

# Strategie

Mit innovativen Sortimenten, der Ausrichtung auf Nachhaltigkeit, der Expansion von modernen Ladenkonzepten und neuen Formaten setzt Coop Akzente und kann damit ihre Stellung im Schweizer Detailhandel stärken. Coop fördert in allen Bereichen die Digitalisierung, automatisiert Prozesse und passt die Lieferkette an neue Anforderungen an. Im Grosshandel arbeitet Coop mit Transgourmet am Ausbau ihrer Kompetenzen und expandiert in bestehende und neue Märkte. In der Produktion setzt Coop bei strategisch wichtigen Gütern auf Nachhaltigkeit und Vertikalisierung und profitiert von einer effizienten Organisation.

---

## Unternehmensprofil

### Aktiv im Detailhandel sowie im Grosshandel und in der Produktion

Die Coop-Gruppe ist in den Geschäftsbereichen Detailhandel sowie Grosshandel und Produktion tätig. Im Detailhandel führt Coop neben den Supermärkten verschiedene Fachformate in der Schweiz. Mit vielen dieser Formate ist die Coop-Gruppe Marktführerin. Im Grosshandel ist die Coop-Gruppe mit Transgourmet in Deutschland, Polen, Rumänien, Spanien, Frankreich, Österreich und der Schweiz tätig. Die Transgourmet-Gruppe ist Europas zweitgrösstes Cash&Carry- und Foodservice-Unternehmen. Im Bereich Produktion ist die international tätige Bell Food Group der grösste Betrieb der Coop-Gruppe. Neben der Bell Food Group führt Coop weitere Produktionsbetriebe in der Schweiz.

### Coop ist eine Genossenschaft

Die Coop-Gruppe blickt auf eine rund 160-jährige Geschichte zurück und ist von jeher genossenschaftlich organisiert. Sie unterteilt sich organisatorisch in sechs Regionen und zählt rund 2.5 Millionen Genossenschaftsmitglieder. Für die Coop-Gruppe stehen die Kund:innen – die Genosschafter:innen – im Zentrum. Auf sie ist das Wirken des Unternehmens ausgerichtet. Als Genossenschaft strebt die Coop-Gruppe keine Gewinnmaximierung an – so kann sie langfristig und nachhaltig planen und investieren.

## Strategiehaus

### Neues Strategiehaus der Coop-Gruppe

Ab 1. Januar 2024 gilt für die Coop-Gruppe ein neues Strategiehaus und somit auch eine neue Gruppenvision für die insgesamt 95 826 Mitarbeitenden: "Gemeinsam für unsere Kund:innen". Das Strategiehaus fasst die Gruppenausrichtung zusammen: "Leader im Detailhandel Schweiz", "führend in der europäischen Gastronomie-Versorgung" und "führend in der vertikalisierten Produktion". Als Fundament des Strategiehauses dient das neue Leitbild, das allen Verkaufsformaten und Unternehmen der Coop-Gruppe gemeinsam ist. Es drückt aus, wie wir unsere Arbeit verstehen, welche Werte wir leben und wie wir uns verhalten: kundenorientiert, unternehmerisch und verantwortungsvoll. Darauf bauen die neuen Führungsgrundsätze auf. Der strategische Rahmen umfasst drei Hauptdimensionen: Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Rentabilität. Nachhaltigkeit ist bei Coop fest in allen relevanten Strategien und Prozesse verankert. Bei der Digitalisierung verfolgt Coop zwei Hauptstossrichtungen. In erster Linie trägt

diese dazu bei, die individuellen Bedürfnisse der Kund:innen noch besser zu befriedigen und den Einkaufsprozess zu vereinfachen. Gleichzeitig soll sie die Prozesse im Hintergrund noch effizienter und kostengünstiger gestalten und eine 24/7-IT-Sicherheit gewährleisten. Als Detailhändlerin ist Coop zudem einem starken Wettbewerb ausgesetzt. Um in einem herausfordernden Wettbewerb auch in Zukunft nachhaltig wirtschaften zu können, ist es für Coop als Genossenschaft wichtig, auch eine vernünftige Rentabilität zu erzielen. Die Strategien der Geschäftsbereiche bilden den eigentlichen Motor der unterschiedlichen Unternehmensbereiche. Sie sind ganz nah bei den spezifischen Entwicklungen und den einzelnen Branchen und Ländern.



### Zielsetzungsprozess

Abgeleitet aus den Strategien der Geschäftsbereiche entstehen Ziele für alle Bereiche des Unternehmens. Um diese Ziele zu erreichen, betreibt die Coop-Gruppe seit 2001 einen einheitlichen, top-down-getriebenen Zielsetzungsprozess. Hier werden konkrete Massnahmen bis zu den operativen Ebenen entwickelt.