

Zeitschrift: Oltner Neujahrsblätter

Herausgeber: Akademia Olten

Band: 46 (1988)

Artikel: Coop Olten - 125 Jahre für die Konsumenten

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-659981>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 07.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Coop Olten – 125 Jahre für die Konsumenten

Ein Jubiläum besonderer Art

Coop Olten feiert dieses Jahr ihr 125jähriges Bestehen. Seit der eigentlichen Gründungs-Generalversammlung am 9. November 1862 hat sich der damalige Consumverein Olten zu einem respektablen und erfolgreichen Detailhandelsunternehmen entwickelt. Sein regionaler Marktanteil ist heute erfreulich hoch, und die starke Verankerung in der Bevölkerung wird durch die überdurchschnittliche Mitgliederdurchdringung bestätigt. Das Jubiläum und die aktuelle Struktur des Unternehmens lassen erkennen, dass die zahlreichen Herausforderungen dieser langen und wechselvollen Zeitspanne gemeistert werden konnten und der gewählte Slogan «125 Jahre für die Konsumenten» der obersten Zielsetzung der Coop Olten entspricht. Dieses Jubiläum soll nicht dazu dienen, den Blick allzusehr in die Vergangenheit zu richten. Gegenwart und Zukunft mit all ihren Problemen, Entwicklungstendenzen und noch offenen Fragen stehen zweifellos im Vordergrund. Aber die erbrachten Leistungen der vergangenen Jahrzehnte und das Schritthalten mit der rasanten Entwicklung im Detailhandel erlauben es der Coop Olten, mit fairen Mitteln und dynamischer Geschäftspolitik den zukünftigen harten Konkurrenz- und Existenzkampf zu bestehen.

Mit der Region ge- und verwachsen

Seit der Eröffnung des ersten Verkaufslokals des vormaligen Consumvereins Olten an der Trimbacherstrasse, heute Baslerstrasse, in Olten am 1. Februar 1863 bis zur Inbetriebnahme des neuesten Coop-Centers an der Feldstrasse in Aarburg am 25. September 1986 hat der Detailhandel sich in ungeahnter Weise entwickelt und verändert. Dieses jeweilige rechtzeitige Anpassen der Laden-, Infra-

und Sortimentsstrukturen an die jeweiligen Marktgegebenheiten ist hauptverantwortlich für das kontinuierliche Wachstum der Coop Olten. Es darf füglich von einem gemeinsamen Weg gesprochen werden. Nimmt man den Stadtplan von damals zur Hand, so überrascht nicht wenig, dass Olten in seiner Ausdehnung im Jahre 1862 noch immer wie ein verträumtes mittelalterliches Städtchen aussah. Zur Zeit der Gründung des CVO zählte Olten etwas über 2300 Einwohner und 1888 rund 5000 Personen. Stadt und Region steigerten die Bevölkerungszahl, und parallel dazu begann das Wachstum des Consumvereins Olten. Dieses gemeinsame Bewältigen der langen Wegstrecke hat den Bekanntheitsgrad der Coop Olten bei den Konsumenten verstärkt und vertieft. Dies ganz im Gegensatz zu einigen Filialeröffnungen von doch eher anonymen und «fremden» Unternehmen, die in den letzten Jahren den Weg nach Olten fanden. Die nachstehenden Zahlen bestätigen die erwähnte starke regionale Beziehung des Unternehmens zur Bevölkerung, und damit verbunden ist die Absicht der Coop Olten, eine möglichst enge partnerschaftliche Relation zu unseren Kundinnen und Kunden auch in Zukunft herzustellen.

Einige Werte von Interesse:

Mitglieder(30.4.1987)	22443
Durchdringung	61,6%
Umsatz pro Einwohner	1665.–
Umsatz pro Haushalt	3900.–
Umsatz 1986	114,3 Mio.
Personalbestand	420

Vom traditionellen Consumverein zum dynamischen Wirtschaftsunternehmen

Die schweizerische Coop-Gruppe und damit die einzelnen Genossen-

schaften standen anfangs der siebziger Jahre vor der unaufschiebbaren Aufgabe, die im Titel angesprochene Wandlung einzuleiten und möglichst kurzfristig zu realisieren. Dabei ging es primär darum, die wirtschaftlichen und rationalen Aspekte der Unternehmensführung zu intensivieren und in den Vordergrund zu stellen und gleichzeitig den Genossenschaftsgedanken in geeigneter Form zu pflegen. Mit tiefgreifenden Massnahmen wie z. B. die Einführung der Nettopreise, Statutenänderungen, zeitgemässes Rechnungswesen, moderne Marketingmethoden, Schritte zur Rationalisierung und Ladenkonzentrationen, Führung durch Zielsetzung usw. konnte dieser Übergang innert relativ kurzer Zeit realisiert und später noch verfeinert werden. Gerade ein Betrieb mit einem hohen Dienstleistungsgrad und einem dichten Verkaufstellennetz muss, um diese Leistungen beibehalten zu können, eine genügend grosse Rentabilität anstreben. Dieses Ziel machte es notwendig, ein modernes Führungsinstrumentarium aufzubauen, das eine permanente Überwachung des Geschäftsgangs und ein rechtzeitiges Reagieren ermöglicht.

«Führung durch Zielsetzung»

So nennt sich dieses Konzept, das mitverantwortlich war, dass der Coop-Konzern und die angeschlossenen Genossenschaften die veränderte Wirtschaftslage ohne grössere Härten bewältigen konnten. Verbindliche Ziel- und Budgetvorgaben pro Verkaufsstelle und Abteilung, ausgerichtet auf die Bedürfnisse des Gesamtbudgets, fordern von den dafür verantwortlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern grössere Verantwortung und stärker ausgeprägte Eigeninitiative. Diese Führungsstruktur schliesst selbstverständlich die Pflege des Genossenschaftsgedankens keineswegs



Das Coop City-Warenhaus – die zentrale Verkaufsstelle der Coop Olten im Zentrum der Stadt.

Zum täglichen Einkauf in eine moderne Coop-Verkaufsstelle.





Coop Interieur – das Möbelgeschäft mit der grossen Auswahl an der Aarauerstrasse in Olten.

aus, nur muss auch diese vermehrt unter dem Aspekt der Wirtschaftlichkeit geschehen. Dynamik, Verkaufsaktivität und Leistungsfähigkeit in Verbindung mit einem gesunden Wirtschaftsdenken haben der Coop-Gruppe und Coop Olten in den letzten Jahren zu einem erfreulichen Aufschwung verholfen. Die Devise lautet: Weiter so!

Die Verkaufsfront im Wandel der Zeit

Es ist unbestritten, dass das Image, also das Ansehen eines Detailhandelsunternehmens weitgehend vom Ladenennetz geprägt wird. Dabei muss natürlich berücksichtigt werden, dass sich die Kriterien der Beurteilung im Laufe der Jahrzehnte aufgrund der veränderten Einkaufsgewohnheiten geändert haben. Der Erfolg der Coop-

Genossenschaften basiert seit jeher auf einem dichten Verkaufsstellen-Netz, das den Konsumenten ein vertretbares Minimum an Weg, Aufwand, Zeit und Geld abforderte. Neue Verkaufsformen, ein ständig steigender Motorisierungsgrad, ein aus bekannten Gründen notwendiges, ausgeprägtes Kostendenken usw. haben dazu geführt, dass die damaligen Vorteile eines aus zahlreichen, zum Teil kleinen Einheiten bestehenden Verkaufsnetzes sich eher zum Nachteil für die Genossenschaften ausgewirkt haben. Mit diesem Problem sah und sieht sich auch Coop Olten konfrontiert.

Mit den Neueröffnungen der Coop-Center in Trimbach, Niedergösgen und Aarburg und den sich aufdrängenden Ladenschliessungen in den siebziger Jahren hat sich die Verkaufsfront der regionalen Coop-Genossenschaft wesentlich in Richtung Idealzustand entwickelt. Mit dem sich im Bau befindlichen Coop-Center Wilerfeld und weiteren zur Diskussion stehenden Projekten hoffen

wir das angestrebte Ziel in absehbarer Zeit zu erreichen.

Diese Anpassung an die heutigen Einkaufswünsche der Mehrheit der Konsumenten führt selbstverständlich und unweigerlich zu Diskussionen, da Härtefälle nun einmal nicht vermieden werden können. Auch ein Ladenennetz muss sich ständig den neuen Gegebenheiten anpassen, bezüglich Standort, Grösse und Angebot. Und es wird auch weiterhin Fälle geben, in denen ungenügende und unrentable Läden geschlossen werden müssen, jedoch wenn immer möglich mit Ersatz an zentralen, distanzmässig zumutbaren Standorten.

Es darf jedoch nicht ausser acht gelassen werden, dass die verschiedenen Verteiler unterschiedlichste Versorgungsleistungen anbieten. Coop weist heute die gleichmässigste und differenzierteste Abdeckung aller Siedlungsgebiete auf. Auch Coop Olten erfüllt mit seinem Verkaufsstellen-Netz das Postulat der kurzen Einkaufswege – im Gegensatz zu unserer Hauptkonkurrenz.

Die Zukunft hat schon begonnen

125 Jahre Coop Olten ist das Jubiläum einer gesamthaft gesehen erfolgreichen Geschichte. Die über Jahrzehnte erarbeitete starke Markstellung gilt es auch in Zukunft zu halten oder trotz überdurchschnittlicher regionaler Konkurrenzdictheit mit geeigneten kundengerechten Massnahmen gar auszubauen. Das der heutigen und zukünftigen Geschäftspolitik der Coop Olten zugrunde liegende *Leitbild* ist das Grundgesetz des Unternehmens mit leistungs-, finanzwirtschaftlichen und sozialen Leitsätzen. Die drei Schwerpunkte der langfristigen Zielsetzung lauten:

Konsumentenförderung
Gesundes und organisches Wachstum
Ausreichender Ertrag

Die Unternehmensstrategie der Coop Olten sieht vor, das Ladennetz im

Freie Fahrt in die Zukunft.

Wirtschaftsgebiet der Genossenschaft systematisch zu modernisieren und dabei gleichzeitig sinnvoll zu expandieren. Damit verbunden ist eine abwechslungsreiche, dynamische, echte Kundenvorteile bietende Verkaufsaktivität und wirkungsvolle Schritte im Bereich der Public Relations.

Das wichtigste Kapital, und dies ganz speziell in einem Detailhandelsunternehmen, stellen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dar. Ein Grossteil des Personals hat täglich direkten Kontakt mit der Kundschaft, und sie sind es mit ihrem Auftreten, ihrer Freundlichkeit und Berufsauffassung, die das Ansehen und das Image des Unternehmens bestimmen. Hier sind zweifellos noch Verbesserungsmöglichkeiten vorhanden, die es in Zukunft zu nutzen gilt.

Ein 125-Jahr-Jubiläum ist sicher kein weltbewegender Anlass, aber doch so bemerkenswert, dass er freudig gefeiert werden darf. Die erfolgreiche Tätigkeit in der Vergangenheit ist Ansporn und Motivation, in gleicher Weise die kommenden Jahre zu bewältigen!

Coop Olten – der ideale Einkaufspartner

- 1 125 Jahre gemeinsamer Weg mit der Region Olten
- 2 Überdurchschnittlich starke Verankerung in der Bevölkerung
- 3 2 von 3 Familien sind Mitglieder der Coop Olten
- 4 Als Genossenschaft sind wir volksnäher
- 5 Wir haben das dichteste Verkaufsstellennetz aller Anbieter
- 6 Die Vielseitigkeit ist unsere Stärke
- 7 Unsere Verkaufsaktivität hält, was sie verspricht
- 8 Als echt «einheimisches» Unternehmen ist Coop Olten auch der weitaus bessere Steuerzahler als unsere Konkurrenz
- 9 Wir sind nicht «immer billiger», aber unsere Gesamtleistung ist sicht- und spürbar besser
- 10 Immer mehr Frauen aller Altersgruppen finden den Weg zu unserer rührigen Coop Frauengruppe Olten

