

Pressemitteilung

Düsseldorf, April 2015

coop eG, Kiel, betraut die Design for Business AG, Düsseldorf, mit umfassenden Strategiemaßnahmen

Bereits im Sommer 2014 führten die Vorstände **Thorsten Tygges** und **Rüdiger Kasch** der **coop eG, Kiel**, mit Unterstützung der Abteilungen Einkauf und Marketing, einen Agentur Audit und Wettbewerb durch. Gesucht wurde ein langfristiges Konzept für eine business-relevante Eigenmarkenstrategie.

Design for Business überzeugte mit einem überraschenden Konzept - neuartig und dennoch verbraucherrelevant. Der designorientierte Ansatz war die Gestaltung der neuen Marke „**coop – Feine Lebensmittel**“ sowie die Refokussierung der bestehenden Eigenmarke „**Unser Norden**“ und deren beider Einfluss auf die Gesamtstrategie der **coop, Kiel**. Beide Eigenmarken wurden in ein neues Vorstellungsbild beim Verbraucher eingebettet. Die daraus entstandene zukunftsweisende und selbstbewusste Positionierung greift für alle rund 200 sky-Supermärkte, sky-center und sky-XXL im plaza-Center.

Nach den ersten Monaten lässt sich resümieren: Die attraktive Differenzierung zum Markenartikel, aber auch zu den „handelsüblichen“ Eigenmarkenkonzepten sowie das Bekenntnis, den Verbraucher mit faszinierenden und inspirierenden Produkten und deren Gestaltung zu erreichen, zeigen bereits kurzfristig Erfolg und sind Grundlage für eine selbstbewusste Weiterentwicklung. Bis Ende März 2015 werden die ersten 140 Produkte bereits in den Regalen sein. Mit einem nach der Verfassung der Verbraucher im Jahreszeitenrhythmus ausgerichteten Warengruppenkonzept kommen monatlich neue Artikel hinzu.

Ab September 2015 wird sich dieser Entwicklung eine ebenso mutige, wie empathische Kampagne, anschließen. „Gut, dass es die coop gibt“ umfasst die Konzeption und Gestaltung von POS-Kommunikation, PR und regional-lokalen Werbemaßnahmen, mit dem konkreten Business-Ziel, die Verbindung der Genossenschaft **coop** und ihrer Vertriebslinien **sky** und **plaza** zu stärken, sowie Käuferreichweiten und conversionrates zu steigern.

In einer Zeit, in der fast alle Unternehmen des LEH – ob Discount oder Supermarkt – die Vermarktungsintensität zu steigern versuchen, geht die coop eG einen selbstbewussten und mutigen Schritt nach vorne.

Mit „Gut, dass es die coop gibt“, ein aus der Unternehmensgeschichte der coop, Kiel, abgeleitetes Statement zur redlichen und verantwortungsbewussten Versorgung der Bevölkerung mit guten Lebensmitteln, wird aus einem „alten“, guten Gedanken ein zeitgemäßer, kompetitiver Anspruch. Dieses coop-Statement bietet der Vordergründigkeit vieler anderer Aussagen von Handelswettbewerbern ein inhaltsvolles Gegengewicht.

„Die ersten messbaren Erfolge geben den Vorständen Tygges und Kasch recht, eine konsequent inspirierende Strategie einzuschlagen und diese weiterhin zu verfolgen. Die coop eG, Kiel, und Design for Business verabredeten eine langfristige und nachhaltige Zusammenarbeit auf den Dienstleistungsgebieten Eigenmarkenentwicklung und Packaging Design, POS-Kommunikation, Kampagnenentwicklung sowie Begleitung in Strategemaßnahmen, zur Stärkung der Identität und des Erfolgs des Unternehmens“, fasst Design for Business Vorstand **Peter Maeschig** den Ausblick zusammen.

Kontakt und weitere Informationen: _____

Hasso von Bülow, Design for Business Markengestaltung, Tel. 0211 99 142-72,
E-Mail: h.buelow@designforbusiness.de, www.designforbusiness.de

Über die coop eG.

Die coop eG ist Deutschlands größte Konsumgenossenschaft im Lebensmitteleinzelhandel und hat ihren Hauptsitz in Kiel. Sie betreibt rund 200 sky- und plaza-Märkte sowie plaza Bau- und Gartencenter in Schleswig-Holstein, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern sowie in Teilen Niedersachsens und Brandenburgs. Als Genossenschaft gehört die coop ihren rund 60.000 Mitgliedern aus ganz Deutschland, die mit der coop-Vorteilskarte bis zu drei Prozent beim Einkauf bei sky und plaza sparen.

Mit mehr als 9.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist die coop eine attraktive Arbeitgeberin und Ausbilderin im Norden, bedeutende Partnerin für viele norddeutsche Unternehmen und mit der coop-Stiftung »Unser Norden« eine wichtige Förderin der Region. Die coop engagiert sich außerdem für den Umweltschutz und die Schonung der natürlichen Ressourcen, indem sie u.a. konsequent auf Systeme zur Kühlwärmerrückgewinnung sowie hocheffiziente Gebäudetechnik beim Bau und Betrieb ihrer Märkte setzt.