

# Geschäftsbereich Detailhandel

Coop setzt in der Gestaltung von Produkten und Verkaufsstellen auf Innovation. Durch neue Ladenformate und die Verbindung von traditionellem Einkauf mit den Vorzügen des Online-Shoppings hebt sich die Detailhändlerin klar von ihren Wettbewerbern ab. Dabei bleibt sie ihrem Nachhaltigkeitsanspruch treu: Im Sortiment setzt Coop auf nachhaltige Ernährung, vegetarische und vegane Produkte sowie fairen Handel.

2017 erzielte die Coop-Gruppe im Detailhandel einen Nettoerlös von 17,4 Milliarden Franken. Damit konnte der Bereich Detailhandel ohne Treib- und Brennstoffe trotz zahlreicher Preisabschläge das Vorjahresniveau erreichen.

## Verkaufsformate und Angebot

Die Coop-Gruppe betreibt im Geschäftsbereich Detailhandel sowohl Supermärkte als auch zahlreiche Fachformate für jedes Kundenbedürfnis. Ende 2017 führte sie schweizweit 2 295 Verkaufsstellen, 41 mehr als im Vorjahr. Weiter zeichnet sich Coop durch ein grosses Angebot an Online-Shops und die konsequente Verzahnung von Online- und stationärem Handel (Cross-Channel) aus. Fast alle Fachformate von Coop führen nebst ihren Verkaufsstellen einen eigenen Online-Shop. Die insgesamt 24 Online-Shops im Detailhandel erzielten 2017 ein Wachstum von 19,7 % gegenüber dem Vorjahr.

---

**17,4** Mrd. CHF

**Nettoerlös  
im Detailhandel**

---

Besondere strategische Bedeutung misst Coop ihren nachhaltigen Sortimenten bei. 2017 belief sich der Nachhaltigkeitsumsatz im Detailhandel auf erfreuliche 3,8 Milliarden Franken und lag damit 8 % über dem Vorjahr (Details siehe [www.coop.ch/nh-bericht](http://www.coop.ch/nh-bericht)). Allein der Umsatz mit Bio-Produkten betrug 1,3 Milliarden Franken und damit 6,3 % mehr als im Vorjahr.

## Supermärkte und Food-Formate

Im Jahr 2017 konnten die Coop Supermärkte einen Nettoerlös von knapp 10,3 Milliarden Franken erzielen. Mit 908 Verkaufsstellen verfügt Coop über das dichteste Verkaufstellennetz. Im Jahr 2017 wurden 39 Verkaufsstellen eröffnet und 6 geschlossen. Mit einer Zunahme der Kundenfrequenz um 5,7 % konnte Coop viele Kundinnen und Kunden dazugewinnen.

### Neues Ladenbaukonzept: mehr Markt, mehr Handwerk, mehr Frische

Im Jahr 2016 hat Coop ein neues Ladenkonzept für alle kleinen bis mittleren Supermärkte bis 2 500 m<sup>2</sup> entwickelt. Es macht Genuss und Kulinarik direkt erlebbar und zeichnet sich durch eine Mischung aus Regionalität, Handwerk, Nachhaltigkeit und guter Kundenführung aus. Auch Pick-up und Digitalisierung sind zentrale Bestandteile des Konzeptes. Bis Ende 2017 wurden bereits 32 Verkaufsstellen im neuen Ladenbaukonzept realisiert. Der erste Megastore im neuen Ladenbauformat eröffnete im November in Seewen (SZ). In einer Atmosphäre der Marktstimmung erhalten die Themen Handwerk, Marktplatz, Bedienung und Produktion auf einer Fläche von 3 460 m<sup>2</sup> klar mehr Raum. So sind die integrierte Kaffeerösterei, der Käsehumidor, die Weincave, die neu gestalteten Abteilungen Hausbäckerei, Frischeinsel sowie Fleisch und Fisch in Bedienung zu einem attraktiven Marktplatz zusammengefasst.

### Neues eigenes Ladenformat für Karma

Karma kann auf eine Erfolgsgeschichte zurückblicken: Im Jahr 2013 eingeführt, erzielte die Eigenmarke für vegetarische und vegane Produkte allein 2017 einen Umsatz von 71,1 Mio. Franken. Aufgrund des einschlägigen Erfolges eröffnete Coop am 30. Mai 2017 am Bahnhof Zug den ersten Karma-Shop der Schweiz. Die Eröffnung erfuhr eine hohe Resonanz in der nationalen Presse. In diesem neuen Verkaufsformat erhalten die Kundinnen und Kunden ein umfassendes Angebot vegetarischer und veganer Produkte. Highlight des Food-Sortiments ist neben den hausgemachten Take-away-Artikeln der offene Verkauf von Grundnahrungsmitteln wie Hülsenfrüchten, Nüssen und Granolas zum selbst Abfüllen sowie Kochinspirationen von Fooby. Damit kommt Karma dem Bedürfnis der Kunden nach einer Reduktion von Verpackungen entgegen. Rund ein Drittel der Lebensmittel ist biologisch oder Max-Havelaar-zertifiziert. Zudem bietet der Shop auch Non-Food-Produkte an – zum Beispiel Schreibwaren und Karten oder eine Auswahl an veganer Kosmetik. Über das Sortiment hinaus besticht das neue Format durch ein junges und trendiges Ladenbild: Nach ihrem Einkauf können die Kundinnen und Kunden an einer attraktiven Kaffeebar neben Trendgetränken wie dem Golden Kurkuma Latte auch einen veganen Hot Dog oder andere Gerichte geniessen.

### Ladenformat Saponi d'Italia neu eingeführt

Die italienische Küche zählt zu den beliebtesten Küchen in der Schweiz. Aus diesem Grund eröffnete Coop Anfang November 2017 den ersten Laden des Formats Saponi d'Italia am Bahnhof in Aarau. In einer marktähnlichen Atmosphäre bietet Saponi d'Italia ein breites Sortiment italienischer Delikatessen an, ergänzt durch Früchte und Gemüse aus dem südlichen Nachbarland, saisonal auch aus der Schweiz. Das Angebot zeichnet sich speziell durch den Genuss aus: Neben einer reichhaltigen Auswahl verschiedener Pastasorten, Saucen und Olivenöle gibt es feine Focaccia frisch aus dem Ofen. Passend zu typisch italienischen Süssigkeiten wie Amaretti und Biscotti mit Mandeln oder aromatischen Gelati können die Kundinnen und Kunden einen Espresso oder Cappuccino aus vor Ort gerösteten Kaffeebohnen geniessen, die in einer Kolbenmaschine frisch zubereitet werden. Dazu bietet Saponi d'Italia Höhepunkte der Charcuterie: Schinken und Salami, aber auch Käse werden im Ganzen präsentiert und vor Ort frisch vom Laib geschnitten. Zudem möchte Coop unter der Eigenmarke Saponi d'Italia auch in den Coop-Verkaufsstellen genussvolle italienische Artikel lancieren.

### Kulinarik-Plattform Fooby erfolgreich lanciert

Mit Fooby bietet Coop ihren Kundinnen und Kunden seit Februar 2017 ein 360-Grad-Angebot rund um das Thema Food an. Die Welt des Kochens, Essens und Geniessens wird mit Fooby sowohl online als auch offline erlebbar. Über wöchentliche Rezepte in der Coopzeitung und das Fooby-Magazin erhalten die Kundinnen und Kunden regelmässig Rezeptinspirationen direkt in ihren Briefkasten. In den Verkaufsstellen regen Rezeptkarten, Blitzrezepte und Foodfacts an den Regalen dazu an, neue Gerichte auszuprobieren und sich mit Lebensmitteln auseinanderzusetzen. An der «Food Zurich» war Fooby 2017 zudem mit diversen Kochevents als Presenting Partner beteiligt. Hier konnten die Kundinnen und Kunden Kulinarik hautnah miterleben und erschmecken. Fooby bietet auch diverse digitale Services an: von der App über Website und Newsletter bis hin zu eigenen Social-Media-Kanälen. Mit der App und auf Fooby.ch ist es zudem möglich, digitale Kochbücher anzulegen, Einkaufslisten zu erstellen und Zutaten für Lieblingsrezepte direkt bei Coop@home zu bestellen. Die Fooby-App wurde 2017 bereits 206 500 Mal heruntergeladen.

### Coop setzt auf Kundendialog

Die Meinung ihrer Kundinnen und Kunden steht für Coop an oberster Stelle. Dies zeigt sich nicht zuletzt an der schweizweiten Kundenumfrage «Ihre Meinung zählt», die im Herbst 2017 zum dritten Mal in den Coop Supermärkten und den Coop-City-Food-Filialen durchgeführt wurde. Zweimal jährlich werden Kundinnen und Kunden mit Supercard über einen Check-out-Coupon eingeladen, an einer Befragung im Internet teilzunehmen. Dabei erhalten diese die Möglichkeit, die besuchte Coop-Verkaufsstelle zu beurteilen und ihr persönliches Feedback abzugeben. Der Coupon wurde an mehr als 2,4 Millionen Kundinnen und Kunden ausgegeben. Über 30 000 Kundinnen und Kunden nahmen an der Umfrage teil und reichten knapp 14 000 Kommentare ein. Das erfreuliche Ergebnis: 93 % der Teilnehmenden waren mit ihrem Einkaufserlebnis zufrieden oder sehr zufrieden.

---

# 93 %

**Kundenzufriedenheit  
beim Einkaufserlebnis**

---

## Die Familie im Fokus

Als wichtige Zielgruppe stand die Familie in diesem Jahr wieder im Mittelpunkt vieler Coop-Projekte: Coop setzte den Ausbau der Familienkassen und Familienparkplätze fort und führte in weiteren Filialen den Einkaufswagen Fun-Cabrio ein. Mit der Unterstützung vielfältiger Sport- und Kulturveranstaltungen in der ganzen Schweiz ermöglichte Coop ihren Kundinnen und Kunden als Sponsorin attraktive Familienerlebnisse: so zum Beispiel den Bewegungsanlass Coop Andiamo mit insgesamt 34 500 Teilnehmern. Auch die Internetangebote rund um das Thema Familie wurden ausgebaut. Auf einem Blog auf der Website Hellofamily.ch schreiben vier Blogger seit 2017 über das Thema Familie. Ausserdem gibt es Rezepte für das Kochen für und mit Kindern, unter anderem in Zusammenarbeit mit Fooby. Der Facebook-Auftritt von Hello Family zählt über 35 000 Mitglieder.

## Erfolgreich mit Coop Take-it und Coop Restaurants

Im Jahr 2017 wurden von den 206 Coop-Gastronomiebetrieben 14 Coop Restaurants und eine Coop Take-it-Filiale nach dem neuen Gastronomiekonzept «Vista» umgebaut. Damit entsprechen bereits 32 Gastronomiebetriebe dem neuen Konzept. «Vista» setzt das Prinzip der marktfrischen Handelsgastronomie um. Dieses Konzept zeichnet sich vor allem durch Frische, einen hohen Grad an Kulinarik und intensiven Genuss aus – aber auch durch eine grosszügige Gestaltung der Räume mit ansprechender und moderner Beleuchtung sowie eine kinderfreundliche Ausstattung. Premiere feierte 2017 das Veranstaltungsformat «Kinder-Kochspass». An 27 Standorten durften Gruppen von je sechs bis neun Kindern unter professioneller Anleitung einkaufen, Küche und Lager besichtigen und gemeinsam ein gesundes und kinderfreundliches 3-Gang-Menü zubereiten. An sämtlichen modernisierten Standorten war ein beträchtliches Umsatzwachstum zu verzeichnen. Zudem konnten Coop Take-it und Coop Restaurants erneut stark Marktanteile gewinnen.

## Sortimentsvielfalt

Coop führt über alle Verkaufsformate hinweg nicht nur die grösste Auswahl an nationalen und internationalen Markenartikeln, sondern auch zahlreiche Eigenmarken für jedes Kundenbedürfnis. Allein im Lebensmittelhandel bietet sie mit über 50 000 Produkten im Food- und Non-Food-Bereich die grösste Sortimentsvielfalt in der Schweiz. Neben den Nachhaltigkeits-Eigenmarken und -Gütesiegeln führt Coop weitere Eigenmarken, mit welchen sie die vielfältigen Kundenbedürfnisse abdeckt und ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis bietet.

### NACHHALTIGKEITS-EIGENMARKEN UND -GÜTESIEGEL



### ZIELGRUPPEN-EIGENMARKEN



### STANDARD-EIGENMARKEN



➔ Mehr Informationen zu den Coop-Eigenmarken finden Sie auf [www.coop.ch/labels](http://www.coop.ch/labels).