

# 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 und Marketing

- Coopzeitung: Etablierung als führende Zeitung mit über 3.4 Millionen Leser:innen, stabile Leserschaft trotz Rückgang im Printmarkt, Platz 2 der stärksten Medienmarken
- Coopzeitung Weekend: Beliebtheit bei Pendler:innen weiter gestiegen, Freitagsausgabe in «20 Minuten» mit gesteigener Reichweite von 1.3 Millionen Leser:innen
- Sechs inspirierende Themenmagazine: «Feel Good», «Ostern», «Grill», «Italien», «Advent & Weihnachten» mit je 2.6 Millionen Exemplaren und 3.4 Millionen Leser:innen
- Digitalmagazin «scoop!»: Präsenz bei der Generation Z mit rund 1.4 Millionen Interaktionen deutlich ausgebaut, neben TikTok, YouTube und Instagram neu auch auf Snapchat
- Social Media: Über 110 000 Follower und zwei Millionen Likes auf TikTok
- Rekordwachstum Supercard: Überschreitung von 3.3 Millionen aktiven Konten und Festigung der Position als Kundenbindungsprogramm Nr. 1 in der Schweiz
- 10-Jahr-Jubiläum Mondovino: Einführung der kostenlosen digitalen Weinakademie
- Integration von Supercard Pay: Einführung der mobilen Zahlungsfunktion für schnelles und einfaches Bezahlen per Scan in der Supercard App
- Kundendienst: 580 000 Anfragen mit Fokus auf Nachhaltigkeit, Sortiment, digitale Angebote und Sammelpromotionen
- Medienstelle: Hohe Sichtbarkeit von Coop in den Medien, über 80 proaktiv platzierte Medieninformationen und rund 1 800 beantwortete Medienanfragen
- Interne Kommunikation: Vierteljährliche Ausgabe des Forte-Magazins mit über 77 000 Exemplaren an Mitarbeitende und Pensionierte, ebenfalls vierteljährlich je zehn Länder-Ausgaben des Transgourmet-Magazins mit je 30 000 Exemplaren
- App für Mitarbeitende: Mit über 49 670 Mitarbeitenden (95%) starke Aktivierung, Unterstützung des internen Informationsaustauschs und Zugang zu den wichtigen Diensten
- Coop Sponsoring: Zahlreiche, vielfältige Projekte und lokale Initiativen mit Schwerpunkt Turnsport und Familien-Events
- Familien-Sammelaktivitäten mit vier erfolgreichen Loyalitätsprogrammen: «Frühlings-Gefühle», «Das isch Summer», «Ab ins All» und «Winter Wunder»
- Umsetzung vielfältiger Werbemassnahmen auf Online- und Offline-Kanälen wie etwa die «Hummel-Tschilli» für die Grill-Saison und dem Fokus auf Botschaftszettel zu Weihnachten

Leser:innen Coopzeitungen  
und Coopzeitung Weekend

ca. 4.7 Mio.

