

«AUSBILDUNGSBETRIEB 2025»: POLARIS WÜRDIGT DEN BEREICH HAUSHALT BEI LOEB



## «Unsere Lernenden sind Botinnen einer Kultur!»

«Haushalt? Das ist Kochen und Putzen, Waschen und Bügeln.» Stimmt, aber nur bedingt. Denn mit schönen Geräten, geeigneten Hilfsmitteln und passenden Accessoires bereiten selbst profane Tätigkeiten Freude. Die Haushaltsabteilung bei Loeb bietet dazu alles Vorstellbare, und mehr. Die ihr anvertrauten jungen Menschen lernen neben dem Sortiments- und Anwendungswissen eines sicher auch: Begeistern! Sich selbst und die Kundschaft!

«Loeb» – Der Name ist Programm, ausformuliert im Claim «Ihr persönlichstes Warenhaus der Schweiz». Wer kennt es nicht? Wer denkt nicht an das enorme Sortiment? Oder an die gepflegte Präsentation, die Service-Leistungen und die inspirierenden Events zu Backen, Kochen und Nähen? Oder sieht den «Loeb-Egge» vor sich, der es in die deutsche Wikipedia geschafft hat? – Dieser Name verpflichtet, hat Tradition und bietet seinen Lernenden eine Zukunft. Doch der Reihe nach.

**«Unsere Gründer öffneten mit ihrem Warenhaus der Schweiz ein Fenster zur Welt.»** Ronald Christen, CEO Loeb AG, Bern

### Die Welt nach Bern gebracht

Die Wurzeln reichen ins Jahr 1881 zurück, als die vier Brüder David, Julius, Louis und Eduard Loeb ein kleines Textilgeschäft eröffneten. Ihre Vorfahren waren als Marktfahrer in derselben Sparte aktiv gewesen. Die Gebrüder liessen sich von «Paris» inspirieren, was damals als Synonym für Mode, Geschäft und die weite Welt schlechthin galt. Von dort brachten sie das Konzept «Warenhaus» in die Schweiz, also die Kombination verschiedener Sortimente unter einem Dach.

Auch wenn historische Quellen dem Hause «Jelmoli» den Titel «Erstes Warenhaus der Schweiz» zusprechen, dürfte zumindest die weitere Umgebung von Bern gestaunt haben. Denn als Reisen noch ein Privileg von Politikern, Geschäftsleuten und Wohlbestallten waren, konnte das Fussvolk bei «Loeb» zumindest einen Blick in die grosse, weite Welt erhaschen. Die Moderne zeigte sich auch im ebenfalls in Paris entdeckten Konzept grossflächiger Schaufenster. Mit dieser Innovation waren die Loeb für die Berner Behörden freilich zu schnell, der Rückbau wurde angeordnet. – Aktuell betreibt Loeb neben Bern auch in Biel und in Thun eine Kaufhausfiliale sowie – ebenfalls in Bern – ein Lebensmittelgeschäft und den Concept Store MAGGS. Das Sortiment umfasst 500 000 Artikel und wird von rund 320 Mitarbeitenden bewirtschaftet.

### «Loeb hat einen ganz speziellen Spirit!»

Der das sagt, ist Ronald Christen. Er arbeitet seit 2005 in leitender Funktion bei der Loeb AG und ist seit 2015 ihr CEO. «Als familiengeführte Gruppe haben wir eine sehr persönliche Unternehmenskultur. Vertrauen und Engagement über alle Hierarchien hinweg gehören zu unseren Grundwerten.» Christen erwähnt dazu auch den Sozialdienst für die Belegschaft. Oder die patronale Stiftung, dank der die Löhne während der Pandemie zu 100 Prozent ausbezahlt werden konnten. Oder die Tradition, dass Lernende aus kleinen Ausbildungsbetrieben während ihrer Lehrzeit dreimal zwei Monate bei Loeb ein Praktikum machen und das Haushaltsortiment in seiner ganzen Breite und Tiefe kennenlernen dürfen. Und dann noch dies: «Unser Geburtstagsgeschenk für alle Mitarbeitenden: Ein freier Tag ... mit Mäschi.»

**«Zum Geburtstag bekommen unsere Mitarbeitenden einen freien Tag geschenkt.»** Ronald Christen, CEO Loeb AG, Bern

### Global auf höchstem Niveau

Loeb gehört mit seiner Haushaltsabteilung zur Weltspitze. Nachdem das Berner Traditions-

**LOEB**  
1881

haus in diesem Bereich bereits national die besten Bewertungen bekommen hat, überzeugte es 2024 auch auf globaler Ebene. Im Finale in Chicago setzte sich Loeb gegen 31 Finalisten aus 30 Nationen durch. Eine Jury aus weltweit führenden Experten würdigte die gestalterische Qualität, die konzeptionelle Klarheit und die innovative Inszenierung der Haushaltswarenabteilung. Loeb wurde dafür mit dem Global Innovation Award 2023/2024 ausgezeichnet und erhielt zusätzlich den Global Pegler Award für ein hervorragendes Visual Merchandising. Be-



wertet wurden unter anderem das Produkt- und Serviceangebot, die Eventküchen und Erlebnisflächen, die Pop-up-Konzepte sowie die Kundenansprache. Die internationalen Auszeichnungen bestätigen die Innovationskraft und den Führungsanspruch des Berner Kaufhauses bei Retail Design und Visual Merchandising.

### Erlebnisse als Rezept

Ronald Christen skizziert das dringend notwendige Umdenken von Quantität zu Qualität, von Ware zu Erlebnissen, am Beispiel der Show-Küche in der Haushaltsabteilung. Die Idee dazu hat er seinerzeit aus New York nach Bern mitgebracht. «Hier zelebrieren wir Genuss und Lebensfreude mit allen Sinnen. Menschen lassen sich inspirieren und begeistern, wollen lernen, entdecken und auch Gemeinschaft geniessen. Kombiniert mit spannenden Lieferanten-Stories wecken wir auch den «Appetit» auf unser Haushaltsortiment.» Ja, und zum Erlebnis gehöre überdies die ausgezeichnete Beratung – fachlich und menschlich, sowie die Erfüllung von Wünschen: «Selbst wenn jemand bei uns ein Auto kaufen wollte, würden wir niemals sagen: Geht nicht! Um den Wunsch zu erfüllen, würden wir auch diese Extrameile mit vollem Einsatz gehen. Das ist unser Potenzial, das ist unsere Kultur!»

