



Candy Zimmermann
besucht den Event
Schatzinseln im
Coop Supermarkt
in Reinach AG.

«Inspiration gibt es überall»

Verantwortlich für Events und Marketing in drei Einkaufszentren, hält Candy Zimmermann stets die Augen offen, um ihre Arbeitsorte für die Kund:innen möglichst attraktiv zu machen.

TEXT Claudia Kocher FOTOS Christoph Kaminski

Das Ziel von Candy Zimmermanns Job: Frequenz steigern. Was einfach klingt, erweist sich als permanente Herausforderung. Die Event- und Marketingfrau ist verantwortlich für das Telli in Aarau, das Center Eleven in Oerlikon und das Center Dielsdorf. Drei weitere Frauen kümmern sich um die anderen neun Coop-Einkaufszentren der Verkaufsregion NWZZ.

Die 31-Jährige ist die Schnittstelle für alle Bedürfnisse der Mietenden, der so genannten Mietervereinigung. Sie verwaltet das Budget und kümmert sich um die Jahresplanung. Zweimal im Jahr leitet sie die Verwaltungsratssitzung und die Generalversammlung. Daneben kümmert sie sich um Events, damit die Coop-Center von den Konsument:innen regelmässig und gerne aufgesucht werden.

Massnahmen bei Umbauten

Mittwoch Nachmittag, ein Besuch im Telli, das gerade umgebaut wird: Im Eingangsbereich stehen zwei Goals.

Junge Eishockeyspieler:innen von Argovia Stars sorgen für Spiel und

Spaß. «Ein Mini-Event», nennt Candy Zimmermann die Aktion, die sie ins Leben gerufen hat. Eine von vielen, die speziell während eines Umbaus initiiert werden. So wie der Gabelstapel-Crashkurs oder – eine grössere Geschichte – das Glücksrad. «Gerade bei Umbauten sind solche Erlebnisse zur Ablenkung wichtig.»

Center buchen Events

«Die Arbeit ist sehr vielfältig, jede Woche sieht anders aus», erzählt Candy. Dazwischen gibt es aber auch ganze Bürotage. Auf jeden Fall müsse man sehr flexibel sein. Eine Aktion wie die «Schatzinsel» läuft bis zwei Jahre. Für nächstes Jahr ist eine Fantasy-World als Roadshow in der NWZZ geplant, als nationaler Event tritt Harry Potter in Aktion. Es dauert zirka ein Jahr, bis ein so grosser Auftritt steht. «Die Center können diesen Event buchen – und so ihren Kund:innen einen Mehrwert bieten.» Als grosses, so genanntes L-Center, kreiert das Volkiland besonders viele Events. Von ihnen profitieren auch kleinere Center.

Zweimal im Jahr treffen sich alle Event-Teams zum Erfahrungsaus-

Jobprofil

Hauptanforderungen für Projektverantwortliche Marketing & Event:

- Erfahrung im Marketing, Event
- Finanzwesen
- Kreativität



Möchten Sie mitmachen und Ihren Job innerhalb des Coop-Universums im Forte vorstellen?

Bitte schreiben Sie eine Mail an: magazine@coop.ch

Coop Immobilien

Die Direktion Immobilien ist eine von sieben Direktionen innerhalb der Coop Genossenschaft. Vermietet werden hauptsächlich Gewerberäume, Wohnungen und Parkplätze, insgesamt sind es rund 340 Liegenschaften. Auch erstellt und bewirtschaftet die Direktion Einkaufszentren in der ganzen Schweiz mit Coop Formaten und Drittmieternden.



Standort Hauptstadt:
Kasparstrasse 7, Bern

**Weitere Informationen
finden Sie unter:**

[https://www.immobiliens-coop.ch/
de.html](https://www.immobiliens-coop.ch/de.html)



tausch. «Wir sind auch privat zusammen unterwegs. Es ist einfach toll, mit anderen zu arbeiten und coole Sachen zu machen.» So ist sie permanent on the Job. «Ich sehe überall Interessantes, auch in der Freizeit. Inspiration gibt es ständig.»

Candy Zimmerman im Gespräch mit Silvia Müller, stellvertretende Geschäftsführerin des Coop Supermarkts, Reinach AG.

Abwechslungsreicher Lebenslauf

Acht Jahre arbeitete Candy Zimmerman bei einer Privatbank, wo sie auch ihre Banklehre absolvierte und sich später im Marketing weiterbildete. 2019 ging sie mit dem Schweizer Militär ein halbes Jahr in den Kosovo. Nach dieser spannenden Erfahrung war sie drei Jahre in einer Grazer Confiserie im Marketing tätig. Die Stelle bei Coop fand sie über LinkedIn und ist nun seit einem Jahr «total motiviert» dabei.

«Meine Arbeit misst sich nicht am Umsatz, sondern daran, wie viele Leute hierherkommen.» Die Kundenfrequenz wird daher mit einem Messgerät am Eingang erfasst. Daher sei möglichst viel und positive Werbung sehr wichtig. «Je cooler ein Event, den wir anbieten, desto mehr berichten Medien darüber. Und dann kommen natürlich viele Neugierige.» Und damit ist das Ziel erreicht. 