

Betty Bossi

Die Nummer eins in der Schweiz für Kochen und Geniessen

- Lancierung des «Ready to cook»-Lieferservices «Betty bringt's» mit Zutaten und Rezept
- Lancierung des Kochmagazins «Betty Bossi mix» mit Rezepten speziell für die Küchenmaschine Thermomix
- Lancierung des Familienerlebnisses «Kochwerkstadt» im Rahmen des Kulinarik-Events «Food Zurich»
- Ausbau des internationalen Vertriebs von innovativen Küchenhilfern

▾ Factsheet

Fachformate Non-Food

Für nahezu alle Fachformate stand das Geschäftsjahr 2017 ganz im Zeichen der Symbiose von stationärem Handel und Online-Handel. Die strategische Bedeutung dieser Entwicklung spiegelte sich im Erfolg der Fachformate wider: Allein mit ihren Fachformaten erwirtschaftete die Coop-Gruppe 2017 einen Nettoerlös von insgesamt über 7 Milliarden Franken. Ihren Marktanteil konnte die Coop-Gruppe in allen Bereichen halten beziehungsweise ausbauen. Besonders im Bereich Heimelektronik blieb Coop stark. Zu diesem Bereich gehören die Fachformate Interdiscount, Microspot.ch, Dipl. Ing. Fust und Nettoshop.ch. In den vier Formaten lag der Nettoerlös bei insgesamt rund 2 Milliarden Franken und damit 2,6% über dem Vorjahr. Damit konnte die Coop-Gruppe auch hier ihre Marktführerschaft ausbauen.

Modernisierung der Verkaufsstellen geht weiter

Auch im Jahr 2017 war die Modernisierung der Verkaufsstellen im stationären Handel ein zentrales Thema für die Fachformate. So wurden im Berichtsjahr die Coop-City-Filiale Zürich St. Annahof sowie das Erdgeschoss der Filiale in Winterthur nach dem Ladenbaukonzept «Bellacasa» umgestaltet. Damit entsprechen aktuell insgesamt sieben Coop-City-Filialen dem neuen Ladenbaukonzept. Im Rahmen der Umbaumaassnahme in Winterthur wurde zudem erstmals ein Coop-to-go-Restaurant in ein Coop-City-Warenhaus integriert, was sich mit einer klar positiven Auswirkung auf die Frequenz bemerkbar machte. Die Abteilungen für Haushaltwaren, Kosmetik, Parfumerie und Körperpflege der Coop-City-Filialen Winterthur, Fribourg, Zürich St. Annahof und Zürich Bellevue erhielten Self-Check-out-Kassen. In Bern Ryfflihof wurde das «Konzept Hemdenkompetenz» lanciert. Es zeichnet sich durch eine grosse Auswahl verschiedener Marken und eine Konzentration auf starke Sortimentsbereiche aus. Christ baute im Rahmen ihrer Neuausrichtung die Filiale am Flughafen Zürich um und implementierte erstmals ihr neues Ladenbaukonzept. Die Neueröffnung am Bahnhof SBB Zürich Shopville und Umbauten in Zürich Sihlcity sowie Basel Pfauen folgten. Die Import Parfumerie entwickelte ihr Ladenkonzept weiter und präsentiert ihre Filialen hell und farblich auf die Kosmetik- und Duftwelt angepasst. Vier Filialen erstrahlten 2017 im neuen Kleid. Bau+Hobby führte ein neues Kundenleitsystem, Info-Points, ein neues Service-Konzept und neue Arbeitskleider ein. Fust modernisierte in diesem Jahr zehn und Interdiscount über 70 Filialen. In Villeneuve wurde eine neue Toptip-Filiale eröffnet und in Spreitenbach eine modernisierte Filiale wiedereröffnet.

Digitalisierung: Omni-Channel-Services und Einführung von «Track & Trace»

Die Kompetenz im Online-Handel baute Coop auch 2017 weiter aus. So überzeugten die neuen Online-Shops von Microspot, Christ Uhren & Schmuck und Coop Vitality durch einen modernisierten Auftritt. Die Online-Shops im Bereich Heimelektronik konnten so einen Umsatz von rund 432 mio. Franken generieren. Insbesondere Microspot wurde von einschlägigen Blogs für sein mutiges und richtungweisendes Design gelobt, das sich durch sein plattformunabhängiges responsives Design, die Nutzung einer innovativen Navigationsstruktur und auffällig schnelle Ladezeiten auszeichnet. Im Vergleich zum Vorjahr konnte Microspot den Umsatz um 17,2% steigern.

über **432** mio. CHF

Umsatz im Online-Handel mit Heimelektronik

Auch die Verknüpfung von Online-Handel, stationärem Handel und über 1 100 Pick-up-Stationen erreicht bei Coop eine neue Dimension: Denn die Online-Shops von Coop Bau+Hobby, Import Parfumerie, Toptip, Lumimart, Coop@home, Siroop, Coop Vitality, Christ Uhren & Schmuck und The Body Shop liefern

Bestellungen nun auch in die Ladengeschäfte anderer Formate. Kundinnen und Kunden können so beispielsweise ihr Parfum von der Import Parfumerie in einen Coop Supermarkt bestellen und während der Öffnungszeiten abholen. Im Verkauf bei Fust, Christ Uhren & Schmuck und Import Parfumerie wurden 2017 Tabletcomputer zur Unterstützung von Beratung und Verkauf eingeführt. Zudem können Kundinnen und Kunden bei Fust dank IT-gestützter Tourenplanung nun papierlos bedient und minutengenau über den Liefertermin ihrer Bestellung informiert werden.

Für noch mehr Transparenz beim Online-Shopping sorgt die App «Track & Trace»: So wurden im Jahr 2017 alle Pick-up-Verkaufsstellen eigens mit «Track & Trace»-Smartphones ausgestattet, um einzelne Bearbeitungsschritte in den Verkaufsstellen wie Paketeingang und -abgabe festzuhalten. Den Mitarbeitenden in der Filiale ist es so möglich, den Status einer Bestellung jederzeit einzusehen, die einzelnen Versandschritte nachzuverfolgen und die Kundinnen und Kunden besser zu informieren. Sobald das Paket in einer Verkaufsstelle abholbereit ist und gescannt wurde, erhält der Käufer oder die Käuferin eine Benachrichtigung per E-Mail oder SMS. Dies geschieht über einen Server im Hintergrund, mit dem die App in Echtzeit kommuniziert. Auch der Status auf der Pick-up-Website wird regelmässig über diesen Server aktualisiert. Mitarbeitenden von Coop bietet das System zusätzliche Informationen, damit diese die Kundinnen und Kunden bei Anfragen noch besser unterstützen können.

Erster e-day@Coop in Zürich

Im Juni fand in Zürich der erste e-day@Coop mit rund 100 Verantwortlichen von Online-Shops und aus dem digitalen Marketing der Coop-Gruppe statt. Der Anlass startete bei Google in Zürich und wurde mit produktiven Workshops und anregenden Podiumsdiskussionen im Schloss Sihlberg fortgeführt. Im Vordergrund standen wichtigste Trends und Entwicklungen im E-Business, der Erfahrungsaustausch und das Kennenlernen von «best practices» in unterschiedlichen E-Commerce-Disziplinen.

Highlights aus den Fachformaten Non-Food

In der folgenden Tabelle finden Sie die Highlights aus dem Berichtsjahr sowie ein Factsheet zu jedem Fachformat. Weitere Informationen zu den Fachformaten der Coop-Gruppe finden Sie auch auf www.coop.ch/einkaufen.



Die Schweizer
Nummer eins im
Unterhaltungs-
elektronikmarkt

- Erneut Marktanteilsgewinne
- Rund 42 % Umsatzwachstum bei den Online-Bestellungen
- Erneuerung von über 70 Filialen
- Rundumerneuerung und Modernisierung des Werbeauftritts
- Starkes Wachstum der Geschäftskundenumsätze
- Ausbau im Serviceportfolio durch Zusammenarbeit mit Mila
- Fertigstellung des neuen Logistikzentrums in Jegenstorf
- Positive Kundenbewertung gemäss Mystery Shopping und Kundenbefragung (Net Promoter Score)

▼ Factsheet



Die zweitgrösste
Warenhauskette
der Schweiz

- Marktanteilsgewinne
- Umsetzung des neuen Ladenbaukonzepts «Bellacasa» in Zürich St. Annahof und Winterthur im Erdgeschoss
- Relaunch der Eigenmarke Nulu
- Erweiterung des Sortiments Naturkosmetik
- Neuer Werbeauftritt und neues Beschriftungskonzept
- Kunden bewerten Coop City gemäss Mystery Shopping positiv
- Einführung von Self-Check-out-Kassen bei Kosmetik- und Pflegeprodukten in Zürich St. Annahof, Zürich Bellevue, Fribourg und Winterthur
- Neues Hemdenkonzept

▼ Factsheet



Der führende Schweizer Baumarkt

- Festigung der Marktposition als Nr. 1 unter den Schweizer Baumärkten
- Steigerung des Umsatzes
- Erweiterung des Online-Shops auf über 57 000 Produkte sowie starkes Umsatzwachstum von 47 %
- Rollout des neuen Verkaufsstellenauftrittes (neues Kundenleit- und -informationssystem, Info-Points und Service-Kommunikation)
- Einführung neuer Arbeitsbekleidung im Verkauf
- Realisierung eines Wettbewerbs zur Verschönerung einer Kindertagesstätte unter dem Claim «Wir helfen machen»
- Modernisierung/Vergrößerung der beiden Flagship-Stores Rickenbach und Heimberg; Neubau Verkaufsstelle Rümlang und Feuerthalen
- Positives Kundenfeedback über alle relevanten Positionen im Verkaufsgespräch gemäss Mystery Shopping

▾ Factsheet



Das kompetente Einrichtungshaus



- Umsatzwachstum von 39 % bei den Online-Shops
- Massiv steigende Umsatzentwicklung bei personalisierbaren Produkten
- Einführung von digitalen Möbel-Konfiguratoren im Online-Shop Toptip.ch
- Neueröffnung Villeneuve und Wiedereröffnung der umgebauten und modernisierten Filiale Spreitenbach
- Lumimart feiert 25-jähriges Jubiläum
- Gemäss Marktforschung (Kundenzufriedenheitsumfrage) bewerten die Kunden Toptip/Lumimart positiv

▾ Factsheet



Der führende Schweizer Duftanbieter in der Prestige-Parfumerie

- Marktführerin im Duftmarkt
- Umsatzwachstum von 63,9 % im Online-Shop
- Umsatzwachstum bei Pflege und Maquillage: Sortiments-erweiterung (Lancôme) und neue Marke (Estée Lauder)
- Etablierung des Multi-Channel-Konzeptes mit Online-Bestellung in Filialen durch Verkaufspersonal, Click & Collect und Pick-up; erweitertes Angebot in den Filialen (Line-Extensions)
- Tabletcomputer als elektronische Verkaufshilfe eingeführt
- Weiterentwicklung des Ladenbaukonzeptes in vier Filialen
- Neuer Werbeauftritt
- Kundenbefragung zeigt erfreuliche Bewertung

▾ Factsheet



Die erste Adresse für Uhren und Schmuck

- 75,7 % Umsatzwachstum im Online-Geschäft
- Relaunch des Online-Shops und Einführung von Click & Collect und Click & Reserve in den Filialen
- Erfolgreiche Implementierung eines neuen Ladenbaukonzeptes am Flughafen Zürich
- Neueröffnung am Bahnhof SBB Zürich und Umbau der Filialen Zürich Sihlcity und Basel Pfauen
- Im Rahmen einer Befragung äusserten sich die Kunden positiv

▾ Factsheet



Mit einem weiten Netz von Coop-Tankstellen Marktführer in der Schweiz

- Weitere Marktanteilgewinne
- Baugesuche für Wasserstofftankstellen in Frenkendorf, Dietlikon und Bern Eymattstrasse eingereicht
- Installation der ersten Photovoltaikanlagen in Frenkendorf, Root und Magliaso als Vorbereitung auf mögliche Energieauflagen im Hinblick auf die Energiestrategie 2050

▾ Factsheet



Für Wärme und
Wohlbefinden

- Einführung eines neuen Webshops; Anzahl der Online-Bestellungen um 7,4 % auf 34,9 % gesteigert
- Anteil der Abnehmer für schadstoffarmes Öko-Heizöl steigt auf 58,6 %
- Neue Dienstleistungen durch Kooperationen in den Bereichen Tankreinigung und Sanierung

Factsheet



Und es funktioniert:
Nummer eins bei
Elektrohaushalt
und beim Umbau
Ihrer Küche oder
Ihres Badezimmers

- Marktanteilsgewinne
- Nettoerlös überschreitet erneut die Milliarden-Grenze: 1,1 % Umsatzwachstum gegenüber Vorjahr
- Stark wachsendes Online-Geschäft von 69,5 % mit Abholmöglichkeit in allen Fust-Filialen
- Einführung einer digitalen Tourenplanung im Heimservice
- Neubau der IT-Infrastruktur auf der Basis von SAP
- Baubeginn der Erweiterung des Logistikzentrums in Oberbüren
- Zehn weitere Verkaufsstellen modernisiert
- Positive Kundenbewertung gemäss Marktforschung GfK und eigener Kundenumfrage (Net Promoter Score)

Factsheet



Alles, was der
Gesundheit guttut:
von rezeptpflich-
tigen Arzneimitteln
bis zur Schönheits-
pflege

- Marktanteilsgewinne
- Steigerung des Nettoerlöses um 4,1 %
- Über 129,5 % Umsatzwachstum im Online-Geschäft
- Einführung von Click & Collect auch für OTC-Medikamente
- Erweiterung des Apothekennetzes mit sechs neuen Standorten in Winterthur, Rorschach, Wohlen, Mendrisio, Flims und Lenzburg
- Einführung der Dienstleistung Ohrcheck
- Exklusive Lancierung der Marken Phyto und Lierac
- Aus Kundenumfrage resultiert positive Kundenbewertung

Factsheet



Das natürliche
und nachhaltige
Kosmetik-
unternehmen

- Über 25 % Umsatzwachstum im Online-Geschäft
- Lancierung des «#LYB25»-Kundenclubs für unter 25-Jährige
- L'Oréal veräussert britische Tochter The Body Shop International an Natura Cosméticos SA
- Modernisierung einer weiteren Verkaufsstelle
- Start der «Forever Against Animal Testing»-Kampagne
- Lancierung der «World Bio Bridges»-Mission
- 25-jähriges Jubiläum Bodybutter
- Bei Kundenzufriedenheitsbefragung erzielt The Body Shop Schweiz gesamthaft sehr gute Werte

Factsheet

BâleHotels

Die Hotelgruppe
von Coop

- Eröffnung des umfassend modernisierten Hotels Savoy in Bern nach 16 Monaten Umbauzeit
- Rezertifizierung aller drei Hotels zur Norm ISO 9001:2015 und Erstzertifizierung des Hotels Savoy im Juni 2017
- Umsetzung der Investitionstätigkeiten in Parkhaus Europe/ Brandschutzmassnahmen an der Fassade des Hotels Victoria
- Teilnahme am Nachhaltigkeitsprojekt der Stiftung Sapocycle: Seife wird rezykliert und Familien in Not zur Verbesserung der Hygiene zur Verfügung gestellt

Factsheet



Der Reiseveranstalter von Coop und Rewe – in der Schweiz die Nummer eins im Direktverkauf von Badeferien

- Steigerung des Nettoerlöses um 6,5 %
- Relaunch der «Ferienhits» mit Ausbau von Rundreisen und Kreuzfahrten
- Lancierung der neuen Website mit Responsive Design für mobile Endgeräte
- Einführung der dynamischen Produktion, der elektronischen Anbindung eines breiten Flug- und Hotelportfolios

Factsheet



Führender Fitnessanbieter der Deutschschweiz

- Marktanteilsgewinne
- Eröffnung von acht weiteren Standorten
- Filialen in zehn Kantonen
- Mitgliederzuwachs in Höhe von 23,7 % auf über 32 100
- 200 neue Mitarbeitende

Factsheet



Tropenhäuser mit Restaurants

- Auszeichnung der Restaurants in den Tropenhäusern Wolhusen und Frutigen mit je 14 Gault-Millau-Punkten, Wolhusen erhält vom Guide Michelin zudem den Bib Gourmand
- Frutigen: 15 % Umsatzsteigerung mit Fischprodukten und Kaviar; Steigerung des Nettoerlöses um 3 %; Bau einer neuen Quarantäneanlage für die ankommenden Fingerlinge (Jungfische); Austausch der Halogenleuchtmittel durch LED-Leuchtmittel
- Wolhusen: Erfolgreiche Sonderausstellung «Jambo Afrika»; Positionierung als exotische Eventlocation gefestigt; Weiterentwicklung der Produkte: Relaunch erfolgreich umgesetzt, Sortiment weiterentwickelt, erstes Fine-Food-Produkt

Factsheet



Der führende Online-Anbieter für Unterhaltungselektronik und Haushalt

- Marktposition ausgebaut
- Steigerung des Online-Umsatzes um 17,2 %
- Erfolgreiche Lancierung des neuen Webshops mit optimierten Funktionen und hervorragender Geschwindigkeit
- Weitere Festigung der Position als Preisführer im Online-Handel
- Integration des Angebots auf Siroop.ch unter microspot.ch
- Fertigstellung des neuen Logistikzentrums in Jegenstorf
- Positives Kundenfeedback gemäss Kundenbefragung

Factsheet



Der grösste Online-Shop für Haushaltsgeräte mit persönlicher Beratung und Service

- Marktanteilsgewinne
- Steigerung des Nettoerlöses um über 10,5 %
- Einführung Heimlieferung am Abend und am Samstag
- Ausbau des Angebots in der Westschweiz und im Tessin
- Gemäss Marktforschung GfK bewerten die Kunden NettoShop positiv

Factsheet



Erster offener Online-Marktplatz der Schweiz

- Marktposition in der Deutschschweiz ausgebaut
- 500 Händler und rund 1 Mio. Produkte auf Siroop.ch verfügbar
- Das breiteste Produktsortiment von lokalen, regionalen und nationalen Händlern in der Schweiz
- Erweiterung des Angebots in der Westschweiz
- Stärkung der Markenbekanntheit
- Positive Kundenbewertung gemäss Kundenbefragung (Net Promoter Score)

Factsheet