

Junge Grüne Schweiz
Waisenhausplatz 21
3011 Bern

Coop Schweiz
z.Hd. Joos Sutter
Thiersteinerallee 12
Postfach 2550
4002 Basel

Offener Brief an Coop – Kein Missbrauch von Kindern als Marketinginstrument

Bern, den 15.03.2017

Sehr geehrter Herr Sutter

Seit ein paar Wochen sind die neuen Plastik- Emojis der neuste Renner von Coop. Obwohl sich Coop und weitere Discounter mit Nachhaltigkeitsprojekten profilieren, werden immer wieder unnötige Sammelaktionen als Kinderköder lanciert.

Mit Bedauern stellen wir fest, dass Ihre neue Emoji-Sammelaktion einmal mehr eine schweizweite Plastik-Epidemie darstellt. Kinder werden zu Ungunsten ihrer Eltern mit unnötigen und wertlosen Emojis geködert und zum Kaufen animiert.

Während diese Aktion den Verdacht bestärkt, dass Ihre Nachhaltigkeitsversprechen nichts als Marketingtaktiken darstellen, sind Kinderköder auch aus ökonomischer und ethischer Sicht problematisch. Während Sie in Bezug auf produktspezifische Werbung der Initiative Swiss Pledge beigetreten sind, missbrauchen Sie mit auf Kinder ausgerichteten Sammelaktionen die Kinder als Marketingmittel.

Wir fordern Sie auf, sofort auf Ihre Plastik- Emojis zu verzichten, echten Umweltschutz zu betreiben anstatt Greenwashing, mit dem Kinderködern aufzuhören und keine Lobbying-Aktivitäten gegen ein Verbot von Kinderwerbung zu unternehmen.

Gerne erwarten wir Ihre Antwort und Stellungnahme.

Für die Jungen Grünen Schweiz,



Judith Schmutz, Co-Präsidentin