

Strategie

Mit innovativen Sortimenten, der Ausrichtung auf Nachhaltigkeit, preisgünstigen Alternativen und der Expansion von modernen Ladenkonzepten setzt Coop Akzente und kann damit ihre Stellung im Schweizer Detailhandel stärken. Coop fördert in allen Bereichen die Digitalisierung und passt die Lieferkette an neue Anforderungen an. Im Grosshandel arbeitet Coop mit Transgourmet am weiteren Ausbau ihrer Kompetenzen und expandiert in bestehende und neue Märkte. In der Produktion setzt Coop bei strategisch wichtigen Gütern auf Nachhaltigkeit, Automatisierung sowie 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 im Belieferungs- und Abholgrosshandel in Deutschland, Polen, Rumänien, Spanien, Frankreich, Österreich und der Schweiz tätig. Im Bereich Produktion ist die national und international tätige Bell Food Group der grösste Betrieb der Coop-Gruppe. Neben der Bell Food Group führt Coop viele weitere Produktionsbetriebe in der Schweiz.

Coop ist eine Genossenschaft

Die Coop-Gruppe blickt auf eine über 160-jährige Geschichte zurück und ist von jeher genossenschaftlich organisiert. Sie unterteilt sich organisatorisch in sechs Regionen und zählt rund 2.59 Millionen Genossenschaftsmitglieder. Für die Coop-Gruppe stehen ihre Kund:innen im Zentrum. Auf sie ist das Wirken des Unternehmens ausgerichtet. Als Genossenschaft strebt die Coop-Gruppe keine Gewinnmaximierung an und reinvestiert jeden Franken in das eigene Unternehmen sowie in günstigere Preise. So kann sie langfristig und nachhaltig planen und investieren.

Strategiehaus

Strategiehaus, Vision und Leitbild der Coop-Gruppe

Seit Januar 2024 gilt für die Coop-Gruppe ein neues Strategiehaus und somit auch eine neue Gruppenvision für die über 97 000 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 Leitbild, das für alle Verkaufsformate und Unternehmen in der Coop-Gruppe gilt. Es drückt aus, wie die Mitarbeitenden ihre Arbeit verstehen und welche Werte und Verhaltensweisen gelebt werden: kundenorientiert, unternehmerisch und verantwortungsvoll. Darauf bauen die neuen Führungsgrundsätze auf. Der strategische Rahmen umfasst drei Dimensionen: Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Rentabilität. Nachhaltigkeit ist bei Coop fest in allen relevanten Strategien und Prozessen verankert. Bei der Digitalisierung verfolgt Coop zwei Hauptstossrichtungen. In erster Linie

trägt sie dazu bei, noch besser auf die individuellen Bedürfnisse der Kund:innen einzugehen und den Einkaufsprozess zu vereinfachen. Gleichzeitig soll sie die Prozesse im Hintergrund noch effizienter und kostengünstiger gestalten. 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 angemessene Rentabilität zu erzielen. Die Strategien der Geschäftsbereiche bilden den eigentlichen Motor der unterschiedlichen Unternehmensbereiche. Sie sind ganz nah bei den einzelnen Branchen und Ländern und deren spezifischen Entwicklungen.



Zielsetzungsprozess

Um ihre 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.