

Fachformate Non-Food

Coop setzt auf Jumbo

Coop übernahm das Schweizer Baumarktunternehmen Jumbo von der Maus Frères SA nach erfolgter Zustimmung (ohne Vorbehalte) der Wettbewerbskommission. Die Marken Jumbo und Bau+Hobby werden zusammengelegt und zukünftig unter dem Namen Jumbo als Fachformat der Coop-Gruppe weitergeführt. Coop setzt auf die Baumarkt-Kompetenz von Jumbo, in Kombination mit den nachhaltigen Produkten sowie dem Garten- und Bastelsortiment von Bau+Hobby. Jumbo repräsentiert zukünftig das Beste aus zwei Welten und wird die klare Nummer eins im Schweizer Baumarkt. Das Filialnetz von Jumbo mit ihren 40 Verkaufsstellen ergänzt die bisherigen 84 Standorte von Bau+Hobby ideal. Die Coop-Gruppe bestätigt mit der Übernahme von Jumbo ihre Marktführerschaft im Bereich Baumarkt. Jumbo wird neu die Nummer eins in Sachen Nachhaltigkeit, Kompetenz und Preis.

Neuer Onlineshop Coop-City.ch

Bei Coop City haben die Kundinnen und Kunden seit Anfang November neu die Möglichkeit, ihre Einkäufe einfach und schnell online zu tätigen. Möglich macht es der neue Onlineshop Coop-City.ch. Aus zahlreichen Sortimentsbereichen wie Spielwaren, Haushalt oder Kosmetik und Pflege stehen über 13 000 Artikel zur Verfügung. Darunter solche der Coop-Eigenmarken Naturaline und Naturaline Swiss Cosmetics, die Label für faire Mode aus Bio-Baumwolle und nachhaltiger Kosmetik, sowie zahlreiche weitere beliebte Marken und Eigenmarken. Die Bestellungen werden den Kundinnen und Kunden an die gewünschte Adresse geliefert oder lassen sich in einer von 450 Pick-up-Stellen von Coop abholen.

Coop Vitality unterstützt Pandemiebekämpfung

Auch im zweiten Jahr der Pandemie leistete Coop Vitality einen wesentlichen Beitrag zur medizinischen Grundversorgung. Mit ihren schweizweit 88 Apotheken ist Coop Vitality ein wichtiger Partner der Behörden und Akteure im Gesundheitswesen. Coop Vitality bewältigte die Herausforderungen und unterstützte Kundinnen und Kunden, indem sie neben der üblichen Arzneimittelversorgung zusätzliche Leistungen erbrachte. Die Mitarbeitenden von Coop Vitality stellten den Heimlieferservice bei Risikopatientinnen und Risikopatienten sowie die Corona-Selbsttest-Abgabe sicher. Innert kürzester Zeit hat Coop Vitality neue Dienstleistungen geschaffen. In zahlreichen Coop-Vitality-Apotheken sind Covid-19-Impfungen möglich und mehrere Apotheken bieten den PCR- und/oder Antigen-Schnelltest an.

Import Parfumerie mit neuem Ladenlayout

Die Import Parfumerie investierte in den stationären Handel und führte ein neues Ladenkonzept ein. Die Filialen in Winterthur Bahnhof, Rapperswil, Centre St. François in Lausanne, St. Gallen Coop City, Zürich Bahnhofstrasse, Zürich Einkaufszentrum Sihlcity und Genf Rue de Rive erstrahlen im neuen Kleid. Neben dem modernisierten Laden bietet das neue Konzept zahlreiche Serviceleistungen. Einige der neuen Standorte erhalten eine Gravurmaschine, mit der die Kundinnen und Kunden die Möglichkeit haben, ihren neuen Parfümflakon zu personalisieren oder das Geschenkband mit einer persönlichen Widmung zu versehen. Zudem kann die Kundschaft anhand eines digitalen Tools verschiedene Make-up-Looks am eigenen Gesicht testen, ohne mit den Produkten in Berührung zu kommen. Im Berichtsjahr wurde das Onlinesortiment der Import Parfumerie mit neuen Gesichts-, Haar- und Körperpflegeprodukten erweitert. Der Onlineshop führt zudem die Kennzeichnungen "Pro Ocean", "Pro Nature" und "Pro Animal" – für Produkte, die den Clean-Beauty-Richtlinien der Import Parfumerie entsprechen.

The Body Shop mit neuem Ladenlayout und Refill-Station

Zurück zu den Wurzeln: Seit Juli ist das neue Ladenkonzept von The Body Shop in Bern zu finden. Das neue Layout nimmt Bezug auf die Anfänge der Marke "The Body Shop" und spiegelt die revolutionäre Vision von Gründerin Anita Roddick wider. Mehrweg statt Plastik – die erneuerte Filiale in Bern ist die erste mit Refill-Station. Eine weitere Auffüllstation ist seit November in der erneuerten Filiale in Lausanne anzutreffen. Nachfüllen lassen sich Duschgels, Handseife, Shampoo und Conditioner in wiederauffüllbaren Aluminiumflaschen. Der Umstieg auf Refill vermeidet pro Jahr weltweit über 25 Tonnen Plastik. Bei der Ladengestaltung reduziert The Body Shop den ökologischen Fussabdruck: Der neue Shop ist mit nachhaltigen Möbeln aus wiederverwertbarem Holz und recyceltem Plastik ausgestattet. The Body Shop ist dabei, die Produktverpackungen nach und nach zu 100% recycelbar zu gestalten.

Interdiscount investiert in mobile Beratung in den Verkaufsstellen

Alle Mitarbeitenden in den 174 Interdiscount-Filialen in der Schweiz sind seit Oktober mit persönlichen, mobilen Geräten ausgestattet. Diese ermöglichen eine neue Art der Kundenberatung und ein verbessertes Kundenerlebnis. Dank kleiner, handlicher Tablets berät das Verkaufspersonal Kundinnen und Kunden überall im Laden und wickelt Verkäufe ab. Das erweiterte Sortiment sowie passende Zubehörartikel zu einem Wunschprodukt lassen sich mittels Tablet auf dem Onlineshop visualisieren und direkt bestellen. Die modernen Arbeitsgeräte bieten einen vielfältigen Einsatz wie den Abschluss von Verträgen, Produktbestellungen, Buchen von Serviceleistungen, Erfassen und Abfragen von Reparaturaufträgen, Austauschen von defekten Geräten und vieles mehr. Die Funktionalitäten der Tablets werden laufend weiterentwickelt.

Update Fitness baut weiter aus

Unter Berücksichtigung von Corona-Massnahmen und Lockdown darf update Fitness auf ein gutes Jahr zurückblicken. In den Sommermonaten konnten mehr neue Gäste begrüsst werden als im Rekordjahr 2019. Das Netz erweiterte sich auf 59 Standorte in 14 Kantonen. Das unfreiwillige Corona-Time-out ermöglichte das Vorantreiben von IT-Projekten, die Umstellung weiterer Standorte auf Fernbetreuung mit erweiterten Öffnungszeiten und die Erarbeitung von Strukturen für die weitere Expansion. Der Mitarbeiterbestand wurde für die Expansion ausgebaut.

Neues 4-Sterne-Boutique-Hotel am Marktplatz Basel

Mit dem Märthof eröffnete am 28. Juli 2021 ein charmantes 4-Sterne-Boutique-Hotel am Marktplatz im Herzen von Basel. Auf fünf Etagen verteilen sich insgesamt 68 hochwertig gestaltete Zimmer. Ein besonderes Übernachtungserlebnis bieten die acht "Marktplatz-Juniorsuiten" mit direktem Blick auf den Marktplatz. Der Märthof verfügt ausserdem über einen Fitnessraum, einen Wellnessbereich, einen Bankettraum sowie eine Dachterrasse mit einzigartiger Aussicht über die Stadt Basel. Im Erdgeschoss befindet sich das Restaurant Bohemia mit einer grosszügigen Bar und einer Terrasse direkt am Marktplatz. Im Stil der Bohème profitieren die Gäste dort von einem ausgezeichneten Gastronomieangebot. Der Märthof ist für Basel eine echte Bereicherung und wird von der Basler Bevölkerung und der internationalen Kundschaft sehr geschätzt.

Lockdown der Non-Food-Formate

Die meisten Non-Food-Formate mussten ab 18. Januar geschlossen bleiben. Sie öffneten am 1. März wieder ihre Tore. Im Vergleich zu den Lockdowns im 2020 blieben Coop Bau+Hobby und Jumbo – allerdings mit Sortimentseinschränkungen – offen.

Highlights aus den Fachformaten Non-Food

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



Das beste Einkaufserlebnis für Heimelektronik in der Schweiz

- Kundenzufriedenheit gesteigert
 - Hohes Paketvolumen während Lockdown
 - Corona-bedingte Schliessung der Verkaufsstellen während des Lockdowns
 - Schnellere, individuelle Kundenberatung dank Einführung mobiler Beratung in den Verkaufsstellen
 - Einführung Sendungsavisierung ausgewählter Paketdienstleister
 - Erweiterung der Selfservice-Tools (Abruf Bestelldokumente, Kaufbeleg und Garantie-/Lieferschein)
 - Einführung Sales Force Service Cloud: Kundenanliegen werden effizienter und schneller gelöst.
 - Drei Standortwechsel, zwei Umbauten
-



Das beste Online-
einkaufserlebnis

- Umsatzwachstum von 7.3%
- Marktposition und Bekanntheit weiter ausgebaut
- Erhöhung Anzahl kaufender Kunden
- Kundenzufriedenheit gesteigert
- Hohes Paketvolumen während Lockdown
- Integration weiterer Selfservices im Onlinekundenportal (Reparaturportal, Abruf Bestelldokumente, Kaufbeleg und Garantie-/Lieferschein)
- Kunden-Chatbot Spoty neu auch auf Französisch und Italienisch
- Aufnahme weiterer Händler auf Marktplatz (Ochsner Sport)
- Einführung Sendungsavisierung ausgewählter Paketdienstleister
- Wiedereröffnung ehemaliger Showroom Moosseedorf an neuem Standort in Jegenstorf



Die zweitgrösste
Warenhauskette
der Schweiz

- Erneut Marktanteilsgewinne
- Hohe Steigerung der Kundenzufriedenheit
- Hohe Kundenakzeptanz von Self-Check-out-Kassen bei Kosmetik- und Pflegeprodukten
- Go-live des Coop City Onlineshops mit ca. 13 000 Artikeln
- Einführung von neuen, kundenfreundlicheren Kassen im Bereich Non-Food im Coop City Lausanne St. François
- Start Umsetzung des neuen Ladenbaukonzepts "Bellacasa" im Coop City Lausanne St. Francois (Fertigstellung im Frühling 2022)



Führender Schweizer
Baumarkt

- Umsatzwachstum total um 5.3%
- Steigerung der nachhaltigen Oecoplan-Umsätze um 2.6%
- Marktführer bei den Baumärkten
- Marktanteile gewonnen
- Solides Wachstum im Online-Handel um 9.6%
- Kundenzufriedenheit gesteigert
- Corona-bedingte Beschränkungen der verkäuflichen Sortimente während des Lockdowns
- Neue Sortimente und Warenpräsentation bei Hand- und Elektrohandwerkzeugen und Grillgeräten/Zubehör erfolgreich umgesetzt
- Roll-out von Maschinenverleih
- Einführung des Instagram-Kanals in französischer Sprache
- Gewinner des Digital Commerce Award in der Kategorie "Home & Living"
- Sanierung der Verkaufsstelle Gossau



Führender Schweizer
Baumarkt

- Umsatzwachstum total um 5%
 - Online-Wachstum von 9.3%
 - Steigerung der Kundenzufriedenheit
 - Corona-bedingte Beschränkungen der verkäuflichen Sortimente während des Lockdowns
 - Einführung der Handelsmarke "Renovo" bei Farben in Kooperation mit Hagebau
 - Erfolgreicher Relaunch und neue Präsentation bei Velozubehör
 - Per August Teil der Coop-Gruppe
 - Roll-out von Self-Scanning-Kassen in 19 Verkaufsstellen
 - Markante Vergrösserung der Verkaufsstelle Basel-Stadt
-

LIVIQUE

Der Anbieter für individualisierte Einrichtungslösungen

- Starkes Wachstum des stationären Handels
- Onlinewachstum von 12.1%
- Starker Marktanteilsgewinn
- Marke Livique gewinnt an Bekanntheit
- Steigerung der Kundenzufriedenheit
- Erfolgreiche Umpositionierung im Markt: Etablierung von Livique als kompetente Einrichtungsanbieterin im mittleren Preissegment
- Lancierung der Dachmarke "Swiss Collection", unter welcher Swiss-Made-Sortimente von 10 Schweizer Herstellern angeboten werden
- Marken "Willisau", "Superba Ateliers Suisse" und "Intertime" neu ins Möbelsortiment aufgenommen
- Neueröffnung Livique Heimberg

lumimart

Für Licht die erste Wahl

- Lumimart gewinnt Marktanteile und baut dadurch die Position als Marktführer aus.
- Steigerung der Kundenzufriedenheit
- Smart-Home-Ausstellungen in allen Filialen integriert

IMPORT PARFUMERIE

Die führende Schweizer Duftanbieterin der Prestige-Parfümerie

- Marktführer im Prestige-Beauty-Markt Schweiz
- Signifikante Marktanteilsgewinne bei Make-up
- Kundengesamtzufriedenheit gesteigert
- Einführung neuer Prestige-Marken, u.a. Kiehl's und Bobbi Brown
- Einführung von Nachhaltigkeitslabels (Clean Labels) im Onlineshop
- Einführungen von virtuellem Schminken im Onlineshop (modiface)
- 210 000 Mitglieder in "The Member Club"
- Neues Ladenbaukonzept umgesetzt in Zürich Bahnhofstrasse, Zürich Einkaufszentrum Sihlcity und Genf Rue de Rive

CHRIST UHREN & SCHMUCK

Die erste Adresse für Uhren und Schmuck

- Erfreuliches Wachstum im Bereich Eigenmarken
 - Anhaltendes beschleunigtes Onlinewachstum von 13%
 - Kundenzufriedenheit in Bezug auf Gesamtauftritt und Service (Kompetenz und Freundlichkeit) weiter gesteigert
 - Stationärer Handel nach Lockdown mit erfreulichem Umsatzwachstum zur Vergleichsperiode insbesondere in den Kategorien Schmuck by CHRIST, Fashion-Schmuck, Smart Watches und Swiss Made-Uhren
 - Erfolgreiche Einführung der Eigenmarke Kids by CHRIST mit Kinderschmuck, analogen Swiss-Made-Kinderuhren und Smart Watches für Kinder
 - Neuer CHRIST-Auftritt in weiteren Filialen ausgerollt
 - Erfolgreiche Umbauten der Filialen Regensdorf, Winterthur Bankstrasse, Chavannes und Fribourg-Sud.
-



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

- Marktanteilsgewinne über das gesamte Sortiment
- Online sowohl im Detailhandel als auch für Küche/Bad wichtigster Kundengewinnungskanal
- Zustellung von per Post versendbaren Onlinebestellungen bis 21 Uhr bereits am Folgetag
- Zusammenführung der Bereiche Küche/Badezimmer und Baumanagement in eine gemeinsame Sparte "Bau"
- Verstärkung und Fokussierung des Serviceangebots für Liegenschaftsverwaltungen unter den Marken Service 7000 und SCHUBIGER Haushalt
- Abschluss der IT-Erneuerung mit dem Roll-out der neuen Kassensysteme in allen Verkaufsstellen
- Erfolgreiche Einführung einer modernen ERP-Lösung
- Weitere Effizienzsteigerungen in der Logistik mit dem Betrieb des neuen Logistikcenters
- Fünf modernisierte Verkaufsstellen, fünf Schliessungen, zwei Neueröffnungen



Der führende Onlineanbieter im Elektrohaushalt mit umfassendem Serviceangebot

- Anhaltendes Onlinewachstum
- Kundenzufriedenheit auf hohem Niveau gesteigert
- Weiterer Sortimentsausbau in den Bereichen Garten, gedeckter Tisch, Mobilität, Freizeit
- Ausweitung der neuen Servicedienstleistungen (Lieferung auf Termin, Garantieverlängerung) auf das Gesamtsortiment
- Weiterer Ausbau und Beschleunigung der Lieferleistungen mit Installation und Entsorgung in der gesamten Schweiz



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

- Steigerung des Nettoerlöses um 12.2%
- Umsatzsteigerung bei Generika und Eigenmarken
- Marktanteilsgewinne
- Kundenzufriedenheit gesteigert
- Aufbau von Angeboten zur Corona-Bekämpfung mit starker Nachfrage: Testen stationär (PCR und Antigen), Corona-Impfungen und Abgabe der Selbsttests
- Starkes Wachstum von "Primary Care" (erste medizinische Beratung) und Abgabe von rezeptpflichtigen Medikamenten ohne Vorliegen ärztlicher Verschreibung
- Roll-out des neuen Ladenbaukonzeptes an drei Standorten: BS Europe, ZH Bahnhofstrasse, Delémont
- Erweiterung des Apothekennetzes mit zwei Eröffnungen in Huttwil und Bern Freudenberg



Das natürliche und nachhaltige Kosmetikunternehmen

- Weiterhin starkes Onlinegeschäft
- Hohe Kundenzufriedenheit
- Relaunch Bodybutter
- Community-Trade-Plastic-Programm in Indien: Im dritten Jahr holt The Body Shop 782 Tonnen Plastik aus der Umwelt
- Erfolgreiche Sammelaktion zugunsten Angehörigenbetreuer, in Kooperation mit dem Schweizerischen Roten Kreuz
- Neues Ladenbaukonzept in Bern Ryfflihof und Lausanne mit Refill-Station



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

- AdBlue an Zapfsäulen an 67 Standorten
- Eröffnung zweier neuer Wasserstoffanlagen in Crissier und Bern – Planung zweier weiterer Anlagen im Jahr 2022

	Für Wärme und Wohlbefinden	<ul style="list-style-type: none">• Beliebter Webshop, die Hälfte der eingehenden Bestellungen erfolgt online.• Anteil der Abnehmer für schadstoffarmes Oeko-Heizöl steigt auf 76%.• Möglichkeit, mit myclimate CO₂ zu kompensieren
<i>BâleHotels</i>	Die Hotelgruppe von Coop	<ul style="list-style-type: none">• Steigende Kundenzufriedenheit in allen Hotels• Restaurants für Hotelgäste während Lockdown offen• Wiedereröffnung bestuhlter Aussenbereiche von Restaurants, Bars und Take-away-Betrieben ab 19. April• Wiedereröffnung der Innenbereiche am 31. Mai• Zertifikatspflicht in Innenbereichen von (Hotel-)Bars und Restaurants ab 13. September• Erfolgreiche Eröffnung Boutique-Hotel Märthof am 28. Juli• Übernahme des Holiday Inn Express Aarburg-Oftringen• Schulung Mitarbeitende "Wir von den BâleHotels leben eine herzliche Gastfreundschaft"• Neukonzept Pop-up-Restaurant Les Quatre Saisons• ISO-9001-Rezertifizierung BâleHotels bis 2022
	Der Reiseveranstalter von Coop und Rewe – in der Schweiz die Nummer eins im Direktverkauf von Badeferien	<ul style="list-style-type: none">• Verdoppelung des Vorjahresumsatzes• Erhöhung des Onlineanteils auf 41%• Gutes Buchungsvolumen für Sommer- und Herbstferien• ITS Coop Travel und Reisebranche weiterhin stark von Corona-Pandemie beeinflusst• Mehr Stabilität und Planungssicherheit durch nachhaltige Reisevorschriften
	Führender Fitnessanbieter der Deutschschweiz	<ul style="list-style-type: none">• In den Monaten ausserhalb des erneuten Lockdowns mehr neue Gäste begrüsst als im Rekordjahr 2019• Weiterer Ausbau der digitalen Angebote• Expansion auf 59 Standorte in 14 Kantonen; neu auch im Kanton Uri vertreten
	Tropenhaus mit Restaurant	<ul style="list-style-type: none">• Gesteigerter Umsatz um 6.2% trotz Corona-Massnahmen• Geschlossenes Restaurant während fünf Monaten wegen Corona-Massnahmen• Erfreuliche Steigerung des Kaviarumsatzes um 20.6% gegenüber 2020• Gesteigerte Kaviar- und Fischnachfrage im Shop um 6.5%• Ausstellung blieb Corona-bedingt bis am 18. März geschlossen, trotzdem über 2 000 Besucher mehr als im Vorjahr• Eröffnung Escape Rooms im April• Eröffnung Übernachtungsmöglichkeit "Tropen Lodge" im Oktober
