

20 Jahre Warenhaus Coop City : das Aussehen änderte, die Philosophie blieb

Autor(en): **Zimmerli, Martin**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Oltner Neujahrsblätter**

Band (Jahr): **52 (1994)**

PDF erstellt am: **08.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-659753>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Martin Zimmerli

20 Jahre Warenhaus Coop City

Das Aussehen änderte, die Philosophie blieb

Am Wochenende des 29./30. September 1973 herrschte in den Läden der Coop-Genossenschaft Olten Hochbetrieb. Praktisch alle Artikel mussten zwischen dem Ladenschluss am Samstag und der Wiedereröffnung am Montag mit neuen Preisetiketten versehen werden. Es war nicht eine generelle Preiserhöhung, die den Sondereinsatz des Personals nötig machte, im Gegenteil: Coop Olten hatte ein halbes Jahr zuvor als eine der ersten Coop-Genossenschaften beschlossen, die beliebten Rabattmarken abzuschaffen und die Produkte in ihren Läden künftig zu Nettopreisen anzubieten.

Preisabschläge um bis zu 15 Prozent waren die Folge. Die Abschaffung der «Konsummärkli» hatte gute Gründe:

Nachdem diese angesichts der Preisbindungen jahrelang die einzige Möglichkeit dargestellt hatten, der Kundschaft die Produkte (indirekt) günstiger anzubieten als die Konkurrenz, machten sie nach der Aufhebung dieser Preisbindungen keinen Sinn mehr. Der Zeitpunkt für die Abschaffung war mit Bedacht gewählt worden: Das Warenhaus Coop City (Eröffnung am 4. Oktober 1973) empfing seine Kundschaft an der Baslerstrasse 10 mit attraktiven, da tieferen Nettopreisen. In der Zwischenzeit sind exakt zwanzig Jahre ins Land gezogen. Zwanzig Jahre, in denen sich Coop City ein schönes Stück des Einkaufskuchens der Grossregion Olten sichern konnte. Seit 1978 verzeichnet das Warenhaus Jahr für Jahr einen Umsatzzuwachs.

24,2 Millionen Franken waren's vor 15 Jahren. 1979 überstieg der Umsatz erstmals die 25-, 1981 die 30-, 1986 die 35- und 1991 die 40-Millionen-Franken-Grenze. Im letzten Jahr setzte das Warenhaus gar 41,4 Millionen Franken um und sorgte damit für exakt 30 Prozent des Gesamtumsatzes der Coop-Genossenschaft Olten.

Dieses kontinuierliche quantitative Wachstum war nur dank damit einhergehender qualitativer Verbesserungen möglich. Die Philosophie des Hauses ist die selbe geblieben, die Ansprüche sind entsprechend hoch. Un-

So präsentierte sich die Häuserfront an der Baslerstrasse 10 im Jahr 1954.

Die Gebäude mussten 1971 dem Warenhaus Coop City Platz machen.





ter den Oltner Warenhäusern will das Coop City dasjenige sein mit

- der besten und breitesten Auswahl
- einem optimalen Verhältnis zwischen Preis und gebotener Leistung
- der besten und freundlichsten Beratung und Bedienung
- der besten Ambiance und dekorativen Gestaltung und
- der aktivsten Verkaufspolitik.

Angesichts der sonst üblichen Wechselhäufigkeit ist es schon fast ein kleines Wunder, dass erst zwei Warenhausleiter das Coop City unter ihren Fittichen hatten: Rolf Junker (1973 bis 1978) und Manfred Wyss (seit 1978). Letzterer bildet heute zusammen mit seinen Stellvertretern Ruth Lütolf und Peter Stöckli die Warenhausleitung. Das Warenhaus mit seinem Sortiment wurde in den 20 Jahren seines Bestehens permanent den Bedürfnissen der Kundschaft angepasst. Eine der umfassendsten Umstellungen ging dabei im Jubiläumsjahr 1993 über die Bühne. Die markantesten Veränderungen: Ausdehnung des Kiosks zu einem Pressezentrum, Vergrößerung der Papeterie um den grössten Glückwunschkartenshop der Region, Verlegung des Blumenladens in den Sous-Sol, Erweiterung der Abteilung Sport, kundenfreundliche Gliederung der

Elektroabteilung nach Bedarfsgruppen, Einrichtung eines Trendshops auf der Fläche von Radio TV Steiner, Zusammenfassung der Abteilungen Spielwaren und Kinderkonfektion und Ausdehnung des Bereichs «schön und gesund schlafen».

Bei der Zusammenstellung des Sortiments spielen die Besonderheiten des Standorts in der Innenstadt eine wichtige Rolle. Grosspackungen (Gartenmöbel, Teppiche, Velos, Mineralwasser in Harrassen) liessen sich hier kaum verkaufen. Grund: Den Kundinnen und Kunden ist es nicht möglich, mit dem Auto vorzufahren und die Artikel bequem zu verladen. Das Fehlen einer genügend grossen Zahl von Parkplätzen in unmittelbarer Nähe wirkt sich hier fatal aus. Deshalb baut Coop City heute auf kleinere Artikel, die eine grosse Kundenfrequenz benötigen: Wein, Spirituosen, Strumpfwaren, Damenwäsche, Papeterie, Lederwaren, Uhren usw.

Bis vor kurzem wurde der Standortnachteil (Mangel an Parkplätzen) durch den Standortvorteil (hohe Kundenfrequenzen) in etwa aufgehoben. Doch damit hat es nun ein Ende. Mit Besorgnis stellen die Verantwortlichen der Innenstadt-Geschäfte in letzter Zeit einen Rückgang der Kundenfre-

So präsentiert sich die Häuserfront an der Baslerstrasse 10 im September 1993.

quenzen fest. Grund wiederum: mangelnde Parkmöglichkeiten.

Es sind nämlich nicht nur die Oltnerinnen und Oltner, die in die Innenstadt zum Einkauf gehen. Die 10 000 Kundinnen und Kunden, die täglich im Coop City einen Kauf im Wert von durchschnittlich 14 Franken tätigen, stammen aus einem Einzugsgebiet, das weit in die Kantone Bern, Basel-Stadt, Aargau und Luzern hineinreicht. Kein Wunder also, dass sich Coop heute aktiv in der Interessengemeinschaft für ein Parkhaus auf dem Munzingerplatz engagiert. Ein Anliegen übrigens, das die damaligen Coop-Vertreter schon bei der Coop-City Eröffnung vor 20 Jahren zuhänden der anwesenden Behördemitglieder in ihren Ansprachen vortrugen – geschehen ist seither in diesem Bereich allerdings noch nichts Greifbares.

Nichtsdestotrotz blickt das Coop City mit seinen 176 Angestellten (Stand August 1993) optimistisch in die Zukunft. Mit konsequentem Kostenmanagement, vermehrten Aktivitäten und preiswerten Angeboten bietet es der Rezession die Stirn.