

## 1433 Mal in der Schweiz

Pronto Tankstelle Telli – Aarau Tankstelle Bahnhofstrasse – Aarberg – Aarberg Pronto Tankstelle – Aarburg – Aarburg Lumimart – Aarburg Pronto Tankstelle – Abtwil  
 Airolo – Allaman – Allaman Brico+Loisirs – Allaman Toptip – Allaman Interdiscount – Allaman Pronto station-service – Alle – Allmendingen – Allschwil Dorf – Allschwil  
 Dorf Lumimart – Altstätten SG – Ambri – Amriswil – Amriswil EPA – Amriswil Interdiscount – Amriswil Pronto Tankstelle – Andermatt – Anzère – Appenzell – Arbon – Arbon  
 station-service – Baar Gotthard – Baar Oberdorf – Baar Pronto Tankstelle – Bachenbülach Megastore – Bachenbülach Toptip – Bachenbülach Interdiscount – Bachenbülach  
 il – Balsthal – Balsthal Pronto Tankstelle – Bäretswil – Basel Spalemärt – Basel Bachletten – Basel Bäumlhof – Basel Europe – Basel Gundeli – Basel Klybeck – Basel  
 erstrasse – Basel Mattenstrasse – Basel Michelacker – Basel Mülhauserstrasse – Basel Neuweilerplatz – Basel Schorenweg – Basel Wanderstrasse – Basel Wiesenplatz  
 rgasse – Basel Import Parfumerie Greifengasse – Basel Import Parfumerie St. Jakob-Park – Basel Import Parfumerie Sternengasse – Basel Interdiscount XXL – Basel  
 el Pronto Badischer Bahnhof – Basel Pronto Centralhalle – Basel Pronto Güterstrasse – Basel Pronto Tankstelle Reinacherstrasse – Basel Pronto Tankstelle St. Jakob  
 Centro – Bellinzona Nord – Bellinzona PY – Bellinzona Sud – Bellinzona Interdiscount – Bellinzona stazione servizio – Belp – Berikon – Beringen – Bern Bethlehem – Bern  
 lgenbach – Bern Winkelriedstrasse – Bern Zähringerstrasse – Bern Coop City Marktgasse – Bern Coop City Rifflyhof – Bern Bau+Hobby Bethlehem – Bern Toptip – Bern  
 rgergasse – Bern Interdiscount Bethlehem – Bern Interdiscount Neuengasse – Bern Interdiscount Waisenhausplatz – Bern Pronto Neuengasse – Bern Pronto Tankstelle  
 st Pronto Tankstelle – Biel Bahnhof – Biel Bözingen – Biel Centre – Biel Mett – Biel Moserstrasse – Biel Coop City – Biel Bau+Hobby – Biel Toptip – Biel Lumimart – Biel  
 stelle Längfeldweg – Biel Pronto Tankstelle Solothurnerstrasse – Biel Vitality Apotheke – Biglen – Binningen – Binningen Pronto Tankstelle – Bioggio – Bioggio Toptip  
 zona – Breitenbach – Bremgarten AG – Brienz – Brig – Brig Bau+Hobby – Brig Import Parfumerie – Brig Interdiscount – Brig Pronto Tankstelle – Brittnau – Broc – Brugg  
 rügg Interdiscount – Brunnen – Brüttsellen Pronto Tankstelle – Bubendorf – Buchs AG – Buchs SG – Buchs SG Import Parfumerie – Buchs SG Interdiscount – Buchs SG  
 e Interdiscount Route de Vevey – Buochs – Büren – Burgdorf Schützenmatte – Burgdorf Stadt – Burgdorf Import Parfumerie – Burgdorf Interdiscount – Burgdorf Pronto  
 Toptip – Carouge Pronto station-service – Carouge Interdiscount – Caslano – Castione – Castione Edile+Hobby – Celerina – Cernier – Cevio – Cham – Cham Bau+Hobby  
 asso Soldini – Chur Quader – Chur Kurfürsten – Chur Tittwiesen – Chur Coop City – Chur Bau+Hobby – Chur Toptip – Chur Lumimart – Chur Import Parfumerie – Chur  
 Interdiscount – Collombey Pronto station-service – Colombier – Confignon – Conthey – Conthey Lumimart – Conthey Pronto station-service – Cortaillod – Cossonay  
 t – Crissier Pronto station-service – Crissier Vitality pharmacie – Cully – Dagmersellen – Däniken SO – Davos – Davos Import Parfumerie – Davos Interdiscount – Davos  
 ce – Derendingen – Dielsdorf – Dielsdorf Import Parfumerie – Dielsdorf Pronto Tankstelle – Diepoldsau Pronto Tankstelle – Diessenhofen – Diessenhofen Tankstelle  
 discount – Dintikon Pronto Tankstelle – Disentis – Domat-Ems – Dombresson – Dongio – Dornach – Dottikon – Dübendorf – Dübendorf Bau+Hobby – Dübendorf Toptip  
 discount – Ecublens Pronto station-service – Effretikon Effimärt – Effretikon Watt – Egerkingen Megastore – Egerkingen – Egerkingen Bau+Hobby – Egerkingen Toptip  
 ke Sprengi – Emmenbrücke Import Parfumerie – Emmenbrücke Interdiscount – Engelberg – Entlebuch – Epalinges – Epalinges Brico+Loisirs – Erstfeld – Eschen Pronto  
 alen Toptip – Feuerthalen Pronto Tankstelle – Fiesch – Fiesch Pronto Tankstelle – Filisur – Fislisbach – Flamatt – Flawil – Fleurier – Flims – Flüh – Flums – Fontainemelon  
 nfeld Interdiscount Thurgipark – Frauenfeld Pronto Tankstelle Ost – Frauenfeld Pronto Tankstelle West – Frenkendorf – Frenkendorf Tankstelle – Fribourg Jura – Fribourg  
 discount – Fully – Gebenstorf – Gelterkinden – Gelterkinden Pronto Tankstelle – Genève Augustins – Genève Eaux-Vives – Genève Montbrillant – Genève Servette – Genève  
 ève Pâquis – Genève Rue de Lausanne – Genève Saint-Jean – Genève Sports – Genève Vieusseux – Genève Voltaire – Genève Coop City – Genève Coop City Fusterie  
 Interdiscount Coutance – Genève Interdiscount Cygnes – Genève Interdiscount Forum 2000 – Genève Interdiscount Fusterie – Genève Interdiscount Rive – Genève  
 len – Goldach – Goldau – Gommiswald – Göschenen – Gossau SG – Gossau SG Bau+Hobby – Gossau SG Import Parfumerie – Gossau SG Pronto Tankstelle – Gossau ZH  
 y 1<sup>er</sup> Août – Grand-Lancy Palettes – Granges-Marnand – Granges-Marnand station-service – Granges-Paccot – Granges-Paccot Interdiscount – Gränichen – Grellingen  
 le – Gstaad – Gümligen Dorf – Gümligen Melchenbühl – Sigriswil – Gunzgen A1 Pronto – Haag Megastore – Haag Tankstelle – Hägendorf – Hallau – Hasle-Rüegsau  
 Hindelbank – Hinwil – Hinwil Toptip – Hitzkirch – Hochdorf – Holderbank Pronto Tankstelle – Horgen Leue-Huus – Horgen Waldegg – Horw – Horw Toptip – Hünenberg  
 Interlaken Import Parfumerie – Interlaken Interdiscount – Interlaken Pronto – Isèrables – Ittigen – Ittigen Bau+Hobby – Ittigen Lumimart – Ittigen Tankstelle – Jegenstorf  
 lgest Interdiscount – Kandersteg – Kehrsatz – Kempthal A1 Pronto – Kerzers – Kilchberg – Kirchberg – Kirchberg – Kleindöttingen – Klosters Dorf – Klosters – Kloten – Kloten  
 n EPA – Kreuzlingen Bau+Hobby – Kreuzlingen Toptip – Kreuzlingen Import Parfumerie – Kreuzlingen Interdiscount Hauptstrasse – Kreuzlingen Interdiscount Karussell  
 – Kriens Tankstelle Pilatusmarkt – Kriens Vitality Apotheke – Kronbühl Pronto Tankstelle – Küblis – Küsnacht ZH Dorf – Küsnacht ZH Itschnach – Küsnacht ZH Bau+Hobby  
 chaux-de-Fonds Lumimart – La Chaux-de-Fonds Interdiscount – La Chaux-de-Fonds Pronto station-service – La Chaux-de-Fonds station-service – La Neuveville – La Roche  
 Bau+Hobby – Langenthal Toptip – Langenthal Import Parfumerie – Langenthal Interdiscount XXL – Langenthal Tankstelle – Langnau am Albis – Langnau im Emmental  
 z – Lausanne Chailly – Lausanne Chissiez – Lausanne Cour – Lausanne Entrebois – Lausanne Harpe – Lausanne Pontaise – Lausanne Sallaz – Lausanne Coop City  
 sanne Interdiscount XXL – Lausanne Interdiscount Bel-Air – Lausanne Interdiscount Gare – Lausanne Pronto – Lausanne Pronto Tankstelle – Lauterbrunnen  
 Les Breuleux – Les Diablerets – Leysin – Leytron – Liestal – Liestal Pronto – Littau – Locarno Piazza Grande – Locarno Saleggi – Losone – Losone Interdiscount – Lostallo  
 – Luzern Löwencenter – Luzern Hubelmatt – Luzern Kasernenplatz – Luzern Schlossberg – Luzern Winkelried – Luzern Coop City – Luzern Import Parfumerie Hertenstein  
 discount – Madiswil – Magden – Maggia – Malters – Malvaglia – Männedorf – Marin-Epagnier Interdiscount – Marin-Epagnier Pronto station-service – Marly – Martigny  
 Interlaken – Matzendorf – Matzingen – Meggen – Meiringen – Melide – Mellingen – Mellingen Pronto Tankstelle – Mels Pizolcenter – Mels Dorf – Mels Bau+Hobby – Mels  
 n – Montagny – Montagny Brico+Loisirs – Montagny Toptip – Montagny Interdiscount – Montagny Pronto station-service – Montana – Monthey – Monthey Interdiscount  
 Interdiscount – Mörel – Morges Charpentiers – Morges La Gottaz – Morges Lumimart – Morges Interdiscount – Morges station-service – Moudon – Moutier – Moutier  
 n Bau+Hobby – Münsingen Toptip – Münster VS – Muralto Interdiscount – Murgenthal – Murgenthal Pronto Tankstelle – Muri AG – Muri AG Tankstelle – Mürren – Murten  
 discount – Neuchâtel Portes Rouges – Neuchâtel Clos-de-Serrières – Neuchâtel La Treille – Neuchâtel Vauseyon – Neuchâtel EPA – Neuchâtel Toptip – Neuchâtel Import  
 – Niederbipp Pronto Tankstelle – Niedererlinsbach – Niederglatt – Niedergösgen – Niederrohrdorf – Niederscherli – Niederuzwil – Niederuzwil – Niederwangen – Noës  
 stelle – Oberburg – Oberburg Bau+Hobby – Oberdiessbach – Oberdorf – Oberehrendingen – Oberengstringen – Oberentfelden Toptip – Oberrieden – Oberriet – Oberriet  
 nt – Olten Bifang – Olten Wilerfeld – Olten Coop City – Olten EPA – Olten Interdiscount Baslerstrasse – Olten Interdiscount Sälpark – Onex – Onex Brico+Loisirs – Orbe  
 Payerne Interdiscount – Penthalaz – Peseux – Petit-Lancy – Pfäffikon SZ Seedamm – Pfäffikon SZ Dorf – Pfäffikon SZ Bau+Hobby – Pfäffikon SZ Interdiscount Seedamm  
 regassona – Prilly Centre – Prilly Malley – Prilly Interdiscount – Pully – Rapperswil SG Sonnenhof – Rapperswil SG Import Parfumerie – Rapperswil SG Interdiscount  
 Dorf Toptip – Regensdorf Import Parfumerie – Regensdorf Interdiscount – Regensdorf Pronto Tankstelle – Reichenburg – Reiden – Reinach AG – Reinach AG Bau+Hobby  
 rs – Rennaz Interdiscount – Rennaz Pronto station-service – Reussbühl Pronto Tankstelle – Rheineck – Rheineck Tankstelle – Rheinfelden – Rheinfelden Pronto Tankstelle  
 Riehen Rauracher – Riehen Lörracher – Riehen Schmiedgasse – Riehen Pronto – Riggisberg – Riva San Vitale – Roggwil – Rohr – Rohrbach – Rolle – Romanel-sur-Lausanne  
 bas – Rorschach – Rorschach Import Parfumerie – Rorschach Interdiscount – Rorschach Pronto Tankstelle – Rothenburg – Rothrist – Rotkreuz – Roveredo – Rüfenacht BE  
 Safenwil – Safnern – Saignelégier – Samedan – Sargans – Sarnen – Savièse – Savigny – Saxon – Schaan Tankstelle – Schaffhausen Fronwagplatz – Schaffhausen Gruben  
 Schaffhausen Import Parfumerie Löwengässli – Schaffhausen Interdiscount RhyPark – Schaffhausen Interdiscount Vordergasse – Schaffhausen Interdiscount Vorstadt  
 nieren Import Parfumerie – Schlieren Interdiscount – Schmitzen – Schöffland – Schönbühl – Schönbühl Interdiscount – Schönenwerd – Schönenwerd Bau+Hobby  
 t – Seewen SZ Pronto Tankstelle Bahnhofstrasse – Seewen SZ Pronto Tankstelle Seewenmarkt – Seewen SZ Vitality Apotheke – Selzach – Sembrancher – Sementina  
 ant XXL – Sihlbrugg Pronto Tankstelle – Sins – Sion Coop City – Sion Interdiscount – Sion Pronto – Sion Pronto station-service – Sirmach – Sissach – Sissach Bau+Hobby  
 17-39 – Solothurn Interdiscount Hauptgasse 55 – Sonceboz – Spiez – Spiez Interdiscount – Spreitenbach – Spreitenbach Lumimart – Spreitenbach Import Parfumerie  
 t. Gallen EPA – St. Gallen Bau+Hobby – St. Gallen Toptip – St. Gallen Lumimart – St. Gallen Import Parfumerie Gallusmarkt – St. Gallen Import Parfumerie Multergasse  
 Gallen Interdiscount Marktgasse – St. Gallen Pronto Tankstelle Rorschacherstrasse – St. Gallen Pronto Tankstelle Zürcherstrasse – St. Gallen Vitality Apotheke Neumarkt 5  
 Moritz Dorf – St. Moritz Interdiscount – Stabio – Stäfa – Stans – Stans Bau+Hobby – Stansstad – St-Aubin FR – St-Blaise – Steckborn – Ste-Croix – Steffisburg – Stein AG  
 unt – Sulgen – Sumiswald – Sursee – Sursee Interdiscount – Tafers – Tägerwil – Täsch – Taverne – Tenero – Tenero Edile+Hobby – Tenero Import Parfumerie – Tenero  
 Thierrens – Thun Strättligen Markt – Thun Lerchenfeld – Thun Schönaue – Thun Coop City Freienhof – Thun Coop City Kyburg – Thun Bau+Hobby – Thun Toptip – Thun  
 Triengen – Trimbach – Trübbach – Turbenthal – Turgi – Uetendorf – Uetikon – Uetligen – Umiken Tankstelle – Unterägeri – Unterentfelden – Unterentfelden Bau+Hobby  
 Vernier – Vernayaz – Vernier – Verscio – Versoix – Vévenaz – Vevey – Vevey EPA – Vevey Import Parfumerie – Vevey Interdiscount Rue de Lausanne – Vevey Interdiscount  
 euve VD – Villeneuve VD Toptip – Villmergen – Villmergen Bau+Hobby – Visp – Visp Interdiscount – Volketswil Megastore – Volketswil Coop City – Volketswil Bau+Hobby  
 stelle Zentrum – Volketswil Vitality Apotheke – Vouvy – Vuadens – Wabern – Wädenswil – Wädenswil Interdiscount – Wald ZH – Waldstatt – Walenstadt – Wallisellen  
 onto Tankstelle – Weinfelden Thurmarkt – Weinfelden Marktplatz – Weinfelden Bau+Hobby – Weinfelden Toptip – Weinfelden Interdiscount – Weinfelden Pronto Tankstelle  
 discount – Wiedlisbach – Wiesendangen – Wil SG – Wil SG Coop City – Wil SG Import Parfumerie – Wil SG Interdiscount – Wil SG Pronto Tankstelle – Wildhaus – Willisau  
 r Feldstrasse – Winterthur Gutschick – Winterthur Rosenberg – Winterthur Seen – Winterthur Stadttor – Winterthur Töss – Winterthur Coop City – Winterthur Bau+Hobby  
 urther Interdiscount Grüzemarkt – Winterthur Interdiscount Marktgasse – Winterthur Interdiscount Neuwiesen – Winterthur Interdiscount Obertor – Winterthur Pronto  
 parfumerie – Yverdon – Yverdon Interdiscount – Yvonand – Zermatt – Zernez – Zizers – Zofingen – Zofingen Interdiscount – Zollikoberberg – Zollikon – Zollikofen – Zollikofen  
 entrum – Zug Interdiscount Metalli – Zumikon – Zuoz – Zürich Center Eleven – Zürich Letzipark – Zürich Wiedikon – Zürich Altstetten – Zürich Bahnhofbrücke – Zürich  
 Zürich Dorfliede – Zürich Engimärt – Zürich Fluntern – Zürich Grosswiesenstrasse – Zürich Grünau – Zürich Gutstrasse – Zürich Hofwiesenstrasse – Zürich Hohlstrasse  
 cheffelstrasse – Zürich Schwamendinger Huus – Zürich Schweglhofstrasse – Zürich Schwellistrasse – Zürich Seefeld – Zürich Stadelhofen – Zürich Stauffacher – Zürich  
 o City Bellvue – Zürich Coop City Oerlikon – Zürich Coop City St. Annahof – Zürich EPA – Zürich Bau+Hobby – Zürich Import Parfumerie Bahnhofstrasse – Zürich Import  
 parfumerie Löwenstrasse – Zürich Import Parfumerie Lutherstrasse – Zürich Import Parfumerie Oerlikon – Zürich Import Parfumerie Shopville – Zürich Import Parfumerie  
 center Eleven – Zürich Interdiscount Enge Tessinerplatz – Zürich Interdiscount Hauptbahnhof – Zürich Interdiscount Löwen – Zürich Interdiscount Shopville – Zürich  
 ankstelle Pfingstweid – Zürich Vitality Apotheke – Zurzach – Zweisimmen – Zwingen Bau+Hobby – Zwingen Toptip

## Die Coop-Gruppe auf einen Blick

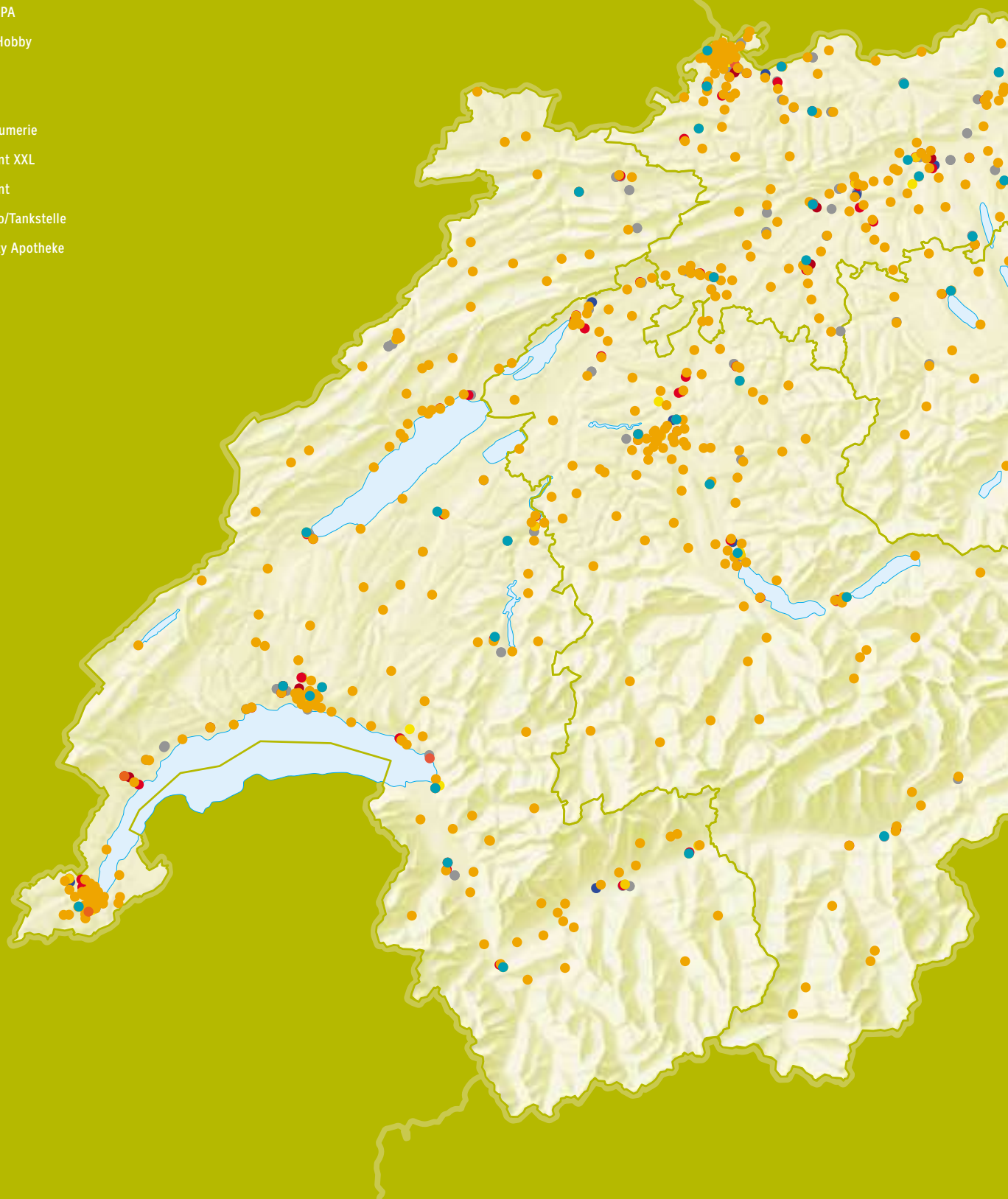
|   | 2004        | 2003        | Veränderung |            | %            |
|---|-------------|-------------|-------------|------------|--------------|
| <b>Finanzielle Kennzahlen konsolidiert (Mio. CHF)</b> |             |             |             |            |              |
| Detailumsatz  | 13 983      | 14 396      | -           | 413        | - 2,9        |
| Kassenumsatz/Direktabsatz                             | 14 866      | 15 222      | -           | 356        | - 2,3        |
| Bruttobelieferungen und Leistungen                    | 16 539      | 16 672      | -           | 134        | - 0,8        |
| Nettoerlös  | 14 127      | 14 434      | -           | 308        | - 2,1        |
| Betrieblicher Cashflow (EBITDA)                       | 1 171       | 1 177       | -           | 6          | - 0,5        |
| Betriebsergebnis (EBIT)                               | 491         | 531         | -           | 40         | - 7,5        |
| Finanzergebnis  | - 103       | - 98        | -           | 6          | + 5,8        |
| Jahresergebnis  | 320         | 341         | -           | 21         | - 6,2        |
| Zinspflichtiges Fremdkapital                          | 4 360       | 4 448       | -           | 88         | - 2,0        |
| Nettofinanzschuld                                     | 4 049       | 4 115       | -           | 66         | - 1,6        |
| Eigenkapital inkl. Minderheiten                       | 4 264       | 3 930       | +           | 334        | + 8,5        |
| <i>Eigenkapitalanteil in %</i>                        | <i>37,8</i> | <i>34,5</i> | +           | <i>3,2</i> | <i>+ 9,4</i> |
| Bilanzsumme   | 11 290      | 11 385      | -           | 95         | - 0,8        |
| Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen         | 905         | 849         | +           | 56         | + 6,6        |
| Geldfluss aus Unternehmenstätigkeit                   | 481         | 864         | -           | 383        | - 44,3       |
| Geldfluss aus Investitionstätigkeit                   | - 431       | - 858       | +           | 427        | - 49,7       |
| Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit                  | - 71        | - 119       | +           | 48         | - 40,6       |
| <b>Mitarbeitende</b>                                  |             |             |             |            |              |
| Personen (am 31. Dezember)                            | 47 158      | 50 406      | -           | 3 248      | - 6,4        |
| Vollzeitbeschäftigte                                  | 39 292      | 41 249      | -           | 1 957      | - 4,7        |
| <b>Mitgliederhaushalte</b> (am 31. Dezember)          | 2 323 602   | 2 250 740   | +           | 72 862     | + 3,2        |
| <b>Marktanteile (%)</b>                               |             |             |             |            |              |
| Basis: Marktvolumen BAK                               |             |             |             |            |              |
| <i>Food</i>   | <i>21,6</i> | <i>22,2</i> | -           | <i>0,6</i> |              |
| <i>Non Food</i>                                       | <i>10,0</i> | <i>10,8</i> | -           | <i>0,8</i> |              |
| <i>Coop-Gruppe</i>                                    | <i>15,7</i> | <i>16,4</i> | -           | <i>0,7</i> |              |
| <b>Verkaufsstellen</b>                                |             |             |             |            |              |
| Verkaufsstellen (am 31. Dezember)                     | 1 433       | 1 513       | -           | 80         | - 5,3        |
| Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> ) (am 31. Dezember)    | 1 455 584   | 1 458 149   | -           | 2 565      | - 0,2        |
| Kassenumsatz (Mio. CHF)                               | 13 649      | 14 032      | -           | 383        | - 2,7        |

# Inhaltsverzeichnis

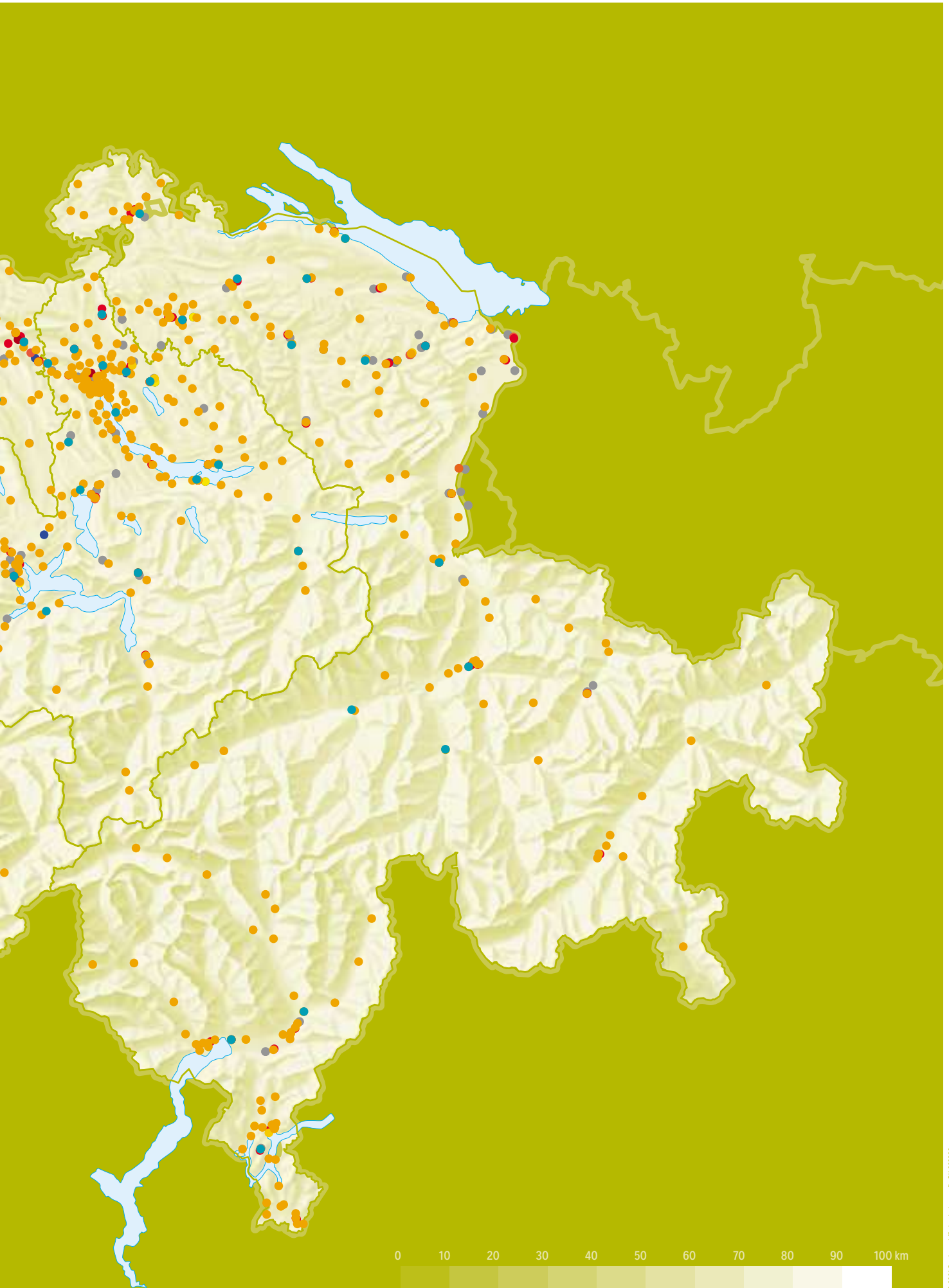
|     |  |
|-----|--|
| 2   | Die Coop-Gruppe auf einen Blick                  |
| 8   | Vorwort  |
| 18  | Strategische Projekte                            |
| 22  | Verkaufsstellen                                  |
| 28  | Marktleistungen                                  |
| 36  | Kundenservices                                   |
| 40  | Logistik und Produktion                          |
| 44  | Mitarbeitende                                    |
| 46  | Nachhaltigkeit und gesellschaftliches Engagement |
| 68  | Corporate Governance                             |
| 77  | Die Coop-Gruppe in Zahlen                        |
| 91  | Konsolidierte Jahresrechnung Coop-Gruppe         |
| 111 | Organe, Management und Adressen                  |

Coop ist immer in der Nähe.

- Coop Megastore
- Coop Supermarkt
- Coop City/EPA
- Coop Bau+Hobby
- Toptip
- Lumimart
- Import Parfumerie
- Interdiscount XXL
- Interdiscount
- Coop Pronto/Tankstelle
- Coop Vitality Apotheke











## *«CoopForte» auf der Zielgeraden*

*Das Projekt «CoopForte», das 2001 mit dem Zusammenschluss von 14 regionalen Coop-Genossenschaften und Coop Schweiz zu einem einzigen Unternehmen begann, befindet sich auf der Zielgeraden. Die Umgestaltung aller Supermärkte geht zielstrebig voran. Neue Verkaufsfomate etablieren sich im Markt. Und die effizienzsteigernde Logistikstrategie wird im nächsten Jahr bis auf wenige Ausnahmen umgesetzt sein.*

*Mit «CoopForte» haben wir uns fit gemacht für die aktuellen Herausforderungen im Detailhandel.*

## *Konsolidierung der Wachstumsphase*

*In den letzten Jahren verbesserte Coop die Ertrags- und Finanzlage kontinuierlich. Das Resultat 2004 präsentiert sich angesichts der schwierigen Marktsituation und der verschiedenen Umstrukturierungen zufriedenstellend. Der kumulierte Umsatz fällt mit 14,87 Milliarden Franken um 2,3% tiefer aus als im letzten Jahr. Der Detailumsatz hat sich um 2,9% auf 13,98 Milliarden Franken vermindert, der Verkaufsstellenumsatz ist um 2,7% auf 13,65 Milliarden Franken zurückgegangen. Dies ist vor allem auf Filialschliessungen und -umnutzungen sowie auf die durchschnittliche Minussteuerung von 2,0% im Coop-Sortiment zurückzuführen.*

*Nach Abschluss aller Akquisitionen des Vorjahres und nach verschiedenen Standortbereinigungen hat sich die Anzahl der Verkaufsstellen um 80 auf 1433 vermindert. Die Verkaufsfläche liegt mit 1 455 584 m<sup>2</sup> nahezu gleich hoch wie im Vorjahr.*

## *Gute Ertrags- und Finanzlage*

*Der betriebliche Cashflow (EBITDA) bleibt mit 1,17 Milliarden Franken minim unter dem Vorjahreswert. Das Betriebsergebnis liegt mit 491 Millionen Franken 7,5% unter dem Vorjahr, das Jahresergebnis ist um 6,2% auf 320 Millionen Franken gesunken.*

*Wie in den Vorjahren hat sich die Bilanz weiter verbessert: Die Nettofinanzschuld ist gegenüber dem Vorjahr um 1,6% auf 4,05 Milliarden Franken gesunken. Das Fremdkapital hat sich um 428 Millionen Franken auf 7,03 Milliarden Franken vermindert. Sein Anteil an der Bilanzsumme beträgt noch 62,2%. Das Eigenkapital inklusive Minderheiten hat sich um 334 Millionen Franken auf 4,26 Milliarden Franken erhöht. Es nimmt damit einen um 3,2 Prozentpunkte höheren Anteil von 37,8% an der Bilanzsumme ein.*



### Preis

*In einem wirtschaftlich schwierigen Umfeld ist die Preissensibilität der Konsumentinnen und Konsumenten stark angestiegen. Durch diesen Umstand und durch den Eintritt von ausländischen Anbietern in den Markt verschärft sich die Konkurrenzsituation im schweizerischen Detailhandel zusätzlich. Dass wir diese Tatsache ernst nehmen, zeigt nicht nur die negative Teuerung des Coop-Sortiments im Berichtsjahr, bedingt durch die substanziellen Preisabschläge über das ganze Jahr hinweg und die gezielten Preissenkungen auf Markenartikeln und Eigenmarkenprodukten. Dies zeigt auch die Einführung der Dauertiefstpreislinie «Prix Garantie» im Januar 2005.*

### Differenzierung

*Die preisliche Leistungsfähigkeit werden wir mit zusätzlichen Massnahmen steigern. Weiterhin zentral ist für uns dabei das konsequente Bekenntnis zu Qualität. Wir führen vier Preislagen von der Dauertiefstpreislinie bis zu den Kompetenzmarken und den Premium-Produkten. Und in jedem Segment streben wir das beste Preis-Leistungs-Verhältnis an. Gerade im aktuellen, von kurzfristigen Preisdiskussionen beherrschten Umfeld werden wir unsere langfristigen Strategien und Ziele nicht aus den Augen verlieren. Auch in Zukunft werden wir uns von der Konkurrenz differenzieren und für unsere Kundinnen und Kunden Mehrwerte schaffen: mit dem dichtesten Netz an modernsten Verkaufsstellen, mit ökologisch und sozial profilierten Kompetenzmarken, mit dem grössten Angebot an Markenartikeln, mit einem ausgedehnten Frischmarktangebot, mit innovativen Produkten, mit kompetenten Mitarbeitenden und mit einem attraktiven Kommunikationsauftritt.*

### 10 Jahre Coop Naturaline und regionale Bio-Spezialitäten

*Ein Beispiel für unsere Differenzierung ist das Angebot an Textilien aus Bio-Baumwolle unter der Kompetenzmarke Coop Naturaline. Vor zehn Jahren konnte dank der Zusammenarbeit mit Remei AG in Maikaal, Indien, die Produktion von Bio-Baumwolle aufgenommen werden. Inzwischen ist Coop von der Pionierin zur weltweit grössten Anbieterin von Bio-Baumwolle geworden. Das 10-Jahr-Jubiläum von Coop Naturaline feiern wir im Jahr 2005 mit einer originellen Kampagne und natürlich mit attraktiven Angeboten in den Supermärkten und den Coop City Warenhäusern.*

*Mit dem neuen Angebot an regionalen Bio-Spezialitäten – einem weiteren Beispiel für unsere Differenzierungsstrategie – hat Coop nicht nur Mehrwert für die Kundinnen und Kunden geschaffen, sondern auch für die schweizerische Landwirtschaft. Mit den Bio-Produkten aus den Regionen wollen wir das Bedürfnis der Konsumentinnen und Konsumenten nach authentischen Schweizer Produkten decken und auch neue Absatzkanäle für Randregionen schaffen.*

### *Nachhaltigkeit und Innovation*

*Nicht nur bei unseren Produkten, sondern in der ganzen Beschaffungskette sind für uns neben den ökonomischen immer auch die ökologischen und sozialen Aspekte wichtig. Mit dem Nachhaltigkeitsbericht haben wir im September erstmals vollständig Rechenschaft abgelegt über die ökonomische, ökologische und soziale Entwicklung unseres Unternehmens und über unsere Beziehungen zu unseren Interessengruppen. Zu diesen gehören auch unsere Geschäftspartner. Sie haben uns auf dem Weg mit CoopForte begleitet und mit ihren Innovationen zum gemeinsamen Erfolg der letzten Jahre beigetragen. Drei unserer Geschäftspartner haben wir 2004 mit dem Coop Natura-Preis für ihre ausserordentlichen Leistungen für unsere Kompetenzmarken ausgezeichnet.*

### *Effizienz durch Reorganisationen*

*Unsere Kundinnen und Kunden standen auch bei den Umstrukturierungen des Berichtsjahres im Zentrum. Das Coop Category Management (CCM) und sämtliche Beschaffungsaktivitäten wurden in der neuen Direktion CCM/Beschaffung zusammengefasst. Sowohl in den Marktleistungen als auch in der Beschaffung konnten wir somit Synergien erzielen. Die neue Direktion steht unter der Leitung von Jürg Peritz, der Anfang 2004 zur Geschäftsleitung stiess. Per Mitte 2004 trat Hans Winiger seinen Ruhestand an und schied aus der Geschäftsleitung aus. Die von ihm bis dahin geführte Logistik wurde in die neue Direktion Logistik/Informatik/Produktion unter der Leitung von Jörg Ackermann integriert. Mit der Zusammenführung der beiden Schlüsselbereiche werden zusätzliche Effizienzverbesserungen erzielt – Verbesserungen, die unsere Kundinnen und Kunden im Preis spüren werden.*

### *Dank*

*Wir danken allen, die uns in den letzten Jahren auf unserem Weg zur neuen Coop begleitet haben. Vielen Dank, dass wir auch weiterhin auf die Treue der Kundinnen und Kunden, auf die Innovationsbereitschaft der Geschäftspartner und auf den Leistungswillen der Mitarbeitenden zählen dürfen!*



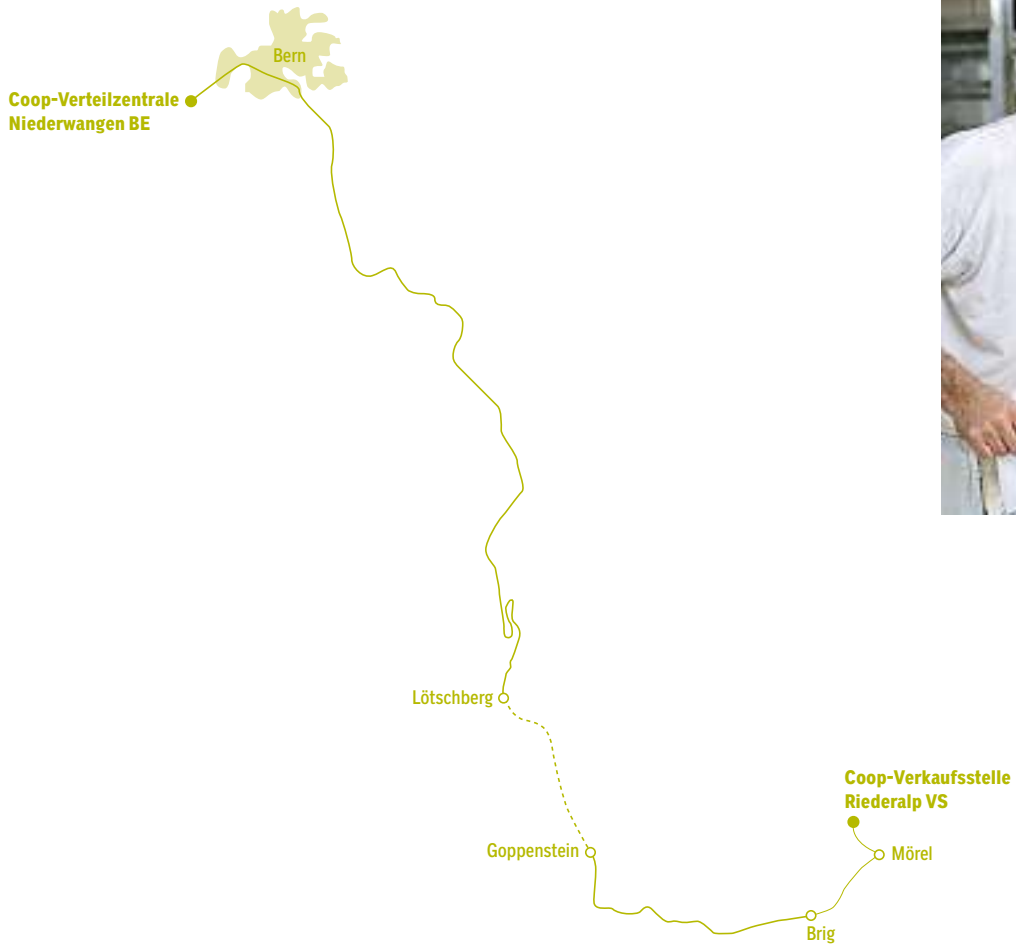
**Anton Felder**  
Präsident des Verwaltungsrates



**Hansueli Loosli**  
Vorsitzender der Geschäftsleitung



Hansueli Loosli und Anton Felder, Einkaufszentrum Tägipark, Wettingen, Kanton Aargau











Weitertransport bereit. Die Container werden an die Gondel der Seilbahn angehängt. Fahrt über 1166 Höhenmeter bis zur Station Riederalp. Umlad auf den Transporter. Nach wenigen Metern ist



das Ziel erreicht. Die Rollcontainer werden an der Laderampe der Coop-Verkaufsstelle Riederalp ausgeladen. Quittieren der Lieferung, Regale auffüllen. Ab 8.00 Uhr ist die Verkaufsstelle geöffnet.



### Wertorientierte Differenzierung

Der Wettbewerb wird durch erhöhte Konkurrenz und durch eine angeregte Preisdiskussion immer schärfer. Coop differenziert sich in diesem Umfeld mit einzigartigen Marktleistungen, mit Kundennähe, Qualität, Auswahl und Innovationen von ihren Mitbewerbern. Coop ist überzeugt, dass die Konsumentinnen und Konsumenten in Zukunft noch bewusster einkaufen werden. Sie werden nicht die billigste Ware zum tiefsten Preis, sondern das beste Verhältnis zwischen Preis und Leistung suchen. Für Coop bedeutet dies Differenzierung in jeder Hinsicht: mit dem dichtesten Netz an modernen, einladenden Verkaufsstellen. Mit den Coop Kompetenzmarken, die ökologisch und sozial profilierte Produkte anbieten. Mit dem breitesten Markenartikelsortiment. Mit einem breiten Frischmarktangebot. Mit einer umfassenden Qualitätssicherung. Mit gut ausgebildeten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Und mit einem erfrischenden, innovativen Kommunikationsauftritt.

Damit schafft Coop einzigartige Werte – Werte, die von einseitig auf den Preis ausgerichteten Mitbewerbern nicht geschaffen und auch nicht kopiert werden können. Durch diese wertorientierte Differenzierung will Coop ihre Position als Leistungsführerin im schweizerischen Lebensmittelhandel weiter ausbauen.

**Durch wertorientierte Differenzierung will Coop ihre Position als Leistungsführerin im schweizerischen Lebensmittelhandel weiter ausbauen.**

## Coop hat im Berichtsjahr erhebliche Mittel in die Steigerung der preislichen Leistungsfähigkeit investiert.

### Der Preis wird immer wichtiger

Die erhöhte Preisorientierung der Konsumentinnen und Konsumenten ist eine Realität, der gegenüber sich kein Detailhandelsunternehmen der Schweiz verschliessen kann. Coop hat im Berichtsjahr erhebliche Mittel in die Steigerung der preislichen Leistungsfähigkeit investiert – sowohl mit ausgedehnten Aktionen als auch mit selektiven Preissenkungen.

Ein Zeichen setzte Coop im November 2004 mit der Preisreduktion zwischen 10% und 20% bei 50 Markenartikeln des täglichen Gebrauchs sowie im Februar 2005 mit einer weiteren Preisreduktion bei 300 Markenartikeln und Produkten der Eigenmarke. Coop wird sowohl bei der Eigenmarke als auch bei den Markenartikeln preislich noch attraktiver. Sie wird so dem Anspruch, die Detailhändlerin mit dem attraktivsten Preis-Leistungs-Verhältnis zu sein, auch in einem veränderten Wettbewerbsumfeld gerecht.

Mit der neuen Dauertiefstpreislinie «Prix Garantie» führt Coop neu auch ein Angebot im Preiseinstiegsbereich. Seit Januar 2005 werden in den Supermärkten rund 150 Produkte des täglichen Bedarfs und in den Coop City Warenhäusern 50 weitere Non Food-Produkte zu unschlagbaren, dauerhaften Tiefstpreisen angeboten. Auch bei Preisreduktionen bis zu 50% nimmt Coop dabei keine Qualitätseinbussen in Kauf: Die «Prix Garantie»-Produkte bieten durchwegs die bei der Eigenmarke übliche Qualität und differenzieren sich so erlebbar von bestehenden Billigstprodukten auf dem Markt.

### Coop Category Management für Supermärkte und Warenhäuser

Coop hat Anfang 2004 das Coop Category Management (CCM) und sämtliche Beschaffungsaktivitäten für die Supermärkte und die Warenhäuser in der neu geschaffenen Direktion CCM/Beschaffung zusammengefasst. Diese waren bisher in den Direktionen Retail und Trading organisiert. Die vorhandenen personellen und organisatorischen Ressourcen werden so besser genutzt und die Entscheidungswege verkürzen sich. Die Konzentration der beiden Bereiche zeigt, dass für Coop die Kundenorientierung auch bei der Beschaffung im Zentrum steht.

Seit Januar 2005 arbeitet die Direktion CCM/Beschaffung nicht mehr wie bisher mit zwei, sondern neu mit den drei Non Food-Bereichen Nearfood, Hartwaren und Textilien. Dank dieser Reorganisation können die Strategien, Konzepte und taktischen Massnahmen noch spezifischer auf die einzelnen Warengruppen zugeschnitten und umgesetzt werden.

### Effiziente Logistik und Informatik aus einer Hand

Im Juli 2004 wurden die Logistik sowie die Informatik und die Produktion in der neuen Direktion Logistik/Informatik/Produktion zusammengefasst. Eine funktionierende Logistik ist ohne Informatik nicht denkbar. Die Führung aus einer Hand bringt zusätzliche Effizienzvorteile.

Die Hauptaufgabe der Logistik von Coop besteht im Umverteilen von Waren: Die richtige Verkaufsstelle soll mit der richtigen Ware in der richtigen Menge und Qualität zum richtigen Zeitpunkt beliefert werden. Diese Arbeiten spielen sich im Hintergrund ab, ohne unmittelbar sichtbaren Nutzen für die Konsumentinnen und Konsumenten. Deshalb muss die Logistik zu möglichst tiefen Kosten bei gleichzeitig hoher Warenverfügbarkeit funktionieren. Dieses Ziel erreicht Coop mit der erfolgreichen Umsetzung der Logistikstrategie, die kurz vor der Vollendung steht. Coop hat dafür, über mehrere Jahre verteilt, insgesamt 500 Millionen Franken in Infrastruktur, in den Um- und Neubau von Verteilzentralen, Kommissionier-, Förder- und Lagertechniken sowie in die Informatik investiert.



Mit der Fertigstellung der Verteilzentrale in Aclens VD im Jahr 2006 wird Coop die Strukturen der Logistikstrategie fertig umsetzen. Damit werden im Vergleich zur Ausgangslage jährlich über 60 Millionen Franken an Prozesskosten eingespart werden – Einsparungen, welche den Kundinnen und Kunden über Preisnachlässe zugute kommen.

## Mit der Umsetzung der neuen Logistikstrategie werden jährlich über 60 Millionen Franken an Prozesskosten eingespart werden.

### Standortbereinigung und neuer Auftritt bei Coop City

Seit Anfang 2003 führen Coop und EPA den Warenhauskanal gemeinsam aus einer Hand mit dem Ziel, alle EPA-Filialen mit kommerziellem Potenzial kontinuierlich in Coop City Warenhäuser umzuwandeln. Per Januar 2004 erhielten alle Mitarbeitenden der ehemaligen EPA einen Arbeitsvertrag von Coop. Das Category Management Warenhaus wurde in die Direktion CCM/Beschaffung integriert.

Coop setzte die Umstellung von EPA zu Coop City und die damit verbundene nationale Standortbereinigung im Jahr 2004 zielstrebig fort. Nach weiteren Umbauten und Schliessungen werden diese Prozesse Ende 2005 abgeschlossen sein. Im Sommer lancierte Coop City einen neuen, warenhausspezifischeren Werbeauftritt. In einem rückläufigen Marktumfeld mussten die Coop City Warenhäuser, auch bedingt durch Schliessungen und Umbauten, einen Umsatzrückgang hinnehmen. Das strategische Ziel bleibt klar: Mit den angestrebten 40 Warenhäusern an erstklassigen City-Lagen deckt Coop City als klare Nummer zwei im nationalen Markt alle wichtigen Agglomerationen ab.

### Neue Absatzkanäle für Randregionen mit regionalen Bio-Spezialitäten

Mit der Produktlinie der regionalen Bio-Spezialitäten lancierte Coop im Herbst 2004 ein neues Angebot unter der Kompetenzmarke Naturaplan. Mit den Bio-Spezialitäten bietet Coop auch kleineren Produzenten sichere Absatzmärkte: Bei kleinen Produktionsmengen können regionale Bio-Produkte lokal in wenigen Verkaufsstellen angeboten werden, in der Regel gelangen sie regional und bei entsprechender Kapazität teilweise sogar landesweit in den Handel. Die Lancierung von regionalen Bio-Produkten ist eine Antwort auf das wachsende Bedürfnis der Konsumentinnen und Konsumenten nach authentischen, unverwechselbaren Schweizer Produkten aus der Region. Gleichzeitig bietet Coop Produzenten in Randregionen neue Absatzkanäle und schafft dort Wertschöpfung und Arbeitsplätze. Den Anfang machten Milchprodukte, Käse sowie Kräutertees. Später kommen Wurstwaren und Getreideprodukte hinzu. Mit dem Programm regionaler Bio-Spezialitäten, das momentan rund 30 Produkte umfasst, will Coop mittelfristig einen Umsatz von 100 Millionen Franken erzielen.

## Die Lancierung von regionalen Bio-Produkten ist eine Antwort auf das wachsende Bedürfnis der Konsumentinnen und Konsumenten nach authentischen, unverwechselbaren Schweizer Produkten aus der Region.



### Neues Engagement von Coop in der Gastronomieversorgung

Im Januar 2005 hat Coop mit der Rewe-Handelsgruppe die Gründung der transGourmet Holding AG im Bereich der Gastronomieversorgung für die Schweiz und Frankreich vereinbart. Zu diesem Joint Venture gehören die Abholgrosshändlerin Prodega/Growa Cash+Carry und die im Belieferungsgrosshandel tätigen Firmen Howeg in der Schweiz sowie Aldis Service Plus in Frankreich, die bisher in der Bon Appétit Group vereinigt waren. Coop wird die Bell Gastro Service einbringen. Die operativen Gesellschaften sollen weiterhin mit ihren bekannten Marken auftreten. An diesem Joint Venture sind die Rewe-Handelsgruppe und Coop zu je 50 Prozent beteiligt.

Die transGourmet Holding AG wird mit ihren Unternehmen im Belieferungsgrosshandel massgeschneiderte Konzepte für Klein-, Gross- und Systemkunden anbieten. Die 21 Schweizer Abholmärkte von Prodega CC und Growa CC werden weiterhin ein kompetentes Vollsortiment von rund 30 000 Artikeln anbieten. Für Coop bedeutet diese Zusammenarbeit einerseits den Einstieg in ein neues, zugleich aber verwandtes Geschäftsfeld und andererseits ein erstes strategisch bedeutsames Auslandengagement.

### Food-Formate

#### Supermärkte: 792 Mal in der Schweiz

Die Supermärkte sind das Kerngeschäft der Coop-Gruppe. Coop ist in sämtlichen Regionen der Schweiz 792 Mal mit einem Supermarkt vertreten und betreibt damit das dichteste Verkaufsnetz. Coop ist die schweizerische Detailhändlerin mit der grössten Nähe zu den Kundinnen und Kunden: Rund 65% der Schweizer Bevölkerung haben in ihrer Wohngemeinde einen Supermarkt von Coop und 99% erreichen innerhalb von zehn Minuten die nächste Coop-Verkaufsstelle. Mit den Supermärkten erreichte Coop im Berichtsjahr einen Umsatz von 9,01 Milliarden Franken, das sind 5,0% weniger als im Vorjahr. 16 Verkaufsstellen wurden neu eröffnet, 44 geschlossen. Die Verkaufsfläche nahm um 3,3% von 787 012 m<sup>2</sup> auf 761 310 m<sup>2</sup> ab. Auch im Jahr 2004 wurde die Umgestaltung der Supermärkte gemäss dem neuen Verkaufstellenauftritt weiter vorangetrieben. Coop investierte über 600 Millionen Franken in den Umbau diverser Verkaufsstellen. Die Neugestaltung der Supermärkte geht auch in diesem Jahr weiter und sollte bis 2008 abgeschlossen sein.

**Rund 65% der Schweizer Bevölkerung haben in ihrer Wohngemeinde einen Supermarkt von Coop und 99% erreichen innerhalb von zehn Minuten die nächste Coop-Verkaufsstelle.**

#### Zwölf Megastores in der ganzen Schweiz

Im Juni 2004 eröffnete Coop – nach einer aufgrund des behördlich verfügten Baustopps längeren Umbauphase – die ehemalige Waro-Filiale in Bachenbülach ZH als neuen Megastore. Zwei weitere Megastores öffneten im Dezember im Einkaufscenter Tägipark in Wettingen AG und in Dietikon ZH ihre Tore. Zusammen mit den bestehenden Megastores in den Kantonen Genf, Waadt, Solothurn, Luzern, St. Gallen und Zürich verfügt Coop nun über zwölf Megastores in der ganzen Schweiz. Im August 2005 wird der neue Megastore im Berner Wankdorfstadion seine Tore öffnen. Die Flaggschiffe der Coop-Gruppe bieten ein neues Einkaufserlebnis mit gegen 40 000 Produkten auf durchschnittlich über 5000 m<sup>2</sup> Fläche.

### Einkaufszentren entsprechen einem Bedürfnis

Auch im Jahr 2004 eröffnete Coop Verkaufsstellen in Einkaufszentren. Dazu gehören unter anderen das Milavy Centre in Avenches VD, der Stadtmarkt in Wil SG und der Seewenmarkt in Seewen SZ. Dort finden die Kundinnen und Kunden neben einem umfassenden Coop-Angebot auch ergänzende Sortimente in anderen Läden. Im Oktober eröffnete Coop in Tenero TI das grösste Einkaufszentrum im Sopraceneri mit einem Coop Supermarkt, einem Bau+Hobby-Markt, einem Interdiscount XXL, einer Vitality Apotheke und einer Import Parfumerie. Im Mai 2005 werden das Einkaufszentrum Aarepark in Würenlingen AG und im August das Einkaufszentrum im neuen Berner Wankdorfstadion eröffnet.

### Coop Online Supermarkt jetzt zweisprachig

www.coop.ch, der Online Supermarkt von Coop, erfreute sich auch im Berichtsjahr wachsender Beliebtheit bei den Kundinnen und Kunden. Der Umsatz stieg um rund 55% auf 16 Millionen Franken gegenüber dem Vorjahr, was auch auf die stetige Ausdehnung des Liefergebietes zurückzuführen ist. Seit November 2004 kann man auch in den Regionen Aarau/Olten, Biel/Lyss und Zug/Cham online einkaufen. Einen wichtigen Schritt stellte der Start in der Region Genève/Lausanne/Montreux Anfang Dezember 2004 dar: Der Online Supermarkt ist zweisprachig geworden. Frischfleisch- und Tiefkühlprodukte, Markenparfüms zu Discountpreisen und verschiedene Kosmetik-Pflegelinien sowie 50 Weine haben das Sortiment erweitert. Die Kundinnen und Kunden kaufen pro Bestellung durchschnittlich für fast 200 Franken ein. Die meisten Bestellungen gehen jeweils freitags und in den Wochen vor wichtigen Festtagen ein.

### Einen wichtigen Schritt stellte der Start in der Region Genève/Lausanne/Montreux Anfang Dezember 2004 dar: Der Online Supermarkt ist zweisprachig geworden.

### Mehr Frischprodukte im Coop Pronto

Die Coop Pronto Convenience-Shops konnten im Berichtsjahr ihren Umsatz um 19,6% auf 250 Millionen Franken steigern. Dieser Erfolg zeigt die ungebrochene Dynamik im Convenience-Segment. 2004 hat Coop 13 neue Coop Pronto bei Tankstellen und sieben Shops ohne Tankstelle (stand-alone) eröffnet.

Der neu eröffnete Coop Pronto in der «Centralhalle» in Basel ist ein Meilenstein in der Entwicklung dieses Formates. Auf einer Verkaufsfläche von 260m<sup>2</sup> bietet dieser Coop Pronto neben dem gewohnten Convenience-Sortiment auch Frischprodukte in Selbstbedienung, wie zum Beispiel Salate, Früchte, Müesli und Antipasti, an.

Für das Jahr 2005 ist die Eröffnung von weiteren 20 Shops mit und ohne Tankstelle geplant. Das Sortiment mit rund 2500 Artikeln wird laufend den neuen Anforderungen – insbesondere der höheren Nachfrage nach Frischprodukten – angepasst.

### Coop Restaurants mit Bio-Angebot europaweit einzigartig

In einem rückläufigen Markt haben sich die Coop Restaurants im Jahr 2004 mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis gut behauptet. Zehn Coop Restaurants wurden neu eröffnet. Hinzu kamen drei neue Bistros und ein Take it. Sieben Restaurants wurden geschlossen. Praktisch alle Coop Restaurants tragen das Zertifikat für Bio-Teilkomponentenküche. Diese Bio-Zertifizierung einer ganzen Restaurantkette ist nicht nur in der Schweiz, sondern auch in Europa einzigartig.

### Fachformate

#### Coop City:

#### Umwandlung und Standortbereinigung...

EPA und Coop betreiben seit Anfang 2003 den Warenhauskanal gemeinsam nach einheitlichem Konzept. EPA-Filialen mit Marktpotenzial werden kontinuierlich umgestaltet und als Coop City Warenhäuser weitergeführt.

Im Jahr 2004 präsentierte sich Coop City nach acht Totalumbauten im Vorjahr und weiteren acht Neueröffnungen bereits mit 26 Verkaufsstellen, dies neben einigen zeitlich limitiert verbleibenden EPA-Filialen. 2005 werden die EPA-Warenhäuser in St. Gallen und Neuchâtel vollständig umgebaut und als Coop City wiedereröffnet. Die Sortimente der EPA-Filialen Zürich Sihlporte, Zug, Basel Gerbergasse, Genève Meyrin und Lausanne werden den Coop City-Angeboten ange-

passt. Anschliessend werden auch diese Häuser unter dem Namen Coop City geführt. Im Jahr 2004 wurden sechs Verkaufsstellen geschlossen. Für das Jahr 2005 sind weitere 13 Schliessungen geplant. Damit wird die Standortbereinigung Ende 2005 abgeschlossen sein. In einem schwierigen Marktumfeld erzielten die EPA- und Coop City-Warenhäuser einen Umsatz von 1,09 Milliarden Franken, 11,4 Prozent weniger als im Vorjahr. Vor allem die Reduktion der Verkaufsstellen und die vorübergehenden Schliessungen bei Umbauten verursachten diesen Umsatzrückgang.

Coop City strebt 40 Verkaufsstellen an erstklassigen Lagen an und will damit als klare Nummer zwei den nationalen Markt abdecken. Die Position als Alltagswarenhäuser mit interessantem Preis-Leistungs-Verhältnis und gezielter Ansprache der Frau soll gefestigt werden.

Coop hat alle Mitarbeitenden der ehemaligen EPA in den Gesamtarbeitsvertrag eingeschlossen. Zudem hat sie das Category Management Warenhaus in die Coop-Direktion CCM/Beschaffung integriert.

## Coop City strebt 40 Verkaufsstellen an erstklassigen Lagen an und will damit als klare Nummer zwei den nationalen Markt abdecken.

### ...sowie neuer Auftritt und neue Sortimente

Im Juli 2004 lancierte Coop City ein neues, warenhaus-spezifischeres und emotionaleres Werbekonzept. Zum gleichen Zeitpunkt erfuhr das Logo eine leichte Überarbeitung. Das bestehende Ladenbaukonzept wurde aufgrund der neuen Anforderungen leicht angepasst. Diese Anpassungen erleben die Kundinnen und Kunden erstmals nach den Totalumbauten des Jahres 2005. Die früher durch Usego belieferten Food-Abteilungen der EPA-Filialen werden seit 2004 neu durch Coop mit Lebensmitteln und ergänzenden Artikeln aus dem Non Food-Sortiment beliefert. Im Bereich Parfümerie intensivierte Coop City die Zusammenarbeit mit der Import Parfümerie.

### Bau+Hobby: Vorteile mit der ProfiCard

Die Bau+Hobby-Märkte erzielten im Jahr 2004 einen Umsatz von 619 Millionen Franken und legten damit gegenüber dem Vorjahr um 4,7% zu. Coop baute die Marktführerschaft erneut aus. Mit den Neueröffnungen in Bülach ZH, Bulle FR, Seewen SZ und Tenero TI erhöhte sich das Verkaufstellennetz im Jahr 2004 auf 63 Einheiten. Die Bau+Hobby-Märkte in Brig-Glis VS, Villmergen AG, Lugano-Grancia TI, Würenlingen AG und Wettingen AG wurden um- und ausgebaut. Vor allem der Bereich Garten wurde gemäss der Bau+Hobby-Strategie 2008 markant erweitert. Bau+Hobby befindet sich in Bezug auf das Expansionsziel – 85 Fachmärkte bis ins Jahr 2008 – auf Kurs.

Die strategische Zusammenarbeit mit der internationalen Einkaufskooperation Toomax-x bewährte sich im Berichtsjahr erneut. Durch günstigere Einkaufskonditionen bei der Beschaffung in Fernost und durch die Lancierung von gemeinsamen Eigenmarken profitierten die Kundinnen und Kunden bei diversen Produkten von tieferen Preisen.

Auch im Berichtsjahr steigerte Coop Bau+Hobby die Umsätze mit Coop Oecoplan-Produkten in zweistelliger Prozentzahl.

Die im Herbst 2003 eingeführte Bau+Hobby ProfiCard ist ein voller Erfolg. Bereits über 6000 Kleinhandwerksbetriebe, Bauern und Profihandwerker nutzen die Karte und profitieren von speziellen Rabatten.

## Die Bau+Hobby-Märkte erzielten im Jahr 2004 einen Umsatz von 619 Millionen Franken und legten damit gegenüber dem Vorjahr um 4,7% zu.

### Toptip/Lumimart: Zusammenarbeit mit WWF

Im Jahr 2004 erzielte Toptip zusammen mit Lumimart einen Umsatz von 255 Millionen Franken. Toptip alleine erreichte im Vergleich zum Vorjahr ein leichtes Plus von 0,4%, Lumimart weist ein Plus von 5,2% aus. Toptip konnte im sehr umkämpften Möbelmarkt zulegen und erreicht mittlerweile einen Marktanteil von 7,3%. Nach zwei Neueröffnungen und zwei Schliessungen verfügt Toptip in der ganzen Schweiz über 44 Verkaufsstellen, Lumimart über deren 17.

Toptip nimmt das Kundenbedürfnis nach ökologischen Produkten im Möbelbereich auf: So wurde mit WWF Schweiz eine Zusammenarbeit beschlossen, um künftig gemeinsam Produkte zu entwickeln. Toptip gibt zudem mit einer konsumentenfreundlichen Deklaration über Holzart, Herkunftsland und Produktionsmethode Auskunft. Ab Frühling 2005 stehen den Kundinnen und Kunden in zehn Toptip-Verkaufsstellen spezielle Öko-Plattformen mit FSC-zertifizierten Holzprodukten zur Verfügung. Die erste dieser WWF-Öko-Plattformen präsentierte Toptip bei der Eröffnung des Wohncenters Emmen im März 2005.

## Toptip erreicht im sehr umkämpften Möbelmarkt mittlerweile einen Marktanteil von 7,3%.

### Konsequente Discountstrategie bei Import Parfumerie

Im Jahr 2004 setzte die Import Parfumerie noch konsequenter auf eine Discountstrategie: Sie hat das Sortiment auf die rund 4 000 beliebtesten Artikel gestrafft und die 300 wichtigsten Artikel im Preis dauerhaft gesenkt. Mit 141 Millionen Franken konnte die Import Parfumerie ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr knapp halten. Neun neue Parfümerien öffneten ihre Tore, darunter die ersten drei im Tessin. Zwölf Verkaufsstellen wurden geschlossen.

Die Import Parfumerie, die Anfang 2004 von der Direktion Einzelhandel in die Direktion Trading wechselte, ist seit 1994 Teil der Coop-Gruppe. Sie feiert dieses Jubiläum seit Oktober 2004 mit monatlichen Spezialaktionen für die Kundinnen und Kunden.

### Einzelhandel

#### Interdiscount XXL in der ganzen Schweiz

Interdiscount setzte den Umbau ihrer Verkaufsstellen auch im Jahr 2004 mit hohem Tempo fort. 76 der insgesamt 174 Verkaufsstellen sind bereits nach neuem Ladenkonzept umgestaltet. 15 Verkaufsstellen wurden im Rahmen von Standortoptimierungen im Berichtsjahr geschlossen, sieben wurden neu eröffnet.

Die Expansion des neuen Ladenformats Interdiscount XXL wurde vorangetrieben. Mit den Neueröffnungen in Lausanne, Zürich, Basel, Aarau, Egerkingen SO und Tenero TI verfügt Interdiscount, verteilt über die ganze Schweiz, bereits über acht dieser grossflächigen Ver-

kaufsstellen. Interdiscount realisierte die grösste XXL-Verkaufsstelle in Basel im ehemaligen Coop City Warenhaus Märthof. Auf sechs Etagen mit über 4000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche präsentiert sich eine umfassende Auswahl an Topgeräten, übersichtlich und nach Anwendungsbereichen gegliedert. Hier finden die Kundinnen und Kunden alle aktuellen Innovationen der Heimelektronik unter einem Dach. Der schnelle und günstige Heimlieferervice garantiert ein problemloses Einkaufen von Grossgeräten.

Dank der systematischen Erweiterung und Erneuerung des Verkaufstellennetzes erhöhte Interdiscount ihren Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 1,8% auf 865 Millionen Franken und gewann Marktanteile hinzu. Weitere Marktanteilsgewinne und die gezielte Expansion mit fünf neuen Verkaufsstellen im XXL-Format sind auch im Jahr 2005 das Ziel.

## Die Expansion des neuen Ladenformats Interdiscount XXL wurde vorangetrieben.

### Neue Coop Vitality Apotheken in Einkaufszentren

Die Coop Vitality Apotheken erreichten im Jahr 2004 mit vier zusätzlichen Verkaufsstellen einen Umsatz von 20 Millionen Franken. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 86,3%.

Auf Anfang 2004 übernahm Coop Vitality die ehemalige EPA-Apotheke am Basler Marktplatz. Im Laufe des Jahres starteten neue Apotheken in den Einkaufszentren Seewen SZ, Tenero TI und Wettingen AG. Im Jahr 2005 werden mindestens sieben weitere Apotheken eröffnet. Mittelfristig gilt nach wie vor das Ziel, 50 Verkaufsstellen zu führen.

### Coop Mineraloel AG: weitere Marktanteilssteigerung im Tankstellengeschäft

Die Coop Mineraloel AG, welche die Coop Tankstellen, die Coop Pronto Shops und den Heizölverkauf zusammenfasst, konnte ihren Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 19,7% auf 1,02 Milliarden Franken steigern. Während sich der Heizölumsatz im Rahmen des Vorjahres bewegte, stieg im Tankstellengeschäft der Treibstoffumsatz um rund 27 Prozent, verbunden mit einem weiteren erfreulichen Marktanteilgewinn. Dieses Resultat hängt auch mit der positiven Entwicklung der Coop Pronto Shops zusammen.









Einkaufszentrum Seewenmarkt, Seewen, Kanton Schwyz

### Differenzierende Sortimentsleistungen mit dem Markenmix

Von grosser Bedeutung für Coop sind die hohe Sortimentskompetenz und die Sortimentsleistungen, mit denen sie sich im Markt differenziert. Über ihr Markenprofil wird sich Coop in Zukunft noch stärker von den Mitbewerbern abheben. Basis des Markenprofils bleibt trotz oder gerade wegen der aktuellen Preisdiskussionen der qualitätsorientierte und nicht kopierbare Markenmix. Dieser besteht aus den Coop Kompetenzmarken, die gegenwärtig einen Anteil von 19% am Umsatz ausmachen, aus der Coop Eigenmarke mit einem Anteil von 27% und aus den Markenartikeln, die mit 54% den weitaus grössten Anteil einnehmen. Mit der Einführung der Dauertiefstpreislinie «Prix Garantie» haben die Kundinnen und Kunden seit Januar 2005 im Coop-Sortiment die Wahl zwischen vier Preislagen, von Produkten im Preiseinstiegsbereich bis zu Premium-Produkten.

**Dass die ökologischen und sozialen Kompetenzmarken von Coop zur Erfolgsgeschichte wurden, hat auch mit dem Innovationswillen der Geschäftspartner zu tun.**

### Ökologisch und sozial profilierte Kompetenzmarken

#### Coop Natura-Preis für Innovationen der Geschäftspartner

Auch im Jahr 2004 erzielten die Kompetenzmarken Coop Naturaplan, Coop Naturaline, Coop Oecoplan und Max Havelaar wieder einen deutlichen Umsatzzuwachs. Der Umsatz stieg um 10,2% auf 1,36 Milliarden Franken. Coop Naturaplan ist das bekannteste Label für natur- und tiergerechte Produkte in der Schweiz. Dass die ökologischen und sozialen Kompetenzmarken von Coop zur Erfolgsgeschichte wurden und immer noch weiter zulegen, hat auch mit dem Innovationswillen der Geschäftspartner zu tun. Alle zwei Jahre zeichnet Coop besondere Beispiele dieser Innovationen aus. Im September 2004 übergab Coop den Natura-Preis an drei Geschäftspartner:

- bio familia AG, Sachseln OW, für die Pionierleistung in der Förderung des biologischen Landbaus und für das erste Bio-Müesli im Naturaplan-Sortiment
- FLAWA AG, Flawil SG, für die Herstellung von Wattleprodukten aus Bio-Baumwolle, die zur Umstellung des gesamten Wattleassortiments von Coop auf Bio-Baumwolle führten
- Andermatt Biogarten AG, Grossdietwil LU, für Innovationen im biologischen Pflanzenschutz für Hobbygärten.

#### Coop Naturaplan:

##### Bio-Spezialitäten aus den Regionen

Die Kompetenzmarke Coop Naturaplan erhöhte im Berichtsjahr ihren Umsatz um weitere 6,7% auf 1,11 Milliarden Franken. Das Naturaplan-Sortiment umfasst mittlerweile über 1700 Produkte, davon gut 1300 in Bio-Qualität. Bei einigen Produktgruppen beträgt der Naturaplan-Anteil schon weit über 50%. Auch im Bereich Fische/Meeresfrüchte wird das Naturaplan-Angebot ausgebaut. Eine besondere Innovation stellen die Bio-Crevetten dar, die 2004 erstmals in die Coop-Regale kamen. Mittlerweile hat Coop beinahe das ganze Crevettensortiment auf Bio-Qualität umgestellt. Mit der Produktlinie der regionalen Bio-Spezialitäten lancierte Coop im Herbst 2004 ein neues Angebot unter der Kompetenzmarke Naturaplan. Frischprodukte stammen vollumfänglich aus der entsprechenden Region, bei verarbeiteten Produkten stammen die Rohstoffe zu mindestens 90% aus der Region, und die Verarbeitung erfolgt wenn immer möglich vor Ort. Bei kleinen Kapazitäten können regionale Bio-Produkte lokal in wenigen Verkaufsstellen angeboten werden, in der Regel gelangen sie regional und bei entsprechender Kapazität teilweise sogar landesweit in den Handel. Mit dem neuen Angebot möchte Coop den Kundinnen und Kunden Lebensmittel mit regionalem Charakter bieten und gleichzeitig neue Absatzkanäle und damit Wertschöpfung und Arbeitsplätze in Randregionen schaffen. Den Anfang machten Milchprodukte, Käse sowie Kräutertees. Später sollen auch Wurstwaren und Getreideprodukte hinzukommen. Mit dem Programm regionaler Bio-Spezialitäten, das momentan rund 50 Produkte aus 20 Regionen umfasst, will Coop mittelfristig einen Umsatz von 100 Millionen Franken erzielen.

## Mittlerweile hat Coop beinahe das ganze Crevettensortiment auf Bio-Qualität umgestellt.

#### Coop Naturaline: Coop vermarktet weltweit am meisten Bio-Baumwolltextilien

Auch die Coop Naturaline-Produkte, ökologisch hergestellte Textilien und Kosmetika, erzielten im Berichtsjahr einen gegenüber dem Vorjahr erhöhten Umsatz. Dieser stieg um 10,2% auf 43 Millionen Franken. Im Jahr 2005 feiert Coop Naturaline das 10-Jahr-Jubiläum. Zwar wurde Coop Naturaline bereits 1993 als Label für ökologische Bekleidung aus integrierter Produktion lanciert. 1995 erfolgte aber die Umstellung auf Bio-Baumwolle aus fairem Handel. Ermöglicht wurde dies durch die Zusammenarbeit mit Remei AG. Sie rief damals im indischen Maikaal ein Förderprojekt für biologische Baumwolle ins Leben. Heute ist dort die weltweit bedeutendste Bio-Baumwoll-Produktionsgemeinschaft mit über 1400 Bauern. 1994 wurde ein weiteres gleich geartetes Projekt in Meatu, Tansania, gegründet. Coop als international vergleichsweise kleines Detailhandelsunternehmen ist mittlerweile weltweit die grösste Vermarkterin von biologisch produzierten Baumwolltextilien. Gefeierte wird das Jubiläum mit Erlebnis- und Themenpromotionen in den Verkaufsstellen und natürlich mit attraktiven Angeboten für die Kundinnen und Kunden. Ziel ist es, neue Kundinnen und Kunden zu gewinnen, die Marke Naturaline zu stärken und ihre Pionierrolle sowie die Differenzierung von Coop noch weiter auszubauen.

## Im Jahr 2005 feiert Coop Naturaline das 10-Jahr-Jubiläum.



### Coop Oecoplan: natureplus-Label für gesunde Baustoffe und -produkte

Die Produkte der Kompetenzmarke Coop Oecoplan erzielten einen Umsatz von 94 Millionen Franken und steigerten diesen gegenüber dem Vorjahr um 16,0%. Mittlerweile entsprechen schon bis zu 60% des Holzangebotes in den Supermärkten und den Bau+Hobby-Märkten den FSC-Kriterien für nachhaltige Waldwirtschaft. Im Dezember 2004 bot Coop erstmals FSC-zertifizierte Weihnachtsbäume aus der Schweiz an. Seit 2004 ist Coop neben dem WWF und der Schweizerischen Interessengemeinschaft für Baubiologie (SIB) eine der Trägerinnen des Vereins natureplus. Das Label natureplus ist ein Qualitätszeichen für Baustoffe und Bauprodukte, welche für die Gesundheit unbedenklich, umweltgerecht hergestellt und funktionell einwandfrei sind. Sie bestehen zu mindestens 85% aus nachwachsenden und/oder mineralischen Rohstoffen. Noch in diesem Jahr bieten die Bau+Hobby-Märkte die ersten natureplus-zertifizierten Oecoplan-Produkte an. Geeignete einheimische Pflanzen verschaffen den Schmetterlingen Nahrungsquellen und damit Lebensraum. Coop unterstützt deshalb die Kampagne «Mehr Platz für Schmetterlinge» von Pro Natura und bietet in den Bau+Hobby-Märkten und in grösseren Verkaufsstellen schmetterlingsfreundliche Pflanzen und deren Samen an.

### Max Havelaar:

#### Bananen bei Coop zu 100% Fair Trade

Durch die konsequente und kontinuierliche Umsetzung der Fair Trade-Strategie ist der Max Havelaar-Umsatz bei Coop im Jahr 2004 um 54,3% auf 111 Millionen Franken gewachsen. Rechnet man die durch Max Havelaar zertifizierten Bio-Produkte dazu, wurden sogar 123 Millionen Franken umgesetzt. Seit Februar 2004 verkauft Coop nur noch Bananen, welche das Max Havelaar-Gütesiegel für Fair Trade-Produkte tragen. Dieser Entscheid unterstreicht die Pionierrolle von Coop als weltweit grösster Anbieterin von Fair-Trade-Produkten. Bananen sind bei Coop die umsatzstärksten Einzelfrüchte. Im Jahr 2004 erreichte Coop mit dem Verkauf von über 19 Millionen Kilogramm Max Havelaar-Bananen einen Umsatz von 57 Millionen Franken. Jede dritte in Europa gehandelte Fair Trade-Banane wird in einem Coop Supermarkt verkauft. Coop ist das weltweit erste Detailhandelsunternehmen, welches ausschliesslich Bananen aus dem fairen Handel anbietet.

Auch in vielen anderen Sortimentsbereichen engagiert sich Coop für den fairen Handel. Coop verkaufte im Jahr 2004 40% aller Schnittblumen mit dem Max Havelaar-Gütesiegel. Dadurch erreichte sie im Bereich Blumen und Pflanzen einen Umsatz von 43 Millionen Franken. Anfang April 2005 hat Coop ihre Marktführerschaft weiter ausgebaut: Das gesamte Angebot an Rosen ist zu 100% auf Max Havelaar-Qualität umgestellt worden.

## Jede dritte in Europa gehandelte Fair Trade-Banane wird in einem Coop Supermarkt verkauft.

### Kompetenzmarken im Bereich Convenience und Gesundheit

#### Neue Microwave Menus bei Betty Bossi

Mit der Kompetenzmarke Betty Bossi ist Coop Marktführerin im Bereich Frischconvenience. Betty Bossi entwickelt für Coop kulinarische Spitzenprodukte, die schnell zubereitet (ready to cook) oder direkt verzehrt werden können (ready to eat). Zudem sind sie schonend verarbeitet und weitgehend frei von künstlichen Zusatzstoffen. Das Betty Bossi-Sortiment umfasst mittlerweile rund 650 Artikel. Der Umsatz konnte im Berichtsjahr erneut um rund 9% auf fast 400 Millionen Franken gesteigert werden. Stark ausgebaut wurde der Bereich Backwaren mit Teegebäck, Rouladen und Cakes. Mit dem Betty Bossi-Frischfondue kam auch das erste Molkereiprodukt ins Sortiment.

Unter der Kompetenzmarke Betty Bossi bietet Coop als erste Anbieterin in der Schweiz die neuen Microwave Menus an. Die innovative Verpackung aus Polypropylen, die gleichzeitig als Pfanne und als Teller dient, wird im Mikrowellengerät zum kleinen Dampfkochtopf. Die Speisen garen so in ihrem eigenen Saft und sind auf diese Weise in drei bis fünf Minuten fertig.

## Das Betty Bossi-Sortiment umfasst mittlerweile rund 650 Artikel.

## Lifestyle ist der Beitrag von Coop zur Bekämpfung der weit verbreiteten Gesundheitsprobleme Übergewicht und Diabetes.

### Lifestyle: kalorienbewusst geniessen

Lifestyle ist der Beitrag von Coop zur Bekämpfung der weit verbreiteten Gesundheitsprobleme Übergewicht und Diabetes. Die Lifestyle-Produkte sind fettreduziert und enthalten wenig oder keinen zugesetzten Kristallzucker. Sie sind eine sinnvolle Ergänzung zu einer ausgewogenen Ernährung. Mit der neuen Kompetenzmarke bietet Coop kalorienreduzierte Nahrungsmittel an, die höchsten Qualitätsansprüchen genügen und auch im Geschmack überzeugen. Das Angebot soll in den kommenden Jahren ausgebaut werden.

Bereits im Berichtsjahr wurden rund 30 neue Lifestyle-Artikel eingeführt – vor allem Jogurts, Glacen sowie im Frischconvenience-Bereich Sandwiches und Fertiggerichte. Damit umfasst das Sortiment rund 130 Produkte, die 2004 einen Umsatz von 64 Millionen Franken erzielten. Besonders beliebt sind die Lifestyle-Jogurts: Sie machen mittlerweile rund 30% des Lifestyle-Umsatzes und rund 10% des gesamten Jogurtumsatzes aus.

### Markenartikel

#### Nummer eins in der Schweiz

Kein Detailhandelsunternehmen der Schweiz fördert die Marken und die Markenvielfalt so gezielt wie Coop. Der Anteil der Markenartikel am Umsatz von Coop beträgt heute hohe 54%. Coop bietet mit über 3500 Markenartikeln in grösster Varietät ein Vollsortiment an. Mit der grossen Markenauswahl verstärkt Coop die Differenzierung gegenüber der Konkurrenz. Markenartikel sind und bleiben für Coop von grösster strategischer und kommerzieller Bedeutung. Dies zeigt auch die im Januar 2004 lancierte, breit angelegte Kampagne für Markenartikel in den Printmedien. Coop baut ihre Stellung als Nummer eins hinsichtlich Markenartikelumsatz, Markenauswahl und Markenförderung weiter aus und bleibt damit die wichtigste Partnerin der schweizerischen Markenartikelindustrie.

## Mit der grossen Markenauswahl verstärkt Coop die Differenzierung gegenüber der Konkurrenz.

### Coop Eigenmarke

#### Ausweitung des Sortiments durch «Fine Food» und «Prix Garantie»

Die Coop Eigenmarke macht momentan einen Anteil von 27% am Umsatz aus. Sie positioniert sich eigenständig neben den Markenartikeln und den Coop Kompetenzmarken. Die Artikel mit dem Coop-Logo auf schwarzem, quadratischem Grund leisten einen wichtigen Beitrag zum guten Preis-Leistungs-Verhältnis, zur Kundenbindung sowie zur Differenzierung von Coop gegenüber der Konkurrenz. Die schweizerische Markenartikelindustrie stellt die grosse Mehrheit der Produkte der Coop Eigenmarke her. Eigenmarke bedeutet also für Coop in der Regel nicht ausschliesslich vertikale Integration der Produktion, sondern vertiefte partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen Industrie und Handel.

Mit der Linie «Fine Food» bietet Coop seit Ende 2004 exklusive Spezialitäten mit einem eigenen Auftritt zu einem vernünftigen Preis an. Den Anfang machten pünktlich zur Weihnachtssaison Lachsprodukte aus dem Hause Dyhrberg in Balsthal, der ältesten Lachsräucherei der Schweiz, die vorwiegend in Handarbeit und mit edelsten Rohstoffen arbeitet. Weiter ausge-

weitete wurde das Coop-Angebot durch «Prix Garantie», die neue Dauertiefstpreislinie, die unschlagbare Preise und trotzdem gewohnte Coop-Qualität bietet.

## Weiter ausgeweitet wurde das Angebot durch «Prix Garantie», die neue Dauertiefstpreislinie, die unschlagbare Preise und trotzdem gewohnte Coop-Qualität bietet.

### Qualität

#### Qualitätssteigerung durch konsequente Kontrolle

Jedes Produkt, das Coop anbietet, wird umfangreichen Massnahmen zur Qualitätssicherung und -steigerung unterzogen.

Im Jahr 2004 nahm das Coop-Qualitätscenter etwa 165 000 Prüfungen an 15 000 Proben aus dem Food- und dem Non Food-Bereich vor. Geprüft wurden die Produkte und Rohwaren auf sensorische oder technische Qualität, auf Frische, auf deren Inhalts- und Zusatzstoffe sowie auf Rückstände von Schwermetallen, Tierarzneimitteln, Keimen oder Pestiziden.

Das Qualitätscenter beschäftigte sich auch mit der Problematik von Acrylamid, das unter anderem beim Erhitzen von Kartoffeln entsteht und über dessen Krebsrisiko sich die Fachwelt streitet. Seit September 2004 bietet Coop nun Kartoffeln im speziell gekennzeichneten roten Beutel an, die sich gut eignen zum Braten, Backen und Frittieren, da sie wenig anfällig für die Bildung von Acrylamid sind.

#### Nachhaltige Beschaffung mit definierten Standards

Um die systematische Umsetzung von ökologischen und sozial-ethischen Anforderungen bei den Geschäftspartnern zu fördern und zu überprüfen, etablierte das Qualitätscenter die Fachstelle Nachhaltigkeit.

Coop engagiert sich auch für die Umsetzung internationaler Qualitätskonzepte und -standards. So fordert Coop von Früchte- und Gemüseproduzenten und von Blumen- und Pflanzenlieferanten die Einhaltung der entsprechenden EurepGAP-Standards. Diese Standards definieren die Anforderungen an die «Gute Agrar-Praxis», an die Arbeitshygiene sowie an die Ökologie. Die Global-Food-Safety-Initiative des internationalen Einzelhandels engagiert sich für die Gewährleis-

tung der Lebensmittelsicherheit. Coop ist Mitglied der Task-Force und fordert von den Eigenmarkenherstellern, dass sie die definierten Standards umsetzen. Die Überprüfung erfolgt durch unabhängige Kontrollstellen. Alle Lebensmittel-Produktionsbetriebe und Bäckereien der Coop-Gruppe sind bereits auf Zertifizierungskurs.

Die EU-Verordnung 178/2002 zur lückenlosen Rückverfolgung der Lebens- und Futtermittel wird sinngemäss auch in der Schweiz umgesetzt. Umfangreiche Abklärungen des Qualitätscenters zeigten sowohl bei den Geschäftspartnern als auch innerhalb der Coop-Unternehmen einen guten Umsetzungsstand.

#### Mehr Anreize für GVO-freie Futtermittel

Die Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz lehnen Produkte aus gentechnisch veränderten Rohstoffen zu über 80% ab. Die Ablehnung hat gegenüber früher weiter zugenommen, wie eine von Coop durchgeführte Umfrage ergab. Coop verzichtet deshalb bei der Eigenmarke und natürlich auch bei den Kompetenzmarken auf den Einsatz von Gentechnik. Neben der analytischen Untersuchung auf unerwünschte GVO kontrolliert das Coop-Qualitätscenter, ob getrennte Warenflüsse und Rückverfolgbarkeit sichergestellt sind. Das Qualitätscenter wird die korrekte Deklaration von gentechnisch veränderten Organismen (GVO) in Lebensmitteln auch nach der geplanten Anpassung des neuen Gentechnikgesetzes an die strengeren gesetzlichen EU-Regelungen sicherstellen.

Die Konsumentinnen und Konsumenten lehnen GVO auch in Futtermitteln zur Fleisch- und Milchproduktion ab. Coop setzt sich deshalb dafür ein, dass in der Schweiz die Fütterung der Nutztiere ohne gentechnisch veränderte Futterpflanzen auch in Zukunft auf der Produktverpackung ausgelobt werden kann. Dies erhöht den Anreiz zur Produktion von GVO-freien Futtermitteln.

## Coop verzichtet bei der Eigenmarke und natürlich auch bei den Kompetenzmarken auf den Einsatz von Gentechnik.



## Mitte November 2004 vergünstigte Coop für ihre Kundinnen und Kunden auf einen Schlag 50 führende Markenartikel des täglichen Bedarfs dauerhaft um 10 bis 20%.

### Preis und Markt

#### Coop nimmt die erhöhte Preissensibilität ernst

Coop will weiterhin Leistungsführerin im schweizerischen Lebensmittelmarkt sein und wird auch in Zukunft nicht einfach billigste Ware zu tiefsten Preisen verkaufen, sondern in den vier Preislagen das beste Preis-Leistungs-Verhältnis bieten. Die Negativteuerung von 2,0% im Berichtsjahr zeigt, dass Coop mit dieser Ausrichtung der erhöhten Preissensibilität der Kundinnen und Kunden Rechnung trägt.

Coop verstärkte im Jahr 2004 das Aktionsprogramm weiter. Neben den Monatstiefpreis-Angeboten und dem «Megahit» erfreuten sich auch die monatlichen Halbpriisangebote und die diversen Bon-Aktionen in der Coop Presse hoher Akzeptanz.

Mitte November 2004 vergünstigte Coop für ihre Kundinnen und Kunden auf einen Schlag 50 führende Markenartikel des täglichen Bedarfs dauerhaft um 10 bis 20%. Eine weitere Preissenkung erfolgte im Februar 2005 auf rund 200 Markenartikel und rund 100 Produkte der Eigenmarke. Einen namhaften Teil der Preissenkungen trägt Coop selbst. Mit den deutlichen Preissenkungen soll ein Zeichen in den Verhandlungen mit den Geschäftspartnern gesetzt werden, die sich aus Sicht von Coop noch verstärkt der erhöhten Preissensibilität der Konsumentinnen und Konsumenten stellen sollten. Ein weiteres Problem stellt im gegenwärtigen Preisumfeld die Tatsache dar, dass Coop für viele identische Markenartikel höhere Einstandspreise bezahlt als der Detailhandel im umliegenden Ausland.

#### Prix Garantie, die neue Dauertiefstpreislinie bei Coop

Mit einem auffälligen Auftritt ganz in Pink führte Coop im Januar 2005 die Dauertiefstpreislinie «Prix Garantie» ein. Mit dieser Linie investiert Coop Einsparungen und Effizienzverbesserungen aus dem Fusionsprozess «CoopForte» in die Preise und senkt ihre Marge. Bisherige Produkte der Coop Eigenmarke in derselben Qualität werden dabei im Preis um bis zu 50%, im Durchschnitt um 25% reduziert. Bei den vorerst rund 150 «Prix Garantie»-Produkten handelt es sich um besonders beliebte Artikel aus dem breiten Alltagsbedarf wie UHT-Milch, Schinken, Kartoffeln, Äpfel, Mineralwasser, Mehl, Teigwaren, Waschmittel, Toilettenpapier oder Shampoo. In den Coop City Warenhäusern werden zusätzlich rund 50 «Prix Garantie»-Non Food-Produkte wie Unterwäsche, Strumpfwaren oder Geschirr angeboten. Bei all diesen Produkten nimmt Coop bewusst keine Qualitätseinbussen in Kauf. Die «Prix Garantie»-Produkte bieten durchwegs die bei der Eigenmarke übliche Qualität und differenzieren sich so erlebbar von bestehenden Billigstprodukten auf dem Markt.

Die neue Sortimentslinie «Prix Garantie» reagiert auf die erhöhte Preissensibilität der Konsumentinnen und Konsumenten und beinhaltet gleichzeitig eine dreifache Garantie: garantiert günstig mit Tiefstpreisen im Coop-Sortiment. Garantierter Dauertiefstpreis, also keine vorübergehenden Aktionen, sondern dauerhafte Tiefstpreise. Garantiert gut, das heisst keine Abstriche in der gewohnten Coop-Qualität.

### Mit «Prix Garantie» investiert Coop Einsparungen und Effizienzverbesserungen aus dem Fusionsprozess «CoopForte» in die Preise und senkt ihre Marge.

### Von Erfolg zu Erfolg mit den Trophies

Die Trophies haben sich zu einem festen Bestandteil im Coop-Angebot entwickelt. Im Frühling 2004 lieferte Coop aufgrund des überraschend hohen Bestelleingangs bei der Pfannen-Trophy zusätzlich über eine Million Pfannen nach.

Somit folgte der nahtlose Übergang zur grossen Ball-Trophy. Passend zur Fussball-Europameisterschaft, löste Coop in der Schweiz mit den Dunlop-Sportbällen vor allem bei den jungen Kunden eine wahre Ball-Euphorie aus: Im Durchschnitt stattete sich jeder schweizerische Haushalt mit einem Ball aus.

Mit der Marke Villeroy&Boch gelang es Coop, einen der wohl prestigeträchtigsten Markenartikelanbieter im Kristallglasbereich für eine weitere Trophy zu gewinnen. Die Kristall-Trophy startete im September 2004. Auch hier war die Nachfrage gross, und mit den bis Januar 2005 verkauften Gläsern könnte sich die gesamte Bevölkerung der Schweiz gleichzeitig zuprostern!

### Im schweizerischen Detailhandel herrscht reger Wettbewerb

Mitte November 2004 gab die Wettbewerbskommission den Abschluss der Untersuchung zum sogenannten CoopForte-Bonus bekannt, bei der es zu einer einvernehmlichen Lösung mit Coop gekommen war. Die Wettbewerbskommission hielt einmal mehr fest, dass im schweizerischen Detailhandel reger Wettbewerb herrscht. Sie anerkannte grundsätzlich, dass den Forderungen von Coop nachweislich Gegenleistungen gegenüberstehen. Coop verpflichtete sich, den Bonus denjenigen kleineren Geschäftspartnern zurückzuzahlen, welche glaubhaft darlegen können, dass sie nicht in den Genuss dieser Gegenleistungen kommen. Die Balance zwischen Leistung und Gegenleistung ist auch ein zentraler Punkt im Code of Conduct, den Coop zusammen mit Vertretern des schweizerischen Markenartikelverbandes Promarca ausgearbeitet hat. Dort werden die Prinzipien im Umgang mit den Geschäftspartnern erstmals schriftlich festgehalten. Wichtige Punkte sind Transparenz und Offenheit, Nichtdiskriminierung, kundenorientierte Sortimentsgestaltung und Partnerschaftlichkeit. Der Code of Conduct ist auch eine Antwort auf das seit April 2004 verschärfte Kartellrecht. Während Coop auf den globalen Beschaffungs-

märkten über wenig Nachfragemacht verfügt, sieht dies im noch weitgehend abgeschotteten nationalen Markt anders aus. Ein partnerschaftliches Verhältnis mit den Geschäftspartnern schliesst aber nicht aus, dass bei der Beschaffung zunehmend auch neue Wege beschritten werden wie Parallelimporte oder Auktionen.

### Politisches Umfeld

Das politische Umfeld war im Berichtsjahr geprägt durch Diskussionen rund um Ladenöffnungszeiten am Abend, an Sonn- und Feiertagen bis hin zu einer Verschärfung der Bewilligungspflicht für Sonntagsverkäufe während der Weihnachtszeit. Während in den umliegenden Ländern Ladenöffnungszeiten einheitlicher und vor allem liberaler ausgestaltet sind, stellt man in der Schweiz immer noch grosse kantonale Unterschiede und eine Verschärfung im Vollzug fest. Coop wünscht sich einheitliche, kundenfreundliche Ladenöffnungszeiten.

Aufgrund des erfolgreichen Abschlusses der Bilateralen Abkommen II mit der EU erwartet Coop – vorbehaltlich der Annahmen durch das Volk – einen spürbaren Zollabbau für Teigwaren, Backwaren und zuckerhaltige Produkte. Auch die Konkurrenzfähigkeit der Produktionsbetriebe von Coop auf den europäischen Märkten wird sich dadurch verbessern.

### «Suisse Garantie» – ein Label für die Schweizer Landwirtschaft

Angesichts der laufenden WTO-Verhandlungen kam die Lancierung der Herkunfts- und Garantiemarke «Suisse Garantie», die von Coop unterstützt wurde, zur richtigen Zeit. Ziel der Marke ist es, die Konsumentinnen und Konsumenten von den Vorteilen der schweizerischen Produkte zu überzeugen: Nähe und Frische, klare Anforderungen im Bereich Tier- und Umweltschutz, Verzicht auf den Einsatz von Gentechnik auch bei den Futtermitteln sowie Rückverfolgbarkeit. Coop führte im September 2004 «Suisse Garantie» bei frischen Früchten und Gemüsen ein. Im Januar 2005 folgten Frischfleisch und erste Fleischprodukte, Milch und Milchprodukte sowie Obst- und Gemüsekonserven. Einen anderen Ansatz, Schweizer Landwirtschaftsprodukte auch bei offeneren Grenzen zu fördern, verfolgte Coop mit der Lancierung von regionalen Bio-Spezialitäten unter Coop Naturaplan.

Die Gründung einer Interessengemeinschaft der Produzenten im Coop Naturaplan Porc-Programm ist Zeichen eines ernst gemeinten und partnerschaftlichen Dialogs entlang der gesamten Wertschöpfungskette in der Landwirtschaft.

Dialog wird auch in den regelmässigen Spitzengesprächen von Coop mit BIO SUISSE und dem Schweizerischen Bauernverband gepflegt. Das gemeinsame Bekenntnis zu Qualität, Markt und Ökologie ist eine gute Basis für die konkrete Zusammenarbeit in den verschiedenen Märkten.

**Angesichts der laufenden WTO-Verhandlungen kam die Lancierung der Herkunfts- und Garantiemarke «Suisse Garantie», die von Coop unterstützt wurde, zur richtigen Zeit.**

### Mehr Fragen an den Coop-Konsumentendienst

Der Coop-Konsumentendienst ist eine wichtige Dienstleistung für die Konsumentinnen und Konsumenten. Er arbeitet eng mit Marktforschung und Verkaufsplanung zusammen und gibt wichtige Verbesserungsvorschläge an das Category Management weiter. Im Jahr 2004 beantwortete der Coop-Konsumentendienst 99 791 Anfragen. Dies sind 25% mehr als im Vorjahr (79 750). Die Kundinnen und Kunden haben vor allem Fragen zu den angebotenen Lebensmitteln gestellt, viele davon befassten sich mit Gesundheitsaspekten. Zudem interessierten neben Fragen zu neuen Aktionsangeboten oder zu den Trophies auch aktuelle unternehmenspolitische Entscheidungen.

### Im Jahr 2004 beantwortete der Coop-Konsumentendienst 99 791 Anfragen.

#### Fachstelle Ernährung:

##### Richtlinien für Lifestyle-Produkte

Rund die Hälfte der schweizerischen Bevölkerung isst ab und zu vegetarisch. Dies zeigen auch die gestiegenen Anfragen an die Fachstelle Ernährung von Coop zu diesem Thema. 2004 informiert deshalb eine neue Broschüre über die ovolactovegetarische Ernährung und das Vegetarier-Logo von Coop. Auch die Anfragen zum Thema Übergewicht nehmen zu.

Die Fachstelle Ernährung prüft laufend, ob und wie die Produktzusammensetzungen verbessert werden können, zum Beispiel durch die Reduktion von Trans-Fettsäuren in Backwaren. Im Jahr 2004 erarbeitete die Fachstelle eine Richtlinie für die neue Kompetenzmarke Lifestyle. Unter dieser Marke bietet Coop Produkte für die kalorienbewusste Ernährung an.

Coop hat das Internetangebot «Essen und Trinken» ausgebaut. Es bietet interessante Ernährungstipps. Vegetarier, Diabetespatienten sowie Menschen, die Produkte mit Laktose oder Gluten nicht ertragen, finden auf der Coop-Website laufend aktualisierte Produktlisten.

### Kids mit Bewegung und ohne Alkohol

Regelmässige Bewegung ist neben einer ausgewogenen Ernährung entscheidend für den Erhalt der Gesundheit. Coop unterstützt bewusst Projekte, welche Ernährung und Bewegung kombinieren. Ein Beispiel dafür ist die «Freestyle Tour»: Einerseits bereiten dort Jugendliche zusammen mit einem rappenden Koch gesunde Mahlzeiten zu. Andererseits messen sie sich mit richtigen Cracks im Skateboarden oder im Breakdance.

Ein nicht zu unterschätzendes Problem ist der steigende Alkoholkonsum von Kindern und Jugendlichen. Coop setzt hier konsequent auf Prävention. Durch regelmässige Schulung des Kassenpersonals wird das korrekte Verhalten gegenüber Jugendlichen geübt. An der Kasse macht ein programmierter Kassenstopp das Personal bei alkoholischen Produkten auf die Ausweiskontrolle aufmerksam. Beim Tabak hat Coop eine eigene freiwillige Alterslimite von 16 Jahren festgelegt. Deren Umsetzung wird ebenfalls mit einem Kassenstopp unterstützt.

### Wegfall der Stammfiliale bei Supercard

Supercard ist mit über 2,2 Millionen aktiven Kartennutzerinnen und -nutzern nach wie vor das am weitesten verbreitete Kundentreueprogramm der Schweiz. 2004 wurden mehr als 1,6 Millionen Prämien im Gegenwert von etwa 11,2 Milliarden Superpunkten bezogen. Damit haben die Kundinnen und Kunden 90% ihrer bezogenen Punkte in Prämien eingelöst.

Anfang 2004 hat Coop mit Swisscom Fixnet nach Gidor die zweite grosse externe Partnerfirma für das Supercard-Programm gewonnen. Im Juni folgte der Pneu-anbieter Pneu Egger. Seit September 2004 können die Kundinnen und Kunden bei Hertz-Autovermietung Punkte sammeln. Auch mit der MasterCard oder der VISA Card der Kantonalbanken, der Raiffeisenbanken, der RBA Regionalbanken sowie der Bank Coop kann der Superpunkte-Saldo erhöht werden.

Mitte 2004 ist die Supercard-Stammfiliale weggefallen: Jetzt werden auf den Kassenzetteln in allen Coop Supermärkten, Coop Bau+Hobby-Märkten und Coop City Warenhäusern jeweils die aktuellen Punktesaldi aufgedruckt.

Im Jahr 2005 feiert das Supercard-Programm sein 5-Jahr-Jubiläum. Dazu gehören neben dem grossen Jubiläums-Prämienkatalog auch spezielle Jubiläumsprämien.

**Supercard ist mit über 2,2 Millionen aktiven Kartennutzerinnen und -nutzern nach wie vor das am weitesten verbreitete Kundentreueprogramm der Schweiz.**



### Neues Konzept der Coop Presse hat sich bewährt

Die in drei Sprachen erscheinende Coop Presse baute ihre Stellung als grösste und meistgelesene Zeitung der Schweiz aus. Insgesamt lesen 3,3 Millionen Menschen regelmässig die Coop Presse – das sind zwei Drittel aller Haushaltungen in der Schweiz.

Auch 2004 stiegen die Abonnentenzahlen nochmals um über 100 000. Die Coop Presse ist damit in allen drei Sprachgebieten zur auflagenstärksten Zeitung des Landes geworden. Die Zeitungen von Coop steigerten in einem sinkenden Werbemarkt den Inseratenumsatz. Diese Fakten belegen, dass das neu eingeführte grafische und redaktionelle Konzept den Bedürfnissen der Leserinnen und Leser entspricht.

**Insgesamt lesen 3,3 Millionen Menschen regelmässig die Coop Presse – das sind zwei Drittel aller Haushaltungen in der Schweiz.**

## Mit dem Telescoop-Wohnwagen geht es jede Woche in eine neue Region mit täglich wechselnden Drehorten.

### Telescoop: Unterhaltung und Kochen

Mit einem abwechslungsreichen, jeweils 24-minütigen Programm war Telescoop auch 2004 erfolgreich. Bis zu 160 000 Personen verfolgten den kurzweiligen Mix aus Reportagen, Kochshow, Interviews und Spielen – täglich um 12.30 Uhr oder bei der Wiederholung um 16.00 Uhr auf SF 1. Damit erreichte Telescoop über Mittag in der Deutschschweiz eine Quote von rund 21 %, in der Suisse romande sogar rund 24 %. Seit Januar 2005 erscheint Telescoop in neuem Gewand. Mit dem Telescoop-Wohnwagen geht es jede Woche in eine neue Region mit täglich wechselnden Drehorten. Dazu zeigen junge Spitzenköche von morgen ihr Können. Präsentiert wird Telescoop von Corinne Waldmeier und Reto Peritz.

### Coop Studio: Fernsehen mit Kundennähe

Im vergangenen Jahr kam das Coop Studio mit neuem Konzept noch näher zu den Zuschauerinnen und Zuschauern. Tanja Gutmann und Mark von Weissenfluh präsentieren interessante Geschichten, Produkteneuheiten und attraktive Angebote in lockerer Folge. Neben Interviews mit Fachleuten und Blicken hinter die Kulissen kommen die Konsumentinnen und Konsumenten in wöchentlichen Strassenumfragen selbst zu Wort. Im Schnitt sahen rund 800 000 Zuschauer jeweils am Mittwochabend vor der Tagesschau den TV-Klassiker von Coop.

#### Internet: Coop Quizshow mit Gütesiegel

Ein wichtiger Kommunikationskanal von Coop ist die Website [www.coop.ch](http://www.coop.ch). Sie zählte im Jahr 2004 etwa 40 Millionen Seitenansichten. Im Berichtsjahr gestaltete Coop den Internetauftritt mit einer klareren Gliederung und mit attraktiven Angeboten auf der Startseite deutlich verkaufsorientierter. Die Supermärkte und Coop City Warenhäuser und die Coop Restaurants erhielten einen neuen Auftritt. Neu war auch die Coop Quizshow, welche von etwa 32 000 registrierten Benutzerinnen und Benutzern über 700 000 Mal gespielt wurde. Die Quizshow wurde beim schweizerischen Dialogmarketing-Preis 2004 mit dem Gütesiegel «Best of Swiss Web 2004» ausgezeichnet.

#### Prepaid-Guthaben an der Coop-Kasse aufladen

Seit April 2004 können die Kundinnen und Kunden bei Coop an jeder Kasse ihr Prepaid-Gesprächsguthaben für Mobiltelefone neu aufladen. Diesen einfachen und bequemen Service bieten die Supermärkte, die Bau+Hobby-Märkte, die Warenhäuser, die Interdiscount-Verkaufsstellen sowie die Pronto Shops.

**Seit April 2004 können die Kundinnen und Kunden bei Coop an jeder Kasse ihr Prepaid-Gesprächsguthaben für Mobiltelefone neu aufladen.**

### Logistik und Informatik

#### Logistik: Effizienzsteigerungen national...

Die vor vier Jahren verabschiedete Logistikstrategie von Coop steht vor der Vollendung. Sie sieht vor, die Zwischenlagerung eines Grossteils des Sortimentes in sieben nationalen Verteilzentralen zu konzentrieren, während regionale Verteilzentralen die Verkaufsregionen mit Frischprodukten sowie mit spezifischen, sehr schnell drehenden Artikeln versorgen.

Die mit Abstand grösste nationale Verteilzentrale steht in Wangen SO. Von hier aus werden seit Sommer 2004 alle Verkaufsregionen mit Non Food-Artikeln und mit Food-Hartwaren beliefert. Im Endausbau, der Ende 2006 abgeschlossen sein wird, werden hier täglich 100 Lastwagen rund 3500 Paletten anliefern.

Von der Verteilzentrale in Pratteln BL werden Wein, Spirituosen, Bier und Sirup verteilt. Hier werden auch Blumen, Früchte, Rohwaren und sämtliche importierten Food-Hartwarenprodukte umgeschlagen. In Hinwil ZH und Givisiez FR befinden sich die nationalen Verteilzentralen für alle Tiefkühlprodukte. Die Bau+Hobby-Märkte erhalten ihre Sortimente von der Verteilzentrale in Gwatt BE. Von Schafisheim AG werden sämtliche Coop Pronto Shops täglich mit dem vollständigen Sortiment bedient. Und die ehemalige EPA-Verteilzentrale in Rupperswil AG beliefert heute die Coop City Warenhäuser in der ganzen Schweiz mit Non Food-Artikeln.

#### ...und regional

Auch in den Verkaufsregionen fand eine Konzentration der Verteilzentralen und der Drehscheiben statt. Im Tessin hat sich die Ende 2003 eröffnete Verteilzentrale in Castione sehr gut bewährt. Sie ersetzt drei alte Verteilzentralen. Dadurch erhöhten sich die Belieferungsrhythmen der Verkaufsstellen, während die Logistikkosten sanken. Ähnlich ist die Situation in der Suisse romande. Die neue Verteilzentrale in Aclens VD, die sich seit Mai 2004 im Bau befindet, löst die Verteilzentralen in Satigny GE, Renens VD, Crissier VD, Châteauneuf VS und Fribourg ab.

Mit der Fertigstellung der Verteilzentrale Aclens im Jahr 2006 werden die Strukturen der Logistikstrategie umgesetzt sein. Im Vergleich zur Ausgangslage wird Coop damit jährlich über 60 Millionen Franken an Prozesskosten einsparen – Einsparungen, welche den Kundinnen und Kunden zugute kommen werden.

## Mit der Fertigstellung der Verteilzentrale Aclens im Jahr 2006 werden die Strukturen der Logistikstrategie umgesetzt sein.

### Informatik:

#### ein System für den gesamten Warenfluss

Untrennbar verbunden mit der Logistikinfrastruktur ist das Warenwirtschaftssystem, das alle Warenflüsse und Prozesse zusammenfasst. Von der Anlieferung durch den Lieferanten über die Kommissionierung in der Verteilzentrale bis zum Verkauf in der Filiale und zur anschliessenden Nachbestellung laufen in Zukunft alle Prozesse neu über die Warenwirtschafts- und Lagerhaus-Software von SAP und WAMAS. Die bisherigen Einsätze des neuen Systems zeigten bereits die erwarteten Verbesserungen. Im September 2004 wurden die Verteilzentralen in der Suisse Romande vollständig umgestellt, im November folgte die Verteilzentrale in Schafisheim AG. Die Voraussetzungen für die Aufschaltung aller Sortimente auf SAP/WAMAS in allen Verteilzentren im Laufe der Jahre 2005 und 2006 sind damit gegeben.

#### Papierlose Zusammenarbeit mit den Geschäftspartnern

Die EAN-Datenbank, kurz Edb, sorgt dafür, dass im Handel die Stammdaten der Artikel zentral verfügbar sind. Der Hersteller lädt die Daten seiner Artikel in die Edb und stellt sie so allen seinen Handelspartnern zur Verfügung.

Die aufgrund dieser Stammdaten bestellten Artikel werden bei der Verteilzentrale angeliefert. Die angelieferten Paletten sind mit dem SSCC (Serial Shipping Container Code) ausgezeichnet. Der SSCC in Verbindung mit dem vorher erhaltenen elektronischen Lieferavis identifiziert die Ware eindeutig und ist Basis für das Rückverfolgbarkeitssystem. Die Lagerhaussoftware WAMAS übernimmt die Informationen des SSCC und steuert damit den weiteren internen Warenfluss. WAMAS bietet den Angestellten in der Verteilzentrale technische Hilfe bei der Kommissionierung und der Lieferung an die Verkaufsstelle.

Diesen papierlosen Warenfluss, der Bearbeitungsfehler eliminiert, baut Coop momentan mit den strategischen Geschäftspartnern auf. Bis Ende 2006 soll er mit allen Geschäftspartnern umgesetzt werden. Voraussetzung

dafür ist der Einsatz von Electronic Data Interchange (EDI) für die Übermittlung von Bestellungen, Bestellbestätigungen und Lieferavis. Coop stellt ihren Geschäftspartnern kostenlos eine auf dem Internet basierende EDI-Lösung zur Verfügung. In Zukunft können auch Rechnungen papierlos gestellt und beglichen werden.

### Transport:

#### per Bahn ins Oberwallis und ins Unterengadin

Die Bahn wickelt knapp einen Drittel der Transporte von den nationalen zu den regionalen Verteilzentralen ab. Im Jahr 2003 hat Coop eine Stelle geschaffen, um den Bahnanteil bei nationalen Transporten zu erhöhen. SBB Cargo ihrerseits hat ihre Leistungen mit späteren Abfahrts- bei unverändert frühen Ankunftszeiten und mit modernerem Rollmaterial verbessert. Im Jahr 2004 ist der Bahntransport gegenüber dem Transport auf der Strasse überproportional angestiegen. Auch beim Transport von den regionalen Verteilzentralen zu den Verkaufsstellen gibt es Beispiele für die Abwicklung per Bahn. So werden die Waren für das Oberwallis mit der Bahn bis Brig transportiert und von dort mit Lastwagen feinverteilt. Seit der Eröffnung des Vereinatunnels wird auch das Engadin von Chur aus per Bahn beliefert.

## Die Bahn wickelt knapp einen Drittel der Transporte von den nationalen zu den regionalen Verteilzentralen ab.

### HiCoPain AG produziert Tiefkühlteiglinge für Coop

Coop zieht sich aus der Produktion von länger haltbaren Backwaren zurück und stellt nur noch frische Backwaren selbst her. Mit der Firma Hiestand AG hat Coop die gemeinsame Tochtergesellschaft HiCoPain AG zur Herstellung von Tiefkühlteiglingen gegründet. Die Fabrikationsstätte in Dagmersellen LU hat Ende 2004 ihren Betrieb aufgenommen. Durch diese Konzentration der Tiefkühlteiglinge-Herstellung und die damit verbundenen Umstrukturierungen bei der Herstellung von Tagesfrischbackwaren wurde die Bäckerei in Kriens LU geschlossen. Den betroffenen Mitarbeitenden wurden Stellen in Dagmersellen und in anderen Coop-Bäckereien angeboten.

## Mit der Firma Hiestand AG hat Coop die gemeinsame Tochtergesellschaft HiCoPain AG zur Herstellung von Tiefkühlteiglingen gegründet.

### Immobilien

#### Konzentration auf betriebsnotwendige Liegenschaften

Die Direktion Immobilien bietet für das Coop-Kerngeschäft eine professionelle Bewirtschaftung des gesamten Immobilienbestandes und übernimmt Aufgaben wie Standortsicherung, Projektentwicklung, Baumanagement, Vertragsmanagement, Management der grössten Einkaufszentren sowie Portfoliooptimierung.

Die Direktion Immobilien setzte 2004 viele Projekte im Rahmen der Immobilienstrategie um. Diese sieht vor, dass sich Coop langfristig auf betriebsnotwendige Liegenschaften konzentriert. Durch das Abstossen betrieblich nicht notwendiger Immobilien schafft Coop freie Finanzmittel für Investitionen in den Umbau bestehender und in den Bau neuer Verkaufsstellen. Im Jahr 2004 brachte die Direktion Immobilien sieben grössere Projekte zum Abschluss, als grösstes davon das Einkaufszentrum in Tenero TI. Ende Jahr befanden sich fünf Grossobjekte im Bau, unter anderem das Einkaufszentrum Wankdorf in Bern sowie die Verteilzentrale der Westschweiz in Aclens VD. Weitere acht grosse Objekte sind in Planung.

### Bell-Gruppe

#### Verschärfte Rahmenbedingungen

Der Umsatz der Bell-Gruppe blieb im Jahr 2004 mit 1,53 Milliarden Franken konstant. Der Mengenabsatz lag unter dem Vorjahr. Auch der Gewinn vermochte mit 36 Millionen Franken, rund 26% weniger als im Vorjahr, die Erwartungen nicht zu erfüllen. Das anhaltend hohe Preisniveau wirkte hemmend und der Konsum der Privathaushalte blieb konstant. Die überaus starke Aktionstätigkeit im Detailhandel konnte grössere Volumenverluste verhindern.

Die im Schnitt rund 16% höheren Rohmaterialpreise beim Kuhfleisch sowie zeitweise beim Schweinefleisch führten zu einem hohen Druck auf die Margen. Höhere Rohmaterialpreise konnten aufgrund des starken Konkurrenzkampfes nicht überwältigt werden. Der Konsum von Geflügelfleisch ging im ersten Halbjahr überraschend deutlich zurück, insbesondere bei Importware. Im Jahr 2004 setzte Bell die neue Markenstrategie planmässig um. Im letzten Quartal wurde ein neues, erfolgreiches Werbekonzept gestartet.

Im Januar 2005 hat Coop mit der Rewe-Handelsgruppe ein Joint-Venture im Bereich Gastronomieversorgung vereinbart. Zu diesem Zweck hat Coop die Bell Gastro Service erworben und sie in die neu gegründete transGourmet Holding AG eingebracht.

## Coop vereinbarte mit der Rewe-Handelsgruppe ein Joint-Venture im Bereich Gastronomie-Versorgung.

### Coop-Produktionsbetriebe

Coop integrierte Anfang 2004 die vorher als 100%-Tochtergesellschaften geführten Produktionsbetriebe in die Genossenschaft Coop. Die neu als Divisionen organisierten und der Direktion Logistik/Informatik/Produktion unterstellten ehemaligen Tochtergesellschaften werden als Profitcenter geführt.

### Swissmill

*Mehlmischungen, Griess, Mais, Haferflocken, Extruderprodukte, Hartweizengriess.*

Swissmill steigerte den Jahresausstoss 2004 um rund 5% auf 200 000 Tonnen und erreichte damit den höchsten Ausstoss seit Bestehen. Im Berichtsjahr baute Swissmill ein Hochregallager mit 3000 Palettenplätzen.



### Chocolats Halba

*Tafelschokolade, Pralinen, Festtagssortimente, Industrieschokolade (Couverture, Füllungen).*

Wichtige Investitionen flossen in die Erneuerung der Rösterei und der maschinellen Verarbeitung für Kakao-massen. Im Zusammenhang mit der IFS-Zertifizierung stellt Chocolats Halba die Rückverfolgbarkeit der Rohmaterialien durch eine systemunterstützte Analyse sicher.

### Nutrex

*Tafelessig, Alkoholesig, Essig für Konserven, Essig für Reinigung und Entkalkung.*

Nutrex konnte im vergangenen Jahr ihre starke Stellung in den Essigspezialitäten von Coop Naturaplan weiter verbessern und im Bereich der Spezialessige für die Lebensmittelindustrie weitere Kunden dazugewinnen. Einen Meilenstein in der Qualitätspolitik erreichte Nutrex im Dezember mit der IFS-Zertifizierung (International Food Standard).

### CWK

*Kosmetika, Haushaltspflegeprodukte, Industriereiniger.*

CWK spürte im Jahr 2004 das härtere Marktumfeld. Trotz schlechterem Sommer konnte die Sonnenschutzmarke Sherpa Tensing, die zweitstärkste Marke von CWK im Coop-Sortiment, ihre Marktposition weiter ausbauen und Marktanteile gewinnen. CWK steigerte den Absatz der für Coop produzierten Oecoplan-Wasch- und Reinigungsmittel erneut.

### Pasta Gala

*Teigwaren, Halbfabrikate für Fertighenüs und Suppen.*

Umfassende Werbemassnahmen führten zu einem deutlichen Umsatzplus gegenüber dem Vorjahr. Geringfügig höher liegen auch die Exporte. Im Verlaufe des Jahres 2004 realisierte Coop für Pasta Gala bedeutende Investitionen. So wurden die gesamte Verpackungsanlage für Langwaren sowie die automatischen Palettierer dreier Produktionslinien ersetzt.

### Steinfels Cleaning Systems

*Wasch-, Reinigungsmittel für Grossverbraucher, Objekt-/Gebäudereinigung, Beratung.*

SCS verteidigte im Gastro- und im Gesundheitsmarkt ihre gute Marktposition. Sie steigerte ihre Marktanteile in der wichtigsten Produktgruppe Küchenhygiene. Der Bereich Objektreinigung entwickelte sich erfreulich. Hingegen waren im Bereich Textilreinigung/Grosswäschereien sowie in der lebensmittelverarbeitenden Industrie spürbare Umsatzeinbussen zu verzeichnen.

### Reismühle Brunnen

*Verschiedene Reissorten, Reismischungen, Fertighenüs.*

Der Ausstoss sank um rund 10% gegenüber dem Vorjahr auf rund 9200 Tonnen. Mit dem roten Camargue-Reis und dem Basmati Mix, einer Mischung aus indischem Basmati-Reis und Wildreis, wurden zwei neue Spezialitäten entwickelt. Nach intensiver Vorarbeit brachte die Reismühle Brunnen den Basmati-Reis als Fair Trade-Produkt mit dem Max Havelaar-Label auf den Markt. Durch diese Sortimentserweiterung ist die Reismühle Brunnen die Anbieterin mit dem breitesten Reissortiment der Schweiz.

### Argo

*Strumpfhosen, Strümpfe, Socken.*

Die Strumpffabrik Argo legte am 30. November 2004 ihren Betrieb still. Nachdem im Vorjahr mit einer Auslagerung der Strickerei und Näherei noch versucht worden war, die Wettbewerbsfähigkeit angesichts des steigenden Drucks der ausländischen Konkurrenz zu erhalten, wurde die Stilllegung unumgänglich.

### Rohwarenbeschaffung

*Rohwarenbeschaffung und -verkauf, Bananenreiferei.*

Die Coop Rohwarenbeschaffung gehört seit Januar 2004 zur Direktion Logistik/Informatik/Produktion. Per Ende 2005 wird die Kaffeerösterei stillgelegt. Die Produktion wird zukünftig in der Schweiz bei der SKR AG stattfinden, die zur europäischen Drie Mollen Gruppe gehört. Der Personalabbau soll durch Coop und die SKR AG aufgefangen werden.

### Coop schafft mehr Ausbildungsplätze

Bis ins Jahr 2008 wird Coop zu den heute bestehenden rund 2000 Lehrstellen insgesamt 500 zusätzliche Lehrstellen schaffen. In jedem der kommenden vier Jahre sollen so 125 Lehrstellen hinzukommen. Coop unterstützt damit aktiv die nationalen Bemühungen, möglichst vielen Jugendlichen einen Ausbildungsplatz anzubieten. Das Engagement von Coop endet nicht mit dem Abschluss der Lehre: Wenn immer möglich bietet Coop den Lernenden auch nach Abschluss der Lehre eine Stelle an. Die Suche nach geeigneten Bewerberinnen und Bewerbern gestaltet sich für Coop allerdings zunehmend schwieriger. Auch im Berichtsjahr konnten nicht alle angebotenen Lehrstellen besetzt werden.

### Coop unterstützt aktiv die nationalen Bemühungen, möglichst vielen Jugendlichen einen Ausbildungsplatz anzubieten.

### Verkauf.CH, die neue Grundbildung im Verkaufsbereich

Im Jahre 2004 lieferte Coop einen massgeblichen Beitrag für die neue Grundbildung Detailhandel, «Verkauf.CH». Die neue Verkaufslehre wird drei Jahre umfassen. Auf dieser Basis ist anschliessend eine Weiterentwicklung zur Berufsmatur bis hin zum Fachhochschulstudium der Detailhandelsökonomie möglich. Die zweijährige Ausbildung führt zu einem Attest, das nicht mehr als eidgenössische Lehre gelten wird. Coop wird weiterhin beide Möglichkeiten anbieten. Coop bereitete alle notwendigen Arbeiten für die Einführung der neuen Grundbildung vor, sodass einer erfolgreichen Einführung der neuen Lehre im August 2005 nichts mehr im Wege stehen wird. Ein Kernstück der neuen Ausbildungsstrukturen ist eine drei- bis sechsmonatige Stage, die alle zukünftigen Lernenden – dies ist die neue Bezeichnung für Lehrlinge – in einer zweiten Verkaufsstelle absolvieren werden.

### Lohnerhöhungen und Weiterführung des Gesamtarbeitsvertrages

Aufgrund von optimierten Prozessen aus «CoopForte» und aufgrund von Umstrukturierungen im Verkauf, in der Logistik und in der Produktion arbeiteten Ende 2004 rund 6% weniger Personen bei Coop als im Vorjahr.

Diese Stellenreduktion ist grossmehrheitlich durch die natürliche Fluktuation von über 10% sowie durch reguläre und vorzeitige Pensionierungen mit grosszügigen Regelungen erreicht worden. Zudem sind Stellen in Unternehmen geschaffen worden, die Funktionen von Coop übernommen haben.

Coop pflegt einen regelmässigen, partnerschaftlichen Dialog mit den Sozialpartnern. Insgesamt war auch im Jahr 2004 die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Personalverbänden gut. Coop vereinbarte bereits zuvor mit den Vertragspartnern KV Schweiz, Syna/OCST und VdAC (Verein der Angestellten Coop) frühzeitig, dass der per Ende 2005 auslaufende Gesamtarbeitsvertrag nicht gekündigt wird, sondern ein Jahr länger, also bis Ende 2006, seine Gültigkeit behält. Zudem wurde nach harten, aber fairen Verhandlungen eine Erhöhung der Lohnsumme per Anfang 2005 um 1,5% vereinbart. Die Vertragspartner legten vor allem ein Schwergewicht auf die Erhöhung der Frauenlöhne. 0,3% von den 1,5% werden für individuelle und strukturelle Anpassungen von Frauenlöhnen bereitgestellt. 1% werden für individuelle, leistungsbezogene Erhöhungen eingesetzt. Für individuelle und strukturelle Anpassungen der Löhne zwischen 3900 Franken und 4800 Franken stehen zudem 0,2% zur Verfügung. Die Stundenlöhne werden generell um 1% erhöht.

### Auch im Jahr 2004 arbeiteten 785 Mitarbeitende der Administration jeweils zwei Tage in einer Verkaufsstelle mit.

#### Administration an der Verkaufsfrente

Auch im Jahr 2004 arbeiteten 785 Mitarbeitende jeweils zwei Tage in einer Verkaufsstelle mit. Es ging dabei vor allem darum, «Verkaufsluft» zu schnuppern und Auswirkungen der eigenen Arbeit auf den Verkauf zu erkennen. Viele Erkenntnisse aus den Verkaufseinsätzen fliessen in die tägliche Arbeit ein und führen zu einem besseren Verständnis der Abläufe.

### CPV/CAP: EPA-Vorsorge integriert

Per 2004 wurde die EPA-Vorsorge mit rund 2100 aktiven Versicherten und rund 1500 Rentnerinnen und Rentnern in die CPV/CAP integriert. Mit der Integration verbunden war die Übernahme des Vermögens der EPA-Vorsorge in der Höhe von rund 460 Millionen Franken. Ende Jahr zählte die CPV/CAP rund 33 600 aktive Versicherte und rund 13 800 laufende Renten. Die Bilanzsumme belief sich auf gut 5,8 Milliarden Franken. Auf Grund der unbefriedigenden Entwicklung der Vermögensanlagen an den Finanzmärkten resultierte Ende 2004 eine Unterdeckung von 37 Millionen Franken, was 0,65% der errechneten Verpflichtungen entspricht. Der Verwaltungsrat der CPV/CAP beschloss, die Verzinsung der für die Berechnung der Leistungen massgebenden Altersguthaben auf den 2,75% zu belassen. Damit liegt der Satz der CPV/CAP immer noch um 0,25% über der bundesrätlich verordneten Minimalverzinsung für BVG-Altersguthaben. Die CPV/CAP verzichtet ebenso aus Gründen der Reservepolitik darauf, die laufenden Renten für 2005 zu erhöhen.

Nach wie vor weisen die Invalidenrenten hohe Zuwachsraten auf. Die CPV/CAP hat rund 200 Invalidenrenten aus der EPA-Vorsorge übernommen. Bei den 360 zusätzlichen Invalidenrenten ist ein seit Jahren ungebremster Trend erkennbar. Aus diesem Grunde mussten mit Wirkung ab Januar 2005 die Risikobeiträge um 1% des versicherten Lohnes angehoben werden.

### Das Coop Forte Magazin ist noch aktueller

Das Coop Forte Magazin informiert die Mitarbeitenden der Coop-Gruppe sechsmal jährlich dreisprachig in einer Auflage von 65 000 Stück. Seit 2005 erscheint das Coop Forte Magazin mit neuem Konzept in sechs regionalen Ausgaben. Die neuen Rubriken kommen bei den Leserinnen und Lesern gut an. Dazu gehören unter anderem die Vorstellung einzelner Verkaufsstellen, Kochen mit Mitarbeitenden, die neue Leserseite und eine Gastkolumne.

### Umwelt

#### Mehr Wärme- und Stromverbrauch, aber weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen

Der gesamte Energieverbrauch im Geschäftsjahr entwickelte sich unterschiedlich. Insgesamt nahm der Wärmeverbrauch leicht zu, dennoch nahmen die CO<sub>2</sub>-Emissionen leicht ab. Der Stromverbrauch dagegen stieg beträchtlich an.

Trotz einer deutlichen Flächenzunahme in der Erhebungsperiode Juli 2003 – Juni 2004 (erstmalige Integration von Waro und EPA) und einem kalten Winter stieg der Wärmeverbrauch bei den Verkaufsstellen nur wenig an. Die spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen sanken sogar ganz beträchtlich. Dieser Erfolg ist auf das bereits in 180 Verkaufsstellen eingesetzte neue Energiemanagement zurückzuführen: Geheizt wird mittels Wärmerückgewinnung aus der Kälteproduktion, und auch die Abwärme der Kompressoren und der Beleuchtung wird genutzt. Ein anderes Bild zeigt der Stromverbrauch, der sich aufgrund der Flächenausdehnung und der heissen Sommermonate deutlich erhöhte.

Unterschiedlich entwickelte sich auch der Energieverbrauch bei den Verteilzentralen und den Produktionsbetrieben. Standortverlagerungen und Parallelbetrieb führten bei einigen Verteilzentralen zu massiven Zunahmen. Es gibt aber auch bedeutende Verbesserungen: Die Produktions- und Verteilzentrale Pratteln BL erneuerte die Einrichtungen für die Heiz- und Prozesswärme und stieg von Gas und Öl auf die Abwärme der nahen Schlammverbrennungsanlage um. Dadurch sank der Wärmeverbrauch um 8% und der CO<sub>2</sub>-Ausstoss um 17%. In der Verteilzentrale Basel-Lysbüchel werden neu rund 7% des Wärmebedarfes durch die Backofenabwärme gedeckt. Die Grossbäckerei Panofina hat die Wärmeeffizienz verbessert, indem sie die Befeuchtung in den Gärautomaten nicht mittels Heissdampf, sondern durch Hochdruckpumpen realisiert.

### CO<sub>2</sub>-Zielvereinbarungen: erfolgreiches Audit

Im März 2004 fand das Audit zur Verpflichtungstauglichkeit der im Rahmen der Zusammenarbeit mit der Energie-Agentur der Wirtschaft erarbeiteten Zielsetzungen statt. Diese wurden akzeptiert und Coop hat damit als erste Grossverteilerin vom Bund anerkannte CO<sub>2</sub>-Zielvereinbarungen für das Gesamtunternehmen. Coop hat sich in der Vernehmlassung zu CO<sub>2</sub>-Lenkungsabgaben für eine moderate Abgabe ausgesprochen, die weder den Tanktourismus umlenkt noch den Einkaufstourismus verstärkt.

## Coop hat als erste Grossverteilerin vom Bund anerkannte CO<sub>2</sub>-Zielvereinbarungen für das Gesamtunternehmen.

### Höhere Abfallverwertungsquoten

Die Abfallverwertungsquote bei den Produktionsbetrieben erhöhte sich auf 78%, davon gelangten rund zwei Drittel in die Tierfütterung. Die Quote der Verteilzentralen mit Verkaufsstellenretouren sank leicht auf 57%. Dabei wurde allerdings mehr Kunststoffolie, Karton und Papier dem Recycling zugeführt.

Die Kundinnen und Kunden brachten doppelt so viele PE-Milchgetränkeflaschen zurück und liessen damit die Sammelquote von 25% im Vorjahr auf rund 50% steigen. Zudem wurden 8% mehr Batterien und 2% mehr ausgediente Elektro- und Elektronikgeräte zurückgebracht.

Die Einführung der vorgezogenen Recyclinggebühr (vRG) auf Spielwaren sowie Garten- und Do-it-Geräte per Anfang 2005 verlief problemlos. Seit Mitte 2004 laufen die Gespräche zur Organisation der vRG auf Leuchten und Leuchtmittel. Der Handel setzt auch hier auf eine Zusammenarbeit mit der Stiftung Entsorgung Schweiz (S.EN.S). Bei Fragen zu Recycling und Littering pflegt Coop eine konstruktive Zusammenarbeit mit den zuständigen Recyclingorganisationen, dem Städteverband sowie der Organisation Praktischer Umweltschutz Schweiz (Pusch).

### Bahntransport überproportional gewachsen

2004 ist der Bahnverkehr zwischen den nationalen und regionalen Verteilzentralen gegenüber dem LKW-Verkehr überproportional gewachsen.

Im Verkehr zwischen den regionalen Verteilzentralen und den Verkaufsstellen brauchte es 2004 mehr LKW-Fahrkilometer und entsprechend mehr Treibstoff. Dabei verbesserte sich der kilometerbezogene spezifische Treibstoffverbrauch marginal, der umsatzbezogene immerhin um 3%.

## Soziale Verantwortung

### Sozial-ethische Beschaffung dank weltweiter Sozialstandards

In den letzten Jahren haben sich die Anstrengungen von Coop bezüglich nachhaltiger Beschaffung auf den Bereich der Kompetenzmarken konzentriert, mit denen Coop heute eine weltweit führende Rolle einnimmt. Parallel dazu sind aber auch die Anforderungen von Coop an das Standardsortiment gestiegen.

So richtete Coop einen Steuerungsausschuss zur nachhaltigen Beschaffung ein, welcher vor allem die Multiplikation der Erfahrungen aus den beiden Pilotprojekten Textil und Gemüsebau zum Ziel hat. Coop hat als weltweit vergleichsweise kleine Anbieterin Schwierigkeiten, der im Jahr 2002 verabschiedeten Richtlinie zur ökologischen und sozial-ethischen Beschaffung zur Durchsetzung zu verhelfen. Deshalb ist Coop auf Anfang 2005 der Business Social Compliance Initiative (BSCI) beigetreten. BSCI ist ein von europäischen Unternehmen gemeinsam entwickeltes Kontrollsystem.

Auch in der Landwirtschaft waren Sozialstandards ein wichtiges Thema. Coop führte in Zusammenarbeit mit EurepGAP Pilotaudits bei drei Geschäftspartnern aus Südspanien und deren Zulieferern durch. Die Erfahrungen aus dem Pilotprojekt sollen in den EurepGAP-Standard einfließen. EurepGAP steht für Gute Agrarpraxis des europäischen Detailhandels und hat bisher vor allem ökologische Fragen des Anbaus, die Hygiene und die Qualität der Produkte geregelt. Dies soll auch die gemeinsame Basis sein für die Integration von Sozialkriterien in die Richtlinie der BIO SUISSE.



### Textilkodex mit Ziel SA 8000

Auch im Jahr 2004 unterzogen sich die Naturaline-Geschäftspartner und ihre Zulieferer einer Kontrolle zu den Anforderungen des Textilkodexes. Ziel ist, dass alle Naturaline-Geschäftspartner den SA 8000-Standard erreichen. Diese Zertifizierung hat ein Geschäftspartner in China bereits im Sommer 2004 erlangt. Coop begleitete und unterstützte ihn über zwei Jahre. Damit sind nun vier Naturaline-Geschäftspartner nach dem SA 8000-Standard zertifiziert. Auch die übrigen Textillieferanten werden nach und nach in ein Kontrollprogramm einbezogen. Dies erfolgt mit Schwergewicht bei Firmen aus Fernost, da eine Risikoanalyse mittels Selbsteinschätzungen hier den grössten Handlungsbedarf aufzeigte. Die Kontrollen erfolgen ab 2005 koordiniert mit BSCI. Das Kontrollprogramm kann so wesentlich rascher umgesetzt werden.

## Ziel ist, dass alle Naturaline-Geschäftspartner den SA 8000-Standard erreichen.

### Nachhaltigkeit

#### Der Nachhaltigkeitsbericht von Coop gewinnt

Im September 2004 stellte Coop ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht der interessierten Öffentlichkeit vor. Er gibt einen umfassenden Einblick in die ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen des Unternehmens Coop. Der Nachhaltigkeitsbericht hält sich an den international anerkannten Standard der Global Reporting Initiative (GRI). Coop erhielt im Februar 2005 von der Schweizerischen Vereinigung für ökologisch bewusste Unternehmensführung (öbu) den Preis für den besten Nachhaltigkeitsbericht.

## Coop erhielt im Februar 2005 von der Vereinigung öbu den Preis für den besten Nachhaltigkeitsbericht.

### Neue Projekte im Coop Naturaplan-Fonds

Der Coop Naturaplan-Fonds widerspiegelt die Verpflichtung von Coop gegenüber Umwelt, Mensch und Tier. Coop unterstützt mit jährlich 10 Millionen Franken bis mindestens zum Jahr 2012 grössere Projekte mit nachhaltiger Dimension. Rund die Hälfte der Mittel ist für Projekte und Aktivitäten, die mittel- und langfristig zu einem direkten Nutzen für Konsumentinnen und Konsumenten, für Produzenten und für Coop selber führen. Die andere Hälfte der Mittel wird für Projekte mit reinem Fördercharakter eingesetzt. Der Coop Naturaplan-Fonds unterstützte im Jahr 2004 neu folgende Organisationen und Projekte:

#### Stiftung bioRe

bioRe Demofarmen – neue Ausbildungsstätten in Form von Demonstrationsfarmen für Baumwollbauern in den Anbaugebieten der Coop Naturaline Bio-Baumwolle in Maikaal, Indien, und Meatu, Tansania.

#### Bauernbetriebe Region Altishofen LU

Aufbau einer Gemeinschafts-Biogasanlage mit Blockheizkraftwerk, Produktion von vergorener, als Bio-Hilfsstoff zertifizierbarer und im Acker-/Gartenbau einsetzbarer Gülle.

#### BIO SUISSE

planète bio suisse – Erlebnisangebot für Schulklassen auf Bio-Bauernhöfen. Gruppenaktivitäten zur Förderung des Verständnisses von Zusammenhängen rund um den Bio-Landbau.

#### BIO SUISSE, Demeter, FiBL

Pilotprojekt Abschlussjahr der zweijährigen Landwirtschafts-Grundausbildung mit dem eidgenössischen Fähigkeitsausweis «Landwirt/-in mit Spezialrichtung Biolandbau».

#### Naturland, Verband für naturgemässen Landbau e.V. (Deutschland)

Entwicklung wissenschaftlicher Grundlagen für Anbau biologischer Aquakulturen, Präventiv- und Behandlungsverfahren ohne Antibiotika und Verarbeitung ohne Konservierungsmittel.

### *ProSpecieRara*

Erhaltung und Förderung der Sorten- und Artenvielfalt in Schaugärten und -höfen (inklusive Obstsortengarten Zofingen) und Vernetzung einzelner Objekte durch übergeordnete Massnahmen.

### *WWF*

Soja-Anbau zerstört den Tropenwald – Förderung des nachhaltigen Soja-Anbaus ohne Waldrodungen in Südamerika.

Weitere Informationen zum Coop Naturaplan-Fonds unter [www.coop.ch/nachhaltigkeit](http://www.coop.ch/nachhaltigkeit).

## Coop unterstützt mit jährlich 10 Millionen Franken bis mindestens zum Jahr 2012 grössere Projekte mit nachhaltiger Dimension.

### Projektbeispiel 1: 1500 Jugendliche tauchten in den Bio-Planeten ein

Mit dem Projekt «planète bio suisse» hat sich BIO SUISSE zusammen mit Coop zum Ziel gesetzt, Jugendlichen auf sinnlich-emotionale Weise Einblick in die spannende Bio-Welt zu geben. planète bio suisse machte in elf Regionen der deutschen und der französischen Schweiz Station. Auf ausgewählten Bio-Höfen standen für die Jugendlichen Ausstellungs- und Arbeitsstationen in Wohnwagen bereit. Jugendliche forschten, beobachteten und kochten. Sie lernten jeweils während eines Tages den Bio-Kreislauf kennen. Dabei wurde klar, dass Bio eine moderne Wirtschaftsweise und zugleich eine lustvolle und spannende Lebenshaltung ist.

BIO SUISSE geht es bei dem Projekt darum, den Jugendlichen den Bio-Hof und Bio-Produkte näher zu bringen und Vorurteile über Bio abzubauen. Untersuchungen zeigen, dass Jugendliche schlecht über den ökologischen Mehrwert von Bio informiert sind. Auch im Sommer 2005 wird planète bio suisse wieder durch die ganze Schweiz auf Tournee gehen.

## Mit dem Projekt «planète bio suisse» hat sich BIO SUISSE zusammen mit Coop zum Ziel gesetzt, Jugendlichen auf sinnlich-emotionale Weise Einblick in die spannende Bio-Welt zu geben.

### Projektbeispiel 2: nachhaltige Soja als Ziel

Durch eine gemeinsame Initiative von Coop und WWF soll nachhaltige Soja in der Schweiz mittelfristig zum Standard werden. Coop fördert mit verschiedenen Projekten und mit einer Machbarkeitsstudie in Brasilien nachhaltige Soja – Soja, für deren Anbau keine Tropenwaldflächen abgeholzt und keine wertvollen Savannen umgenutzt werden. WWF und Coop entwickelten gemeinsam Kriterien für den nachhaltigen Sojaanbau. Diese «Basler Kriterien» schaffen die Voraussetzung, damit – unter Berücksichtigung der technischen Machbarkeit und der Marktfähigkeit – in der Tierhaltung und in der Lebensmittelproduktion nachhaltige Soja eingesetzt werden kann. Coop beteiligte sich aktiv am internationalen Roundtable, der im März 2005 in Foz do Iguaçu (Brasilien) Stakeholder aus Anbau, Verarbeitung und Handel sowie NGOs aus dem Umwelt- und dem Sozialbereich zusammenführte. Gespräche von Coop mit der schweizerischen Futtermittelindustrie, die ebenfalls Interesse an nachhaltiger Soja zeigt, verliefen sehr erfolgreich.

## Engagement

### Hilfe für Bergbauern durch die Coop Patenschaft

Die Coop Patenschaft für Berggebiete ist eine Genossenschaft, die mit Restfinanzierungen von Bauprojekten die Bauernbetriebe in den Berggebieten unterstützt. Da Coop die Betriebskosten der Patenschaft trägt, ist sichergestellt, dass jeder Spendenfranken voll und ganz den schweizerischen Bergbäuerinnen und -bauern zugute kommt.

Im Jahr 2004 nahm die Patenschaft Spenden in der Rekordhöhe von 2,7 Millionen Franken ein. Der Erlös der traditionellen 1.-August-Weggen-Aktion in den Coop-Verkaufsstellen wurde an fünf Selbsthilfeprojekte von Bergbauernfamilien im Kanton Obwalden weitergegeben. Über die Coop Patenschaft wird bis Ende 2005 auch das Working-Poor-Projekt «Zwei Mal Weihnachten» mit dem Schweizerischen Roten Kreuz abgewickelt.

### Gegen wachsende Armut mit «Schweizer Tafeln» und «Tischlein deck dich»

Coop unterstützt seit Januar 2005 die Projekte «Schweizer Tafeln» und «Tischlein deck dich» mit einem massgebenden finanziellen Beitrag und baut damit ihr Engagement zur Bekämpfung der wachsenden Armut in der Schweiz weiter aus. Mit der zusätzlichen Unterstützung sind die beiden Organisationen in der Lage, ihre gemeinnützigen Dienste zu verstärken und auf die Westschweiz auszudehnen. Die in verschiedenen Schweizer Städten tätigen Organisationen sammeln täglich einwandfreie, überschüssige Lebensmittel. Diese werden direkt an Bedürftige oder an Institutionen wie Notunterkünfte, Obdachlosenheime, Gassenküchen und Hilfswerke weitergereicht.

**Coop unterstützt seit Januar 2005 die Projekte «Schweizer Tafeln» und «Tischlein deck dich» mit einem massgebenden finanziellen Beitrag.**

### Hilfe nach dem Seebeben in Südostasien

Nach dem verheerenden Seebeben in Südostasien am 26. Dezember 2004 beteiligte sich auch Coop an der weltweiten Solidarität. Zusammen mit dem Schweizerischen Roten Kreuz organisierte Coop einen Hilfsflug mit 26 Tonnen dringend benötigter Hilfsgüter im Wert von 250 000 Franken nach Sri Lanka. Zudem beteiligte sich Coop mit weiteren 250 000 Franken an der Sammelaktion der Glückskette für ein Wiederaufbauprojekt im Krisengebiet.

## Sponsoring

### Volkstümliches in der Zentralschweiz...

Das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest, welches alle drei Jahre durchgeführt wird, fand im Sommer 2004 in Luzern mit Coop als Königssponsor statt. 88 000 Zuschauerinnen und Zuschauer verfolgten das Spektakel in der Arena und 540 000 am Fernsehen. Coop war Hauptsponsorin des Traditionsanlasses und zusammen mit Bell für das Catering von Fleisch- und Backwaren verantwortlich. Ausserdem trat Coop als Sponsorin der 16-stündigen Live-Übertragung auf SF 1 in Erscheinung. Coop und Bell boten im August spezielle Produkte an wie zum Beispiel Schwingerwurst, Schwingerkäse und Älplerbrot, die einen guten Absatz fanden.

## Im Sport-Sponsoring konzentriert sich Coop neben dem Langlaufsport auf Beachvolley.

### ...und Beachvolley in Athen

Im Sport-Sponsoring konzentriert sich Coop neben dem Langlaufsport auf Beachvolley. Das von Coop unterstützte Team von Patrick Heuscher und Stefan Kobel war im Jahr 2004 am erfolgreichsten. Die beiden Athleten gewannen die Bronzemedaille an den Olympischen Spielen in Athen und wurden zu den «Schweizer Sportlern des Jahres» gewählt.

Im Winter kann nach wie vor der schweizerische Langlaufsport – als Höhepunkt jeweils der Engadin Ski Marathon – auf die Unterstützung von Coop zählen. Ein weiteres Beispiel für das Engagement von Coop im Breitensport ist der Swiss Alpine Marathon in der Region Davos, der im Jahr 2004 mit über 4500 Teilnehmenden und mit Coop als Hauptsponsorin stattfand. Das Laufereignis in den Bergen bietet Herausforderungen für Extremsportlerinnen und Hobbysportler sowie ein attraktives Programm für die Zuschauerinnen und Zuschauer.

### Coop mit guter Musik und gutem Wein

Im Sommer wurde Ascona im Rahmen des New Orleans Jazz Ascona einmal mehr zur Welthauptstadt des traditionellen Jazz – zum zweiten Mal mit der Unterstützung von Coop. Der Auftritt von Coop im Tessin erfolgte unter dem Motto «Wineshop». Dabei konnten Weine degustiert und bestellt werden. Coop präsentierte sich so an den Ufern des Lago Maggiore als führendes Unternehmen auf dem Schweizer Weinmarkt.

In der Suisse romande erfreuten sich auch im Jahr 2004 die von Coop unterstützten Konzerte von Live Music Production grosser Beliebtheit bei allen Altersgruppen. Zu Gast waren so verschiedene Interpreten wie Phil Collins oder die irische Band The Corrs.







Coop Supermarkt St. Moritz Bellevue, Kanton Graubünden, 1827 Meter über Meer







Interdiscount XXL Basel Marktplatz, Kanton Basel-Stadt, 260 Meter über Meer









Coop City Schaffhausen, Kanton Schaffhausen, 404 Meter über Meer









Coop Supermarkt Uettligen, Kanton Bern, 562 Meter über Meer









Coop Pronto Tankstelle La Tour-de-Trême, Kanton Fribourg, 741 Meter über Meer







Coop Bau+Hobby Brig-Glis, Kanton Wallis, 681 Meter über Meer







Coop Supermarkt Zürich Bahnhofbrücke, Kanton Zürich, 409 Meter über Meer









Coop Supermarkt, Coop Bau+Hobby, Toptip und Coop Pronto Tankstelle Rhymarkt, Feuerthalen, Kanton Schaffhausen, 414 Meter über Meer

## Corporate Governance

Der Bericht zur Corporate Governance der Coop-Gruppe orientiert sich an den Richtlinien der Schweizer Börse SWX Swiss Exchange, die gemäss dem Bundesgesetz über Börsen und Effektenhandel erstellt wurden und für Aktiengesellschaften und Gesellschaften mit Partizipations- oder Genussscheinen seit Juli 2002 in Kraft sind.

Coop zählt sich als Genossenschaft nicht zu den Gesellschaften im oben genannten Sinn. Da Coop sich freiwillig dem neuen Aktienrecht unterstellt hat, setzt sie auch die Corporate-Governance-Richtlinien um und bietet damit allen am Unternehmen interessierten Kreisen grösstmögliche Transparenz. Denn Coop ist das Vertrauen aller Anspruchsgruppen sehr wichtig. Zu diesen Anspruchsgruppen gehören die Banken als Kapitalgeber, die Lieferanten als Geschäftspartner, die öffentliche Hand als gesetzgebende und kontrollierende Instanz und natürlich die Kundinnen und Kunden, die eine transparente, weitsichtige Geschäftspraxis honorieren und damit die Existenz des Unternehmens letztlich ermöglichen.

Die Bell Holding AG ist das einzige Unternehmen der Coop-Gruppe mit SWX-kotierten Beteiligungsrechten. Die spezifischen Angaben zu ihrer Corporate Governance weist sie in ihrem eigenen Jahresbericht und auf ihrer Website [www.bell.ch](http://www.bell.ch) aus.

### Konzernstruktur

Die Konzernstruktur ist in der Aufstellung des Coop-Konsolidierungskreises als Teil der konsolidierten Rechnung ersichtlich. Die Veränderungen im Konsolidierungskreis der Coop-Gruppe sind auf Seite 108 ersichtlich. Es bestehen keine Kreuzbeteiligungen.

### Kapitalstruktur

Die Kapitalstruktur ist in der konsolidierten Bilanz (Seite 93) und in den Erläuterungen zur konsolidierten Bilanz (Seiten 100–104) ersichtlich.

### Verwaltungsrat

Siehe Gruppenstruktur und Delegiertenversammlung auf den Seiten 112 und 113.

Auf Ende 2004 schied Edgar Spicher altershalber aus dem Verwaltungsrat aus und wurde gemäss den Statuten nicht mehr ersetzt. Somit zählt der Verwaltungsrat noch 17 Mitglieder.

### Anton Felder

Geboren 1948. Schweizer.  
Eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung und Controlling  
Vollamtlicher Verwaltungsratspräsident Coop  
Ausschuss des Verwaltungsrates

#### Verwaltungsratsmandate:

- Coop Personalversicherung CPV/CAP, Basel (Präsident)
- Bell Holding AG, Basel
- National Versicherungs-Gesellschaft, Basel
- Betty Bossi Verlag AG, Zürich
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Coop Immobilien AG, Bern (Präsident)

### Jean-Claude Badoux

Geboren 1935. Schweizer.  
Prof. Dr. Ing. ETH  
Ehrenpräsident der ETH Lausanne  
Ausschuss des Verwaltungsrates

#### Verwaltungsratsmandate:

- Coop Immobilien AG, Bern
- Société des éditions techniques universitaires, Zürich

#### Weitere Funktionen und Ämter:

- Präsident der Standeskommission SIA, Zürich
- Honorarkonsul Südkorea für Kultur, Wissenschaft und Technologie

### Stefan Baumberger

Geboren 1948. Schweizer.  
Dipl. Chem. HTL  
Geschäftsführer Hänseler AG, Herisau  
Ausschuss des Verwaltungsrates

#### Verwaltungsratsmandate:

- Bell Holding AG, Basel
- Coop Immobilien AG, Bern
- Hänseler Holding AG, Herisau
- Appenzeller Bahnen AG, Herisau
- Steinegg AG, Herisau

#### Silvio Bircher

Geboren 1945. Schweizer.  
Lic. rer. publ. HSG  
Berater und Publizist  
Ehemaliger Regierungs- und Nationalrat  
Ausschuss des Verwaltungsrates

Verwaltungsratsmandate:  
– Coop Immobilien AG, Bern

#### Paul Flubacher

Geboren 1936. Schweizer.  
Pensionierter Vizedirektor

#### Diego Giulieri

Geboren 1941. Schweizer.  
Lic. oec. HSG  
Pensionierter Bankdirektor  
Ausschuss des Verwaltungsrates

Verwaltungsratsmandat:  
– Coop Immobilien AG, Bern

#### Felix Halmer

Geboren 1952. Schweizer.  
Kaufmännischer Angestellter  
Einkäufer  
Personalvertreter im Verwaltungsrat

Weitere Funktionen und Ämter:  
– Präsident Verein der Angestellten Coop  
– Präsident Angestelltenverein Region Basel

#### Edgar Hofer

Geboren 1940. Schweizer.  
Pensionierter Gewerkschaftssekretär

#### Walter Holderegger

Geboren 1943. Schweizer.  
Lokomotivführer BLS

Weitere Funktionen und Ämter:  
– Präsident Vereinigung Cerebral, Bern  
– Vorstandsmitglied Gewerkschaftsbund  
Berner Oberland  
– Mitglied Grosser Gemeinderat Spiez

#### Hansjürg Käser

Geboren 1956. Schweizer.  
Leiter THM-Pool  
Personalvertreter im Verwaltungsrat

Weitere Funktionen und Ämter:  
– VHTL Fachgruppe Coop

#### Irene Kaufmann

Geboren 1955. Schweizerin.  
Dr. oec. publ.  
Unternehmensberaterin  
Vizepräsidentin des Verwaltungsrates  
Ausschuss des Verwaltungsrates

Verwaltungsratsmandate:  
– Bank Coop AG, Basel  
– Coop Immobilien AG, Bern

Weitere Funktionen und Ämter:  
– Mitglied Stiftungsrat Juventus-Schulen Zürich

#### Lillia Rebsamen

Geboren 1953. Schweizerin.  
Geschäftsfrau

#### Jean-Charles Roguet

Geboren 1942. Schweizer.  
Rechtsanwalt  
Partner Pestalozzi, Lachenal & Patry, Genève

Verwaltungsratsmandate:  
– Arn, Wutrich et Frigerio S.A., Genève  
– Coges Corraterie Gestion S.A., Genève  
– Dipan S.A., Carouge  
– Dumar S.A., Genève  
– Ferrier Lullin & Cie S.A., Genève  
– Finasma Financial Asset Management S.A.,  
Cologne  
– Insiger de Beaufort S.A., Genève  
– Interswitex S.A., Genève  
– Kessler Gestion S.A., Genève  
– Label Communication S.A., Genève  
– Label Technologies S.A., Genève  
– Onyx Suisse S.A., Fribourg  
– Publipartner S.A., Plan-les-Ouates  
– Sarp Industries (Suisse) S.A., Genève  
– Tech Value S.A., Genève



#### Eric Santschy

Geboren 1948. Schweizer.  
Kaufmann

#### Giampiero Storelli

Geboren 1938. Schweizer.  
Architekt

#### Felix Truffer

Geboren 1962. Schweizer.  
Lic. iur.  
Rechtsanwalt und Notar  
Teilhaber Advokaturbüro Amherd, Carlen, Truffer,  
Brig-Glis

#### Giusep Valaulta

Geboren 1951. Schweizer.  
Lic. iur.  
Ausschuss des Verwaltungsrates  
  
Verwaltungsratsmandat:  
– Coop Immobilien AG, Bern

Die folgenden Informationen zum Verwaltungsrat enthalten Hinweise auf die Coop-Statuten. Diese stehen zur Verfügung unter [www.coop.ch](http://www.coop.ch).

#### Wahl und Amtszeit des Verwaltungsrates

Die Wahl des Verwaltungsrates erfolgt durch die Delegiertenversammlung gemäss den in Art. 27 der Statuten festgehaltenen Grundsätzen. Die für alle Mitglieder gleiche Amtsperiode dauert vier Jahre; die laufende Amtsperiode endet im Frühling 2005. Die Statuten sehen keine Amtszeitbeschränkung vor, wohl aber eine Altersbeschränkung (Ende des Jahres, in dem das 70. Altersjahr bzw. ab 2005 das 65. Altersjahr vollendet wird).

#### Interne Organisation

Der Verwaltungsrat besteht derzeit aus 17 Mitgliedern. Ab Beginn der neuen Amtsperiode am 29. April 2005 ist die Anzahl der Verwaltungsratsmitglieder auf 11 begrenzt. Der Präsident des Verwaltungsrates und die dem Verwaltungsrat angehörenden Präsidenten der sechs Regionalräte bilden bis zum Ende der laufenden Amtsperiode im Jahr 2005 den Ausschuss des Verwaltungsrates.

#### Kompetenzregelung

Die grundlegenden Aufgaben des Verwaltungsrates sind in Art. 29, jene der Geschäftsleitung in Art. 31 der Statuten gemäss den für die Aktiengesellschaft geltenden gesetzlichen Bestimmungen festgelegt. Ein vom Verwaltungsrat erlassenes Organisationsreglement ordnet die Kompetenzverteilung zwischen Verwaltungsrat und Geschäftsleitung in allen wesentlichen Punkten wie Finanzen, Unternehmensstrategien, Personalwesen und Organisation. Eine von der Geschäftsleitung erlassene Kompetenzregelung stellt die operativen Befugnisse der einzelnen Führungsstufen detailliert dar.

#### Informations- und Kontrollinstrumente gegenüber der Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung erstellt zu Handen des Verwaltungsrates jeden Monat einen schriftlichen Bericht mit Kennziffern zur aktuellen Geschäftsentwicklung und wichtigen Informationen aus allen Unternehmensbereichen. Zudem werden dem Verwaltungsrat Tertialsberichte und -abschlüsse schriftlich zugestellt und an den Sitzungen mündlich präsentiert und diskutiert. Der Verwaltungsratspräsident nimmt regelmässig an Sitzungen der Geschäftsleitung teil. Ihm untersteht auch die interne Revision. Coop kennt einen ausgebauten, rollenden Planungs- und Zielsetzungsprozess, zu dem auch ein regelmässiges Reporting an den Verwaltungsrat gehört, unter anderem über das System der Balanced Scorecard.

### Aufsichts- und Kontrollinstrumente gegenüber der Revisionsstelle

Da die Amtsdauer der Revisionsstelle auf ein Jahr beschränkt ist, wählt die Delegiertenversammlung die Revisionsstelle jährlich neu. Der vollamtliche Präsident und die Mitglieder des Verwaltungsratsausschusses pflegen zusammen mit dem Vorsitzenden der Geschäftsleitung und dem Leiter der Direktion Finanzen und Services den regelmässigen Kontakt mit der Revisionsstelle. Im Besonderen werden die Prüfungsergebnisse besprochen. Weiter werden die Prüfungsarbeit und die Unabhängigkeit regelmässig beurteilt.

### Geschäftsleitung

Siehe Führungsstruktur und Management auf den Seiten 114–116.

Auf Anfang 2004 trat Jürg Peritz in die Geschäftsleitung ein und übernahm die neu entstandene Direktion CCM/Beschaffung. Auf Ende Juni trat Hans Winiger infolge Pensionierung aus der Geschäftsleitung aus. Die Direktion Logistik wurde zusammen mit der Direktion Informatik/Produktion zur neuen Direktion Logistik/Informatik/Produktion unter der Leitung von Jörg Ackermann verschmolzen. Jörg Ackermann übernahm auf Anfang Juli das Amt des stellvertretenden Vorsitzenden der Geschäftsleitung.

### Hansueli Loosli

Geboren 1955. Schweizer.  
Eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung und Controlling  
Vorsitzender der Geschäftsleitung  
Leiter Direktion Retail

Verwaltungsratsmandate:

- Betty Bossi Verlag AG, Zürich
- Weitere Verwaltungsratsmandate in Tochtergesellschaften von Coop

### Jörg Ackermann

Geboren 1958. Schweizer.  
Betriebsökonom HWV  
Leiter Direktion Logistik/Informatik/Produktion  
Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung

Verwaltungsratsmandate:

- Bell Holding AG, Basel (Präsident)
- Eurogroup SA, Bruxelles (Präsident)
- Eurogroup Far East Ltd, Hongkong (Präsident)
- Weitere Verwaltungsratsmandate in Tochtergesellschaften von Coop

### Rudolf Burger

Geboren 1946. Schweizer.  
Kaufmann  
Leiter Direktion Einzelhandel

Verwaltungsratsmandate:

- Coop Mineraloel AG, Allschwil (Präsident)
- Coop Vitality AG, Bern (Präsident)
- Weitere Verwaltungsratsmandate in Tochtergesellschaften von Coop

### Jean-Marc Chapuis

Geboren 1954. Schweizer.  
Lic. en sciences économiques et sociales  
Leiter Direktion Immobilien

Verwaltungsratsmandate:

- Diverse Verwaltungsratsmandate in Tochtergesellschaften von Coop

### Christoph Clavadetscher

Geboren 1961. Schweizer.  
Eidg. dipl. Kaufmann des Detailhandels  
Leiter Direktion Trading

### **Jürg Peritz**

Geboren 1947. Schweizer.

Kaufmann

Leiter Direktion Coop Category Management/  
Beschaffung

Verwaltungsratsmandate:

- Coop Switzerland Far East Ltd., Hongkong
- Eurogroup SA, Bruxelles
- Eurogroup Far East Ltd., Hongkong
- Stiftung bioRe, Rotkreuz
- HiCoPain AG, Dagmersellen

### **Hans Peter Schwarz**

Geboren 1950. Schweizer.

Eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung  
und Controlling

Leiter Direktion Finanzen & Services

Verwaltungsratsmandate:

- Bank Coop AG, Basel
- Bell Holding AG, Basel
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Coop Vitality AG, Bern
- Weitere Verwaltungsratsmandate  
in Tochtergesellschaften von Coop

### **Managementverträge**

Die Mitglieder der Geschäftsleitung erfüllen keine operativen Managementaufgaben bei Firmen ausserhalb des Konsolidierungskreises.

### **Entschädigungen**

Die Entschädigungen an den Verwaltungsrat Coop (18 Mitglieder) betragen im Jahr 2004 1,3 Millionen Franken (Vorjahr: 1,3 Millionen Franken für 19 Mitglieder).

Die Bruttosaläre der Geschäftsleitung Coop (sieben Mitglieder) betragen im Jahr 2004 3,5 Millionen Franken (Vorjahr: 3,4 Millionen Franken für sieben Mitglieder).

Die Honorare für die Verwaltungsratsstätigkeit des Verwaltungsratspräsidenten und der Mitglieder der Geschäftsleitung in den Tochtergesellschaften und in Drittfirmen stehen Coop zu. Für den Präsidenten des Verwaltungsrates und die Geschäftsleitung Coop bestehen keine speziellen Pensionskassenregelungen.

### **Mitwirkungsrechte**

Die Mitwirkungsrechte sind in den Coop-Statuten festgelegt.

### **Revisionsstelle**

**Dauer des Mandats und Amtsdauer  
des leitenden Revisors**

Das Revisionsmandat für Coop wird seit 1994 von PricewaterhouseCoopers (PWC) ausgeübt. Die verantwortlichen leitenden Revisoren, Herr Dr. Rodolfo Gerber (Mandatsleiter) und Herr Ralph Maiocchi, traten ihr Amt im Jahr 2004 bzw. im Jahr 1997 an.

### **Prüfungshonorar**

Folgende Revisionshonorare wurden für Dienstleistungen in Rechnung gestellt, welche sie für das Jahr 2004 erbrachten:

Prüfungsdienstleistungen: 1,8 Millionen Franken

Sonstige Dienstleistungen: 1,2 Millionen Franken

Im Betrag der Prüfungsdienstleistungen sind die Arbeiten der Revisionsgesellschaft für die Prüfung der Konzernrechnung enthalten, die jedes Jahr durchgeführt werden, um ein Urteil zur Konzernrechnung abgeben wie auch Berichte zu den lokal erforderlichen statutarischen Jahresrechnungen erstellen zu können. Die Prüfungsdienstleistungen umfassen auch Dienstleistungen, welche ausschliesslich vom Konzernprüfer erbracht werden, unter anderem die Prüfung einmaliger Transaktionen.

### **Informationspolitik**

Jeweils Anfang Jahr wird der Umsatz des vorangegangenen Jahres bekannt gegeben. Im Frühling findet die Bilanzmedienkonferenz sowie im April die Delegiertenversammlung statt. Der Geschäftsbericht wird im April veröffentlicht. Im Dezember findet eine weitere Delegiertenversammlung statt.

Die Delegierten werden zudem mit einem Tertialsbericht über die Geschäftsentwicklung informiert.

16.00



17.00



18.00



19.00



20.00



21.00



22.00



Coop Pronto Bahnhof Delémont, Kanton Jura. Es gibt immer etwas zu besorgen. Egal, wie spät es ist.





# Die Coop-Gruppe in Zahlen

- 78 Kassenumsatz/Direktabsatz
- 79 Detailumsatz
- 80 Marktanteile
- 81 Verkaufsstellen
- 82 Tochtergesellschaften/Divisionen/Bankkredite
- 83 Finanzielle Kennzahlen/Investitionen
- 84 Mitarbeitende
- 86 Wertschöpfungsrechnung
- 87 Entwicklung Coop-Gruppe
- 88 Kennzahlen Ökologie

Bisher wurden die Verkaufstellenerlöse auf der Basis «Erlös aus Lieferungen und Leistungen» dargestellt. Dies bedeutete, dass die gewährten Rabatte enthalten waren, die Mehrwertsteuer jedoch nicht.

Im Jahr 2004 ist auf «Kassenumsatz» umgestellt worden. Die Konsequenz ist, dass die Erlös-werte um die relevanten Erlösminderungen (Abnahme durch den Wegfall der Rabatte; Zunahme um die Mehrwertsteuer) verändert worden sind. Per Saldo ergibt sich eine leichte Abnahme um rund 200 Mio. CHF.

Die Vorjahreswerte sind entsprechend angepasst. In den folgenden Grafiken und Darstellungen wird somit jeweils der Kassenumsatz vergleichbar dargestellt.

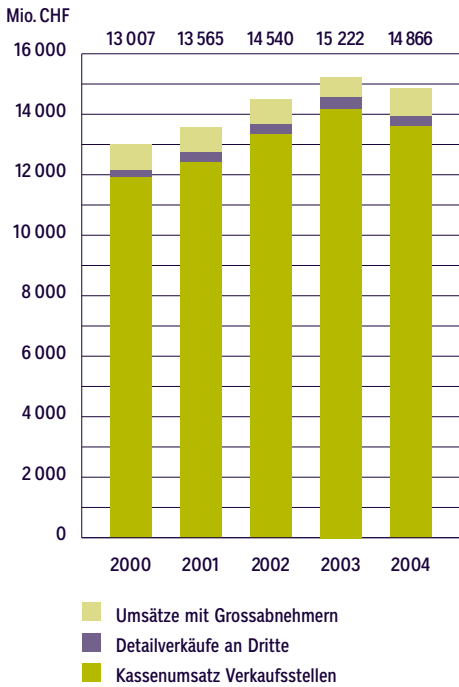
Alle Werte einzeln gerundet.

## Kassenumsatz/Direktabsatz

|                                     |                          | Mio. CHF<br>2004 | Mio. CHF<br>2003 | Veränderung<br>Mio. CHF | Veränderung<br>% |
|-------------------------------------|--------------------------|------------------|------------------|-------------------------|------------------|
| <i>Megastores</i>                   | 4500–8000 m <sup>2</sup> | 570              | 526              | + 45                    | + 8,5            |
| <i>Supermärkte C</i>                | 1800–3000 m <sup>2</sup> | 2 711            | 2 961            | – 250                   | – 8,5            |
| <i>Supermärkte B</i>                | 800– 1400 m <sup>2</sup> | 2 781            | 2 781            | + 0                     | + 0,0            |
| <i>Supermärkte A</i>                | 250– 600 m <sup>2</sup>  | 3 516            | 3 736            | – 220                   | – 5,9            |
| <i>Supermärkte</i>                  |                          | 9 008            | 9 478            | – 471                   | – 5,0            |
| Megastores/Supermärkte              |                          | 9 578            | 10 004           | – 426                   | – 4,3            |
| Übrige                              |                          | 25               | 27               | – 2                     | – 8,5            |
| <b>Coop Retail</b>                  |                          | <b>9 602</b>     | <b>10 031</b>    | <b>– 428</b>            | <b>– 4,3</b>     |
| Warenhäuser                         |                          | 1 089            | 1 230            | – 141                   | – 11,4           |
| <i>Bau+Hobby</i>                    |                          | 619              | 592              | + 28                    | + 4,7            |
| <i>Toptip</i>                       |                          | 216              | 216              | + 1                     | + 0,4            |
| <i>Lumimart</i>                     |                          | 33               | 32               | + 2                     | + 5,2            |
| <i>Import Parfumerie</i>            |                          | 141              | 142              | – 1                     | – 0,7            |
| <i>Übrige</i>                       |                          | 5                | 20               | – 15                    | – 76,8           |
| Fachmärkte                          |                          | 1 015            | 1 001            | + 14                    | + 1,4            |
| <b>Coop Trading</b>                 |                          | <b>2 104</b>     | <b>2 231</b>     | <b>– 127</b>            | <b>– 5,7</b>     |
| Interdiscount                       |                          | 829              | 815              | + 14                    | + 1,8            |
| Hotels                              |                          | 30               | 26               | + 4                     | + 15,3           |
| <b>Coop</b>                         |                          | <b>12 565</b>    | <b>13 101</b>    | <b>– 537</b>            | <b>– 4,1</b>     |
| Alcoba Distribution SA              |                          | 79               | 76               | + 2                     | + 2,8            |
| Andréfleurs Assens SA               |                          | 7                | 7                | – 0                     | – 3,4            |
| Bell-Gruppe (Verkaufsstellen)       |                          | 17               | 65               | – 49                    | – 74,7           |
| <i>Tankstellen</i>                  |                          | 712              | 562              | + 150                   | + 26,7           |
| <i>Coop Pronto bei Tankstellen</i>  |                          | 195              | 168              | + 27                    | + 15,9           |
| <i>Coop Pronto stand-alone</i>      |                          | 55               | 41               | + 14                    | + 34,5           |
| Coop Mineraloel AG                  |                          | 962              | 771              | + 191                   | + 24,8           |
| Coop Vitality AG                    |                          | 20               | 10               | + 9                     | + 86,3           |
| <b>Kassenumsatz Verkaufsstellen</b> |                          | <b>13 649</b>    | <b>14 032</b>    | <b>– 383</b>            | <b>– 2,7</b>     |
| Remote Ordering                     |                          | 16               | 10               | + 6                     | + 54,5           |
| Detailverkäufe an Dritte            |                          | 319              | 354              | – 35                    | – 9,9            |
| <b>Detailumsatz</b>                 |                          | <b>13 983</b>    | <b>14 396</b>    | <b>– 413</b>            | <b>– 2,9</b>     |
| Umsätze mit Grossabnehmern          |                          | 883              | 827              | + 57                    | + 6,9            |
| <b>Kassenumsatz / Direktabsatz</b>  |                          | <b>14 866</b>    | <b>15 222</b>    | <b>– 356</b>            | <b>– 2,3</b>     |

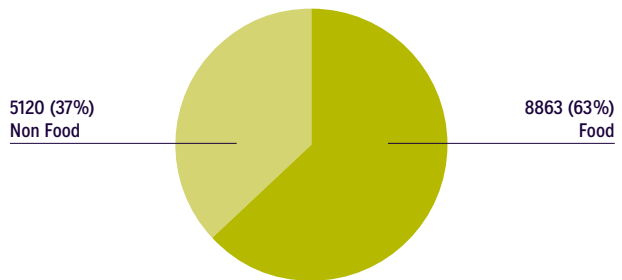
# Detailumsatz

## Kassenumsatz/Direktabsatz

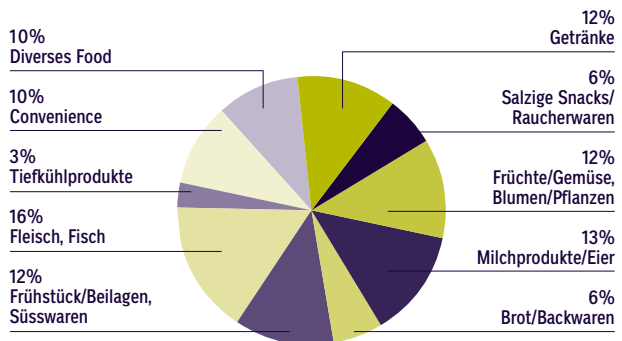


## Detailumsatz

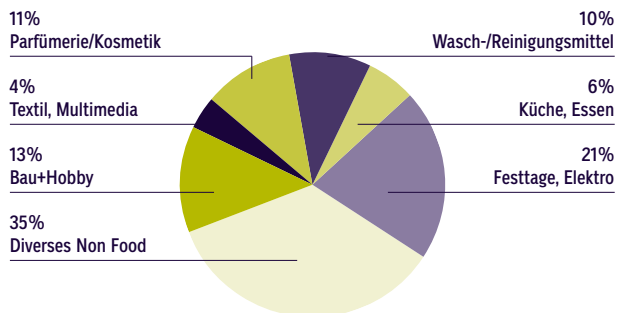
nach Hauptcategories  
Mio. CHF



### Food

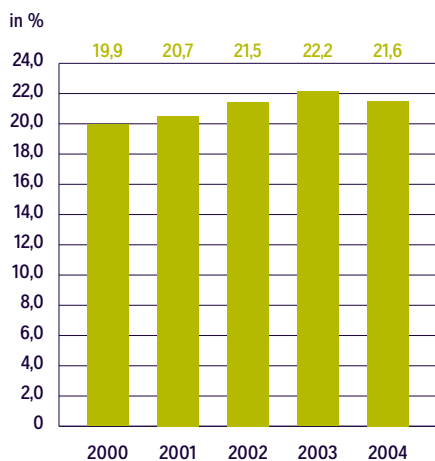


### Non Food



## Marktanteile

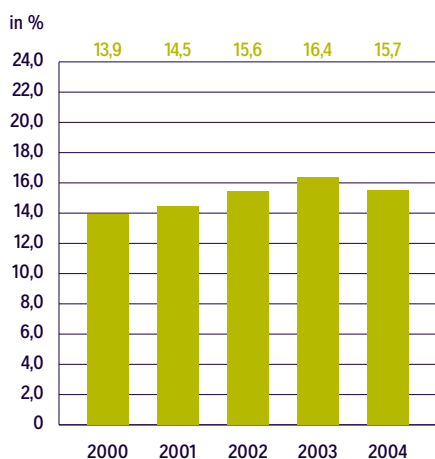
### Food



### Non Food



### Coop-Gruppe



| Mio. CHF   | 2000          | 2001          | 2002          | 2003          | 2004          |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Detailumsatz                                     | 12 154        | 12 453        | 13 536        | 14 396        | 13 983        |
| ./ Tankstellen, Brenn- und Treibstoffe           | 688           | 585           | 603           | 723           | 845           |
| <b>Coop Detailhandelsumsatz für Marktanteile</b> | <b>11 467</b> | <b>11 868</b> | <b>12 933</b> | <b>13 673</b> | <b>13 138</b> |
| Marktvolumen Food                                | 37 951        | 39 090        | 39 559        | 40 710        | 41 102        |
| Marktvolumen Non Food                            | 43 497        | 44 178        | 43 689        | 42 552        | 42 762        |
| <b>Gesamtvolumen BAK</b>                         | <b>81 448</b> | <b>83 268</b> | <b>83 248</b> | <b>83 261</b> | <b>83 864</b> |

## Verkaufsstellen

|                                    |                                | Verkaufsstellen        |              | Verkaufsfläche                 |                  | Kassenumsatz Verkaufsstellen |               |          |             |              |
|------------------------------------|--------------------------------|------------------------|--------------|--------------------------------|------------------|------------------------------|---------------|----------|-------------|--------------|
|                                    |                                | Anzahl am 31. Dezember |              | m <sup>2</sup> am 31. Dezember |                  | Mio. CHF                     | Mio. CHF      | %        | %           |              |
|                                    |                                | 2004                   | 2003         | 2004                           | 2003             | 2004                         | 2003          |          | Anteil      |              |
| <i>Megastores</i>                  | <i>4500–8000 m<sup>2</sup></i> | 12                     | 8            | 65 140                         | 43 926           | 570                          | 526           | +        | 8,5         | 4,2          |
| <i>Supermärkte C</i>               | <i>1800–3000 m<sup>2</sup></i> | 81                     | 92           | 233 308                        | 270 391          | 2 711                        | 2 961         | –        | 8,5         | 19,9         |
| <i>Supermärkte B</i>               | <i>800–1400 m<sup>2</sup></i>  | 156                    | 164          | 233 728                        | 229 953          | 2 781                        | 2 781         | +        | 0,0         | 20,4         |
| <i>Supermärkte A</i>               | <i>250– 600 m<sup>2</sup></i>  | 555                    | 582          | 294 274                        | 286 668          | 3 516                        | 3 736         | –        | 5,9         | 25,8         |
| <i>Supermärkte</i>                 |                                | 792                    | 838          | 761 310                        | 787 012          | 9 008                        | 9 478         | –        | 5,0         | 66,0         |
| Megastores/Supermärkte             |                                | 804                    | 846          | 826 450                        | 830 938          | 9 578                        | 10 004        | –        | 4,3         | 70,2         |
| Übrige                             |                                | 5                      | 26           | 1 665                          | 9 167            | 25                           | 27            | –        | 8,5         | 0,2          |
| <b>Coop Retail</b>                 |                                | <b>809</b>             | <b>872</b>   | <b>828 115</b>                 | <b>840 105</b>   | <b>9 602</b>                 | <b>10 031</b> | <b>–</b> | <b>4,3</b>  | <b>70,4</b>  |
| Warenhäuser                        |                                | 44                     | 50           | 156 153                        | 170 327          | 1 089                        | 1 230         | –        | 11,4        | 8,0          |
| <i>Bau+Hobby</i>                   |                                | 63                     | 59           | 239 534                        | 214 291          | 619                          | 592           | +        | 4,7         | 4,5          |
| <i>Toptip</i>                      |                                | 44                     | 46           | 136 255                        | 132 477          | 216                          | 216           | +        | 0,4         | 1,6          |
| <i>Lumimart</i>                    |                                | 17                     | 16           | 12 856                         | 12 280           | 33                           | 32            | +        | 5,2         | 0,2          |
| <i>Import Parfumerie</i>           |                                | 87                     | 90           | 8 809                          | 9 185            | 141                          | 142           | –        | 0,7         | 1,0          |
| <i>Übrige</i>                      |                                | 1                      | 6            | 292                            | 3 633            | 5                            | 20            | –        | 76,8        | 0,0          |
| Fachmärkte                         |                                | 212                    | 217          | 397 746                        | 371 866          | 1 015                        | 1 001         | +        | 1,4         | 7,4          |
| <b>Coop Trading</b>                |                                | <b>256</b>             | <b>267</b>   | <b>553 899</b>                 | <b>542 193</b>   | <b>2 104</b>                 | <b>2 231</b>  | <b>–</b> | <b>5,7</b>  | <b>15,4</b>  |
| Interdiscount                      |                                | 174                    | 182          | 48 271                         | 40 396           | 829                          | 815           | +        | 1,8         | 6,1          |
| Hotels                             |                                | 3                      | 3            |                                |                  | 30                           | 26            | +        | 15,3        | 0,2          |
| <b>Coop</b>                        |                                | <b>1 242</b>           | <b>1 324</b> | <b>1 430 285</b>               | <b>1 422 694</b> | <b>12 565</b>                | <b>13 101</b> | <b>–</b> | <b>4,1</b>  | <b>92,1</b>  |
| Alcoba Distribution SA             |                                | 2                      | 2            | 9 002                          | 9 002            | 79                           | 76            | +        | 2,8         | 0,6          |
| Andréfleurs Assens SA              |                                |                        | 1            |                                | 10 918           | 7                            | 7             | –        | 3,4         | 0,1          |
| Bell-Gruppe (Verkaufsstellen)      |                                | 23                     | 38           | 801                            | 3 433            | 17                           | 65            | –        | 74,7        | 0,1          |
| <i>Tankstellen</i>                 |                                | 131                    | 124          |                                |                  | 712                          | 562           | +        | 26,7        | 5,2          |
| <i>Coop Pronto bei Tankstellen</i> |                                | (112)                  | (101)        | 9 246                          | 7 863            | 195                          | 168           | +        | 15,9        | 1,4          |
| <i>Coop Pronto stand-alone</i>     |                                | 24                     | 17           | 3 383                          | 2 318            | 55                           | 41            | +        | 34,5        | 0,4          |
| Coop Mineraloel AG                 |                                | 155                    | 141          | 12 629                         | 10 181           | 962                          | 771           | +        | 24,8        | 7,1          |
| Coop Vitality AG                   |                                | 11                     | 7            | 2 867                          | 1 921            | 20                           | 10            | +        | 86,3        | 0,1          |
| <b>Tochtergesellschaften</b>       |                                | <b>191</b>             | <b>189</b>   | <b>25 299</b>                  | <b>35 455</b>    | <b>1 084</b>                 | <b>930</b>    | <b>+</b> | <b>16,5</b> | <b>7,9</b>   |
| <b>Verkaufsstellen</b>             |                                | <b>1 433</b>           | <b>1 513</b> | <b>1 455 584</b>               | <b>1 458 149</b> | <b>13 649</b>                | <b>14 032</b> | <b>–</b> | <b>2,7</b>  | <b>100,0</b> |

## Tochtergesellschaften/Divisionen/Bankkredite

### Tochtergesellschaften

|   | Nettoerlös |          | Vollzeit-    | Grundkapital         |       |
|---|------------|----------|--------------|----------------------|-------|
|   |            |          | beschäftigte | 31.12.2004           |       |
|   | Mio. CHF   | Mio. CHF |              | Konsolidierungskreis |       |
|   | 2004       | 2003     | 31.12.2004   | Mio. CHF             | %     |
| Alcoba Distribution SA                  | 70         | 68       | 180          | 4,7                  | 50,0  |
| Andréfleurs Assens SA                   | 6          | 7        | 34           | 0,0                  | 100,0 |
| Bell-Gruppe                             | 1 525      | 1 543    | 3 394        | 2,0                  | 60,5  |
| Coop Bildungszentren Muttetz und Jongny | 13         | 12       | 72           | 0,4                  | 100,0 |
| Coop Mineraloel AG                      | 1 019      | 851      | 53           | 10,0                 | 51,0  |
| Coop Vitality AG                        | 19         | 11       | 74           | 5,0                  | 51,0  |
| Fehr & Engeli AG                        | 1          | 1        | 3            | 0,1                  | 100,0 |

### Divisionen

|                               | Mio. CHF   | Mio. CHF   | Veränderung |  | Veränderung  |  |
|-------------------------------|------------|------------|-------------|--|--------------|--|
|                               | 2004       | 2003       | Mio. CHF    |  | %            |  |
| Kassenumsatz                  | 829        | 815        | + 14        |  | + 1,7        |  |
| Detailverkäufe an Dritte      | 36         | 35         | + 1         |  | + 2,7        |  |
| <b>Division Interdiscount</b> | <b>865</b> | <b>850</b> | <b>+ 15</b> |  | <b>+ 1,8</b> |  |
| Kassenumsatz Toptip           | 216        | 216        | + 1         |  | + 0,4        |  |
| Kassenumsatz Lumimart         | 33         | 32         | + 2         |  | + 5,2        |  |
| Detailverkäufe an Dritte      | 6          | 6          | + 0         |  | + 0,7        |  |
| <b>Division Toptip</b>        | <b>255</b> | <b>253</b> | <b>+ 3</b>  |  | <b>+ 1,0</b> |  |

### Bankkredite

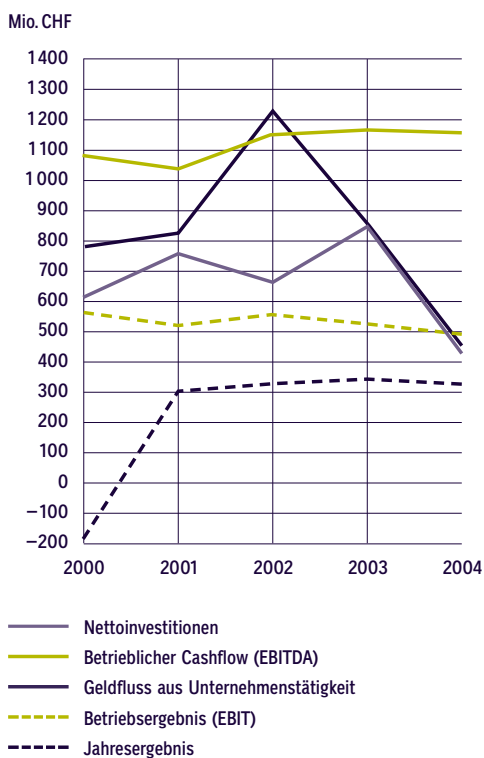
Stand 31. Dezember

|                       | Limite       |              | Benutzung    |              | Freie Limite |            |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|
|                       | 2004         | 2003         | 2004         | 2003         | 2004         | 2003       |
| Grossbanken           | 670          | 733          | 66           | 322          | 604          | 411        |
| Kantonalbanken        | 743          | 808          | 437          | 519          | 305          | 290        |
| Regionalbanken        | 68           | 78           | 48           | 58           | 20           | 20         |
| Bank Coop             | 98           | 117          | 55           | 38           | 43           | 80         |
| Auslandbanken Schweiz | 350          | 350          | 310          | 340          | 40           | 10         |
| Auslandbanken         | 195          | 120          | 163          | 120          | 32           | 0          |
| <b>Alle Banken</b>    | <b>2 125</b> | <b>2 207</b> | <b>1 080</b> | <b>1 379</b> | <b>1 044</b> | <b>810</b> |

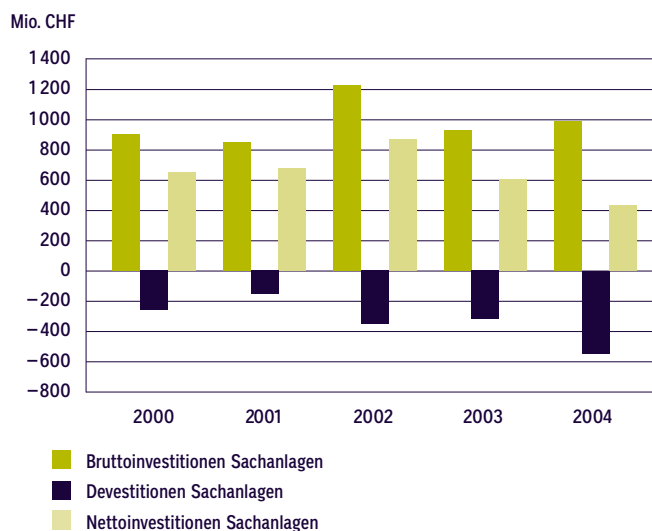


## Finanzielle Kennzahlen/Investitionen

### Finanzielle Kennzahlen (konsolidiert)



### Nettoinvestitionen Sachanlagen



| Mio. CHF                                       | 2000         | 2001        | 2002        | 2003        | 2004        |
|--|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Region Suisse Romande                          |              | 246         | 203         | 146         | 130         |
| Region Bern                                    |              | 85          | 162         | 123         | 135         |
| Region Nordwestschweiz                         |              | 269         | 519         | 384         | 344         |
| Region Zentralschweiz-Zürich                   |              | 141         | 175         | 113         | 274         |
| Region Ostschweiz-Ticino                       |              | 116         | 177         | 172         | 116         |
| <b>Bruttoinvestitionen Sachanlagen</b>         | <b>915</b>   | <b>856</b>  | <b>1236</b> | <b>938</b>  | <b>998</b>  |
| Devestitionen Sachanlagen                      | - 263        | - 167       | - 360       | - 327       | - 559       |
| <b>Nettoinvestitionen Sachanlagen</b>          | <b>652</b>   | <b>689</b>  | <b>876</b>  | <b>611</b>  | <b>439</b>  |
| Nettoinvestitionen Beteiligungen/Finanzanlagen | - 39         | 69          | - 207       | 247         | - 8         |
| <b>Nettoinvestitionen</b>                      | <b>613</b>   | <b>758</b>  | <b>669</b>  | <b>858</b>  | <b>431</b>  |
| <b>Betrieblicher Cashflow (EBITDA)</b>         | <b>1085</b>  | <b>1066</b> | <b>1151</b> | <b>1177</b> | <b>1171</b> |
| <b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>                 | <b>570</b>   | <b>521</b>  | <b>563</b>  | <b>531</b>  | <b>491</b>  |
| <b>Jahresergebnis</b>                          | <b>- 198</b> | <b>302</b>  | <b>331</b>  | <b>341</b>  | <b>320</b>  |
| <b>Geldfluss aus Unternehmenstätigkeit</b>     | <b>781</b>   | <b>832</b>  | <b>1255</b> | <b>864</b>  | <b>481</b>  |

## Mitarbeitende

|  | 2004          | 2003          | Veränderung    | %            |
|--|---------------|---------------|----------------|--------------|
| <i>VRE Suisse Romande</i>  | 4 052         | 4 363         | - 312          | - 7,1        |
| <i>VRE Bern</i>  | 3 211         | 3 494         | - 283          | - 8,1        |
| <i>VRE Nordwestschweiz</i>                                       | 4 065         | 4 312         | - 247          | - 5,7        |
| <i>VRE Zentralschweiz-Zürich</i>                                 | 4 534         | 4 715         | - 181          | - 3,8        |
| <i>VRE Ostschweiz-Ticino</i>                                     | 4 318         | 4 611         | - 293          | - 6,4        |
| <i>Zentralbereich Retail <sup>1)</sup></i>                       | 76            | 166           | - 90           | - 54,3       |
| <b>Retail</b>  | <b>20 256</b> | <b>21 661</b> | <b>- 1 406</b> | <b>- 6,5</b> |
| <i>Warenhäuser <sup>1)</sup></i>                                 | 3 661         | 4 033         | - 372          | - 9,2        |
| <i>Bau+Hobby</i>   | 1 305         | 1 264         | + 42           | + 3,3        |
| <i>Toptip</i>  | 562           | 544           | + 18           | + 3,3        |
| <i>Lumimart</i>  | 78            | 84            | - 6            | - 7,1        |
| <i>Import Parfumerie</i>   | 411           | 428           | - 18           | - 4,1        |
| <i>Zentralbereich Trading</i>                                    | 39            | 35            | + 5            | + 14,2       |
| <b>Trading</b>   | <b>6 056</b>  | <b>6 387</b>  | <b>- 331</b>   | <b>- 5,2</b> |
| <i>Interdiscount</i>   | 1 649         | 1 582         | + 68           | + 4,3        |
| <i>Logistik</i>  | 4 997         | 5 066         | - 69           | - 1,4        |
| <i>Produktion</i>  | 631           | 678           | - 47           | - 7,0        |
| <i>Übrige Zentralbereiche/Direktion Immobilien <sup>1)</sup></i> | 1 894         | 1 664         | + 230          | + 13,8       |
| <b>Stammhaus Coop</b>  | <b>35 482</b> | <b>37 038</b> | <b>- 1 556</b> | <b>- 4,2</b> |
| Coop Mineraloel AG   | 53            | 51            | + 1            | + 2,8        |
| Coop Vitality AG   | 74            | 47            | + 27           | + 58,8       |
| Bell-Gruppe  | 3 394         | 3 693         | - 299          | - 8,1        |
| Übrige Gesellschaften  | 290           | 420           | - 130          | - 31,0       |
| <b>Vollzeitbeschäftigte (inkl. Lernende)</b>                     | <b>39 292</b> | <b>41 249</b> | <b>- 1 957</b> | <b>- 4,7</b> |
| <i>VRE Suisse Romande</i>  | 5 193         | 5 647         | - 454          | - 8,0        |
| <i>VRE Bern</i>  | 4 297         | 4 702         | - 405          | - 8,6        |
| <i>VRE Nordwestschweiz</i>                                       | 4 940         | 5 324         | - 384          | - 7,2        |
| <i>VRE Zentralschweiz-Zürich</i>                                 | 6 061         | 6 269         | - 208          | - 3,3        |
| <i>VRE Ostschweiz-Ticino</i>                                     | 5 473         | 5 824         | - 351          | - 6,0        |
| <i>Zentralbereich Retail <sup>1)</sup></i>                       | 76            | 141           | - 65           | - 46,1       |
| <b>Retail</b>  | <b>26 040</b> | <b>27 907</b> | <b>- 1 867</b> | <b>- 6,7</b> |
| <i>Warenhäuser <sup>1)</sup></i>                                 | 4 142         | 4 884         | - 742          | - 15,2       |
| <i>Bau+Hobby</i>   | 1 587         | 1 526         | + 61           | + 4,0        |
| <i>Toptip</i>  | 681           | 665           | + 16           | + 2,4        |
| <i>Lumimart</i>  | 114           | 119           | - 5            | - 4,2        |
| <i>Import Parfumerie</i>   | 513           | 552           | - 39           | - 7,1        |
| <i>Zentralbereich Trading</i>                                    | 40            | 45            | - 5            | - 11,1       |
| <b>Trading</b>   | <b>7 077</b>  | <b>7 791</b>  | <b>- 714</b>   | <b>- 9,2</b> |
| <i>Interdiscount</i>   | 1 759         | 1 692         | + 67           | + 4,0        |
| <i>Logistik</i>  | 5 354         | 5 636         | - 282          | - 5,0        |
| <i>Produktion</i>  | 701           | 778           | - 77           | - 9,9        |
| <i>Übrige Zentralbereiche/Direktion Immobilien <sup>1)</sup></i> | 2 183         | 1 966         | + 217          | + 11,0       |
| <b>Stammhaus Coop</b>  | <b>43 114</b> | <b>45 770</b> | <b>- 2 656</b> | <b>- 5,8</b> |
| Coop Mineraloel AG   | 54            | 52            | + 2            | + 3,8        |
| Coop Vitality AG   | 124           | 85            | + 39           | + 45,9       |
| Bell-Gruppe  | 3 540         | 3 941         | - 401          | - 10,2       |
| Übrige Gesellschaften  | 326           | 558           | - 232          | - 41,6       |
| <b>Personen (inkl. Lernende)</b>                                 | <b>47 158</b> | <b>50 406</b> | <b>- 3 248</b> | <b>- 6,4</b> |

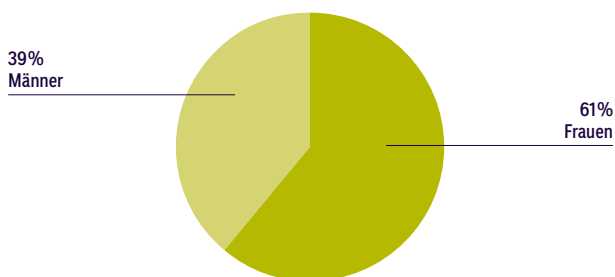
Die Abnahme der Personen im Verhältnis zur Abnahme der Vollzeitbeschäftigten hängt vor allem mit der Umgruppierung bzw. Bereinigung der nicht mehr aktiven Arbeitsvertragsverhältnisse Aushilfen/Teilzeit und Vollzeit zusammen.

|  | 2004         | 2003         | Veränderung  | %            |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <i>VRE Suisse Romande</i>  | 163          | 173          | - 10         | - 5,8        |
| <i>VRE Bern</i>  | 140          | 151          | - 11         | - 7,3        |
| <i>VRE Nordwestschweiz</i>                                       | 225          | 235          | - 10         | - 4,3        |
| <i>VRE Zentralschweiz-Zürich</i>                                 | 292          | 294          | - 2          | - 0,7        |
| <i>VRE Ostschweiz-Ticino</i>                                     | 257          | 296          | - 39         | - 13,2       |
| <i>Zentralbereich Retail <sup>1)</sup></i>                       | 0            | 2            | - 2          | - 100,0      |
| <b>Retail</b>  | <b>1 077</b> | <b>1 151</b> | <b>- 74</b>  | <b>- 6,4</b> |
| <i>Warenhäuser <sup>1)</sup></i>                                 | 166          | 196          | - 30         | - 15,3       |
| <i>Bau+Hobby</i>   | 72           | 75           | - 3          | - 4,0        |
| <i>Toptip</i>  | 14           | 12           | + 2          | + 16,7       |
| <i>Lumimart</i>  | 0            | 0            | + 0          | + 0,0        |
| <i>Import Parfumerie</i>   | 48           | 48           | + 0          | + 0,0        |
| <i>Zentralbereich Trading</i>                                    | 0            | 0            | + 0          | + 0,0        |
| <b>Trading</b>   | <b>300</b>   | <b>331</b>   | <b>- 31</b>  | <b>- 9,4</b> |
| <i>Interdiscount</i>   | 300          | 296          | + 4          | + 1,4        |
| <i>Logistik</i>  | 96           | 95           | + 1          | + 1,1        |
| <i>Produktion</i>  | 14           | 14           | + 0          | + 0,0        |
| <i>Übrige Zentralbereiche/Direktion Immobilien <sup>1)</sup></i> | 69           | 63           | + 6          | + 9,5        |
| <b>Stammhaus Coop</b>  | <b>1 856</b> | <b>1 950</b> | <b>- 94</b>  | <b>- 4,8</b> |
| Coop Mineraloel AG   | 2            | 1            | + 1          | + 100,0      |
| Coop Vitality AG   | 17           | 12           | + 5          | + 41,7       |
| Bell-Gruppe  | 51           | 79           | - 28         | - 35,4       |
| Übrige Gesellschaften  | 6            | 13           | - 7          | - 53,8       |
| <b>Lernende (Personen)</b>                                       | <b>1 932</b> | <b>2 055</b> | <b>- 123</b> | <b>- 6,0</b> |

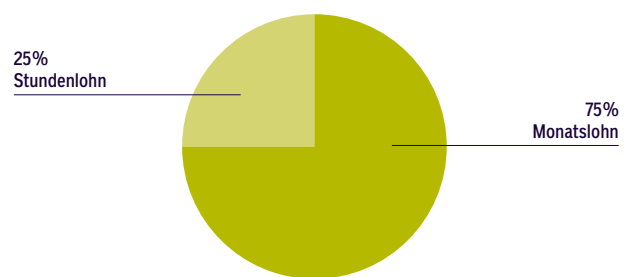
<sup>1)</sup> Umgruppierung in die neue Direktion CCM/Beschaffung

Zwar wurden erneut zusätzliche Lehrstellen geschaffen, diese konnten aber nicht mit geeigneten Bewerber/-innen besetzt werden.

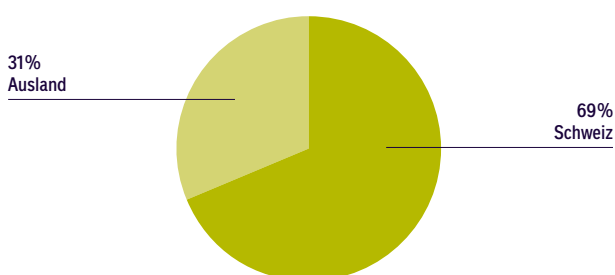
### Geschlecht



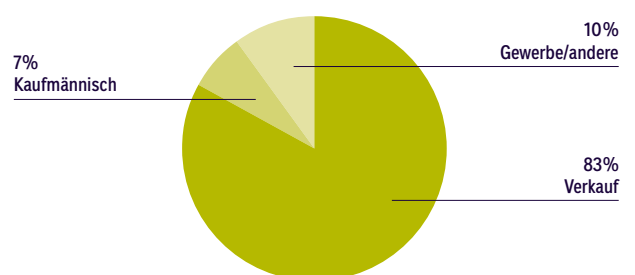
### Anstellungsverhältnis



### Nationalität



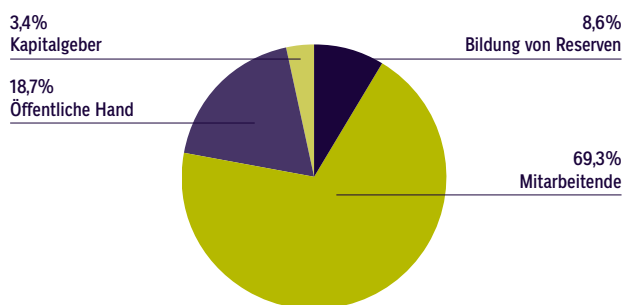
### Lernende



## Wertschöpfungsrechnung

|  | Mio. CHF<br>2004 | Mio. CHF<br>2003 | Veränderung<br>% |
|--|------------------|------------------|------------------|
| <b>Bruttobelieferungen und Leistungen</b>    | <b>16 539</b>    | <b>16 672</b>    | - 0,8            |
| <i>Waren</i>                                 | - 8 867          | - 9 100          | - 2,6            |
| <i>Übriges</i>                               | - 3 114          | - 3 122          | - 0,3            |
| Vorleistungen                                | - 11 980         | - 12 222         | - 2,0            |
| <b>Bruttowertschöpfung</b>                   | <b>4 558</b>     | <b>4 450</b>     | + 2,4            |
| Abschreibungen/Rückstellungen                | - 793            | - 605            | + 31,0           |
| <b>Nettowertschöpfung</b>                    | <b>3 766</b>     | <b>3 845</b>     | - 2,1            |
| Löhne und Gehälter                           | - 2 137          | - 2 223          | - 3,9            |
| Sozialleistungen                             | - 367            | - 378            | - 2,9            |
| Übriger Personalaufwand                      | - 68             | - 67             | + 1,8            |
| Personalrabatte inkl. Superpunkte Personal   | - 45             | - 44             | + 1,3            |
| <b>Mitarbeitende</b>                         | <b>- 2 618</b>   | <b>- 2 713</b>   | - 3,5            |
| Steuern                                      | - 83             | - 84             | - 1,7            |
| Betriebliche Steuern, Gebühren und Abgaben   | - 33             | - 30             | + 12,7           |
| Zölle  | - 504            | - 451            | + 11,7           |
| MWST   | - 85             | - 95             | - 10,5           |
| <b>Öffentliche Hand</b>                      | <b>- 705</b>     | <b>- 660</b>     | + 6,8            |
| <b>Kapitalgeber</b>                          | <b>- 123</b>     | <b>- 132</b>     | - 6,8            |
| <b>Bildung (-)/Entnahme (+) von Reserven</b> | <b>- 320</b>     | <b>- 341</b>     | - 6,2            |
| <b>Verteilung der Wertschöpfung</b>          | <b>- 3 766</b>   | <b>- 3 845</b>   | - 2,1            |

### Verteilung 2004





## Entwicklung Coop-Gruppe

|   | 2000             | 2001             | 2002             | 2003             | 2004             |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Finanzielle Kennzahlen konsolidiert (Mio. CHF)</b> |                  |                  |                  |                  |                  |
| Detailumsatz  | 12 154           | 12 453           | 13 536           | 14 396           | 13 983           |
| Kassenumsatz/Direktabsatz                             | 12 966           | 13 223           | 14 361           | 15 222           | 14 866           |
| Bruttobelieferungen und Leistungen                    |                  |                  |                  | 16 672           | 16 539           |
| Nettoerlös  | 12 337           | 12 759           | 13 721           | 14 434           | 14 127           |
| Betrieblicher Cashflow (EBITDA)                       | 1 085            | 1 066            | 1 151            | 1 177            | 1 171            |
| Betriebsergebnis (EBIT)                               | 570              | 521              | 563              | 531              | 491              |
| Finanzergebnis  | - 171            | - 191            | - 166            | - 98             | - 103            |
| Jahresergebnis  | - 198            | 302              | 331              | 341              | 320              |
| Zinspflichtiges Fremdkapital                          | 5 058            | 4 998            | 4 464            | 4 448            | 4 360            |
| Nettofinanzschuld                                     | 4 595            | 4 503            | 4 019            | 4 115            | 4 049            |
| Eigenkapital inkl. Minderheiten                       | 2 993            | 3 223            | 3 625            | 3 930            | 4 264            |
| <i>Eigenkapitalanteil in %</i>                        | <i>28,6</i>      | <i>29,9</i>      | <i>32,7</i>      | <i>34,5</i>      | <i>37,8</i>      |
| Bilanzsumme   | 10 459           | 10 794           | 11 095           | 11 385           | 11 290           |
| Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen         | 783              | 778              | 971              | 849              | 905              |
| Geldfluss aus Unternehmenstätigkeit                   | 781              | 832              | 1 255            | 864              | 457              |
| Geldfluss aus Investitionstätigkeit                   | - 613            | - 758            | - 669            | - 858            | - 434            |
| Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit                  | - 112            | - 43             | - 636            | - 119            | - 43             |
| <b>Mitarbeitende</b>                                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Personen (am 31. Dezember)                            | 45 103           | 46 197           | 49 247           | 50 406           | 47 158           |
| Vollzeitbeschäftigte                                  | 36 128           | 37 417           | 40 528           | 41 249           | 39 292           |
| <b>Mitgliederhaushalte</b> (am 31. Dezember)          | <b>2 033 545</b> | <b>2 082 387</b> | <b>2 149 863</b> | <b>2 250 740</b> | <b>2 323 602</b> |
| <b>Marktanteile (%)</b>                               |                  |                  |                  |                  |                  |
| Basis: Marktvolumen BAK                               |                  |                  |                  |                  |                  |
| <i>Food</i>   | <i>19,9</i>      | <i>20,7</i>      | <i>21,5</i>      | <i>22,2</i>      | <i>21,6</i>      |
| <i>Non Food</i>                                       | <i>8,6</i>       | <i>9,0</i>       | <i>10,0</i>      | <i>10,8</i>      | <i>10,0</i>      |
| <i>Coop-Gruppe</i>                                    | <i>13,9</i>      | <i>14,5</i>      | <i>15,6</i>      | <i>16,4</i>      | <i>15,7</i>      |
| <b>Verkaufsstellen</b>                                |                  |                  |                  |                  |                  |
| Verkaufsstellen (am 31. Dezember)                     | 1 610            | 1 597            | 1 487            | 1 513            | 1 433            |
| Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> ) (am 31. Dezember)    | 1 133 931        | 1 188 157        | 1 354 405        | 1 458 149        | 1 455 584        |
| Kassenumsatz (Mio. CHF)                               | 11 800           | 12 070           | 13 187           | 14 032           | 13 649           |

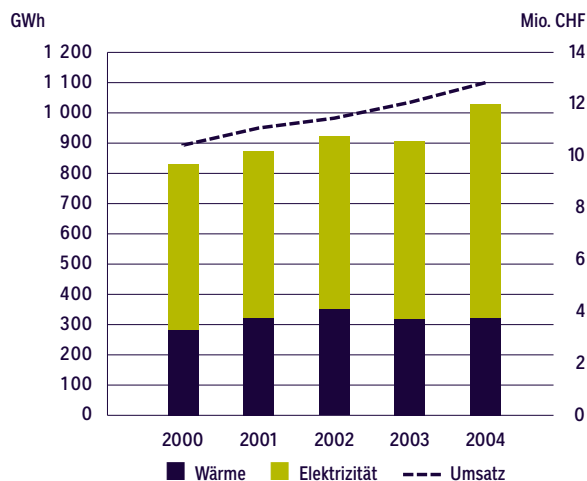
# Kennzahlen Ökologie

Erhebungsperiode der Energiedaten Juli bis Juni, übrige Daten Kalenderjahr

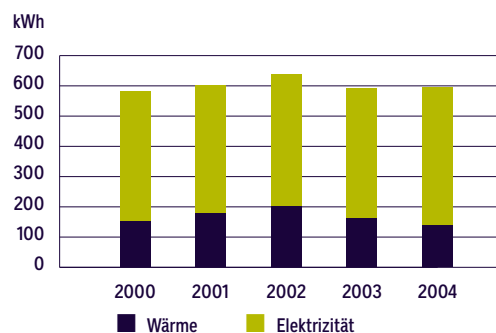
Vorjahreszahlen der Energiedaten ohne Waro und EPA, deshalb nicht direkt vergleichbar

|   | 2004      | 2003      | %      |
|---|-----------|-----------|--------|
| <b>Coop Kompetenzmarken</b>                                       |           |           |        |
| Umsatz Coop Naturaplan (1000 CHF) <sup>1)</sup>                   | 1 112 763 | 1 043 000 | + 6,7  |
| Umsatz Coop Naturaline (1000 CHF)                                 | 43 197    | 39 199    | + 10,2 |
| Umsatz Coop Oecoplan (1000 CHF)                                   | 93 921    | 80 972    | + 16,0 |
| Umsatz Max Havelaar (1000 CHF)                                    | 111 391   | 72 172    | + 54,3 |
| Umsatz (1 000 CHF) <sup>1)</sup>                                  | 1 361 272 | 1 235 343 | + 10,2 |
| <b>Elektrizität</b>   |           |           |        |
| Verbrauch Verkaufsstellen (MWh) <sup>2)</sup>                     | 562 814   | 445 577   | + 26,3 |
| Verbrauch Verteilzentralen (MWh)                                  | 96 565    | 94 604    | + 2,1  |
| Verbrauch Produktionsbetriebe (MWh) <sup>3)</sup>                 | 40 645    | 40 737    | - 0,2  |
| Verbrauch zentrale Verwaltung (MWh) <sup>4)</sup>                 | 7 346     | 5 151     | + 42,6 |
| Verbrauch (MWh)   | 707 372   | 586 069   | + 20,7 |
| Verbrauch Verkaufsstellen pro m <sup>2</sup> Verkaufsfläche (kWh) | 458       | 431       | + 6,4  |
| Verbrauch Verkaufsstellen pro 1000 CHF Umsatz (kWh)               | 46        | 39        | + 18,4 |
| Verbrauch Produktionsbetriebe pro 1000 CHF Umsatz (kWh)           | 77        | 78        | - 0,7  |
| <b>Wärme</b>  |           |           |        |
| Verbrauch Verkaufsstellen (MWh)                                   | 172 934   | 169 208   | + 2,2  |
| Verbrauch Verteilzentralen (MWh)                                  | 108 776   | 108 762   | + 0,0  |
| Verbrauch Produktionsbetriebe (MWh)                               | 32 712    | 31 750    | + 3,0  |
| Verbrauch zentrale Verwaltung (MWh)                               | 4 167     | 4 282     | - 2,7  |
| Verbrauch (MWh)   | 318 590   | 314 002   | + 1,5  |
| Verbrauch Verkaufsstellen pro m <sup>2</sup> Verkaufsfläche (kWh) | 141       | 164       | - 14,0 |
| Verbrauch Verkaufsstellen pro 1000 CHF Umsatz (kWh)               | 14        | 15        | - 4,2  |
| Verbrauch Produktionsbetriebe pro 1000 CHF Umsatz (kWh)           | 62        | 61        | + 2,6  |

## Gesamtenergieverbrauch



## Energieverbrauch pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche



|   | 2004      | 2003      | %            |
|---|-----------|-----------|--------------|
| <b>Energie (Elektrizität + Wärme)</b>                             |           |           |              |
| Verbrauch Verkaufsstellen (MWh)                                   | 735 749   | 614 785   | + 19,7       |
| Verbrauch Verteilzentralen (MWh)                                  | 205 341   | 203 366   | + 1,0        |
| Verbrauch Produktionsbetriebe (MWh)                               | 73 358    | 72 487    | + 1,2        |
| Verbrauch zentrale Verwaltung (MWh)                               | 11 514    | 9 433     | + 22,1       |
| Verbrauch (MWh)   | 1 025 961 | 900 071   | + 14,0       |
| Verbrauch Verkaufsstellen pro m <sup>2</sup> Verkaufsfläche (kWh) | 599       | 595       | + 0,7        |
| Verbrauch Verkaufsstellen pro 1000 CHF Umsatz (kWh)               | 60        | 53        | + 12,1       |
| Verbrauch Produktionsbetriebe pro 1000 CHF Umsatz (kWh)           | 140       | 139       | + 0,8        |
| <b>CO<sub>2</sub>-Ausstoss</b>                                    |           |           |              |
| Ausstoss Verkaufsstellen (t)                                      | 38 754    | 39 510    | - 1,9        |
| Ausstoss Verteilzentralen (t)                                     | 18 124    | 17 931    | + 1,1        |
| Ausstoss Produktionsbetriebe (t)                                  | 5 900     | 5 805     | + 1,6        |
| Ausstoss zentrale Verwaltung (t)                                  | 560       | 576       | - 2,8        |
| Ausstoss (t)  | 63 338    | 63 822    | - 0,8        |
| <b>Wasser</b>   |           |           |              |
| Verbrauch Verteilzentralen (m <sup>3</sup> )                      | 419 154   | 481 195   | - 12,9       |
| Verbrauch Produktionsbetriebe (m <sup>3</sup> )                   | 149 507   | 167 424   | - 10,7       |
| Verbrauch zentrale Verwaltung (m <sup>3</sup> )                   | 13 827    | 14 948    | - 7,5        |
| Verbrauch (m <sup>3</sup> )                                       | 582 488   | 663 567   | - 12,2       |
| <b>Dieserverbrauch Lkw in l/100 km</b>                            | <b>32</b> | <b>33</b> | <b>- 0,9</b> |
| <b>Abfallverwertungsquoten in %</b>                               |           |           |              |
| Verteilzentralen mit Anlieferung aus Verkaufsstellen              | 57        | 59        | - 3,8        |
| Übrige Verteilzentralen   | 72        | 66        | + 8,5        |
| Produktionsbetriebe   | 78        | 76        | + 3,3        |
| Zentrale Verwaltung   | 36        | 30        | + 19,8       |

<sup>1)</sup> Bei Naturaplan-Fleisch wird der Umsatz nicht mehr aufgrund der Belieferungs-, sondern aufgrund der Abverkaufszahlen erhoben. Die Vorjahreswerte sind entsprechend angepasst.

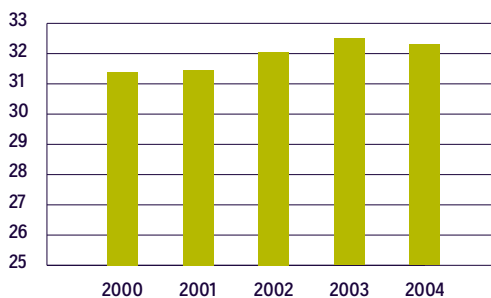
<sup>2)</sup> Supermärkte, Warenhäuser, Bau+Hobby-Märkte

<sup>3)</sup> Bananenreiferei, Chocolats Halba, CWK, Nutrex, Panofina, Pasta Gala, Reismühle Brunnen, SCS, Swissmill

<sup>4)</sup> Standorte Basel

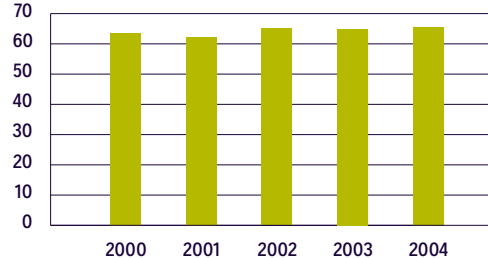
### Spezifischer Dieserverbrauch Lkw

l/100 km



### Abfallverwertungsquote Total

%







# Konsolidierte Jahresrechnung Coop-Gruppe

|     |  |
|-----|--|
| 92  | Konsolidierte Erfolgsrechnung                      |
| 93  | Konsolidierte Bilanz                               |
| 94  | Konsolidierte Geldflussrechnung                    |
| 96  | Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung           |
| 96  | Konsolidierungsgrundsätze                          |
| 96  | Bewertungsgrundsätze für ausgewählte Positionen    |
| 97  | Veränderungen im Konsolidierungskreis              |
| 98  | Erläuterungen zur konsolidierten Erfolgsrechnung   |
| 100 | Erläuterungen zur konsolidierten Bilanz            |
| 105 | Erläuterungen zur konsolidierten Geldflussrechnung |
| 106 | Weitere Angaben zur konsolidierten Jahresrechnung  |
| 108 | Konsolidierungskreis                               |
| 109 | Bericht des Konzernprüfers                         |

Alle Werte einzeln gerundet

## Konsolidierte Erfolgsrechnung

|  | Erläuterungen | Mio. CHF<br>2004 | Anteil<br>%  | Mio. CHF<br>2003 | Anteil<br>%  |
|--|---------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| Bruttobelieferungen und Leistungen <sup>1)</sup> |               | 16 539           |              | 16 672           |              |
| Erlösminderungen <sup>1)</sup>                   | 1             | – 2 412          |              | – 2 238          |              |
| <b>Nettoerlös</b>                                | 2             | <b>14 127</b>    | <b>100,0</b> | <b>14 434</b>    | <b>100,0</b> |
| Warenaufwand                                     |               | – 9 371          |              | – 9 551          |              |
| <b>Betriebsertrag</b>                            |               | <b>4 756</b>     | <b>33,7</b>  | <b>4 883</b>     | <b>33,8</b>  |
| Andere betriebliche Erträge                      | 3             | 625              |              | 603              |              |
| Personalaufwand                                  | 4             | – 2 573          |              | – 2 668          |              |
| Werbeaufwand                                     |               | – 365            |              | – 355            |              |
| Übriger Betriebsaufwand                          | 5             | – 1 273          |              | – 1 285          |              |
| <b>Betrieblicher Cashflow (EBITDA)</b>           |               | <b>1 171</b>     | <b>8,3</b>   | <b>1 177</b>     | <b>8,2</b>   |
| Abschreibungen                                   | 6             | – 679            |              | – 646            |              |
| <b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>                   |               | <b>491</b>       | <b>3,5</b>   | <b>531</b>       | <b>3,7</b>   |
| Finanzergebnis                                   | 7             | – 103            |              | – 98             |              |
| Nicht betriebliches Liegenschaftsergebnis        | 8             | 13               |              | 23               |              |
| Übriges nicht betriebliches Ergebnis             | 9             | 74               |              | 6                |              |
| <b>Ergebnis vor Steuern</b>                      |               | <b>474</b>       | <b>3,4</b>   | <b>462</b>       | <b>3,2</b>   |
| Steuern  | 10            | – 124            |              | – 108            |              |
| <b>Ergebnis nach Steuern</b>                     |               | <b>351</b>       | <b>2,5</b>   | <b>353</b>       | <b>2,4</b>   |
| Anteile Dritter am Ergebnis                      |               | – 31             |              | – 12             |              |
| <b>Jahresergebnis</b>                            |               | <b>320</b>       | <b>2,3</b>   | <b>341</b>       | <b>2,4</b>   |

<sup>1)</sup> Anpassungen gemäss Erläuterung 1. Die Vorjahreswerte sind entsprechend angepasst. Ab Stufe Nettoerlös bleiben die Vorjahreswerte unverändert.

## Konsolidierte Bilanz

per 31. Dezember

|  | Erläuterungen | Mio. CHF<br>2004 | Anteil<br>%  | Mio. CHF<br>2003 | Anteil<br>%  |
|--|---------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| Flüssige Mittel                                  | 11            | 311              |              | 332              |              |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen       | 12            | 277              |              | 355              |              |
| Übrige Forderungen                               | 13            | 399              |              | 210              |              |
| Vorräte  | 14            | 1 573            |              | 1 526            |              |
| <b>Umlaufvermögen</b>                            |               | <b>2 560</b>     | <b>22,7</b>  | <b>2 424</b>     | <b>21,3</b>  |
| Immaterielle Anlagen                             | 15            | 281              |              | 323              |              |
| Finanzanlagen                                    | 16            | 206              |              | 257              |              |
| Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen                   | 17            | 1 309            |              | 1 247            |              |
| Immobilien                                       | 18            | 6 935            |              | 7 134            |              |
| <b>Anlagevermögen</b>                            |               | <b>8 731</b>     | <b>77,3</b>  | <b>8 961</b>     | <b>78,7</b>  |
| <b>Aktiven</b>                                   |               | <b>11 290</b>    | <b>100,0</b> | <b>11 385</b>    | <b>100,0</b> |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 19            | 993              |              | 1 088            |              |
| Übrige Verbindlichkeiten                         | 20            | 1 039            |              | 1 119            |              |
| <b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>                |               | <b>2 031</b>     | <b>18,0</b>  | <b>2 207</b>     | <b>19,4</b>  |
| Langfristige Verbindlichkeiten                   | 21            | 3 153            |              | 2 850            |              |
| Grundpfandgesicherte Verbindlichkeiten           | 22            | 888              |              | 1 371            |              |
| Rückstellungen                                   | 23            | 954              |              | 1 027            |              |
| <b>Langfristiges Fremdkapital</b>                |               | <b>4 995</b>     | <b>44,2</b>  | <b>5 248</b>     | <b>46,1</b>  |
| <b>Fremdkapital</b>                              | 24            | <b>7 027</b>     | <b>62,2</b>  | <b>7 455</b>     | <b>65,5</b>  |
| Anteilscheinkapital                              |               |                  |              |                  |              |
| Reserven   |               | 1 344            |              | 1 162            |              |
| <i>Thesaurierte Ergebnisse</i>                   |               | 2 376            |              | 2 219            |              |
| <i>Jahresergebnis</i>                            |               | 320              |              | 341              |              |
| Bilanzgewinn                                     |               | 2 696            |              | 2 560            |              |
| <i>Eigenkapital ohne Minderheiten</i>            |               | 4 041            | 35,8         | 3 722            | 32,7         |
| <i>Minderheiten</i>                              |               | 223              | 2,0          | 208              | 1,8          |
| <b>Eigenkapital inkl. Minderheiten</b>           | 25            | <b>4 264</b>     | <b>37,8</b>  | <b>3 930</b>     | <b>34,5</b>  |
| <b>Passiven</b>                                  |               | <b>11 290</b>    | <b>100,0</b> | <b>11 385</b>    | <b>100,0</b> |

## Konsolidierte Geldflussrechnung

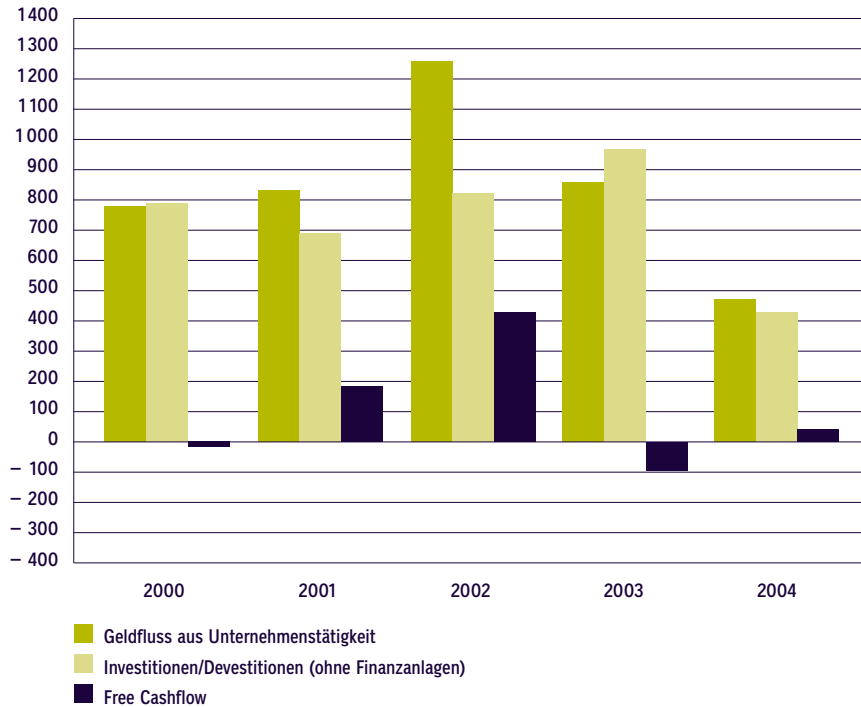
Fonds flüssige Mittel

|   | Erläuterungen | Mio. CHF<br>2004 | Mio. CHF<br>2003 |
|---|---------------|------------------|------------------|
| <b>Jahresergebnis</b>                                     |               | <b>320</b>       | <b>341</b>       |
| Abschreibungen Finanzanlagen                              |               | 1                |                  |
| Abschreibungen immaterielle Anlagen                       |               | 63               | 61               |
| Abschreibungen Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen             |               | 327              | 357              |
| Abschreibungen Immobilien                                 |               | 426              | 290              |
| Abschreibungen nicht betriebliche Anlagen                 |               | 7                | 7                |
| <b>Abschreibungen</b>                                     |               | <b>825</b>       | <b>715</b>       |
| Gewinn (-)/Verlust aus Veräusserung Anlagevermögen        |               | - 210            | - 98             |
| Nicht liquiditätswirksamer Ertrag                         |               | - 1              |                  |
| Ertrag (-)/Aufwand aus Bewertung von Equity-Beteiligungen |               |                  | - 3              |
| Zunahme/Abnahme Rückstellungen                            |               | - 29             | - 106            |
| <b>Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen</b>      |               | <b>905</b>       | <b>849</b>       |
| Abnahme/Zunahme (-) des Umlaufvermögens                   |               | - 157            | 24               |
| Zunahme/Abnahme zinsfreie Verbindlichkeiten               |               | - 267            | - 9              |
| <b>Geldfluss aus Unternehmenstätigkeit</b>                |               | <b>481</b>       | <b>864</b>       |
| Immaterielle Anlagen Investitionen                        |               | - 19             | - 26             |
| Immaterielle Anlagen Devestitionen                        |               | 0                |                  |
| Immaterielle Anlagen Umgruppierungen                      |               | 0                |                  |
| <b>Immaterielle Anlagen</b>                               |               | <b>- 19</b>      | <b>- 26</b>      |
| Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen, Investitionen             |               | - 406            | - 336            |
| Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen, Devestitionen             |               | 15               | 12               |
| <b>Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen</b>                     |               | <b>- 390</b>     | <b>- 324</b>     |
| Immobilien Investitionen                                  |               | - 570            | - 572            |
| Immobilien aktivierte Eigenleistungen                     |               | - 3              | - 4              |
| Immobilien Devestitionen                                  |               | 544              | 315              |
| <b>Immobilien</b>   |               | <b>- 29</b>      | <b>- 261</b>     |
| Beteiligungen Investitionen                               |               | - 4              | - 343            |
| Beteiligungen Devestitionen                               |               | 2                |                  |
| <b>Beteiligungen</b>                                      |               | <b>- 2</b>       | <b>- 343</b>     |
| Finanzanlagen Investitionen                               |               | - 19             | - 24             |
| Finanzanlagen Devestitionen                               |               | 29               | 120              |
| Finanzanlagen Umgruppierungen                             |               |                  |                  |
| <b>Finanzanlagen</b>                                      |               | <b>10</b>        | <b>96</b>        |
| <b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>                | 26            | <b>- 431</b>     | <b>- 858</b>     |
| Zunahme/Abnahme zinspflichtige Verbindlichkeiten          |               | - 85             | - 118            |
| Zunahme/Abnahme Anteile Dritter am Kapital                |               | 15               | - 1              |
| Währungseinfluss  |               | 0                | 0                |
| Erstanwendung FER 24                                      |               | - 2              | 0                |
| <b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>               |               | <b>- 71</b>      | <b>- 119</b>     |
| <b>Geldzufluss/Geldabfluss (-)</b>                        |               | <b>- 21</b>      | <b>- 113</b>     |
| <b>Flüssige Mittel am Jahresbeginn</b>                    |               | <b>332</b>       | <b>445</b>       |
| <b>Geldzufluss/Geldabfluss (-)</b>                        |               | <b>- 21</b>      | <b>- 113</b>     |
| <b>Flüssige Mittel am Jahresende</b>                      |               | <b>311</b>       | <b>332</b>       |



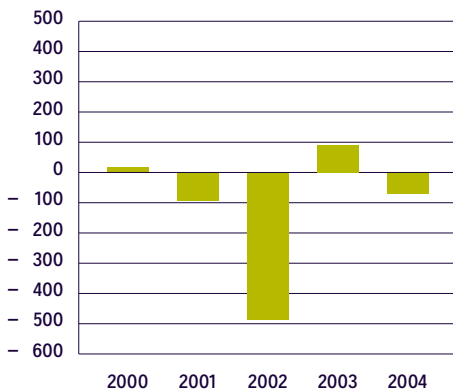
## Free Cashflow

Mio. CHF



## Veränderung der Nettofinanzschuld

Mio. CHF



Nettofinanzschuld:  
zinspflichtiges Fremdkapital abzüglich flüssiger Mittel

# Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung

## Konsolidierungsgrundsätze

### Grundlagen

Die Rechnungslegung der Coop-Gruppe erfolgt in Übereinstimmung mit den Fachempfehlungen zur Rechnungslegung Swiss GAAP FER. Auf dieser Grundlage wurden interne Gliederungs-, Bewertungs- und Offenlegungsvorschriften erstellt, welche einheitlich angewendet werden. Die konsolidierte Jahresrechnung basiert auf den geprüften Einzelabschlüssen per 31. Dezember und vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

### Vollkonsolidierung

Die Coop-Gruppe umfasst die Genossenschaft Coop und deren Tochtergesellschaften sowie alle Gesellschaften in der Schweiz und im Ausland, die direkt oder indirekt kontrolliert werden (bei einem Anteil der Coop-Gruppe von 50% oder mehr der Stimmrechte). Im Rahmen der Vollkonsolidierung werden Aktiven, Passiven, Aufwand sowie Ertrag gesamthaft berücksichtigt. Allfällige Beteiligungen von Dritten an vollkonsolidierten Gesellschaften werden als Minderheitsanteile separat ausgewiesen. Neu erworbene Gesellschaften werden vom Tag des Erwerbs an konsolidiert respektive vom Veräusserungsdatum an von der konsolidierten Jahresrechnung ausgeschlossen. Mehrwerte in den übernommenen Nettoaktiven werden nur im Ausmass des Gruppenanteils aktiviert.

Alle gruppeninternen Beziehungen und Transaktionen werden eliminiert. Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der angelsächsischen «Purchase-Methode», welche das Eigenkapital der Gesellschaft zum Zeitpunkt des Erwerbs bzw. der Gründung mit dem Buchwert der Beteiligung bei der Muttergesellschaft verrechnet. Nach erfolgten Abklärungen können Zwischengewinne als unwesentlich eingestuft werden.

### Equity-Methode

Beteiligungen an Gesellschaften, an denen die Coop-Gruppe stimmenmässig mit 20% bis 50% beteiligt ist, werden – sofern sie wirtschaftlich relevant sind – in der Regel zum anteiligen Eigenkapitalwert und zum anteiligen Jahresergebnis bewertet.

### Übrige Beteiligungen

Alle übrigen Beteiligungen von weniger als 20% werden zu Anschaffungskosten abzüglich der notwendigen Wertberichtigungen ausgewiesen und in den Finanzanlagen oder Wertschriften geführt.

### Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis ist auf Seite 108 abgebildet.

### Bewertungsgrundsätze für ausgewählte Positionen

#### Flüssige Mittel

Die flüssigen Mittel enthalten die Kassenbestände, Postcheck- und Bankguthaben. Die Wertschriften und Obligationen sind marktgängige, leicht realisierbare Titel. Sie werden zum Anschaffungs- bzw. zum tieferen Marktwert bilanziert.

#### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und übrige Forderungen

Die Forderungen sind zum einbringlichen Nettowert ausgewiesen. Nach den Einzelwertberichtigungen wurde für allgemeine Kreditrisiken ein Delkrederer von 1% gebildet.

#### Vorräte

Die Vorräte sind zu Einstandspreisen bewertet. Diese setzen sich zusammen aus den Nettoeinkaufspreisen und den Nebenkosten. Soweit der den Beständen am Bilanzstichtag beizumessende Wert unter den so ermittelten Anschaffungskosten liegt, kommt das Niederstwert-Prinzip zur Anwendung. Nicht mehr verwendbare Materialien sind einzelwertberichtigt.

#### Immaterielle Anlagen

Ein beim Erwerb von Beteiligungen entstandener Goodwill wird grundsätzlich aktiviert und linear über eine Dauer von 5 bis 8 Jahren abgeschrieben. Goodwill aus Akquisitionen vor dem 1. Januar 1993 wurde direkt mit den thesaurierten Gewinnen verrechnet. Die übrigen immateriellen Anlagen sind zum Anschaffungswert mit linearen Abschreibungen von 3 bis 8 Jahren bilanziert. Zu dieser Gruppe gehören ebenfalls Markenrechte, welche jedes Jahr einer Werthaltigkeitsprüfung unterzogen werden.

#### Finanzanlagen

Die Finanzanlagen werden zum Anschaffungswert unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen bilanziert.

### Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen, Immobilien

Die Bewertung des Sachanlagevermögens erfolgt zu Anschaffungskosten abzüglich der betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen. Die Abschreibungen erfolgen linear über die wirtschaftliche Nutzungsdauer des Anlagegutes. Diese beträgt für

|                                   |                |
|-----------------------------------|----------------|
| Verkaufsstelleneinrichtungen      | 8 Jahre        |
| Mobilien                          | 5 – 10 Jahre   |
| Maschinen und maschinelle Anlagen | 10 – 15 Jahre  |
| Fahrzeuge                         | 3 – 10 Jahre   |
| Kurzlebige Bauten                 | 3 – 20 Jahre   |
| Immobilien                        | 50 – 100 Jahre |

Durch Finanzleasing finanzierte Sachanlagen werden wie die übrigen Anlagen aktiviert und gemäss Abschreibungstabelle linear abgeschrieben. Die entsprechenden Barwerte ohne Zins werden als Leasingverpflichtungen in den langfristigen Verbindlichkeiten passiviert.

Intern werden die Verkehrswerte der Immobilien ermittelt. Gesamthaft liegt der Verkehrswert dieser Objekte deutlich über dem Buchwert, womit auf der Basis von Fortführungswerten beträchtliche Reserven vorhanden sind.

### Fremdkapital

Als kurzfristiges Fremdkapital gelten alle innerhalb eines Jahres fälligen Schulden sowie Abgrenzungen. Im langfristigen Fremdkapital sind Verpflichtungen mit einer Laufzeit von über einem Jahr enthalten. Die Verbindlichkeiten werden zu ihrem Nominalwert bilanziert. Rückstellungen werden nach betriebswirtschaftlichen Kriterien bemessen.

### Steuern

Alle Ertragssteuern, die sich aufgrund der steuerlichen Gewinne des Geschäftsjahres ergeben, sind der Erfolgsrechnung belastet, unabhängig vom Zeitpunkt der Fälligkeit. Darüber hinaus entstehen aufgrund der zeitlich unterschiedlichen Erfassung einzelner Erträge und Aufwendungen im Gruppen- bzw. steuerlichen Einzelabschluss zusätzliche Steuern (latente Steuern). Die latenten Steuern auf diesen Abweichungen werden zu einem durchschnittlichen Steuersatz berechnet, der sich aus den lokal geltenden Steuersätzen sowie den steuerlich verwendbaren Verlustvorträgen ergibt.

### Definition Bruttobelieferungen und Leistungen

Die Bruttobelieferungen und Leistungen umfassen den Wert aller an die Verkaufsstellen gelieferten Waren sowie die Erlöse aus Direktabsatz und Leistungen an Dritte. Von diesem Wert werden die Erlösminderungen abgezogen. Zum Vergleich wurden die Vorjahreswerte angepasst. Die prozentualen Anteile der konsolidierten Erfolgsrechnung sind – wie bisher – auf dem Nettoerlös aufgebaut.

### Veränderungen im Konsolidierungskreis

Im Geschäftsjahr 2004 sind gegenüber dem Vorjahr im Coop-Konsolidierungskreis folgende Veränderungen eingetreten:

Per 1. Januar 2004 wurden die Einzelhandelsunternehmen Coop Einzelhandels AG, Toptip AG, EPA AG und Waro AG sowie die Produktionsunternehmen Argo AG, Chocolats Halba AG, CWK AG, Nutrex AG, Pasta Gala SA, Reismühle Brunnen AG und Steinfels Cleaning Systems AG in die Coop Immobilien AG fusioniert. Die betrieblichen Teile wurden in die Firma Coop übertragen.

Die Firma Toptip AG wurde in TT Immobilien AG und die Firma Pasta Gala SA in PG Immobilien SA umbenannt.

Die Firmen BGM Immobilien AG, Brand Immobilien AG sowie die Wehrli & Co. AG wurden alle mit der Coop Immobilien AG fusioniert.

Per 1. Juli 2004 wurde die CAG Verwaltungs AG übernommen.

Die Firma Andréfleurs Assens SA wurde am 31. Dezember 2004 verkauft.

## Erläuterungen zur konsolidierten Erfolgsrechnung

|  | Mio. CHF<br>2004 | Mio. CHF<br>2003 |
|--|------------------|------------------|
| Aktionen und Rabatte   | – 1 425          | – 1 219          |
| Personalrabatte inkl. Superpunkte Personal   | – 45             | – 44             |
| Mehrwertsteuer   | – 627            | – 641            |
| Superpunkte  | – 112            | – 126            |
| Warenabschreibung/Inventurdifferenzen  | – 204            | – 209            |
| <b>1 Erlösminderungen</b>  | <b>– 2 412</b>   | <b>– 2 238</b>   |
| Die Bruttobelieferungen und Leistungen umfassen den Wert aller an die Verkaufsstellen gelieferten Waren sowie die Erlöse aus Direktabsatz und Leistungen an Dritte. Von diesem Wert werden die Erlösminderungen abgezogen. Nicht in den Erlösminderungen enthalten sind direkte Preismassnahmen. |                  |                  |
| Nettoerlös Food  | 9 144            | 9 248            |
| Nettoerlös Non Food  | 4 982            | 5 186            |
| <b>2 Nettoerlöse nach Sparten</b>  | <b>14 127</b>    | <b>14 434</b>    |
| Region Suisse Romande  | 2 734            | 2 765            |
| Region Bern  | 1 910            | 1 965            |
| Region Nordwestschweiz   | 2 717            | 2 858            |
| Region Zentralschweiz-Zürich   | 2 933            | 3 002            |
| Region Ostschweiz-Ticino   | 2 568            | 2 634            |
| Hauptsitz/Produktion   | 1 264            | 1 211            |
| <b>2 Nettoerlöse</b>   | <b>14 127</b>    | <b>14 434</b>    |
| Andere betriebliche Erträge  | 518              | 512              |
| Betriebliche Mietzinserträge   | 101              | 92               |
| Aktivierete Eigenleistungen  | 3                | 4                |
| Bestandesveränderungen Halb- und Fertigfabrikate   | 4                | – 4              |
| <b>3 Andere betriebliche Erträge</b>   | <b>625</b>       | <b>603</b>       |
| In der Position «Andere betriebliche Erträge» sind u.a. Einnahmen aus Toto, Lotto, Parking, Werbung, chemischer Reinigung, Fotolaborarbeiten sowie diverse Bonifikationen enthalten.   |                  |                  |
| Löhne/Gehälter   | – 2 137          | – 2 223          |
| Sozialleistungen   | – 367            | – 378            |
| Sozialleistungssatz in %   | 17,2             | 17,0             |
| Übriger Personalaufwand  | – 68             | – 67             |
| <b>4 Personalaufwand</b>   | <b>– 2 573</b>   | <b>– 2 668</b>   |
| Mieten   | – 344            | – 343            |
| Büro- und Verwaltungsaufwand <sup>1)</sup>   | – 142            | – 155            |
| Sachversicherungen und Abgaben   | – 56             | – 56             |
| Unterhalt und Ersatz   | – 231            | – 224            |
| Energieaufwand und Betriebsmaterial  | – 231            | – 232            |
| Diverse Aufwendungen <sup>1)</sup>   | – 270            | – 276            |
| <b>5 Übriger Betriebsaufwand</b>   | <b>– 1 273</b>   | <b>– 1 285</b>   |

<sup>1)</sup> Umgruppierung Vorjahr im Betrag von 11 Mio. CHF

|   | Mio. CHF<br>2004 | Mio. CHF<br>2003 |
|---|------------------|------------------|
| Goodwill  | – 40             | – 20             |
| Übrige immaterielle Anlagen   | – 23             | – 25             |
| Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen  | – 324            | – 334            |
| Immobilien  | – 292            | – 266            |
| <b>6 Abschreibungen</b>   | <b>– 679</b>     | <b>– 646</b>     |
| Siehe Details in der Position 8 «Nicht betriebliches Liegenschaftsergebnis» wie auch in der Position 9 «Übriges nicht betriebliches Ergebnis» |                  |                  |
| <i>Zinsertrag und Dividenden</i>  | 17               | 31               |
| <i>Beteiligungsertrag von Equity-Gesellschaften</i>   | 3                | 3                |
| Finanzertrag  | 19               | 34               |
| <i>Zinsaufwand</i>  | – 114            | – 127            |
| <i>Nicht realisierte Kursverluste auf Wertschriften</i>   | – 1              | – 1              |
| <i>Übriger Finanzaufwand</i>  | – 8              | – 3              |
| Finanzaufwand   | – 123            | – 132            |
| <b>7 Finanzergebnis</b>   | <b>– 103</b>     | <b>– 98</b>      |
| Mietertrag  | 26               | 38               |
| Nicht betriebliche Abschreibungen   | – 7              | – 7              |
| Übriger nicht betrieblicher Aufwand   | – 5              | – 8              |
| <b>8 Nicht betriebliches Liegenschaftsergebnis</b>  | <b>13</b>        | <b>23</b>        |
| <i>Veräusserungsgewinn auf Anlagevermögen</i>   | 210              | 98               |
| <i>Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen</i>   | 23               | 41               |
| <i>Auflösung Restrukturierungs- und Integrationsrückstellungen</i>  | 0                | 28               |
| <i>Periodenfremde und übrige nicht betriebliche Erträge</i>   | 159              | 190              |
| Übriger nicht betrieblicher Ertrag  | 392              | 357              |
| <i>Nicht betriebliche Abschreibungen aus Wertverminderung immaterielle Anlagen</i>  | – 0              | – 16             |
| <i>Nicht betriebliche Abschreibungen aus Wertverminderung Finanzanlagen</i>   |                  |                  |
| <i>Nicht betriebliche Abschreibungen aus Wertverminderung Sachanlagen</i>   | – 138            | – 47             |
| <i>Bildung Restrukturierungs- und Integrationsrückstellungen</i>  | – 5              | – 125            |
| <i>Bildung von Rückstellungen</i>   | – 80             | – 70             |
| <i>Periodenfremder und übriger nicht betrieblicher Aufwand</i>  | – 95             | – 93             |
| Übriger nicht betrieblicher Aufwand   | – 318            | – 351            |
| <b>9 Übriges nicht betriebliches Ergebnis</b>   | <b>74</b>        | <b>6</b>         |
| Kapital-, Ertrags- und Grundstücksgewinnsteuer  | – 72             | – 79             |
| Handänderungssteuer   | – 10             | – 5              |
| Latente Steuern   | – 41             | – 24             |
| <b>10 Steuern</b>   | <b>– 124</b>     | <b>– 108</b>     |



## Erläuterungen zur konsolidierten Bilanz

|  | Mio. CHF<br>2004 | Mio. CHF<br>2003                |                          |             |              |              |
|--|------------------|---------------------------------|--------------------------|-------------|--------------|--------------|
| Flüssige Mittel                                      | 251              | 263                             |                          |             |              |              |
| Festgelder bei Banken                                | 19               | 23                              |                          |             |              |              |
| Wertschriften  | 41               | 45                              |                          |             |              |              |
| <b>11 Flüssige Mittel</b>                            | <b>311</b>       | <b>332</b>                      |                          |             |              |              |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen           | 277              | 355                             |                          |             |              |              |
| Forderungen gegenüber teilkonsolidierten Unternehmen | 0                | 0                               |                          |             |              |              |
| <b>12 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</b> | <b>277</b>       | <b>355</b>                      |                          |             |              |              |
| Übrige Forderungen                                   | 248              | 52                              |                          |             |              |              |
| Aktive Rechnungsabgrenzung                           | 151              | 159                             |                          |             |              |              |
| <b>13 Übrige Forderungen</b>                         | <b>399</b>       | <b>210</b>                      |                          |             |              |              |
| Handelswaren   | 1 347            | 1 287                           |                          |             |              |              |
| Halb- und Fertigfabrikate (Produktion)               | 122              | 129                             |                          |             |              |              |
| Rohmaterial  | 92               | 92                              |                          |             |              |              |
| Hilfs- und Verpackungsmaterial                       | 12               | 18                              |                          |             |              |              |
| <b>14 Vorräte</b>                                    | <b>1 573</b>     | <b>1 526</b>                    |                          |             |              |              |
|  | Goodwill         | Patente/<br>Lizenzen/<br>Marken | Organisa-<br>tionskosten | Software    |              |              |
| Nettobuchwert am 1.1.                                | 258              | 2                               | 27                       | 36          | 323          | 154          |
| <i>Anschaffungswert am 1.1.</i>                      | <i>323</i>       | <i>3</i>                        | <i>95</i>                | <i>57</i>   | <i>478</i>   | <i>550</i>   |
| <i>Veränderungen im Konsolidierungskreis</i>         | <i>– 0</i>       | <i>– 0</i>                      | <i>0</i>                 |             | <i>0</i>     | <i>0</i>     |
| <i>Investitionen</i>                                 | <i>– 0</i>       |                                 | <i>1</i>                 | <i>19</i>   | <i>19</i>    | <i>225</i>   |
| <i>Devestitionen</i>                                 | <i>– 1</i>       |                                 | <i>– 0</i>               | <i>– 2</i>  | <i>– 3</i>   | <i>– 6</i>   |
| <i>Währungseinfluss</i>                              | <i>– 0</i>       | <i>– 0</i>                      | <i>– 0</i>               |             | <i>– 0</i>   | <i>0</i>     |
| <i>Umgruppierungen</i>                               | <i>– 1</i>       | <i>19</i>                       | <i>– 20</i>              | <i>4</i>    | <i>3</i>     | <i>– 291</i> |
| Anschaffungswert am 31.12.                           | 320              | 22                              | 76                       | 78          | 497          | 478          |
| <i>Kumulierte Abschreibungen am 1.1.</i>             | <i>– 66</i>      | <i>– 1</i>                      | <i>– 68</i>              | <i>– 20</i> | <i>– 155</i> | <i>– 397</i> |
| <i>Veränderungen im Konsolidierungskreis</i>         | <i>0</i>         | <i>– 0</i>                      | <i>– 0</i>               |             | <i>– 0</i>   | <i>– 0</i>   |
| <i>Abschreibungen</i>                                | <i>– 39</i>      | <i>– 0</i>                      | <i>– 9</i>               | <i>– 14</i> | <i>– 63</i>  | <i>– 45</i>  |
| <i>Nicht betriebliche Abschreibungen</i>             |                  |                                 |                          |             |              | <i>– 16</i>  |
| <i>Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen</i>   | <i>1</i>         |                                 | <i>0</i>                 | <i>1</i>    | <i>3</i>     | <i>6</i>     |
| <i>Währungseinfluss</i>                              | <i>0</i>         | <i>0</i>                        |                          | <i>0</i>    | <i>0</i>     | <i>– 0</i>   |
| <i>Umgruppierungen</i>                               | <i>1</i>         | <i>– 9</i>                      | <i>10</i>                | <i>– 3</i>  | <i>– 1</i>   | <i>297</i>   |
| Kumulierte Abschreibungen am 31.12.                  | – 103            | – 11                            | – 67                     | – 36        | – 216        | – 155        |
| <b>15 Immaterielle Anlagen am 31.12.</b>             | <b>218</b>       | <b>11</b>                       | <b>9</b>                 | <b>42</b>   | <b>281</b>   | <b>323</b>   |

Forschungs- und Entwicklungskosten wurden keine aktiviert.

|                                   | Finanzanlagen<br>bei Banken | Übrige<br>Finanzanlagen | Beteiligungen<br>(Equity-Methode) | Mio. CHF<br>2004 | Mio. CHF<br>2003 |
|-----------------------------------|-----------------------------|-------------------------|-----------------------------------|------------------|------------------|
| Nettobuchwert am 1.1.             | 64                          | 180                     | 12                                | 257              | 344              |
| Zugang                            |                             | 19                      | 6                                 | 25               | 33               |
| Abgang                            | - 48                        | - 26                    |                                   | - 74             | - 120            |
| Wertberichtigung                  |                             | - 1                     |                                   | - 1              |                  |
| Umgruppierungen                   | 0                           | - 2                     |                                   | - 2              |                  |
| <b>16 Finanzanlagen am 31.12.</b> | <b>17</b>                   | <b>171</b>              | <b>18</b>                         | <b>206</b>       | <b>257</b>       |

|  | Mobilien/<br>Werkzeuge | Fahrzeuge    | Informatik   | Maschinen/<br>Masch. Anl. | Mio. CHF<br>2004 | Mio. CHF<br>2003 |
|--|------------------------|--------------|--------------|---------------------------|------------------|------------------|
| Nettobuchwert am 1.1.                              | 763                    | 68           | 128          | 288                       | 1 247            | 1 276            |
| <i>Anschaffungswert am 1.1.</i>                    | <i>1 912</i>           | <i>174</i>   | <i>502</i>   | <i>806</i>                | <i>3 394</i>     | <i>3 159</i>     |
| <i>Veränderungen im Konsolidierungskreis</i>       | <i>- 1</i>             | <i>- 0</i>   | <i>- 1</i>   | <i>- 1</i>                | <i>- 2</i>       | <i>61</i>        |
| <i>Investitionen</i>                               | <i>219</i>             | <i>18</i>    | <i>35</i>    | <i>134</i>                | <i>406</i>       | <i>336</i>       |
| <i>Devestitionen</i>                               | <i>- 347</i>           | <i>- 37</i>  | <i>- 141</i> | <i>- 65</i>               | <i>- 589</i>     | <i>- 133</i>     |
| <i>Währungseinfluss</i>                            | <i>- 0</i>             | <i>- 0</i>   | <i>- 0</i>   | <i>- 0</i>                | <i>- 0</i>       | <i>1</i>         |
| <i>Umgruppierungen</i>                             | <i>42</i>              | <i>- 0</i>   | <i>3</i>     | <i>- 55</i>               | <i>- 10</i>      | <i>- 29</i>      |
| Anschaffungswert am 31.12.                         | 1 826                  | 155          | 397          | 820                       | 3 198            | 3 394            |
| <i>Kumulierte Abschreibungen am 1.1.</i>           | <i>- 1 150</i>         | <i>- 106</i> | <i>- 374</i> | <i>- 518</i>              | <i>- 2 147</i>   | <i>- 1 883</i>   |
| <i>Veränderungen im Konsolidierungskreis</i>       | <i>1</i>               | <i>0</i>     | <i>1</i>     | <i>1</i>                  | <i>2</i>         | <i>- 33</i>      |
| <i>Abschreibungen</i>                              | <i>- 187</i>           | <i>- 17</i>  | <i>- 62</i>  | <i>- 58</i>               | <i>- 324</i>     | <i>- 334</i>     |
| <i>Nicht betriebliche Abschreibungen</i>           | <i>- 2</i>             |              |              | <i>- 1</i>                | <i>- 3</i>       | <i>- 23</i>      |
| <i>Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen</i> | <i>337</i>             | <i>35</i>    | <i>140</i>   | <i>63</i>                 | <i>574</i>       | <i>122</i>       |
| <i>Währungseinfluss</i>                            | <i>0</i>               | <i>0</i>     | <i>0</i>     | <i>0</i>                  | <i>0</i>         | <i>- 0</i>       |
| <i>Umgruppierungen</i>                             | <i>7</i>               | <i>0</i>     | <i>3</i>     | <i>- 2</i>                | <i>9</i>         | <i>5</i>         |
| Kumulierte Abschreibungen am 31.12.                | - 994                  | - 87         | - 292        | - 516                     | - 1 889          | - 2 147          |
| <b>17 Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen am 31.12.</b> | <b>832</b>             | <b>67</b>    | <b>106</b>   | <b>304</b>                | <b>1 309</b>     | <b>1 247</b>     |

Die Position «Umgruppierungen» umfasst Verschiebungen von Vorauszahlungen in eine andere Anlagenkategorie.

|  | Unbebaute<br>Grundstücke | Installa-<br>tionen | Gebäude      | Nicht betr.<br>Liegenschaften | Mio. CHF<br>2004 | Mio. CHF<br>2003 |
|--|--------------------------|---------------------|--------------|-------------------------------|------------------|------------------|
| Nettobuchwert am 1.1.  | 58                       | 1 124               | 5 855        | 96                            | 7 134            | 6 878            |
| <i>Anschaffungswert am 1.1.</i>  | 63                       | 1 893               | 7 834        | 141                           | 9 930            | 9 438            |
| <i>Veränderungen im Konsolidierungskreis</i>   |                          | 0                   | - 6          |                               | - 6              | 258              |
| <i>Investitionen</i>   | - 0                      | 240                 | 333          |                               | 573              | 576              |
| <i>Devestitionen</i>   | - 8                      | - 127               | - 434        | - 37                          | - 607            | - 359            |
| <i>Währungseinfluss</i>  |                          | - 0                 | - 0          | - 0                           | - 0              | 2                |
| <i>Umgruppierungen</i>   | 3                        | 85                  | - 69         | - 32                          | - 13             | 15               |
| Anschaffungswert am 31.12.   | 58                       | 2 091               | 7 658        | 71                            | 9 878            | 9 930            |
| <i>Kumulierte Abschreibungen am 1.1.</i>   | - 4                      | - 768               | - 1 979      | - 45                          | - 2 796          | - 2 561          |
| <i>Veränderungen im Konsolidierungskreis</i>   |                          | - 0                 | 2            |                               | 2                | - 82             |
| <i>Abschreibungen</i>  | - 1                      | - 121               | - 176        | - 1                           | - 299            | - 273            |
| <i>Nicht betriebliche Abschreibungen</i>   |                          | - 1                 | - 133        |                               | - 134            | - 24             |
| <i>Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen</i>   | 4                        | 112                 | 141          | 15                            | 272              | 140              |
| <i>Währungseinfluss</i>  | 0                        | 0                   | 0            | 0                             | 0                | - 1              |
| <i>Umgruppierungen</i>   | - 1                      | 7                   | - 4          | 11                            | 13               | 4                |
| Kumulierte Abschreibungen am 31.12.  | - 2                      | - 772               | - 2 149      | - 20                          | - 2 943          | - 2 796          |
| <b>18 Immobilien am 31.12.</b>   | <b>55</b>                | <b>1 319</b>        | <b>5 509</b> | <b>52</b>                     | <b>6 935</b>     | <b>7 134</b>     |
| Die Position «Umgruppierungen» umfasst Verschiebungen von Vorauszahlungen in eine andere Anlagenkategorie. |                          |                     |              |                               |                  |                  |
| <b>Bauten in Arbeit</b> (in Position «Gebäude» enthalten)  |                          |                     |              |                               |                  |                  |
| Nettobuchwert am 1.1.  |                          |                     |              |                               | 164              | 275              |
| <i>Anschaffungswert am 1.1.</i>  |                          |                     |              |                               | 169              | 279              |
| <i>Veränderungen im Konsolidierungskreis</i>   |                          |                     |              |                               |                  | 2                |
| <i>Investitionen</i>   |                          |                     |              |                               | 204              | 131              |
| <i>Devestitionen</i>   |                          |                     |              |                               | - 3              | - 62             |
| <i>Umgruppierungen</i>   |                          |                     |              |                               | - 130            | - 183            |
| Anschaffungswert am 31.12.   |                          |                     |              |                               | 239              | 169              |
| <i>Kumulierte Abschreibungen am 1.1.</i>   |                          |                     |              |                               | - 4              | - 4              |
| <i>Veränderungen im Konsolidierungskreis</i>   |                          |                     |              |                               |                  |                  |
| <i>Abschreibungen</i>  |                          |                     |              |                               |                  |                  |
| <i>Nicht betriebliche Abschreibungen</i>   |                          |                     |              |                               |                  | - 2              |
| <i>Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen</i>   |                          |                     |              |                               | 2                | 2                |
| <i>Umgruppierungen</i>   |                          |                     |              |                               |                  | 0                |
| Kumulierte Abschreibungen am 31.12.  |                          |                     |              |                               | - 3              | - 4              |
| <b>Bauten in Arbeit am 31.12.</b>  |                          |                     |              |                               | <b>236</b>       | <b>164</b>       |
| Buchwert der zur Sicherung eigener Verpflichtungen verpfändeten Aktiven                                    |                          |                     |              |                               | 2 101            | 3 027            |
| Sichergestellte Verbindlichkeiten  |                          |                     |              |                               | 888              | 1 356            |

|  | Mio. CHF<br>2004 | Mio. CHF<br>2003 |
|--|------------------|------------------|
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen           | 992              | 1 087            |
| Verbindlichkeiten gegenüber teilkonsolidierten Unternehmen | 0                | 1                |
| <b>19 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b> | <b>993</b>       | <b>1 088</b>     |

|   |              |              |
|---|--------------|--------------|
| Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten zinsfrei      | 259          | 382          |
| Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten zinspflichtig | 319          | 227          |
| Passive Rechnungsabgrenzung                         | 461          | 510          |
| <b>20 Übrige Verbindlichkeiten</b>                  | <b>1 039</b> | <b>1 119</b> |

|  |                 |           |     |     |              |              |
|--|-----------------|-----------|-----|-----|--------------|--------------|
| Depositen und Anlagehefte                    |                 | 844       | 813 |     |              |              |
| Kassenobligationen                           |                 | 168       | 169 |     |              |              |
| Anleihen                                     |                 |           |     |     |              |              |
|  | Bell Holding AG | 1998–2005 | 4%  | 70  |              |              |
|  | Coop            | 1998–2005 | 3½% | 250 |              |              |
|  | Coop            | 1996–2006 | 4½% | 100 |              |              |
|  | Coop            | 1997–2007 | 3¾% | 200 |              |              |
|  | Coop            | 1999–2009 | 4%  | 250 |              |              |
|  | Coop            | 2003–2008 | 2¾% | 325 |              |              |
|  | Coop            | 2004–2011 | 2¾% | 250 | 1 445        | 1 195        |
| Bankdarlehen                                 |                 |           |     |     | 536          | 538          |
| Übrige Darlehen                              |                 |           |     |     | 161          | 134          |
| Verbindlichkeiten gegenüber Personalvorsorge |                 |           |     |     | 0            | 1            |
| <b>21 Langfristige Verbindlichkeiten</b>     |                 |           |     |     | <b>3 153</b> | <b>2 850</b> |

Siehe auch Details über vorhandene Banklimiten auf Seite 82.

|  |  |            |              |
|--|--|------------|--------------|
| Hypotheken                                       |  | 888        | 1 356        |
| Baukredite                                       |  |            | 14           |
| <b>22 Grundpfandgesicherte Verbindlichkeiten</b> |  | <b>888</b> | <b>1 371</b> |

|  | Personal-<br>vorsorge | Restruktu-<br>rierungen | Latente<br>Steuern | Übrige<br>Rückst. |            |              |
|--|-----------------------|-------------------------|--------------------|-------------------|------------|--------------|
| Rückstellungen am 1.1.                         | 26                    | 66                      | 485                | 450               | 1 027      | 1 178        |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis          |                       | 0                       |                    |                   | 0          | 37           |
| Bildung von Rückstellungen                     | 3                     | 5                       | 43                 | 100               | 151        | 211          |
| Verwendung von Rückstellungen                  | – 1                   | – 31                    |                    | – 168             | – 200      | – 116        |
| Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen | – 0                   | – 0                     | – 2                | – 23              | – 26       | – 282        |
| Umgruppierungen                                |                       | – 0                     |                    | 0                 | 0          | – 0          |
| Währungseinfluss                               |                       |                         | – 0                | – 0               | – 0        | 0            |
| <b>23 Rückstellungen am 31.12.</b>             | <b>29</b>             | <b>41</b>               | <b>526</b>         | <b>359</b>        | <b>954</b> | <b>1 027</b> |

Die latenten Steuern wurden mit dem durchschnittlichen Steuersatz von 25% auf nicht versteuerten Reserven berechnet. Darstellung gemäss FER 23. Die Vorjahreswerte sind entsprechend angepasst.

|   | <b>Mio. CHF</b> | Mio. CHF     |
|---|-----------------|--------------|
|   | <b>2004</b>     | 2003         |
| <i>CoopForte</i>                                  |                 | 134          |
| <i>Bank Coop</i>                                  | 42              | 50           |
| <i>Supercard</i>                                  | 219             | 206          |
| <i>Mehrwertsteuer</i>                             | 40              |              |
| <i>Diverses</i>                                   | 58              | 61           |
| <b>Übrige Rückstellungen</b>                      | <b>359</b>      | <b>450</b>   |
| <i>Kurzfristiges zinspflichtiges Fremdkapital</i> | 319             | 227          |
| <i>Langfristiges zinspflichtiges Fremdkapital</i> | 4 041           | 4 221        |
| Zinspflichtiges Fremdkapital                      | 4 360           | 4 448        |
| Zinsfreies Fremdkapital                           | 2 667           | 3 007        |
| <b>24 Fremdkapital</b>                            | <b>7 027</b>    | <b>7 455</b> |
| Zinspflichtiges Fremdkapital                      | 4 360           | 4 448        |
| Flüssige Mittel                                   | – 311           | – 332        |
| <b>Nettofinanzschuld</b>                          | <b>4 049</b>    | <b>4 115</b> |

|                                  | Offene<br>Reserven | Thesaurierte<br>Ergebnisse | Jahres-<br>ergebnis | <i>Eigenkapital<br/>ohne<br/>Minderheiten</i> | Minderheiten | Eigenkapital<br>inkl.<br>Minderheiten |
|----------------------------------|--------------------|----------------------------|---------------------|---|--------------|---------------------------------------|
| Eigenkapital am 1.1.             | 1 162              | 2 219                      | 341                 | 3 722   | 208          | 3 930                                 |
| Verwendung Ergebnis/Dividende    | 182                | 159                        | – 341               |   | – 15         | – 15                                  |
| Veränderung Konsolidierungskreis |                    |                            |                     |   |              |                                       |
| Erstanwendung FER 24             |                    | – 2                        |                     | – 2   |              | – 2                                   |
| Jahresergebnis                   |                    |                            | 320                 | 320   | 31           | 351                                   |
| <b>25 Eigenkapital am 31.12.</b> | <b>1 344</b>       | <b>2 376</b>               | <b>320</b>          | <b>4 041</b>                                  | <b>223</b>   | <b>4 264</b>                          |



## Erläuterungen zur konsolidierten Geldflussrechnung

|   | Mio. CHF<br>2004 | Mio. CHF<br>2003 |
|---|------------------|------------------|
| <i>Investitionen immaterielle Anlagen</i>           | – 19             | – 26             |
| <i>Investitionen Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen</i> | – 406            | – 336            |
| <i>Investitionen Immobilien</i>                     | – 570            | – 572            |
| <i>Umgruppierungen</i>                              |                  |                  |
| <i>Eigenleistungen</i>                              | – 3              | – 4              |
| <b>Investitionen</b>                                | <b>– 998</b>     | <b>– 938</b>     |
| <i>Devestitionen immaterielle Anlagen</i>           | 0                |                  |
| <i>Devestitionen Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen</i> | 15               | 12               |
| <i>Devestitionen Immobilien</i>                     | 544              | 315              |
| <b>Devestitionen</b>                                | <b>559</b>       | <b>327</b>       |
| <b>Nettoinvestitionen Sachanlagevermögen</b>        | <b>– 439</b>     | <b>– 611</b>     |
| <i>Investitionen Beteiligungen</i>                  | – 4              | – 343            |
| <i>Investitionen Finanzanlagen</i>                  | – 19             | – 24             |
| <b>Investitionen Beteiligungen/Finanzanlagen</b>    | <b>– 23</b>      | <b>– 367</b>     |
| <i>Devestitionen Beteiligungen</i>                  | 2                |                  |
| <i>Devestitionen Finanzanlagen</i>                  | 29               | 120              |
| <b>Devestitionen Beteiligungen/Finanzanlagen</b>    | <b>31</b>        | <b>120</b>       |
| <i>Umgruppierungen</i>                              |                  |                  |
| <b>26 Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>       | <b>– 431</b>     | <b>– 858</b>     |
| <i>Investitionen immaterielle Anlagen</i>           | – 19             | – 26             |
| <i>Investitionen Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen</i> | – 406            | – 336            |
| <i>Investitionen Immobilien</i>                     | – 570            | – 572            |
| <i>Investitionen Beteiligungen</i>                  | – 4              | – 343            |
| <i>Investitionen Finanzanlagen</i>                  | – 19             | – 24             |
| <i>Eigenleistungen</i>                              | – 3              | – 4              |
| <b>Investitionen</b>                                | <b>– 1 022</b>   | <b>– 1 305</b>   |
| <i>Devestitionen immaterielle Anlagen</i>           | 0                |                  |
| <i>Devestitionen Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen</i> | 15               | 12               |
| <i>Devestitionen Immobilien</i>                     | 544              | 315              |
| <i>Devestitionen Beteiligungen</i>                  | 2                |                  |
| <i>Devestitionen Finanzanlagen</i>                  | 29               | 120              |
| <b>Devestitionen</b>                                | <b>590</b>       | <b>447</b>       |
| <b>26 Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>       | <b>– 431</b>     | <b>– 858</b>     |

## Weitere Angaben zur konsolidierten Jahresrechnung

|   | Mio. CHF | Mio. CHF |
|---|----------|----------|
|   | 2004     | 2003     |
| Bürgschaften zugunsten Dritter  | 120      | 173      |
| Verbindlichkeiten gegenüber Personalvorsorge  | 314      | 476      |
| <i>davon grundpfandgesichert</i>  | 313      | 475      |
| Die Coop-Gruppe trägt die Kosten der beruflichen Vorsorge sämtlicher Mitarbeitenden sowie von deren Hinterbliebenen aufgrund der gesetzlichen Vorschriften. |          |          |
| Sämtliche Vorsorgepläne der Gesellschaften der Coop-Gruppe sind beitragsorientiert.   |          |          |
| <i>Reglementarische Arbeitnehmerbeiträge</i>  | 70       | 66       |
| <i>Reglementarische Arbeitgeberbeiträge</i>   | 154      | 153      |
| <i>Bestand der Arbeitgeberbeitragsreserve</i>   | 89       | 71       |
| Brandversicherungswerte Sachanlagen   | 13 905   | 13 769   |
| <b>Verpflichtungen aus langfristigen Miet- und Baurechtsverträgen nach Fristigkeiten</b>  |          |          |
| 2004  |          | 272      |
| 2005  | 331      | 255      |
| 2006  | 298      | 202      |
| 2007  | 271      | 176      |
| 2008–2011 (Vorjahr: 2008–2010)  | 1 018    | 536      |
| Es bestehen weitere wesentliche Verpflichtungen im Zusammenhang mit Miet- und Baurechtsverträgen über das Jahr 2011 hinaus.                                 |          |          |
| <b>Fremdwährungsumrechnung</b>  |          |          |
| Für die Umrechnung der Jahresabschlüsse in fremder Währung wurden folgende Wechselkurse verwendet:  |          |          |
| Jahresendkurse für die Bilanz   |          |          |
| EUR           1   | 1.544    | 1.558    |
| HKD           1   | 0.146    | 0.160    |
| USD           1   | 1.132    | 1.240    |
| GBP           1   | 2.183    | 2.206    |
| JPY           100   | 1.104    | 1.160    |
| Jahresdurchschnittskurse für die Erfolgsrechnung  |          |          |
| EUR           1   | 1.544    | 1.521    |
| HKD           1   | 0.160    | 0.173    |
| USD           1   | 1.243    | 1.345    |
| GBP           1   | 2.276    | 2.197    |
| JPY           100   | 1.149    | 1.161    |

| Ausserbilanzgeschäfte  | Kontraktwert |      | Wiederbeschaffungswert |      |         |      |
|--|--------------|------|------------------------|------|---------|------|
|  | 2004         | 2003 | positiv                |      | negativ |      |
|  |              |      | 2004                   | 2003 | 2004    | 2003 |
| Zinsen   | 90           | 70   |                        |      | 2       | 2    |
| Währungen  | 109          | 117  | 1                      | 1    |         | 3    |
| Übrige derivative Finanzinstrumente (Rohstoffe, Beteiligungstitel) | 238          | 282  | 2                      | 1    | 1       |      |

Die oben ausgewiesenen Werte enthalten alle am Bilanzstichtag offenen derivativen Finanzinstrumente, bewertet zum Marktwert. Diese werden erst bei deren Fälligkeit in der Jahresrechnung erfasst.

#### Betty Bossi Verlag AG

Coop erwarb per 1.1.2002 einen Anteil von 50% der Aktien der Betty Bossi Verlag AG. Zwischen dem 1.1.2002 und dem 31.12.2011 besitzt Ringier AG, Zofingen, ein Andienungsrecht (Put Option) für die verbleibenden 50% der Aktien zu einem festgelegten Preis.

#### Ereignisse nach Bilanzstichtag

Coop und Rewe kamen im Jahr 2005 überein, ihre Aktivitäten im Bereich Grossgastronomie zusammenzuführen. Der Umsatz wird auf ca. 2,2 Mia. CHF geschätzt. Die schweizerische Wettbewerbsbehörde stimmte am 4. Februar 2005 der Transaktion zu, die Stelle der europäischen Behörde erklärte sich als nicht zuständig. Die Transaktion kann damit sofort umgesetzt werden.

## Konsolidierungskreis

Stand 31. Dezember 2004

|                                     |                  | Kapitalanteil<br>der Gruppe in % | Grundkapital<br>31.12.2004<br>in Mio. CHF | Einbezug <sup>1)</sup> |
|-------------------------------------|------------------|----------------------------------|---|------------------------|
| <b>Coop</b>                         | Basel            |                                  |   |                        |
| Alcoba Distribution SA              | F-Strasbourg     | 50,00                            | 4,7                                       | V                      |
| Bell Holding AG                     | Basel            | 60,54                            | 2,0                                       | V                      |
| Bell AG                             | Basel            | 100,00                           |   | V                      |
| Bell Finance Limited                | GB-Jersey        | 100,00                           |   | V                      |
| Frigo St. Johann AG                 | Basel            | 100,00                           |   | V                      |
| GZM Extraktionswerk                 | Lyss             | 19,90                            |   | –                      |
| GWI Geflügel- und Wildimport AG     | Basel            | 100,00                           |   | V                      |
| Maurer Frères SA                    | F-Kingersheim    | 50,00                            |   | V                      |
| SBA Schlachtbetrieb Basel AG        | Basel            | 48,00                            |   | E                      |
| Betty Bossi Verlag AG               | Zürich           | 50,00                            |   | E                      |
| BG Buchiacker, Bützberg             | Thunstetten      | 100,00                           | 1,5                                       | V                      |
| BG Rosengarten Solothurn AG         | Solothurn        | 62,00                            | 0,1                                       | V                      |
| CAG Verwaltungs AG                  | Basel            | 100,00                           | 1,0                                       | V                      |
| Centre de formation «du Léman»      | Jongny           | 100,00                           | 0,0                                       | V                      |
| Coop Bildungszentrum                | MuttENZ          | 100,00                           | 0,4                                       | V                      |
| Coein AG in Liquidation             | Jegenstorf       | 100,00                           | 5,0                                       | V                      |
| Coop Immobilien AG                  | Bern             | 100,00                           | 855,4                                     | V                      |
| Complexe de Chêne-Bourg-A SA        | Chêne-Bourg      | 100,00                           |   | V                      |
| Complexe de Chêne-Bourg-C SA        | Chêne-Bourg      | 100,00                           |   | V                      |
| Complexe de Chêne-Bourg-D SA        | Chêne-Bourg      | 100,00                           |   | V                      |
| Coop Mineraloel AG                  | Allschwil        | 51,00                            | 10,0                                      | V                      |
| Coop Switzerland Far East Ltd.      | HK-Hongkong      | 100,00                           | 0,0                                       | V                      |
| Coop Vitality AG                    | Bern             | 51,00                            | 5,0                                       | V                      |
| EPA AG                              | Zürich           | 100,00                           | 40,0                                      | V                      |
| Eurogroup SA                        | B-Bruxelles      | 50,00                            |   | E                      |
| Eurogroup Far East Ltd.             | HK-Hongkong      | 33,30                            |   | E                      |
| Fehr & Engeli AG                    | Ueken            | 100,00                           | 0,1                                       | V                      |
| HiCoPain AG                         | Dagmersellen     | 40,00                            |   | E                      |
| Konsumverein Zürich AG              | Zürich           | 100,00                           | 35,0                                      | V                      |
| Könizer Siedlungs-AG                | Liebefeld        | 100,00                           | 1,0                                       | V                      |
| Panflor AG                          | Zürich           | 100,00                           | 0,5                                       | V                      |
| PG Immobilien SA                    | Basel            | 100,00                           | 2,5                                       | V                      |
| Toomax-x Handelsgesellschaft m.b.H. | A-Klosterneuburg | 25,00                            |   | E                      |
| TT Immobilien AG                    | Oberentfelden    | 100,00                           | 10,0                                      | V                      |
| Waro AG                             | Basel            | 100,00                           | 0,1                                       | V                      |

<sup>1)</sup> V = Vollkonsolidierte Gesellschaften E = Gesellschaften nach «Equity-Methode» konsolidiert

Bericht des Konzernprüfers  
an die Delegiertenversammlung der  
Coop  
Basel

Als Konzernprüfer haben wir die konsolidierte Jahresrechnung (Erfolgsrechnung, Bilanz, Mittelflussrechnung und Anhang mit Aufstellung über die Veränderung des Eigenkapitals) der Coop-Gruppe, gedruckt auf den Seiten 92 – 108, für das am 31. Dezember 2004 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

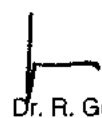
Für die konsolidierte Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des schweizerischen Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der konsolidierten Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der konsolidierten Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der konsolidierten Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung vermittelt die konsolidierte Jahresrechnung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz.

Wir empfehlen, die vorliegende konsolidierte Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG,



Dr. R. Gerber



R. Maiocchi

Basel, 10. März 2005





# Organe, Management und Adressen

- 112 Organe Coop
- 113 Delegiertenversammlung Coop
- 113 Verwaltungsrat Coop
- 114 Führungsstruktur
- 115 Management
- 117 Adressen Coop-Gruppe

# Organe Coop

Stand 1. Januar 2005

2 323 602 Mitgliederhaushalte

## Regionalräte

Suisse  
Romande

Bern

Nordwest-  
schweiz

Zentralschweiz-  
Zürich

Ostschweiz

Ticino

## Delegiertenversammlung

Revisionsstelle

## Verwaltungsrat

## Verwaltungsratsausschuss

## Geschäftsleitung

## Delegiertenversammlung Coop

Die folgenden Mitglieder der Regionalratsausschüsse bilden die Delegiertenversammlung Coop (Stand 1. Januar 2005).

### Region Suisse Romande

|                    |                  |                       |                    |                        |
|--------------------|------------------|-----------------------|--------------------|------------------------|
| Maurice Balmat     | Arlette Di Vetta | André Jordan          | Jean-Marc Nicoulaz | Pierre Tissot          |
| André Bollin       | Adrien Dormond   | Anne-Lyse Karlen      | Jean-Maurice Paroz | Georges-Edouard Vacher |
| Edmond Bourguet    | Hubert Ducry     | Jean-Daniel Kramer    | Christine Pasche   | Martine Veillard       |
| Claude Buillard    | John Dupraz      | Jean-Marc Kuhn        | Aurèle Perrin      | Christian Volken       |
| Guy Cotter         | Henri Fournier   | Jacqueline Lugeon     | Camille Rebord     | Daniel Willi           |
| Bernadette Crettol | Antonio Galera   | Jacques Maurer        | Jean-Marie Rime    | Alain Winkelmann       |
| René Curti         | Gérard Gillioz   | Marcel Maury          | Jacques Robert     | Renée Wüthrich         |
| Monika Dash        | Nicole Hosseini  | Josiane Mayor         | Jean-Claude Rossel |                        |
| Denis Desales      | Philippe Jaton   | Marie-Jeanne Meichtry | Dolly Saner        |                        |

### Region Bern

|                          |                  |                |                   |               |
|--------------------------|------------------|----------------|-------------------|---------------|
| Annemarie Aeschlimann    | Richard Gsponer  | Karl Lauber    | Fritz Schori      | Emil Zurbrügg |
| Fritz Bärtschi           | Manfred Jakob    | Walter Liniger | Martin Schweizer  |               |
| Katharina Bieler-Heldner | Doris Kelterborn | Fritz Probst   | Hans Sterchi      |               |
| Hans-Rudolf Blatter      | Ernst Köhli      | Fritz Schärer  | Jakob Zbinden     |               |
| Lily Frei                | Ruth Läderach    | Hugo Schärer   | Pierrette Zumwald |               |

### Region Nordwestschweiz

|                   |                  |                 |                |                   |
|-------------------|------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| Willi Buess       | Erich Heggendorf | Peter Kohler    | Urs Schneider  | Roland Zeller     |
| Hans Christen     | Walter Heinimann | Theo Meyer      | Charles Suter  | Eduard Zimmermann |
| Irmgard Fischli   | Bruno Hess       | Verena Reber    | Erika Thoma    |                   |
| Samuel Gerber     | Ernst Jordi      | Greta Schindler | Peter Villiger |                   |
| Christoph Gürtler | Trudi Jost       | Peter Schmid    | Jörg Vitelli   |                   |

### Region Zentralschweiz-Zürich

|                       |                |                   |                        |               |
|-----------------------|----------------|-------------------|------------------------|---------------|
| Hans Aepli            | Renato Blum    | Hans Frei         | Elisabeth Michel-Alder | Josef Schuler |
| Alfred Bartholet      | Lorenz Bösch   | Marlis Hürlimann  | Hans Rüegg             |               |
| Ruth Beck             | Emil De-Boni   | Hans Kissling     | Otto Rütter            |               |
| Beatrice Bertschinger | Ernst Dubacher | Hans Lustenberger | Ivo Schmid             |               |

### Region Ostschweiz

|               |              |                 |                   |
|---------------|--------------|-----------------|-------------------|
| Pia Eberle    | Josef Hemmi  | Peter Luck      | Gerhard Riediker  |
| Peter Fischer | René Huber   | Tarzi Meyerhans | Leo Schönenberger |
| Heinz Flammer | Peter Keller | Henry Müller    | Bruno Stacher     |
| Peter Gloor   | Maria Knecht | Roberto Pedrini | Martha Veraguth   |

### Region Ticino

|                   |                |                           |                     |                  |
|-------------------|----------------|---------------------------|---------------------|------------------|
| Giovanni Balmelli | Carlo Crivelli | Marilena Fontaine-Macullo | Fiorangela Pusterla | Brunetto Vivalda |
| Daniele Bigger    | Andrea Ferrari | Giancarlo Lafranchi       | Gabriella Rossetti  |                  |

## Verwaltungsrat Coop

P = Präsident; VP = Vizepräsidentin; A = Ausschuss

|                        |                    |                     |                     |  |
|------------------------|--------------------|---------------------|---------------------|--|
| Jean-Claude Badoux (A) | Diego Giulieri (A) | Irene Kaufmann (VP) | Felix Truffer       | <b>Interne Revision</b><br>Franz Kessler,<br>Leiter Interne Revision |
| Stefan Baumberger (A)  | Felix Halmer       | Lillia Rebsamen     | Giusep Valaulta (A) |  |
| Silvio Bircher (A)     | Edgar Hofer        | Jean-Charles Roguet |                     |  |
| Anton Felder (P)       | Walter Holderegger | Eric Santschy       |                     |  |
| Paul Flubacher         | Hans-Jürg Käser    | Giampiero Storelli  |                     |  |

# Führungsstruktur

Stand 1. Januar 2005

## Vorsitz der Geschäftsleitung (GL)

Hansueli Loosli

## Mitglieder der Geschäftsleitung

| Vorsitz der GL                       | Retail                            | Trading                          | CCM/<br>Beschaffung                               | Logistik/<br>Informatik/<br>Produktion   | Finanzen<br>& Services | Immobilien  | Einzelhandel              |
|--------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---|--|------------------------|---|---------------------------|
| Hansueli Loosli                      | Hansueli Loosli                   | Christoph Clavadetscher          | Jürg Peritz                                       | Jörg Ackermann                           | Hans Peter Schwarz     | Jean-Marc Chapuis   | Rudolf Burger             |
|                                      | <b>Verkaufsregionen (VRE)</b>     |                                  |   | <b>Logistikregionen (LRE)</b>            |                        | <b>Immobilienregionen (IRE)</b>                             |                           |
| Personal/<br>Ausbildung              | VRE<br>Suisse<br>Romande          | Bau+Hobby                        | CCM<br>Frischprodukte                             | LRE<br>Suisse<br>Romande                 | Finanzen               | IRE<br>Suisse<br>Romande                                    | Division<br>Interdiscount |
| Generalsekretariat                   | VRE<br>Bern                       | Warenhaus                        | CCM<br>Grundnahrungsmittel/<br>Getränke           | LRE<br>Bern                              | Rechnungswesen         | IRE<br>Bern   | Coop<br>Vitality AG       |
| Kommunikation/<br>Qualitätssicherung | VRE<br>Nordwestschweiz            | Division<br>Toptip               | CCM<br>Near Food                                  | LRE<br>Nordwestschweiz                   | Controlling            | IRE<br>Nordwestschweiz                                      | Coop<br>Mineraloel AG     |
|                                      | VRE<br>Zentral-schweiz-<br>Zürich | Division<br>Import<br>Parfumerie | CCM<br>Hartwaren                                  | LRE<br>Zentral-schweiz-<br>Zürich        | Management<br>Services | IRE<br>Zentral-schweiz-<br>Zürich/<br>Ostschweiz-<br>Ticino |                           |
|                                      | VRE<br>Ostschweiz-<br>Ticino      |                                  | CCM<br>Textil                                     | LRE<br>Ostschweiz-<br>Ticino             | Projekte               |   |                           |
|                                      | Total Store                       |                                  | Beschaffung<br>& Disposition<br>Food              |  |                        | Betriebswirtschaft (BW)/<br>Controlling                     |                           |
|                                      | Marketing                         |                                  | Beschaffung<br>& Disposition<br>Non Food          | Zentrale<br>Fachstelle<br>Logistik       |                        |   |                           |
|                                      |                                   |                                  | Controlling/<br>Systeme/<br>Prozesse/<br>Projekte | Zentrale<br>Fachstelle für<br>Bäckereien |                        |   |                           |
|                                      |                                   |                                  |   | Logistik<br>National<br>Pratteln         |                        |   |                           |
|                                      |                                   |                                  |   | Logistik<br>National<br>Wangen           |                        |   |                           |
|                                      |                                   |                                  |   | Panofina                                 |                        |   |                           |
|                                      |                                   |                                  |   | Bälehotels                               |                        |   |                           |
|                                      |                                   |                                  |   | Informatik                               |                        |   |                           |
|                                      |                                   |                                  |   | Produktion                               |                        |   |                           |
|                                      |                                   |                                  |   | Bell Holding AG                          |                        |   |                           |
|                                      |                                   |                                  |   | Eurogroup SA                             |                        |   |                           |



# Management

Stand 1. Januar 2005

## Geschäftsleitung (GL)

Hansueli Loosli, Vorsitzender der GL  
Jörg Ackermann, Leiter Direktion Logistik/Informatik/Produktion  
Rudolf Burger, Leiter Direktion Einzelhandel  
Jean-Marc Chapuis, Leiter Direktion Immobilien

Christoph Clavadetscher, Leiter Direktion Trading  
Jürg Peritz, Leiter Direktion CCM/Beschaffung  
Hans Peter Schwarz, Leiter Direktion Finanzen & Services

## Direktion Vorsitz der Geschäftsleitung

Hansueli Loosli, Vorsitzender der GL  
Peter Keller, Leiter Personal/Ausbildung National  
Markus Schelker, Leiter Generalsekretariat

Walter Stutz, Leiter Qualitätscenter  
Felix Wehrle, Leiter Kommunikation/Qualitätssicherung

## Direktion Retail

Hansueli Loosli, Vorsitzender der GL  
Livio Bontognali, Leiter Verkaufsregion OT  
Theo Jost, Leiter Verkaufsregion ZZ  
Raymond Léchaire, Leiter Verkaufsregion SR  
Oskar Sager, Leiter Verkaufsregion NW

Peter Schmid, Leiter Verkaufsregion BE  
Heino Peier, Leiter Marketing  
**Stäbe**  
Robert Joss, Leiter Marketing Services  
Benedikt Pachlatko, Leiter Marketingkonzepte/Supercard

### Verkaufsregion Suisse Romande (SR)

Raymond Léchaire, Leiter Verkaufsregion SR  
Stéphane Bossel, Leiter BW/Controlling (ab 1.3.2005)  
Jean-Luc Ecuyer, Leiter Personal/Ausbildung

Patrick Fauchère, Leiter Verkauf 2  
Rudolf Hägler, Leiter BW/Controlling (bis 28.2.2005)  
André Mislin, Leiter Verkauf 1

### Verkaufsregion Bern (BE)

Peter Schmid, Leiter Verkaufsregion BE  
Rico Bossi, Leiter Verkauf 2  
Bernhard Friedli, Leiter BW/Controlling

Pierre-Alain Grichting, Leiter Verkauf 1  
Bruno Piller, Leiter Personal/Ausbildung

### Verkaufsregion Nordwestschweiz (NW)

Oskar Sager, Leiter Verkaufsregion NW  
Hans Amacher, Leiter Verkauf 2  
Angelo Durante, Leiter BW/Controlling

Rolf Scheitlin, Leiter Personal/Ausbildung  
Pierre Zinggeler, Leiter Verkauf 1

### Verkaufsregion Zentralschweiz-Zürich (ZZ)

Theo Jost, Leiter Verkaufsregion ZZ  
Walter Flessati, Leiter Personal/Ausbildung  
Eduard Warburton, Leiter BW/Controlling

Robert Weiss, Leiter Verkauf 2  
Paul Zeller, Leiter Verkauf 1

### Verkaufsregion Ostschweiz-Ticino (OT)

Livio Bontognali, Leiter Verkaufsregion OT  
Mario Colatrella, Leiter Verkauf 3  
Hans Ernst, Leiter Personal/Ausbildung

Henry Stamm, Leiter BW/Controlling  
Karl Sturzenegger, Leiter Verkauf 1  
Bruno Veit, Leiter Verkauf 2

## Direktion Trading

Christoph Clavadetscher, Leiter Direktion Trading  
Reto Grubenmann, Leiter Division Import Parfumerie  
Urs Jordi, Leiter Bau+Hobby (B+H)  
Peter Meier, Leiter Total Store/Expansion  
Urs Meister, Leiter Division Toptip

### Warenhaus

Christoph Clavadetscher, Leiter Warenhaus  
Beat Ammann, Leiter BW/Controlling  
Martin von Bertrab, Leiter Personal/Ausbildung  
Thomas Bichler, Leiter Logistik  
Jürg Birkenmeier, Leiter Verkauf Region Ost

Kaspar Niklaus, Leiter Verkauf  
Daniel Zimmermann, Leiter Verkauf Region Mitte  
Jean-François Zimmermann, Leiter Verkauf Region West  
**Coop Category Management (CCM) B+H**  
Bruno Haberthür, Leiter CCM B+H  
Rainer Pietrek, CCM Garten Frische/Hartwaren  
Dieter Strub, CCM Freizeit  
Walter Studer, CCM Garten Hartwaren  
Roland Todt, CCM Bau/Handwerk  
Matthias Wermuth, CCM Handwerk

## Direktion CCM/Beschaffung

Jürg Peritz, Leiter CCM/Beschaffung  
Jörg Ledermann, Leiter Controlling/Systeme/Prozesse/Projekte  
**CCM Frischprodukte**  
Philipp Wyss, Leiter CCM Frischprodukte  
Marie-Claire Chepca Cordier, CCM Milchprodukte/Eier  
Marlies Hartmann Käfer, CCM Brot/Backwaren  
Roland Lienhard, CCM Tiefkühlprodukte  
Alfred Leder, CCM Früchte/Gemüse  
Hans Thurnheer, CCM Restaurant  
**CCM Grundnahrungsmittel & Getränke**  
Roland Frefel, Leiter CCM Grundnahrungsmittel & Getränke  
Pius Buchmann, CCM Weine/Schaumweine  
Christoph Hollenweger, CCM Süsswaren  
Daniel Noirjean, CCM Salzige Snacks/Raucherwaren/Tierbedarf  
Markus Schmid, CCM Frühstück/Beilagen/Backzutaten  
Beat Seeger, CCM Erfrischungsgetränke/Spirituosen  
**CCM Near Food**  
Helmut Träris-Stark, Leiter CCM Near Food  
Helene Loeb, CCM Wasch-/Reinigungsmittel/Hygiene  
Peter Willimann, CCM Parfümerie/Körperpflege/VitaShop

**CCM Hartwaren**  
Rolf Kuster, Leiter CCM Hartwaren  
Bruno Cabernard, CCM Festtage/Presse/Unterhaltungselektronik  
Daniel Walker, CCM Küche/Elektrohaushaltgeräte  
**CCM Textil**  
Sandro Corpina, Leiter CCM Textil  
Daniel Gerber, CCM Kinderbekleidung/Baby/Spielwaren  
**Beschaffung & Disposition Food**  
Lorenz Wyss, Leiter Beschaffung & Disposition Food  
Christoph Bürki, Einkaufspool (EKP) Getränke  
Christian Guggisberg, EKP Früchte/Gemüse/Blumen/Pflanzen  
Renato Isella, EKP Brot/Molkerei/Käse/Tiefkühl  
Michael Sieber, EKP Grundnahrungsmittel  
Robert Trachsler, Dispo-Pool Food  
**Beschaffung & Disposition Non Food**  
Philipp Schenker, Leiter Beschaffung & Disposition Non Food  
Emanuel Büchlin, EKP Bekleidung/Accessoires  
Christian Kaufmann, Dispo-Pool Non Food  
Olivier Schwegler, EKP Near Food

## Direktion Logistik/Informatik/Produktion

Jörg Ackermann, Leiter Direktion Logistik/Informatik/Produktion  
Leo Ebnetter, Leiter Logistikregion (LRE) OT  
August Harder, Leiter Informatik  
Marc Haubensak, Leiter Bâlehotels  
Hans Ludwig, Leiter LRE BE  
Rolf Müller, Leiter LRE ZZ  
Felix Ruckstuhl, Leiter Panofina  
Peter Schär, Leiter Zentrale Fachstelle Logistik  
Ernst Seiler, Geschäftsführer Eurogroup SA  
Andreas Schwab, Leiter Zentrale Fachstelle für Bäckereien

Niklaus Stehli, Leiter LRE NW  
Guy Théoduloz, Leiter LRE SR  
Daniel Woodtli, Leiter Logistik National Pratteln  
Beat Zaugg, Leiter Logistik National Wangen  
**Produktion**  
Josef Achermann, Leiter Produktion  
Walter Käser, Leiter Division CWK  
Lorenzo Pelucchi, Leiter Division Rohwarenbeschaffung  
Felix Ruckstuhl, Leiter Division Halba

## Direktion Finanzen & Services

Hans Peter Schwarz, Leiter Direktion Finanzen & Services  
Konrad Burkhalter, Leiter Rechnungswesen  
Björn Carow, Leiter Projekte

Hansjörg Klossner, Leiter Controlling  
Beat Leuthardt, Leiter Finanzen  
Rudolf Zurflüh, Leiter Controlling (bis 28.2.2005)

## Direktion Immobilien

Jean-Marc Chapuis, Leiter Direktion Immobilien  
Armin Beutler, Leiter Immobilienregion (IRE) NW  
Arthur Hauri, Leiter BW/Controlling

Josef Hugentobler, Leiter IRE ZZ-OT  
Michel Produit, Leiter IRE SR  
Bruno Riedo, Leiter IRE BE

## Direktion Einzelhandel

Rudolf Burger, Leiter Direktion Einzelhandel  
**Division Interdiscount**  
Andreas Frischknecht, Leiter Marketing/Beschaffung

Pierre Pfaffhauser, Leiter Personal/Ausbildung  
Daniel Stucker, Leiter BW/Controlling  
Joos-Rudolf Sutter, Leiter Verkauf

# Adressen Coop-Gruppe

Stand 1. Januar 2005

## Coop Hauptsitz

**Vorsitz der Geschäftsleitung**  
**Direktion Retail**  
Hansueli Loosli

**Direktion CCM/Beschaffung**  
Jürg Peritz

**Direktion**  
**Logistik/Informatik/Produktion**  
Jörg Ackermann

**Direktion Finanzen & Services**  
Hans Peter Schwarz

**Coop**  
Thiersteinallee 12  
Postfach 2550  
4002 Basel  
Tel. 061 336 66 66  
Fax 061 336 60 40

**Direktion Trading**  
Christoph Clavadetscher

**Coop**  
Postfach  
5600 Lenzburg 1  
Tel. 062 885 91 91  
Fax 062 885 92 16

**Direktion Immobilien**  
Jean-Marc Chapuis

**Coop**  
**Direktion Immobilien**  
Kasparstrasse 7  
Postfach  
3027 Bern  
Tel. 031 998 64 00  
Fax 031 998 64 96

**Direktion Einzelhandel**  
Rudolf Burger

**Coop**  
Bernstrasse 90  
3303 Jegenstorf  
Tel. 031 764 44 03  
Fax 031 764 44 63

## Coop Regionen

**Suisse Romande**  
**Coop**  
Région Suisse Romande  
Chemin du Chêne 5  
Case postale 518  
1020 Renens  
Tel. 021 633 41 11  
Fax 021 633 42 11

**Bern**  
**Coop**  
Region Bern  
Riedbachstrasse 165  
Postfach  
3001 Bern  
Tel. 031 980 96 11  
Fax 031 980 96 26

**Nordwestschweiz**  
**Coop**  
Region Nordwestschweiz  
Güterstrasse 190  
Postfach 2575  
4002 Basel  
Tel. 061 327 75 00  
Fax 061 327 75 10

**Zentralschweiz-  
Zürich**  
**Coop**  
Region Zentralschweiz-  
Zürich  
Turbinenstrasse 30  
Postfach Sihlpost  
8021 Zürich  
Tel. 044 275 44 11  
Fax 044 275 40 13

**Ostschweiz-  
Ticino**  
**Coop**  
Region Ostschweiz  
Industriestrasse 109  
Postfach  
9201 Gossau SG 1  
Tel. 071 388 44 11  
Fax 071 388 44 39

**Coop**  
Regione Ticino  
Via Industria  
Casella postale  
6532 Castione  
Tel. 091 822 35 35  
Fax 091 822 35 36

coop

coop city

coop  
bau+hobby

coop  
restaurant



## Tochtergesellschaften



**Coop Mineraloel AG**  
 Hegenheimermattweg 65  
 Postfach  
 4123 Allschwil 1  
 Tel. 061 485 41 41  
 Fax 061 482 03 66  
[www.coop-mineraloel.ch](http://www.coop-mineraloel.ch)  
 VRP: Rudolf Burger  
 VGL: Walter Eberle



**Coop Vitality AG**  
 Untermattweg 8  
 Postfach  
 3001 Bern  
 Tel. 031 990 86 20  
 Fax 031 990 86 30  
[www.coop.ch/vitality](http://www.coop.ch/vitality)  
 VRP: Rudolf Burger  
 VGL: Doris Schwizer



**Bell Holding AG**  
 Elsässerstrasse 174  
 Postfach  
 4002 Basel  
 Tel. 061 326 26 26  
 Fax 061 322 10 84  
[www.bell.ch](http://www.bell.ch)  
 VRP: Jörg Ackermann  
 VGL: Adolphe R. Fritschi

VRP =  
 Verwaltungsratspräsident

VGL =  
 Vorsitz der Geschäftsleitung

LD =  
 Leiter Division

## Divisionen



**Toptip**  
 Division der Coop, Basel  
 Köllikerstrasse 80  
 5036 Oberentfelden  
 Tel. 062 737 11 11  
 Fax 062 737 11 12  
[www.toptip.ch](http://www.toptip.ch)  
 LD: Urs Meister



**Import Parfumerie**  
 Division der Coop, Basel  
 Turbinenstrasse 24  
 Postfach 754  
 8037 Zürich  
 Tel. 044 446 44 44  
 Fax 044 271 20 20  
[www.impo.ch](http://www.impo.ch)  
 LD: Reto Grubenmann



**Interdiscount**  
 Division der Coop, Basel  
 Bernstrasse 90  
 3303 Jegenstorf  
 Tel. 031 764 44 44  
 Fax 031 764 44 00  
[www.interdiscount.ch](http://www.interdiscount.ch)  
 LD: Rudolf Burger



**Swissmill**  
 Division der Coop, Basel  
 Postfach  
 8037 Zürich  
 Tel. 044 447 25 25  
 Fax 044 447 25 88  
[www.swissmill.ch](http://www.swissmill.ch)  
 LD: Josef Achermann

**Chocolats Halba**



**Chocolats Halba**  
 Division der Coop, Basel  
 Alte Winterthurerstrasse 1  
 Postfach 467  
 8304 Wallisellen  
 Tel. 044 877 10 10  
 Fax 044 877 17 77  
[www.halba.ch](http://www.halba.ch)  
 LD: Felix Ruckstuhl



**Reismühle Brunnen**  
 Division der Coop, Basel  
 Industriestrasse 1  
 Postfach 460  
 6440 Brunnen  
 Tel. 041 825 30 00  
 Fax 041 825 30 09  
[www.reismuehle.ch](http://www.reismuehle.ch)  
 LD: Karl Haf

**Rohwarenbeschaffung**  
 Division der Coop, Basel  
 Gottsackerstrasse 4  
 4133 Pratteln  
 Tel. 061 825 44 44  
 Fax 061 825 45 85  
 LD: Lorenzo Pelucchi



**Nutrex**  
 Division der Coop, Basel  
 Juraweg 5  
 3292 Busswil  
 Tel. 032 386 79 11  
 Fax 032 386 79 19  
 LD: Thomas Flühmann



**CWK**  
 Division der Coop, Basel  
 St. Gallerstrasse 180  
 Postfach 170  
 8411 Winterthur  
 Tel. 052 234 44 44  
 Fax 052 234 43 43  
[www.cwk.ch](http://www.cwk.ch)  
 LD: Walter Käser



**Pasta Gala**  
 Division de la Coop, Bâle  
 Rue du Dr Yersin 10  
 Case postale  
 1110 Morges 1  
 Tel. 021 804 93 00  
 Fax 021 804 93 01  
 LD: Philipp Gloor



**Steinfels**  
 Cleaning Systems  
 Division der Coop, Basel  
 St. Gallerstrasse 180  
 Postfach 53  
 8411 Winterthur  
 Tel. 052 234 44 00  
 Fax 052 234 44 01  
[www.scs-ag.ch](http://www.scs-ag.ch)  
 LD: Walter Käser

Alle Aussagen dieses Berichtes, die sich nicht auf historische Fakten beziehen, sind Zukunftsaussagen, die keinerlei Garantie bezüglich der zukünftigen Leistungen gewähren. Sie beinhalten Risiken und Unsicherheiten einschliesslich, aber nicht beschränkt auf zukünftige globale Wirtschaftsbedingungen, Devisenkurse, gesetzliche Vorschriften, Marktbedingungen, Aktivitäten der Mitbewerber sowie andere Faktoren, die ausserhalb der Kontrolle des Unternehmens liegen.

Dieser Geschäftsbericht liegt in deutscher, französischer, italienischer und englischer Sprache vor und ist auch auf unserer Homepage [www.coop.ch](http://www.coop.ch) abrufbar.

Massgebend ist die deutsche Fassung.

**Auflage**

13 000 d / 3500 f / 1500 i / 1500 e

**Herausgeberin**

Coop  
Thiersteinallee 12  
Postfach 2550  
4002 Basel  
Tel. 061 336 66 66  
Fax 061 336 60 40  
[www.coop.ch](http://www.coop.ch)

**Bestellung Geschäftsbericht**

Coop  
Info Service  
Postfach 2550  
4002 Basel  
Tel. 0848 888 444\*  
[www.coop.ch](http://www.coop.ch)  
\* Nationaler Tarif Schweiz

Konzept und Design: Facing Ltd, Zürich  
Text: Coop, Public Relations, Basel  
Fotografie: Peter Tillessen, Zürich  
Satz und Druck: Birkhäuser+GBC, Reinach BL