

# Verkaufsformate

Coop verdoppelt durch die Übernahme der Carrefour-Verkaufsstellen in der Schweiz die Anzahl an Megastores. Passabene und Leselupe erleichtern das Einkaufen. coop@home beliefert fortan die gesamte Schweiz. Coop wird für den Bau von Verkaufsstellen nach Minergie-Standard ausgezeichnet. Coop City führt neues Herrenmode-Label ein.

## VERKAUFSSTELLEN RETAIL

### **Deutlicher Zuwachs an Coop Supermärkten und Megastores**

Im Jahr 2008 eröffnete Coop 11 Supermärkte und 13 Megastores. Letztere resultierten aus der Übernahme der Carrefour Verkaufsstellen in der Schweiz, die binnen weniger Wochen in Coop Megastores umgewandelt wurden. 2008 hat Coop neun Supermärkte geschlossen. Die Verkaufsfläche vergrösserte sich um 8,4 % auf 926 350 m<sup>2</sup>. Der Umsatz der insgesamt 818 Verkaufsstellen im Bereich Retail lag mit 11 Milliarden Franken rund 7,5 % über dem Vorjahr. Die Coop Megastores erwirtschafteten davon neu rund 11 %. Im Oktober 2008 fand die schweizweit erste offizielle Übergabe eines Minergie-Zertifikats an die im Dezember 2007 errichtete Verkaufsstelle in Schönenwerd statt.

### **Dank Leselupe Packungstexte besser lesen**

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit Pro Senectute hat Coop im Herbst 2008 eine spezielle Einkaufswagen-Lupe lanciert. Dabei handelt es sich um eine einzigartige Innovation in Europa, mit der Coop insbesondere auf die Anliegen von älteren Menschen reagiert. Die Leselupe ist fest am Einkaufswagen montiert und erleichtert Personen mit eingeschränkter Sehschärfe das Lesen klein gedruckter Packungstexte. Bis Ende Frühjahr 2009 rüstet Coop alle eigenen Einkaufswagen mit der Lesehilfe aus – insgesamt rund 120 000 Stück.

### **Passabene in über 70 Verkaufsstellen nutzbar**

Im Mai 2008 schloss Coop die Markteinführung des Selfscanning-Systems Passabene in der gesamten Schweiz erfolgreich ab. Die Einkäufe können nun in insgesamt 70 Verkaufsstellen mit dem handlichen Lesegerät selbst erfasst werden. 235 000 Kundinnen und Kunden profitieren bereits von dem schweizweit ersten Selfscanning-System im Detailhandel.

### **Coop Restaurants bieten glutenfreie Pastagerichte**

Mit Einführung eines neuzeitlichen Ernährungsprogramms fördern die 193 Coop Restaurants vermehrt den Konsum von Gemüse und Früchten, die fleischlose Vielfalt, natürliche Produkte und saisonale Angebote. Im April vergrösserten sie das Angebot an kalorienreduzierten Nahrungsmitteln und lancierten Lifestyle als eigenständige Sortimentslinie. Insgesamt 46 Restaurants bieten seit Juni 2008 täglich drei glutenfreie Pasta-Gerichte an. Als Pilotprojekt eröffnete Coop 2008 die erste original italienische Gelateria «Crema-more». Die Coop Restaurants sind als einzige Betriebe der Schweizer Systemgastronomie von Bio Suisse für die Bio-Teilkomponentenküche zertifiziert.

### **ONLINE-SHOPPING**

#### **coop@home liefert in die gesamte Schweiz**

2008 setzte coop@home mit 54 Millionen Franken rund 16 % mehr um als im Vorjahr bei insgesamt 229 000 Auslieferungen und einem durchschnittlichen Einkaufswert von 212 Franken. Seit März 2008 beliefert der Internet-Supermarkt von Coop die gesamte Schweiz bis in die abgelegensten Täler. Die Auslieferung erfolgt dort durch die Schweizerische Post. Unter Verwendung eines speziellen Kühlsystems ist seit November 2008 auch der Versand von gekühlten Produkten in isolierten Paketboxen möglich. Somit sind in den bislang nicht bedienten Gebieten neu über 10 000 Lebensmittel und Produkte des täglichen Bedarfs online bestellbar. Ausgenommen bleiben dort lediglich Tiefkühlwaren. Im bestehenden Liefergebiet der Agglomerationen übernimmt weiterhin der persönliche Lieferservice von coop@home den Transport. Hier steht das Vollsortiment mit über 11 000 Produkten zur Auswahl.

### **microspot.ch erweitert Sortiment**

microspot.ch, der im Vorjahr gegründete Internetanbieter für Heimelektronik, hat den Umsatz 2008 nahezu verfünffacht. Er beträgt nun 41 Millionen Franken. Zu diesem deutlichen Wachstum trug neben der Tiefstpreisstrategie und dem Ausbau des Sortiments insbesondere die Integration des Internetshops netto24 bei. Durch den gemeinsamen Austritt profitieren die Kundinnen und Kunden von einer Auswahl an insgesamt über 65 000 Artikeln für Heimelektronik und Haushalt.

### **VERKAUFSTELLEN TRADING**

#### **Ticketcorner und Code of Casual bei Coop City**

Die Warenhäuser von Coop City konnten trotz Finanzkrise und Rezessionsängsten ein Umsatzplus verbuchen. Mit 1,05 Milliarden Franken liegt der Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr bei rund 4 %. Die positive Umsatzentwicklung bezieht sich sowohl auf den Non-Food-Bereich als auch auf die Food-Produkte sowie die Coop Restaurants. Seit November 2008 verfügen alle 33 Coop City Warenhäuser über eine Ticketcorner-Vorverkaufsstelle. Ob Karten für Musicals, Konzerte oder ein Fussballspiel – das gesamte Programm von Ticketcorner steht zur Auswahl. Statt Abgabe einer physischen Eintrittskarte kann der jeweilige Eintritt auf die neue Supercard Ticket geladen werden. Neu bei Coop City ist die Eigenmarke Code of Casual als Pendant zur erfolgreichen Damenlinie nulu. Das Herrenmode-Label bietet bequeme und dennoch modische Kleidung, die sich einfach kombinieren lässt und zugleich erschwinglich ist. Die Verkaufsstelle in Sion erfuhr 2008 einen Totalumbau. Herrenabteilung, Papeterie und Naturaline Shop glänzen in allen Warenhäusern mit einem neuen Auftritt. Die Kundinnen und Kunden nutzen weiterhin die in der Schweiz exklusive Möglichkeit, Non-Food-Produkte mit Superpunkten zu

bezahlen. Damit erzielten Coop City Warenhäuser rund 13 % des Non-Food-Umsatzes.

#### **Bau+Hobby erweitert das Dienstleistungsangebot**

Mit 720 Millionen Franken steigerte Coop Bau+Hobby den Umsatz um rund 5 %. Somit halten die 69 Verkaufsstellen ihre Marktführerschaft in der Schweiz. Im Jahr 2008 stand vor allem der Ausbau von nachhaltigen Sortimenten und Dienstleistungen im Vordergrund. Das Angebot an wassersparenden Produkten ist von 34 auf 52 Artikel angewachsen. Im Herbst startete eine umfassende Kommunikationskampagne zum Thema «Durch richtiges Isolieren Wärmeenergie einsparen». In diesem Zusammenhang bot Bau+Hobby als Erster flächendeckend in der Schweiz den Kundinnen und Kunden thermografische Aufnahmen ihres Hauses inklusive Auswertungsbericht an. Auf Wunsch vermittelte Coop Bau+Hobby anschliessend den Einbau der fehlenden Dämmmaterialien durch «Die HausProfis». Anfang 2008 vergrösserte Coop ihren Marktanteil im Bereich Do-it-yourself-, Bastel- und Garten-Angebot und erwarb die Hobby AG mit Sitz in Heimberg. Die Hobby AG erwirtschaftet jährlich einen Umsatz von über 18 Millionen Franken und wird vorerst unter dem gleichen Namen weitergeführt.

#### **Interdiscount – tiefe Preise und Fachberatung**

Mit einer markanten Frequenzsteigerung gegenüber dem Vorjahr erhöhte Interdiscount im Jahr 2008 den Gesamtumsatz um knapp 8 % auf 1,07 Milliarden Franken. Neben den zahlreichen Aktivitäten rund um die Euro 08 wirkte sich vor allem die konsequente Ausrichtung auf Discountpreise in Kombination mit kompetenter Beratung positiv auf das diesjährige Umsatzwachstum aus. Nach 16 Eröffnungen und vier Schliessungen verfügt Interdiscount nun über 197 Verkaufsstellen. 17 davon bestehen als XXL-Version mit einer Verkaufsfläche von bis zu 4 000 m<sup>2</sup>.

#### **Toptip und Lumimart setzen auf SAP und WAMAS**

Toptip und Lumimart konnten nahezu an das hohe Vorjahresniveau anknüpfen und schlossen das Geschäftsjahr 2008 mit einem Umsatz von 261 Millionen Franken ab. Dies ist im Hinblick auf die Konjunktur-Abkühlung in der Möbel- und Wohneinrichtungsbranche sowie die Schliessung der Lumimart Verkaufsstellen Suhr und Morges im Rahmen der Standortbereinigung ein Erfolg. Die strategisch wichtigen Toptip Verkaufsstellen Dübendorf und Altendorf erhielten eine Gesamtsanierung im Sinne des neuen Verkaufsstellenkonzepts. Fünf weitere Standorte zeigen sich nach kleineren Umbaumaassnahmen nun attraktiver für die Kundinnen und Kunden. Aktuell verfügen Toptip und Lumimart über 59 Verkaufsstellen in der ganzen Schweiz. Einen Schwerpunkt bildete die Umstellung der Warenwirtschafts- und Logistiksysteme auf SAP und WAMAS.

#### **Import Parfumerie weiterhin auf Erfolgskurs**

Mit einer erneuten Steigerung um rund 6 % liegt der Umsatz von Import Parfumerie bei 164 Millionen Franken. 2008 setzten die Parfümerien die Umsetzung des neuen Ladenkonzeptes fort. Nach weiteren 27 Umbauten und der Neueröffnung in Haag zeigen sich nun 52 Verkaufsstellen im frischen Look. Neu ist das Sortiment von L'Oréal Prestige in den insgesamt 97 Import Parfümerien erhältlich. In Zusammenarbeit mit der Coty-Gruppe wurden an den Standorten Bern, Luzern, Zürich-Oerlikon und Spreitenbach erstmals Premium Beauty Points – ein Shop im Shop mit bekannten Markendüften – in den Verkaufsstellen eingerichtet.

#### **Hohe Wachstumsraten bei Coop Vitality Apotheken**

Die Coop Vitality Apotheken wiesen im Jahr 2008 ein Wachstum von 34 % auf. Der Umsatz betrug somit 88 Millionen Franken. Der Rezeptanteil hob sich von 33 % im Vorjahr auf aktuell 37 % an. Von den insgesamt 31 Coop Vitality Apotheken eröffneten sechs im Jahr 2008, darunter die erste im Wallis. Herzchecks

und Knochendichtemessungen ergänzen neu die Beratungskompetenz der Apotheken. Sorge bereitet allein der akute Mangel an ausgebildeten Apotheken-Fachkräften, der in der gesamten Schweiz herrscht.

#### **Klare Positionierung von Christ Uhren & Schmuck**

In ihrem zweiten Jahr als Teil der Coop-Gruppe konnte Christ Uhren & Schmuck den Umsatz um 6,5 % auf 114 Millionen Franken steigern. Mit zwei Neueröffnungen in St. Gallen und Sion und zwei Schliessungen bestehen nun gesamthaft 84 Verkaufsstellen. Im Rahmen der Weiterführung des Ladenbauprojekts kam es zu 19 Umbauten. Total erscheinen nun 41 Christ Verkaufsstellen in neuer Gestalt. Dies trug massgeblich zu einer klaren Positionierung von Christ Uhren & Schmuck als Fachbijouterie im mittleren Preissegment bei. Eine eindeutige Sortimentsstrategie und die Schulung der Mitarbeitenden hinsichtlich Dienstleistung und Service verstärken das positive Image von Christ am Schweizer Markt. Seit 1. Januar 2008 sind alle Mitarbeitenden neu dem Gesamtarbeitsvertrag Coop unterstellt.

#### **Dipl. Ing. Fust AG erweitert Fachkompetenz im Bereich Computer**

Dipl. Ing. Fust AG entwickelte sich nach der Übernahme durch Coop im November 2007 positiv. In der Sparte Küchen- und Bäderrenovation konnten die Durchschnittserlöse dank des Verkaufs höherwertiger Küchen und Bäder deutlich gesteigert werden. Die Abteilungen Elektrohaushalt, Unterhaltungselektronik und Computer konnten Marktanteile gewinnen und insbesondere dank der Synergien innerhalb der Coop-Gruppe die Ertragskraft deutlich verbessern. Besonders kräftig wuchs die Sparte Computer und Computer-Zubehör. Mittlerweile bieten sieben weitere und somit insgesamt 70 Verkaufsstellen eine breitgefächerte Computerabteilung an. Unter dem Motto «PC ready to use» werden die Geräte vom Fachpersonal be-

reits vor dem Verkauf betriebsbereit konfiguriert. Mit Dienstleistungen wie dieser wird sich Dipl. Ing. Fust AG auch weiterhin als Fachdiscounter mit umfassenden technischen Serviceleistungen von den Mitbewerbern differenzieren.

### **TANKSTELLEN UND CONVENIENCE-SHOPS**

#### **Coop Mineraloel steigert Marktanteil**

Aus den turbulenten Weltmarktpreisen für Rohöl resultierte im Jahr 2008 ein starker Konkurrenzkampf unter den Mineralölgesellschaften. Vor diesem Hintergrund steigerte die Coop Mineraloel AG den Marktanteil der insgesamt 176 Coop Tankstellen – 164 davon mit Coop Pronto Shop – um 2,1 Prozentpunkte. Die Coop Tankstellen festigten somit ihre Position als Marktführer in der Schweiz. Auch die Unternehmensbereiche Coop Pronto Shops und Heizölverkauf konnten ein deutliches Wachstum verbuchen. Gesamthaft steigerte die Coop Mineraloel AG ihren Nettoerlös im Vergleich zum Vorjahr um rund 25 % auf 2,08 Milliarden Franken.

#### **Erster Coop Pronto in Minergie-Standard**

Die Coop Pronto Shops erzielten 2008 einen Umsatz von 548 Millionen Franken. Dies entspricht einem Zuwachs von rund 17 % gegenüber dem Vorjahr. Coop Mineraloel AG eröffnete im Jahr 2008 20 neue Convenience Shops mit und ohne Tankstelle. Ende 2008 existierten somit schweizweit 208 Coop Pronto. Die positive Umsatzentwicklung und der stete Ausbau der Standorte bestätigen, dass der Convenience-Markt in der Schweiz weiterhin floriert. Der Anteil der Frischprodukte im Gesamtassortiment wurde noch stärker ausgebaut. An ausgewählten Standorten ist nun Frischfisch erhältlich. Ende August öffnete der erste Coop Pronto in Minergie-Standard seine Türen. Coop setzt das Niedrigenergiekonzept fortan bei allen Neueröffnun-

gen um, bei denen sich der Tankstellenshop im eigenen Gebäude befindet.

#### **Online-Bestellungen von Heizöl nehmen zu**

Die Website [www.coop-heizoel.ch](http://www.coop-heizoel.ch) erfreute sich im Jahr 2008 zunehmender Bekanntheit. Besucher profitieren vor allem von der Möglichkeit, ihr Heizöl einfach und bequem direkt über die Website zu bestellen. So erhöhte sich der Anteil der Online-Bestellungen um 9 Prozentpunkte auf insgesamt 22 %. Auch die Coop Mineraloel AG engagiert sich im Bereich Nachhaltigkeit. Gemeinsam mit einem Partnerunternehmen lancierte sie eine gross angelegte Promotion für Coop Ökoheizöl schwefelarm. Die Verbrennung dieses Öls erfolgt praktisch rückstandsfrei, die Schadstoffemissionen sind somit auf ein Minimum reduziert. Derzeit nutzen rund 24 % der Kundinnen und Kunden von Coop Mineraloel die nachhaltige Heizvariante.

4,7 %. Im Berichtsjahr entschieden Coop und die Rewe Group, ihre Zusammenarbeit im Bereich des Gastronomie-Grosshandels zu erweitern. Zu diesem Zweck gründeten sie das Unternehmen transGourmet Holding S.E. Das neue Unternehmen hat seinen Sitz in Neulsenburg, Deutschland, und beschäftigt europaweit über 21 000 Mitarbeitende. Mit einem Jahresumsatz von rund 10 Milliarden Franken ist die transGourmet Holding S.E. somit das zweitgrösste Cash+Carry- und Foodservice-Unternehmen in Europa.

## **CASH+CARRY UND FOODSERVICE**

### **transGourmet wird auf ihrem Gebiet die Nummer zwei in Europa**

Die transGourmet Schweiz AG, ein Joint Venture zwischen Coop und der Rewe Group, hat sich in den vergangenen Jahren überaus gut entwickelt. Das Unternehmen ist im Abhol- und Belieferungsgrosshandel für die Gastronomie und Grossverbraucher tätig und sowohl in der Schweiz als auch in Frankreich führend. Die schweizweit 24 Abholmärkte der Division Cash+Carry richten sich an die professionelle Gastronomie. Sie steigerten ihren Umsatz im Jahr 2008 um 8,4 % auf 1,2 Milliarden Franken. Die Division Foodservice mit Howeg in der Schweiz und transGourmet France in Frankreich bedient als Belieferungsgrosshandel hauptsächlich Grosskunden wie Restaurantketten, Spitäler und Heime. Mit einem Umsatz von 2,3 Milliarden Franken verzeichnete sie ein Wachstum von