

Fachformate Non-Food

Die Fachformate nutzten das Geschäftsjahr 2018 zur strategischen Weiterentwicklung ihrer Online-Shops. Darüber hinaus entwickelten sie sich auch stationär weiter und sorgten durch innovative Verkaufskonzepte und optimierte Auftritte für eine positive Kundenresonanz. Die strategische Bedeutung dieser Massnahmen spiegelte sich im Erfolg des Non-Food-Bereichs wieder: Allein mit den Fachformaten konnte die Coop-Gruppe 2018 einen Nettoerlös von insgesamt 7,3 Milliarden Franken erwirtschaften. Ihre Marktanteile konnte die Coop-Gruppe grösstenteils halten oder diese weiter ausbauen. Im Bereich Heimelektronik zeigt Coop weiterhin Stärke. Dazu gehören die Fachformate Interdiscount, Microspot.ch, Dipl. Ing. Fust und Nettoshop.ch. Der Nettoerlös der vier Formate lag 2018 bei insgesamt rund zwei Milliarden Franken und damit 30 Millionen Franken über dem Vorjahr. Damit konnte die Coop-Gruppe auch hier ihre Marktführerschaft erhalten.

Siroop geht zu 100% in Microspot auf

Zum 1. Mai 2018 hat Coop das 50%-Aktienpaket von Swisscom am Online-Marktplatz Siroop übernommen. Damit vereinen der Vertriebskanal Microspot und Siroop ihre Kräfte und Coop baut Microspot zur zentralen Non-Food-Plattform aus. Bereits heute ist Microspot eine erfolgreiche, bestens etablierte Online-Plattform mit grosser Bekanntheit in der Schweiz. Mit Übernahme der Geschäftstätigkeit der Siroop AG geht das Know-how im Online-Bereich direkt in die Plattform Microspot über, um diese hinsichtlich der Produktsortimente und für Drittanbieter zu erweitern. Dadurch kann auch von Synergien profitiert werden. Ende 2018 umfasste die Plattform 201 000 Produkte. Neben Produkten der Heim- und Haushaltselektronik stehen den Kundinnen und Kunden beispielsweise Spielwaren, Papeterie, Lampen, Garten- und Do-It-Produkte, Beauty-Produkte, Uhren oder Schmuck zur Auswahl. Mit der Option «Same-Day-Delivery» bietet Microspot Speed-Lieferungen an.

Neues Lifestyle-Einrichtungshaus Livique

Unter dem Namen Livique eröffnete Coop Anfang September ein Lifestyle-Einrichtungshaus mit modernstem Konzept und neuer Ausrichtung. Livique geht aus Toptip hervor und stellt die Individualität der Kundinnen und Kunden künftig noch mehr in den Mittelpunkt. Dabei setzt Livique auf Personalisierung und Digitalisierung und bietet über 100 Millionen personalisierbare Möbelvarianten an. Der Online-Shop wurde mit neuen digitalen Lösungen erweitert und realitätsnahe Visualisierungen der Möbelvarianten wurden in die Filialen integriert. Mit rund 20 000 ausgestellten Artikeln besticht das Sortiment durch eine grosse Vielfalt. Der Boutique-Bereich, mit Wohn-Accessoires, Heimtextilien, Geschirr und vielem mehr, nimmt eine bedeutende Rolle ein. Livique ist die einzige Möbelhändlerin in der Schweiz mit einem eigenen, integrierten Lichtfachmarkt: Als Nr. 1 für Licht in der Schweiz bietet Lumimart mit über 4 500 Artikeln eine aussergewöhnliche Sortimentsvielfalt. Mithilfe von Virtual Reality können Kundinnen und Kunden bei Lumimart Beleuchtung virtuell in Wohnräumen erleben.

Coop Vitality realisiert neues Ladenbaukonzept




Im Einkaufszentrum Biel-Bahnhof hat Coop Vitality ihre erste Filiale im neuen Ladenbaukonzept realisiert. Nach mehreren Wochen Umbauzeit im laufenden Betrieb eröffnete die Filiale im März im neuen Gewand. Beleuchtung, Boden und Möblierung wurden neu gestaltet und sorgen für eine einladende Atmosphäre. Insgesamt erstrahlen fünf Apotheken im neuen Kleid. Eine Stärke des neuen Konzepts sind die Beratung, sowohl für Medikamente als auch Angebote der Alternativmedizin, und die zahlreichen Dienstleistungsangebote, die Coop Vitality anbietet. Im Berichtsjahr hat Coop Vitality den Diabetes-Check als Dienstleistung eingeführt. Kundinnen und Kunden erhalten in den Apotheken eine ausführliche Beratung und lassen durch den Langzeit-Blutzuckertest ihre Werte ermitteln.

Christ treibt die Neupositionierung voran

Christ hat das neue Ladenbaukonzept 2018 bei vier Umbauten und einer Neueröffnung erfolgreich umgesetzt. Mittlerweile erscheinen neun Geschäfte im neuen Kleid und werden von den Kundinnen und Kunden sehr positiv aufgenommen. Einhergehend mit der Modernisierung des stationären Auftritts werden die Omnichannel-Prozesse kontinuierlich optimiert. Mehr als 60% der Online-Kundinnen und Kunden greifen heute auf die Möglichkeiten von Click & Collect und Click & Reserve zurück und verbinden somit ihr digitales Einkaufserlebnis mit der kompetenten Beratung und dem professionellem Service der Mitarbeitenden in den Filialen. Auch das Sortiment bei Christ, insbesondere im Bereich Schmuck, ist mittlerweile umgestellt und attraktive Kernsortimente wie Diamantschmuck, Perlen, Gold- und Silberschmuck überzeugen durch Preis, Qualität und Design.

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 Unterhaltungselektronikmarkt	<ul style="list-style-type: none">• Weitere Marktanteilsgewinne• Starkes Wachstum der Onlinebestellungen um 41,9 %• Inbetriebnahme des neuen Logistikzentrums in Jegenstorf• Ausbau des Heimelektronik-Sortiments auf über 110 000 Artikel• Neuer Online-Shop lanciert• 3 Neueröffnungen und 5 Umbauten von Filialen• Erfolgreiche WM-Werbekampagne• 42,2 % Anteil Abholung von Onlinebestellungen in den Filialen• Positive Kundenbewertung gemäss Mystery Shopping und Kundenbefragung (Net Promoter Score)
▼ Factsheet		
	Die Non-Food-Plattform von Coop	<ul style="list-style-type: none">• Marktposition ausgebaut• Steigerung des Online-Umsatzes um 14,4 %• Inbetriebnahme des neuen Logistikzentrums in Jegenstorf• Erfolgreiche Zusammenführung von Siroop und Microspot• Aufbau von Microspot zur Non-Food-Plattform der Coop-Gruppe• Aufbau der Non-Food-Sortimente in den Bereichen «Büro», «Do-it & Garden», «Beauty & Parfüm», «Wohnen & Licht», «Baby & Spielwaren» sowie «Uhren & Schmuck»• Sortimentsumfang aktuell bei über 201 000 Artikeln• Neuer Werbeauftritt mit erweiterten Sortimenten
▼ Factsheet		
	Die zweitgrösste Warenhauskette der Schweiz	<ul style="list-style-type: none">• Weitere Marktanteilsgewinne• Umsetzung neues Ladenbaukonzept «Bellacasa» in Aarau• Umbau und Erweiterung Food-Abteilung Zürich St. Annahof unter anderem mit Käsehumidor• Erfolgreiche Entwicklung des ersten Coop to go in einem Coop City in Winterthur• Hohe Kundenakzeptanz von Self-Check-out-Kassen bei Kosmetik- und Pflegeprodukten in Zürich St. Annahof, Zürich Bellevue, Fribourg, Winterthur und Aarau• Erfolgreiche Umsetzung des neuen Hemdenkonzepts• Beginn Rollout des neuen Geschirrkonzepts• Positive Kundenbewertung von Coop City gemäss Mystery Shopping
▼ Factsheet		



Der führende
Schweizer
Baumarkt

- Festigung der Marktposition als Nr. 1 im Baumarkt Schweiz
- Steigerung des Umsatzes
- Neuer Online-Shop lanciert
- Erweiterung des Online-Shops auf über 61 000 Produkte sowie starkes Umsatzwachstum im Online-Bereich von 22,1 % im Vergleich zum Vorjahr
- Rollout des neuen Verkaufsstellenauftrittes (neues Kundenleit- und -informationssystem, Info-Points, Service-Kommunikation); Ende 2018 sind 35 von 74 Verkaufsstellen umgestellt
- Realisierung der Kundenführung in allen Verkaufsstellen
- Realisierung der 2. Serie von Anwendervideos (Tutorials) unter dem Claim «Wir helfen machen»
- Eröffnung der modernisierten Flagship-Stores Rickenbach (TG) und Heimberg; Eröffnung der neuen Verkaufsstellen Rümlang und Feuerthalen
- Positives Kundenfeedback über alle relevanten Positionen im Verkaufsgespräch gemäss Mystery Shopping

▾ Factsheet

LIVIQUE

Der Anbieter für
individualisierte
Einrichtungs-
lösungen



Für Licht die
erste Wahl

- Rebranding und Neupositionierung: aus Toptip wurde Livique
- Redesign des Lumimart-Logos
- Umsatzwachstum und Marktanteilsgewinne
- Starkes Umsatzwachstum von 53 % bei den Online-Shops
- Steigende Umsatzentwicklung bei personalisierbaren Produkten; über 100 Millionen personalisierte Möbelvarianten
- Einführung Polstermöbel-Konfigurator als digitale Verkaufshilfe
- Einführung Virtual-Reality-Station bei Lumimart
- Neueröffnung Lumimart Rickenbach (TG) und Lumimart Niederwangen (BE)
- Wiedereröffnung der umgebauten und modernisierten Filialen Livique Spreitenbach und Livique Egerkingen
- Kundenzufriedenheit bei Livique und Lumimart ist sehr hoch

▾ Factsheet

**IMPORT
PARFUMERIE**

Die führende
Schweizer
Duftanbieterin der
Prestige-Parfümerie

- Marktführerin im Duftmarkt mit Marktanteilsgewinn
- Umsatzwachstum von 35,9 % im Online-Shop
- Umsatzwachstum bei Pflege und Maquillage: Distributions-erweiterung Kosmetikmarken (The Balm und Urban Decay)
- Lancierung der Eigenmarke «In'touch» von Steinfels Swiss
- Starkes Wachstum beim Bestellen vom Online-Sortiment in der Filiale («order on behalf»)
- Vergrößerung des Artikel-Angebots im Online-Shop um 24,4 %
- Insgesamt 8 Filialen im neuen Auftritt umgebaut
- Import Parfumerie und der Estée-Lauder-Konzern eröffneten einen Shop-in-Shop mit der Kosmetikmarke Mac im Coop City Zug
- Kundenbefragung zeigt erfreuliche Bewertung, Import Parfumerie wird als Preisführerin und «Lifestyle»-Anbieterin wahrgenommen

▾ Factsheet



Die erste Adresse
für Uhren und
Schmuck

- 71,1 % Umsatzwachstum im Online-Shop
- Erfolgreicher Ausbau der Omnichannel-Aktivitäten «Click & Collect», «Click & Reserve» und «Order on Behalf»
- Umbau der Filialen Spreitenbach, Emmenbrücke, Carouge und Steinhausen
- Insgesamt 7 Umbauten entwickeln sich überdurchschnittlich über Vorjahr
- Neueröffnung im Glattzentrum im April
- Ausbau und Wachstum im Bereich Schmuckeigenmarke
- Modernisierung und Kompetenzaufbau bei Eternity, Solitär und Trauring
- Hohes Wachstum von Swiss-made-Uhren
- Positives Kundenfeedback zu Auftritt, Kompetenz und Freundlichkeit

▼ Factsheet



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

- Marktanteilsgewinne im Elektro-Haushaltsbereich
- Nettoerlös überschreitet erneut die Milliarden-Grenze: 1,03 Mrd. Franken
- Anhaltend starkes Wachstum im Online-Geschäft um 25 %
- Unterstützung Verkaufsprozess mit Tablets in den Filialen
- Neuentwicklung der IT-Infrastruktur auf der Basis von SAP
- Erweiterung Logistikzentrum Oberbüren: Rohbau erstellt
- 10 weitere Verkaufsstellen modernisiert
- Positive Kundenbewertung gemäss Mystery-Shopping, Google-Berichten und eigener Kundenumfrage (Net Promoter Score)

▼ Factsheet



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

- Digitalisierung der Tourenplanung für Heimlieferung
- Relaunch des Webshops in Responsive Design
- Ausbau des Sortiments um 10 % auf über 25 000 Artikel
- Beschleunigung der Liefergeschwindigkeit
- Steigerung der Wiederkaufsraten und Kundenzufriedenheit

▼ Factsheet



Alles, was der Gesundheit gut tut: von rezeptpflichtigen Arzneimitteln bis zur Schönheitspflege

- Marktanteilsgewinne
- Steigerung des Nettoerlöses um 8,4 %
- 228,9 % Umsatzwachstum im Online-Geschäft
- Erste Influencer-Kampagne durchgeführt
- Erweiterung des Apothekennetzes um 3 neue Standorte in Oberwil, Ins und Matran
- Einführung des neuen Ladenbaukonzeptes an 5 Standorten: Biel, Matran, Rorschach, Feuerthalen und Flims
- Einführung der Dienstleistung Diabetes-Check
- Ausbau der Eigenmarken mit Launch von 3 neuen Produkten

▼ Factsheet



Das natürliche und nachhaltige Kosmetikunternehmen

- 22,2 % Umsatzwachstum im Online-Geschäft
- The Body Shop Schweiz feiert sein 35-jähriges Bestehen
- Einführung von Click & Collect in allen Filialen
- Weitere Modernisierung von Verkaufsstellen
- Petition «Forever Against Animal Testing» für die Umsetzung eines weltweiten Verbotes von Tierversuchen zu kosmetischen Zwecken mit 8 Millionen Unterschriften aus aller Welt am 4. Oktober bei der UN eingereicht

▼ Factsheet



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

- Weitere Marktanteilsgewinne
- Erweiterung der Photovoltaikanlagen auf 6 Tankstellen
- Reka-Geld als Zahlungsmittel für Treibstoff eingeführt
- Ab dem 1. Februar 2018 profitieren Tankstellen-Angestellte von einem nationalen Gesamtarbeitsvertrag (GAV)

Factsheet



Für Wärme und Wohlbefinden

- Marktanteile im Heizölhandel ausgebaut
- Neuer Webshop: Anteil Anzahl der Bestellungen auf 40 % erhöht
- Anteil Abnehmer für schadstoffarmes Oeko-Heizöl steigt auf 59 %
- Myclimate: Einführung Möglichkeit der CO₂-Kompensation

Factsheet

BâleHotels

Die Hotelgruppe von Coop

- Hotel Victoria in Basel, Hotel Savoy in Bern und Hotel Pullmann Basel Europe erreichen den 1. Platz bei den Erlösen pro Zimmer im Vergleich zur Konkurrenz in der Kategorie 4 Sterne
- Wiedereröffnung des Bankettcenters Europe nach Renovation am 27.9.2018
- Gesamtrenovation BâleHotel Victoria (Hotel und Restauration): geplanter Baubeginn ab Juli 2019
- Alle Bâle Hotels sind für die nächsten 3 Jahre ISO-zertifiziert

Factsheet



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

- Starke Steigerung der Besucher mit mobilen Geräten durch Lancierung der neuen Webseite
- Erhöhung des Online-Umsatzanteils auf über 30 %
- Über 3 500 Gäste auf Kreuzfahrten und Rundreisen

Factsheet



Führender Fitnessanbieter der Deutschschweiz

- Eröffnung von 9 weiteren Anlagen
- Expansion von 31 auf 40 Standorte in 13 Kantonen; seit 2018 auch in den Kantonen Luzern, Solothurn und Bern
- Mitgliederzahl wächst mit 19 % erneut zweistellig auf 38 000
- Palette an eigenen Supplementierungs-Produkten ausgebaut; Umsatz um 21 % gesteigert
- Strukturen bei Update Fitness an das starke Wachstum angepasst: zusätzlich 162 neue Teammitglieder; damit insgesamt 797 Mitarbeitende in Teil- oder Vollzeit

Factsheet



Tropenhaus mit Restaurant

- Zander-Produktion um 86 % auf 25 Tonnen gesteigert
- Lancierung «Osietra Caviar carat» und «Feuille de Caviar»
- Exklusivlieferant für Osietra Caviar an das Bürgenstock Resort
- Weinkarte mit Vinum Award prämiert
- Geschirrwashmodule ersetzt; über 20 % Energieersparnis

Factsheet