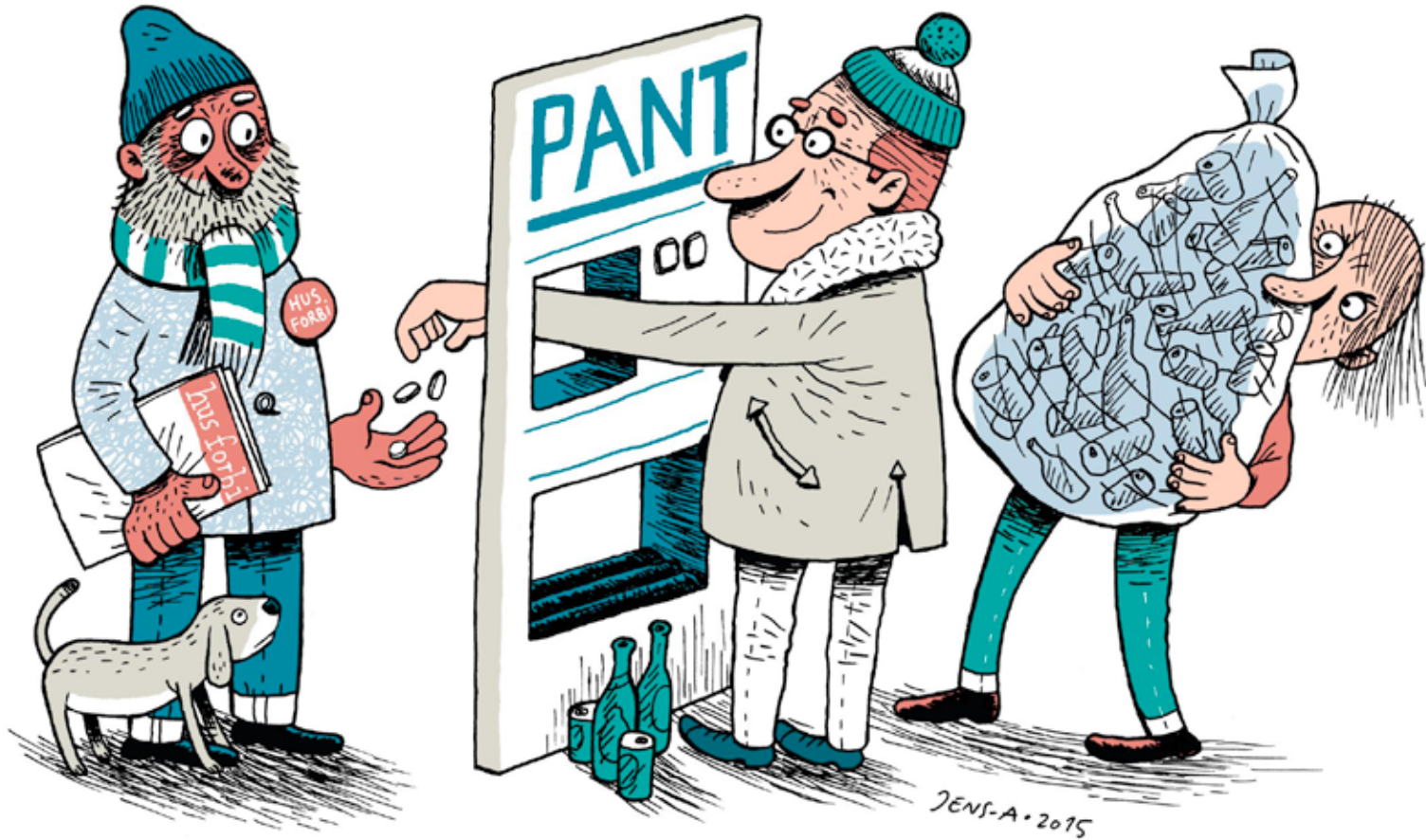




Kampen om knapperne og dine flasker

Du kan give dine penge til hjemløse, hospitalsklovne eller hjælp i verdens brændpunkter, når du trykker på donationsknappen på supermarkedets flaskeautomat. Den velgørende sag er nøje udvalgt til at styrke forbindelsen mellem den enkelte detailkæde og dig som kunde.

AF **METTE TRUDSØ** / ILLUSTRATION **JENS-ANDREAS DOLBERG ELKJÆR**

Hvis du er ansvarlig for at slæbe husholdningens tomme flasker tilbage til supermarkedet, har du måske bemærket en ændring i årets løb: Pludselig har der stået et andet navn på den knap på flaskeautomaten, du kan bruge til at donere panten til et velgørende formål. Seks af landets største supermarkedskæder har i 2015 skiftet samarbejdspartner på flaskeautomaternes donationsknapper - flere af dem i forbindelse med et større strategisk samarbejde. Senest har Føtex i november skiftet Diabetesforeningen ud med Læger uden Grænser,

og discountkæden Lidl har i løbet af efteråret - for første gang - donationsknapper på sine flaskeautomater som et led i en treårig partnerskabsaftale med Danske Hospitalsklovne. Hos den største detailhandelsvirksomhed i dansk dagligvarehandel, Coop, er man gået mest drastisk til værks. Ikke alene har alle fem butikskæder skiftet samarbejdspartneren på flaskeautomaternes velgørenhedsknap ud - hele konceptet omkring flaskedonation er tænkt ind i en ny og større forretningsstrategi, som blandt andet har til formål at styrke relationen med dig som kunde.

“Når du står foran flaskeautomaten, skal du gerne kunne se, at kommunikationen har ændret sig. Hvor vi før havde samarbejde med to organisationer, Care Danmark og Børns Vilkår, har vi nu kun én organisation pr. butikskæde, hvilket giver kæderne mulighed for at sætte hver deres dagsorden. Derudover går vi i højere grad efter en social nudging-effekt (adfærdsændring, red.), hvor vi slår på, hvad det konkret ville betyde, hvis alle kunder, der afleverer flasker, donerer blot en enkelt flaske. På den måde bliver din flaske meget værd i det store billede,” siger CSR-seniorrådgiver i Coop Brian Sundstrup.

Støt drikkevand, børn, hjemløse eller dyr Således får du - som kunde i henholdsvis Kvickly og SuperBrugsen - at vide, at den ene flaske fra dig sammen med flaskerne fra alle de andre kunder kan sikre 57 millioner liter rent drikkevand og mad til 9.000 børn ude i verden, mens du som kunde i de lokale Dagli’Brugsen/LokalBrugsen får at vide, at du er med til at hjælpe flere end 7.000 udsatte børn og familier i Danmark. På den måde forsøger kæderne at ramme dig der, hvor det rører dig mest, også selv om pengene fra alle tre kæders

flaskeautomater går til det samlede arbejde hos Coops nye samarbejdspartner, Røde Kors. Irma og Fakta, der også hører under Coop, har i forbindelse med den nye strategi fået lov til selv at vælge deres velgørende samarbejdspartner til flaskedonationsprojektet. Hvor Irma med sit fokus på salg af dyrevelfærdsprodukter har satset på Dyrenes Beskyttelse, har Fakta valgt hjemløseorganisationen Hus Forbi som en del af et samarbejde. Her kan du som kunde også møde Hus Forbi-sælgerne uden for Fakta-butikkerne - eller i dårligt vejr helt inde i butikkens vindfang.

Hovedstadskunder donerer mest Hos Coop er målet at fordoble andelen af flasker, der doneres til butikskædernes velgørende samarbejdspartnere. Det lyder måske ikke voldsomt, men andelen er i dag på kun cirka en procent af alt, hvad vi kunder ‘panter’ i butikernes flaskeautomater. Forbrugerne i Sverige og Norge er til sammenligning oppe på det dobbelte. Hovedstadens supermarkedskunder er de mest flittige til at trykke på donationsknappen, mens nordjyderne er de mest påholdende. Københavnerne donerede sidste år 1,4 kroner pr. indbygger i Coops butikker, mens indbyggerne i Region Sjælland og Region Midtjylland kom ind på anden- og tredjepladsen med henholdsvis 1 og 0,9 kroner pr. indbygger. Det ville dog ikke overraske Brian Sundstrup fra Coop, hvis en del af denne forskel skyldtes praktiske årsager:

“Vi kan jo se på tallene, at folk uden for byerne kommer med langt flere flasker ad gangen. Hvis man har svedt og slæbt med at få kassevis af flasker hen i butikken, er det måske svære at finde den filantropiske følelse frem, end hvis man kommer med en enkelt pose med et par flasker. Men så er det jo, at vi håber, at vi kan få flere til at donere bare den første flaske,” siger han.

Social kontrakt mellem kunde og butik Kigger man på butikskæderne, er Irmas kunder Danmarks mest generøse. De donerer i gennemsnit tre gange så meget som landsgennemsnittet - om end billedet kan ændre sig efter indførelsen af Coops nye strategi. Hvor kunderne i alle dagligvaregigantens andre kæder er begyndt at donere mere i pant efter

Butikskæde	Dem støtter du	Periode	Donationsbeløb 2014
Dansk Supermarked			
Føtex	Læger uden Grænser	Fra november 2015. Løber i en ikke nærmere defineret årrække – evalueres årligt	676.000 kr.
Bilka	Folkekirkens Nødhjælp	Siden 2011. Parterne arbejder i øjeblikket på at forlænge samarbejdet	306.323 kr.
Netto	Støtter ikke velgørende formål gennem pantdonationer, men gennem salg af produkter til støtte for blandt andre Knæk Cancer og Dansk Folkehjælp		
Coop			
Kvickly	Røde Kors	Maj 2015 og fem år frem	Alle Coops butikskæder: 5,9 mio. kr. (gik til daværende samarbejdspartnere Care Danmark og Børns Vilkår)
SuperBrugsen	Røde Kors	Maj 2015 og fem år frem	
Dagli’Brugsen/ LokalBrugsen	Røde Kors	Maj 2015 og fem år frem	
Irma	Dyrenes Beskyttelse	Fra maj 2015	
Fakta	Hus Forbi	Fra maj 2015	
Dagrofa			
Kiwi	Støtter ikke velgørende formål gennem pantdonationer, men Spar, Meny og Min Købmand har for eksempel netop samlet ind til Red Barnet via en stregecodeindsamling i samtlige butikker		
Spar			
Meny			
Min Købmand			
Let-Køb			
Andre			
Aldi	Har ikke flaskeautomater		
Lidl	Danske Hospitalsklovne	Fra maj 2015 og tre år frem	Indsamlede ikke i 2014

forårets udskiftning af samarbejdspartnere og indførelsen af den nye kommunikation, er donationerne hos Irma faldet. “Vi undrer os over hvorfor og kan ikke give et klart svar. Men vi har den antagelse, at selv om dyrevelfærd betyder noget for Irmas kunder, når de handler, så fylder dyr måske ikke det samme som mennesker, når man står ude ved flaskeautomaten. Hos Irma er det heller ikke så tydeligt angivet, præcis hvad kunderne støtter. Så en mulighed kan også være at synliggøre effekten - at der for eksempel slippes 1.000 køer fri, hvis alle, der afleverer flasker,

giver en enkelt,” siger Brian Sundstrup. Under alle omstændigheder skal vi som forbrugere forvente, at flaskedonationerne i højere og højere grad bliver kombineret med andre velgørende tiltag i butikkerne, eksempelvis donationer til landsindsamlinger og tøjindsamlinger. “Vi vil jo gerne skabe denne her sociale kontrakt mellem kunde og butik, hvor vi sammen kan give til eksempelvis Røde Kors. Pantdonation er en del af det, men det vil være et element blandt flere,” siger Brian Sundstrup. ■