

Kommunikation und Marketing

Coop inspiriert täglich Millionen von Kund:innen durch eine facettenreiche und zielgerichtete Kommunikation. Ob in den Coopzeitungen, der Verkaufsstelle, über digitale Plattformen oder durch emotionale Kampagnen – Coop setzt auf ein abgestimmtes Zusammenspiel von verschiedenen Kanälen und Formaten.

Highlights Kommunikation

- Coopzeitung: Relaunch der führenden und reichweitenstärksten Zeitung, die ihre 3.4 Millionen Leser:innen neu am Donnerstag als Wochenend-Zeitung erreicht
- Coopzeitung Weekly: Beliebtheit bei Pendler:innen ungebrochen, in der Montagsausgabe von «20 Minuten» mit gesteigerter Reichweite von über 1.4 Millionen Leser:innen
- Die Jugendoffensive «scoop!» erzeugt mit 17.4 Millionen Interaktionen auf TikTok, Snapchat, Instagram und YouTube starke Image-Wirkung bei der Kundschaft von morgen
- Medienstelle: Hohe Sichtbarkeit von Coop in den Medien, über 100 proaktiv platzierte Medieninformationen, rund 1 200 beantwortete Medienanfragen und vier erfolgreiche Medienanlässe
- Interne Magazine: Forte-Magazin für rund 80 000 Coop-Mitarbeitende und Pensionierte bei Coop. Relaunch des Transgourmet-Magazins «Plus» für rund 31 000 Mitarbeitende und Pensionierte in sieben Transgourmet-Ländern. Mitarbeitendenmagazin «Pronto Inside» der Coop Pronto AG mit rund 5 200 erreichten Mitarbeitenden
- MyCoop-App für Mitarbeitende: Starke Aktivierung mit über 51 000 Mitarbeitenden (96%), tagesaktuelle News zur Unterstützung des internen Informationsaustauschs und Zugang zu wichtigen Diensten
- Hauptsponsoring des Eidgenössischen Turnfestes in Lausanne sowie 110 weitere Projekte und lokale Initiativen mit den Schwerpunkten Turnsport, Kultur und Familienevents mit über 3.35 Millionen Teilnehmenden und Besucher:innen

Highlights Marketing

- Social Media: über 125K Follower und 2.4 Millionen Likes auf TikTok
- Supercard: Mit 3.4 Millionen aktiven Konten festigt die Supercard 2025 ihre Position als führendes Kundenbindungsprogramm der Schweiz
- Hello Family: Der Familienclub feiert sein 15-jähriges Bestehen und zählt über 800 000 Mitgliedsfamilien
- Spendenfunktion in Supercard-App: ermöglicht neu das Spenden von Superpunkten für gute Zwecke
- Familien-Sammelaktivitäten mit vier erfolgreichen Loyalitätsprogrammen: «Hallo Frühling», «Summer Time», «Abenteuer Wald» und «Magischer Winter»
- Vielfältige Werbemassnahmen auf Online- und Offline-Kanälen, etwa einen Grill-TV-Spot mit «Hummel Tschilli» und Sänger Baschi, die Raclette-Fondue-Kampagne mit dem Botschafter «Stinktier Stevie» und eine Weihnachtskampagne mit «Googly Eyes»
- Sechs inspirierende Themenmagazine: «Ostern», «Grill», «Italien», «Advent & Weihnachten». Das «Feel Good»-Themenmagazin wird neu Zielgruppenspezifisch verteilt mit einer Auflage von 600 000 Exemplaren
- Kundendienst: 540 000 Anfragen mit Fokus auf Produkte, Sortimente, digitale Angebote, Trophy- und Sammelpromotionen

Leser:innen Coopzeitung
und Coopzeitung Weekly

4.7 Mio.

