

Coop-Gruppe  
GESCHÄFTSBERICHT  
2008





## KENNZAHLEN

	2008	2007	Veränderung	%
<b>Finanzielle Kennzahlen konsolidiert in Mio. CHF</b>				
Detailumsatz	18 150	15 755	+2 395	+15.2
Kassenumsatz / Direktabsatz	19 269	16 669	+2 600	+15.6
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	18 271	15 812	+2 459	+15.6
Betrieblicher Cashflow (EBITDA)	1 563	1 383	+181	+13.1
Betriebsergebnis (EBIT)	659	572	+87	+15.3
Finanzergebnis inkl. Ergebnis assoziierter Organisationen	-121	-39	-83	+212.9
Jahresergebnis	390	350	+40	+11.4
Zinspflichtiges Fremdkapital	3 971	3 534	+437	+12.4
Nettofinanzschuld	3 395	3 219	+176	+5.5
Eigenkapital inkl. Minderheiten	5 675	5 324	+351	+6.6
Eigenkapitalanteil in %	43.9	45.1	-1.2	-2.7
Bilanzsumme	12 932	11 810	+1 122	+9.5
Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen	1 445	1 254	+191	+15.2
Geldfluss aus Unternehmenstätigkeit	1 515	1 155	+360	+31.2
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-1 476	-1 351	-125	+9.3
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	250	231	+19	+8.2
<b>Mitarbeitende</b>				
Personen am 31.12.	53 880	48 200	+5 680	+11.8
Vollzeitbeschäftigte	41 550	38 230	+3 320	+8.7
<b>Marktanteile in % (Basis: Marktvolumen BAK)</b>				
Food	21.9	21.5	+0.4	
Non Food	12.8	10.6	+2.2	
Coop-Gruppe	17.2	15.7	+1.5	
<b>Verkaufsstellen</b>				
Anzahl Verkaufsstellen am 31.12.	1 885	1 739	+146	+8.4
Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> am 31.12.	1 707 189	1 624 047	+83 142	+5.1
Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (Jahresdurchschnitt)	1 686 926	1 550 155	+136 771	+8.8
Kassenumsatz in Mio. CHF	17 645	15 390	+2 255	+14.7
<b>Mitglieder<sup>1</sup></b>				
Anzahl Mitglieder am 31.12.	2 536 544	2 502 100	+34 444	+1.4

<sup>1</sup> Bis 2007 Mitgliederhaushalte, ab 2008 Mitglieder

## KOMPETENZMARKEN



Für Bio ohne Kompromisse.



Für tierfreundliche Haltung.



Für Fashion und Fairness.



Für alle, die zu Hause die Umwelt schützen.

**Betty Bossi**

Für frische Ideen.



Für alle, die auch an andere denken.



Für unsere Berge. Für unsere Bauern.



Für alte Sorten neu entdeckt.



Für echten Geschmack mit Tradition.



Für die Form des Lebens.

## EIGENMARKEN



Für 5000-mal günstig und gut.



Für Ihre Tiefpreisgarantie.



Für besondere Momente.



Für Kinder, die noch viel vorhaben.



Für Genuss ohne Beschwerden.

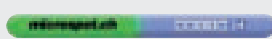
Délicorn

Für den Genuss ohne Fleisch.



For now.

## VERKAUFSFORMATE



## REISEANGEBOTE

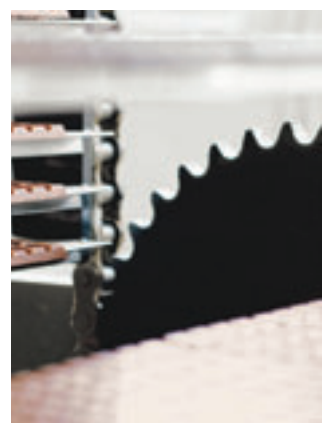
## PRODUKTIONSBETRIEBE



## CASH+CARRY / FOODSERVICE



# Inhalt



<b>2</b>	<b>VORWORT</b>		<b>33</b>	<b>MITARBEITENDE</b>
<b>5</b>	<b>STRATEGISCHE PROJEKTE</b>			Personalstrategie
<b>7</b>	<b>WIRTSCHAFTLICHES UMFELD</b>			Personalvorsorge
	Markt und Preis		<b>35</b>	<b>LOGISTIK, INFORMATIK, IMMOBILIEN UND PRODUKTION</b>
	Beschaffung und Wirtschaftspolitik			Strukturen und Prozesse
	Nachhaltigkeit			Immobilien
<b>13</b>	<b>ANGEBOT UND DIENSTLEISTUNGEN</b>			Bell Gruppe
	Preis			Produktionsbetriebe
	Vielfalt			Hotels
	Ökologisch und sozial profilierte Kompetenzmarken		<b>39</b>	<b>CORPORATE GOVERNANCE</b>
	Kompetenzmarken im Bereich Gesundheit und Convenience		<b>46</b>	<b>ORGANE UND MANAGEMENT</b>
	Markenartikel		<b>53</b>	<b>DIE COOP-GRUPPE IN ZAHLEN</b>
	Eigenmarken		<b>65</b>	<b>KONSOLIDIERTE JAHRESRECHNUNG DER COOP-GRUPPE</b>
	Dienstleistungen und Sponsoring		<b>90</b>	<b>ADRESSEN</b>
	Information und Medien			
<b>25</b>	<b>VERKAUFSFORMATE</b>			
	Verkaufsstellen Retail			
	Online-Shopping			
	Verkaufsstellen Trading			
	Tankstellen und Convenience-Shops			
	Cash+Carry und Foodservice			

# Vorwort

Das Geschäftsjahr 2008 ist das erfolgreichste in der Coop-Geschichte. Der Kassenumsatz stieg um 15,6 % auf 19,27 Milliarden Franken. Insgesamt erhöhte Coop ihren Marktanteil in der Schweiz von 15,7 auf 17,2 %. Der Gesamtumsatz mit Bio-Lebensmitteln ist 2008 um 9 % auf 722 Millionen Franken gestiegen. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Anzahl der Mitarbeitenden um 5 680 auf 53 880 Beschäftigte an. Ihnen allen danken wir für ihren grossen Einsatz und ihr Mitwirken an diesem Erfolg.

Hansueli Loosli, Vorsitzender der Geschäftsleitung, und Anton Felder, Präsident des Verwaltungsrates.



Die Coop-Gruppe blickt auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Sie ist im vergangenen Jahr kräftig gewachsen und hat bei den Marktanteilen ein weiteres Mal deutlich zugelegt. Coop ist voll auf Kurs. Der in der zweiten Jahreshälfte aufgekommene Gegenwind als Folge der Finanz- und Wirtschaftskrise konnte die Coop-Gruppe nicht von ihrem Erfolg abbringen. Das abgelaufene Geschäftsjahr ist ein Rekordjahr. Dank der hoch motivierten Belegschaft, die sich überdurchschnittlich einsetzt, können wir heute raue Gewässer sicher durchfahren.

Der Kassenumsatz der Coop-Gruppe liegt bei 19,27 Milliarden Franken. Das sind 2,6 Milliarden Franken oder 15,6 % mehr als 2007. Damit hat der Anteil am Gesamtmarkt ein weiteres Mal erfreulich zugenommen. Der Marktanteil im Bereich des Lebensmittel-detailhandels liegt nach BAK Basel Economics bei 21,9 %, der Anteil der Non-Food-Produkte bei 12,8 %. Besonders erfreulich für uns ist die Entwicklung bei den Frischprodukten. Während der schweizerische Markt gemäss GfK um insgesamt 6,4 % gewachsen ist, hat unser Umsatz mit 9 % überdurchschnittlich zugenommen. Auch im Bereich Grundnahrungsmittel konnten wir mit einer Umsatzsteigerung von 9,2 % im Vergleich zum Vorjahr deutlich zulegen. Coop verfügt heute über eine solide Finanzkraft. Das Eigenkapital liegt mit 5,68 Milliarden Franken 6,6 % über dem Vorjahr.

Im Jahr 2008 hat Coop ihre Rolle als Schrittmacherin in Sachen Nachhaltigkeit weiter ausgebaut. Wir haben den Beschluss gefasst, in 15 Jahren CO<sub>2</sub>-neutral zu sein. Das bedeutet, dass wir den CO<sub>2</sub>-Ausstoss durch Einsparungen und Kompensation in den direkt beeinflussbaren Bereichen so weit senken, bis eine ausgeglichene betriebliche CO<sub>2</sub>-Bilanz erreicht ist. Und wir motivieren unsere Geschäftspartner, den CO<sub>2</sub>-Ausstoss innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette zu reduzieren. Im Jahr 2008 erhielten unsere Bio-Label Naturaplan und Naturaline ein neues Gesicht. Die beiden Kompetenzmarken stehen heute sowohl für pionierhafte Förderung der Landwirtschaft als auch für beispielhafte Lohas-Produkte. Sie sprechen Konsumentinnen und Konsumenten an, denen das eigene Wohl ebenso am Herzen liegt wie der nachhaltige Umgang mit der Umwelt. Der neue Auftritt und die Weiterentwicklung der Sortimente zeigten Wirkung. So ist der Gesamtumsatz mit Bio-Lebensmitteln im Vergleich zum Vorjahr um 9 % gewachsen.

Ende März 2008 hat die schweizerische Wettbewerbskommission der Übernahme der Carrefour Verkaufsstellen in der Schweiz durch Coop zugestimmt. So konnten wir die Lücke bei den grossflächigen Läden in unserem Verkaufsstellennetz schliessen. In einer Rekordzeit von nur zwei Wochen haben wir jede Carrefour Verkaufsstelle umgebaut. Heute verfügen wir über 27 Megastores, Flaggschiffe an besten Lagen.

Ein wichtiger Pfeiler für eine nachhaltige, erfolgreiche Geschäftsentwicklung sind internationale Kooperationen und Partnerschaften. In der Warenbeschaffung verfügen wir über die bewährte Einkaufskooperation Coopernic. Als weiteren Schritt haben wir Ende Oktober 2008 beschlossen, die Zusammenarbeit mit der Rewe Group im Gastronomie-Grosshandel auszubauen. Wir gründeten ein neues Joint Venture, Transgourmet Holding S.E., mit je 50 % Beteiligung von Coop und der Rewe Group. Die im Joint Venture zusammengefassten Unternehmen erwirtschafteten 2008 mit gut 21 000 Angestellten einen Umsatz von rund 10 Milliarden Franken. Die Transgourmet Holding S.E. ist in Deutschland, Polen, Rumänien, Russland, Frankreich und der Schweiz tätig und verspricht sich gute Wachstumschancen.

An dieser Stelle möchten wir uns bei unseren Kundinnen und Kunden bedanken. Dank ihrer Treue haben sie Coop zu einem weiteren, sehr erfolgreichen Geschäftsjahr verholfen. Wir danken insbesondere allen Mitarbeitenden, ohne deren enormen Einsatz dieser Erfolg nicht möglich gewesen wäre. Und wir danken unseren Geschäftspartnern für die inspirierende und wertvolle Zusammenarbeit, welche wir sehr schätzen.



Anton Felder  
Präsident des Verwaltungsrates



Hansueli Loosli  
Vorsitzender der Geschäftsleitung

**DIE COOP-GRUPPE**

Stand 31. Dezember 2008



**Verwaltungsrat**

Stefan Baumberger  
Michela Ferrari-Testa  
Beth Krasna

Silvio Bircher  
Felix Halmer  
Jean-Charles Roguet

Anton Felder (Präsident)  
Irene Kaufmann (Vizepräsidentin)  
Giusep Valaulta

**Interne Revision**

Franz Kessler, Leiter Interne Revision





# Strategische Projekte

Coop investierte rund 100 Millionen Franken zur Verbesserung der Preisleistung. Der Ausbau des Joint Ventures mit der Rewe Group im Bereich des Gastronomie-Grosshandels und die Übernahme der Carrefour-Supermärkte in der Schweiz standen im Zentrum. Weiter vereinbarte Coop mit dem Bund konkrete CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele.

## **Enorme Investition in die Preisleistung**

Coop hat dem steigenden Preisbewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten sowie dem Eintritt ausländischer Discounter in den Schweizer Markt Rechnung getragen und im Jahr 2008 rund 100 Millionen Franken in die weitere Verbesserung der Preisleistung investiert. Nach einem beträchtlichen Preisabschlag bei insgesamt 120 Produkten von Prix Garantie garantiert Coop seit September 2008 Tiefstpreise auf das gesamte Prix Garantie-Sortiment. Somit sind künftig sämtliche Artikel der Tiefstpreislinie mindestens gleich günstig oder günstiger als die jeweils preiswertesten Produkte der relevanten Mitbewerber am Schweizer Markt. Mit dieser Garantie schenkt Coop den Kundinnen und Kunden absolute Preissicherheit im Tiefstpreissegment und leistet zugleich einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung der Kaufkraft. Zur Sicherstellung der Tiefstpreisgarantie dient zum einen der monatlich vom unabhängigen Marktforschungsunternehmen ACNielsen erhobene Preismonitor, zum anderen prüft Coop wöchentlich durch eigene Markterhebungen ihre preisliche Konkurrenzfähigkeit.

## **transGourmet und tooMax-x:**

### **Massiv erweitertes Engagement in Europa**

Coop fasste den Beschluss, die Zusammenarbeit mit der deutschen Rewe Group im Gastronomie-Grosshandel zu erweitern. Unter dem Namen transGourmet Holding S.E. gründeten die Unternehmen ein gemeinsames Joint Venture, an dem sie je zur Hälfte beteiligt sind. Die transGourmet Holding S.E. mit Sitz in Neu-Isenburg, Deutschland, ist europaweit tätig und beschäftigt mehr als 21 000 Mitarbeitende. Damit entstand das zweitgrösste Cash+Carry- und Foodservice-Unternehmen Europas mit einem erwarteten Jahresumsatz von rund 10 Milliarden Franken. Die Rewe Group brachte die im Abholgrosshandel in Deutschland, Polen, Rumänien und Russland tätige Fegro/Selgros sowie die in Deutschland wirkende

Belieferungs-Grosshandelgruppe Rewe GVS/Stöver in die neue Holding ein. Ebenso integriert wurde die transGourmet Schweiz AG, an welcher die beiden Partner mit je 50 % beteiligt sind. Zudem erweitert sich die Einkaufskooperation von Coop, Rewe Group und Baumax um das finnische Unternehmen Rautakesko. Damit wird tooMax-x der drittgrösste Abnehmer von Baumarktprodukten in Europa. Die Erweiterung der Einkaufskooperation bedeutet für Coop einen weiteren grossen Schritt im Ausbau der internationalen Zusammenarbeit.

#### **Coop-Vision: In 15 Jahren CO<sub>2</sub>-neutral**

Coop verstärkte ihre Rolle als Pionierin und Schrittmacherin in Sachen Nachhaltigkeit und baute ihre Aktivitäten im Bereich Klimaschutz deutlich aus. Im Frühjahr 2008 fasste sie den im schweizerischen Detailhandel einzigartigen Beschluss, in 15 Jahren CO<sub>2</sub>-neutral zu sein. Coop wird den CO<sub>2</sub>-Ausstoss in den direkt beeinflussbaren Bereichen durch Einsparungen und Kompensation so weit senken, bis eine ausgeglichene CO<sub>2</sub>-Bilanz erreicht ist. Diese Zielsetzung betrifft nicht nur Coop selbst. Auch mit Geschäftspartnern arbeitet Coop daran, den CO<sub>2</sub>-Ausstoss innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette zu reduzieren. Coop vereinbarte mit dem Bund konkrete Reduktionsziele, die im Rahmen von Audits regelmässig kontrolliert werden. Das entsprechende Massnahmenpaket entstand in Zusammenarbeit mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW). Es beinhaltet unter anderem die zwingende Ausführung aller Neu- und Umbauten von Coop-eigenen Verkaufsstellen nach Minergie-Standard, die rasche Verlagerung der Transporte von der Strasse auf Schiff und Bahn sowie die CO<sub>2</sub>-Kompensation und substanzielle Reduktion von Flugware. Vorausschauend investiert Coop 2 Millionen Franken in eine Potenzialstudie zur Nutzung von Windenergie in der Schweiz, die den Bau von zehn Windmessmasten beinhaltet. Fester Bestandteil der Vision von Coop ist

das Vorhaben, bis Ende 2012 sämtliche Produkte aus biologisch produzierter Baumwolle von Coop Naturaline CO<sub>2</sub>-neutral herzustellen. Der nach den Reduzierungsmassnahmen verbleibende CO<sub>2</sub>-Ausstoss wird ausschliesslich durch Projekte innerhalb der Produktionskette kompensiert.

#### **Übernahme der Carrefour Verkaufsstellen in der Schweiz**

Nach der Zustimmung der Wettbewerbskommission übernahm Coop im Frühjahr 2008 die Carrefour Verkaufsstellen in der Schweiz. Die Genehmigung der Übernahme war mit der Erfüllung diverser Auflagen verbunden. Nach der Umwandlung der 12 grossflächigen Carrefour Verkaufsstellen in Coop Megastores und der Eröffnung eines weiteren in St. Gallen betreibt Coop aktuell 27 Megastores in der Schweiz. Das sind doppelt so viele wie 2007. Das Grossprojekt brachte einen enormen logistischen und personellen Aufwand mit sich. Nach dem Ausverkauf des bestehenden Sortiments wurden die Verkaufsstellen innerhalb weniger Tage an den hohen Standard von Coop angeglichen und mit dem Produktsortiment von Coop bestückt. Parallel dazu wurde der Auftritt der Verkaufsstellen demjenigen der Coop Megastores angepasst. Da besonders beliebte Produktspezialitäten von Carrefour auch nach der Übernahme weitergeführt wurden, erhöhte sich die Sortimentsvielfalt für die Kundinnen und Kunden erheblich. Coop ermöglichte den insgesamt rund 2 000 ehemaligen Carrefour-Mitarbeitenden eine Weiterbeschäftigung unter dem Gesamtarbeitsvertrag (GAV) Coop. Diese Option nahmen nahezu alle Beschäftigten wahr.

# Wirtschaftliches Umfeld

Schwankende Rohstoffpreise und die weltweite Finanzkrise prägten das Berichtsjahr. Bei den Parallelimporten kollidierten die Interessen der Konsumenten und des Detailhandels insbesondere mit denjenigen der Pharma- und Chemieindustrie. Themen wie Wasserverbrauch, CO<sub>2</sub>-Ausstoss, Landnutzung und Biodiversität rückten stärker ins öffentliche Interesse.

## MARKT UND PREIS

### **Weltweite Finanzkrise und erhöhter Preisdruck**

Der Schweizer Detailhandel verbuchte im Jahr 2008 erneut ein deutliches Umsatzwachstum trotz der starken Erschütterungen der Finanzmärkte in der zweiten Jahreshälfte. Ein Hauptgrund für das gute Resultat lag in der niedrigen Arbeitslosenrate, im positiven Zuwanderungssaldo und in den im Vergleich zum Vorjahr höheren Löhnen. Hinzu kommt, dass die Gesamtumsätze im Detailhandel in der Schweiz stark von der Entwicklung im Segment Nahrungs- und Genussmittel geprägt werden. Und hier waren die negativen Auswirkungen der Finanzkrise auf die Konsumfreude bislang kaum zu spüren. Der Ruf der Banken nach staatlicher Unterstützung und die enormen Verluste der Finanzinstitute haben die Diskussion um Ethik, Nachhaltigkeit und Langfristigkeit in der Wirtschaft belebt. Das könnte sich durchaus positiv auf eine bewusste Nachfrage nach Produkten mit ökologischem, sozialem und ethischem Mehrwert niederschlagen. Ungeachtet dessen wird durch das weitere Vordringen ausländischer Discounter in den Schweizer Detailhandel die Preisdebatte stetig neu entfacht. Verstärkt durch die weltweite kritische Wirtschaftslage, nimmt die Preissensibilität der Konsumentinnen und Konsumenten zu. So galt es für Coop einmal mehr, die Wettbewerbsfähigkeit in allen Preislagen und über das gesamte Sortiment sicherzustellen. Dank weiterer Effizienzgewinne in der Logistik und Beschaffung erarbeitete sich Coop den erforderlichen Preissenkungsspielraum. Coop führte die Tiefstpreisgarantie auf Prix Garantie ein und vollzog über 500 Preisabschläge auf verschiedenste Marken- und Eigenmarkenartikel. Insgesamt hat Coop 2008 rund 100 Millionen Franken in tiefere Preise investiert. Zudem baute sie ihre Position als Detailhändlerin mit der grössten Sortimentsvielfalt in der Schweiz erneut aus. Dies geschah aufgrund der veränderten Kundenbedürfnisse, die von Jahr zu Jahr spezifischer

und individueller werden und denen es mit innovativen Produkten und Konzepten zu begegnen gilt.

## **BESCHAFFUNG UND WIRTSCHAFTSPOLITIK**

### **Stark schwankende Rohstoff- und Energiepreise**

Anfang des Jahres 2008 kämpfte der Detailhandel mit rasch steigenden Rohstoff- und Energiepreisen. Coop konnte die Überwälzung der höheren Einstandspreise auf die Kundschaft in vielen Bereichen gering halten. Möglich war dies durch weitere Effizienzsteigerungen sowie harte Verhandlungen mit den Lieferanten, unter anderem im Rahmen der europäischen Beschaffungs-kooperation Coopernic. Mitte des Jahres drohten die Schweizer Milchbauern aufgrund der hohen Erdölpreise und der verteuerten Transportkosten mit einem Lieferboykott. Coop konnte diesen durch eine Milchpreiserhöhung abwenden, musste die Preissteigerung aber an die Konsumentinnen und Konsumenten weitergeben. Da die Margen bei Milch, Getreide und Kakao in den letzten Jahren deutlich gesenkt worden sind, blieb hier kein Spielraum für das Auffangen rohstoffbedingter Preisaufschläge. Gegen Ende des Berichtsjahres bewegten sich erntebedingt die Agrarpreise und rezessionsbedingt die Energiepreise wieder abwärts. Dies führte zu einer deutlichen Entlastung an der Preisfront. Ein starker Anstieg der Schweizer Milchmengen sorgte Ende 2008 für erhebliche Milchüberschüsse. Um den Absatz zu fördern, senkte Coop im November auf eigene Kosten die Preise von UHT-Vollmilch und UHT-Milchdrink. Die Auswirkungen auf die Konsumstimmung, das Kaufverhalten und die Entwicklung der Kaufkraft infolge der weltweiten Turbulenzen an den Finanzkrisenmärkten liessen sich Ende 2008 noch nicht klar erkennen. Coop geht jedoch von einer höheren Preissensibilität im Jahr 2009 aus.

### **Rufnach Marktöffnung**

Neben den Turbulenzen auf den Produkt- und Finanzmärkten lag das Augenmerk 2008 auf den Bemühungen um eine vermehrte Marktöffnung und Liberalisierung. Anfang November haben die konkreten Verhandlungen um ein Agrarfreihandels- und Gesundheitsabkommen zwischen der Schweiz und der EU begonnen. Coop bereitete sich mit ihrem Beitritt zur Interessengemeinschaft Agrarstandort Schweiz (IGAS) auf diese Diskussion vor. Die IGAS umfasst alle Befürworter eines Agrarabkommens – von den bäuerlichen Produzenten über die Verarbeiter und den Handel bis zu den Konsumenten. Das Verhandlungsmandat beinhaltet ein ausgewogenes Paket, das den Interessen der Konsumenten einen hohen Stellenwert einräumt. Als Begleitmassnahme für die bäuerlichen Produzenten und die Lebensmittelindustrie befürwortet Coop befristete Aktivitäten zur Abfederung in der Übergangszeit und permanente Massnahmen zur Schaffung von gleichwertigen Rahmenbedingungen. Eine EU-weite Marktöffnung wurde auch im politischen Kampf um die Zulassung von Parallelimporten für patentgeschützte Güter angestrebt. In diesem Kampf kollidierten die Interessen der Konsumenten und des Detailhandels vor allem mit den Interessen der Pharmaindustrie. Erst die Vorbereitung einer Volksinitiative brachte das Parlament im Dezember 2008 dazu, einem Systemwechsel zuzustimmen.

### **Verhältnismässige Regulierungen**

Durch den steigenden Kostendruck ist der Detailhandel darauf angewiesen, dass die Regulierungen im Bereich Produktsicherheit, Umwelt- und Verkehrspolitik und Gesundheitsprävention verhältnismässig sind. Coop setzte sich vor allem im Rahmen der Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG DHS) dafür ein, dass der Nutzen der gesetzlichen Bestimmungen für Konsumenten und Detailhandel in einem adäquaten Verhältnis steht zu bürokratischem Aufwand und

Kosten. Der schweizerische Detailhandel hat in den letzten Jahren bewiesen, dass es möglich ist, den gesellschaftlichen Erwartungen eigenverantwortlich und effizient durch freiwillige Branchenlösungen und Systeme gerecht zu werden. Die IG DHS verabschiedete auf Initiative von Coop Anfang des Jahres den Code of Conduct Nanotechnologie. Mit diesem Kodex verpflichtet sich der Detailhandel aus eigenem Antrieb dazu, über alle Produkte mit Nanotechnologie offen zu informieren und diese nur zu vermarkten, wenn sie nach aktuellem Wissensstand keine Gesundheits- und Umweltrisiken bergen.

ihrer Pflicht den Konsumentinnen und Konsumenten gegenüber gerecht zu werden, führte Coop als erste Detailhändlerin der Schweiz das Label «By Air» ein. Es kennzeichnet alle Produkte, die mit dem Flugzeug transportiert wurden. Der CO<sub>2</sub>-Ausstoss dieser Flugtransporte wird kompensiert. Massnahmen wie diese machen es den Kundinnen und Kunden möglich, ihre Verantwortung gegenüber der Umwelt selbst wahrzunehmen und sich bewusst für besonders nachhaltige Produkte zu entscheiden.

## **NACHHALTIGKEIT**

### **Nachhaltiger Konsum**

Auch der private Konsum von Nahrungsmitteln und Gebrauchsgütern verursacht Umweltbelastungen. Sie fallen entlang der gesamten Wertschöpfungskette an: von der Rohstoffgewinnung beziehungsweise dem Anbau über Verarbeitung, Transport, Lagerung und Zubereitung bis zur Entsorgung. Die Umweltbelastungen sind in ihrer Art vielfältig und beschränken sich keineswegs auf die Treibhausgasproblematik. Weitere wichtige Themen sind Wasserverbrauch, Landnutzung und Biodiversität. Coop hatte grossen Anteil daran, dass die Überlegungen und Massnahmen zum nachhaltigen Konsum im Jahr 2008 immer stärker ins öffentliche Interesse rückten und zunehmend Diskussionsstoff boten. Aus Sicht von Coop greifen die aktuell in vielen Ländern diskutierten Konzepte zur CO<sub>2</sub>-Deklaration auf Produkten zu kurz. Sollen Produkte nachhaltiger werden, sind umfassende Life Cycle Assessments (LCA) vonnöten, die alle ökologischen Aspekte berücksichtigen. So können bereits im Beschaffungsprozess Varianten bevorzugt werden, die aus ökologischer Sicht sinnvoll sind. Stark umweltbelastende Produkte gelangen erst gar nicht in das Sortiment. Um



→



# Vom Bio-Lachs aus Irland zum Lachsfilet von Naturaplan









Der Bio-Lachs von Coop Naturaplan wird im offenen Meer vor der Westküste Irlands gezüchtet. Morgens oder abends – abhängig vom Wetter – fahren die Fischer zu den weit draussen im Meer verankerten Netzgehegen hinaus, um die Fische zu füttern. Bio-Zucht bedeutet: strenge Richtlinien bezüglich Aufzucht, Futtermittel, Verarbeitung und Transport. Bevor er aus dem Meer gezogen wird, muss der Bio-Lachs mindestens 4 kg schwer sein.



Film zur Bildstrecke unter:  
[www.coop.ch/geschaeftsbericht](http://www.coop.ch/geschaeftsbericht)

# Angebot und Dienstleistungen

Coop garantiert Tiefstpreise auf Prix Garantie und richtet ihr Angebot an Produkten mit ökologischem und sozialem Mehrwert noch stärker an neuen Konsumtrends aus. Die Coopzeitung ist mit 3,315 Millionen Lesern die grösste Wochenzeitung der Schweiz.

## PREIS

### **Erhaltung der Kaufkraft durch Tiefstpreisgarantie**

Vor dem Hintergrund des zunehmenden Wettbewerbs im Schweizer Detailhandel stand das Jahr 2008 bei Coop auch im Zeichen einer weiteren verbesserten Preisleistung. Es galt zudem, die preisliche Wettbewerbsfähigkeit gegenüber der Konkurrenz zu erhalten und auszubauen. Über 500 weitere Preisabschläge bei Markenartikeln und Produkten der Coop Eigenmarken brachten Preissenkungen von durchschnittlich 10 % mit sich. Im Februar senkte Coop bei 120 Produkten der Tiefstpreislinie Prix Garantie den Preis im Schnitt um 12 %. Einen wesentlichen Beitrag zur Erhaltung der Kaufkraft stellt die im September ausgesprochene Tiefstpreisgarantie dar. Verbunden mit einem Preisabschlag auf 50 weitere Artikel, gab Coop die Zusicherung ab, dass fortan das Sortiment von Prix Garantie mindestens gleich günstig ist wie die jeweils vergleichbaren tiefstpreisigen Produkte der relevanten Mitbewerber am Markt. Als Kontrollinstrument dienen regelmässige Preisvergleiche, die zum einen das unabhängige Marktforschungsinstitut ACNielsen und zum anderen Coop selbst durchführt. Anfang 2009 ging Coop noch einen Schritt weiter und senkte die Preise von über 600 Markenartikeln auf Discount-Niveau. Die Investitionen in Preissenkungen betragen 2008 rund 100 Millionen Franken. Aufgrund der enormen Schwankungen und des klar höheren durchschnittlichen Preisniveaus bei den Rohstoff- und Energiepreisen beläuft sich die Teuerungsrate der gesamten Coop-Gruppe dennoch auf plus 0,9 %. Der Bereich Retail allein erfuhr eine Teuerung von rund 1,3 %.

### **Preismonitor weiter ausgebaut**

Der von ACNielsen durchgeführte Preisvergleich ist der umfangreichste der Schweiz. Mit ihm überwacht Coop ihre Konkurrenzfähigkeit und kontrolliert neu auch ihre Tiefstpreisgarantie. Für einen fest

### Coop Preismonitor: Überblick 2008

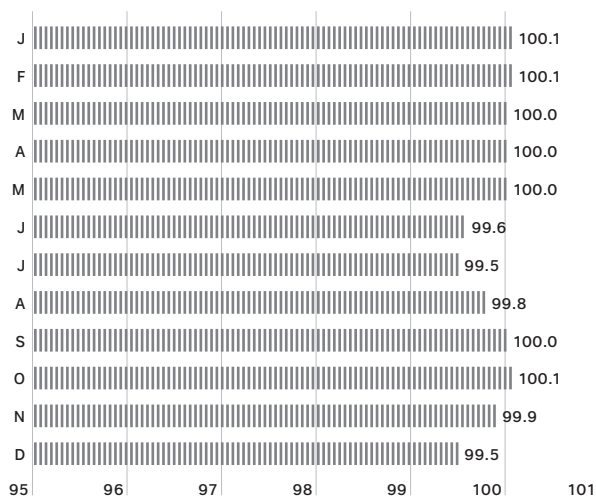
Der Coop Preismonitor wird vom unabhängigen Marktforschungsinstitut ACNielsen jeden Monat im Auftrag von Coop erhoben. ACNielsen vergleicht mindestens 2 100 Artikel des täglichen Bedarfs bei Coop und ihrem Hauptkonkurrenten. Verglichen werden dabei Produkte mit sogenannten nationalen Preisen, also Preise von Produkten, die in der ganzen Schweiz erhältlich sind (Marken, Eigenmarken, Tiefstpreislinie).

Index in % (Hauptkonkurrent = 100 %)

Index kleiner als 100 = Coop günstiger

Index 100 = Coop gleich günstig

Index grösser als 100 = Hauptkonkurrent günstiger



Quelle: ACNielsen, Coop Preismonitor (Stichtag-Erhebung pro Monat)

definierten Warenkorb vergleicht ACNielsen regelmässig die Preise der wichtigsten Detailhändler der Schweiz. In diesem Warenkorb befinden sich aktuell mindestens 2 100 Produkte des täglichen Bedarfs, die aus dem Sortiment der jeweiligen Tiefstpreislinie, der Eigenmarken oder der Markenartikel stammen. Seit Herbst 2008 sind aus dem Tiefstpreis-Segment neu alle Artikel enthalten, die nach objektiven Kriterien wie beispielsweise Qualität, Inhalt und Menge direkt

miteinander vergleichbar sind. Als Kommunikationsinstrument gegenüber den Kundinnen und Kunden dient der Preismonitor, der einmal im Monat in der Coopzeitung und im Internet erscheint. Die Ergebnisse des Preismonitors untermauern zum einen die von Coop ausgesprochene Tiefstpreisgarantie, zum anderen bestätigen sie, dass Coop auch bei den Eigenmarken und Markenprodukten gleich günstig wie ihr Hauptkonkurrent und somit über alle Preislagen hinweg absolut wettbewerbsfähig ist.

### VIelfalt

#### Einzigartiger Markenmix für individuelle Kundenbedürfnisse

Das Konsumverhalten hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden werden immer spezifischer und zugleich umfassender. Vor diesem Hintergrund ist Coop noch stärker auf die verschiedenen Konsumtrends eingegangen. Mit ihrem Angebot der Tiefstpreislinie, der Coop Eigenmarken, der Kompetenzmarken und der Markenprodukte baute Coop 2008 ihre Position als Detailhändlerin mit der grössten Sortimentsvielfalt über alle Preislagen erneut aus. Speziell für die junge Generation hat Coop im August 2008 die Eigenmarke Plan B lanciert, die preiswerte Produkte zum schnellen Verzehr bietet. Mit der Neugestaltung und Sortimentserweiterung der Kompetenzmarken Coop Naturaplan und Coop Naturaline reagierte Coop auf den aktuellen Lebensstrend Lohas (Lifestyle of Health and Sustainability). Für die Konsumentinnen und Konsumenten von Produkten mit ökologischem, sozialem und ethischem Mehrwert gewinnen die Faktoren Genuss, Modernität und attraktive Gestaltung immer mehr an Bedeutung. Unter diesem Aspekt hat Coop 2008 auch die Körper- und Gesichtspfegelinie von Coop Naturaline hinsichtlich Rezeptur und Verpackung überarbeitet.

## ÖKOLOGISCH UND SOZIAL PROFILIERTER KOMPETENZMARKEN

### Coop Naturaplan mit neuem Auftritt

Der Umsatz der Bio-Linie Coop Naturaplan stieg im 16. Jahr ihres Bestehens um 8 % gegenüber dem Vorjahr an und belief sich auf 678 Millionen Franken. Seit April 2008 präsentiert sich das erfolgreichste Bio-Label der Schweiz mit einem frischen und dynamischen Auftritt, neuem Logo, modernen Verpackungen und einem erweiterten Sortiment. Die mehr als 90 Neuentwicklungen sind hauptsächlich moderne und zugleich gesunde Produkte, die dem aktuellen Konsumtrend Lohas folgen. Coop überprüfte durch die Fachstelle Ernährung die ernährungsphysiologische Zusammensetzung der Produkte, überarbeitete die Rezepturen und verbesserte in Zusammenarbeit mit Betty Bossi die Kulinarik der Bio-Produkte. Der Verpackungswechsel der insgesamt 1 600 Knospezertifizierten Produkte erfolgt nach und nach, Bestände mit alten Verpackungen werden nicht vernichtet. Im Rahmen des neuen Markenauftritts lancierte Coop im September das Bio-Magazin Verde mit einer Auflage von 1,4 Millionen Exemplaren.

### Wieder Umsatzzuwachs bei Coop Naturafarm

Coop Naturafarm steht für klare Mehrwerte: Schweizer Produktion, tierfreundliche Auslaufhaltung, unabhängige Kontrollen und ein Verbot von gentechnisch verändertem Futter. Mit einem Umsatz von 467 Millionen Franken ist das Label hinter Coop Naturaplan die Nummer zwei unter den ökologisch, sozial und tierfreundlich profilierten Kompetenzmarken. Es erzielte nach mehreren Jahren der Stagnation 2008 wieder einen Zuwachs von 3 %. Am Gesamtumsatz Fleisch und Eier betrug der Anteil von Coop Naturafarm rund 30 %. Bei Rind- und Schweinefleisch erreichte Coop Naturafarm mit 70 % respektive 65 % sogar einen deutlich höheren Anteil. Erneut eine Pionierrolle übernimmt Coop beim

Verbot der Ferkelkastration ohne Schmerzausschaltung. Die Umsetzung beim Label Coop Naturafarm wird noch vor Ablauf der vom Bundesrat eingeräumten Jahresfrist Ende Juni 2009 abgeschlossen sein.

### Coop Naturaline: CO<sub>2</sub>-neutral bis 2012

Die fair gehandelten Naturaline-Textilien aus Bio-Baumwolle waren 2008 einmal mehr sehr erfolgreich. Im Frühling lancierte Coop ein weltweit einzigartiges CO<sub>2</sub>-Projekt. Es verfolgt das Ziel, bis Ende 2012 sämtliche Produkte von Coop Naturaline aus biologisch produzierter Baumwolle CO<sub>2</sub>-neutral herzustellen. Der verbleibende CO<sub>2</sub>-Ausstoss wird ausschliesslich durch Projekte innerhalb der Produktionskette kompensiert. Zum Auftakt wurden 80 000 T-Shirts aus reiner Bio-Baumwolle mit der Botschaft «CO<sub>2</sub>-neutral» als Aufdruck gefertigt. Seit Herbst 2008 engagiert sich Melanie Winiger als Botschafterin für die nachhaltige Modelinie. Mit Textil- und Kosmetikprodukten erzielte Coop Naturaline 2008 eine Umsatzsteigerung von 5 % auf 67 Millionen Franken. Allein das Kosmetiksoriment aus natürlichen Rohstoffen erzielte ein Umsatzwachstum von rund 20 %. Es erscheint seit diesem Jahr unter dem Namen Naturaline Natural Cosmetics in neuem Design. Coop überarbeitete sowohl die Rezepturen als auch die Verpackungen der Körper- und Gesichtspflegelinie.

### Coop Oecoplan: Erfolg mit Bio-Zimmerpflanzen

Coop Oecoplan musste 2008 Umsatzeinbussen von 2 % verzeichnen und knüpfte somit nicht an das sehr gute Wachstum vom Vorjahr an. Ursache für den Rückgang ist die Umstellung des umsatzstarken Coop Eigenmarken-Papiers auf FSC-Qualität. Dadurch hat das 100 % Recyclingpapier von Coop Oecoplan einen schweren Stand gegenüber dem restlichen Papier-Normalsortiment. Der Umsatz von Bio-Zimmerpflanzen verbesserte sich um 21 %, von Pflanzenschutzmitteln auf natürlicher Basis um 23 % und von Gartenholzpro-

dukten aus nachhaltiger Waldwirtschaft um 12 % im Vergleich zum Vorjahr.

#### **Innovative Produkte bei Max Havelaar**

Produkte von Coop mit Max Havelaar-Gütesiegel tragen seit März 2008 das einheitliche Logo der Dachorganisation Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). Die Max Havelaar-zertifizierten Frischprodukte Banane, Ananas und Rose sind zudem mit der sogenannten FLO-ID-Nummer gekennzeichnet. 2008 erwirtschafteten Produkte mit Max Havelaar-Gütesiegel bei Coop einen Umsatz von 135 Millionen Franken. Der Zuwachs von 4 % im Vergleich zum Vorjahr ist unter anderem auf zahlreiche innovative Neuheiten im Sortiment zurückzuführen. So lancierte Coop als erste Detailhändlerin der Schweiz vorgegarte Fertigerisgerichte mit dem Max Havelaar-Gütesiegel.

#### **Ein Jahr Pro Montagna mit grossem Erfolg**

Das Label Pro Montagna feierte in diesem Jahr seinen ersten Geburtstag. Es erreichte 2008 einen Umsatz von über 20 Millionen Franken. Das Sortiment an Lebensmitteln aus den Schweizer Berggebieten erfreut sich wachsender Beliebtheit. Die Kundinnen und Kunden tragen mit der Wahl der Pro Montagna-Produkte dazu bei, dass die Bauern einen Solidaritätsbeitrag erhalten und die Wertschöpfung in den Berggebieten erhalten bleibt. Rund 2,1 % des Umsatzes – über 500 000 Franken – flossen über die Coop Patenschaft für Berggebiete direkt an Bauern oder Produzenten in den Bergregionen zurück. 2008 erhöhte Coop die Anzahl Pro Montagna-Produkte von 60 auf 90. Neu im Sortiment sind zum Beispiel ein neues Heubrot, zwei Weinsorten, Bio-Bier und zahlreiche Fleischspezialitäten aus den Schweizer Bergen. Erstmals ergänzten 60 Alpkäse, die über den Sommer auf verschiedenen Alpen der Schweiz hergestellt wurden, das Sortiment. Alpkäse ist ein reines Naturprodukt, seine Verfügbarkeit ist saisonal und regional begrenzt.

#### **Verkauf von Pro Specie Rara-Setzlingen**

Das Jahr 2008 stand ganz im Zeichen der Sortimentspflege. Regen und fehlende Krankheitsresistenzen verursachten schwierige Wachstumsbedingungen in der Hauptsaison der Pro Specie Rara-Tomaten. Dies zog ein Stagnieren der Umsätze nach sich. Erfreulich verlief der Verkauf von Pro Specie Rara-Setzlingen in den Verkaufsstellen von Coop Bau+Hobby. Die Setzlingsmärkte erfreuen sich von Jahr zu Jahr steigender Bekanntheit. Sie werden deshalb im nächsten Jahr mit weiteren Service-Leistungen rund um das Pro Specie Rara-Pflanzensortiment ergänzt.

#### **Slow Food gründet fünf neue Förderkreise**

Die internationale Non-Profit-Organisation Slow Food hat zum Ziel, traditionelle regionale Produkte, ursprüngliche Herstellungsmethoden und seit Generationen überlieferte Bräuche zu erhalten. Coop unterstützt dieses einzigartige Vorhaben seit 2007 durch den Coop Fonds für Nachhaltigkeit. 2008 stand vor allem der Aufbau von Produkten aus den sieben Slow Food-Förderkreisen in der Schweiz im Fokus. Weltweit gibt es rund 300 dieser Interessengemeinschaften, die jeweils der Erhaltung einer bestimmten Spezialität gewidmet sind. Einer der Schweizer Förderkreise unterstützt die «Farina bona», ein traditionelles Maismehl aus dem Onsernonetal im Tessin. Durch die veränderten Ernährungsgewohnheiten kam dessen Produktion in den 1960er Jahren zum Erliegen. Coop bot das Mehl für kurze Zeit an und nahm Biscuits aus «Farina bona» fest in das Slow Food-Sortiment auf. Die rund 40 dauerhaften und 40 saisonalen Produkte werden im nächsten Jahr durch weitere Spezialitäten von Schweizer Förderkreisen ergänzt.

## KOMPETENZMARKEN IM BEREICH GESUNDHEIT UND CONVENIENCE

### **Coop vertieft die Zusammenarbeit mit Betty Bossi**

Im Jahr 2008 erreichten die insgesamt über 600 Frischconvenience-Produkte, die Coop zusammen mit Betty Bossi entwickelt hat, ein Umsatzwachstum von rund 3,5 % auf 450 Millionen Franken. Good Food, die neue Generation Fertigmenüs von Idee Betty Bossi, vereint schnelle Zubereitung mit ausgewogener Ernährung. Die Gerichte sind frei von Geschmacksverstärkern, ohne künstliche Farb- und Aromastoffe und decken je ein Fünftel des täglichen Bedarfs an Früchten und Gemüse ab. 2008 verstärkte Coop die kulinarische Zusammenarbeit mit Betty Bossi. In der neu errichteten Testküche von Betty Bossi in Basel werden von nun an gemeinsam neue Produktideen entwickelt und Konsumtrends ausfindig gemacht.

### **Weight Watchers mit saisonalen Produkten**

Das Angebot der Coop Kompetenzmarke Weight Watchers deckt mit rund 300 zucker- und fettreduzierten Produkten alle Nahrungsmittelgruppen ab. 2008 ergänzten saisonale Produkte das Sortiment. Coop und Weight Watchers überprüften sämtliche Produkte auf ihre ernährungsphysiologische Zusammensetzung sowie ihren Geschmack und optimierten einzelne Rezepturen. Die Organisation Weight Watchers bietet weltweit das erfolgreichste Programm zur Gewichtsreduktion und -kontrolle an. Als Highlight fand 2008 zum zweiten Mal die vielbeachtete Wahl zum Weight Watchers-Mitglied des Jahres auf der Internetseite der Coopzeitung statt.

## MARKENARTIKEL

### **Exklusives Markenartikelsortiment mit Mehrwert**

Markenartikel bilden bei Coop einen wesentlichen Bestandteil des vielfältigen Angebots an Food- und Non-

Food-Produkten. Sie vervollständigen das Sortiment im mittleren und oberen Preissegment und sorgen dafür, dass weitere individuelle Kundenbedürfnisse erfüllt werden können. Coop verfügt nach wie vor über die mit Abstand grösste Vielfalt an Markenprodukten in der Schweiz und erbringt durch sie rund 44 % ihres Umsatzes. Bei der Auswahl der Markenartikel achtet Coop darauf, dass diese möglichst einzigartig sind und einen Mehrwert mit sich bringen. Sie müssen den Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten entsprechen und echten Kundennutzen stiften. Denn eine Differenzierung zur Konkurrenz sowie der Gewinn von weiteren Kundinnen und Kunden ergibt sich vor allem aus dem nutzenstiftenden Mehrwert der angebotenen Produkte.

### **Martello – das günstige Kaffee-Kapselsystem**

Im November 2008 lancierte Coop das innovative Kapselsystem Martello auf dem schweizerischen Markt. Die Kaffeemaschine und die dazugehörigen Kapseln sind exklusiv in allen Coop Verkaufsstellen sowie bei Interdiscount und Dipl. Ing. Fust AG erhältlich. Martello ist das günstigste Kaffeekapselsystem auf dem Schweizer Markt und überzeugt vor allem durch ein praktisches Handling, eine gute Energieeffizienz und die sehr gute Kaffeequalität. Allein in den ersten drei Monaten nach der Lancierung setzte Coop 17 000 Geräte der neuen Produktlinie ab. Aufgrund der grossen Nachfrage soll das Sortiment 2009 weiter ausgebaut werden.

## EIGENMARKEN

### **Coop Qualité et Prix: Neugestaltung abgeschlossen**

Im Jahr 2008 schloss Coop die Einführung des neuen Verpackungsauftritts der Eigenmarke Coop ab. Sie zeichnet sich fortan zusätzlich durch den Schriftzug «Qualité et Prix» aus. Das Sortiment bietet über 5 000

Qualitätsprodukte zu günstigen Preisen und umfasst die Bereiche Lebensmittel, Near Food und Non Food. Besonderes Augenmerk liegt auf einer übersichtlichen Gestaltung der Artikelbeschreibungen und Zusatzinformationen auf der Verpackung, dem Coop mit dem Foodprofil nachkommt.

#### **Tiefstpreisgarantie von Prix Garantie**

Fortan herrscht für alle Konsumentinnen und Konsumenten von Prix Garantie-Produkten absolute Preis-sicherheit. Nachdem Coop im Februar den Preis bei insgesamt 120 Produkten um durchschnittlich 12 % senkte, sprach sie im September 2008 die Tiefstpreisgarantie aus. Damit versichert sie, dass die Produkte der Eigenmarke Prix Garantie mindestens gleich günstig sind wie die vergleichbaren Artikel der Tiefstpreislinien der relevanten Mitbewerber am Schweizer Markt. Prix Garantie erzielte im Berichtsjahr einen Umsatz von 381 Millionen Franken, was anteilig am Gesamtumsatz von Coop dem Vorjahresniveau entspricht. Aktuell beinhaltet das Sortiment über 400 Artikel.

#### **Angebot an Fine Food-Produkten wächst stetig**

Das Coop Premium-Label Fine Food konnte als erste Gourmetlinie der Schweiz im Grossverteilerkanal 2008 erneut ein deutliches Wachstum verbuchen. Mit einer Steigerung um 18 % im Vergleich zum Vorjahr belief sich der Umsatz auf 85 Millionen Franken. Fine Food ermöglicht den Konsumentinnen und Konsumenten das gesamte Jahr über Genuss für besondere Momente. Die rund 400 Produkte – etwa 50 mehr als im Vorjahr – bieten beste Qualität und höchsten Genuss zu erschwinglichen Preisen. Neben der Neueinführung von weiteren erlesenen Spezialitäten im Bereich Nahrungsmittel konzentrierte sich Coop 2008 vor allem auf den Ausbau der Linie Fine Food Design. Zahlreiche neue Küchenhelfer ergänzen das Sortiment an Kochgeschirr, Porzellan, Gläsern und Besteck.

#### **Kinderlinie Jamadu feiert ersten Geburtstag**

Im April 2008 wurde die Coop Eigenmarke Jamadu ein Jahr alt – und das gekürt von grossem Erfolg. Das speziell auf die Bedürfnisse von Kindern abgestimmte Sortiment wurde von 40 Produkten Ende 2007 auf aktuell 130 erweitert und erreichte im Berichtsjahr einen Umsatz von 22 Millionen Franken. Dies entspricht einer Verdoppelung gegenüber 2007. Neben dem Geschmack der Nahrungsmittel, der regelmässig von einer Kinderjury beurteilt wird, zählt für Coop vor allem der Aspekt einer ausgewogenen und gesunden Ernährung. Die Anforderungen an die Qualität der Jamadu-Produkte reichen deshalb von reduziertem Fett- und Zuckergehalt bis hin zum Verzicht auf Geschmacksverstärker. Die sieben unterschiedlichen Near-Food-Artikel wie Zahnpasta, Duschgel oder Sonnenmilch erfüllen strenge Auflagen hinsichtlich dermatologischer Unbedenklichkeit. Mit der grossen Sortimentserweiterung im Bereich Non Food auf über 70 Artikel entsprach Coop konkret den Wünschen vieler Eltern und Kinder.

#### **Free From berücksichtigt Unverträglichkeiten**

In der Schweiz leiden weit über 1 Million Menschen an einer Laktose-, Gluten- oder Nahrungsmittel-Unverträglichkeit. Um ihren Bedürfnissen nachzukommen, führt Coop die Eigenmarke Free From. Zu ihrem Sortiment zählen 25 glutenfreie Produkte der Marke DS (Dietary Specials), 22 laktosefreie Produkte sowie vier Artikel, die auch auf spezifische Nahrungsmittelallergien abgestimmt sind. Neu bieten insgesamt 46 Coop Restaurants schweizweit drei glutenfreie Pasta-Menüs von DS an.

#### **Zusammenführung von Délicorn und Valess**

Um das vegetarische Sortiment noch übersichtlicher zu gestalten, führte Coop im Juni 2008 die beiden Linien Valess und Délicorn zusammen. Die insgesamt 29 teilweise pfannenfertigen Produkte erscheinen

neu unter dem Label Délicorn und ermöglichen den Kundinnen und Kunden eine fleischlose und zugleich gesunde und abwechslungsreiche Ernährung. Sie basieren entweder auf einem Frischmilchkonzentrat, das mit Kräutern und Gewürzen verfeinert wird, oder werden aus Soja, Weizen oder Hirse hergestellt. Das gesamte Délicorn-Sortiment trägt das europäische Vegetarier-Label und ist für eine ovo-lakto-vegetarische Ernährung geeignet.

#### **Preiswert unterwegs essen und trinken mit Plan B**

Die neue Eigenmarke Plan B wurde Ende August 2008 eingeführt. Sie richtet sich speziell an die junge Generation, die sich schnell, unkompliziert und vor allem preiswert verpflegen möchte. Plan B bietet feine Mahlzeiten, Snacks und Getränke sowohl für den kleinen als auch für den grossen Hunger. Die Auswahl an insgesamt 50 Food-Produkten reicht von kleinen Knabberereien wie Nuss- und Fruchtmischungen über grössere Mahlzeiten wie Fertig-Nudelgerichte bis hin zu knackigen Salaten und exotischen Frucht-Smoothies. Ergänzt wird das Sortiment durch einen wechselnden Non-Food-Artikel.

## **DIENSTLEISTUNGEN UND SPONSORING**

#### **Coop Supercard – neu für Tickets und Kurzurlaube**

Die Option, Non-Food-Produkte in den Coop City Warenhäusern vollständig oder teilweise mit Superpunkten zu bezahlen, erfreut sich ungebrochener Beliebtheit. 2008 beglichen die Kundinnen und Kunden rund 13 % des Non-Food-Umsatzes in den Warenhäusern bargeldlos mit Superpunkten. Insgesamt lösten die rund 2,6 Millionen Nutzerinnen und Nutzer der Coop Supercard Punkte im Wert von 147 Millionen Franken ein. Seit Anfang Dezember existiert die neue Coop Supercard Ticket. Sie dient als Trägermedium sowohl für Eintrittskarten zu Konzerten und Events als auch für Tageskarten in über 50 Skiregionen der Schweiz.

Die neue Prämie «Supercard Hotels» ermöglicht für 900 Superpunkte plus 249 Franken Zuzahlung einen Kurzurlaub für zwei Personen. Das Angebot wurde bereits 7 600-mal bestellt.

#### **Supercard plus mit elegantem, schwarzem Auftritt**

Die Supercard plus erscheint seit Mai 2008 in neuem, schwarzem Design. Coop entsprach mit dieser Gestaltung dem Kundenbedürfnis nach einem eleganten und zugleich bestechenden Auftritt. Zudem enthält die Kreditkarte einen Chip, der den Einsatz des PIN-Codes bei der Bezahlung nun weltweit ermöglicht. Bis Ende 2008 hat Coop in Zusammenarbeit mit ihrem Partner Swisscard AECS AG insgesamt 281 000 Exemplare der Supercard plus Mastercard in Umlauf gebracht. Mit einem Zuwachs von 31 % bleibt sie mit Abstand die meistverbreitete Gratiskreditkarte in der Schweiz.

#### **ITS Coop Travel übertrifft die Erwartungen**

ITS Coop Travel, das Reisebüro von Coop und Rewe Touristik, konnte sein Ziel für das zweite Geschäftsjahr übertreffen. Mit über 65 Millionen Franken steigerte der Reiseanbieter den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um rund 85 %. Er schickte insgesamt 53 000 Gäste auf Reisen und war vor allem bei Familien beliebt. Durch ein Ausnutzen der Synergien erreichten Coop und Rewe Touristik in der Schweiz die Preisführerschaft für Badeferien. Die beliebtesten Reiseziele waren Spanien, Ägypten und Griechenland, und bei den Fernzielen lagen Asien und die Karibik vorne. Den Hauptanteil des Umsatzes erzielte ITS Coop Travel durch Direktvertrieb: 55 % der Buchungen kamen per Telefon, 23 % im Internet über die Website [www.its-coop.ch](http://www.its-coop.ch) zum Abschluss. Die verbleibenden 22 % der Buchungen nahmen andere Reisebüros entgegen.

#### **CoopMobile friends nun noch attraktiver**

CoopMobile konnte einen enormen Zuwachs an Nutzerinnen und Nutzern verbuchen. Ende 2008 zählte



das Prepaid-Angebot in der Mobiltelefonie von Prix Garantie rund 380 000 Kundinnen und Kunden – 110 000 mehr als im Vorjahr. CoopMobile friends, das Ende 2007 lancierte Postpaid-Angebot, tritt seit Mitte 2008 noch attraktiver auf. Konnte anfangs nur eine Gruppe von fünf definierten Personen untereinander zu günstigen 5 Rappen pro Minute telefonieren, gilt dieses Angebot nun für alle 1,5 Millionen Kundinnen und Kunden im Netz von Orange Mobile.

#### **Weitere Geschenkkarten im Angebot**

Die Coop Geschenkkarte in Kreditkartenformat erfreute sich 2008 grösster Beliebtheit. Sie ist neu auch für Dipl. Ing. Fust AG erhältlich. Insgesamt verkaufte Coop Wertkarten für rund 66 Millionen Franken, davon rund 6 Millionen Franken an Unternehmen. Diese nutzen die Karte gerne als Geschenk für ihre Mitarbeitenden oder Kunden.

#### **Coop an der Euro 08**

Coop bot 2008 unter dem Motto «Für den Champion in Dir» in allen Verkaufsstellen zusätzliche Promotionsangebote und Dienstleistungen rund um die Euro 08 an. In den Host Cities engagierten sich die Coop Verkaufsstellen entlang des Fanboulevards und in Stadionnähe mit deutlich verlängerten Öffnungszeiten, Sonntagsverkäufen und einem speziellen Verpflegungsangebot. Coop Supercard nahm 58 EM-spezifische Prämien in das Sortiment auf. Unter dem Titel «Unser Fussballgast – Aus dem Gastgeberland» entwickelte Coop in Zusammenarbeit mit Betty Bossi länderspezifische Rezepte, die in den Verkaufsstellen auslagen. Beim Public-Viewing-Projekt UBS-Arena mit insgesamt 960 000 Besuchern betrieb Coop den exklusiven Vorverkauf für die gedeckten Sitzplätze. Durch die Bell AG sorgte Coop in allen UBS-Arenen für die Verpflegung der Fussballfans.

#### **Mit Sponsoring nah bei den Kundinnen und Kunden**

Die Sponsoring-Aktivitäten von Coop gliedern sich in die Bereiche Umwelt und Soziales, Ernährung und Bewegung, Kultur und Unterhaltung, Sport und Freizeit. Im Berichtsjahr verabschiedete Coop das neue Sponsoringkonzept für die nächsten vier Jahre. Die gemeinsamen Sponsoring-Aktivitäten mit der Eigenmarke Jamadu wurden 2008 deutlich ausgebaut. Zudem nimmt Coop die Verantwortung zum Thema Ernährung verstärkt wahr und stellt speziell Ernährungs- und Bewegungsprojekte in den Vordergrund.

### **INFORMATION UND MEDIEN**

#### **Coopzeitung gewinnt grössere Leserschaft**

Ein Jahr nach der Neugestaltung des Erscheinungsbildes und der markanten Weiterentwicklung des Inhaltskonzepts zeigt sich, dass die Coopzeitung durch diesen Schritt insbesondere bei jüngeren Schichten zahlreiche neue Leserinnen und Leser hinzugewinnen konnte. MACH Basic, die gemeinschaftliche Reichweitenstudie für Presse und Kinos in der Schweiz, hat diesen Trend bestätigt. So konnte die Coopzeitung mit neu 3,315 Millionen Leserinnen und Lesern und einer Auflage von 2 457 161 Exemplaren die Stellung als grösste Wochenzeitung der Schweiz sogar leicht ausbauen. Parallel wuchs auch die Zahl der Mitglieder weiter an und lag Ende 2008 bei 2 536 544 Personen. Um den sich ändernden Nutzungsgewohnheiten Rechnung zu tragen, baut die Coop Presse die Inhalte in allen drei Sprachausgaben vermehrt multimedial und crossmedial auf. Die Leserschaft profitiert von zahlreichen Videos, Podcasts und weiteren innovativen Leistungen und steht dadurch wesentlich stärker und direkter im Dialog mit der Coop Presse.

### **Coop Internet gewinnt markant an Bedeutung**

Mit [www.coop.ch](http://www.coop.ch) zählt Coop zu den Unternehmen mit der grössten Online-Reichweite der Schweiz. 2008 baute Coop die Internetseite in ihrer Rolle als Kommunikations- und Serviceplattform weiter aus. Im Vordergrund stand die Weiterentwicklung der operativen und strategischen Einbindung der Online-Medien in die Kommunikation von Coop. Dies geschieht vor allem durch eine konsequente, auf den Online-Nutzen fokussierte Begleitung der Werbe- und Kommunikationskampagnen. So machte Coop 2008 verstärkt im Internet auf die Lancierung des Bio-Magazins Verde sowie auf das neue Label Plan B aufmerksam. Im Jahr 2009 steht der Ausbau multimedialer Inhalte im Vordergrund. Bereits multimedial umgesetzt sind die acht Bildgeschichten im diesjährigen Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht. Unter [www.coop.ch/geschaeftsbericht](http://www.coop.ch/geschaeftsbericht) ist im Internet ein Kurzfilm zu jedem Herstellungsprozess publiziert.

### **Coop Konsumentendienst: rund 158 000 Anfragen**

Der Coop Konsumentendienst bearbeitete 2008 rund 158 000 Anfragen und Wünsche von Kundinnen und Kunden. Dies entspricht einer Steigerung von rund 12 % im Vergleich zum Vorjahr. Der generelle Anstieg der Kundenanliegen ist auf die neu eingeführten Produktlinien und Dienstleistungsangebote zurückzuführen. All diese Angebote generieren Bedarf nach Information. 2008 stiess neben der Lancierung der neuen Produktlinie Plan B auch das Ticketcorner-Angebot in den Coop City Verkaufsstellen auf grosses Kundeninteresse. Hinzu kamen Anfragen zu den neuen Megastores, zum Ausbau des Selfscanning-Systems Passabene und zu den zahlreichen Gewinnspielen von Coop. Die von den Kundinnen und Kunden entgegengenommenen Anregungen und Wünsche fliessen in ein umfassendes Reporting an die verantwortlichen Stellen ein. Coop leitet aus diesen Anfragen nach sorgfältiger Prüfung gegebenenfalls neue Massnahmen ab.

So setzte Coop nach dem Pilotversuch im vergangenen Jahr zum Beispiel die Einkaufswagen-Lupe 2008 in der ganzen Schweiz um.



→



# Vom Korn zum frischen Brot aus den Coop- eigenen Bäckereien







In den sieben Coop-eigenen Bäckereien entstehen über 800 teilweise saisonale und regionale Spezialitäten: verschiedene Brotsorten, Feingebäcke, Wähen, Kuchen und Patisserie. Das Mehl hierfür stammt fast ausschliesslich von der Coop-eigenen Mühle, der Swissmill. Gebacken wird überwiegend nachts und vormittags. Um die Transportwege zu verringern, sind die Bäckereien direkt bei den regionalen Coop Verteilzentralen angegliedert. So erreichen bereits am frühen Morgen die ersten Brote die Verkaufsstellen.



Film zur Bildstrecke unter:  
[www.coop.ch/geschaeftsbericht](http://www.coop.ch/geschaeftsbericht)

# Verkaufsformate

Coop verdoppelt durch die Übernahme der Carrefour-Verkaufsstellen in der Schweiz die Anzahl an Megastores. Passabene und Leselupe erleichtern das Einkaufen. coop@home beliefert fortan die gesamte Schweiz. Coop wird für den Bau von Verkaufsstellen nach Minergie-Standard ausgezeichnet. Coop City führt neues Herrenmode-Label ein.

## VERKAUFSSTELLEN RETAIL

### **Deutlicher Zuwachs an Coop Supermärkten und Megastores**

Im Jahr 2008 eröffnete Coop 11 Supermärkte und 13 Megastores. Letztere resultierten aus der Übernahme der Carrefour Verkaufsstellen in der Schweiz, die binnen weniger Wochen in Coop Megastores umgewandelt wurden. 2008 hat Coop neun Supermärkte geschlossen. Die Verkaufsfläche vergrösserte sich um 8,4 % auf 926 350 m<sup>2</sup>. Der Umsatz der insgesamt 818 Verkaufsstellen im Bereich Retail lag mit 11 Milliarden Franken rund 7,5 % über dem Vorjahr. Die Coop Megastores erwirtschafteten davon neu rund 11 %. Im Oktober 2008 fand die schweizweit erste offizielle Übergabe eines Minergie-Zertifikats an die im Dezember 2007 errichtete Verkaufsstelle in Schönenwerd statt.

### **Dank Leselupe Packungstexte besser lesen**

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit Pro Senectute hat Coop im Herbst 2008 eine spezielle Einkaufswagen-Lupe lanciert. Dabei handelt es sich um eine einzigartige Innovation in Europa, mit der Coop insbesondere auf die Anliegen von älteren Menschen reagiert. Die Leselupe ist fest am Einkaufswagen montiert und erleichtert Personen mit eingeschränkter Sehschärfe das Lesen klein gedruckter Packungstexte. Bis Ende Frühjahr 2009 rüstet Coop alle eigenen Einkaufswagen mit der Lesehilfe aus – insgesamt rund 120 000 Stück.

### **Passabene in über 70 Verkaufsstellen nutzbar**

Im Mai 2008 schloss Coop die Markteinführung des Selfscanning-Systems Passabene in der gesamten Schweiz erfolgreich ab. Die Einkäufe können nun in insgesamt 70 Verkaufsstellen mit dem handlichen Lesegerät selbst erfasst werden. 235 000 Kundinnen und Kunden profitieren bereits von dem schweizweit ersten Selfscanning-System im Detailhandel.

### **Coop Restaurants bieten glutenfreie Pastagerichte**

Mit Einführung eines neuzeitlichen Ernährungsprogramms fördern die 193 Coop Restaurants vermehrt den Konsum von Gemüse und Früchten, die fleischlose Vielfalt, natürliche Produkte und saisonale Angebote. Im April vergrösserten sie das Angebot an kalorienreduzierten Nahrungsmitteln und lancierten Lifestyle als eigenständige Sortimentslinie. Insgesamt 46 Restaurants bieten seit Juni 2008 täglich drei glutenfreie Pasta-Gerichte an. Als Pilotprojekt eröffnete Coop 2008 die erste original italienische Gelateria «Crema-more». Die Coop Restaurants sind als einzige Betriebe der Schweizer Systemgastronomie von Bio Suisse für die Bio-Teilkomponentenküche zertifiziert.

### **ONLINE-SHOPPING**

#### **coop@home liefert in die gesamte Schweiz**

2008 setzte coop@home mit 54 Millionen Franken rund 16 % mehr um als im Vorjahr bei insgesamt 229 000 Auslieferungen und einem durchschnittlichen Einkaufswert von 212 Franken. Seit März 2008 beliefert der Internet-Supermarkt von Coop die gesamte Schweiz bis in die abgelegensten Täler. Die Auslieferung erfolgt dort durch die Schweizerische Post. Unter Verwendung eines speziellen Kühlsystems ist seit November 2008 auch der Versand von gekühlten Produkten in isolierten Paketboxen möglich. Somit sind in den bislang nicht bedienten Gebieten neu über 10 000 Lebensmittel und Produkte des täglichen Bedarfs online bestellbar. Ausgenommen bleiben dort lediglich Tiefkühlwaren. Im bestehenden Liefergebiet der Agglomerationen übernimmt weiterhin der persönliche Lieferservice von coop@home den Transport. Hier steht das Vollsortiment mit über 11 000 Produkten zur Auswahl.

### **microspot.ch erweitert Sortiment**

microspot.ch, der im Vorjahr gegründete Internetanbieter für Heimelektronik, hat den Umsatz 2008 nahezu verfünffacht. Er beträgt nun 41 Millionen Franken. Zu diesem deutlichen Wachstum trug neben der Tiefstpreisstrategie und dem Ausbau des Sortiments insbesondere die Integration des Internetshops netto24 bei. Durch den gemeinsamen Austritt profitieren die Kundinnen und Kunden von einer Auswahl an insgesamt über 65 000 Artikeln für Heimelektronik und Haushalt.

### **VERKAUFSTELLEN TRADING**

#### **Ticketcorner und Code of Casual bei Coop City**

Die Warenhäuser von Coop City konnten trotz Finanzkrise und Rezessionsängsten ein Umsatzplus verbuchen. Mit 1,05 Milliarden Franken liegt der Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr bei rund 4 %. Die positive Umsatzentwicklung bezieht sich sowohl auf den Non-Food-Bereich als auch auf die Food-Produkte sowie die Coop Restaurants. Seit November 2008 verfügen alle 33 Coop City Warenhäuser über eine Ticketcorner-Vorverkaufsstelle. Ob Karten für Musicals, Konzerte oder ein Fussballspiel – das gesamte Programm von Ticketcorner steht zur Auswahl. Statt Abgabe einer physischen Eintrittskarte kann der jeweilige Eintritt auf die neue Supercard Ticket geladen werden. Neu bei Coop City ist die Eigenmarke Code of Casual als Pendant zur erfolgreichen Damenlinie nulu. Das Herrenmode-Label bietet bequeme und dennoch modische Kleidung, die sich einfach kombinieren lässt und zugleich erschwinglich ist. Die Verkaufsstelle in Sion erfuhr 2008 einen Totalumbau. Herrenabteilung, Papeterie und Naturaline Shop glänzen in allen Warenhäusern mit einem neuen Auftritt. Die Kundinnen und Kunden nutzen weiterhin die in der Schweiz exklusive Möglichkeit, Non-Food-Produkte mit Superpunkten zu



bezahlen. Damit erzielten Coop City Warenhäuser rund 13 % des Non-Food-Umsatzes.

#### **Bau+Hobby erweitert das Dienstleistungsangebot**

Mit 720 Millionen Franken steigerte Coop Bau+Hobby den Umsatz um rund 5 %. Somit halten die 69 Verkaufsstellen ihre Marktführerschaft in der Schweiz. Im Jahr 2008 stand vor allem der Ausbau von nachhaltigen Sortimenten und Dienstleistungen im Vordergrund. Das Angebot an wassersparenden Produkten ist von 34 auf 52 Artikel angewachsen. Im Herbst startete eine umfassende Kommunikationskampagne zum Thema «Durch richtiges Isolieren Wärmeenergie einsparen». In diesem Zusammenhang bot Bau+Hobby als Erster flächendeckend in der Schweiz den Kundinnen und Kunden thermografische Aufnahmen ihres Hauses inklusive Auswertungsbericht an. Auf Wunsch vermittelte Coop Bau+Hobby anschliessend den Einbau der fehlenden Dämmmaterialien durch «Die HausProfis». Anfang 2008 vergrösserte Coop ihren Marktanteil im Bereich Do-it-yourself-, Bastel- und Garten-Angebot und erwarb die Hobby AG mit Sitz in Heimberg. Die Hobby AG erwirtschaftet jährlich einen Umsatz von über 18 Millionen Franken und wird vorerst unter dem gleichen Namen weitergeführt.

#### **Interdiscount – tiefe Preise und Fachberatung**

Mit einer markanten Frequenzsteigerung gegenüber dem Vorjahr erhöhte Interdiscount im Jahr 2008 den Gesamtumsatz um knapp 8 % auf 1,07 Milliarden Franken. Neben den zahlreichen Aktivitäten rund um die Euro 08 wirkte sich vor allem die konsequente Ausrichtung auf Discountpreise in Kombination mit kompetenter Beratung positiv auf das diesjährige Umsatzwachstum aus. Nach 16 Eröffnungen und vier Schliessungen verfügt Interdiscount nun über 197 Verkaufsstellen. 17 davon bestehen als XXL-Version mit einer Verkaufsfläche von bis zu 4 000 m<sup>2</sup>.

#### **Toptip und Lumimart setzen auf SAP und WAMAS**

Toptip und Lumimart konnten nahezu an das hohe Vorjahresniveau anknüpfen und schlossen das Geschäftsjahr 2008 mit einem Umsatz von 261 Millionen Franken ab. Dies ist im Hinblick auf die Konjunktur-Abkühlung in der Möbel- und Wohneinrichtungsbranche sowie die Schliessung der Lumimart Verkaufsstellen Suhr und Morges im Rahmen der Standortbereinigung ein Erfolg. Die strategisch wichtigen Toptip Verkaufsstellen Dübendorf und Altendorf erhielten eine Gesamtsanierung im Sinne des neuen Verkaufsstellenkonzepts. Fünf weitere Standorte zeigen sich nach kleineren Umbaumaassnahmen nun attraktiver für die Kundinnen und Kunden. Aktuell verfügen Toptip und Lumimart über 59 Verkaufsstellen in der ganzen Schweiz. Einen Schwerpunkt bildete die Umstellung der Warenwirtschafts- und Logistiksysteme auf SAP und WAMAS.

#### **Import Parfumerie weiterhin auf Erfolgskurs**

Mit einer erneuten Steigerung um rund 6 % liegt der Umsatz von Import Parfumerie bei 164 Millionen Franken. 2008 setzten die Parfümerien die Umsetzung des neuen Ladenkonzeptes fort. Nach weiteren 27 Umbauten und der Neueröffnung in Haag zeigen sich nun 52 Verkaufsstellen im frischen Look. Neu ist das Sortiment von L'Oréal Prestige in den insgesamt 97 Import Parfümerien erhältlich. In Zusammenarbeit mit der Coty-Gruppe wurden an den Standorten Bern, Luzern, Zürich-Oerlikon und Spreitenbach erstmals Premium Beauty Points – ein Shop im Shop mit bekannten Markendüften – in den Verkaufsstellen eingerichtet.

#### **Hohe Wachstumsraten bei Coop Vitality Apotheken**

Die Coop Vitality Apotheken wiesen im Jahr 2008 ein Wachstum von 34 % auf. Der Umsatz betrug somit 88 Millionen Franken. Der Rezeptanteil hob sich von 33 % im Vorjahr auf aktuell 37 % an. Von den insgesamt 31 Coop Vitality Apotheken eröffneten sechs im Jahr 2008, darunter die erste im Wallis. Herzchecks

und Knochendichtemessungen ergänzen neu die Beratungskompetenz der Apotheken. Sorge bereitet allein der akute Mangel an ausgebildeten Apotheken-Fachkräften, der in der gesamten Schweiz herrscht.

#### **Klare Positionierung von Christ Uhren & Schmuck**

In ihrem zweiten Jahr als Teil der Coop-Gruppe konnte Christ Uhren & Schmuck den Umsatz um 6,5 % auf 114 Millionen Franken steigern. Mit zwei Neueröffnungen in St. Gallen und Sion und zwei Schliessungen bestehen nun gesamthaft 84 Verkaufsstellen. Im Rahmen der Weiterführung des Ladenbauprojekts kam es zu 19 Umbauten. Total erscheinen nun 41 Christ Verkaufsstellen in neuer Gestalt. Dies trug massgeblich zu einer klaren Positionierung von Christ Uhren & Schmuck als Fachbijouterie im mittleren Preissegment bei. Eine eindeutige Sortimentsstrategie und die Schulung der Mitarbeitenden hinsichtlich Dienstleistung und Service verstärken das positive Image von Christ am Schweizer Markt. Seit 1. Januar 2008 sind alle Mitarbeitenden neu dem Gesamtarbeitsvertrag Coop unterstellt.

#### **Dipl. Ing. Fust AG erweitert Fachkompetenz im Bereich Computer**

Dipl. Ing. Fust AG entwickelte sich nach der Übernahme durch Coop im November 2007 positiv. In der Sparte Küchen- und Bäderrenovation konnten die Durchschnittserlöse dank des Verkaufs höherwertiger Küchen und Bäder deutlich gesteigert werden. Die Abteilungen Elektrohaushalt, Unterhaltungselektronik und Computer konnten Marktanteile gewinnen und insbesondere dank der Synergien innerhalb der Coop-Gruppe die Ertragskraft deutlich verbessern. Besonders kräftig wuchs die Sparte Computer und Computer-Zubehör. Mittlerweile bieten sieben weitere und somit insgesamt 70 Verkaufsstellen eine breitgefächerte Computerabteilung an. Unter dem Motto «PC ready to use» werden die Geräte vom Fachpersonal be-

reits vor dem Verkauf betriebsbereit konfiguriert. Mit Dienstleistungen wie dieser wird sich Dipl. Ing. Fust AG auch weiterhin als Fachdiscounter mit umfassenden technischen Serviceleistungen von den Mitbewerbern differenzieren.

### **TANKSTELLEN UND CONVENIENCE-SHOPS**

#### **Coop Mineraloel steigert Marktanteil**

Aus den turbulenten Weltmarktpreisen für Rohöl resultierte im Jahr 2008 ein starker Konkurrenzkampf unter den Mineralölgesellschaften. Vor diesem Hintergrund steigerte die Coop Mineraloel AG den Marktanteil der insgesamt 176 Coop Tankstellen – 164 davon mit Coop Pronto Shop – um 2,1 Prozentpunkte. Die Coop Tankstellen festigten somit ihre Position als Marktführer in der Schweiz. Auch die Unternehmensbereiche Coop Pronto Shops und Heizölverkauf konnten ein deutliches Wachstum verbuchen. Gesamthaft steigerte die Coop Mineraloel AG ihren Nettoerlös im Vergleich zum Vorjahr um rund 25 % auf 2,08 Milliarden Franken.

#### **Erster Coop Pronto in Minergie-Standard**

Die Coop Pronto Shops erzielten 2008 einen Umsatz von 548 Millionen Franken. Dies entspricht einem Zuwachs von rund 17 % gegenüber dem Vorjahr. Coop Mineraloel AG eröffnete im Jahr 2008 20 neue Convenience Shops mit und ohne Tankstelle. Ende 2008 existierten somit schweizweit 208 Coop Pronto. Die positive Umsatzentwicklung und der stete Ausbau der Standorte bestätigen, dass der Convenience-Markt in der Schweiz weiterhin floriert. Der Anteil der Frischprodukte im Gesamtsortiment wurde noch stärker ausgebaut. An ausgewählten Standorten ist nun Frischfisch erhältlich. Ende August öffnete der erste Coop Pronto in Minergie-Standard seine Türen. Coop setzt das Niedrigenergiekonzept fortan bei allen Neueröffnun-

gen um, bei denen sich der Tankstellenshop im eigenen Gebäude befindet.

#### **Online-Bestellungen von Heizöl nehmen zu**

Die Website [www.coop-heizoel.ch](http://www.coop-heizoel.ch) erfreute sich im Jahr 2008 zunehmender Bekanntheit. Besucher profitieren vor allem von der Möglichkeit, ihr Heizöl einfach und bequem direkt über die Website zu bestellen. So erhöhte sich der Anteil der Online-Bestellungen um 9 Prozentpunkte auf insgesamt 22 %. Auch die Coop Mineraloel AG engagiert sich im Bereich Nachhaltigkeit. Gemeinsam mit einem Partnerunternehmen lancierte sie eine gross angelegte Promotion für Coop Ökoheizöl schwefelarm. Die Verbrennung dieses Öls erfolgt praktisch rückstandsfrei, die Schadstoffemissionen sind somit auf ein Minimum reduziert. Derzeit nutzen rund 24 % der Kundinnen und Kunden von Coop Mineraloel die nachhaltige Heizvariante.

4,7 %. Im Berichtsjahr entschieden Coop und die Rewe Group, ihre Zusammenarbeit im Bereich des Gastronomie-Grosshandels zu erweitern. Zu diesem Zweck gründeten sie das Unternehmen transGourmet Holding S.E. Das neue Unternehmen hat seinen Sitz in Neulsenburg, Deutschland, und beschäftigt europaweit über 21 000 Mitarbeitende. Mit einem Jahresumsatz von rund 10 Milliarden Franken ist die transGourmet Holding S.E. somit das zweitgrösste Cash+Carry- und Foodservice-Unternehmen in Europa.

## **CASH+CARRY UND FOODSERVICE**

### **transGourmet wird auf ihrem Gebiet die Nummer zwei in Europa**

Die transGourmet Schweiz AG, ein Joint Venture zwischen Coop und der Rewe Group, hat sich in den vergangenen Jahren überaus gut entwickelt. Das Unternehmen ist im Abhol- und Belieferungsgrosshandel für die Gastronomie und Grossverbraucher tätig und sowohl in der Schweiz als auch in Frankreich führend. Die schweizweit 24 Abholmärkte der Division Cash+Carry richten sich an die professionelle Gastronomie. Sie steigerten ihren Umsatz im Jahr 2008 um 8,4 % auf 1,2 Milliarden Franken. Die Division Foodservice mit Howeg in der Schweiz und transGourmet France in Frankreich bedient als Belieferungsgrosshandel hauptsächlich Grosskunden wie Restaurantketten, Spitäler und Heime. Mit einem Umsatz von 2,3 Milliarden Franken verzeichnete sie ein Wachstum von



→



Vom Holz  
zum Polstermöbel  
von Tiptip







Ein Grossteil der Polstermöbel von Toptip wird beim Möbelfabrikanten ADA mit Hauptsitz in Österreich hergestellt. Hier sind auch Spezialanfertigungen möglich, die individuell auf die jeweiligen Kundenwünsche abgestimmt sind. Deshalb werden alle Sofagestellte von Hand zusammengebaut. Auch die Bezüge werden ganz nach Kundenwunsch gefertigt. Insgesamt stehen 1000 Stoffvarianten und 53 verschiedene Leder zur Auswahl.



Film zur Bildstrecke unter:  
[www.coop.ch/geschaeftsbericht](http://www.coop.ch/geschaeftsbericht)

# Mitarbeitende

Coop beschäftigt deutlich mehr Lernende und erhöht die Gesamtlohnsumme um 3,25 %. Die neue Personalstrategie 2012+ richtet sich an künftigen Entwicklungen und deren Auswirkungen für den Schweizer Detailhandel aus.

## **Mehr Lernende und steigende Löhne**

Durch die Übernahme der Carrefour Verkaufsstellen in der Schweiz stieg die Anzahl der Mitarbeitenden der Coop-Gruppe im Jahr 2008 um rund 12 % auf 53 880 Beschäftigte. Nahezu alle ehemaligen Mitarbeitenden von Carrefour nahmen nach der Übernahme die Option wahr, von Coop weiterbeschäftigt zu werden. Damit ist die Coop-Gruppe aktuell die zweitgrösste Arbeitgeberin der Schweiz. Die Anzahl an Lehrstellen erhöhte sich 2008 um über 9 % im Vergleich zum Vorjahr. Die Coop-Gruppe beschäftigte Ende des Jahres insgesamt 2 974 Lernende, 246 mehr als 2007. Der Anteil der Lernenden an der Gesamtbelegschaft beträgt neu 5,5 %. Trotz der weltweiten Finanzkrise erhöhte Coop im Gegensatz zu vielen anderen Unternehmen die Lohnsumme ab 1. Januar 2009 um insgesamt 3,25 %. Dies ist das Ergebnis der Verhandlungen zwischen Coop und ihren Sozialpartnern KV Schweiz, SYNA/OCST, UNIA und dem Verein der Angestellten Coop (VdAC). Alle Vollzeitmitarbeitenden mit einem Bruttomonatslohn bis 4 000 Franken und einem Eintrittsdatum vor dem 1. Juli 2008 profitieren von einer Lohnerhöhung von mindestens 100 Franken brutto im Monat. Mit dieser Entscheidung garantiert Coop weiterhin die konsequente Anhebung der tieferen Lohnsegmente sowie der Frauenlöhne. Die Lohnanhebung der Mitarbeitenden im Stundenlohn beträgt mindestens 40 Rappen pro Stunde. Im Januar 2009 erhielten alle Beschäftigten im Gesamtarbeitsvertrag (GAV) Coop eine Geschenkkarte im Wert von 200 bis 500 Franken, je nach Anstellungsgrad.

## **PERSONALSTRATEGIE**

### **Neue Personalstrategie 2012+**

Mit Beginn des Jahres 2008 trat die neue Personalstrategie 2012+ in Kraft. Diese nimmt bereits jetzt Bezug auf zukünftige Entwicklungen und deren Auswirkungen



gen für den Schweizer Detailhandel. So berücksichtigt die neue Coop Personalstrategie die bevorstehenden demografischen Veränderungen sowie die Folgen der Personenfreizügigkeit in Europa. Auch die stetige Internationalisierung im Detailhandel sowie der steigende Konkurrenzdruck am Markt beeinflussten die Festlegung der einzelnen Strategiepunkte. Generell möchte Coop die Mitarbeitenden für künftige Herausforderungen fit machen und speziell darauf vorbereiten.

#### **Regionale und divisionale Nachwuchspools**

Die Zielsetzung von durchschnittlich 75 % internen Beförderungen auf der Basis der Mitarbeiterentwicklung hat Coop Ende 2008 bereits nahezu erreicht. Hauptgrund hierfür sind die seit fünf Jahren bestehenden regionalen und divisionalen Nachwuchspools. So werden im Bereich Verkauf und Logistik besonders herausragende Mitarbeitende in speziellen Laufbahnkursen kontinuierlich gefördert und beispielsweise auf die Beförderung zum Geschäftsführer einer Verkaufsstelle vorbereitet. Insgesamt werden aktuell etwa 5 % aller Mitarbeitenden von Coop in einem Nachwuchspool gefördert. Darin inbegriffen sind auch Mitarbeitende in Managementpositionen, deren Potenzial in der Regel mithilfe von Assessments eruiert wird. Coop setzt sich zum Ziel, den Nachwuchspool in allen Verkaufsregionen und Direktionen bis ins Jahr 2012 um weitere 5 % anzuheben.

#### **Austausch von Mitarbeitenden**

Damit die Mitarbeitenden von Coop den Ansprüchen eines zunehmend international tätigen Unternehmens gerecht werden, müssen sie gezielt auf künftige Anforderungen vorbereitet werden. Seit 1. Januar 2008 bietet sich allen Lehrabgängern die Möglichkeit, an einem Sprachaustausch auf nationaler Ebene teilzunehmen. Die Teilnehmenden besuchen neben ihrer Tätigkeit in einem Coop-Betrieb oder einer Coop Verkaufsstelle berufsbegleitend eine Sprachschule. Die Kosten für

den Sprachunterricht trägt Coop. Im Kaderbereich setzt sich Coop zum Ziel, den bestehenden Austausch von Geschäftsführern mit führenden Mitarbeitenden der Rewe Group in Deutschland weiter auszubauen. Das Projekt soll sich künftig über die Coop-Formate Retail, Bau+Hobby, Interdiscount, Import Parfumerie und Christ Uhren & Schmuck erstrecken. Neben der Rewe Group werden zudem weitere Partner der Kooperationen Coopernic, tooMax-x und Eurogroup in das Projekt einbezogen.

## **PERSONALVORSORGE**

#### **Schwieriges Jahr für CPV/CAP**

Auch im Jahresergebnis der CPV/CAP hinterliess die Krise an den Finanzmärkten deutliche Spuren. Obwohl die CPV/CAP nicht direkt in problembehaftete Subprime-Anlagen investierte, konnte sie sich der allgemeinen Börsenentwicklung nicht entziehen. Die Performance liegt im Rahmen des aufgrund der Anlagestrategie und Marktentwicklung zu erwartenden Ergebnisses. Der Deckungsgrad sinkt somit von 108,5 % auf 90,3 %. Die Sicherstellung der Renten, also der langfristige Zweck der CPV/CAP, wird dadurch nicht infrage gestellt. Per 1. Januar 2008 traten die geplante Senkung des technischen Zinses auf 3,5 % sowie des Umwandlungssatzes auf 6,4 % in Kraft. Diese Änderungen der technischen Grundlagen wurden ohne Probleme vollzogen. Erste praktische Erfahrungen zeigen, dass auch die Revision des Versicherungsreglements die im Vorjahr gesteckten Ziele erfüllt und die Umsetzung reibungslos erfolgte. 2008 nahm Coop die Mitarbeitenden der Christ Uhren & Schmuck und der ehemaligen Carrefour Verkaufsstellen neu in die CPV/CAP mit auf. Der Versichertenbestand bei den Aktiven wuchs damit auf insgesamt 34 867 Versicherte an. Die Anzahl der Rentnerinnen und Rentner stieg von 16 274 auf 16 694 Versicherte an.

# Logistik, Informatik, Immobilien und Produktion

Coop schliesst mit der Eröffnung der Verteilzentrale in Dietikon die Strukturanpassungen in der Logistik ab. Dank Sales-based-Ordering werden die Ladeflächen der Lastwagen besser ausgenutzt. Produktionsbetriebe erobern neue internationale Märkte.

## STRUKTUREN UND PROZESSE

### **Mehr Effizienz dank Konzentration der Logistik**

Im Mai 2008 nahm die Verteilzentrale der Verkaufsregion Zentralschweiz-Zürich in Dietikon ihren Betrieb auf. Sie entstand aus der Zusammenlegung und gleichzeitigen Schliessung der Verteilzentralen in Zürich und Kriens. Auf einer Logistikfläche von 35 000 m<sup>2</sup> sind nun 450 Mitarbeitende beschäftigt. Anfang des Jahres schloss die Bäckerei der Coop Verteilzentrale La Chaux-de-Fonds ihre Türen. Die Produktion wird seither in der Bäckerei in Aclens vorgenommen, welche über die notwendigen Kapazitäten verfügt. Allein aus dieser kleineren Umstrukturierung ergibt sich für Coop ein Effizienzgewinn von über 1 Million Franken jährlich.

### **SBO spart Logistikkosten und unterstützt die CO<sub>2</sub>-Reduktion**

Inzwischen werden über 30 % aller Warenbestellungen in den Verkaufsstellen mithilfe des auf den Abverkaufszahlen basierenden Bestellsystems «Sales-based-Ordering» (SBO) getätigt. Durch SBO kann die Logistik die Planung der Auslieferungen deutlich früher vornehmen, was zu Verbesserungen beim Personaleinsatz, vor allem aber auch bei der Ausnutzung der Ladeflächen der Lastwagen führt. In Kombination mit einer Anpassung der Anlieferzeiten in den Verkaufsstellen brachte dies Verbesserungen für die gesamten Logistikprozesse mit sich. Als Folge davon konnte Coop 2008 die Lastwagen-Flotte gegenüber dem Vorjahr um 35 Fahrzeuge verkleinern. Dies bedeutet nicht nur einen Effizienzgewinn für Coop, sondern bringt auch eine deutliche CO<sub>2</sub>-Reduktion mit sich.

### **Neues Rechenzentrum in Bern**

Im September 2008 schloss Coop den Bau des neuen Informatik-Rechenzentrums im Gebäude der Verteilzentrale Bern ab. Das Rechenzentrum ergänzt die

beiden bestehenden Einrichtungen in Basel und dient vor allem der Absicherung im Fall von Grossereignissen wie beispielsweise Erdbeben. Bei der Planung des Gebäudes schenkte Coop insbesondere dem Aspekt der Nachhaltigkeit Beachtung und sorgte für eine energieeffiziente Gestaltung.

## IMMOBILIEN

### 31 Einkaufszentren in der ganzen Schweiz

Nach einer mehrmonatigen Umbauzeit öffnete im November 2008 das Einkaufszentrum in Rickenbach seine Pforten. Dieses Einkaufszentrum war eines von vielen Projekten, die in der Verantwortung der Direktion Immobilien von Coop lagen. Die Direktion Immobilien ist zuständig für den gesamten Immobilienbestand von Coop und somit für das Portfolio-, Bau- und Vertragsmanagement sowie für die Projektentwicklung. Derzeit noch im Bau befinden sich die neuen Supermärkte in Heiden, Muri und Langnau. Der Umbau des Einkaufszentrums Karussell in Kreuzlingen wird voraussichtlich Mitte 2009 abgeschlossen sein. Darüber hinaus befinden sich gut 25 Projekte in der Planungsphase. Per Ende Dezember 2008 verwaltete die Direktion Immobilien 31 Einkaufszentren in der ganzen Schweiz, in denen neben Coop auch weitere Unternehmen vertreten sind.

## BELL GRUPPE

### Bell Gruppe wächst international

Die Bell Gruppe konnte trotz der ungünstigen Rohmaterialpreisentwicklung an das gute Vorjahresergebnis anknüpfen. Sämtliche Geschäftsbereiche verzeichneten ein deutliches Absatzwachstum. Der Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen wuchs um über 18 % auf 1,94 Milliarden Franken. Rund die Hälfte dieses Zu-

wachses ist mengenbedingt. Das operative Ergebnis konnte infolge der höheren Beschaffungskosten nicht mit dem Umsatzwachstum Schritt halten. Während im Bereich Frischfleisch und Charcuterie die Margen eindeutig unter Vorjahr ausfielen, entwickelten sich die Sparten Geflügel, Seafood und Convenience besser. Gesamthaft erzielte die Bell Gruppe mit 59 Millionen Franken und einer Steigerung um 4,4 % einen höheren Gewinn als im Vorjahr. Zudem setzte die Bell Gruppe Massnahmen im Rahmen ihrer Internationalisierungsstrategie konsequent um. Ziel dieser Strategie ist es, im Bereich Charcuterie zusätzliche Absatzmärkte in den umliegenden Ländern zu gewinnen. Durch die Übernahme der Groupe Polette in Frankreich und ZIMBO in Deutschland sowie die mehrheitliche Beteiligung am deutschen Schinkenspezialisten Abraham verfügt die Bell Gruppe nun über ein solides Standbein in Europa. Mit der starken Position im Heimmarkt Schweiz sowie mit der Erschliessung von Wachstumspotenzial im Ausland trägt das Unternehmen der zu erwartenden Marktöffnung Rechnung.

## PRODUKTIONSBETRIEBE

### Swissmill

*Produkte: Mehl, Mehlmischungen, Hartweizengriess, Polenta, Haferflocken, Extruderprodukte  
Zertifizierungen: ISO 9001:2000, ISO 14001, SA 8000, IFS / BRC, Bio Suisse*

Obwohl der Markt für Mehl und Griess gesättigt ist, steigerte Swissmill die Absatzmenge 2008 auf hohem Niveau um rund 2 %. Wichtige Grosskunden schätzen Swissmill als eine der modernsten und innovativsten Getreidemühlen in Europa. Im Berichtsjahr baute sie ihr Engagement in Sachen Nachhaltigkeit weiter aus. So reduzierte die Mühle den CO<sub>2</sub>-Ausstoss um über 200 Tonnen und hielt den Energieverbrauch pro verarbeitete-

te Tonne trotz Absatzsteigerung auf Vorjahresniveau. Aus den drei betriebseigenen Solaranlagen gewann Swissmill 2008 rund 62 500 kWh Ökostrom. Auch die Bio-Produktion konnte weiter gesteigert werden und macht aktuell 14 % der Gesamtproduktion aus.

#### **Chocolats Halba**

*Produkte: Tafelschokolade, Pralinen, Festtagssortimente, Industrieschokolade (Couverture, Füllungen)*  
*Zertifizierungen: ISO 9001:2000, ISO 14001:2004, IFS / BRC, Bio Suisse, Max Havelaar*

Chocolats Halba konnte 2008 vor allem im Export ein starkes Wachstum verzeichnen. Das Unternehmen belieferte Neukunden in Frankreich, Deutschland, Italien, den Niederlanden und Kanada mit Swiss Premium-Schokoladen und Bio/Fairtrade-Konzepten. Somit stieg der Anteil des Exportgeschäftes von unter 2 % im Vorjahr auf rund 10 % 2008 an. Dazu trug auch die internationale Beschaffungskoooperation Coopernic bei. Conad Italien und der Rewe Grossverbraucher-Service in Deutschland zählen unter anderem zu den neuen Kunden von Chocolats Halba. Total brachte Chocolats Halba 2008 über 70 Innovationen auf den Markt, wovon die Hälfte Bio Suisse- und Max Havelaar-zertifiziert ist. Direkte Kontakte zu den Kakaobauern im Ursprungsland und Investitionen in Logistik und Prozesssteuerung ermöglichten den Aufbau des eigenen Bio/Fairtrade-Sortiments. Zudem sind alle bereits bestehenden und neu entwickelten Rezepturen zu 100 % frei von Transfettsäuren.

#### **Nutrex**

*Produkte: Essig und Essigspezialitäten für Retail, Gastronomie und Industrie*  
*Zertifizierungen: ISO 9001:2000, IFS, Bio Suisse*

Als einer der führenden Schweizer Essighersteller produzierte Nutrex 2008 rund 6,5 Millionen Liter Essig in

55 verschiedenen Varianten. Investitionspakete und Umstrukturierungsmassnahmen sorgten für zusätzlichen Aufschwung. Durch Aufgabe der Logistikdienstleistung für Handelsware realisierte Nutrex grosse Kosteneinsparungen.

#### **CWK / Steinfels Cleaning Systems (SCS)**

*Produkte CWK: Kosmetika, Haushaltpflegeprodukte, Industriereiniger*

*Produkte SCS: Artikel im Bereich Waschen, Reinigen und Hygiene für Grossverbraucher und Industrie*  
*Zertifizierungen CWK:*

*ISO 9001:2000, ISO 14001:2004, Kosmetik-GMP, EKAS 6029:2004, ISO 22716:2007, SA 8000*

*Zertifizierungen SCS:*

*ISO 9001:2000, ISO 14001:2004*

2008 wurden CWK und SCS unter neuer Leitung zusammengeführt. Nach herausfordernden Jahren befinden sich die Unternehmen wieder auf gutem Kurs. Die CWK führte zahlreiche neue Produkte ein, vorwiegend für die Linien Coop Naturaline und Jamadu sowie den Export-Bereich. Zudem erwarb CWK zwei neue Zertifizierungen, unter anderem im Bereich soziale Standards. Steinfels Cleaning Systems erreichte im Gesundheitswesen eine Umsatzsteigerung von 15 %. Die rein ökologische Produktlinie Maya konnte gegenüber dem Vorjahr einen Zuwachs von rund 25 % verbuchen.

#### **Pasta Gala**

*Produkte: Teigwaren, Halbfabrikate für Fertigenüs und Suppen*

*Zertifizierungen: ISO 9001:2000, IFS, Bio Suisse*

Mit einer Produktionskapazität von 18 000 Tonnen pro Jahr zählt Pasta Gala zu den zwei grössten Herstellern von Teigwaren in der Schweiz. Das Unternehmen beliefert unter anderem auch Rewe Deutschland, Rewe

Österreich und transGourmet. Aus der verstärkten Zusammenarbeit mit Rewe resultierten für die Division der Coop-Gruppe 2008 sehr erfreuliche Umsätze. So steigerte sich allein der Umsatz im Export-Bereich um rund 10 %.

#### **Reismühle Brunnen**

*Produkte: Reissorten aus aller Welt, Reismischungen, Fertigmüs*

*Zertifizierungen: ISO 9001:2000, ISO 14001, SA 8000, IFS / BRC, Bio Suisse, Max Havelaar*

Die Reismühle Brunnen steigerte ihre Exporttätigkeiten im Vergleich zum Vorjahr um 65 %. In diesem Zusammenhang erweiterte sie die Angebotspalette im Fairtrade- und Convenience-Bereich. Als erstes Unternehmen weltweit stellt die Reismühle Brunnen seit diesem Jahr einen Quick-Reis her, der das Max Havelaar-Gütesiegel trägt.

#### **Sunray**

*Produkte: Zucker, Speiseöle, Gewürze und Kräuter, Trockenfrüchte, Gemüse, Nüsse, Hülsenfrüchte, Backzutaten, Dessert- und Kuchenmischungen*

*Zertifizierungen: ISO 9001:2000, IFS / BRC, Bio Suisse, Max Havelaar*

Mit der Herstellung von über 60 Millionen einzelnen Produktepackungen erreichte Sunray 2008 erneut einen erfreulichen Zuwachs. Eine grosse Herausforderung bei der weltweiten Beschaffung bedeuten neben dem Anspruch an höchste Qualität die stark volatilen Rohstoffmärkte. Dank der Kreation von innovativen Mischungen entwickelte sich der Absatz von gerösteten Produkten sehr positiv. Im Jahr 2009 soll vor allem die Exporttätigkeit von Sunray verstärkt werden.

## **HOTELS**

### **BâleHotels gut auf Kurs**

Die BâleHotels Victoria, Baslertor und Mercure Hotel Europe haben auch im Geschäftsjahr 2008 das Umsatzziel von über 32 Millionen Franken erreicht. Einen wesentlichen Beitrag zu diesem guten Ergebnis leistete die Fussball-Europameisterschaft im Juni. Da das Basler Stadion St.-Jakob-Park unter anderem Austragungsort des Halbfinals war, buchten sich vor allem zahlreiche ausländische Besucher über die Euro 08 in den BâleHotels ein. Eine gewisse Stagnation war in diesem Jahr in den Bereichen Traiteur-Anlässe und Restauration zu spüren. Im Rahmen der Projektierung Hotel Europe 2012 leiteten die BâleHotels erste Vorarbeiten ein. Das Projekt steht im Zusammenhang mit der Modernisierung des Messezentrums Basel bis Anfang 2012.

# Corporate Governance

Der Bericht zur Corporate Governance bietet allen interessierten Kreisen klare und transparente Informationen zu Coop als Genossenschaft und als Unternehmen.

Coop orientiert sich als Genossenschaft freiwillig und wo möglich an dem Aktienrecht und weitgehend an den Richtlinien der Schweizer Börse SWX Swiss Exchange zur Corporate Governance. Diese gelten für Aktiengesellschaften und Gesellschaften mit Partizipations- oder Genussscheinen, zu denen Coop als Genossenschaft nicht zählt. Das einzige Unternehmen der Coop-Gruppe mit SWX-kotierten Beteiligungsrechten ist die Bell Holding AG. Diese weist die spezifischen Angaben zu ihrer Corporate Governance in ihrem eigenen Geschäftsbericht sowie auf ihrer Website [www.bell.ch](http://www.bell.ch) aus.

## ORGANE

### Regionalräte

*Siehe Artikel 18–20 der Statuten.*

Coop besteht aus sechs Regionen (Suisse Romande, Bern, Nordwestschweiz, Zentralschweiz-Zürich, Ostschweiz inklusive Fürstentum Liechtenstein FL, Ticino), welche den Kontakt zu den Mitgliedern und zur Öffentlichkeit wahren. Diesen Regionen kommt keine eigene Rechtspersönlichkeit zu, sie sind jedoch Teil der genossenschaftlichen Organisationsstruktur von Coop. In jeder Region wählen die Genossenschaftsmitglieder einen Regionalrat, bestehend aus 60 bis 120 (Ticino maximal 30) Mitgliedern. Jeder Regionalrat wählt aus seiner Mitte einen Ausschuss von 12 (Ticino 6) Mitgliedern. Der Ausschuss konstituiert sich selbst und schlägt der Delegiertenversammlung aus seiner Mitte ein Mitglied zur Wahl in den Verwaltungsrat vor, das nach seiner Wahl zugleich das Präsidium des Regionalrates und dessen Ausschusses bekleidet. Die übrigen Mitglieder des Regionalratsausschusses vertreten die Mitglieder der betreffenden Region in der Delegiertenversammlung von Coop.

### **Delegiertenversammlung**

*Siehe Artikel 21–26 der Statuten.*

Der Delegiertenversammlung stehen die gesetzlichen Befugnisse der Generalversammlung sowie jene Aufgaben zu, die ihr von den Statuten zugewiesen worden sind. Sie ist insbesondere zuständig für die Festlegung der Statuten, die Wahl und die Abberufung des Verwaltungsrates und der Revisionsstelle, die Abnahme des Geschäftsberichtes, die Entlastung des Verwaltungsrates sowie die Auflösung der Gesellschaft. Ausserdem kann ihr der Verwaltungsrat weitere Geschäfte zum Entscheid unterbreiten. Das Stimmrecht in der Delegiertenversammlung richtet sich nach der Zahl der Coop Mitglieder in den betreffenden Regionen.

Die Statuten und weitere Informationen über die Organe von Coop können im Internet abgerufen werden.

>> [www.coop.ch/organe](http://www.coop.ch/organe)

### **KONZERNSTRUKTUR**

Die Konzernstruktur ist in der Aufstellung des Konsolidierungskreises als Teil der konsolidierten Jahresrechnung ersichtlich (Seiten 86 und 87). Die Veränderungen im Konsolidierungskreis der Coop-Gruppe sind auf Seite 72 dargestellt. Es bestehen keine Kreuzbeteiligungen.

### **KAPITALSTRUKTUR**

Die Kapitalstruktur geht aus der konsolidierten Bilanz (Seite 67) und aus den Erläuterungen zur konsolidierten Bilanz (Seiten 77–81) hervor.

### **VERWALTUNGSRAT**

*Siehe Verwaltungsrat und Führungsstruktur Seite 47.* Der Verwaltungsrat setzt sich zusammen aus den sechs von den Regionen nominierten Vertreterinnen und Vertretern sowie aus maximal fünf weiteren Mitgliedern – darunter ein Vertreter der Suisse Romande und ein Personalvertreter –, die auf Antrag des Verwaltungsrates von der Delegiertenversammlung gewählt werden. Derzeit gehören dem Verwaltungsrat lediglich drei weitere Mitglieder an, insgesamt also neun Personen, wobei die Statuten ein Maximum von 11 Mitgliedern zulassen. Mit Ausnahme des Personalvertreters dürfen die Mitglieder des Verwaltungsrates nicht zugleich als Arbeitnehmer bei Coop oder einer von ihr kontrollierten Unternehmung tätig sein (strikte Gewaltentrennung).

Im April 2009 wählt die Delegiertenversammlung den Verwaltungsrat für die neue Amtsperiode. Auch das Amt des Verwaltungsratspräsidenten Anton Felder wird neu besetzt. Er beendet nach 32 Jahren seine berufliche Laufbahn bei Coop. Bis April 2009 setzte sich der Verwaltungsrat wie folgt zusammen:

---

#### **Anton Felder**

Geboren 1948, Schweizer  
Eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung und Controlling  
Vollamtlicher Verwaltungsratspräsident Coop

---

Verwaltungsratsmandate:

- Coop Personalversicherung CPV/CAP, Basel (Präsident)
  - Coop Immobilien AG, Bern (Präsident)
  - Bell Holding AG, Basel
  - Betty Bossi Verlag AG, Zürich
  - Coop Mineraloel AG, Allschwil
  - Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
  - Weitere Verwaltungsratsmandate  
in Tochtergesellschaften von Coop
- Weitere Funktionen und Ämter:
- Mitglied Stiftungsrat ETH Zürich Foundation

---

**Stefan Baumberger**

Geboren 1948, Schweizer  
Dipl. Chemiker HTL

---

**Verwaltungsratsmandate:**

- Bell Holding AG, Basel
- Coop Immobilien AG, Bern

---

**Silvio Bircher**

Geboren 1945, Schweizer  
Lic. rer. publ. HSG  
Berater und Publizist  
Ehemaliger Regierungs- und Nationalrat

---

**Verwaltungsratsmandate:**

- Coop Immobilien AG, Bern
- Weitere Funktionen und Ämter:**
- Vizepräsident Bundesstiftung Fonds Landschaft Schweiz (FLS)
  - Stiftungsrat der Schweizerischen Pfadistiftung

---

**Michela Ferrari-Testa**

Geboren 1963, Schweizerin  
Rechtsanwältin und Notarin

---

**Verwaltungsratsmandate:**

- Coop Immobilien AG, Bern
  - Helsana AG, Dübendorf
  - Helsana Unfall AG, Dübendorf
  - Helsana Versicherungen AG, Dübendorf
  - Helsana Zusatzversicherungen AG, Dübendorf
  - Progrès Versicherungen AG, Dübendorf
  - avanex Versicherungen AG, Dübendorf
  - sansan Versicherungen AG, Dübendorf
- Weitere Funktionen und Ämter:**
- Mitglied Stiftungsrat Helvetia Sana

---

**Felix Halmer**

Geboren 1952, Schweizer  
Kaufmännischer Angestellter  
Einkäufer

Personalvertreter im Verwaltungsrat

---

**Verwaltungsratsmandate:**

- Coop Immobilien AG, Bern
- Weitere Funktionen und Ämter:**
- Präsident Verein der Angestellten Coop
  - Präsident Angestelltenvereinigung Region Basel

---

**Irene Kaufmann**

Geboren 1955, Schweizerin  
Dr. oec. publ.

Unternehmensberaterin  
Vizepräsidentin des Verwaltungsrates

---

**Verwaltungsratsmandate:**

- Coop Immobilien AG, Bern
  - Bank Coop AG, Basel
- Weitere Funktionen und Ämter:**
- Mitglied Stiftungsrat Juventus-Schulen Zürich

---

**Beth Krasna**

Geboren 1953, Schweizerin und US-Amerikanerin  
Dipl. Chem. Ing. ETHZ, MBA Sloan School at MIT,  
Cambridge, USA

---

**Verwaltungsratsmandate:**

- Coop Immobilien AG, Bern
  - Banque Cantonale Vaudoise, Lausanne
  - Bonnard & Gardel Holding SA, Lausanne
  - Ecole Nouvelle de la Suisse Romande SA, Lausanne
  - Raymond Weil SA, Grand-Lancy
- Weitere Funktionen und Ämter:**
- Mitglied ETH-Rat
  - Mitglied Stiftungsrat Fondation en faveur de l'Art Chorégraphique, Lausanne



---

**Jean-Charles Roguet**

Geboren 1942, Schweizer

Rechtsanwalt

Partner Pestalozzi Lachenal Patry, Genève

---

**Verwaltungsratsmandate:**

- Coop Immobilien AG, Bern
  - Arn, Wüthrich et Frigerio SA, Genève
  - Artrivium SA, Genève
  - ATC Aviation Services AG, Opfikon
  - Citerne Invest SA, Lausanne
  - C.M.D. Corporate Management Development SA, Genève
  - Coges Corratierie Gestion SA, Genève
  - COGIN Compagnie de Gestion Internationale SA, Genève
  - Dipan SA, Carouge
  - Finasma Financial Asset Management SA, Cologne
  - Kessler Gestion SA, Genève
  - Mirrair Holding AG, Zug
  - Publipartner SA, Plan-les-Ouates
  - Puig SA, Fribourg
  - Sarp Industries (Suisse) SA, Genève
  - Schroder & Co. Bank AG, Zürich und Genève
  - Tech Value SA, Genève
  - Veolia Service à l'environnement Suisse SA, Bern
- 

**Giusep Valaulta**

Geboren 1951, Schweizer

Lic. iur.

---

**Verwaltungsratsmandate:**

- Coop Immobilien AG, Bern

**Wahl und Amtszeit des Verwaltungsrates**

Die Wahl des Verwaltungsrates erfolgt durch die Delegiertenversammlung gemäss den in Artikel 27 der Statuten festgehaltenen Grundsätzen. Die für alle Mitglieder gleiche Amtsperiode dauert vier Jahre. Die laufende Amtsperiode endet im Frühling 2009. Die Statuten legen eine Amtszeitbeschränkung auf 20 Jahre sowie eine Altersbeschränkung fest (Ende des Jahres, in dem das 65. Altersjahr erreicht wird).

**Interne Organisation**

Der Verwaltungsrat konstituiert sich selbst. Den Vorsitz führt ein vollamtlicher Präsident. Die Mitglieder nehmen die Aufgaben in gleichgewichtiger Verantwortung wahr.

**Kompetenzregelung**

Dem Verwaltungsrat obliegen die oberste Leitung von Coop (strategische Führung) und die Überwachung der Geschäftsführung. Seine in Artikel 29 der Statuten umschriebenen Aufgaben und Befugnisse entsprechen den im Vergleich zum Genossenschaftsrecht schärfer gefassten Vorschriften für die Aktiengesellschaft (OR 716 a). 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 Führungsebenen detailliert dar.

**Informations- und Kontrollinstrumente gegenüber der Geschäftsleitung**

Die Geschäftsleitung erstellt zu Händen des Verwaltungsrates jeden Monat einen schriftlichen Bericht mit Kennziffern zur aktuellen Geschäftsentwicklung und wichtigen Informationen aus allen Unternehmensbereichen. Zudem werden dem Verwaltungsrat Tertial-

berichte und -abschlüsse schriftlich zugestellt und an den Sitzungen 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. Weiter verfügt Coop über ein systematisches Risikomanagement und internes Kontrollsystem.

#### **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 Verwaltungsrates pflegen zusammen mit dem Vorsitzenden der Geschäftsleitung und dem Leiter der Direktion Finanzen/Services den regelmässigen Kontakt mit der Revisionsstelle. Im Besonderen werden die Prüfungsergebnisse besprochen.

Weiter werden die Prüfungsarbeit und die Unabhängigkeit jährlich beurteilt.

## **GESCHÄFTSLEITUNG**

*Siehe Führungsstruktur und Management auf den Seiten 47–49.*

Zur unmittelbaren Leitung der Geschäfte (operative Führung) wählt der Verwaltungsrat eine Geschäftsleitung, die als geschäftsführendes Organ in eigener Verantwortung handelt, wobei Aufgaben und Kompetenzen vom Verwaltungsrat im Organisationsreglement geordnet werden. Der Geschäftsleitung steht ein Vorsitzender (CEO) vor, der gegenüber den übrigen Geschäftsleitungsmitgliedern weisungsberechtigt ist.

Per 1. April 2008 trat Jörg Ackermann, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung, aus gesundheitlichen Gründen und nach längerer Rekonvaleszenz aus der Geschäftsleitung zurück und schied aus dem operativen Geschäft aus. Aktuell nimmt er für Coop diverse Mandate wahr. Die ehemals durch Jörg Ackermann geführte Direktion Logistik/Informatik/Produktion wurde bereits zum 1. Juli 2007 durch die Abspaltung der Direktion Logistik (Leitung durch Leo Ebnetter) partiell neu gegliedert. Die verbliebenen Verantwortungsbereiche Informatik, Produktion und BâleHotels wurden im Frühling 2008 in die Direktion Vorsitz der Geschäftsleitung integriert und unterstehen August Harder, der interimistisch der Geschäftsleitung angehörte. Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung ist seit dem 1. April 2008 Jürg Peritz, welcher diese Funktion seit August 2006 interimistisch innehatte.

Per 31. Mai 2009 gibt Hansueli Loosli auf eigenen Wunsch die Leitung der Direktion Retail ab, für die er seit 2001 in Personalunion verantwortlich zeichnet. Neuer Leiter der Direktion Retail und damit neues Mitglied der Geschäftsleitung wird per 1. Juni 2009 Philipp Wyss. Er übernimmt zugleich die Leitung der Verkaufsregion Zentralschweiz-Zürich. Philipp Wyss ist seit elf Jahren für die Coop-Gruppe tätig.

Bis 31. Mai 2009 setzt sich die Geschäftsleitung wie folgt zusammen:

---

**Hansueli Loosli**

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

---

Verwaltungsratsmandate:

- transGourmet-Gruppe, Basel (Präsident)
- Betty Bossi Verlag AG, Zürich
- Coopernic SCRL, Bruxelles
- Coop-ITS-Travel AG, Wollerau (Präsident)
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Palink UAB, Litauen / Palink SIA, Lettland
- Weitere Verwaltungsratsmandate in Tochtergesellschaften von Coop

---

**Rudolf Burger**

Geboren 1946, Schweizer  
Kaufmann  
Leiter Direktion Trading

---

Verwaltungsratsmandate:

- Coop Mineraloel AG, Allschwil (Präsident)
- Coop Vitality AG, Bern (Präsident)
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren (Präsident)
- Weitere Verwaltungsratsmandate in Tochtergesellschaften von Coop

---

**Jean-Marc Chapuis**

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

---

Verwaltungsratsmandate:

- Diverse Verwaltungsratsmandate in Tochtergesellschaften von Coop

---

**Leo Ebnetter**

Geboren 1954, Schweizer  
Kaufmann  
Leiter Direktion Logistik

---

Verwaltungsratsmandate:

keine

---

**Jürg Peritz**

Geboren 1947, Schweizer  
Kaufmann  
Leiter Direktion Marketing / Beschaffung  
Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung

---

Verwaltungsratsmandate:

- Eurogroup Far East Ltd., Hongkong (Präsident)
- Coopernic SCRL, Bruxelles
- Coop Switzerland Far East Ltd., Hongkong
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Palink UAB, Litauen / Palink SIA, Lettland
- Toomax-x Handelsgesellschaft m.b.H., Köln
- Stiftung bioRe, Rotkreuz

---

**Hans Peter Schwarz**

Geboren 1950, Schweizer  
Eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung und Controlling  
Leiter Direktion Finanzen / Services

---

Verwaltungsratsmandate:

- Coop Personalversicherung CPV / CAP, Basel
- Bell Holding AG, Basel
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Coop Vitality AG, Bern
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- transGourmet-Gruppe, Basel
- Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen
- Tropenhaus Wolhusen AG, Gettnau
- Bank Coop AG, Basel
- 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 betragen im Jahr 2008 1,2 Millionen Franken (Vorjahr: 1,2 Millionen Franken).

Die Bruttosaläre der Geschäftsleitung betragen im Jahr 2008 3,7 Millionen Franken für 6 Mitglieder (Vorjahr: 4,1 Millionen Franken für 7 Mitglieder).

Hinzu kommt für den Verwaltungsratspräsidenten und die Mitglieder der Geschäftsleitung ein erfolgsabhängiger Bonus von maximal 20 % des Bruttosalärs.

Die Honorare für die Verwaltungsratspräsidentschaft des Verwaltungsratspräsidenten und der Mitglieder der Geschäftsleitung in den Tochtergesellschaften und in Drittfirmen stehen Coop zu. Für den Verwaltungsratspräsidenten und die Geschäftsleitung 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. Der verantwortliche leitende Revisor, Herr Dr. Rodolfo Gerber, und Herr Matthias Rist traten ihr Amt im Jahr 2004 beziehungsweise im Jahr 2005 an.

#### **Prüfungshonorar**

Folgende Revisionshonorare wurden für Dienstleistungen in Rechnung gestellt, welche für das Jahr 2008 erbracht wurden:

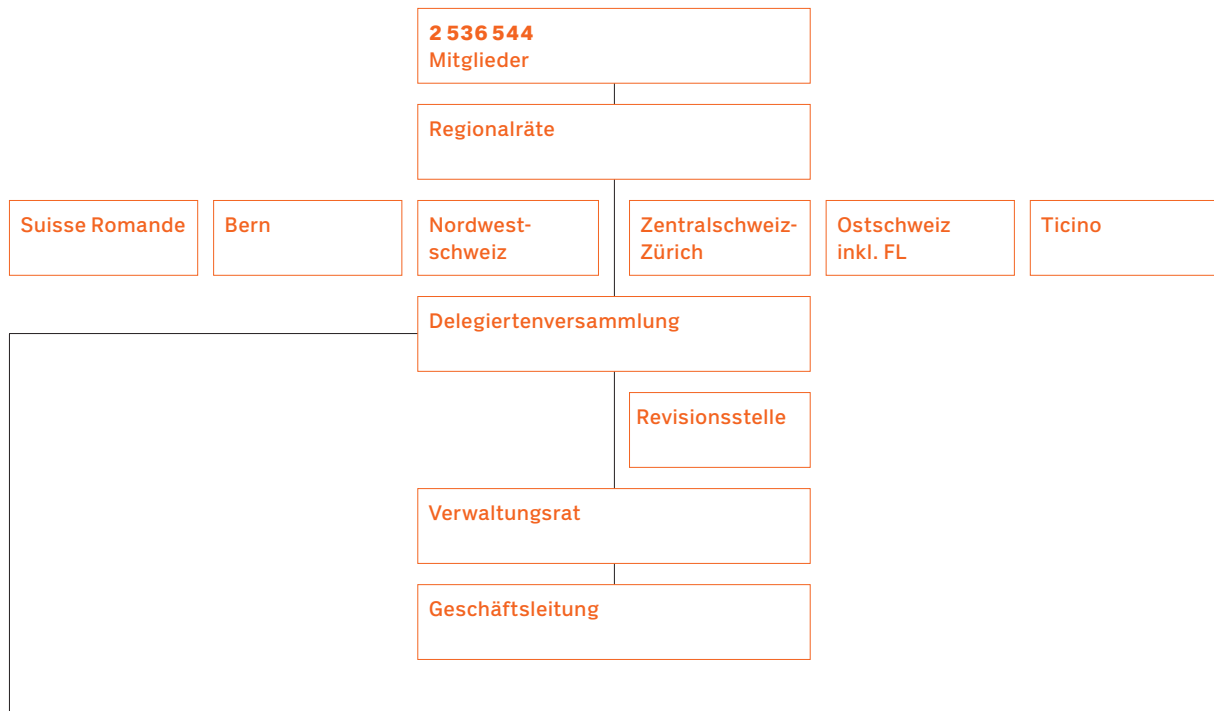
- Prüfungsdienstleistungen: 1,8 Millionen Franken
  - Sonstige Dienstleistungen: 2,2 Millionen Franken
- Im Betrag der Prüfungsdienstleistungen sind die Arbeiten der Revisionsgesellschaft für die Prüfung der Konzernrechnung enthalten, die jedes Jahr durchgeführt werden, um ein Urteil zur Konzernrechnung abgeben wie auch Berichte zu den lokal erforderlichen statistischen Jahresrechnungen erstellen zu können. Die Revisionsstelle erbringt auch Dienstleistungen unter anderem durch die Prüfung einmaliger Transaktionen.

### **INFORMATIONSPOLITIK**

Jeweils Anfang Jahr wird der Umsatz des vorangegangenen Jahres bekannt gegeben. Im Februar findet die Bilanzmedienkonferenz sowie im Frühjahr die Delegiertenversammlung statt. Der Geschäftsbericht wird im April veröffentlicht. Im Herbst findet eine weitere Delegiertenversammlung statt. Die Delegierten werden zudem mit einem Tertialbericht über die Geschäftsentwicklung informiert.

## ORGANE UND DELEGIERTENVERSAMMLUNG

Stand 31. Dezember 2008



Mitglieder der Regionalratsausschüsse bilden die Delegiertenversammlung Coop

### Region Suisse Romande

Maurice Balmat  
Monika Dash  
Hubert Ducry  
Nicole Hosseini  
Josiane Mayor  
Christine Pasche  
Jacques Robert  
Eric Santschy  
Pierre Tissot  
Georges-Edouard Vacher  
Christian Volken

### Region Nordwestschweiz

Willi Buess  
Erika Haeffelé-Thoma  
Bruno Hess  
Trudi Jost  
Luciana Maggetti  
Verena Reber  
Greta Schindler  
Peter Schmid  
Charles Suter  
Peter Villiger  
Jörg Vitelli

### Region Ostschweiz

Maria Bieri  
Suzanne Blaser  
Peter Fischer  
Michael Fuhrer  
Peter Gloor  
Josef Hemmi  
Tarzis Meyerhans  
Roberto Pedrini  
Gerhard Riediker  
Bruno Stacher  
Martha Veraguth

### Region Bern

Katharina Bieler  
Hans-Rudolf Blatter  
Lily Frei  
Manfred Jakob  
Doris Kelterborn  
Ruth Läderach  
Karl Lauber  
Martin Schweizer  
Felix Truffer  
Pierrette Zumwald

### Region Zentralschweiz-Zürich

Hans Aepli  
Ruth Beck  
Beatrice Bertschinger  
Renato Blum  
Markus Eugster  
Kurt Feubli  
Ronald Hauser  
Hans Kissling  
Lillia Rebsamen  
Otto Rütter  
Ivo Schmid

### Region Ticino

Carlo Crivelli  
Lucia Gianoli  
Giancarlo Lafranchi  
Marco Lucchini  
Gabriella Rossetti

## VERWALTUNGSRAT UND FÜHRUNGSSTRUKTUR

Stand 31. Dezember 2008

### Verwaltungsrat

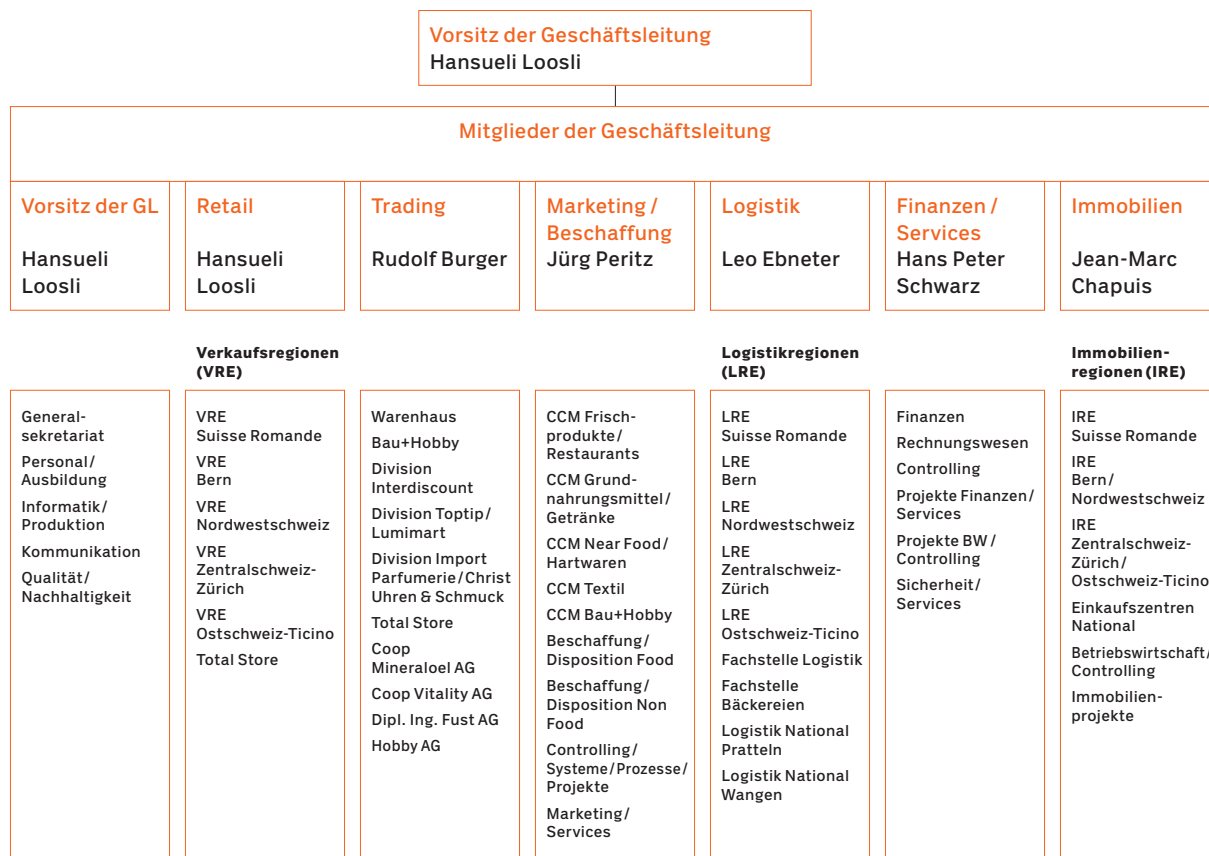
Stefan Baumberger  
Michela Ferrari-Testa  
Beth Krasna

Silvio Bircher  
Felix Halmer  
Jean-Charles Roguet

Anton Felder (Präsident)  
Irene Kaufmann (Vizepräsidentin)  
Giusep Valaulta

### Interne Revision

Franz Kessler, Leiter Interne Revision



## MANAGEMENT

Am 1. April 2009

### Geschäftsleitung (GL)

Hansueli Loosli, Vorsitzender der GL  
Rudolf Burger, Leiter Direktion Trading  
Jean-Marc Chapuis, Leiter Direktion Immobilien  
Leo Ebnetter, Leiter Direktion Logistik  
Jürg Peritz, Leiter Direktion Marketing/Beschaffung  
Hans Peter Schwarz, Leiter Direktion Finanzen/Services

### Direktion Vorsitz der Geschäftsleitung

Hansueli Loosli, Vorsitzender der GL  
Sibyl Anwander Phan-huy, Leiterin Qualität/Nachhaltigkeit  
August Harder, Leiter Informatik/Produktion  
Alfred Hubler, Leiter Generalsekretariat  
Peter Keller, Leiter Personal/Ausbildung  
Felix Wehrle, Leiter Kommunikation

Josef Achermann, Leiter Produktion  
Jörg Ackermann, Mandate  
Marc Haubensak, Leiter BäleHotels  
Lorenzo Pelucchi, Leiter Division Sunray  
Walter Stutz, Leiter Qualitätscenter  
Anton von Weissenfluh, Leiter Chocolats Halba

### Direktion Retail

Hansueli Loosli, Vorsitzender der GL  
Livio Bontognali, Leiter Verkaufsregion OT  
Theo Jost, Leiter Verkaufsregion ZZ  
Raymond Léchaire, Leiter Verkaufsregion SR  
André Mislin, Leiter Verkaufsregion NW  
Peter Schmid, Leiter Verkaufsregion BE  
Herbert Zaugg, Leiter Total Store

### Verkaufsregion Suisse Romande (SR)

Raymond Léchaire, Leiter Verkaufsregion SR  
Stéphane Bossel, Leiter BW/Controlling  
Jean-Claude Chapuisat, Leiter Personal/Ausbildung  
Patrick Fauchère, Leiter Verkauf 1  
Sissigno Murgia, Leiter Verkauf 2

### Verkaufsregion Bern (BE)

Peter Schmid, Leiter Verkaufsregion BE  
Rico Bossi, Leiter Verkauf  
Bernhard Friedli, Leiter BW/Controlling  
Bruno Piller, Leiter Personal/Ausbildung

### Verkaufsregion Nordwestschweiz (NW)

André Mislin, Leiter Verkaufsregion NW  
Angelo Durante, Leiter BW/Controlling  
Rolf Gurtner, Leiter Verkauf 1  
Stephan Rauch, Leiter Verkauf 2  
Rolf Scheitlin, Leiter Personal/Ausbildung

### Verkaufsregion Zentralschweiz-Zürich (ZZ)

Theo Jost, Leiter Verkaufsregion ZZ  
Walter Flessati, Leiter Personal/Ausbildung  
Eduard Warburton, Leiter BW/Controlling  
Philipp Wyss, Leiter Verkauf 2  
Paul Zeller, Leiter Verkauf 1

### Verkaufsregion Ostschweiz-Ticino (OT)

Livio Bontognali, Leiter Verkaufsregion OT  
Mario Colatrella, Leiter Verkauf 2  
Ivo Dietsche, Leiter BW/Controlling  
Hans Ernst, Leiter Personal/Ausbildung  
Karl Sturzenegger, Leiter Verkauf 1

### Direktion Trading

Rudolf Burger, Leiter Direktion Trading  
Jürg Berger, Leiter Total Store  
Andreas Frischknecht, Leiter Bau+Hobby  
Urs Jordi, Leiter Warenhaus  
Markus Schärer, Leiter BW/Controlling  
Daniel Stucker, Leiter Division Import Parfumerie/  
Christ Uhren & Schmuck  
Joos-Rudolf Sutter, Leiter Division Interdiscount  
Bruno Veit, Leiter Division Toptip/Lumimart  
Martin von Bertrab, Leiter Personal/Ausbildung

Pierre Pfaffhauser, Leiter Personalmarketing

### Warenhaus

Urs Jordi, Leiter Warenhaus  
Jürg Birkenmeier, Leiter Verkauf Region Mitte  
Michel Produit, Leiter Verkauf Region West  
Philipp Sigrist, Leiter Verkauf Region Ost

### Interdiscount

Joos-Rudolf Sutter, Leiter Division Interdiscount  
Vito Armetta, Leiter Verkauf  
Daniel Hintermann, Leiter Logistik/IT/Services  
Pierre Wenger, Leiter CCM Interdiscount

### Direktion Marketing/Beschaffung

Jürg Peritz, Leiter Direktion Marketing/Beschaffung  
Jörg Ledermann, Leiter Controlling/Systeme/Prozesse/Projekte  
Mauro Manacchini, Leiter Supply Chain Management  
Thomas Schwetje, Leiter Marketing/Services

Benedikt Pachlatko, Leiter Kundenprogramme

### CCM Frischprodukte/Restaurants

Lorenz Wyss, Leiter CCM Frischprodukte/Restaurants  
Marie-Claire Chepca Cordier, CCM Milchprodukte/Eier/Glacé  
Marc Muntwyler, CCM Fleisch  
Theodor Schärer, CCM Brot/Backwaren  
Fabian Schneider, CCM Frisch-Convenience/TK-Convenience  
Christoph Widmer, CCM Früchte/Gemüse

### CCM Grundnahrungsmittel/Getränke

Roland Frefel, Leiter CCM Grundnahrungsmittel/Getränke  
Pius Buchmann, Direktabsatz Wein  
Christoph Bürki, CCM Weine/Schaumweine  
Markus Schmid, CCM Frühstück/Beilagen/Backzutaten/  
Tierbedarf  
Bernhard Studer, CCM Erfrischungsgetränke/Spirituosen/  
Raucherwaren  
Susanne Urech, CCM Süswaren/Salzige Snacks

### CCM Near Food/Hartwaren

Helmut Träris-Stark, Leiter CCM Near Food/Hartwaren  
Bruno Cabernard, CCM Festtage/Presse/Unterhaltungselektronik  
Kerstin Czermak, CCM Wasch-/Reinigungsmittel/Hygiene  
Manuel Gonzalez, CCM Papeterie/Karten/Bücher/Reiseartikel  
Daniel Walker, CCM Küche/Elektrohaushaltgeräte  
Peter Willimann, CCM Parfümerie/Körperpflege/Vitashop

### CCM Textil

Sandro Corpina, Leiter CCM Textil  
Daniel Gerber, CCM Kinderbekleidung/Baby/Spielwaren  
Simone Gössling, CCM Essen/Wohnen  
Valentin Lüthi, CCM Damenoberbekleidung/Damenwäsche  
Andrea Ruhland, CCM Herrenkonfektion/Herrenwäsche/  
Freizeit/Sport  
Sonya Suscetta, CCM Accessoires/Uhren/Schmuck/Schuhe/  
Lederwaren/Strumpfwaren

### CCM Bau+Hobby

Christoph Theler, Leiter CCM Bau+Hobby  
Fredy Altermatt, CCM Bau/Sanitär  
Bruno Haberthür, CCM Handwerk/Elektro  
Rainer Pietrek, CCM Pflanzen  
Walter Studer, CCM Garten

### Beschaffung/Disposition Food

Christian Guggisberg, Leiter Beschaffung/Disposition Food  
Philipp Allemann, Einkaufspool (EKP) Fleisch/Fleischwaren/  
Geflügel/Traiteur/Convenience  
Beat Seeger, EKP Grundnahrungsmittel/Getränke  
Robert Trachsler, Dispo-Pool Food  
Peter Zürcher, EKP Brot/Molkerei/Käse/Tiefkühl/Fisch

Ernst Seiler, Geschäftsführer Eurogroup SA

### Beschaffung/Disposition Non Food

Philipp Schenker, Leiter Beschaffung/Disposition Non Food  
Gerhard Beutler, EKP Hartwaren  
Emanuel Büchlin, EKP Bekleidung/Accessoires  
Christian Kaufmann, Dispo-Pool Non Food  
Stefan Mundwiler, EKP Bau+Hobby  
Olivier Schwegler, EKP Near Food

### Direktion Logistik

Leo Ebnetter, Leiter Direktion Logistik  
Domenico Repetto, Leiter Logistikregion BE  
Niklaus Stehli, Leiter Logistikregion NW  
Guy Théoduloz, Leiter Logistikregion SR  
Beat Zaugg, Leiter Logistik National Wangen  
Josef Zettel, Leiter Logistikregion ZZ  
Daniel Woodtli, Leiter Logistik National Pratteln

### Direktion Finanzen/Services

Hans Peter Schwarz, Leiter Direktion Finanzen/Services  
Xavier Buro, Leiter Projekte Finanzen/Services  
Hansjörg Klossner, Leiter Rechnungswesen  
Beat Leuthardt, Leiter Finanzen  
Heinrich Stamm, Leiter Projekte BW/Controlling  
Adrian Werren, Leiter Controlling

### Direktion Immobilien

Jean-Marc Chapuis, Leiter Direktion Immobilien  
Heinrich Beer, Leiter Immobilienprojekte National  
Antonio Cambes, Leiter Immobilienregion SR  
Stefano Donzelli, Leiter BW/Controlling  
Philippe Sublet, Leiter Einkaufszentren National  
Fritz Ulmann, Leiter Immobilienregion ZZ/OT  
Danilo Zampieri, Leiter Immobilienregion BE/NW



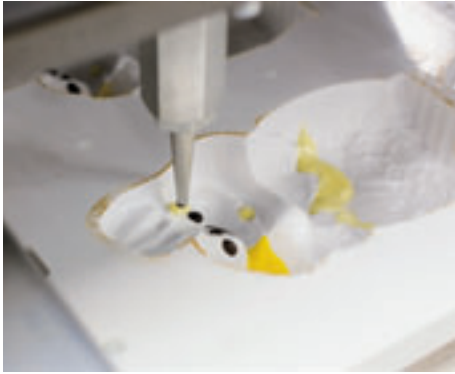


→



# Von der Kakaobohne zur Coop Schokolade







Der Grossteil des Schokoladesortiments der Coop Eigenmarken inklusive Bio- und Fairtrade-Produkte wird beim Schweizer Betrieb Chocolats Halba kreiert. Die Kakao-  
bohnen stammen aus Westafrika und Südamerika. Sie werden gereinigt, geröstet, gemahlen und anschliessend mit Kakao-  
butter angereichert. Durch stundenlanges Rühren entsteht eine Rohmasse, die Couverture, aus der alle weiteren Schoko-  
ladespezialitäten geformt werden.



Film zur Bildstrecke unter:  
[www.coop.ch/geschaeftsbericht](http://www.coop.ch/geschaeftsbericht)

# Die Coop-Gruppe in Zahlen

- 54 Kassenumsatz/Direktabsatz**
- 55 Kassenumsatz/Direktabsatz/Detailumsatz**
- 56 Marktanteile**
- 57 Verkaufsstellen**
- 58 Tochtergesellschaften/Divisionen/  
Bankkredite**
- 59 Finanzielle Kennzahlen/Investitionen**
- 60 Mitarbeitende**
- 62 Wertschöpfungsrechnung**
- 63 Entwicklung Coop-Gruppe**
- 64 Kennzahlen Ökologie**

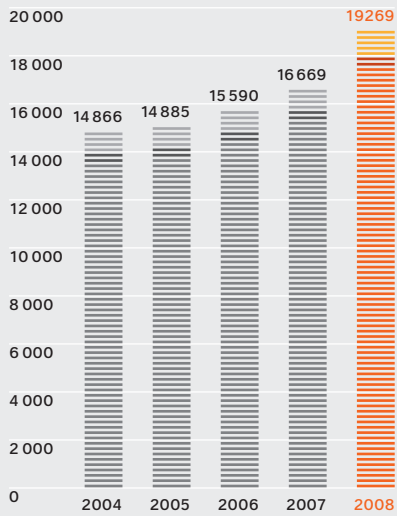
Alle Werte einzeln gerundet

## KASSENUMSATZ / DIREKTABSATZ

		Mio. CHF	Mio. CHF	Veränderung	Veränderung
		2008	2007	Mio. CHF	%
Supermärkte A	250–600 m <sup>2</sup>	3 671	3 540	+131	+3.7
Supermärkte B	800–1 400 m <sup>2</sup>	3 177	3 057	+119	+3.9
Supermärkte C	1 800–3 000 m <sup>2</sup>	2 947	2 794	+153	+5.5
<b>Supermärkte</b>		<b>9 796</b>	<b>9 392</b>	<b>+404</b>	<b>+4.3</b>
Megastores	4 500–8 000 m <sup>2</sup>	1 239	875	+364	+41.5
Supermärkte / Megastores		11 035	10 267	+768	+7.5
Übrige		2	2	+0	+1.1
<b>Coop Retail</b>		<b>11 036</b>	<b>10 269</b>	<b>+768</b>	<b>+7.5</b>
Warenhäuser		1 050	1 009	+41	+4.1
Bau+Hobby (inkl. Hobby AG)		720	685	+35	+5.2
Interdiscount		1 025	976	+49	+5.0
Toptip und Lumimart		261	262	–1	–0.4
Christ Uhren & Schmuck		114	107	+7	+6.5
Import Parfumerie		163	154	+9	+6.0
Übrige		4	3	+0	+8.5
<b>Coop Trading</b>		<b>3 335</b>	<b>3 195</b>	<b>+140</b>	<b>+4.4</b>
Carrefour Ausverkauf		6			
Distributis (ex Carrefour)		131			
Hotels		32	32	+0	+0.7
<b>Coop</b>		<b>14 540</b>	<b>13 496</b>	<b>+1 044</b>	<b>+7.7</b>
Alcoba Distribution SA		59	76	–16	–21.4
Bell Gruppe (Verkaufsstellen)		27	17	+9	+54.7
Tankstellen		1 440	1 163	+277	+23.8
Coop Pronto bei Tankstellen		383	330	+52	+15.9
Coop Pronto stand-alone		165	140	+25	+17.8
Coop Mineraloel AG		1 988	1 634	+354	+21.7
Coop Vitality AG		88	66	+22	+33.9
Dipl. Ing. Fust AG		943	102	+841	
<b>Kassenumsatz Verkaufsstellen</b>		<b>17 645</b>	<b>15 390</b>	<b>+2 255</b>	<b>+14.7</b>
Internet-Shops		141	86	+55	+64.2
Detailverkäufe an Dritte		363	279	+84	+30.1
<b>Detailumsatz</b>		<b>18 150</b>	<b>15 755</b>	<b>+2 395</b>	<b>+15.2</b>
Umsätze mit Grossabnehmern		1 119	914	+206	+22.5
<b>Kassenumsatz / Direktabsatz</b>		<b>19 269</b>	<b>16 669</b>	<b>+2 600</b>	<b>+15.6</b>

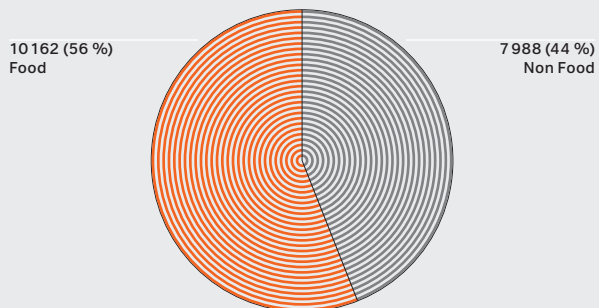
## KASSENSUMSATZ / DIREKTABSATZ / DETAILUMSATZ

### Kassenumsatz/Direktabsatz Mio. CHF

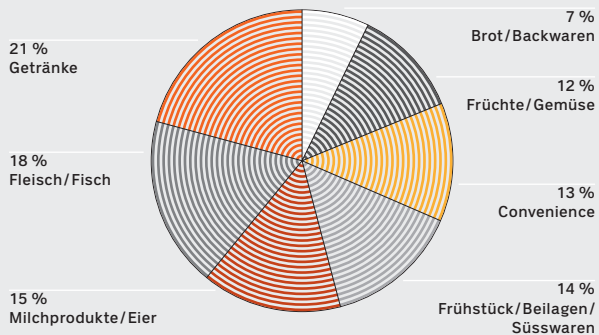


- Umsätze mit Grossabnehmern
- Detailverkäufe an Dritte
- Kassenumsatz Verkaufsstellen

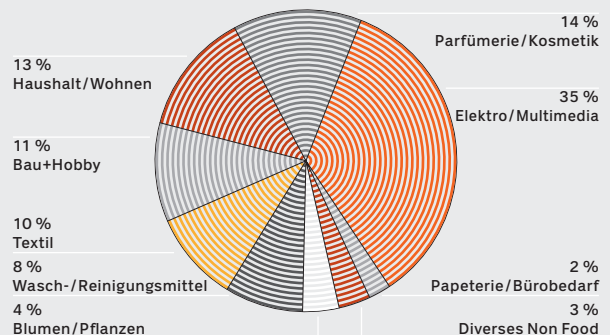
### Detailumsatz nach Hauptkategorien Mio. CHF



#### Food

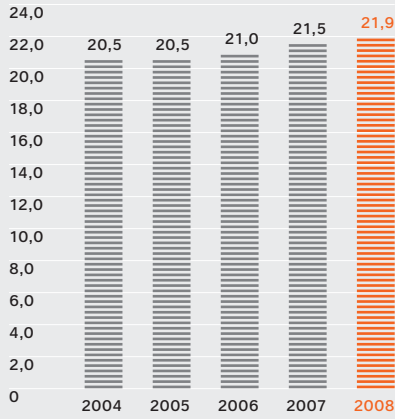


#### Non Food

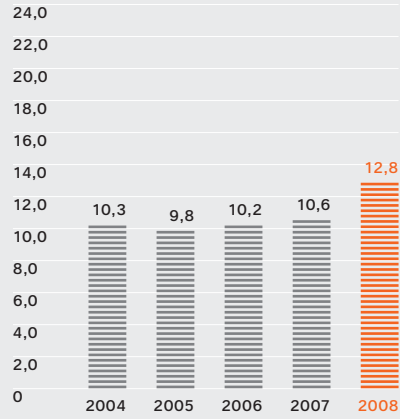


## MARKTANTEILE

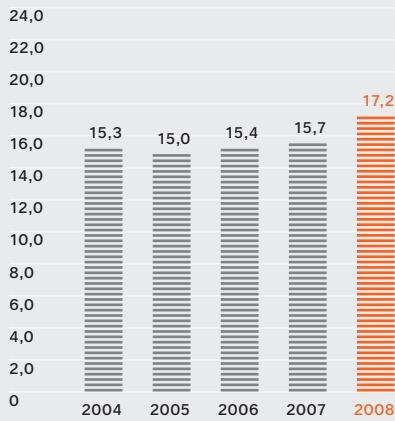
### Food in %



### Non Food in %



### Coop-Gruppe in %



	Mio. CHF 2004	Mio. CHF 2005	Mio. CHF 2006	Mio. CHF 2007	Mio. CHF 2008
<b>Detailumsatz</b>	<b>13 983</b>	<b>14 049</b>	<b>14 709</b>	<b>15 755</b>	<b>18 150</b>
./ Tankstellen, Brenn- und Treibstoffe, Hotels	874	1 066	1 241	1 342	1 710
<b>Coop Detailhandelsumsatz für Marktanteile</b>	<b>13 109</b>	<b>12 983</b>	<b>13 467</b>	<b>14 413</b>	<b>16 440</b>
<b>Marktvolumen Food</b>	<b>41 324</b>	<b>41 407</b>	<b>41 856</b>	<b>43 076</b>	<b>46 436</b>
<b>Marktvolumen Non Food</b>	<b>44 524</b>	<b>45 557</b>	<b>46 039</b>	<b>48 460</b>	<b>49 219</b>
<b>Gesamtvolumen BAK<sup>1</sup></b>	<b>85 848</b>	<b>86 964</b>	<b>87 896</b>	<b>91 536</b>	<b>95 655</b>

<sup>1</sup> Datenbasis: BAK Basel Economics, BAK-Flash Ausgabe 2008 (Stand 20.2.2009)

Vorjahreswerte angepasst



## VERKAUFSSTELLEN

	Verkaufsstellen		Verkaufsfläche		Kassenumsatz Verkaufsstellen			
	Anzahl am 31.12.		m <sup>2</sup> am 31.12.		Mio. CHF	Mio. CHF	%	Anteil %
	2008	2007	2008	2007	2008	2007		
Supermärkte A 250–600 m <sup>2</sup>	527	529	286 487	284 881	3 671	3 540	+3.7	20.8
Supermärkte B 800–1 400 m <sup>2</sup>	174	171	249 035	247 607	3 177	3 057	+3.9	18.0
Supermärkte C 1 800–3 000 m <sup>2</sup>	89	88	247 836	244 092	2 947	2 794	+5.5	16.7
<b>Supermärkte</b>	<b>790</b>	<b>788</b>	<b>783 358</b>	<b>776 580</b>	<b>9 796</b>	<b>9 392</b>	<b>+4.3</b>	<b>55.5</b>
Megastores 4 500–8 000 m <sup>2</sup>	27	14	142 702	77 492	1 239	875	+41.5	7.0
<b>Supermärkte / Megastores</b>	<b>817</b>	<b>802</b>	<b>926 060</b>	<b>854 072</b>	<b>11 035</b>	<b>10 267</b>	<b>+7.5</b>	<b>62.5</b>
Übrige	1	1	290	290	2	2	+1.1	0.0
<b>Coop Retail</b>	<b>818</b>	<b>803</b>	<b>926 350</b>	<b>854 362</b>	<b>11 036</b>	<b>10 269</b>	<b>+7.5</b>	<b>62.5</b>
Warenhäuser	33	33	138 078	138 418	1 050	1 009	+4.1	5.9
Bau+Hobby (inkl. Hobby AG)	69	68	285 246	280 428	720	685	+5.2	4.1
Interdiscount	197	185	68 137	61 957	1 025	976	+5.0	5.8
Toptip und Lumimart	59	60	158 690	159 339	261	262	–0.4	1.5
Christ Uhren & Schmuck	84	84	6 082	6 094	114	107	+6.5	0.6
Import Parfumerie	97	96	8 682	8 701	163	154	+6.0	0.9
Übrige	2	1	550	150	4	3	+8.5	0.0
<b>Coop Trading</b>	<b>541</b>	<b>527</b>	<b>665 465</b>	<b>655 087</b>	<b>3 335</b>	<b>3 195</b>	<b>+4.4</b>	<b>18.9</b>
Carrefour Ausverkauf					6			0.0
Distributis (ex Carrefour)					131			0.7
Hotels	3	3			32	32	+0.7	0.2
<b>Coop</b>	<b>1 362</b>	<b>1 333</b>	<b>1 591 815</b>	<b>1 509 449</b>	<b>14 540</b>	<b>13 496</b>	<b>+7.7</b>	<b>82.4</b>
Alcoba Distribution SA		2		9 002	59	76	–21.4	0.3
Bell Gruppe (Verkaufsstellen)	115	26	3 536	829	27	17	+54.7	0.2
Tankstellen	176	163			1 440	1 163	+23.8	8.2
Coop Pronto bei Tankstellen	(164)	(151)	15 895	14 186	383	330	+15.9	2.2
Coop Pronto stand-alone	44	38	7 177	6 208	165	140	+17.8	0.9
Coop Mineraloel AG	220	201	23 072	20 394	1 988	1 634	+21.7	11.3
Coop Vitality AG	31	25	7 975	6 537	88	66	+33.9	0.5
Dipl. Ing. Fust AG	157	152	80 791	77 836	943	102		5.3
<b>Tochtergesellschaften</b>	<b>523</b>	<b>406</b>	<b>115 374</b>	<b>114 598</b>	<b>3 105</b>	<b>1 894</b>	<b>+63.9</b>	<b>17.6</b>
<b>Verkaufsstellen</b>	<b>1 885</b>	<b>1 739</b>	<b>1 707 189</b>	<b>1 624 047</b>	<b>17 645</b>	<b>15 390</b>	<b>+14.7</b>	<b>100.0</b>

## TOCHTERGESELLSCHAFTEN / DIVISIONEN / BANKKREDITE

Tochtergesellschaften	Nettoerlös		Vollzeit- beschäftigte	Grundkapital am 31.12.	
	Konsolidierungskreis				
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	%	
	2008	2007	2008	2008	2008
Alcoba Distribution SA	53	67	174	0.2	50.0
Bell Gruppe	1 940	1 636	3 794	2.0	66.3
Coop Bildungszentren Muttentz und Jongny	14	13	71	0.4	100.0
Coop Mineraloel AG	2 078	1 664	68	10.0	51.0
Coop Vitality AG	85	64	276	5.0	51.0
Dipl. Ing. Fust AG	901	98	1 726	10.0	100.0

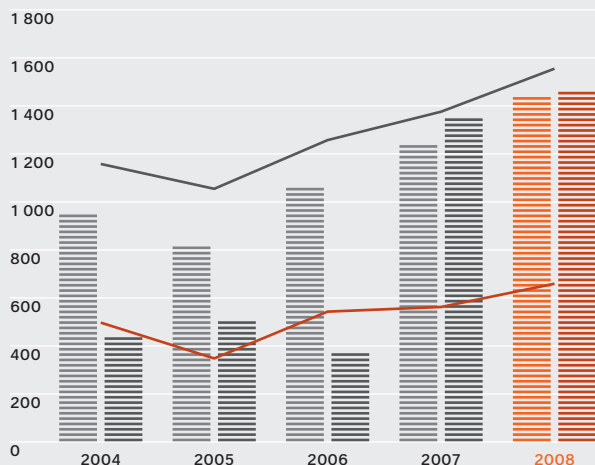
Divisionen			Veränderung	Veränderung
	Mio. CHF	Mio. CHF		
	2008	2007		
Kassenumsatz	1 025	976	+49	+5.0
Detailverkäufe an Dritte	50	20	+30	+147.7
<b>Division Interdiscount</b>	<b>1 074</b>	<b>996</b>	<b>+78</b>	<b>+7.9</b>
Kassenumsatz Toptip	233	233	-0	-0.1
Kassenumsatz Lumimart	28	29	-1	-3.3
Detailverkäufe an Dritte				
<b>Division Toptip und Lumimart</b>	<b>261</b>	<b>262</b>	<b>-1</b>	<b>-0.4</b>
Kassenumsatz	114	107	+7	+6.5
Detailverkäufe an Dritte	0	1	-1	-71.1
<b>Division Christ Uhren &amp; Schmuck</b>	<b>114</b>	<b>108</b>	<b>+6</b>	<b>+5.8</b>
Kassenumsatz	163	154	+9	+6.0
Detailverkäufe an Dritte	1	1	+0	+41.6
<b>Division Import Parfumerie</b>	<b>164</b>	<b>155</b>	<b>+10</b>	<b>+6.3</b>

Bankkredite	Limite		Benutzung		Freie Limite	
	2008	2007	2008	2007	2008	2007
am 31.12.						
Grossbanken	611	551	143	91	468	460
Kantonalbanken	615	528	309	177	306	351
Regionalbanken	57	31	57	31		
Bank Coop	100	110	35	70	65	40
Auslandbanken Schweiz	250	250	100		150	250
Auslandbanken	514	673	146	283	368	390
<b>Banken</b>	<b>2 147</b>	<b>2 143</b>	<b>790</b>	<b>652</b>	<b>1 356</b>	<b>1 491</b>
Bankdarlehen kurzfristig			381	489		
Bankdarlehen langfristig			397	132		
Hypotheken Banken			13	32		
<b>Bankkredite</b>			<b>790</b>	<b>652</b>		

## FINANZIELLE KENNZAHLEN / INVESTITIONEN

### Finanzielle Kennzahlen

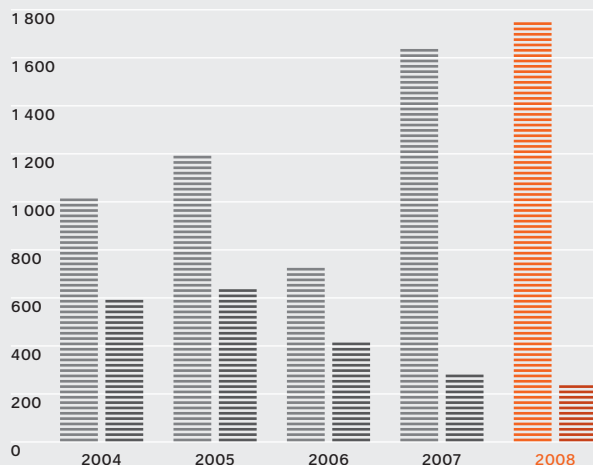
Mio. CHF



— Betrieblicher Cashflow (EBITDA)  
 — Betriebsergebnis (EBIT)  
 = Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen  
 = Nettoinvestitionen

### Investitionen

Mio. CHF



= Bruttoinvestitionen  
 = Devestitionen

	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
	2004	2005	2006	2007	2008
Region Suisse Romande	129	107	137	91	134
Region Bern	134	141	75	77	110
Region Nordwestschweiz	326	316	205	188	211
Region Zentralschweiz-Zürich	273	137	90	120	120
Region Ostschweiz-Ticino	116	50	108	80	107
<b>Bruttoinvestitionen Sachanlagen</b>	<b>979</b>	<b>752</b>	<b>615</b>	<b>556</b>	<b>681</b>
Devestitionen Sachanlagen	- 559	- 599	- 385	- 152	- 178
<b>Nettoinvestitionen Sachanlagen</b>	<b>420</b>	<b>153</b>	<b>230</b>	<b>404</b>	<b>503</b>
Übrige Nettoinvestitionen	11	344	147	947	973
<b>Nettoinvestitionen</b>	<b>431</b>	<b>497</b>	<b>377</b>	<b>1 351</b>	<b>1 476</b>
<b>Betrieblicher Cashflow (EBITDA)</b>	<b>1 171</b>	<b>1 039</b>	<b>1 237</b>	<b>1 383</b>	<b>1 563</b>
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>491</b>	<b>348</b>	<b>553</b>	<b>572</b>	<b>659</b>
<b>Jahresergebnis</b>	<b>320</b>	<b>270</b>	<b>310</b>	<b>350</b>	<b>390</b>
<b>Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen</b>	<b>936</b>	<b>818</b>	<b>1 068</b>	<b>1 254</b>	<b>1 445</b>

Vorjahreswerte angepasst

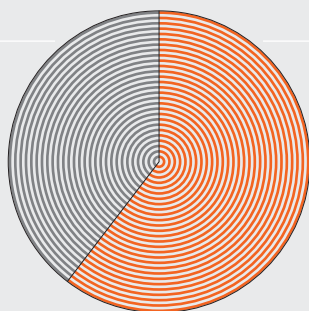
## MITARBEITENDE

	2008	2007	Veränderung	%
VRE Suisse Romande	4 637	4 245	+392	+9.2
VRE Bern	3 220	3 022	+198	+6.5
VRE Nordwestschweiz	3 704	3 651	+52	+1.4
VRE Zentralschweiz-Zürich	4 567	4 297	+270	+6.3
VRE Ostschweiz-Ticino	4 061	3 909	+152	+3.9
Zentralbereich Retail	19	18	+1	+5.5
<b>Retail</b>	<b>20 207</b>	<b>19 142</b>	<b>+1 065</b>	<b>+5.6</b>
Warenhäuser	2 732	2 765	-33	-1.2
Bau+Hobby (inkl. Hobby AG)	1 428	1 427	+1	+0.0
Interdiscount	1 773	1 678	+95	+5.7
Toptip und Lumimart	637	646	-9	-1.4
Christ Uhren & Schmuck	385	470	-85	-18.2
Import Parfumerie	410	396	+14	+3.5
Zentralbereich Trading	180	175	+5	+2.7
<b>Trading</b>	<b>7 544</b>	<b>7 557</b>	<b>-14</b>	<b>-0.2</b>
<b>Logistik</b>	<b>4 371</b>	<b>4 303</b>	<b>+68</b>	<b>+1.6</b>
<b>Produktion</b>	<b>696</b>	<b>724</b>	<b>-27</b>	<b>-3.8</b>
<b>Übrige Zentralbereiche / Direktion Immobilien</b>	<b>2 623</b>	<b>2 530</b>	<b>+93</b>	<b>+3.7</b>
<b>Stammhaus Coop</b>	<b>35 441</b>	<b>34 256</b>	<b>+1 185</b>	<b>+3.5</b>
Bell Gruppe	3 794	3 312	+483	+14.6
Coop Mineraloel AG	68	61	+7	+11.8
Coop Vitality AG	276	218	+58	+26.6
Dipl. Ing. Fust AG	1 726	148	+1 578	
Übrige Gesellschaften	245	236	+9	+3.9
<b>Vollzeitbeschäftigte (inkl. Lernende)</b>	<b>41 550</b>	<b>38 230</b>	<b>+3 320</b>	<b>+8.7</b>
VRE Suisse Romande	6 473	5 694	+779	+13.7
VRE Bern	4 534	4 186	+348	+8.3
VRE Nordwestschweiz	4 706	4 590	+116	+2.5
VRE Zentralschweiz-Zürich	6 200	5 752	+448	+7.8
VRE Ostschweiz-Ticino	5 510	5 208	+302	+5.8
Zentralbereich Retail	19	18	+1	+5.6
<b>Retail</b>	<b>27 442</b>	<b>25 448</b>	<b>+1 994</b>	<b>+7.8</b>
Warenhäuser	3 398	3 398		
Bau+Hobby (inkl. Hobby AG)	1 721	1 740	-19	-1.1
Interdiscount	1 906	1 800	+106	+5.9
Toptip und Lumimart	734	768	-34	-4.4
Christ Uhren & Schmuck	516	549	-33	-6.0
Import Parfumerie	564	533	+31	+5.8
Zentralbereich Trading	197	195	+2	+1.0
<b>Trading</b>	<b>9 036</b>	<b>8 983</b>	<b>+53</b>	<b>+0.6</b>
<b>Logistik</b>	<b>4 907</b>	<b>4 758</b>	<b>+149</b>	<b>+3.1</b>
<b>Produktion</b>	<b>844</b>	<b>858</b>	<b>-14</b>	<b>-1.6</b>
<b>Übrige Zentralbereiche / Direktion Immobilien</b>	<b>2 230</b>	<b>2 104</b>	<b>+126</b>	<b>+6.0</b>
<b>Stammhaus Coop</b>	<b>44 459</b>	<b>42 151</b>	<b>+2 308</b>	<b>+5.5</b>
Bell Gruppe	6 810	3 435	+3 375	+98.3
Coop Mineraloel AG	71	65	+6	+9.2
Coop Vitality AG	387	310	+77	+24.8
Dipl. Ing. Fust AG	1 875	1 953	-78	-4.0
Übrige Gesellschaften	278	286	-8	-2.8
<b>Personen (inkl. Lernende) am 31.12.</b>	<b>53 880</b>	<b>48 200</b>	<b>+5 680</b>	<b>+11.8</b>

	2008	2007	Veränderung	%
VRE Suisse Romande	359	346	+13	+3.8
VRE Bern	259	203	+56	+27.6
VRE Nordwestschweiz	369	370	-1	-0.3
VRE Zentralschweiz-Zürich	435	386	+49	+12.7
VRE Ostschweiz-Ticino	298	294	+4	+1.4
Zentralbereich Retail				
<b>Retail</b>	<b>1 720</b>	<b>1 599</b>	<b>+121</b>	<b>+7.6</b>
Warenhäuser	175	177	-2	-1.1
Bau+Hobby (inkl. Hobby AG)	120	124	-4	-3.2
Interdiscount	372	355	+17	+4.8
Toptip und Lumimart	33	20	+13	+65.0
Christ Uhren & Schmuck	30	29	+1	+3.4
Import Parfumerie	63	60	+3	+5.0
Zentralbereich Trading	6	6		
<b>Trading</b>	<b>799</b>	<b>771</b>	<b>+28</b>	<b>+3.6</b>
Logistik	111	95	+16	+16.8
Produktion	39	37	+2	+5.4
Übrige Zentralbereiche / Direktion Immobilien	68	60	+8	+13.3
<b>Stammhaus Coop</b>	<b>2 737</b>	<b>2 562</b>	<b>+175</b>	<b>+6.8</b>
Bell Gruppe	109	50	+59	+118.0
Coop Mineraloel AG	3	3		
Coop Vitality AG	69	54	+15	+27.8
Dipl. Ing. Fust AG	54	56	-2	-3.6
Übrige Gesellschaften	2	3	-1	-33.3
<b>Lernende (Personen) am 31.12.</b>	<b>2 974</b>	<b>2 728</b>	<b>+246</b>	<b>+9.0</b>
Vorjahreswerte angepasst				
Praktika Schulabgänger	57	81	-24	-29.6

#### Geschlecht

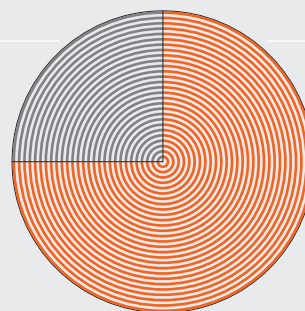
40 %  
Männer



60 %  
Frauen

#### Anstellungsverhältnis

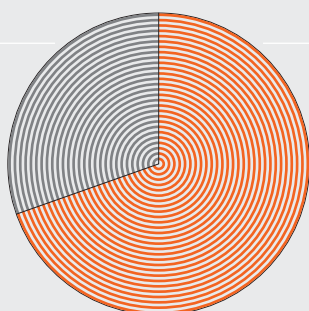
25 %  
Stundenlohn



75 %  
Monatslohn

#### Nationalität

30 %  
Ausland

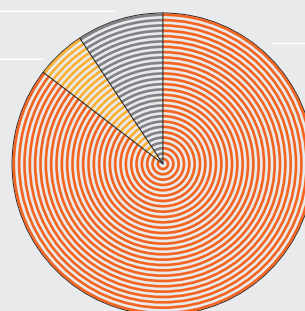


70 %  
Schweiz

#### Lernende

9 %  
Gewerbe / Andere

5 %  
Kaufmännisch



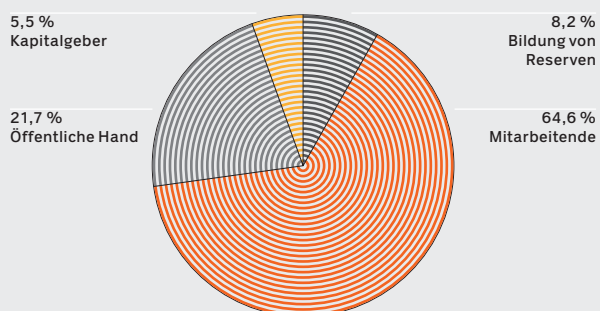
86 %  
Verkauf

## WERTSCHÖPFUNGSRECHNUNG

	Mio. CHF 2008	Mio. CHF 2007	Veränderung %
<b>Kassenumsatz / Direktabsatz</b>	<b>19 269</b>	<b>16 669</b>	<b>+15.6</b>
Waren	-11 499	-9 891	+16.3
Übriges	-1 914	-1 971	-2.9
<b>Vorleistungen</b>	<b>-13 413</b>	<b>-11 862</b>	<b>+13.1</b>
<b>Bruttowertschöpfung</b>	<b>5 856</b>	<b>4 807</b>	<b>+21.8</b>
Abschreibungen / Rückstellungen	-1 101	-731	+50.6
<b>Nettowertschöpfung</b>	<b>4 755</b>	<b>4 076</b>	<b>+16.6</b>
<b>Löhne und Gehälter</b>	<b>-2 391</b>	<b>-2 132</b>	<b>+12.2</b>
Sozialleistungen	-518	-451	+15.0
Übriger Personalaufwand	-108	-94	+15.3
Personalrabatte inkl. Superpunkte Personal	-54	-51	+4.6
<b>Mitarbeitende</b>	<b>-3 071</b>	<b>-2 727</b>	<b>+12.6</b>
<b>Steuern</b>	<b>-132</b>	<b>-74</b>	<b>+78.6</b>
Betriebliche Steuern, Gebühren und Abgaben	-16	-13	+25.9
Zölle	-718	-623	+15.2
Mehrwertsteuer	-165	-131	+26.1
<b>Öffentliche Hand</b>	<b>-1 031</b>	<b>-841</b>	<b>+22.6</b>
<b>Kapitalgeber</b>	<b>-263</b>	<b>-159</b>	<b>+66.0</b>
<b>Bildung (-) / Entnahme (+) von Reserven</b>	<b>-390</b>	<b>-350</b>	<b>+11.4</b>
<b>Verteilung der Wertschöpfung</b>	<b>-4 755</b>	<b>-4 076</b>	<b>+16.6</b>

Vorjahreswerte angepasst

### Verteilung der Wertschöpfung



## ENTWICKLUNG COOP-GRUPPE

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Finanzielle Kennzahlen konsolidiert in Mio. CHF</b>					
Detailumsatz	13 983	14 049	14 709	15 755	18 150
Kassenumsatz / Direktabsatz	14 866	14 885	15 590	16 669	19 269
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	14 127	14 133	14 785	15 812	18 271
Betrieblicher Cashflow (EBITDA)	1 171	1 039	1 237	1 383	1 563
Betriebsergebnis (EBIT)	491	348	553	572	659
Finanzergebnis inkl. Ergebnis assoziierter Organisationen	-103	-91	-69	-39	-121
Jahresergebnis	320	270	310	350	390
Zinspflichtiges Fremdkapital	4 360	3 980	3 297	3 534	3 971
Nettofinanzschuld	4 049	3 701	3 017	3 219	3 395
Eigenkapital inkl. Minderheiten	4 264	4 602	4 931	5 324	5 675
Eigenkapitalanteil in %	37.8	40.9	44.8	45.1	43.9
Bilanzsumme	11 290	11 249	10 999	11 810	12 932
Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen	936	818	1 068	1 254	1 445
Geldfluss aus Unternehmenstätigkeit	512	957	1 089	1 155	1 515
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-431	-552	-377	-1 351	-1 476
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-102	-397	-711	231	250
<b>Mitarbeitende</b>					
Personen am 31.12.	47 158	44 916	45 428	48 200	53 880
Vollzeitbeschäftigte	39 292	37 370	37 271	38 230	41 550
<b>Marktanteile in % (Basis: Marktvolumen BAK)</b>					
Food	20.5	20.5	21.0	21.5	21.9
Non Food	10.3	9.8	10.1	10.6	12.8
Coop-Gruppe	15.3	15.0	15.3	15.7	17.2
<b>Verkaufsstellen</b>					
Anzahl Verkaufsstellen am 31.12.	1 433	1 437	1 546	1 739	1 885
Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> am 31.12.	1 464 070	1 480 907	1 518 242	1 624 047	1 707 189
Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (Jahresdurchschnitt)			1 497 395	1 550 155	1 686 926
Kassenumsatz in Mio. CHF	13 649	13 690	14 309	15 390	17 645
<b>Mitglieder<sup>1</sup></b>					
Anzahl Mitglieder am 31.12.	2 323 602	2 316 223	2 461 462	2 502 100	2 536 544

<sup>1</sup>Bis 2007 Mitgliederhaushalte, ab 2008 Mitglieder

## KENNZAHLEN ÖKOLOGIE

Erhebungsperiode der Energiedaten Juli bis Juni, übrige Daten Kalenderjahr	2008	2007	Veränderung %
<b>Umsatz ökologisch und sozial profilierte Kompetenzmarken</b>			
Coop Naturaplan, Coop Naturafarm, Coop Naturaline, Coop Oecoplan, Max Havelaar, Pro Specie Rara, Slow Food, Pro Montagna			
Umsatz in Mio. CHF	1 477	1 400	+5.5
<b>Elektrizitätsverbrauch</b>			
Verbrauch in MWh	684 880	703 662	-2.7
Verbrauch Verkaufsstellen pro m <sup>2</sup> Verkaufsfläche im kWh <sup>1</sup>	432	448	-3.5
Verbrauch Verkaufsstellen pro TCHF Umsatz im kWh <sup>1</sup>	43	47	-8.7
<b>Wärmeverbrauch</b>			
Verbrauch in MWh	276 467	275 052	+0.5
Verbrauch Verkaufsstellen pro m <sup>2</sup> Verkaufsfläche im kWh <sup>1</sup>	126	128	-1.7
Verbrauch Verkaufsstellen pro TCHF Umsatz in kWh <sup>1</sup>	13	13	-7.0
<b>Energieverbrauch (Elektrizität und Wärme)</b>			
Verbrauch in MWh	961 347	978 714	-1.8
Verbrauch Verkaufsstellen pro m <sup>2</sup> Verkaufsfläche in kWh <sup>1</sup>	559	576	-3.1
Verbrauch Verkaufsstellen pro TCHF Umsatz in kWh <sup>1</sup>	56	61	-8.3
<b>Kohlendioxid-Ausstoss (CO<sub>2</sub>)</b>			
Ausstoss in t	54 560	53 971	+1.1
<b>Wasserverbrauch</b>			
Verbrauch in m <sup>3</sup>	479 201	503 526	-4.8
<b>Dieserverbrauch Lkw</b>			
Verbrauch pro Tonnenkilometer in Liter	0.012	0.012	-1.6
<b>Abfallverwertung</b>			
Verwertungsquote in %	67	70	-4.3

<sup>1</sup> Supermärkte, Warenhäuser, Bau+Hobby



# Konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe

- 66 Konsolidierte Erfolgsrechnung**
- 67 Konsolidierte Bilanz**
- 68 Konsolidierte Geldflussrechnung**
- 69 Eigenkapitalnachweis**
- 70 Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung**
- 70 Konsolidierungsgrundsätze
- 70 Bewertungsgrundsätze  
für ausgewählte Positionen
- 72 Erläuterungen zur konsolidierten  
Jahresrechnung 2008 (Allgemeines)
- 73 Spezielle Erläuterungen
- 75 Erläuterungen zur konsolidierten Erfolgsrechnung
- 77 Erläuterungen zur konsolidierten Bilanz
- 82 Erläuterung zur konsolidierten Geldflussrechnung
- 83 Weitere Angaben zur konsolidierten Jahresrechnung
- 86 Coop Konsolidierungskreis
- 88 Bericht der Revisionsstelle zur Konzernrechnung**

Alle Werte einzeln gerundet

## KONSOLIDIERTE ERFOLGSRECHNUNG

	Erläuterungen	Mio. CHF 2008	Anteil %	Mio. CHF 2007	Anteil %
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	1	18 271	100.0	15 812	100.0
Warenaufwand		-12 217		-10 514	
<b>Betriebsertrag</b>		<b>6 054</b>	<b>33.1</b>	<b>5 298</b>	<b>33.5</b>
Andere betriebliche Erträge	2	684		656	
Personalaufwand	3	-3 017		-2 676	
Werbeaufwand		-424		-354	
Übriger Betriebsaufwand	4	-1 734		-1 542	
<b>Betrieblicher Cashflow (EBITDA)</b>		<b>1 563</b>	<b>8.6</b>	<b>1 383</b>	<b>8.7</b>
Abschreibungen auf immateriellen Werten	5	-263		-138	
Abschreibungen auf Sachanlagen	5	-641		-672	
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>		<b>659</b>	<b>3.6</b>	<b>572</b>	<b>3.6</b>
Ergebnis assoziierter Organisationen		7		-16	
Finanzergebnis	6	-129		-23	
<b>Ordentliches Ergebnis</b>		<b>538</b>	<b>2.9</b>	<b>533</b>	<b>3.4</b>
Betriebsfremdes Ergebnis	7	31		22	
Ausserordentliches Ergebnis	8	4		-86	
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>		<b>572</b>	<b>3.1</b>	<b>469</b>	<b>3.0</b>
Steuern	9	-132		-74	
<b>Ergebnis nach Steuern</b>		<b>441</b>	<b>2.4</b>	<b>395</b>	<b>2.5</b>
Anteile Dritter am Ergebnis		-51		-45	
<b>Jahresergebnis</b>		<b>390</b>	<b>2.1</b>	<b>350</b>	<b>2.2</b>

Vorjahreswerte angepasst

## KONSOLIDIERTE BILANZ

	Erläuterungen	Mio. CHF 2008	Anteil %	Mio. CHF 2007	Anteil %
am 31.12.		2008		2007	
Flüssige Mittel	10	576		315	
Wertschriften		84		75	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	11	501		434	
Sonstige kurzfristige Forderungen	12	134		137	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	13	219		224	
Vorräte	14	1 865		1 788	
<b>Umlaufvermögen</b>		<b>3 378</b>	<b>26.1</b>	<b>2 973</b>	<b>25.2</b>
Immaterielle Anlagen	15	1 279		1 017	
Finanzanlagen	16	584		384	
Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen	17	1 330		1 293	
Immobilien	18	6 361		6 143	
<b>Anlagevermögen</b>		<b>9 554</b>	<b>73.9</b>	<b>8 837</b>	<b>74.8</b>
<b>Aktiven</b>		<b>12 932</b>	<b>100.0</b>	<b>11 810</b>	<b>100.0</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	19	1 096		988	
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	20	2 006		1 445	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	21	401		361	
Kurzfristige Rückstellungen	22	160		149	
Passive Rechnungsabgrenzungen	23	550		505	
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>		<b>4 213</b>	<b>32.6</b>	<b>3 449</b>	<b>29.2</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	24	1 966		2 089	
Langfristige Rückstellungen	25	1 078		948	
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>		<b>3 044</b>	<b>23.5</b>	<b>3 037</b>	<b>25.7</b>
<b>Fremdkapital</b>	26	<b>7 257</b>	<b>56.1</b>	<b>6 485</b>	<b>54.9</b>
Anteilscheinkapital					
Kapitalreserven		2 350		2 132	
Gewinnreserven		2 645		2 539	
Jahresergebnis		390		350	
Bilanzgewinn		3 035		2 889	
<b>Eigenkapital ohne Minderheiten</b>		<b>5 385</b>	<b>41.6</b>	<b>5 021</b>	<b>42.5</b>
Minderheiten		290	2.2	304	2.6
<b>Eigenkapital inkl. Minderheiten</b>		<b>5 675</b>	<b>43.9</b>	<b>5 324</b>	<b>45.1</b>
<b>Passiven</b>		<b>12 932</b>	<b>100.0</b>	<b>11 810</b>	<b>100.0</b>

Vorjahreswerte angepasst

## KONSOLIDIERTE GELDFLUSSRECHNUNG

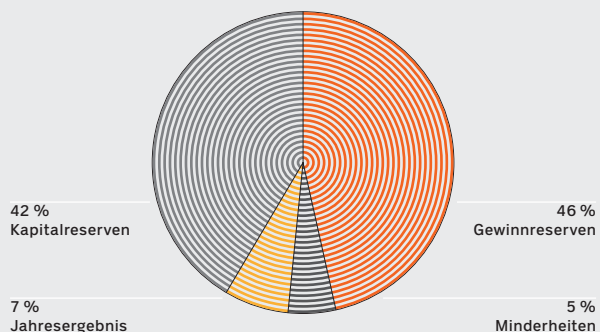
### Fonds flüssige Mittel

Erläuterungen	Mio. CHF 2008		Mio. CHF 2007	
<b>Jahresergebnis vor Minderheiten</b>		<b>441</b>		<b>395</b>
Abschreibungen Finanzanlagen (ohne assoziierte Organisationen)	0		15	
Abschreibungen Immaterielle Anlagen	263		138	
Abschreibungen Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen	288		269	
Abschreibungen Immobilien	352		403	
Abschreibungen nicht betriebliche Anlagen	3	<b>907</b>	7	<b>832</b>
<b>Gewinn (-) / Verlust aus Veräusserung Anlagevermögen</b>		<b>-46</b>		<b>-35</b>
<b>Nicht liquiditätswirksamer Erfolg</b>		<b>27</b>		<b>47</b>
<b>Ertrag (-) / Aufwand aus Anwendung at Equity-Methode für Beteiligungen</b>		<b>-7</b>		<b>16</b>
<b>Zunahme / Abnahme langfristige Rückstellungen</b>		<b>125</b>		<b>-1</b>
<b>Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen</b>		<b>1 445</b>		<b>1 254</b>
Zunahme (-) / Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-7		-79	
Zunahme (-) / Abnahme der sonstigen Forderungen und aktiven Rechnungsabgrenzungen	57		46	
Zunahme (-) / Abnahme der Vorräte	21		-74	
Zunahme / Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2		-95	
Zunahme / Abnahme übrige kurzfristige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen	20		55	
Zunahme / Abnahme kurzfristige Rückstellungen	-23	<b>70</b>	47	<b>-99</b>
<b>Geldfluss aus Unternehmenstätigkeit</b>		<b>1 515</b>		<b>1 155</b>
Immaterielle Anlagen Investitionen	-24		-24	
Immaterielle Anlagen Devestitionen	0		0	
Immaterielle Anlagen Umgruppierungen	-2	<b>-26</b>		<b>-24</b>
Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen Investitionen	-299		-253	
Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen Devestitionen	3		3	
Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen Umgruppierungen	-3	<b>-300</b>		<b>-250</b>
Immobilien Investitionen	-382		-302	
Immobilien aktivierte Eigenleistungen	-1		-1	
Immobilien Devestitionen	175		149	
Immobilien Umgruppierungen	5	<b>-203</b>		<b>-153</b>
Auszahlungen für den Erwerb konsolidierter Organisationen	-833		-973	
Einnahmen aus dem Verkauf konsolidierter Organisationen	7	<b>-826</b>	14	<b>-959</b>
Finanzanlagen Investitionen	-82		-43	
Finanzanlagen Devestitionen	10		7	
Finanzanlagen Reklassifikationen	0	<b>-72</b>	0	<b>-36</b>
Wertschriften Investitionen	-118		-43	
Wertschriften Devestitionen	68		114	
Wertschriften Umgruppierungen	0	<b>-49</b>		<b>71</b>
<b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>	27	<b>-1 476</b>		<b>-1 351</b>
<b>Aufnahmen von Anleihen (+)</b>		<b>150</b>		<b>175</b>
<b>Rückzahlung von Anleihen (-)</b>		<b>-325</b>		<b>-200</b>
<b>Dividenden an Minderheiten</b>		<b>-26</b>		<b>-5</b>
<b>Zunahme / Abnahme kurzfristige Finanzverbindlichkeiten</b>		<b>542</b>		<b>513</b>
<b>Zunahme / Abnahme langfristige Finanzverbindlichkeiten</b>		<b>-84</b>		<b>-251</b>
<b>Eigene Aktien Bell</b>		<b>-7</b>		<b>-1</b>
<b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>		<b>250</b>		<b>231</b>
<b>Geldzufluss / Geldabfluss (-)</b>		<b>290</b>		<b>36</b>
<b>Flüssige Mittel am Jahresbeginn</b>		<b>315</b>		<b>280</b>
<b>Geldzufluss / Geldabfluss (-)</b>		<b>290</b>		<b>36</b>
<b>Währungseinfluss</b>		<b>-29</b>		<b>-1</b>
<b>Flüssige Mittel am Jahresende</b>		<b>576</b>		<b>315</b>

## EIGENKAPITALNACHWEIS

in Mio. CHF	Kapital- reserven	Eigene Aktien Bell	Gewinn- reserven	Jahres- ergebnis	Eigenkapital ohne Minderheiten	Eigenkapital Minderheiten	Eigenkapital inkl. Minderheiten
<b>Eigenkapital am 1.1.2007</b>	1 829	0	2 533	310	4 672	259	4 931
Veränderung Kons.-kreis / Beteiligungsquote						4	4
Verwendung Ergebnis / Dividende	304		6	-310	0	-5	-5
Kauf / Verkauf eigene Aktien Bell		-1			-1		-1
Jahresergebnis				350	350	45	395
Umrechnungsdifferenzen	0	0	-1	-0	-0		-0
<b>Eigenkapital am 31.12.2007</b>	<b>2 133</b>	<b>-1</b>	<b>2 538</b>	<b>350</b>	<b>5 021</b>	<b>304</b>	<b>5 324</b>
<b>Eigenkapital am 1.1.2008</b>	<b>2 133</b>	<b>-1</b>	<b>2 538</b>	<b>350</b>	<b>5 021</b>	<b>304</b>	<b>5 324</b>
Veränderung Kons.-kreis / Beteiligungsquote			-6		-6	-29	-34
Verwendung Ergebnis / Dividende	224		126	-350	0	-26	-26
Kauf / Verkauf eigene Aktien Bell		-7			-7	-4	-11
Jahresergebnis				390	390	51	441
Umrechnungsdifferenzen			-13		-13	-5	-19
<b>Eigenkapital am 31.12.2008</b>	<b>2 357</b>	<b>-7</b>	<b>2 645</b>	<b>390</b>	<b>5 385</b>	<b>290</b>	<b>5 675</b>

### Eigenkapital am 31.12.2008



## ANHANG ZUR KONSOLIDIERTEN JAHRESRECHNUNG

### Konsolidierungsgrundsätze

#### Grundlagen

Die Rechnungslegung der Coop-Gruppe erfolgt in Übereinstimmung mit den gesamten Fachempfehlungen zur Rechnungslegung Swiss GAAP FER 2007. 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 mehr als 50 % 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 ab dem ersten Tag der Kontrolle konsolidiert respektive ab dem Tag der Veräusserung 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 beziehungsweise der Gründung mit dem Buchwert der Beteiligung bei der Muttergesellschaft verrechnet. Die Zwischengewinne werden als unwesentlich eingestuft.

#### 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. Ein allfällig bezahlter Mehrwert wird als Goodwill bilanziert und systematisch abgeschrieben. Der Ausweis in der Erfolgsrechnung erfolgt entsprechend im Ergebnis assoziierter Organisationen respektive in den Abschreibungen auf immateriellen Werten. Für die Bewertung des anteiligen Eigenkapitals werden die Abschlüsse dieser Gesellschaften verwendet, welche nach einem «true and fair view»-Grundsatz (unter anderem auch nach IFRS / IAS) erstellt werden.

#### Fremdwährungsumrechnung

Die Umrechnung der lokalen Aktiven und Passiven in Schweizer Franken erfolgt zum Stichtagskurs. Die lokalen Erfolgsrechnungen und die Geldflussrechnung werden zum Jahresdurchschnittskurs umgerechnet. Die Differenzen, die sich aus der Anwendung der oben erwähnten unterschiedlichen Umrechnungskurse ergeben, werden direkt im Eigenkapital berücksichtigt. Die Wechselkurse für die wichtigsten Währungen sind im Kapitel «Weitere Angaben zur konsolidierten Jahresrechnung» aufgeführt.

#### Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis ist auf den Seiten 86 und 87 abgebildet.

### Bewertungsgrundsätze für ausgewählte Positionen

#### Flüssige Mittel

Die flüssigen Mittel werden zum Nominalwert bilanziert. Sie enthalten Kassenbestände, Postcheck- und Bankguthaben, kurzfristige Festgelder sowie Reka-Checks. Diese Positionen können jederzeit in flüssige Mittel umgewandelt werden und unterliegen nur unwesentlichen Wertschwankungen (Erläuterung 10).

#### Wertschriften

Wertschriften sind marktgängige, leicht realisierbare Titel und werden zum Marktwert bilanziert.

#### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige Forderungen

Die Forderungen werden zum Nominalwert unter Abzug von Wertbeeinträchtigungen bewertet. Für allgemeine Kreditrisiken wird ein pauschales Delkredere von 1 % gebildet (Erläuterungen 11 und 12).

#### Vorräte

Die Vorräte sind zu Einstandspreisen bewertet. Diese setzen sich aus den Nettoeinkaufspreisen und den Bezugsnebenkosten zusammen. Halb- und Fertigfabrikate sind höchstens zu Herstellkosten bewertet. 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 (Erläuterung 14).

#### Immaterielle Anlagen

Beim Erwerb von Beteiligungen wird der Goodwill aus der Differenz zwischen bezahltem Kaufpreis und den erworbenen Netto-

aktiven ermittelt, welche zu aktuellen Werten bewertet werden. Ein 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 Gewinnreserven verrechnet. Die übrigen immateriellen Anlagen sind zum Anschaffungswert mit linearen Abschreibungen von 3 bis 8 Jahren bilanziert. Markenrechte und ähnliche immaterielle Werte werden mit einer Laufzeit von bis zu 20 Jahren abgeschrieben. Zusätzlich werden alle immateriellen Anlagen jährlich einer Werthaltigkeitsprüfung unterzogen. Forschungs- und Entwicklungskosten werden keine aktiviert (Erläuterung 15).

#### **Finanzanlagen**

Die Finanzanlagen werden zum Anschaffungswert unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen bilanziert. Darlehen und langfristig gehaltene Finanzanlagen mit einem Stimmrechtsanteil von unter 20 % werden ebenfalls zum Anschaffungswert mit den notwendigen Abschreibungen erfasst (Erläuterung 16).

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

#### **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	10 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 Finanzierungsleasing 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. Die Verkehrswerte der Immobilien werden intern ermittelt. Gesamthaft liegt der Verkehrswert dieser Objekte über dem Buchwert, womit auf der Basis von Fortführungswerten beträchtliche Reserven vorhanden sind (Erläuterungen 17 und 18).

#### **Fremdkapital**

Als kurzfristiges Fremdkapital gelten alle innerhalb eines Jahres fälligen Verbindlichkeiten sowie Abgrenzungen und kurzfristige Rückstellungen. Im langfristigen Fremdkapital sind Verpflichtungen mit einer Laufzeit von über einem Jahr enthalten.

#### **Verbindlichkeiten**

Die Verbindlichkeiten werden zu ihrem Nominalwert bilanziert (Erläuterungen 19 bis 21, 23 und 24).

#### **Rückstellungen**

Die Rückstellungen werden am Bilanzstichtag auf Basis der wahrscheinlichen Mittelabflüsse bewertet, den Risiken wurde ausreichend Rechnung getragen. Sie stellen rechtliche oder faktische Verpflichtungen dar (Erläuterungen 22 und 25).

#### **Andere betriebliche Erträge**

In der Position «Andere betriebliche Erträge» sind unter anderem Einnahmen aus Toto, Lotto, Parking, Werbung sowie Telefonkarten enthalten (Erläuterung 2).

#### **Betriebsfremde Positionen**

Zum betriebsfremden Ergebnis gehören Aufwendungen und Erträge, die aus Ereignissen oder Geschäftsvorgängen entstehen, welche sich klar von der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit unterscheiden. Zu dieser Gruppe gehören auch die nicht betrieblichen Sachanlagen.

#### **Ausserordentliche Positionen**

Als ausserordentliche Positionen gelten Aufwendungen und Erträge, welche im Rahmen der ordentlichen Geschäftstätigkeit äusserst selten anfallen und die nicht voraussehbar sind.

#### **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 Gruppenabschluss beziehungsweise steuerlichen Einzelabschluss zusätzliche Ertragssteuern (latente Steuern). Die latenten Steuern auf diesen Abweichungen zwischen Steuer- und Bilanzwerten werden zum Steuersatz von bis 25 % berechnet, der sich aus den lokal geltenden Steuersätzen sowie den steuerlich verwendbaren Verlustvorträgen ergibt (Erläuterung 9).

### **Betriebliche Steuern**

Kapital- und Handänderungssteuern, Emissionsabgaben sowie andere fiskalische Steuern werden in der Erfolgsposition «Übriger Betriebsaufwand» ausgewiesen (Erläuterung 4).

### **Reklassifikationen**

Die Positionen «Reklassifikationen» in den Anlage- und Rückstellungsspiegeln umfassen vor allem Verschiebungen von Vorauszahlungen in eine andere Anlagenkategorie sowie Umklassierungen.

### **Geldflussrechnung**

Als Fonds werden die flüssigen Mittel ohne Wertschriften verwendet. Diese Positionen können jederzeit in flüssige Mittel umgewandelt werden und unterliegen nur unwesentlichen Wertschwankungen.

### **Nahe stehende Personen**

Als nahe stehende Personen gelten die nach der Equity-Methode konsolidierten Gesellschaften, natürliche Personen wie Geschäftsleitungsmitglieder oder Verwaltungsräte sowie Pensionskassen.

Die Transaktionen mit den nahe stehenden Personen erfolgten zu marktüblichen Konditionen.

Die Bestandesposten gegenüber assoziierten Organisationen sind in den jeweiligen Positionen im Anhang dargestellt.

Es bestehen zudem gegenseitige Liefer- und Abnahmeverträge, wobei marktübliche Bedingungen unter Berücksichtigung der Transaktionsvolumen zum Tragen kommen (weitere Angaben zur Jahresrechnung).

### **Anhanginformationen**

Bürgschaften und andere ausserordentliche schwebende Geschäfte werden grundsätzlich zum Nominalwert ausgewiesen.

## **Erläuterungen zur konsolidierten Jahresrechnung 2008 (Allgemeines)**

### **Swiss GAAP FER 2007**

Das Rahmenkonzept der Swiss GAAP FER wurde per 1. Januar 2006 umgesetzt. Die Umsetzung der übrigen Fachempfehlungen erfolgte per 1. Januar 2007.

### **Veränderungen im Konsolidierungskreis**

Im Geschäftsjahr 2008 sind gegenüber dem Vorjahr im Coop Konsolidierungskreis folgende Veränderungen eingetreten:

Nach dem positiven Entscheid der Wettbewerbsbehörde konnte der Kauf der Distributis AG sowie der Distributis Moncor SA vollzogen werden. Die beiden Gesellschaften, welche die Carrefour-Verkaufsstellen betrieben, wurden zu 100 % übernommen und per 1. April 2008 voll konsolidiert.

Im Mai 2008 wurde unter der Bell Holding AG die Bell France SAS gegründet, welche die Firmen der Groupe Polette, Clermont-Ferrand als Beteiligung aufgenommen hat. Die Firmen Val de Lyon SAS, Le Saloir de Virieu SAS, Maison de Savoie SAS und Saloir de Mirabel Sàrl. wurden ebenfalls zu 100 % durch die Bell France SAS übernommen.

Unter dem neu gegründeten Subkonzern Bell Deutschland GmbH, hat die Bell Gruppe zu 100 % die Zimbo Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG mit Sitz in Bochum übernommen.

Die Bell Deutschland GmbH beteiligt sich per 29. Dezember 2008 zu 75 % an der Abraham Gruppe mit Sitz in Seevetal bei Hamburg. Die Beteiligung wird per Jahresende unter den Finanzanlagen bilanziert und 2009 reklassifiziert.

Die Beteiligung an der Bell Holding AG wurde im Laufe des Jahres 2008 um 5,75 % auf 66,29 % erhöht.

Kauf von 100 % der Hobby AG, Heimberg, per 1. Juni 2008.

Kauf der Karussell Apotheke und Drogerie AG per 1. Juli 2008 zusammen mit Galenicare AG. Die Gesellschaft wurde anschliessend in die Coop Vitality AG fusioniert.

Seit Mitte März 2008 treten die beiden Internet-Shops microspot.ch und netto24.ch, welche bereits zur Coop-Gruppe gehören, gemeinsam auf. Die Firma netto24 AG wurde zur Eschenmoser AG umfirmiert und der Sitz der Firma von Baar nach Basel verlegt.

Die Firma Alcoba Distribution SA (50 % Anteil Coop) wurde per 10. Dezember 2008 verkauft.

Kauf der Palink UAB (IKI-Gruppe) in Litauen mit den Partnern der Coopernic. Einbezug in die Gruppenrechnung per 1. März 2008 mit einem Anteil von 20 %.

Im Geschäftsjahr 2007 sind gegenüber dem Vorjahr im Coop Konsolidierungskreis folgende Veränderungen eingetreten:

Fusion per 1. Januar 2007 der AX4 Holding AG und der Epa AG mit der Coop. Zum gleichen Datum wurde die CI Tessin AG mit der Coop Immobilien AG fusioniert.

Verkauf der Gesellschaften Complexe de Chêne-Bourg A SA, Complexe de Chêne-Bourg C SA und Complexe de Chêne-Bourg D SA am 30. November 2007.

Kauf der Dipl. Ing. Fust AG per Entscheid der Wettbewerbskommission auf den 1. Dezember 2007. Darin integriert ist die Mehrheitsbeteiligung der Service 7000 AG. Auf den gleichen Zeitpunkt erfolgte der Kauf der netto24 AG.

Kauf von 40 % der Tropenhaus Frutigen AG per 1. Januar 2007 wie auch Kauf von 40 % der Tropenhaus Wolhusen AG per 24. Juli 2007.



### **Abschreibungen auf immateriellen Werten**

Auf Grund der jährlichen Werthaltigkeitsprüfung wurden Abschreibungen im Betrag von 63 Mio. CHF auf Goodwillpositionen vorgenommen. Infolge der Übernahme der Verkaufsstellen von Carrefour wurde festgestellt, dass die erwarteten Erträge noch nicht erreicht werden. Für diese Verkaufsstellen wurde eine ausserplanmässige Abschreibung vorgenommen.

Im Jahr 2007 wurden alle Abschreibungen auf Immateriellen Werten im ordentlichen Ergebnis verbucht. Unter Berücksichtigung einer höheren Risikoeinschätzung des Marktumfeldes in Frankreich wurden ausserplanmässige Abschreibungen von assoziierten Organisationen in der Position Abschreibungen auf immateriellen Anlagen im Betrag von 53 Mio. CHF vorgenommen.

### **Vorsorgeverpflichtung**

Die Entwicklung an den Finanzmärkten hat auch bei der CPV / CAP finanzielle Auswirkungen. Der VR CPV / CAP hat an der Sitzung vom 1. Dezember 2008 beschlossen, keine Massnahmen zur Sanierung der Pensionskasse mit Sanierungsverpflichtungen für den Arbeitgeber auszulösen. Die Unterdeckung beträgt per 31. Dezember 2008 615 Mio. CHF. Dies entspricht einem Deckungsgrad von 90,3 %.

Für 2007 bestanden in Bezug auf Swiss GAAP FER in den Personalvorsorgeeinrichtungen der in der Coop-Gruppe zusammengefassten Gesellschaften keine Über- oder Unterdeckungen, welche zu einer Verbuchung in der Jahresrechnung der Coop-Gruppe führten. Es bestanden keine Verwendungsverzichte und Wertbeeinträchtigungen bei der Arbeitgeberbeitragsreserve (AGBR). Für die Finanzierung der Senkung des Rentenumwandlungssatzes im Alter 65 von 6,9 % auf 6,4 % wurden 84 Mio. CHF verwendet. Die Verbuchung erfolgte im ausserordentlichen Aufwand (weitere Angaben zur Jahresrechnung).

Die Coop-Gruppe trägt die anteiligen Kosten der beruflichen Vorsorge sämtlicher Mitarbeitenden sowie derer Hinterbliebenen aufgrund von Reglementen, die Leistungen vorsehen, die das BVG-Obligatorium deutlich übersteigen. Die Beiträge sind im Personalaufwand in der Position «Sozialleistungen» enthalten (weitere Angaben zur Jahresrechnung).

### **Ausserbilanzgeschäfte**

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

Coop erwarb per 1. Januar 2002 einen Anteil von 50 % der Aktien der Betty Bossi Verlag AG. Zwischen dem 1. Januar 2002 und dem 31. Dezember 2011 besitzt Ringier AG, Zofingen, ein Andienungs-

recht (Put Option) für die verbleibenden 50 % der Aktien zu einem festgelegten Preis.

Für die Dipl. Ing. Fust AG besteht eine Kaufoption von 2013 bis 2023 für 49,94 % der Service 7000 AG zu einem Preis, der sich nach der künftigen Ertragslage richtet (weitere Angaben zur Jahresrechnung).

### **Spezielle Erläuterungen**

#### **Anpassung der Vorjahreszahlen**

Coop hat den Ausweis nachstehender Positionen in der konsolidierten Jahresrechnung 2008 geändert. Die folgenden Posten wurden im Vorjahr entsprechend umgegliedert.

Provisionen an Dritte in Höhe von 22 Mio. CHF, welche in den Vorjahren als Personalkosten verbucht wurden, sind als diverse Aufwendungen umgegliedert.

Forderungen aus Gerätemietverträgen der Dipl. Ing. Fust AG in Höhe von 11 Mio. CHF im Vorjahr wurden zulasten des Goodwills angepasst.

Ausserplanmässige Abschreibungen in Höhe von 72 Mio. CHF wurden in die betrieblichen Abschreibungen Immobilien umgegliedert. Damit sinkt die im Jahr 2007 ausgewiesene EBIT-Marge von 4,1 % auf 3,6 %.

Lieferantenbonifikationen in Höhe von 82 Mio. CHF wurden von den anderen betrieblichen Erträgen in die Warenkosten umgegliedert.

#### **Diverse Aufwendungen**

In der Position «Diverse Aufwendungen» sind mehrheitlich Transportkosten enthalten. Weiter sind ungedeckte Schäden / Debitorenverluste, ausserplanmässige Schliessungskosten, Reise- und Repräsentationsspesen wie auch diverse Betriebskosten enthalten.

#### **Ergebnisse von assoziierten Organisationen nach der Equity-Methode bewertet**

Das anteilige Ergebnis der assoziierten Organisationen beträgt 7 Mio. CHF (Vorjahr –16 Mio. CHF). Zudem wurde bei einer Beteiligung das anteilige Ergebnis in den immateriellen Anlagen erfasst, da der entsprechende Beteiligungswert bereits vollständig abgeschrieben ist.

#### **Wertbeeinträchtigung**

Aufgrund einer neuen Schätzung wurde ein langfristiger Mietvertrag neu beurteilt und eine entsprechende Abgrenzung erfolgswirksam in der Höhe von 20 Mio. CHF erfasst.

Bedingt durch eine verfeinerte Berechnung der Ertragswertmethode, wurden im Vorjahr die Immobilienbestände pro Objekt im Betrag von 72 Mio. CHF einzelwertberichtigt.

#### **Steuern**

Latente Steuern in Höhe von CHF 17 Mio. für steuerliche Verlustvorträge wurden aktiviert. Steuerliche Verlustvorträge in Höhe von 38 Mio. CHF (Vorjahr 34 Mio. CHF) sind nicht aktiviert (Erläuterung 16).

#### **Goodwill**

Der bezahlte Goodwill bei der Erhöhung der Beteiligung von 5,75 % an der Bell Holding AG wurde direkt mit dem Eigenkapital verrechnet.

Der Anteil von assoziierten Organisationen am Goodwill beträgt 118 Mio. CHF (Vorjahr 65 Mio. CHF). Die Zunahme ist vor allem mit dem Erwerb von Palink UAB begründet.

#### **Angaben zur Risikobeurteilung**

Die Coop-Gruppe verfügt über ein standardisiertes Risikomanagement. Im 3-Jahres-Rhythmus wird die Risikosituation der Coop-Gruppe neu beurteilt. Bei der letzten grundlegenden Neubeurteilung im Jahr 2006 wurden von der Geschäftsleitung Coop in Anwesenheit des Verwaltungsratspräsidenten die Top Risiken und Top Risikoszenarien identifiziert, analysiert, bewertet und entsprechende Massnahmen festgelegt. Die Ergebnisse dieser Risikobeurteilung und die Massnahmen wurden an der Sitzung des Verwaltungsrates vom 26. September 2006 verabschiedet. Die aus dieser Risikobeurteilung resultierenden Massnahmen unterliegen einem Controllingprozess. Jährlich befasst sich die Geschäftsleitung mit dem Stand der Umsetzung der Massnahmen, verbunden mit einer Beurteilung der aktuellen Risikosituation. Der Verwaltungsrat wird anschliessend darüber informiert.

Im Rahmen der institutionalisierten jährlichen Bewertungen der Qualität des Internen Kontrollsystems auf Ebene Geschäftsprozesse erfolgt eine Beurteilung der operationellen Risiken sowie der Risiken im Zusammenhang mit der finanziellen Berichterstattung und der Compliance. Einige Tochtergesellschaften und assoziierte Gesellschaften von Coop implementierten ihr eigenes Internes Kontrollsystem.

#### **Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

Der Verwaltungsrat hat am 11. Februar 2009 die konsolidierte Rechnung genehmigt. Sie unterliegt der Abnahme durch die Delegiertenversammlung am 23. April 2009 (Swiss GAAP FER RK/28).

Coop und die Rewe-Gruppe erweitern ihre Zusammenarbeit im Bereich des Gastronomie-Grosshandels und haben die Gründung eines gemeinsamen Joint Venture unter dem Namen transGourmet Holding S.E. mit Sitz in Neu-Isenburg, Deutschland, vereinbart, an welchem sie zu je 50 % beteiligt sein werden. Die in diesem Joint Venture eingebettete transGourmet Management AG wird ihren Sitz in Dietikon, Schweiz, haben. Es ist vorgesehen, die beiden Unternehmen FEGRO/SELGROS sowie Rewe GVS/Stöver wie auch die bestehende transGourmet Schweiz Gruppe in das Gemeinschaftsunternehmen einzubringen. Die schweizerische und europäische Wettbewerbsbehörde haben diesem Joint Venture zugestimmt. Das Closing fand am 8. Januar 2009 statt.

Die Coop wird sich an der Parking Pré Bournoud SA Mitte Januar 2009 zu 100 % beteiligen.

Als Hauptpartner des Tropenhauses Wolhusen AG wurde eine Zusicherung über eine Beteiligung an der Aktienkapitalerhöhung beschlossen. Die Zeichnungsfrist wurde auf Anfang 2009 festgelegt.

## Erläuterungen zur konsolidierten Erfolgsrechnung

	Mio. CHF	Mio. CHF
	2008	2007
Nettoerlös Food	10 642	9 591
Nettoerlös Non Food	7 629	6 221
<b>1 Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen nach Sparten</b>	<b>18 271</b>	<b>15 812</b>
Region Suisse Romande	3 837	3 279
Region Bern	2 529	2 146
Region Nordwestschweiz	3 187	2 916
Region Zentralschweiz-Zürich	4 013	3 436
Region Ostschweiz-Ticino	3 293	2 880
Hauptsitz / Produktion	1 413	1 155
<b>1 Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>18 271</b>	<b>15 812</b>
Andere betriebliche Erträge	534	502
Betriebliche Mietzinserträge	149	149
Aktivierete Eigenleistungen	1	1
Bestandesveränderungen Halb- und Fertigfabrikate	-0	4
<b>2 Andere betriebliche Erträge</b>	<b>684</b>	<b>656</b>
Löhne / Gehälter	-2 391	-2 132
Sozialleistungen	-518	-451
Sozialleistungssatz in %	21.7	21.1
Übriger Personalaufwand	-108	-94
<b>3 Personalaufwand</b>	<b>-3 017</b>	<b>-2 676</b>
Mieten	-560	-488
Büro- und Verwaltungsaufwand	-162	-140
Abgaben und Sachversicherungen	-67	-61
Betriebliche Steuern	-16	-13
Unterhalt und Ersatz	-235	-223
Energieaufwand und Betriebsmaterial	-291	-254
Diverse Aufwendungen	-402	-363
<b>4 Übriger Betriebsaufwand</b>	<b>-1 734</b>	<b>-1 542</b>
Goodwill	-215	-109
Übrige immaterielle Werte	-48	-29
<b>Abschreibungen auf immateriellen Werten</b>	<b>-263</b>	<b>-138</b>
Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen	-288	-269
Immobilien	-352	-403
<b>Abschreibungen auf Sachanlagen</b>	<b>-641</b>	<b>-672</b>
Finanzanlagen	-0	-0
<b>5 Abschreibungen</b>	<b>-904</b>	<b>-810</b>

	Mio. CHF	Mio. CHF
	2008	2007
Kursgewinne und Dividenden	11	58
Kursverluste auf Wertschriften	-46	-16
<b>Ergebnis aus Kursbewertungen</b>	<b>-35</b>	<b>42</b>
Währungsgewinne	97	55
Währungsverluste	-91	-50
<b>Ergebnis aus Währungsbuchungen</b>	<b>6</b>	<b>5</b>
Übriger Zinsertrag	26	22
Zinsaufwand und übrige Finanzkosten	-126	-92
<b>Ergebnis aus Zinsengeschäft</b>	<b>-100</b>	<b>-70</b>
<b>6 Finanzergebnis</b>	<b>-129</b>	<b>-23</b>
Kursgewinne und Dividenden	11	58
Währungsgewinne	97	55
Übriger Zinsertrag	26	22
<b>Finanzertrag</b>	<b>135</b>	<b>136</b>
Kursverluste auf Wertschriften	-46	-16
Währungsverluste	-91	-50
Zinsaufwand und übrige Finanzkosten	-126	-92
<b>Finanzaufwand</b>	<b>-263</b>	<b>-159</b>
<b>6 Finanzergebnis</b>	<b>-129</b>	<b>-23</b>
Mietertrag	5	8
Veräusserungsgewinn auf Anlagevermögen	46	35
Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen		
Auflösung Restrukturierungs- und Integrationsrückstellungen		
Übrige nicht betriebliche Erträge	16	2
<b>Nicht betrieblicher Ertrag</b>	<b>68</b>	<b>44</b>
Bildung Restrukturierungs- und Integrationsrückstellungen		
Bildung von Rückstellungen	-0	
Nicht betrieblicher Aufwand	-31	-12
Übriger nicht betrieblicher Liegenschaftsaufwand	-6	-10
<b>Nicht betrieblicher Aufwand</b>	<b>-37</b>	<b>-22</b>
<b>7 Betriebsfremdes Ergebnis</b>	<b>31</b>	<b>22</b>
Ausserordentlicher Ertrag	5	
Ausserordentlicher Aufwand	-2	-86
<b>8 Ausserordentliches Ergebnis</b>	<b>4</b>	<b>-86</b>
Ertragssteuern	-95	-54
Latente Ertragssteuern	-37	-20
<b>9 Steuern</b>	<b>-132</b>	<b>-74</b>

## Erläuterungen zur konsolidierten Bilanz

	Mio. CHF 2008	Mio. CHF 2007
Flüssige Mittel	430	241
Reka-Checks	21	21
Festgelder	125	53
<b>10 Flüssige Mittel</b>	<b>576</b>	<b>315</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	494	424
Abzüglich 1 % Wertbeeinträchtigung	-5	-4
Forderungen gegenüber assoziierten Organisationen	13	14
<b>11 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>501</b>	<b>434</b>
Übrige Forderungen	114	92
Anzahlungen an Lieferanten	15	19
Übrige Forderungen gegenüber assoziierten Organisationen	6	26
<b>12 Sonstige kurzfristige Forderungen</b>	<b>134</b>	<b>137</b>
Aktive Rechnungsabgrenzung	199	216
Aktive Rechnungsabgrenzung gegenüber assoziierten Organisationen	19	9
<b>13 Aktive Rechnungsabgrenzungen</b>	<b>219</b>	<b>224</b>
Handelswaren	1 689	1 650
Fertigfabrikate (Produktion)	98	74
Halbfabrikate, Produkte in Arbeit	34	33
Rohmaterial	98	86
Hilfs- und Verpackungsmaterial	27	17
Anzahlungen an Lieferanten	13	17
Wertberichtigung Vorräte	-95	-89
<b>14 Vorräte</b>	<b>1 865</b>	<b>1 788</b>

	Goodwill	Patente / Lizenzen	Marken	Software	Übr. immat. Werte	Mio. CHF 2008	Mio. CHF 2007
<b>Nettobuchwert am 1.1.</b>	<b>537</b>	<b>0</b>	<b>419</b>	<b>48</b>	<b>13</b>	<b>1 017</b>	<b>378</b>
Anschaffungswert am 1.1.	870	2	483	132	71	1 559	797
Veränderungen im Konsolidierungskreis	0	0	13	7	1	21	1
Investitionen	495	0		20	5	520	775
Devestitionen				-14	-0	-14	-17
Währungseinfluss	-9	-0	-1	-0		-9	0
Reklassifikationen	0			-1	-1	-2	2
<b>Anschaffungswert am 31.12.</b>	<b>1 358</b>	<b>2</b>	<b>495</b>	<b>144</b>	<b>76</b>	<b>2 075</b>	<b>1 559</b>
Kumulierte Abschreibungen am 1.1.	-334	-2	-64	-84	-58	-542	-419
Veränderungen im Konsolidierungskreis		-0		-5	-0	-6	-0
Planmässige Abschreibungen	-152	-0	-24	-22	-2	-200	-86
Ausserplanmässige Abschreibungen	-63					-63	-53
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen				14	0	14	17
Währungseinfluss	0	0	0	0	0	0	-0
Reklassifikationen				-0	0		-1
<b>Kumulierte Abschreibungen am 31.12.</b>	<b>-548</b>	<b>-2</b>	<b>-89</b>	<b>-97</b>	<b>-60</b>	<b>-796</b>	<b>-542</b>
<b>15 Immaterielle Werte am 31.12.</b>	<b>809</b>	<b>0</b>	<b>407</b>	<b>47</b>	<b>16</b>	<b>1 279</b>	<b>1 017</b>

	Arbeitgeber- beitrags- reserve	Finanz- anlagen bei Banken	Übrige Finanz- anlagen	Aktive latente Steuern	Assoziierte Organi- sationen	Mio. CHF 2008	Mio. CHF 2007
Nettobuchwert am 1.1.	20	0	326		38	384	455
Veränderungen im Konsolidierungskreis			0	2		2	7
Zugang	0	0	88	15	121	224	56
Abgang	-4		-6			-10	-114
Wertberichtigungen			-0		2	2	-20
Währungseinfluss		-0	-18	-0	0	-18	
Reklassifikationen							
<b>16 Finanzanlagen am 31.12.</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>389</b>	<b>17</b>	<b>162</b>	<b>584</b>	<b>384</b>

Darlehen an assoziierte Organisationen						288	223
Grundpfandforderungen Dritte						1	2
Darlehen an Dritte						34	35
Übrige Finanzanlagen Dritte						66	66
<b>Übrige Finanzanlagen</b>						<b>389</b>	<b>326</b>

	Mobilien/ Werkzeuge	Fahrzeuge	Informatik	Maschinen/ Masch. Anl.	Mio. CHF 2008	Mio. CHF 2007
<b>Nettobuchwert am 1.1.</b>	<b>797</b>	<b>67</b>	<b>103</b>	<b>325</b>	<b>1 293</b>	<b>1 245</b>
Anschaffungswert am 1.1.	1 626	163	316	837	2 941	2 792
Veränderungen im Konsolidierungskreis	29	4	20	96	149	87
Investitionen	161	28	47	67	303	253
Devestitionen	-146	-19	-34	-35	-234	-199
Währungseinfluss	-2	-0	-0	-8	-10	0
Reklassifikationen	2	1	7	-14	-5	8
<b>Anschaffungswert am 31.12.</b>	<b>1 669</b>	<b>177</b>	<b>355</b>	<b>943</b>	<b>3 144</b>	<b>2 941</b>
Kumulierte Abschreibungen am 1.1.	-828	-97	-212	-512	-1 649	-1 548
Veränderungen im Konsolidierungskreis	-22	-3	-17	-75	-119	-45
Planmässige Abschreibungen	-167	-19	-46	-56	-288	-269
Ausserplanmässige Abschreibungen						
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	145	18	34	36	232	196
Währungseinfluss	2	0	0	6	8	-0
Reklassifikationen	1	-0	0	0	1	17
<b>Kumulierte Abschreibungen am 31.12.</b>	<b>-870</b>	<b>-101</b>	<b>-242</b>	<b>-601</b>	<b>-1 814</b>	<b>-1 649</b>
<b>17 Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen am 31.12.</b>	<b>799</b>	<b>76</b>	<b>113</b>	<b>342</b>	<b>1 330</b>	<b>1 293</b>

	Unbebaute Grundstücke	Installat- tionen	Grundstücke und Bauten	Nicht betriebl. Grundstücke und Bauten	Mio. CHF 2008	Mio. CHF 2007
<b>Nettobuchwert am 1.1.</b>	<b>39</b>	<b>955</b>	<b>4 995</b>	<b>155</b>	<b>6 143</b>	<b>6 400</b>
Anschaffungswert am 1.1.	42	1 736	7 476	292	9 546	9 458
Veränderungen im Konsolidierungskreis	0	46	468		514	-4
Investitionen	5	108	263	3	378	303
Devestitionen	-0	-78	-147	-141	-365	-216
Währungseinfluss	-0	-2	-13	-0	-15	1
Reklassifikationen		21	-17	2	6	5
<b>Anschaffungswert am 31.12.</b>	<b>47</b>	<b>1 831</b>	<b>8 031</b>	<b>155</b>	<b>10 064</b>	<b>9 546</b>
Kumulierte Abschreibungen am 1.1.	-4	-781	-2 482	-137	-3 403	-3 058
Veränderungen im Konsolidierungskreis	0	-23	-162		-185	-5
Planmässige Abschreibungen		-118	-215	-4	-337	-322
Ausserplanmässige Abschreibungen			-18		-18	-87
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen		73	95	68	235	101
Währungseinfluss	0	1	4	0	5	-0
Reklassifikationen		0	0	-1	-1	-31
<b>Kumulierte Abschreibungen am 31.12.</b>	<b>-4</b>	<b>-848</b>	<b>-2 778</b>	<b>-74</b>	<b>-3 704</b>	<b>-3 403</b>
<b>18 Immobilien am 31.12.</b>	<b>44</b>	<b>984</b>	<b>5 253</b>	<b>81</b>	<b>6 361</b>	<b>6 143</b>

<b>Bauten in Arbeit (in Position «Grundstücke und Bauten» enthalten)</b>	Mio. CHF 2008	Mio. CHF 2007
<b>Nettobuchwert am 1.1.</b>	<b>29</b>	<b>61</b>
Anschaffungswert am 1.1.	29	61
Veränderungen im Konsolidierungskreis	9	
Investitionen	50	24
Devestitionen		-3
Währungseinfluss	-0	0
Aktivierungen	-20	-53
Reklassifikationen		
<b>Anschaffungswert am 31.12.</b>	<b>67</b>	<b>29</b>
Kumulierte Abschreibungen am 1.1.		
Veränderungen im Konsolidierungskreis		
Planmässige Abschreibungen		
Ausserplanmässige Abschreibungen		
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen		
Reklassifikationen		
<b>Kumulierte Abschreibungen am 31.12.</b>		
<b>Bauten in Arbeit am 31.12.</b>	<b>67</b>	<b>29</b>
<b>Buchwert der zur Sicherung eigener Verpflichtungen verpfändeten Aktiven</b>	<b>132</b>	<b>259</b>
<b>Sichergestellte Verbindlichkeiten</b>	<b>16</b>	<b>31</b>

	Mio. CHF	Mio. CHF
	2008	2007
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1 078	975
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Organisationen	18	13
<b>19 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>1 096</b>	<b>988</b>

Bankkontokorrente	17	14
Bankdarlehen	381	489
Übrige kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	647	295
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Organisationen		1
Kurzfristiger Anteil langfristiger Finanzverbindlichkeiten	961	647
<b>20 Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>2 006</b>	<b>1 445</b>

Gutscheine im Umlauf	11	13
Kundenanzahlungen	169	158
Übrige Steuern	193	170
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	28	21
<b>21 Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten zinsfrei</b>	<b>401</b>	<b>361</b>

	Personal- vorsorge	Restruktu- rierungen	Supercard	Übrige Rückst.	Mio. CHF	Mio. CHF
					2008	2007
Kurzfristige Rückstellungen am 1.1.	26	3	85	36	149	100
Veränderungen im Konsolidierungskreis	6			22	28	
Bildung von Rückstellungen	24		73	24	120	139
Verwendung von Rückstellungen	-26	-2	-73	-21	-122	-96
Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen		-1		-4	-5	-4
Reklassifikationen	3		-12	1	-8	10
Währungseinfluss	-0			-1	-2	
<b>22 Kurzfristige Rückstellungen am 31.12.</b>	<b>32</b>	<b>0</b>	<b>73</b>	<b>55</b>	<b>160</b>	<b>149</b>

	Mio. CHF	Mio. CHF
	2008	2007
Passive Rechnungsabgrenzungen	546	502
Passive Rechnungsabgrenzungen gegenüber assoziierten Organisationen	4	4
<b>23 Passive Rechnungsabgrenzungen</b>	<b>550</b>	<b>505</b>



			Mio. CHF	Mio. CHF
			2008	2007
<b>Depositen und Anlagehefte</b>			<b>755</b>	<b>788</b>
<b>Kassenobligationen</b>			<b>517</b>	<b>365</b>
Coop	1999–2009	4 %	250	
Coop	2004–2011	2¾ %	250	
Coop	2005–2012	2½ %	250	
Coop	2007–2010	3⅛ %	175	
Coop	2008–2013	3½ %	150	
<b>Anleihen</b>			<b>1 075</b>	<b>1 250</b>
<b>Bankdarlehen</b>			<b>397</b>	<b>132</b>
<b>Hypotheken</b>			<b>13</b>	<b>42</b>
<b>Übrige Darlehen</b>			<b>169</b>	<b>159</b>
<b>Verbindlichkeiten gegenüber Personalvorsorge</b>			<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Kurzfristiger Anteil langfristiger Finanzverbindlichkeiten</b>			<b>–961</b>	<b>–647</b>
<b>24 Langfristige Finanzverbindlichkeiten</b>			<b>1 966</b>	<b>2 089</b>

	Personal-	Restruktu-	Latente	Super-	Übrige	Mio. CHF	Mio. CHF
	vorsorge	rierungen	Steuern	card	Rückst.	2008	2007
<b>Langfristige Rückstellungen am 1.1.</b>	<b>61</b>		<b>642</b>	<b>148</b>	<b>97</b>	<b>948</b>	<b>929</b>
<b>Veränderungen im Konsolidierungskreis</b>	<b>–0</b>		<b>17</b>		<b>6</b>	<b>22</b>	<b>23</b>
<b>Bildung von Rückstellungen</b>	<b>12</b>		<b>64</b>	<b>84</b>	<b>38</b>	<b>199</b>	<b>121</b>
<b>Verwendung von Rückstellungen</b>	<b>–0</b>			<b>–74</b>	<b>–12</b>	<b>–87</b>	<b>–111</b>
<b>Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen</b>			<b>–9</b>		<b>–2</b>	<b>–12</b>	<b>–4</b>
<b>Reklassifikationen</b>	<b>–2</b>			<b>12</b>	<b>–2</b>	<b>8</b>	<b>–10</b>
<b>Währungseinfluss</b>	<b>–0</b>		<b>–0</b>		<b>–1</b>	<b>–1</b>	<b>0</b>
<b>25 Langfristige Rückstellungen am 31.12.</b>	<b>71</b>		<b>714</b>	<b>170</b>	<b>124</b>	<b>1 078</b>	<b>948</b>

	Mio. CHF	Mio. CHF
	2008	2007
<b>Personal</b>	<b>6</b>	<b>5</b>
<b>Mehrwertsteuer</b>	<b>45</b>	<b>53</b>
<b>Verkaufsstellen</b>	<b>39</b>	<b>34</b>
<b>Rechtsfälle</b>	<b>7</b>	<b>5</b>
<b>Diverses</b>	<b>82</b>	<b>35</b>
<b>Übrige Rückstellungen (kurz- und langfristig)</b>	<b>179</b>	<b>132</b>
<b>Übrige Rückstellungen kurzfristig</b>	<b>55</b>	<b>36</b>
<b>Übrige Rückstellungen langfristig</b>	<b>124</b>	<b>97</b>
<b>Übrige Rückstellungen (kurz- und langfristig)</b>	<b>179</b>	<b>132</b>
<b>Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>2 006</b>	<b>1 445</b>
<b>Langfristige Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>1 966</b>	<b>2 089</b>
<b>Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>3 971</b>	<b>3 534</b>
<b>Zinsfreies Fremdkapital</b>	<b>3 286</b>	<b>2 951</b>
<b>26 Fremdkapital</b>	<b>7 257</b>	<b>6 485</b>
<b>Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>3 971</b>	<b>3 534</b>
<b>Flüssige Mittel</b>	<b>–576</b>	<b>–315</b>
<b>Nettofinanzschuld</b>	<b>3 395</b>	<b>3 219</b>

## Erläuterungen zur konsolidierten Geldflussrechnung

	Mio. CHF 2008		Mio. CHF 2007	
Investitionen Immaterielle Anlagen	-24		-24	
Investitionen Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen	-299		-253	
Investitionen Immobilien	-382		-302	
Eigenleistungen	-1	-707	-1	-579
Devestitionen Immaterielle Anlagen				
Devestitionen Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen	3		3	
Devestitionen Immobilien	175	178	149	152
Reklassifikationen Immaterielle Anlagen	-2			
Reklassifikationen Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen	-3			
Reklassifikationen Immobilien	5	-0		
<b>Nettoinvestitionen Sachanlagevermögen</b>		<b>-529</b>		<b>-427</b>
Investitionen Beteiligungen	-833		-973	
Investitionen Finanzanlagen / Wertschriften	-200	-1 033	-86	-1 059
Devestitionen Beteiligungen	7		14	
Devestitionen Finanzanlagen / Wertschriften	79		121	
Reklassifikation Finanzanlagen / Wertschriften		86		135
<b>27 Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>		<b>-1 476</b>		<b>-1 351</b>
Investitionen Immaterielle Anlagen	-24		-24	
Investitionen Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen	-299		-253	
Investitionen Immobilien	-382		-302	
Investitionen Beteiligungen	-833		-973	
Investitionen Finanzanlagen / Wertschriften	-200		-86	
Eigenleistungen	-1	-1 740	-1	-1 638
Devestitionen Immaterielle Anlagen				
Devestitionen Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen	3		3	
Devestitionen Immobilien	175		149	
Devestitionen Beteiligungen	7		14	
Devestitionen Finanzanlagen / Wertschriften	79	264	121	288
Reklassifikationen Immaterielle Anlagen	-2			
Reklassifikationen Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen	-3			
Reklassifikationen Immobilien	5			
Reklassifikation Finanzanlagen / Wertschriften		-0		
<b>27 Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>		<b>-1 476</b>		<b>-1 351</b>
<b>Weitere notwendige Zusatzangaben gemäss Swiss GAAP FER 4/7</b>				
Ausgaben für Zinsen			108	84
Einnahmen für Zinsen			74	37
Einnahmen für Beteiligungserträge			88	10
Ausgaben für Ertragssteuern			64	34

## Weitere Angaben zur konsolidierten Jahresrechnung

<b>Vorsorgeverpflichtungen (in Mio. CHF)</b>	Nominalwert	Bestand	Bestand	Veränderungen im Aufwand	
Arbeitgeberbeitragsreserve (AGBR)		31.12.2008	31.12.2007	2008	2007
Patronale Fonds / Patronale Vorsorgeeinrichtungen	2	2	4	2	10
Vorsorgeeinrichtungen	13	13	10	2	73
<b>AGBR</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>83</b>
<b>Über- / Unterdeckung</b>	Über-/Unterdeckung	Anteil Coop	Anteil Coop		
Patronale Fonds / Patronale Vorsorgeeinrichtungen		6	9	0	10
Vorsorgeeinrichtungen ohne Über- / Unterdeckung					182
Vorsorgeeinrichtungen mit Unterdeckung	-615			218	
Vorsorgeeinrichtungen mit Überdeckung			3		2
<b>Wirtschaftlicher Nutzen / Wirtschaftliche Verpflichtung und Vorsorgeaufwand</b>	<b>-615</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>218</b>	<b>194</b>
				Mio. CHF	Mio. CHF
				2008	2007
<b>Beiträge an Personalvorsorgeeinrichtungen</b>					
Reglementarische Arbeitnehmerbeiträge				101	85
Reglementarische Arbeitgeberbeiträge				218	184
Verbindlichkeiten gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen				0	0
davon grundpfandgesichert					0
<b>Bürgschaften</b>					
Bankgarantien zugunsten Dritter				38	42
<b>Brandversicherungswerte</b>					
Sachanlagen				12 581	11 788
<b>Verpflichtungen aus langfristigen Miet- und Baurechtsverträgen nach Fristigkeiten</b>					
2008					438
2009				492	429
2010				486	406
2011				454	315
2012–2014				1 163	931
> 2014				2 763	1 722
<b>Fremdwährungsumrechnung</b>				2008	2007
Für die Umrechnung der Abschlüsse von fremder Währung in CHF wurden folgende Wechselkurse verwendet:					
<b>Abschlusskurse für die Bilanz</b>					
EUR 1				1.490	1.655
HKD 1				0.138	0.145
USD 1				1.070	1.125
GBP 1				1.560	2.260
JPY 100				1.175	1.010
<b>Abschlussdurchschnittskurse für die Erfolgsrechnung</b>					
EUR 1				1.579	1.646
HKD 1				0.138	0.153
USD 1				1.077	1.194
GBP 1				1.978	2.398
JPY 100				1.052	1.016

Ausserbilanzgeschäfte	Zweck	Kontraktwerte		Aktive Werte		Passive Werte	
		Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
		2008	2007	2008	2007	2008	2007
<b>Offene Derivate</b>							
Devisen	Absicherung	1 520	150	8		-8	1
Zinssätze	Absicherung / Handel	150		15	0		
Eigenkapitalinstrumente	Andere Zwecke	145	109				
Übrige Basiswerte	Absicherung	400	665	3	2	-2	1

<b>Transaktionen mit nahestehenden Personen (in der Erfolgsrechnung enthalten)</b>	Mio. CHF	Mio. CHF
<b>Unternehmen nach der Equity-Methode bewertet</b>	2008	2007
Nettoerlöse	204	189
Betriebliche Mietzinserträge	3	4
Andere betriebliche Erträge	30	23
Zinserträge	17	11
Warenaufwand	193	126
Büro- und Verwaltungsaufwand	1	5
Gebühren		11
Mietaufwand		
Werbeaufwand	2	3
Diverse Aufwendungen	16	1

#### **Wichtigste Bestandteile von gekauften Organisationen**

##### **Coop**

Distributis AG		
Vorräte	68	
Sachanlagen	108	
Kurzfristiges Fremdkapital	55	
Langfristiges Fremdkapital	105	
Distributis Moncor SA		
Vorräte	18	
Sachanlagen	14	
Kurzfristiges Fremdkapital	30	
Palink UAB (IKI-Gruppe)		
Vorräte	63	
Sachanlagen	120	
Kurzfristiges Fremdkapital zinsfrei	137	
Dipl. Ing. Fust AG		
Vorräte		202
Sachanlagen		46
Kurzfristiges Fremdkapital zinsfrei		151
Hobby AG		
Flüssige Mittel	5	
Vorräte	4	
Sachanlagen	14	
Fremdkapital	6	

	Mio. CHF	Mio. CHF
	2008	2007
<b>Bell Holding AG</b>		
ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG		
Flüssige Mittel und Forderungen	46	
Vorräte	16	
Sachanlagen	116	
Finanzverbindlichkeiten	27	
SAS Salaison Polette & Cie		
Flüssige Mittel und Forderungen	15	
Vorräte	11	
Sachanlagen	31	
Finanzverbindlichkeiten	19	
<b>Wichtigste Bestandteile von verkauften Organisationen</b>		
Complexe de Chêne Bourg SA (A, C und D)		
Immobilien		-14
Alcoba Distribution SA		
Vorräte	-5	
Sachanlagen	-9	
Fremdkapital	-18	

## Coop Konsolidierungskreis

am 31.12.		Kapitalanteil der Gruppe %	Grundkapital 31.12.2008 Mio. CHF	Einbezug <sup>1</sup>
<b>Coop</b>	<b>Basel</b>			
<b>Bell Holding AG</b>	<b>Basel</b>	<b>66.29</b>	<b>2.0</b>	<b>V</b>
Bell AG	Basel	100.00	20.0	V
Bell Deutschland GmbH	DE-Bochum	100.00	€ 0.0	V
ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG	DE-Bochum	100.00	€ 28.1	V
Feine Kost Böttcher GmbH & Co. KG	DE-Bochum	100.00	€ 2.8	V
ZIMBO International GmbH	DE-Bochum	100.00	€ 1.8	V
ZIMBO Polska Sp. z o.o.	PL-Wolsztyn	100.00	PLN 0.5	V
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbal	99.50	HUF 200.0	V
Interfresh Food Retail Easteuropa GmbH	DE-Bochum	100.00	€ 0.1	V
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Reg	70.00	CZK 10.0	V
Árpád Hentesaru Kft.	HU-Perbal	90.00	HUF 192.5	V
Abraham GmbH	DE-Seevetal	75.00	€ 0.1	P
Abraham Schinken GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	100.00	€ 0.4	P
Gebr. Abraham GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	100.00	€ 1.8	P
Abraham Benelux S.A.	BE-Libramont-Chevigny	100.00	€ 0.3	P
Abraham Polska Sp. z o.o.	PL-Warschau	100.00	PLN 0.1	P
Sanchez Alcaraz S.L.	ES-Casarrubios	80.00	€ 0.6	P
Bell France SAS	FR-Kingersheim	100.00	€ 10.0	V
SAS Salaison Polette & Cie	F-Teilhède	100.00	€ 2.6	V
SARL Saloir de Mirabel	FR-Riom	100.00	€ 0.2	V
SAS Val de Lyon	FR-Saint-Symphorien-sur-Coise	100.00	€ 0.8	V
SAS Saloir de Virieu	FR-Virieu-Le-Grand	100.00	€ 1.2	V
SAS Maison de Savoie	FR-Aime	100.00	€ 1.6	V
Centravo AG	Zürich	29.80 <sup>2</sup>	2.4	E
Frigo St. Johann AG	Basel	100.00	2.0	V
Maurer Frères SA	FR-Kingersheim	50.00	€ 1.0	V
SBA Schlachtbetrieb Basel AG	Basel	48.00	0.3	E
Betty Bossi Verlag AG	Zürich	50.00	0.2	E
BG Rosengarten Solothurn AG	Solothurn	62.00	0.1	V
CAG Verwaltungs AG	Basel	100.00	1.0	V
Centre de formation «du Leman»	Jongny	100.00	0.0	V
Coop Bildungszentrum	MuttENZ	100.00	0.4	V
Coop Immobilien AG	Bern	100.00	855.4	V
Coop-ITS-Travel AG	Wollerau	50.00	0.5	E
Coop Mineraloel AG	Allschwil	51.00	10.0	V
Tanklager Rothenburg AG	Rothenburg	33.33	1.7	E
Coop Switzerland Far East Ltd.	HK-Hongkong	100.00	HKD 0.1	V
Coop Vitality AG	Bern	51.00	5.0	V
Coopernic SCRL	BE-Bruxelles	20.00	€ 0.8	E
Dipl. Ing. Fust AG	Oberbüren	100.00	10.0	V
Service 7000 AG	Netstal	50.10	1.6	V
Distributis AG	Dietlikon	100.00	7.5	V
Distributis Moncor SA	Villars-sur-Glâne	100.00	3.0	V
Eschenmoser AG	Basel	100.00	0.1	V
Eurogroup SA	BE-Bruxelles	50.00	€ 0.2	E
Eurogroup S.r.L.	IT-Scafati	25.00	€ 0.0	E
Eurogroup Far East Ltd.	HK-Hongkong	33.30	HKD 0.0	E
HiCoPain AG	Dagmersellen	40.00	20.0	E
Hobby AG	Heimberg	100.00	0.3	V
Palink UAB	LT-Vilnius	20.00	LT 12.4	E
Panflor AG	Zürich	100.00	0.1	V
PG Immobilien SA	Basel	100.00	2.5	V
Swisscare GmbH	DE-Konstanz	100.00	€ 0.0	V
tooMax-x Handelsgesellschaft m.b.H.	DE-Köln	25.00	€ 0.3	E

am 31.12.		Kapitalanteil der Gruppe %	Grundkapital 31.12.2008 Mio. CHF	Einbezug <sup>1</sup>
<b>transGourmet Schweiz AG</b>	<b>Basel</b>	<b>50.00</b>	<b>66.5</b>	<b>E</b>
Grossopanel AG	Stans	39.80	0.1	E
Valentin Pontresina AG	Pontresina	50.00	0.5	E
Howag Gastroservice Zermatt AG	Zermatt	35.00	0.1	E
growa.com ag	Basel	100.00	0.1	V
howeg.com ag	Basel	100.00	0.1	V
prodega.com ag	Basel	100.00	0.1	V
transGourmet.com ag	Basel	100.00	0.1	V
transGourmet France SAS (Gruppe)	FR-Orly	100.00	€ 252.5	V
<b>Tropenhaus Frutigen AG</b>	<b>Frutigen</b>	<b>40.00</b>	<b>5.0</b>	<b>E</b>
<b>Tropenhaus Wolhusen AG</b>	<b>Gettnau</b>	<b>40.00</b>	<b>3.3</b>	<b>E</b>
<b>TT Immobilien AG</b>	<b>Oberentfelden</b>	<b>100.00</b>	<b>10.0</b>	<b>V</b>
<b>Waro AG</b>	<b>Basel</b>	<b>100.00</b>	<b>0.1</b>	<b>V</b>

<sup>1</sup>V = Voll konsolidierte Gesellschaften

E = Gesellschaften nach der Equity-Methode konsolidiert

P = Im laufenden Jahr als Finanzanlage, Umklassifizierung und Konsolidierung im Folgejahr

<sup>2</sup>Anteil am Kapital der im Umlauf befindlichen Aktien

Bericht der Revisionsstelle  
an die Delegiertenversammlung der  
Coop Genossenschaft  
Basel

### **Bericht der Revisionsstelle zur Konzernrechnung**

Als Revisionsstelle haben wir die beiliegende Konzernrechnung der Coop-Gruppe, bestehend aus Erfolgsrechnung, Bilanz, Geldflussrechnung, Eigenkapitalnachweis und Anhang, gedruckt auf den Seiten 66 – 87, für das am 31. Dezember 2008 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

#### *Verantwortung des Verwaltungsrates*

Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Konzernrechnung in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und den gesetzlichen Vorschriften verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Konzernrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

#### *Verantwortung der Revisionsstelle*

Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Konzernrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Konzernrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Konzernrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Konzernrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Konzernrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Konzernrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.



*Prüfungsurteil*

Nach unserer Beurteilung vermittelt die Konzernrechnung für das am 31. Dezember 2008 abgeschlossene Geschäftsjahr ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz.

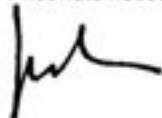
**Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften**

Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 906 OR in Verbindung mit Art. 728 OR) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbaren Sachverhalte vorliegen.

In Übereinstimmung mit Art. 906 OR in Verbindung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrates ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Konzernrechnung existiert.

Wir empfehlen, die vorliegende Konzernrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG



Dr. Rodolfo Gerber  
Revisionsexperte  
Leitender Revisor



Matthias Rist  
Revisionsexperte

Basel, 11. Februar 2009

## ADRESSEN

Am 1. April 2009

### Coop-Hauptsitz

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

**Direktion Marketing / Beschaffung**  
Jürg Peritz

**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**  
Rudolf Burger

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

**Direktion Logistik**  
Leo Ebnetter

Coop  
Direktion Logistik  
Industriestrasse 109  
Postfach  
9201 Gossau  
Tel. 071 388 44 11  
Fax 071 388 46 42

**Direktion Immobilien**  
Jean-Marc Chapuis

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

### 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 91 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 65

**Zentralschweiz-Zürich**  
Coop  
Region Zentralschweiz-Zürich  
Reservatstrasse 1  
Postfach  
8953 Dietikon  
Tel. 044 275 44 11  
Fax 044 275 40 13

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

Coop  
Regione Ticino  
Via Industria  
Casella postale 173  
6532 Castione  
Tel. 091 822 35 35  
Fax 091 822 35 36

### Tochtergesellschaften

**Coop Mineraloel AG**  
Hegenheimerweg 65  
Postfach  
4123 Allschwil 1  
Tel. 061 485 41 41  
Fax 061 482 03 66  
www.coop-mineraloel.ch

**Coop Vitality AG**  
Untermattweg 8  
Postfach  
3001 Bern  
Tel. 058 852 86 22  
Fax 058 852 86 30  
www.coopvitality.ch

**Dipl. Ing. Fust AG**  
Buchental 4  
Postfach  
9245 Oberbüren-Uzwil  
Tel. 071 955 50 50  
Fax 071 955 55 00  
www.fust.ch

**Bell AG**  
Elsässerstrasse 174  
Postfach  
4002 Basel  
Tel. 061 326 26 26  
Fax 061 322 10 84  
www.bell.ch

**Hobby AG**  
Blümlisalpstrasse 63  
3627 Heimberg  
Tel. 033 439 30 00  
Fax 033 439 30 03  
www.hobby-heimberg.ch

**transGourmet Holding S.E.**  
Thiersteinallee 12  
Postfach 2550  
4002 Basel  
Tel. 061 336 66 58  
Fax 061 336 66 69

**Coop-ITS-Travel AG**  
Industriestrasse 25  
8604 Volketswil  
Tel. 044 908 28 28  
Fax 044 908 28 30  
www.itscoop.ch

## Divisionen

### **Interdiscount**

Division der Coop  
Bernstrasse 90  
3303 Jegenstorf  
Tel. 031 764 44 44  
Fax 031 764 44 00  
[www.interdiscount.ch](http://www.interdiscount.ch)

### **Toptip**

Division der Coop  
Köllikerstrasse 80  
5036 Oberentfelden  
Tel. 062 737 11 11  
Fax 062 737 11 12  
[www.toptip.ch](http://www.toptip.ch)

### **Import Parfumerie**

Division der Coop  
Rudolf Diesel-Strasse 25  
8400 Winterthur  
Tel. 052 234 34 34  
Fax 052 234 34 35  
[www.impo.ch](http://www.impo.ch)

### **Christ Uhren & Schmuck**

Division der Coop  
Rudolf Diesel-Strasse 25  
8400 Winterthur  
Tel. 052 234 48 48  
Fax 052 234 48 49  
[www.christ-swiss.ch](http://www.christ-swiss.ch)

### **Swissmill**

Division der Coop  
Postfach  
8037 Zürich  
Tel. 044 447 25 25  
Fax 044 447 25 88  
[www.swissmill.ch](http://www.swissmill.ch)

### **Chocolats Halba**

Division der Coop  
Alte Winterthurerstrasse 1  
Postfach 467  
8304 Wallisellen  
Tel. 044 877 10 10  
Fax 044 877 19 99  
[www.halba.ch](http://www.halba.ch)

### **Nutrex**

Division der Coop  
Juraweg 5  
3292 Busswil  
Tel. 032 386 79 11  
Fax 032 386 79 19  
[www.nutrex.ch](http://www.nutrex.ch)

### **CWK / SCS**

Division der Coop  
St. Gallerstrasse 180  
Postfach 53  
8411 Winterthur  
Tel. 052 234 44 44  
Fax 052 234 43 43  
[www.cwk-scs.ch](http://www.cwk-scs.ch)

### **Pasta Gala**

Division de la Coop  
Rue Docteur Yersin 10  
Case postale  
1110 Morges 1  
Tel. 021 804 93 00  
Fax 021 804 93 01  
[www.pastagala.ch](http://www.pastagala.ch)

### **Reismühle Brunnen**

Division der Coop  
Industriestrasse 1  
Postfach 460  
6440 Brunnen  
Tel. 041 825 30 00  
Fax 041 825 30 09  
[www.reismuehle.ch](http://www.reismuehle.ch)

### **Sunray**

Division der Coop  
Gallenweg 8  
4133 Pratteln  
Tel. 061 825 44 44  
Fax 061 825 46 88  
[www.sunray.ch](http://www.sunray.ch)



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 Bericht liegt in deutscher, französischer, italienischer und englischer Sprache vor und ist auch auf der Internetseite [www.coop.ch](http://www.coop.ch) abrufbar. Massgebend ist die deutsche Fassung.

**Auflage**

10500 d / 2500 f / 1000 i / 1000 e

**Herausgeberin**

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

**Bestellung**

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

Konzeption / Gestaltung: Trimedia, Zürich  
Umsetzung: Victor Hotz AG, Steinhausen  
Fotografie: Marius Born, Winterthur  
Studioaufnahmen: Marco Aste, Basel  
Druck: Birkhäuser+GBC AG, Reinach  
Buchbinderei: Grollimund AG, Reinach



**Mix**

Produktgruppe aus vorbildlich bewirtschafteten  
Wäldern und anderen kontrollierten Herkünften  
[www.fsc.org](http://www.fsc.org) Zert.-Nr. SQS-COC-21279  
© 1996 Forest Stewardship Council

