



Coop-Gruppe
Geschäftsbericht

2012





Kennzahlen →

Kennzahlen

	2012	2011	Veränderung	Index %
Finanzielle Kennzahlen in Mio. CHF				
Kassenumsatz Verkaufsstellen	17 937	17 902	+35	100.2
Detailverkäufe an Dritte	592	542	+50	109.1
Detailumsatz	18 529	18 444	+85	100.5
Grosshandelsumsatz Inland	1 780	1 823	-43	97.7
Grosshandelsumsatz Ausland	7 509	7 460	+49	100.7
Gesamtumsatz	27 818	27 727	+91	100.3
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	26 731	26 640	+91	100.3
EBITDA	1 930	1 917	+13	100.7
EBIT – Betriebsertrag	737	713	+24	103.4
Jahresergebnis	452	432	+20	104.6
Finanzverbindlichkeiten	4 872	5 080	-208	95.9
Nettofinanzschuld	3 943	4 638	-695	85.0
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile	7 262	6 786	+476	107.0
Bilanzsumme	16 880	16 492	+387	102.3
Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen	1 770	1 748	+22	101.3
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	1 711	1 761	-50	97.1
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-950	-3 116	+2 166	..
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-275	40	-315	..
Relative Kennzahlen in %				
Liquiditätsgrad 2 (Quick Ratio)	46.1	32.6	+13.4	141.2
Anlagedeckungsgrad 2	103.7	96.5	+7.3	107.5
Fremdkapitalanteil	57.0	58.9	-1.9	96.8
EBITDA-Marge	7.2	7.2	+0.0	100.3
EBIT-Marge	2.8	2.7	+0.1	103.0
Gewinnmarge	1.7	1.6	+0.1	104.3
Marge Geldfluss aus Betriebstätigkeit	6.4	6.6	-0.2	96.8
Verschuldungsfaktor Zielgrösse: < 3.0	2.0	2.4	-0.4	84.9
Zinsdeckungsfaktor Zielgrösse: > 8.0	21.8	10.9	+10.9	199.3
Eigenkapitalanteil inkl. Minderheitsanteile Zielgrösse: > 40.0	43.0	41.1	+1.9	104.6
Mitarbeitende				
Personen am 31.12.	75 309	75 361	-52	99.9
Personaleinheiten	64 416	64 402	+14	100.0
Verkaufsstellen Detailhandel				
Anzahl Verkaufsstellen Detailhandel am 31.12.	2 017	1 991	+26	101.3
Verkaufsfläche Detailhandel in m ² am 31.12.	1 773 231	1 761 173	+12 058	100.7
Verkaufsfläche Detailhandel in m ² (Jahresdurchschnitt)	1 767 202	1 752 284	+14 918	100.9
Märkte CC Abholgrosshandel				
Anzahl Märkte CC Abholgrosshandel am 31.12.	111	109	+2	101.8
Verkaufsfläche Märkte CC Abholgrosshandel in m ² am 31.12.	909 416	894 327	+15 089	101.7
Mitglieder				
Anzahl Mitglieder am 31.12.	2 950 096	2 895 062	+55 034	101.9

Vorjahreswerte angepasst

Detailhandel

Produktion

Grosshandel



Coop Eigenmarken

Coop Standard-Eigenmarken

Qualité & Prix
Für 5000-mal günstig und gut.

Coop Zielgruppen-Eigenmarken

Für Ihre Tiefstpreisgarantie.

Für besondere Momente.

Für frisch und fertig.

Für den ausgewogenen Genuss.

Für die schlaue Ernährung.

Für vegetarischen Genuss.

Für Genuss ohne Beschwerden.

For now.

Coop Nachhaltigkeits-Eigenmarken und -Gütesiegel

Für die Liebe zur Natur.	Für tierfreundliche Haltung.	Für die grüne Alternative.	Für Fashion und Fairness.	Für unsere Berge. Für unsere Bauern.	

Coop Non-Food-Eigenmarken

--	--

Coop-Gruppe
Geschäftsbericht

2012

5 Vorwort

6 Unternehmensstruktur

- 6 Verwaltungsrat
- 7 Geschäftsleitung

8 Wichtige Stationen 2012

10 Umfeld

- 10 **Wirtschaftliches Umfeld**
- 10 Privater Konsum bleibt starke Stütze
- 10 Preisdifferenzen zum Ausland
- 10 Abbau von Kostennachteilen für die Schweiz
- 11 Mehrheitlich steigende Rohstoffpreise
- 11 **Politisches Umfeld**
- 11 Für die Güter die Bahn!
- 11 Abfall und Recycling auf der politischen Agenda

Detailhandel

13 Verkaufsformate

- 13 **Supermärkte und Megastores**
- 13 Mit 823 Retail-Verkaufsstellen nah bei den Kunden
- 14 Kunden profitieren von Zufriedenheitsgarantie
- 14 **Fachformate**
- 14 Coop City mit neuem Kassensystem
- 14 Bau+Hobby vergrößert Gartenkompetenz
- 14 Interdiscount verdoppelt Online-Umsatz
- 14 Toptip und Lumimart forcieren Modernisierung
- 15 Import Parfumerie mit neuem Ladenbaukonzept
- 15 Christ Uhren & Schmuck: Einzigartiger Online-Shop
- 15 Dipl. Ing. Fust erweitert Dienstleistungsangebot
- 15 Coop Vitality lanciert Eigenmarken-Linie
- 15 The Body Shop Switzerland im neuen Kleid
- 15 Coop Mineraloel AG weiterhin an der Spitze
- 15 Coop Pronto Shops legen erneut zu
- 16 **Online-Formate**
- 16 Coop@home wächst zweistellig
- 16 Microspot.ch eröffnet zweiten Showroom
- 16 Heizöl: Online-Kunden setzen vermehrt auf Öko
- 16 ITS Coop Travel begrüsst mehr Gäste
- 16 **Gastronomie und Hotellerie**
- 16 Coop Gastronomie: Wo alle willkommen sind
- 17 BäleHotels vor grossen Herausforderungen
- 17 Tropenhäuser vereinen Genuss und Exotik

19 Angebots- und Preisleistung

- 19 **Preis**
- 19 Kontinuierliche Fortführung der Preissenkungen
- 20 Ausbau der Parallelimporte
- 20 Preismonitor: Seit fünf Jahren günstig
- 20 **Sortimentsvielfalt**
- 20 Grosse Vielfalt mit nachhaltigen Akzenten
- 20 **Nachhaltigkeits-Eigenmarken und -Gütesiegel**
- 20 Naturaplan: Kontinuierliches Wachstum
- 20 Naturafarm: Für das Tierwohl
- 21 Oecoplan: Produkte mit ökologischem Mehrwert
- 21 Naturaline: International ausgezeichnet
- 21 Pro Montagna: Erfolgreich seit fünf Jahren
- 21 Pro Specie Rara: Für den raren Genuss
- 21 Slow Food: Neues Produkte-Logo
- 21 Max Havelaar: Sortiment wächst stetig
- 22 Bio: Kontinuierliches Wachstum
- 22 MSC: Für nachhaltige Fischerei
- 22 FSC: Holz und Papier aus nachhaltiger Produktion
- 22 Topten: Top Leistung, geringer Energieverbrauch
- 22 **Zielgruppen-Eigenmarken**
- 22 Prix Garantie: Der Name ist Programm
- 22 Fine Food: Delikatessen zu erschwinglichen Preisen
- 22 Betty Bossi: Stärkung der Partnerschaft
- 23 Weight Watchers: Essen ohne Reue
- 23 Jamadu: Mit Spass zum gesunden Lebensstil
- 23 Délicorn: Vegetarischer Genuss immer beliebter
- 23 Free From: Erneutes Umsatzplus
- 23 **Standard-Eigenmarken**
- 23 Qualité & Prix: Gute Qualität noch günstiger
- 23 **Markenartikel**
- 23 Grösste Vielfalt an Markenartikeln
- 25 **Mehrleistungen**
- 25 **Services**
- 25 Der Konsumentendienst ist immer gefragt
- 25 Verstärktes Engagement der Coop Medienstelle
- 25 Hello Family Club: Eine Million Mitglieder
- 26 Supercard: Mehr Kunden bezahlen mit Punkten
- 26 Supercardplus gewinnt Neukunden
- 26 Starker Zuwachs bei Coop Mobile
- 26 Coop Depositenkasse: Solides Wachstum
- 26 **Qualitätsmanagement**
- 26 Rund 425 000 Prüfungen im eigenen Labor
- 26 Strenge Anforderungen in Beschaffung, Logistik und Verkauf
- 27 Externe Zertifizierung im Offenverkauf
- 27 **Werbung/Kommunikation**
- 27 Werbeaktivitäten begleiten durch das Jahr
- 27 Coop Presse erweitert Leistungsspektrum
- 27 Besucherrekord für Coop Internet
- 27 Mit Sponsoring nah bei den Kundinnen und Kunden



29 Logistik, Informatik und Immobilien

- 29 **Logistik**
- 29 Projektentwicklung Logistik- und Bäckereistrategie
- 30 Investition in neuen Standort Pratteln
- 30 Railcare: Technisch und ökologisch auf Kurs
- 30 Automatisierte Kommissionierung in Bern
- 30 Neue Impulse durch Austauschprogramm
- 30 **Informatik**
- 30 Ausweitung der einheitlichen Kassenlösung
- 30 Neues Warenwirtschaftssystem in Verkaufsstellen
- 30 Transgourmet-Umstellung schreitet voran
- 31 **Immobilien**
- 31 Zahlreiche Grossprojekte realisiert

Grosshandel**33 Transgourmet-Gruppe**

- 33 **Transgourmet Holding AG**
- 33 Grosshandel als zweites Standbein von Coop
- 34 Zusammenschluss von Prodega/Growa und Howeg
- 34 **Abholgrosshandel**
- 34 Fegro/Selgros: Neues Designkonzept für alle Länder
- 34 Prodega/Growa: Erste Kooperation mit Howeg
- 35 **Belieferungsgrosshandel**
- 35 Rewe-Foodservice investiert in Logistik
- 35 Transgourmet France zählt neu vier Unternehmen
- 35 Howeg: Massiver Sortimentsausbau

Produktion**37 Produktion**

- 37 **Bell Gruppe**
- 37 Stabile Entwicklung der Bell Gruppe
- 38 Organisatorische Veränderungen
- 38 Bell Schweiz auf Erfolgskurs
- 38 Bell Deutschland im Zeichen der Konsolidierung
- 38 Bell Frankreich mit gutem Wachstum
- 38 Bell Osteuropa/Benelux mit unterschiedlichen Vorzeichen
- 39 **Coop Produktionsbetriebe**
- 39 Swissmill
- 39 Chocolats Halba
- 39 Pasta Gala
- 39 CWK-SCS
- 40 Reismühle Brunnen
- 40 Nutrex
- 40 Sunray
- 40 Pearlwater Mineralquellen
- 40 Cave
- 40 Bananenreiferei
- 41 Coop Bäckereien

43 Mitarbeitende

- 43 **Coop Personalstrategie**
- 43 Gute Zukunftsaussichten für Lernende
- 44 Neue Ausbildung zum Detailhandelsmanager
- 44 Talentpool-Tage fördern Austausch und motivieren
- 44 Teilnehmerrekord an Coop Managementtagung
- 44 **Coop Sozialpartnerschaft**
- 44 Lohnerhöhung trotz Minussteuerung
- 44 **Personalvorsorge Coop**
- 44 Überprüfung der Anlagestrategie
- 45 Erfreuliches Jahr für die CPV/CAP
- 45 **Transgourmet-Gruppe**
- 45 Fegro/Selgros Deutschland fördert Nachwuchs
- 45 Selgros Russland: Attraktive Vorteile für Mitarbeitende
- 45 Ausbildungsinitiative bei Transgourmet France

Corporate Governance**46 Corporate Governance**

- 46 **Regionalräte**
- 46 **Delegiertenversammlung**
- 47 **Konzernstruktur**
- 47 **Kapitalstruktur**
- 47 **Verwaltungsrat**
- 48 Wahl und Amtszeit des Verwaltungsrates
- 48 Interne Organisation
- 48 Arbeitsweise des Verwaltungsrates
- 48 Prüfungsausschuss
- 49 Kompetenzregelung
- 49 Informations- und Kontrollinstrumente gegenüber der Geschäftsleitung
- 49 Aufsichts- und Kontrollinstrumente gegenüber der Revisionsstelle
- 49 **Geschäftsleitung**
- 50 Managementverträge
- 50 **Entschädigungen**
- 50 **Mitwirkungsrechte**
- 50 **Revisionsstelle**
- 50 Dauer des Mandats und Amtsdauer des leitenden Revisors
- 50 Prüfungshonorar
- 51 **Informationspolitik**
- 52 **Organe und Delegiertenversammlung**
- 53 **Verwaltungsrat und Führungsstruktur**
- 54 **Management**

Finanzteil**58 Lagebericht der Coop-Gruppe****62 Coop-Gruppe in Zahlen****74 Konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe****98 Glossar Finanzteil**



Hansueli Loosli
und Joos Sutter.

Vorwort

Nachhaltig erfolgreich in herausfordernden Zeiten

Die Coop-Gruppe erwirtschaftet in einem schwierigen Umfeld ein erfreuliches Resultat. Mit einem Gesamtumsatz von 27,8 Milliarden Franken wächst sie real um 1,5 %, nominell sind es 0,3 %. Coop behauptet sich damit an der Spitze der Schweizer Detailhandelsunternehmen. Auch die für den nachhaltigen Erfolg notwendigen Erträge konnte Coop erzielen.

Das Marktumfeld blieb 2012 für die Coop-Gruppe herausfordernd. Die Frankenstärke, die Minussteuerung und der Einkaufstourismus setzten den Schweizer Detailhandel unter einen starken Preisdruck. Hinzu kommt, dass die schwache Konjunktur und die steigende Arbeitslosigkeit in Europa auch die Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz verunsichern. Doch es gibt auch Lichtblicke: Das Bevölkerungswachstum aufgrund der Zuwanderung stützt den Konsum.

Die vor über zehn Jahren im Rahmen der Neuformierung CoopForte eingeleiteten stetigen Effizienzverbesserungen, die klare strategische Positionierung als nachhaltiger Anbieter sowie die Internationalisierung mit Transgourmet und Bell haben die Coop-Gruppe für dieses schwierige Umfeld bestens gewappnet. Die Coop-Gruppe hat im Berichtsjahr real um 1,5 % zugelegt. Nominell ist der Gesamtumsatz um 0,3 % auf 27,8 Milliarden Franken gewachsen. Angesichts der Minussteuerung von bis zu 8,2 % in einigen Verkaufsformaten sowie der starken Konkurrenz im In- und Ausland ist dies ein erfreuliches Resultat. Auch die für den nachhaltigen Erfolg notwendigen Erträge konnte Coop erzielen.

Nachhaltige Erfolge – seien sie ökonomisch, ökologisch oder sozial – sind wichtige Ziele unserer Genossenschaft. Mit rund drei Millionen Mitgliedern streben wir nicht nach maximalem Profit, sondern reinvestieren fortlaufend in unsere Gruppe. So schaffen wir Mehrwerte – für unsere Kunden wie auch für unsere Mitarbeitenden. Basierend auf dieser Wertekultur lassen sich auch in herausfordernden Zeiten Wettbewerbsvorteile erarbeiten. Der Entscheid von 1999, eine Konsumgenossenschaft zu bleiben, hat sich somit als richtig erwiesen.

Nachhaltigkeit als Differenzierungsmerkmal funktioniert. Das zeigt insbesondere unsere Nachhaltigkeits-Eigenmarke Coop Naturaplan, die seit Jahren kontinuierlich zulegt. 2012 erzielte Naturaplan ein überdurchschnittliches Wachstum von rund 5%. 2013 wird Naturaplan 20 Jahre alt. Dies feiern wir zusammen mit unseren Kundinnen und Kunden mit zahlreichen Jubiläumsaktivitäten.

Auf grosses Interesse stiessen 2012 auch unsere Angebote über Internet. Neben Coop@home und Microspot.ch betreiben inzwischen viele weitere Coop Verkaufsformate erfolgreich eigene Online-Shops. Insgesamt verzeichneten die Internetformate eine Zuwachsrate von 22,8 %.

Im Grosshandel, unserem zweiten Standbein, realisierten wir im Berichtsjahr mit Transgourmet einen Nettoerlös von 8,3 Milliarden Franken, was währungsbereinigt einem Zuwachs von 3 % entspricht. Hier haben sich insbesondere die verstärkten Auslandsaktivitäten ausbezahlt.

Zum Schluss, aber nicht zuletzt richten wir das Wort an unsere rund 75 000 Mitarbeitenden. Wir danken ihnen für ihren Einsatz für die Coop Genossenschaft und für die Verbindlichkeit, mit der sie tagtäglich für unsere gemeinsamen Werte eintreten und sich damit identifizieren. Es ist diese Haltung, die nachhaltig Mehrwerte schafft.



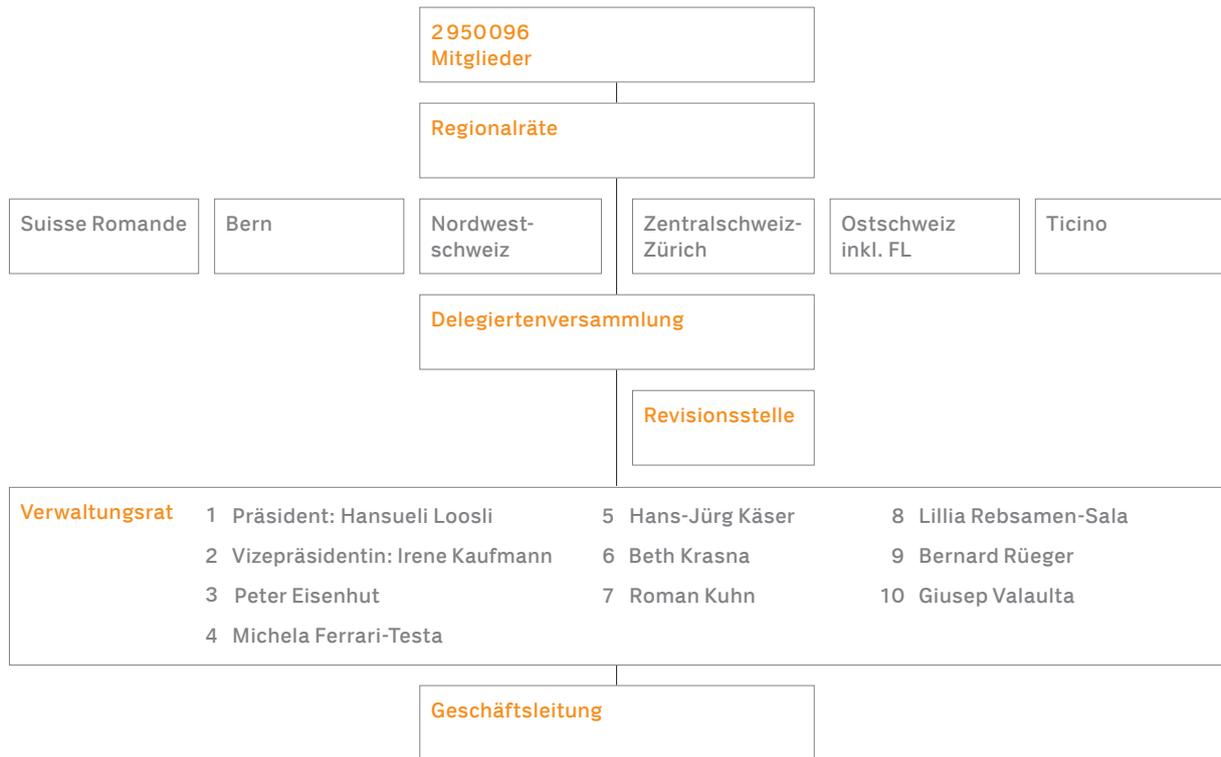
Hansueli Loosli
Präsident des Verwaltungsrates



Joos Sutter
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Unternehmensstruktur

Stand 31. Dezember 2012



Verwaltungsrat



3

4

5

6

1

2

7

8

9

10

Geschäftsleitung

Vorsitz der Geschäftsleitung
1 Joos Sutter

Mitglieder der Geschäftsleitung						
Vorsitz der GL Joos Sutter	Retail Joos Sutter	Trading 2 Daniel Stucker	Marketing / Beschaffung 3 Philipp Wyss	Logistik 4 Leo Ebnetter	Finanzen / Services 5 Reto Conrad	Immobilien 6 Jean-Marc Chapuis



4

2

3

1

5

6

Wichtige Stationen 2012

1 Januar

Ausbau der Fairtrade-Leaderrolle

Coop setzt die Förderung des fairen Handels fort und bezieht für den Kaffee der Eigenmarke **Qualité & Prix** ab sofort nur noch Fairtrade-Kaffeebohnen. Dadurch wird der Fairtrade-Anteil beim Kaffee mehr als verdoppelt.

Preisabschläge gehen weiter

Coop senkt auch 2012 ihre Preise. Ab Ende Januar werden rund 250 Eigenmarken-Artikel im Schnitt 7% günstiger.

Pro Montagna feiert Geburtstag.

Vor fünf Jahren lancierte Coop die Nachhaltigkeits-Eigenmarke **Pro Montagna** für Produkte aus den Schweizer Berggebieten.

2 Februar

Grosses Supercard-Gewinnspiel

Bei «Big Win» gibt es 1 Million Franken in Form von Coop Geschenkkarten zu gewinnen und mit jedem Los einen gratis Music Download von Universal Music.

3 März

Neue Gartenparadiese bei Bau+Hobby

Coop Bau+Hobby eröffnet in 14 weiteren Verkaufsstellen ein neues Gartenparadies. Das neue Gartencenter-Konzept entstand aus der Kooperation mit dem deutschen Gartenspezialisten **Dehner**.

Coop Natura-Preis 2012

Coop ehrt Geschäftspartner, die ausserordentliche Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit erbracht haben.

4 April

Coop setzt auf FSC Naturkautschuk

Als erste Detailhändlerin der Welt lanciert Coop in Zusammenarbeit mit **Helvetas** FSC-zertifizierte Gummi-Artikel aus fairem Handel, wie z.B. **Oecoplan** Fussbälle. Damit leistet Coop einen weiteren Beitrag zum Schutz der Naturwälder und zur wesentlichen Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den Plantagen.

5 Mai

Bell und Hilcona erweitern Kompetenz bei Frisch-Convenience

Die **Hilcona AG** übernimmt rückwirkend per 1. Januar 2012 die schweizerische **Gastro Star AG**. Mit der Akquisition stärkt Hilcona ihre Marktposition als Komplettanbieter im Bereich frische Convenience. **Bell** ist im Rahmen einer Kooperation seit 1. Januar 2011 mit 49% an Hilcona beteiligt und wird 2015 weitere 2% des Aktienkapitals erwerben.

6 Juni

Transgourmet France kauft Eurocash

Durch die Übernahme der Gesellschaft **Eurocash** mit Sitz in Schiltigheim kann **Transgourmet France** ihren Marktanteil im Vertrieb von Lebensmittelprodukten an Gastronomiebetriebe, Bäckereien und Patisseriegeschäfte im Elsass entscheidend erhöhen.

Naturaline als Vorzeigeprojekt geehrt

Am Weltgipfel der Vereinten Nationen in Rio de Janeiro wird **Coop Naturaline** als eine der hundert nachhaltigsten Zukunftslösungen der Welt prämiert, die «**Sustainia 100**».

In Termen wird gefeiert

Die erweiterten **Pearlwater** Mineralquellen werden offiziell eröffnet. Der 2011 erworbene Produktionsbetrieb beliefert seit März 2012 die Coop Verkaufsstellen mit Mineralwasser und Süssgetränken.



7 Juli

70 Jahre Coop Patenschaft für Berggebiete

Das Hilfswerk Coop Patenschaft für Berggebiete setzt sich seit 1942 für bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen der Schweizer Bergbevölkerung ein und hilft, deren Existenzgrundlagen zu sichern.

8 August

Coop begrüsst neue Lernende

1094 junge Menschen starten ihre Ausbildung bei Coop. Als eine der grössten Arbeitgeberinnen der Schweiz leistet Coop einen wichtigen Beitrag zur Berufsbildung.

9 September

Vitality Apotheken lancieren Eigenmarkenprodukte

Die Coop Vitality Apotheken bringen eine Eigenmarken-Linie auf den Markt. Gestartet wird mit Medikamenten gegen Erkältung und gegen Schmerzen.

10 Oktober

Investition in Produktionsstandort Schweiz

Coop gibt bekannt, dass die Produktion der Chocolats Halba zusammen mit den Produktionsbetrieben Sunray und Cave nach Pratteln (BL) verlegt wird. Dort entsteht bis 2016 auf 80000 m² ein neuer Produktions- und Logistikstandort. Die drei Produktionsbetriebe unter einem Dach mit der Logistik schaffen Synergien und sorgen für weitere CO₂-Einsparungen.

Zwei Auszeichnungen für Nachhaltigkeitsengagement

Das nachhaltige Energie- und CO₂-Management von Coop wird doppelt ausgezeichnet: Mit dem EHI Energiemanagement Award und dem Schweizer Solarpreis 2012.

11 November

Zusammenschluss von Prodega/ Growa und Howeg

Die beiden Marktführer im Schweizer Abhol- und Belieferungsgrosshandel, Prodega/Growa Cash+Carry und Howeg, bündeln ihre Kräfte und gehen ab 2013 mit einer gemeinsamen Strategie in die Zukunft. Damit erhält die Schweizer Gastronomiebranche den ersten Anbieter, der sämtliche Bedürfnisse unter einem Dach abdeckt.

12 Dezember

Übernahme der Betty Bossi AG

Per 21. Dezember übernimmt Coop den 50%-Anteil der Ringier an der Betty Bossi AG und hält somit neu 100%. Das Erfolgskonzept der Betty Bossi AG wird konsequent weiterentwickelt.

Ausbau der Transporte via Railcare

Mit der neuen Versorgungslinie Süd/Nord transportiert die zur Coop-Gruppe zählende Railcare AG erstmals Früchte und Gemüse umweltschonend per unbegleiteten kombinierten Verkehr aus dem Tessin in die Coop Verteilzentralen.

Mehr Lohn für Coop Mitarbeitende

Die Coop Mitarbeitenden erhalten ab 2013 mehr Lohn: Gesamthaft stehen 1,1% der Lohnsumme zur Verfügung.

Startschuss für Neubau Schafisheim

Coop erhält auf Januar 2013 die Baubewilligung für den Ausbau der Verteilzentrale Schafisheim. Das Projekt ist das grösste Bauvorhaben in der Coop Geschichte.



Umfeld

Der Schweizer Detailhandel sieht sich mit einem anspruchsvollen Wirtschaftsumfeld konfrontiert

Das wirtschaftliche und politische Umfeld ist stark in Bewegung. Der Druck auf die Preise steigt, und regulatorische Wettbewerbsbedingungen bewirken Kostennachteile für den Schweizer Detailhandel. In diesem herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld punktet Coop mit Mehrwerten und einer gesteigerten Produktivität.

Wirtschaftliches Umfeld

Privater Konsum bleibt starke Stütze

Die Schuldenkrise verschiedener EU-Länder und die Konjunkturschwäche der Weltwirtschaft verursachten 2012 viele Unsicherheiten. Die Schweizer Wirtschaft hat sich verhältnismässig gut gehalten. Zwar schwächte sich das starke dynamische Wachstum des ersten Quartals schnell wieder ab, doch der private Konsum blieb eine starke Stütze der Schweizer Wirtschaft. Auch die von der Schweizerischen Nationalbank eingeführte Euro-Untergrenze brachte eine entscheidende Entspannung. Historisch tiefe Zinsen, sinkende Konsumentenpreise und eine stetige Zuwanderung förderten den privaten Konsum. Im wettbewerbsintensiven Umfeld und bedingt durch die negative Preisentwicklung war die Entwicklung des nominalen Detailhandelsvolumens dennoch schwach bis leicht rückläufig. Der Einkaufstourismus ist 2012 weiter gestiegen und führte zu einem entscheidenden Kaufkraftabfluss aus der Schweiz. Das schwierige aussenwirtschaftliche Umfeld liess das Wirtschaftswachstum trotz einer starken Binnenkonjunktur bescheiden ausfallen. Für 2013 wird für die Schweiz eine leichte Beschleunigung des Wachstums erwartet.

Preisdifferenzen zum Ausland

Im Berichtsjahr konnte die starke Aufwertung des Schweizer Frankens gegenüber dem Euro dank der Festlegung einer Wechselkurs-Untergrenze von

1.20 Franken gebremst werden. Jedoch blieben wichtige Preisdifferenzen zum umliegenden Ausland bestehen, insbesondere im Agrarbereich aufgrund von Zöllen und Importabgaben sowie bei sogenannten Must-in-Stock-Produkten – internationale Markenartikel, die ein Vollsortimenter wie Coop zwingend führen muss. Deshalb setzt sich Coop dafür ein, dass die Behörde den kartellrechtlichen Spielraum ausschöpft, um überhöhte Beschaffungspreise bei diesen Produkten zu verhindern. In seinem Jahresbericht 2011/12 attestierte der Schweizer Preisüberwacher dem Detailhandel, dass dieser die erlangten Währungsvorteile vollumfänglich an die Kundinnen und Kunden weitergegeben hat. Dennoch ist der Einkaufstourismus weiter angestiegen und führt zu einem negativen Beschäftigungseffekt im Schweizer Detailhandel.

Abbau von Kostennachteilen für die Schweiz

Der Schweizer Detailhandel hat signifikante Kostennachteile gegenüber ausländischen Konkurrenten, insbesondere in den Bereichen Personal, Logistik, Infrastruktur und Mieten. Umso wichtiger sind deshalb langfristig gute Rahmenbedingungen. Doch auch betreffend Ladenöffnungszeiten, Parkplatzbewirtschaftungspflicht oder Deklarationsvorschriften ist der Schweizer Detailhandel gegenüber der Konkurrenz im umliegenden Ausland deutlich benachteiligt. Im Bereich Ladenöffnungszeiten zeichnet sich eine nationale Lösung ab, die vom Detailhandel begrüsst wird. Zudem setzt sich Coop zusammen

mit anderen Detailhändlern dafür ein, dass die bestehenden Gesetze auf ihre Wirkung überprüft werden. Wo sie unverhältnismässig einschränkend wirken, entsprechen sie nicht der Verfassung. Im Berichtsjahr konnte aufgezeigt werden, dass die seit Jahren auferlegten Massnahmen zur Verbesserung der Luftqualität, wie beispielsweise Parkplatzbeschränkungen und Parkplatzgebühren, der Forderung nach Wirkungseffizienz nicht entsprechen.

Mehrheitlich steigende Rohstoffpreise

Der langfristige Aufwärtstrend bei den Weltmarktpreisen der wichtigsten Agrarrohstoffe setzte sich 2012 fort. Dies ist auf die anhaltend hohe Nachfrage aus dem asiatischen Raum sowie auf die rückläufigen weltweiten Lagerbestände zurückzuführen. So verursachte die Jahrhunderttrockenheit im mittleren Osten der USA im Juli innerhalb weniger Wochen Preisanstiege bei Weizen, Soja und Mais. Einzig bei Arabica-Kaffee führten gute Ernten zu einer gegenüber 2011 rückläufigen Preisentwicklung. In der Schweiz waren sowohl die Preise für Fleisch und insbesondere Schweinefleisch als auch die Milch-Preise aufgrund hoher Angebote und verhaltener Nachfrage im ersten Halbjahr unter Druck. Beim Schweinefleisch änderte sich im zweiten Halbjahr allerdings der Trend, und die Preise lagen gegen Ende Jahr deutlich über denen des Vorjahres.

Politisches Umfeld

Für die Güter die Bahn!

Im Berichtsjahr beriet das Schweizer Parlament Massnahmen im Rahmen des Kerngeschäfts «Schienengüterverkehr in der Fläche». Der Detailhandel hat grosses Interesse daran, dass die Schweizerische Bundesbahn SBB gegenüber der Strasse konkurrenzfähige und marktgerechte Bedingungen für den Schienengüterverkehr schafft. Das Ziel ist eine Verankerung der Grundversorgung im Schienengüterverkehr analog dem Regionalverkehr. Neben den positiven Wirkungen in den Bereichen Klimaschutz und Energie werden die angestrebten Verkehrsverlagerungen die Nationalstrassen erheblich entlasten, insbesondere in den Agglomerationen. Dort wird der Bahntransport für die Güterlogistik immer interessanter. Bei Coop werden Warentransporte, die von nationalen Verteilzentralen direkt zu den Verkaufsstellen gehen, ab einer Distanz von 90 Kilometern auf die Bahn verlagert. Nur die Feinverteilung ab den regionalen Verteilzentralen erfolgt noch über die Strasse. Um dies erfolgreich umzusetzen, erwarb Coop im Herbst 2010 die Railcare AG, die sich des Prinzips des unbegleiteten kombinierten Verkehrs (UKV) bedient.

Abfall und Recycling auf der politischen Agenda

Im Berichtsjahr hat das Bundesgericht einen Grundsatzentscheid gefällt: Die Kosten für das Littering – das achtlose Wegwerfen von Abfall im öffentlichen Raum – dürfen nicht über die Abfallgrundgebühr auf die Hauseigentümer überwältigt werden. Die Stadt Bern muss aufgrund dieses Urteils ihr Gebührenmodell ändern und unrechtmässig erhobene Gebühren zurückzahlen. Coop wird ihre freiwilligen Anstrengungen zur Reduktion des Litterings im Umfeld ihrer Verkaufsstellen weiterführen. Die Überwälzung von Entsorgungskosten wird sie aber auch in anderen Gemeinden nicht akzeptieren.



coop



Verkaufsformate

Sortimentserweiterungen, neue Ladenkonzepte und ein verstärktes Online-Angebot

Innovative Ladenbaukonzepte, zahlreiche Neueröffnungen sowie erweiterte Dienstleistungsangebote sorgen bei den Verkaufsformaten für Schwung. Das Online-Geschäft boomt – sei es bei Lebensmitteln, Unterhaltungselektronik, Körperpflege oder Schmuck.

Supermärkte und Megastores

Mit 823 Retail-Verkaufsstellen nah bei den Kunden Ende 2012 führte Coop schweizweit 823 Supermärkte und Megastores. Im Lauf des Berichtsjahrs wurden 15 Verkaufsstellen neu eröffnet und acht geschlossen. Unter anderem öffnete im August ein Supermarkt im SBB- und Busbahnhof in Fribourg seine Türen. Dieser ist als erster Coop Supermarkt der Westschweiz an sieben Tagen pro Woche geöffnet. Ebenfalls bei den Gleisen eröffnete Coop im Bahnhof Bern einen Supermarkt mit einer dreimal grösseren Ladenfläche als am alten Standort. Die bisherige Coop Verkaufsstelle im Bahnhof wird zu einer Interdiscount-Filiale umgebaut. Zentral gelegen ist auch die neue Europaallee-Passage in



Zürich, die unter anderem einen Coop Supermarkt beherbergt. Dieser wurde – wie alle Neu- und Umbauten – nach dem Minergie-Standard realisiert. Dass Umweltschutz beim Bau von Verkaufsstellen eine wichtige Zielsetzung ist, zeigt auch der Supermarkt Degersheim in der Zentrumsüberbauung Taabach. Er wird in erster Linie mit der Abwärme der Kälteanlagen beheizt. Falls dies nicht ausreicht, erzeugt eine Wärmepumpe mit Erdsonde zusätzliche Wärme. Hervorzuheben ist auch die im November eröffnete Verkaufsstelle in Einsiedeln. Hier präsentiert sich auf rund 3 000 m² ein Coop Supermarkt gemeinsam mit einem Bau+Hobby-Markt – das erste sogenannte «Kombiformat» in der Verkaufsregion Zentralschweiz-Zürich. Im selben Monat öffnete der Coop Supermarkt im Moos Center in Gümligen seine Türen. Die neue Verkaufsstelle überzeugt vor allem durch ihr modernes Erscheinungsbild und die grosse Sortimentsvielfalt. Die insgesamt 823 Retail-Verkaufsstellen mit total 954 962 m² Verkaufsfläche per Ende 2012 erwirtschafteten im Berichtsjahr einen Umsatz von 11,0 Milliarden Franken.

Kunden profitieren von Zufriedenheitsgarantie

Coop geniesst generell hohes Vertrauen. Oberste Priorität hat dabei die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden. Die hohe Qualität der Produkte wird unter anderem durch zahlreiche Qualitätskontrollen entlang der gesamten Wertschöpfungskette sichergestellt. Doch absolute Sicherheit gibt es nie. Es kann trotzdem ab und zu vorkommen, dass ein Produkt dem Qualitätsempfinden der Kundschaft nicht genügt. Deshalb gilt in den Coop Supermärkten für das gesamte Sortiment: Wer mit einem Produkt nicht zufrieden ist, kann es zurück in den Laden bringen. Die Kundinnen und Kunden erhalten ihr Geld unbürokratisch zurück, ohne Wenn und Aber und auch ohne Kassenzettel. Seit August 2012 bewirbt Coop die Zufriedenheitsgarantie proaktiv über Ladenwerbemittel und Inserate mit dem Slogan «Rundum zufrieden!». Im Vorfeld wurde das Verkaufspersonal über TOJ-Module (Training on the Job) entsprechend geschult.

Fachformate

Coop City mit neuem Kassensystem

Die 33 Coop City Warenhäuser verzeichneten 2012 einen Umsatz von 991 Millionen Franken. Im August respektive November 2012 erhielten der Coop City an der Marktgasse in Bern sowie der Pfauen in Basel einen neuen Swatch Shop. In allen Coop City Warenhäusern wurde das Spielwarensortiment komplett überarbeitet und neu präsentiert, wobei

besonderes Gewicht auf die grossen Markenpartner gelegt wird. Des Weiteren wurden sämtliche Non-Food-Kassen auf das neue, einheitliche Kassensystem umgestellt. Seit Juni 2012 werden in einem Pilot die Warenhäuser Neuenburg und Fribourg mit Railcare und somit über einen kombinierten Warentransport mittels Schiene und Strasse beliefert.

Bau+Hobby vergrössert Gartenkompetenz

Mit einem Umsatz von 718 Millionen Franken konnte sich Bau+Hobby auch 2012 als führender Schweizer Baumarkt behaupten. Mit drei Neueröffnungen und einer Schliessung erweiterte Bau+Hobby das Verkaufstellennetz auf insgesamt 74 Standorte. Nach der erfolgreichen Testphase 2011 erfolgte im Berichtsjahr die Multiplikation der Gartenparadiese in Kooperation mit dem deutschen Unternehmen Dehner. Es wurden bereits 17 neue Bau+Hobby-Gartenparadiese realisiert – 2013 sollen 13 weitere folgen. Verstärkt wurde auch die Fachkompetenz im Bereich Velo: Bau+Hobby baute das Sortiment und die Dienstleistungen aus und richtete als Pilot in vier Verkaufsstellen Velowerkstätten ein.

Interdiscount verdoppelt Online-Umsatz

Zu den erfolgreichsten Produkten des Unterhaltungselektronik-Anbieters Interdiscount zählten 2012 vor allem die Apple-Sortimente. Neu ist in allen 199 Filialen das iPad von Apple erhältlich. Zudem baute Interdiscount das Dienstleistungsangebot aus, beispielweise im Bereich Versicherung von mobilen Geräten. Stark an Bedeutung gewinnt das Internetgeschäft: der Online-Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahr um knapp 104 %. Gesamthaft erwirtschaftete Interdiscount einen Umsatz von rund 984 Millionen Franken. Durch die Eröffnung der neuen Logistikhalle am Hauptsitz in Jegenstorf konnte der Transport der Produkte optimiert und beschleunigt werden. Neu kann die Kundschaft dank Service 1 800 ihre Produkte bis 18 Uhr bestellen und bereits am nachfolgenden Tag in ihrer Wunschfiliale abholen. Interdiscount ist nach wie vor der grösste Ausbilder der Branche. Unter den 125 Lehrgängern 2012 ist mit der Note 6,0 auch der beste der Branche.

Toptip und Lumimart forcieren Modernisierung

Mit der Umsetzung der Absatzmarktstrategie 2015+ trieben Toptip und Lumimart die Modernisierung der insgesamt 55 Verkaufsstellen voran. Neun Toptip Einrichtungshäuser und sieben Lichtfachmärkte wurden 2012 umgebaut. Neu ist Toptip auch im Grossraum Basel vertreten. In Verbindung mit der Eröffnung in Pratteln wurde die Verkaufsstelle Kaiser-Augst planmässig geschlossen. Mit der Lancierung der Eigenmarke «Massimo Divani, made in Italy»

bietet Toptip hochwertige Polstermöbel zu einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis. Parallel baute Lumimart das Sortiment an energieeffizienten Leuchten massiv aus. Die beiden Formate erzielten 2012 einen Gesamtumsatz von 233 Millionen Franken. Lumimart, die Nummer eins im Lichtmarkt Schweiz, konnte seinen Marktanteil erneut steigern.

Import Parfumerie mit neuem Ladenbaukonzept

Die Import Parfumerie entwickelte 2012 ein neues Ladenbaukonzept. Schwerpunkte sind eine klare Sortimentsgliederung und ein neues, in der Schweiz einmaliges Konzept der Maquillage-Präsentation. Die insgesamt 123 Parfümerien werden nun laufend auf das neue Konzept umgestellt, bei sieben Filialen ist die Umsetzung bereits erfolgt. Dank eines neuen, tagesaktuellen Belieferungssystems konnte die Warenverfügbarkeit in den Verkaufsstellen weiter optimiert werden. Die Import Parfumerie verzeichnete einen Gesamtumsatz von 172 Millionen Franken. Weiterhin positiv entwickelte sich das Online-Geschäft: Hier konnte die Import Parfumerie um 8 % zulegen.

Christ Uhren & Schmuck: Einzigartiger Online-Shop

Christ Uhren & Schmuck eröffnete Anfang November den schweizweit ersten Online-Shop seiner Art. Hier können die Kundinnen und Kunden nicht nur einkaufen, sondern auch ihre Pandora-Schmuckstücke konfigurieren. Alternativ bleibt der Gang in eine der schweizweit 81 Verkaufsstellen, die Christ zur grössten Bijouteriekette der Schweiz machen. Gesamthaft erwirtschaftete Christ Uhren & Schmuck im Berichtsjahr einen Umsatz von 109 Millionen Franken.

Dipl. Ing. Fust erweitert Dienstleistungsangebot

Trotz anspruchsvollem Marktumfeld konnte die Dipl. Ing. Fust AG ihre Führungsposition halten. Am stärksten gelang dies bei Multimedia: Hier stiessen neue Dienstleistungen, wie beispielweise der Computer-Fitness-Test oder das Windows-auf-Apple-Umsteiger-Paket, auf starke Nachfrage. Im Rahmen des 2012 gestarteten Modernisierungsprogramms wurden 15 von insgesamt 160 Verkaufsstellen umgebaut und teilweise vergrössert. Zudem baute Fust die Dienstleistung Bauplanung/Bauleitung im Bereich Küche/Badezimmer/Umbauten erneut aus. 2012 erzielte Fust einen Gesamtumsatz von rund 956 Millionen Franken.

Coop Vitality lanciert Eigenmarken-Linie

Am 29. November 2012 öffnete in Agy die insgesamt 50. Coop Vitality Apotheke ihre Türen. Mit gesamthaft vier Neueröffnungen zählte das Unternehmen Ende 2012 schweizweit 51 Apotheken. Der

Gesamtumsatz belief sich auf rund 141 Millionen Franken. Der Trend geht klar in Richtung alternative Medizin: In diesem Bereich konnten die Umsätze um rund 20 % gesteigert werden. Im Herbst lancierte Coop Vitality eine Eigenmarken-Linie mit vorerst neun Produkten in den Indikationen Erkältung und Schmerzen. Das Sortiment soll mittelfristig auf rund 50 Medikamente ausgebaut werden. Ebenfalls ausgebaut wurde das Dienstleistungsangebot: Neu bietet Coop Vitality in allen Apotheken eine Haarmineralanalyse an.

The Body Shop Switzerland im neuen Kleid

Die The Body Shop Switzerland AG erzielte 2012 einen Gesamtumsatz von rund 39 Millionen Franken. Erfreulich entwickelte sich der Online-Shop, der im Frühjahr 2011 lanciert wurde. Hier konnte The Body Shop den Umsatz um 218 % steigern. Seit dem Berichtsjahr wird bei allen Neueröffnungen weltweit ein modernisiertes Ladenbaukonzept umgesetzt, das eine natürliche, helle und warme Atmosphäre schafft. In der Schweiz wurden bereits drei der insgesamt 44 Filialen nach dem neuen Konzept umgebaut, 2013 sollen zehn weitere folgen. Daneben erfuhr auch die Eigenmarke «The Body Shop» durch Produktneuheiten und die neue Markenbotschafterin Lily Cole einen Relaunch.

Coop Mineraloel AG weiterhin an der Spitze

Die Coop Mineraloel AG konnte sich auch im 40. Jahr ihres Bestehens am Markt behaupten und den Marktanteil der insgesamt 207 Coop Tankstellen erneut ausbauen. Dies obwohl sich der Konkurrenzkampf unter den Mineralölgesellschaften aufgrund des sinkenden Marktvolumens weiter intensiviert hat. So ist nicht nur der durchschnittliche Treibstoffverbrauch der in der Schweiz zugelassenen Neuwagen gesunken, auch der Motorisierungsgrad der Haushalte ist in den letzten fünf Jahren um gut 2 Prozentpunkte zurückgegangen. Umso erfreulicher ist es, dass die Coop Mineraloel AG gemeinsam mit den Unternehmensbereichen Coop Pronto Shops und Heizölverkauf einen Nettoerlös von rund 2,5 Milliarden Franken und somit eine Steigerung von 8 % gegenüber dem Vorjahr erzielte. Im Berichtsjahr wurden gemeinsam mit dem Schweizerischen Versicherungsverband über 10 000 Fahrzeuglenkerinnen und -lenker zur korrekten Einstellung der Kopfstütze beraten.

Coop Pronto Shops legen erneut zu

Die Coop Pronto Shops generierten 2012 einen Umsatz von 957 Millionen Franken und somit ein Wachstum von knapp 7 % gegenüber dem Vorjahr. Mit den Pronto Shops ist die Coop Mineraloel AG seit Jahren die Nummer eins auf dem schweizerischen

Convenience Markt und darüber hinaus der preisgünstigste Anbieter. Am 29. November 2012 eröffnete Coop Pronto in Arbon den insgesamt 250. Shop. In 100 Pronto Shops schweizweit erhalten die Kundinnen und Kunden neu «Coffee to go». Bis Ende 2013 soll dies in 150 Shops umgesetzt werden. Im Berichtsjahr wurden insgesamt zehn Tankstellen mit Pronto Shops und drei Stand-Alones eröffnet. Damit gibt es neu schweizweit 252 Pronto Shops. Ihr Fokus lag wie schon im Vorjahr auf der Erweiterung des Frischesortiments, beispielweise im Bereich Früchte und Gemüse oder Backwaren. Mit der neuen App «Coop Pronto Finder» findet man einfach und bequem den nächstgelegenen offenen Shop oder die nächste Tankstelle.

Online-Formate

Coop@home wächst zweistellig

Der Umsatz von Coop@home stieg 2012 um rund 13 % auf 96 Millionen Franken. Damit wuchs der Online-Supermarkt erneut zweistellig. Der durchschnittliche Einkaufswert inklusive Nebengeschäfte wie Blumen betrug bei total 386 000 Auslieferungen 251 Franken. Immer beliebter werden die zahlreichen mobilen Einkaufsmöglichkeiten von Coop@home. Inzwischen tätigen über 16 % der Kundinnen und Kunden ihre Bestellungen mittels Apps speziell für iPad, iPhone, iPod Touch oder Android Mobile. Auch 2012 erweiterte der Online-Supermarkt seine Palette an neuartigen, schweizweit einmaligen Dienstleistungen. So gibt es nun insgesamt zwei Drive-In-Stationen, an denen insbesondere Pendler ihre Online-Einkäufe selbst abholen können.

Microspot.ch eröffnet zweiten Showroom

Microspot.ch konnte auch 2012 weiter wachsen und den Umsatz um fast 20 % auf 87 Millionen Franken steigern. Nach dem Erfolg des ersten Showrooms in Moosseedorf bei Bern wurde im November ein zweiter Showroom in Dietikon eröffnet. Hier erleben die Kundinnen und Kunden die Produkte live und werden zugleich kompetent beraten. Seit Oktober können bestellte Waren zudem am Drive-In von coop@home in Zürich abgeholt werden. Damit bietet Microspot.ch insgesamt drei Standorte an, bei denen Online-Kunden alle rund 120 000 Artikel selbst abholen können. Gekennzeichnete Artikel, die bis 12 Uhr bestellt werden, sind noch am selben Tag ab 17 Uhr an allen Standorten abholbereit.

Heizöl: Online-Kunden setzen vermehrt auf Öko

Die Tendenz, Heizöl einfach und bequem online zu bestellen, ist weiterhin auf dem Vormarsch. Bei der Coop Mineraloel AG liegt der Anteil der Bestel-

lungen über die Internetseite www.coop-heizuel.ch bei rund 28 %. Die anhaltend hohen Preise, ein stärker werdender Verdrängungswettbewerb sowie die Veränderungen im Schweizer Heizölmarkt trübten das vergangene Jahr jedoch leicht. Ein erfreuliches Wachstum verzeichnet weiterhin der Absatz des Öko-Heizöls schwefelarm. Rund 42 % der Kundinnen und Kunden bestellten 2012 das umweltfreundliche, schadstoffarme Heizöl.

ITS Coop Travel begrüsst mehr Gäste

ITS Coop Travel, der gemeinsame Reiseveranstalter von Coop und Rewe Touristik, profitierte 2012 insbesondere von der hohen Nachfrage nach Badeferien in der Südtürkei. Während für Griechenland Einbussen in Kauf genommen werden mussten, konnten die Buchungen für Tunesien gesteigert werden. Erfreulich entwickelte sich das wechselnde Aktionsangebot «Ferienhits» – hier waren Rundreisen und Kreuzfahrten besonders gefragt. Insgesamt konnte ITS Coop Travel das Gästevolumen um über 3 % auf rund 57 200 steigern. Durch die währungsbedingt tieferen Verkaufspreise lag der Umsatz mit rund 58 Millionen Franken jedoch leicht unter dem Vorjahr. Mit 48 % erfolgen die meisten Buchungen weiterhin telefonisch. Rund 31 % werden via Internet und 21 % über Partner-Reisebüros abgewickelt.

Gastronomie und Hotellerie

Coop Gastronomie: Wo alle willkommen sind

Die Coop Gastronomie erwirtschaftete 2012 einen Nettoerlös von rund 254 Millionen Franken. Sie umfasst insgesamt 202 Restaurantbetriebe fünf verschiedener Formate. Mit schweizweit 153 Standorten sind die Coop Restaurants das mit Abstand grösste Format. Sie setzen ihren Schwerpunkt auf genussvolle, ausgewogene Speisen, wo möglich aus nachhaltiger Produktion. Besonders erfolgreich waren 2012 die Jamadu-Geburtstagspartys: Mit einem neuen Konzept konnte die Anzahl durchgeführter Kindergeburtstage um das Dreifache gesteigert werden. Seit Herbst erscheint in Gümliigen/BE das erste Restaurant im neu konzipierten Look mit neuem Mobiliar aus nachhaltigen Materialien und einem frischen Farbkonzept. Weitere Gastronomieformate von Coop sind die auf italienische Küche spezialisierten Da Giovanni Restaurants, die Take it-Shops an hochfrequentierten Lagen, die original italienische Gelateria CremAmore sowie die Cafébar Ca'Puccini.

BâleHotels vor grossen Herausforderungen

Die Totalsanierung des Mercure Hotel Europe inklusive Umbau des Nebengebäudes Residence stellt für die BâleHotels eine grosse Herausforderung dar. Seit 1. November 2012 bis Anfang 2014 ist das Haupthaus des «Europe» mit Hotel und Restaurants ganz geschlossen. Aufgrund des starken Frankens verzeichneten alle drei Hotels einen anhaltenden Rückgang an Reisetouristen. Erfreulich sah die Situation im Bereich Gastronomie aus: Hier konnte sich das «Europe» ebenso wie das «Victoria» gegenüber der Konkurrenz behaupten. Gesamthaft erwirtschafteten die drei BâleHotels Victoria, Baslertor und Mercure Hotel Europe einen Umsatz von rund 24 Millionen Franken.

Tropenhäuser vereinen Genuss und Exotik

Aus dem Eisenbahn-Basistunnel durch den Lötschberg fliessen pro Sekunde 70 Liter rund 18 Grad Celsius warmes Bergwasser. Das Tropenhaus Frutigen nutzt diese Wärmeenergie zur Beheizung seiner Gewächshäuser und Aquakulturen. Nach zwei Jahren Anlaufzeit konnte im Bereich Fischzucht und Kaviar ein Durchbruch erzielt und der Umsatz um mehr als 4 % gesteigert werden. Fische und Kaviar werden sowohl in den hauseigenen Restaurants serviert als auch in den Coop Supermärkten angeboten und sogar nach Hongkong exportiert. Der Nettoerlös des Tropenhauses Frutigen betrug 2012 gesamthaft knapp 6 Millionen Franken.

Die Glashäuser des Tropenhauses Wolhusen werden ebenfalls nachhaltig mittels industrieller Abwärme beheizt. Dort gedeihen neben tropischen Früchten, Gemüse und Kräutern auch wärmeliebende Buntbarsche. Zwischen 2010 und 2012 produzierte das Tropenhaus über 18 Tonnen Papayas und mehr als 3 Tonnen Bananen. Das integrierte Restaurant bietet eine Mischung aus regionalen und tropischen Spezialitäten und wurde 2012 mit 13 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet. Der Nettoerlös des Tropenhauses Wolhusen belief sich im Berichtsjahr auf über 3 Millionen Franken.

Die Tropenhäuser Frutigen und Wolhusen wurden 2009 respektive 2010 eröffnet. Coop war zunächst Hauptaktionärin und ist seit 2012 Mehrheitsaktionärin beider Tropenhäuser. Manche Produkte aus Frutigen und Wolhusen sind in ausgewählten Coop Verkaufsstellen und seit 2012 auch im Online-Supermarkt coop@home erhältlich.



Angebots- und Preisleistung

Coop punktet mit Vielfalt, Bio, Qualität und günstigen Preisen

Mit der grössten Markenvielfalt im Schweizer Detailhandel und Eigenmarken für die unterschiedlichsten Konsumentenbedürfnisse profiliert sich Coop am Markt. Kontinuierliche Preissenkungen, zahlreiche Innovationen und eine hohe Qualität überzeugen. Die erneute Umsatzsteigerung bei Bio unterstreicht die Leaderrolle von Coop mit nachhaltigen Produkten.

Preis

Kontinuierliche Fortführung der Preissenkungen

Das Jahr 2012 war stark geprägt durch den auf tiefem Niveau verharrenden Eurokurs und teilweise steigende Rohstoffpreise. Trotz diesem herausfordernden Umfeld konnte Coop auch 2012 weitere Preise senken. Neben zwei grossen Preisabschlagsrunden auf Eigenmarkenprodukte zum Jahresbeginn nahm Coop wöchentlich Preisanpassungen vor. Diese wurden transparent in der Coopzeitung kommuniziert. Über das gesamte Jahr hinweg vollzog Coop Preissenkungen auf insgesamt 1 500 Artikel im Eigenmarken- und Markensortiment. Bereits 2011 hatte Coop die durch den tiefen Eurokurs erzielten Währungsgewinne konsequent und vollumfänglich an ihre Kundinnen und Kunden weitergegeben. Dies bestätigte im September 2012 eine Untersuchung des staatlichen Preisüberwachers. Die Fortführung der Preissenkungen im Berichtsjahr war unter anderem möglich, weil Coop die Produktivität und Effizienz im Unternehmen erneut steigern konnte.



Zudem hat Coop auch im Berichtsjahr mit ihren multinationalen Lieferanten verhandelt und sich zu Gunsten ihrer Kundinnen und Kunden für faire Einkaufspreise eingesetzt. Aus all diesen Massnahmen resultierte bei Coop im Detailhandel eine Minusteuerung von 1,2 %. Damit leistet Coop einmal mehr einen namhaften Beitrag zur Stärkung der Kaufkraft in der Schweiz.

Ausbau der Parallelimporte

Führen Preisverhandlungen mit Lieferanten nicht zu den gewünschten Resultaten, setzt Coop auf zeitlich beschränkte Parallelimporte von Markenartikeln im Food- und Non-Food-Bereich. Dadurch können bessere Beschaffungspreise erzielt werden. Die bürokratischen Hürden sind jedoch hoch und die notwendigen Volumen nicht einfach zu beschaffen. Zudem machen Parallelimporte nicht bei jedem Produkt Sinn und sind aus Logistikgründen auch nicht immer möglich. Allerdings sind sie bei gezieltem Einsatz eine erfolgsversprechende Massnahme. 2012 realisierte Coop deshalb vermehrt und gezielt Parallelimporte.

Preismonitor: Seit fünf Jahren günstig

Der Coop Preismonitor wird seit 2008 jeden Monat im Auftrag von Coop erhoben. Ein unabhängiges, weltweit tätiges Marktforschungsinstitut stellt die korrekte Auswahl und die Vergleichbarkeit der Produkte sicher. Das Ergebnis des Coop Preismonitors ist eindeutig: Coop war 2012 bereits das dritte Jahr in Folge über alle Preislagen hinweg günstiger als die Hauptkonkurrentin. Der Coop Preismonitor vergleicht über 2 200 Artikel des täglichen Bedarfs von Coop und ihrer Hauptkonkurrentin. Es handelt sich dabei um Produkte mit sogenannten nationalen Preisen, also um Produkte, die in der ganzen Schweiz erhältlich sind. Verglichen werden jeweils Produkte aus vier Kategorien: Tiefstpreisartikel, Eigenmarkenartikel, Markenartikel und die Discount-Markenartikel. Im Berichtsjahr war Coop über alle Preislagen hinweg durchschnittlich 0,5 % günstiger als die Hauptkonkurrentin. Die grösste Preisdifferenz zeigte sich bei den Eigenmarkenartikeln, bei denen Coop in den Monaten April und Mai einen Index von 98,4 % erreichte.

Sortimentsvielfalt

Grosse Vielfalt mit nachhaltigen Akzenten

Mit über 40 000 Artikeln über alle Preislagen hinweg bietet Coop die grösste Sortimentsvielfalt im Schweizer Lebensmittelhandel. Coop führt mit Abstand die grösste Auswahl an Markenartikeln. Hinzu kommen zahlreiche Eigenmarkenprodukte.

Ob Nachhaltigkeits-, Zielgruppen- oder Standard-Eigenmarken, ob garantiert günstig oder Premium – das Sortiment ist klar gegliedert, sodass für jedes Kundenbedürfnis die richtige Lösung vorhanden ist. Ein Schwerpunkt sind seit Jahren die Nachhaltigkeits-Eigenmarken und -Gütesiegel. 2012 wurde die Umstellung umsatzstarker Sortimente der Standard-Eigenmarke **Qualité & Prix** auf Fairtrade-Rohstoffe massiv vorangetrieben. Neu trägt der gesamte **Qualité & Prix** Eigenmarken-Kaffee das Gütesiegel Fairtrade Max Havelaar. Weiter ausgebaut wurden auch die Bio-Marke **Coop Naturaplan** und darunter insbesondere das **Bio-Regio** Sortiment, die Eigenmarke **Pro Montagna** für Produkte aus den Schweizer Berggebieten sowie das Angebot an Non-Food-Artikeln unter **Coop Oecoplan**. Beispielsweise führte Coop als erste Detailhändlerin der Schweiz in Zusammenarbeit mit Helvetas Artikel aus FSC-zertifiziertem Gummi mit dem Max Havelaar-Gütesiegel ein. Bei den Genussmitteln gelang Coop eine Abrundung des Angebotes im Bereich Kaffeeapseln: Mit der Einführung der Nespresso®-kompatiblen Kapseln der Marke **Vergnano** sowie der **Chicco-d'Oro**-Kapseln und -Maschinen bietet Coop neu die schweizweit grösste Auswahl an Kaffeeapseln aller Systeme.

Nachhaltigkeits-Eigenmarken und -Gütesiegel

Naturaplan: Kontinuierliches Wachstum

Coop Naturaplan ist die bedeutendste Bio-Marke der Schweiz: Knapp 50 % der verkauften Bio-Lebensmittel gehen bei Coop über den Ladentisch. Im Coop Supermarkt hat jeder dritte Kunde mindestens ein Bio-Produkt in seinem Einkaufskorb. 2012 konnte sich **Naturaplan** mit einem Umsatzwachstum von rund 5 % auf 816 Millionen Franken auch in einem schwierigen Marktumfeld sehr gut behaupten. Das Sortiment an über 1 600 **Naturaplan** Produkten mit dem Gütesiegel von **Bio Suisse** wurde mit zahlreichen Innovationen belebt. Neu gibt es beispielsweise heiss geräucherten Lachs mit Honig. Einen deutlichen Ausbau erfuhr das Sortiment an regionalen Schweizer Bio-Produkten unter dem Namen «von hier». 2013 feiert **Naturaplan** den 20. Geburtstag. Mit einem neuen TV-Spot sowie einem Kunstwerk von **Hans Erni** gab Coop im Berichtsjahr den Auftakt zu einer Serie an Jubiläums-Aktivitäten mit der Kernbotschaft «Für die Liebe zur Natur».

Naturafarm: Für das Tierwohl

Unter **Naturafarm** führt Coop hochwertige Fleisch- und Eierprodukte aus tierfreundlicher Auslauf- und Freilandhaltung in der Schweiz. Die Tierhaltungsprogramme wurden gemeinsam mit dem Schweizer

Tierschutz STS erarbeitet und gehen deutlich über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus. Zum Naturafarm Sortiment zählen unter anderem Natura-Beef Rindfleisch sowie Natura-Veal Kalbfleisch aus tierfreundlicher Mutterkuhhaltung. Diese Nutztierprogramme von «Mutterkuh Schweiz» zeichnen sich durch umfangreiche Haltungs- und Fütterungsbestimmungen im Sinne einer naturnahen, graslandbasierten und tierfreundlichen Fleischproduktion aus. Naturafarm erzielte 2012 einen Umsatz von 442 Millionen Franken und lag damit leicht unter dem Vorjahr. Ein Grund dafür waren die sehr tiefen Preise auf dem Schweinemarkt. Anteilig am jeweiligen Gesamtumsatz erwirtschaftete Coop bei Fleisch- und Eierprodukten rund 30 % mit Naturafarm, bei Rind- und Schweinefleisch sogar rund 60 %.

Oecoplan: Produkte mit ökologischem Mehrwert

Coop Oecoplan steht für Produkte aus dem Non- und Near-Food-Segment mit ökologischem Mehrwert. Mit einem Umsatz von 128 Millionen Franken erzielte Oecoplan im Berichtsjahr ein Wachstum von rund 5 %. Unter den über 1 800 Produkten per Ende 2012 befindet sich ein Schweizer Novum: die ersten Oecoplan Gummiartikel aus nachhaltig gewonnenem und fair gehandeltem Naturkautschuk. Dazu zählen unter anderem Fussbälle aus FSC-zertifiziertem Naturkautschuk aus Sri Lanka, die zudem das Fairtrade-Gütesiegel von Max Havelaar tragen. Begleitet und überwacht wird das Projekt von der Hilfsorganisation Helvetas. Oecoplan baut wenn immer möglich auf die Zusammenarbeit mit unabhängigen Gütesiegeln wie der Knospe von Bio Suisse, FSC oder Topfen. Darüber hinaus entwickelt Oecoplan eigene strenge ökologische und soziale Kriterien.

Naturaline: International ausgezeichnet

Coop Naturaline ist die Eigenmarke für nachhaltige Textil- und Kosmetikprodukte. 2012 erwirtschaftete Coop mit Naturaline einen Umsatz von 66 Millionen Franken. Damit bleibt Coop die weltweit grösste Vermarkterin von fair gehandelter Bio-Baumwolle. Im Textilbereich umfasst das Naturaline Standard-sortiment rund 500 Modelle für die ganze Familie. Dies beinhaltet auch saisonale Kollektionen, wie im Herbst 2012 die ersten Cordhosen und -blazer. Die Bio-Baumwolle stammt aus der direkten Zusammenarbeit mit über 8 300 Kleinbauern in Indien und Tansania. Die Produktion erfolgt seit 2012 – ein Jahr früher als geplant – komplett CO₂-neutral. Im Juni erhielt Naturaline mit «Sustainia 100» eine internationale Auszeichnung für das überzeugende Engagement für ökologische und fair gehandelte Textilien. Die Bekanntgabe der 100 nachhaltigsten Zukunftslösungen erfolgte am Weltgipfel der Vereinten Nationen in Rio de Janeiro.

Pro Montagna: Erfolgreich seit fünf Jahren

Die 2007 lancierte Nachhaltigkeits-Eigenmarke Pro Montagna erfreute sich auch im Berichtsjahr stark wachsender Beliebtheit. Pro Montagna steht für authentische Qualitätsprodukte, die in den Schweizer Berggebieten produziert und verarbeitet werden. Davon profitieren sowohl die Bergbauern als auch die dort ansässigen Verarbeitungsbetriebe. Pro Montagna generierte 2012 einen Umsatz von rund 39 Millionen Franken, was einem Wachstum von 19 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das Pro Montagna Sortiment umfasst über 200 Berg- und Alp-Produkte – vom Käse über Jogurt, Brot und Fleischprodukte bis hin zu Holzspielzeugen. Mit der Berg-Bauernbratwurst mit Kräutern aus dem Neuenburger Jura wurde 2012 erstmals eine Bratwurst lanciert. Für jedes verkaufte Pro Montagna Produkt zahlt Coop einen Beitrag an die Coop Patenschaft für Berggebiete. 2012 kamen so 985 000 Franken zusammen.

Pro Specie Rara: Für den raren Genuss

Dank der seit 1999 bestehenden Zusammenarbeit von Coop und der Stiftung Pro Specie Rara werden traditionelle Sorten und Nutztierassen wieder gezüchtet und die Produkte zurück in die Verkaufsregale gebracht. Über 100 Produkte, darunter verschiedene, fast vergessene Obst- und Gemüsesorten sowie Saatgut, Setzlinge, Zierpflanzen und auch Appenzeller Ziegenmilch-Produkte sind bei Coop erhältlich – vieles davon in Bio-Qualität. Grosser Beliebtheit erfreute sich die von Coop unterstützte Stadtomaten-Kampagne, durch die seltene Tomatensorten Schweizer Stadtbalkone erobern sollten.

Slow Food: Neues Produkte-Logo

Slow Food ist eine Non-Profit Organisation, die sich für einen bewussten und gesunden Konsum, die Wahrung der biologischen Vielfalt, die Wiederentdeckung von vergessenen Geschmäckern sowie den Erhalt von traditionellen Herstellungsmethoden einsetzt. Coop arbeitet seit 2006 mit Slow Food zusammen und unterstützte dabei unter anderem den Aufbau von 25 Presidi in der Schweiz. Presidi sind Projekte von Slow Food zum Schutz kleiner Qualitätsproduktionen, die traditionelles Lebensmittelhandwerk bewahren. 2012 erhielten die Produkte von Slow Food ein neues, eigenes Logo, den «Marchio». Sie sind im Schweizer Detailhandel exklusiv bei Coop erhältlich.

Max Havelaar: Sortiment wächst stetig

Produkte mit dem Fairtrade-Gütesiegel von Max Havelaar erfreuten sich auch 2012 wachsender Beliebtheit. Sie erzielten bei Coop einen Umsatz von 187 Millionen Franken, was einem Plus von 18 %

gegenüber dem Vorjahr entspricht. Die Zusammenarbeit von Coop mit der Max Havelaar Stiftung begann 1992 mit dem Verkauf von Fairtrade-zertifiziertem Kaffee und Honig. Heute geht mehr als jedes zweite in der Schweiz verkaufte Fairtrade-Produkt bei Coop über den Ladentisch. Im Berichtsjahr trieb Coop die 2011 gestartete Fairtrade-Offensive voran und stellte nach Bananen, Rosen, asiatischem Reis und Tafelschokolade auch das Kaffeesortiment der Standard-Eigenmarke *Qualité & Prix* auf Fairtrade um. Nicht zuletzt dadurch wuchs das Fairtrade-Sortiment um über 40 auf total rund 290 Produkte an.

Bio: Kontinuierliches Wachstum

Coop setzte im Berichtsjahr 852 Millionen Franken mit Bio-Lebensmitteln um – rund 5 % mehr als im Vorjahr. Der Gesamtumsatz mit Bio-Produkten (inklusive Bio-Baumwolle) betrug 934 Millionen Franken. Coop ist damit erneut klare Marktführerin für Produkte aus biologischem Landbau. Die Knospe der Bio Suisse ist weltweit eines der strengsten und am besten kontrollierten Gütesiegel für Bio-Produkte. Die Partnerschaft von Coop und Bio Suisse geht auf das Jahr 1993 zurück. Sie orientiert sich im Wesentlichen an zwei Zielen: Förderung der Bio-Landwirtschaft in der Schweiz sowie Stärkung der regionalen Wertschöpfung. Produkte mit dem Knospe-Gütesiegel führt Coop grösstenteils unter der Eigenmarke *Naturaplan*.

MSC: Für nachhaltige Fischerei

Das MSC-Gütesiegel des Marine Stewardship Council steht für Fische und Meeresfrüchte aus zertifiziertem, nachhaltigem Wildfang. Das Gütesiegel basiert auf den Grundsätzen: Schutz der Bestände, minimale Auswirkungen auf das Ökosystem, effektives und verantwortungsvolles Management der Fischerei. Bei Coop tragen rund 52 % des Seafood-Sortiments aus Wildfang das MSC-Gütesiegel. Das Ziel, sämtliche Konservenfische der Standard-Eigenmarke *Qualité & Prix* grösstenteils umzustellen, wird Coop voraussichtlich 2013 erreichen. Mit 64 Millionen Franken per Ende 2012 konnte Coop den MSC-Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um rund 15 % steigern.

FSC: Holz und Papier aus nachhaltiger Produktion

Der Wald als Lebensraum und grüne Lunge ist für Mensch und Tier von unschätzbarem Wert. Deshalb arbeitet Coop mit der Organisation *Forest Stewardship Council* zusammen. Das FSC-Gütesiegel steht für eine umwelt- und sozialverträgliche Waldbewirtschaftung. 2012 erzielte Coop mit FSC-zertifizierten Produkten in allen Verkaufsformaten einen Umsatz von 129 Millionen Franken. Das Sortiment reicht von Schlitten und Kinderspielhäusern über Farbstifte und Notizblöcke bis hin zu Windeln. Die Anzahl an

Produkten aus FSC-Holz hat sich seit 2010 mehr als verdoppelt. Der Umsatzanteil von FSC am gesamten Holzsortiment von Coop beträgt 66 %, bei Papier sind es 57 %. Hier setzt Coop vor allem auf Recycling-Rohstoffe.

Topten: Top Leistung, geringer Energieverbrauch

Produkte mit dem Topten-Gütesiegel zeichnen sich durch einen niedrigen Energieverbrauch, eine geringe Umweltbelastung, gesundheitlich unbedenkliche Produktbestandteile sowie eine gute Gebrauchsfähigkeit und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis aus. Das Siegel wird durch die Schweizerische Agentur für Energieeffizienz (S.A.F.E.) getragen und funktioniert nach dem Bewertungsansatz «Best in Class». Coop lobt Topten seit 2009 auf Eigenmarkenprodukten aus. Über 600 elektrische und elektronische Geräte und Lampen sind bereits auf www.topten.ch gelistet. Der Umsatz mit Topten-Produkten in den Coop Verkaufsformaten betrug 2012 rund 230 Millionen Franken.

Zielgruppen-Eigenmarken

Prix Garantie: Der Name ist Programm

Prix Garantie ist die Tiefstpreis-Eigenmarke von Coop. Die rund 400 Produkte aus den Bereichen Food, Near- und Non-Food decken den täglichen Bedarf ab. Der Name Prix Garantie ist Programm: Coop garantiert, dass sämtliche Produkte dauerhaft mindestens gleich günstig sind wie die vergleichbaren Artikel der Hauptkonkurrenz und der Discounter am Schweizer Markt. 2012 belief sich der Umsatz mit Prix Garantie auf rund 315 Millionen Franken. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr geht auf die zahlreichen Preissenkungen zurück, die Coop quer über alle Sortimente realisiert hat.

Fine Food: Delikatessen zu erschwinglichen Preisen

Die Produkte der Coop Eigenmarke Fine Food bieten kulinarische Delikatessen zu erschwinglichen Preisen. Dank der einzigartigen Qualität und Kulinarik wuchs Fine Food 2012 trotz zunehmender Preissensibilität der Kundinnen und Kunden überdurchschnittlich. Die Eigenmarke erzielte einen Umsatz von über 83 Millionen Franken und übertraf das Vorjahr leicht. 40 Produkteinführungen bei einer gleichbleibenden Gesamtanzahl von rund 400 Artikeln brachten frischen Wind ins Fine Food Sortiment.

Betty Bossi: Stärkung der Partnerschaft

Seit über zehn Jahren verbindet Betty Bossi und Coop eine enge Zusammenarbeit. 2001 hatte Coop 50 % des Aktienkapitals der Betty Bossi Verlag AG von Ringier übernommen und ein Joint Venture ins

Leben gerufen. Bereits 2002 lancierte Coop zusammen mit Betty Bossi die neue Convenience-Marke «Idee Betty Bossi». Coop baute das Sortiment von anfangs 200 Produkten innerhalb eines Jahres auf rund 500 Artikel aus und wurde mit der neuen Eigenmarke Leader im Frischconvenience-Markt der Schweiz. Per 21. Dezember 2012 übernahm Coop den 50 %-Anteil der Ringier an der Betty Bossi AG und hält somit neu 100 %. Mit der vollständigen Übernahme wird Coop Betty Bossi in Geschäftsfeldern wie Zeitung, Kochbücher, Küchen- und Haushelfer sowie Betty Bossi Digital weiter stärken und zudem den Bereich Frischconvenience ausbauen. 2012 erwirtschaftete Coop mit den rund 600 Betty Bossi Produkten einen Umsatz von 460 Millionen Franken. Das sind rund 3 % mehr als im Vorjahr.

Weight Watchers: Essen ohne Reue

Coop und die Organisation Weight Watchers verbindet seit 2005 eine weltweit einmalige Partnerschaft. Coop entwickelt und vertreibt die Produkte exklusiv in der Schweiz. Coop Weight Watchers Produkte sind fett-, zucker- oder salzreduziert sowie reich an Nahrungsfasern und decken alle Nahrungsmittelgruppen ab. Das Sortiment bei Coop reicht von Fertigprodukten und Getränken über Milchprodukte, Wurst- und Fleischwaren bis hin zu Backwaren und Desserts.

Jamadu: Mit Spass zum gesunden Lebensstil

Die Coop Eigenmarke Jamadu erreichte 2012 einen Umsatz von über 18 Millionen Franken. Jamadu steht für ein ganzheitliches Programm, das Kinder mit viel Spiel und Spass für einen gesunden Lebensstil begeistern will. Es umfasst rund 90 Produkte aus den Bereichen Food, Near- und Non-Food. Im Berichtsjahr wurden zehn Artikel eingeführt, die sich wie alle Produkte im Vorfeld der härtesten Jury der Welt stellen mussten: den Kindern selbst. Lanciert wird ausschliesslich, was den prüfenden Blick und die Geschmacksprobe der Kids Experts Jury besteht. Jamadu bietet neben einem breiten Sortiment ein eigenes Magazin für Kinder sowie Dschungel-Geburtstagspartys.

Délicorn: Vegetarischer Genuss immer beliebter

Immer mehr Menschen in der Schweiz essen bewusst kein Fleisch. Nicht zuletzt deshalb erfreuen sich vegetarische Köstlichkeiten, die schnell und einfach zubereitet sind, wachsender Beliebtheit. Délicorn, die Linie von Coop für Alternativen zu Fleisch, nahm diesen Trend auf und erweiterte das Sortiment auf insgesamt 37 Produkte aus Soja oder Weizen. Parallel wurde die Zusammenarbeit mit dem Haus Hiltl, dem ersten vegetarischen Restaurant der Welt, intensiviert. Gemeinsam wurde die Re-

zeptur zahlreicher Produkte systematisch geprüft und wo sinnvoll optimiert. Délicorn generierte 2012 einen Umsatz von über 14 Millionen Franken und liegt damit leicht über dem Vorjahr.

Free From: Erneutes Umsatzplus

Das Sortiment der Coop Eigenmarke Free From umfasst über 60 Produkte, die eigens auf die Ernährungsbedürfnisse von Personen mit einer Nahrungsmittelunverträglichkeit ausgerichtet sind. Die Free From Lebensmittel sind frei von Laktose (Milchzucker), Gluten (Getreide-Eiweiss) oder anderen spezifischen Allergenen. Produkte der Marke Schär – darunter seit Sommer 2012 auch Tiefkühlprodukte – ergänzen das glutenfreie Sortiment. Der Umsatz mit Free From betrug im Berichtsjahr über 17 Millionen Franken, was einem Wachstum von rund 15 % gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Standard-Eigenmarken

Qualité & Prix: Gute Qualität noch günstiger

Die Coop Standard-Eigenmarke Qualité & Prix zeigt, dass Qualität nicht teuer sein muss. Die Produkte aus den Bereichen Lebensmittel, Near- und Non-Food decken den Alltagsbedarf umfassend ab. 2012 erwirtschaftete Coop mit Qualité & Prix einen Umsatz von knapp 2 Milliarden Franken. Der leichte Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahr ist in erster Linie auf zahlreiche Preissenkungen im Eigenmarkensortiment zurückzuführen, welche Coop 2012 gezielt vorgenommen hatte.

Markenartikel

Grösste Vielfalt an Markenartikeln

Coop bietet mit Abstand die grösste Markenvielfalt im Schweizer Detailhandel. Durch regelmässige Promotionen in Zusammenarbeit mit den Markenartikel-Herstellern wird die Markenvielfalt in den Verkaufsstellen für den Kunden erlebbar umgesetzt. Das Markensortiment wird kontinuierlich optimiert und den Kundenbedürfnissen entsprechend weiterentwickelt. Mit der original italienischen Glacémarke CremAmore und dem weltweit bekannten Brand Starbucks konnte Coop 2012 zwei weitere grosse Marken einführen. Insgesamt erbringt Coop rund 47 % des Umsatzes in den Supermärkten und Megastores mit Markenprodukten.



Mehrleistungen

Im Dialog mit den Kunden schafft Coop Mehrwerte

Die Kundinnen und Kunden halten Coop die Treue: Bei praktisch allen Service-Dienstleistungen hat die Nachfrage zugenommen. Konstruktive Rückmeldungen seitens der Kundschaft ermöglichen zahlreiche Qualitätssteigerungen und Angebotsverbesserungen. Von den so geschaffenen Mehrwerten profitieren wiederum die Kunden.

Services

Der Konsumentendienst ist immer gefragt

Die Zahl der beim Coop Konsumentendienst bearbeiteten Anliegen belief sich im Berichtsjahr auf über 190 000. Marketing-Aktivitäten wie Wettbewerbe und Gewinnspiele, aber auch Konsumthemen, die in den Medien thematisiert wurden, führten dazu, dass der Konsumentendienst als zentrale Anlaufstelle des Unternehmens weiterhin sehr gefragt war. Rund 50% der Anliegen waren Bitten um Informationen zu Produkten, Aktivitäten oder Verkaufsstellen. Coop ist die Meinung ihrer Kundinnen und Kunden sehr wichtig. Kundenmeldungen beeinflussen Entscheidungen und führen zum Beispiel zu Rezepturänderungen, zur Distribution eines Produktes bis in kleinere Verkaufsstellen oder zur Verbesserung von Anwendungen im Internet.

Verstärktes Engagement der Coop Medienstelle

Im Hinblick auf die Eurokursentwicklung und die steigenden Rohstoffpreise standen bei den Medienanfragen an Coop 2012 wiederum die Preisentwicklung und Preisstrategie im Fokus. Zunehmend an Bedeutung gewannen die Themen Qualitätssicherheit, Soziale Nachhaltigkeit und verantwortungsvoller Umgang mit Lebensmitteln und Ressourcen. Die Coop Medienstelle versandte im Berichtsjahr 64 Medienmitteilungen und beantwortete rund 2 100 Medienanfragen. Rund 82% der Anfragen stammten aus der Deutschschweiz, 17% aus der Suisse Romande und 1% aus dem Tessin.

Hello Family Club: Eine Million Mitglieder

Der Hello Family Club von Coop wächst stetig. Er zählte Ende 2012 über 330 000 Mitgliederfamilien und total mehr als eine Million Mitglieder. 2012 lancierte der Familienclub zahlreiche neue Attraktionen. Zusätzlich zur Monatsaktion, bei der die Clubmitglieder von Vergünstigungen auf familienrelevante Sortimente profitieren, gab es im Juli und August jeweils mittwochs die zehnfachen Superpunkte auf den gesamten Einkauf. Ein grosser Erfolg war die Frühjahrs-Treue-aktion, bei der Mitglieder beim Kauf von zehn



Packungen Pampers gratis einen Bobby Car erhielten. Daneben gab es Verlosungen, zum Beispiel von 10 000 Gratis-Abos einer Familienzeitschrift oder von Kinotickets für Familienfilme.

Supercard: Mehr Kunden bezahlen mit Punkten

2012 sammelten über 4 Millionen Menschen mit ihrer Coop Supercard Treuepunkte. Die Anzahl der aktiven Kartenkonten lag bei über 3 Millionen. Damit ist die Supercard weiterhin das erfolgreichste Kundentreueprogramm der Schweiz. Mehr als 85 % der gesammelten Punkte werden für das Bezahlen eingesetzt – sei es in den Non-Food-Abteilungen von Coop City oder bei speziellen Promotionen wie Supercash. Im Frühjahr wurde mit dem Millionenspiel «Big Win» die grösste Promotion seit dem zwölfjährigen Bestehen der Supercard durchgeführt. Insgesamt beteiligten sich 18 Supercard-Partnerkanäle aktiv. Im Zusammenhang mit der Einführung eines neuen Informatiksystems hat Coop die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Supercard umfassend überarbeitet. Neu ist damit auch eine Warenkorbanalyse möglich, die jedoch nur vorgenommen wird, wenn vom Kunden aktiv den neuen AGB zugestimmt wurde. Die Kundinnen und Kunden profitieren durch die Warenkorbanalyse von individuelleren Angeboten und verbesserten Servicemöglichkeiten.

Supercardplus gewinnt Neukunden

Die Zahl der Inhaber einer Supercardplus Gratskreditkarte stieg erneut an. Ende 2012 befanden sich rund 425 000 Karten in Umlauf und damit 30 000 mehr als im Vorjahr. Die Supercardplus ist als Mastercard oder Visa Karte erhältlich und sammelt bei jedem Einkauf automatisch Superpunkte. In der zweiten Jahreshälfte startete Coop die Promotion «Supersamstag», bei der Kundinnen und Kunden, die am Samstag im Coop Supermarkt mittels Supercardplus bezahlten, die dreifache Anzahl Superpunkte erhielten.

Starker Zuwachs bei Coop Mobile

Das Mobilfunkangebot Coop Mobile Abo verzeichnete 2012 mit insgesamt über 10 000 Neuabonnenten die grösste Zunahme seit dem Start vor fünf Jahren. Der markante Anstieg gründet insbesondere auf dem neuen Paket-Angebot mit einem iPhone, kombiniert mit den anerkannt attraktiven Tarifplänen. Auch das Prepaid-Angebot von Coop Mobile war so gefragt wie nie zuvor: Es gewann 2012 über 100 000 Neukunden.

Coop Depositenkasse: Solides Wachstum

Die attraktiv verzinsten und spesenfrei geführten Depositenkonten und Kassenobligationen, welche die Coop Depositenkasse ihren Mitgliedern anbietet, waren auch 2012 gefragt. Die Kundeneinlagen der Coop Depositenkasse nahmen kontinuierlich zu – trotz

einer gesetzlichen Änderung in der Bankenverordnung, welche den Anlegern seit Januar 2012 restriktivere Rückzugsmöglichkeiten auferlegte. Die Anzahl der Euro- respektive Change-Transaktionen waren im Vergleich zum Rekord-Vorjahr leicht rückläufig. Dennoch erfreut sich der spesenfreie Fremdwährungswechsel der Coop Depositenkasse weiterhin grosser Beliebtheit.

Qualitätsmanagement

Rund 425 000 Prüfungen im eigenen Labor

Qualitätssicherung ist bei Coop ein Prozess, der sich von der Rohstoffgewinnung über den Verkauf bis zum Verzehr oder Gebrauch der Produkte erstreckt. Das Coop Qualitätsmanagement ist zentral und unabhängig aufgestellt und auf die Kernprozesse Beschaffung, Logistik und Verkauf ausgerichtet. Neue Erkenntnisse im Bereich Qualität und Produktsicherheit fliessen laufend in die Prozesse ein und werden durch Coop-eigene Experten anhand vertiefter Risikoanalysen gewichtet. Dabei arbeitet Coop eng mit Behörden und Wissenschaft zusammen. So können akute Qualitätsthemen zeitnah erfasst und angegangen werden. Zur Qualitätskontrolle führt Coop risikobezogene Produktprüfungen im eigenen Labor und Betriebs-Audits bei Lieferanten durch. Zudem finden in den Coop Verkaufsstellen regelmässig unangekündigte Kontrollen statt. 2012 realisierte Coop insgesamt rund 425 000 Prüfungen an 18 000 Proben.

Strenge Anforderungen in Beschaffung, Logistik und Verkauf

Geschäftspartner von Coop müssen neben qualitativen Produktstandards auch soziale, ethische und ökologische Anforderungen erfüllen. Coop verlangt, dass jeder Geschäftspartner ein eigenes Qualitätsmanagement betreibt und so die Einhaltung der «Guten Herstellpraxis» sowie regelmässige Qualitätsprüfungen sicherstellt. Auch die Umsetzung offizieller Standards wie die der Global Food Safety Initiative (GFSI) ist vertraglich geregelt und wird durch neutrale Kontrollstellen garantiert. Bei Warenbeschaffungen aus Fernost unterstützt die Eurogroup Far East Ltd. Coop direkt vor Ort. Zum umfassenden Qualitätsverständnis von Coop gehört auch die Kontrolle der Abläufe nach der eigentlichen Warenproduktion bis in die Verkaufsstellen. Hier spielt die Selbstkontrolle eine unverzichtbare Rolle. Sie ist in allen Coop Verkaufsstellen und Restaurants obligatorisch und umfasst unter anderem die Kontrolle der Verkaufsfristen der Produkte sowie alle Hygieneaspekte. 2012 überarbeitete Coop sämtliche Handbücher für den Bedienungverkauf und passte sie den aktuellen Gegebenheiten an. Die Mitarbeitenden in den betroffenen

Bereichen wurden durch Fachleute eingehend über die Neuerungen instruiert. Mit regelmässigen Laden- und Hygienekontrollen durch die regionalen Qualitätsverantwortlichen stellt Coop sicher, dass alle Vorgaben korrekt umgesetzt werden.

Externe Zertifizierung im Offenverkauf

Im Berichtsjahr wurden sämtliche Coop Verkaufsstellen mit Bedienungverkauf in den Bereichen Fleisch, Fisch, Käse und Frischeinseln einer externen Auditierung unterzogen. Geprüft wird die Einhaltung des Hygiene- und Reinigungskonzepts, der Lager- und Verkaufsfristen sowie der Deklarationsvorschriften. Weiteres Augenmerk liegt auf der korrekten Lagerung und Rückverfolgbarkeit der Produkte, der exakten Einhaltung der Rezepturen sowie der Prozessstreu in der täglichen Arbeit. Die Auditierung betrifft schweizweit 437 Verkaufsstellen. In Ergänzung zur externen Zertifizierung wird jede Verkaufsstelle einem Gesamtaudit durch die interne Qualitätssicherung und einem weiteren spezifischen Audit mit Fokus auf die Frischebereiche unterzogen.

Werbung / Kommunikation

Werbeaktivitäten begleiten durch das Jahr

Die Haupt-Werbeaktivitäten von Coop starteten im Frühjahr mit dem Millionen-Gewinnspiel «Big Win». Es wurde parallel in allen Supercard-Partnerunternehmen der Coop-Gruppe durchgeführt und war das erste Gewinnspiel dieser Grössenordnung. Als Sofortprämie konnten Teilnehmende mit jedem Los bei Universal Music einen Song gratis downloaden. Der Sommer war geprägt durch die Coop Grillkampagne, deren «Tsch Tsch» zum geflügelten Begriff des Sommers wurde. Im September gab Coop mit dem neuen Naturaplan TV-Spot den Auftakt zum 20-Jahr-Jubiläum der Coop Eigenmarke im Jahr 2013. Der Spot und der Bio-Song «I love» stellen auf eine lebensfrohe Art und Weise die Liebe zur Natur in den Mittelpunkt. «I Love» schaffte es als erster Schweizer Werbe-Song auf Platz eins der Schweizer Singles-Hitparade. Im November lancierte Coop mit «Simsalawin» ein neues grosses Gewinnspiel in den Coop Supermärkten, bei Coop City und Coop Bau+Hobby. Zu gewinnen gab es einzigartige Preise wie beispielsweise die Möglichkeit eines Heiratsantrags im Fernsehen.

Coop Presse erweitert Leistungsspektrum

Als meistgelesene Printprodukte der Schweiz versorgen die drei Wochenzeitungen Coopzeitung, Coopération und Cooperazione ihre Leserschaft mit Informationen zu Konsumthemen und Nachhaltigkeit sowie mit aktuellen Informationen zu Angeboten und Leistungen von Coop. Mit einer Gesamtauflage

von 2 548 281 Exemplaren und gegen 3,4 Millionen regelmässigen Leserinnen und Lesern finden sie in durchschnittlich sechs von zehn Haushalten Beachtung. Dies bestätigte die jährliche Erhebung des unabhängigen Schweizer Medienforschungsunternehmens Wemf AG. 2012 gingen aus der Partnerschaft mit Schweiz Tourismus erstmalig zwei erfolgreiche Beilagen mit exklusiven Freizeitangeboten hervor. Ergänzend zur Printpublikation testet die Coop Presse laufend Möglichkeiten in den neuen Medien. Beispielsweise publiziert Cooperazione jede Woche die Zeitung als E-Paper für das iPad und das iPhone. Des Weiteren baute die Coop Presse das regionale Engagement aus und stationierte für die Cooperazione erstmals zwei Redakteurinnen im Tessin.

Besucherrekord für Coop Internet

Im Coop Internet gab es im Jahr 2012 drei Schwerpunkte. Der erste waren attraktive Promotionen wie zum Beispiel «Big Win» oder die Grill-Kampagne. Diese wurden verstärkt online umgesetzt und von den Kundinnen und Kunden gut angenommen. So erreichte die Coop Website während «Big Win» bei der Besucherreichweite pro Monat die Top Ten der Schweiz. Den zweiten Schwerpunkt setzte Coop mit einer auf die Optimierung des Kundennutzens ausgerichteten Neugestaltung der Webauftritte von Supercard, Supermarkt und Restaurants. Zu guter Letzt wurden insbesondere die Coop Homepage modernisiert, die Suchfunktion verbessert und die Nutzungsmöglichkeiten über mobile Endgeräte ermöglicht.

Mit Sponsoring nah bei den Kundinnen und Kunden

Das Sponsoring-Engagement von Coop deckte 2012 wiederum ein breites Spektrum ab und vermochte viele Kundinnen und Kunden zu begeistern. Im Bereich Breitensport verzeichnete das Coop Gemeinde Duell mit 221 000 Teilnehmenden einen neuen Rekord. Auch die Turnshow Swiss Cup in Zürich, die Coop seit 2004 als Ergänzung zu den kantonalen und eidgenössischen Turnfesten unterstützt, zog deutlich mehr Besucher in die Halle und vor den Fernseher als im Vorjahr. Im Bereich Kultur verzeichneten die Thuner Seespiele einen neuen Besucherrekord: Das Musical «Titanic» brachte Coop als Presenting Sponsor mit 83 000 Besuchern in Kontakt. Die Theaterformation Mummenschanz konnte ihre Jubiläumstournee dank Grosseffort bis Ende 2012 verlängern und das Comedy-Duo Divertimento knüpfte mit seinem neuen Stück «Gate 10» an die bisherigen Erfolge an. Die Auftritte waren jeweils innerhalb von wenigen Stunden ausverkauft. Coop engagiert sich auch für zahlreiche Kinder- und Familienevents und unterstützte im Berichtsjahr unter anderem das Kindermusical «Michel aus Lönnenberga».



Logistik, Informatik und Immobilien

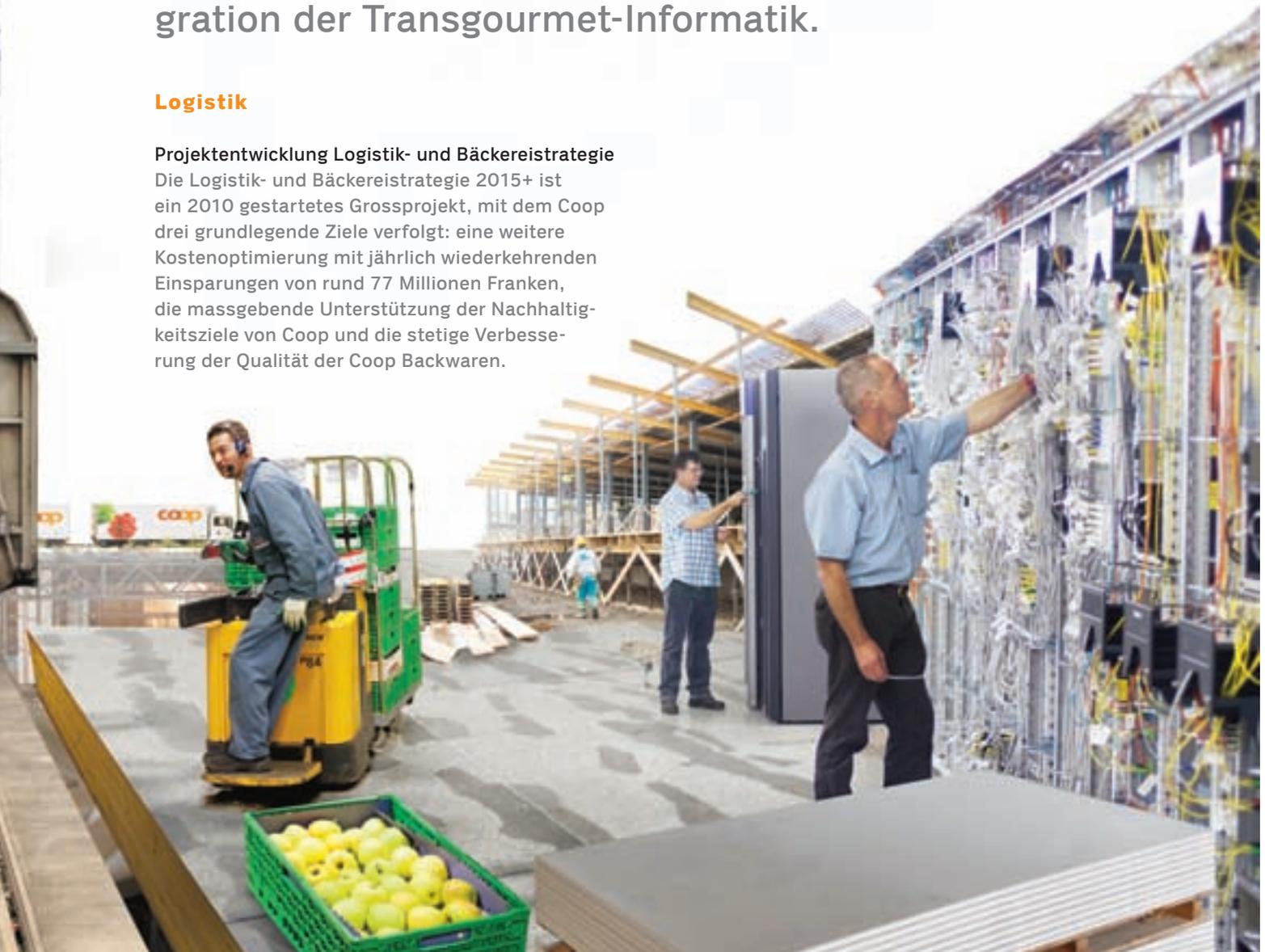
Eine Optimierung der Standorte und Prozesse bringt mehr Effizienz und Ökologie

Kontinuierliche Investitionen in die Verbesserung der Logistikprozesse bringen grosse Kosteneinsparungen und Vorteile für die Umwelt. Die Konzentration der Standorte schafft Synergien und ermöglicht mehr Transporte auf der Schiene. Auch die Informatik nutzt Synergien: durch ein einheitliches Kassensystem für die verschiedenen Verkaufsformate und die Integration der Transgourmet-Informatik.

Logistik

Projektentwicklung Logistik- und Bäckereistrategie

Die Logistik- und Bäckereistrategie 2015+ ist ein 2010 gestartetes Grossprojekt, mit dem Coop drei grundlegende Ziele verfolgt: eine weitere Kostenoptimierung mit jährlich wiederkehrenden Einsparungen von rund 77 Millionen Franken, die massgebende Unterstützung der Nachhaltigkeitsziele von Coop und die stetige Verbesserung der Qualität der Coop Backwaren.



Kernstück der neuen Strategie ist der Ausbau der bestehenden Verteilzentrale Schafisheim. Nach der Eingabe des Hauptbaugesuchs im Frühjahr 2012 erhielt Coop im Januar 2013 die definitive Baubewilligung für das Grossvorhaben. Parallel begann Coop damit, die Abläufe in den neuen Gebäude-Strukturen zu planen, beispielsweise den Bau einer neuen Grossbäckerei. Auch die bestehende Verteilzentrale Dietikon soll umfunktioniert werden: Sie übernimmt künftig die Coop@home-Logistik von Spreitenbach sowie die Belieferung der Coop Pronto Shops, die bis anhin über Basel und Schafisheim abgewickelt wurde. Damit der Ausbau in Schafisheim planmässig erfolgen kann, ist die Pronto Logistik 2012 in ein nahegelegenes Provisorium bei einem externen Logistikdienstleister verlegt worden.

Investition in neuen Standort Pratteln

Als Fortführung der Logistik- und Bäckereistrategie 2015+ gab Coop im Oktober 2012 ein weiteres klares Bekenntnis zum Produktionsstandort Schweiz ab: Per 2016 wird in Pratteln auf 80 000 m² ein neuer Produktionsstandort entstehen. Der Coop Produktionsbetrieb Chocolats Halba wird nach Pratteln verlegt, die bisherigen Standorte in Wallisellen und Hinwil werden zirka Ende 2016 geschlossen. Alle betroffenen Mitarbeitenden erhalten ein Jahr vor der Stilllegung ein neues Stellenangebot innerhalb der Coop-Gruppe. Am neuen Standort in Pratteln wird Chocolats Halba mit den Produktionsbetrieben Cave und Sunray sowie mit der Logistik unter einem Dach sein – das schafft nicht nur Synergien sondern auch weitere CO₂-Einsparungen.

Railcare: Technisch und ökologisch auf Kurs

Ein wichtiger Akteur in der gesamten Logistik- und Bäckereistrategie ist das Transportunternehmen Railcare AG, das seit 2010 Teil der Coop-Gruppe ist. Nach dem System des unbegleiteten kombinierten Verkehrs (UKV) verbindet Railcare Strassen- und Schienentransporte. Die Ware wird in Wechselbehältern vom Zug auf den Lastwagen geladen und umgekehrt – eine umweltschonende Möglichkeit, die insbesondere beim Logistik-Grossprojekt Schafisheim zum Zuge kommen wird. 2012 hat Railcare bereits über 17 500 Wechselbehälter für Coop transportiert. Mit der neuen Versorgungslinie Süd/Nord, die täglich Früchte und Gemüse im UKV von der Logistikplattform Stabio in die regionalen Verteilzentralen bringt, kommen seit Dezember weitere 840 Wechselbehälter dazu. Durch die mit UKV abgewickelten Transporte konnte Coop 2012 über 2 000 Tonnen CO₂ einsparen. Ab Juli 2013 wird Railcare zudem 42 Food-Verkaufsstellen in der Region Genf dreimal täglich von der regionalen Verteilzentrale Aclens aus mittels Pendelzug beliefern.

Automatisierte Kommissionierung in Bern

Im Mai nahm Coop in der Verteilzentrale Bern eine Anlage zur automatischen Kommissionierung von ultra-frischer Ware und Molkereiprodukten in Betrieb. Mit der im bestehenden Gebäude eingebauten Anlage lassen sich pro Stunde bis zu 3 200 Colli (Verpackungseinheiten) verkaufsstellengerecht kommissionieren. Die Automatisierung sorgt dafür, dass die Fehlerquote gleich Null ist und den Mitarbeitenden die teils mühsame Handarbeit, Plastikgebinde auf Kopfhöhe zu heben, erspart bleibt.

Neue Impulse durch Austauschprogramm

Im Berichtsjahr konnten Leiter von Coop Verteilzentralen sowie Coop Produktionsbetrieben erstmals an einem Austausch mit Unternehmen der Beschaffungskoooperation Coopernic teilnehmen. Die Managementmitarbeitenden besuchten jeweils eine Woche lang einen Logistik- oder Produktionsbetrieb in Deutschland, Belgien oder Italien und konnten sich so ein Bild der dortigen Arbeitsabläufe machen. Im Gegenzug kam ein Vertreter des ausländischen Betriebs in die Schweiz. Der Wissensaustausch förderte das gegenseitige Lernen und liess neue Ideen entstehen.

Informatik

Ausweitung der einheitlichen Kassenslösung

Die Coop Informatik setzte 2012 die Einführung der neuen Kassenslösung in den Formaten Coop Bau+Hobby, Coop City und Import Parfumerie fort. Daneben wurde die Lösung auch funktional erweitert. Inzwischen sind schweizweit rund 1 200 Verkaufsstellen in sechs verschiedenen Formaten mit dem einheitlichen Kassensystem produktiv. Mit der Umstellung der Coop Restaurants soll die Implementierung 2013 abgeschlossen werden.

Neues Warenwirtschaftssystem in Verkaufsstellen

Im Rahmen der Ablösung des bestehenden Warenwirtschaftssystems durch eine modernere Softwarelösung startete 2012 eine Pilotphase in rund 30 Food-Verkaufsstellen. Mit dem neuen System Ergo sollen vor allem die Bestellprozesse – seien sie automatisiert via Sales-based-Ordering oder manuell – verbessert werden. Die vollständige Ablösung der alten Warenwirtschaft wird voraussichtlich 2013 erfolgen.

Transgourmet-Umstellung schreitet voran

Bereits 2011 begann Coop damit, jene Informatik-Systeme der Transgourmet-Gruppe, die bei der Rewe Informations-Systeme GmbH (RIS) gehostet werden, herauszulösen und in die Coop Informatik

zu integrieren. 2012 konnte Coop die neuen Systeme für das Rechnungswesen bereitstellen und die Buchungskreise der Fegro/Selgros Deutschland bereits vollständig migrieren. Der Abschluss des Projekts «Integration Informatik Transgourmet-Gruppe» ist auf Ende 2013 terminiert.

Immobilien

Zahlreiche Grossprojekte realisiert

Die Direktion Immobilien verwaltete per Ende 2012 total 40 Einkaufszentren, in denen neben Coop Verkaufsformaten auch Drittpartner vertreten sind. In der Verantwortung der Direktion Immobilien befindet sich jedoch nicht nur das Einkaufszentren-Management. Sie betreibt zudem das Portfolio-, Bau-, Asset- sowie Facility-Management und bewirtschaftet den gesamten Immobilienbestand für das Coop Kerngeschäft. Die Entwicklung und Realisierung neuer Projekte nahm im Berichtsjahr grossen Raum ein. So fand am 21. März 2012 die Gesamteröffnung der erweiterten Verkaufsstelle in Frick statt und im April öffnete der neu gebaute Toptip in Pratteln seine Türen. Im Herbst konnte die erweiterte Verteilzentrale von Interdiscount in Jegenstorf in Betrieb genommen werden. Kurz darauf feierte das etappenweise modernisierte Einkaufszentrum in Canobbio seine Eröffnung. Am 29. November wurde schliesslich der Neubau der kombinierten Verkaufsstelle Coop Supermarkt und Bau+Hobby in Einsiedeln eröffnet. Noch nicht vollständig abgeschlossen waren Ende 2012 die Modernisierung des Prilly Centre, die Sanierung des Mercure Hotel Europe in Basel sowie die Erweiterung und Modernisierung des Einkaufszentrums Tägipark in Wettingen. Daneben befanden sich insgesamt 31 Grossprojekte in der Planungs- oder kurz vor der Realisierungsphase.



krerikson
foodservice

prodega

Natives
Olivenöl Extra

Transgourmet-Gruppe

Abhol- und Belieferungsgrosshandel ergänzen das Geschäft

Coop setzt mit Transgourmet auf ein neues Geschäftsfeld mit guten Zukunftsperspektiven. Die Gruppe konnte in einem anspruchsvollen Umfeld ihren Umsatz und Ertrag steigern. Die fünf Unternehmen in Deutschland, Frankreich, Polen, Rumänien, Russland und der Schweiz investierten in neue Märkte, Logistikstandorte und Sortimentserweiterungen. Aus dem Zusammenschluss ergeben sich auch Synergien: Prodega / Growa und Howeg gehen fortan gemeinsame Wege.

Transgourmet Holding AG

Grosshandel als zweites Standbein von Coop

Durch die vollständige Übernahme der Transgourmet-Gruppe im Januar 2011 investierte Coop in ein zweites Standbein mit guten Zukunftsperspektiven. Die Transgourmet Holding AG ist im Abhol- und im Belieferungsgrosshandel tätig und bedient die Länder Schweiz, Frankreich, Deutschland, Polen, Rumänien und Russland. Zu ihr zählen Fegro / Selgros, Prodega / Growa, Rewe-Foodservice, Transgourmet France und Howeg. Als zweitgrösstes Cash+Carry- und Foodservice-Unternehmen in Europa beschäftigte die Transgourmet-Gruppe 2012 europaweit



22 652 Mitarbeitende. Der Gesamtumsatz belief sich auf rund 8,3 Milliarden Franken, wovon 5,1 Milliarden Franken im Abholgrosshandel und rund 3,2 Milliarden Franken im Belieferungsgrosshandel erbracht wurden. Damit realisierte die Transgourmet-Gruppe ein erfreuliches Umsatzwachstum von 0,4 %. Wechselkursbereinigt stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 3 %. Der Anteil von Transgourmet am Gesamtumsatz der Coop-Gruppe beträgt neu 29,7 %.

Zusammenschluss von Prodega/Growa und Howeg

Im Berichtsjahr haben sich die beiden Marktführer im Schweizer Abhol- und Belieferungsgrosshandel, Prodega/Growa Cash+Carry und Howeg, entschieden, ab 2013 mit einer gemeinsamen Strategie in die Zukunft zu gehen. Mit diesem Zusammenschluss erhält die Schweizer Gastronomiebranche den ersten Anbieter, der sämtliche Bedürfnisse unter einem Dach abdeckt. Die Marken Howeg für Belieferung und Prodega/Growa für Cash+Carry werden dabei weitergeführt. Das gemeinsame Vollsortiment setzt sich aus über 30 000 Artikeln zusammen, wobei neu bis zu 20 000 Artikel direkt beliefert werden. Zusätzlich profitieren die Kunden von zahlreichen gemeinsamen Eigenmarken und Kunden-Aktivitäten. Prodega/Growa/Howeg wird bis Ende 2013 vier neue Regionallager in Quartino, Satigny-Genève, Chur und Neuendorf sowie im Mai 2013 in Satigny-Genève einen neuen Prodega Abholgrossmarkt eröffnen. Die Verwaltung der beiden Unternehmen wird bis 2015 in Moosseedorf zusammengeführt, ein Stellenabbau ist nicht geplant. Den von dem Zusammenschluss betroffenen Mitarbeitenden werden interne Lösungen innerhalb der Transgourmet Schweiz AG oder der Coop-Gruppe angeboten.

Abholgrosshandel

Fegro/Selgros: Neues Designkonzept für alle Länder

Per Ende 2012 führte Fegro/Selgros Cash+Carry 84 Abholgrossmärkte in Deutschland, Polen, Rumänien und Russland und beschäftigte insgesamt 13 922 Mitarbeitende.

In Deutschland ist Fegro/Selgros mit 44 Betriebsstätten und insgesamt 416 622 m² Verkaufsfläche einer der führenden Cash+Carry-Anbieter. Das Unternehmen bietet mehr als 25 000 Food- und 28 000 Non-Food-Artikel zu Grosshandelspreisen. Zu den 1,5 Millionen Kunden zählen Gastronomen, Kioske, Einzelhändler und andere Gewerbetreibende. Mit Aschaffenburg, Chemnitz und Ingolstadt wurden 2012 drei weitere Märkte auf das neue Store-Konzept umgestellt. Insgesamt präsentieren

sich nun sechs Fegro/Selgros-Märkte in Deutschland mit neu gestalteten Verkaufsbereichen und modernster Technik.

Das Standortnetz der seit 1997 in Polen tätigen Selgros Cash+Carry umfasste im Berichtsjahr 15 Märkte mit einer Gesamtfläche von 148 015 m². Der 15. polnische Selgros-Markt wurde im Juni in Gleiwitz eröffnet. Zudem stellte Selgros Polen mit Warschau und Krakau zwei weitere Märkte in Layout und Design auf ein neues Konzept um. Das Unternehmen bietet den 860 000 gewerblichen Kunden über 45 000 Food- und Non-Food-Artikel. Den Schwerpunkt bilden die Frische-Bereiche mit Fleisch aus eigenem Zuschnitt, Fische, Obst und Gemüse. Auch in Rumänien zählt Selgros Cash+Carry mit 19 Grossmärkten und einer Verkaufsfläche von insgesamt 179 221 m² zu den wichtigsten Handelsketten. Die rund 850 000 Kunden schätzen das Angebot an mehr als 40 000 Food- und Non-Food-Artikeln von überwiegend einheimischen Lieferanten und Produzenten. Im Frühjahr stellte Selgros Rumänien die Obst-/Gemüse-Belieferung erfolgreich auf ein Plattformkonzept um. Im Rahmen der schrittweisen Modernisierung wurden 2012 landesweit fünf Grossmärkte modernisiert. Vier Märkte erhielten zudem Frischfischabteilungen mit einer Grösse von 200 m². Als erster Handelsbetrieb in Rumänien installierte Selgros Cash+Carry auf dem Grossmarkt in Pantelimon eine Photovoltaik-Anlage. Auf dem russischen Markt ist Selgros Cash+Carry seit 2008 vertreten. Die sechs Grosshandelsmärkte mit einer Gesamtfläche von 53 042 m² bieten den insgesamt 700 000 Kunden rund 45 000 Food- und Non-Food-Artikel. 2012 wurde der Markt in Moskau-Kotelniki auf ein neues Designkonzept umgestellt, welches zukünftig an allen Standorten umgesetzt wird. Mit Eröffnung des neuen, insgesamt sechsten Marktes in Kazan startete erstmals die Belieferung der Märkte über einen Logistikdienstleister.

Prodega/Growa: Erste Kooperation mit Howeg

Prodega/Growa Cash+Carry ist Schweizer Marktleader im Abholgrosshandel. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Moosseedorf beschäftigte im Berichtsjahr 1 329 Mitarbeitende und betrieb 27 Abholgrossmärkte: 19 Prodega- und acht Growa-Märkte. Diese bieten den knapp 90 000 Kunden aus Gastronomie, Detailhandel und Gewerbe auf einer Verkaufsfläche von insgesamt 112 516 m² ein vielfältiges Vollsortiment an rund 35 000 Food- und Non-Food-Artikeln. 2012 wurde insbesondere das Angebot in den Segmenten «Regionalität» und «Schnellverpflegung» erweitert. Im Berichtsjahr konnte Prodega/Growa für die geplante Expansion 2013 in Satigny-Genève einen Standort sichern und bereits mit dem Bau beginnen. Im Zuge des ge-

planten Zusammenschlusses von Prodega/Growa und Howeg ab 2013 führten die beiden Unternehmen bereits 2012 im Tessin den Abholgrosshandel mit dem Belieferungsgrosshandel zusammen. Dadurch profitieren die Tessiner Gastronomen vom Vollsortiment von Prodega und Howeg sowie von einer flexiblen Belieferung vor Ort. Zudem startete Prodega/Growa mit dem Umbau des Markts in Chur auf die Howeg-Plattform.

Belieferungsgrosshandel

Rewe-Foodservice investiert in Logistik

Die Rewe-Foodservice GmbH beschäftigt 2012 insgesamt 3 322 Mitarbeitende und zählt zu den führenden Unternehmen im Belieferungsgrosshandel in Deutschland. Rewe-Foodservice agiert von 16 Betriebsstandorten aus und verfügt zudem über vier Abholgrossmärkte. Zu den über 35 000 Kunden zählen Grossverbraucher aus Hotellerie, Gastronomie, Betriebsverpflegung und sozialen Einrichtungen. Diese werden von Rewe-Foodservice mit insgesamt 36 500 Artikeln aus den Bereichen Lebensmittel, Gebrauchs- und Verbrauchsgüter sowie Grossküchenausstattungen versorgt. Mit dem Tochterunternehmen Transgourmet Seafood GmbH in Bremerhaven verfügt Rewe-Foodservice über eine führende Logistikkreislauf für Frischfisch, frisches Seafood und andere maritime Food-Produkte. Im Juni 2012 nahm in Riedstadt das neue Logistikzentrum für das Rhein-Main-Gebiet seinen Betrieb auf. Auf einer Gesamtfläche von 20 000 m² lagern hier Trockenprodukte, Tiefkühlware sowie frische Lebensmittel. Das Gebäude ist ein Vorzeigebauwerk in Sachen Nachhaltigkeit: so wurde beispielsweise auf dem Dach eine 15 000 m² grosse Photovoltaik-Anlage installiert. Auch in Bayreuth in Oberfranken eröffnete Rewe-Foodservice ein neues Logistikzentrum mit 8 500 m² Lagerfläche. Daneben entstand in Trossingen, Baden-Württemberg, ein neues Umschlaglager. Am 1. Februar 2012 übernahm Rewe-Foodservice das Unternehmen Ringk, ein hessischer Lieferant für Feinkost- und Molkereiprodukte. Im Sinne eines verstärkten Nachhaltigkeitsengagements schuf Rewe-Foodservice 2012 zwei neue Stellen im Bereich Nachhaltigkeitscontrolling und Gesundheitsmanagement.

Transgourmet France zählt neu vier Unternehmen

Transgourmet France ist ein Zusammenschluss von vier Unternehmen: Transgourmet Opérations, All Fresh Logistique, Pro Hygiène Service und Eurocash. Mit 38 000 Artikeln aus den Bereichen Lebensmittel und Hygiene ist Transgourmet France Hauptlieferant für 60 000 Gastronomiebetriebe,

Bäckereien und Patisseriegeschäfte. Das macht sie zur Nummer zwei im Belieferungsgrosshandel in Frankreich. Transgourmet France und ihre Tochterfirmen zählten 2012 insgesamt 3 694 Mitarbeitende an 41 Standorten. Transgourmet Opérations konzentrierte sich im Berichtsjahr auf eine Straffung des Sortiments, um die Nachfrage der Kunden – soziale Einrichtungen, Gastronomiebetriebe, Bäckereien und Patisseriegeschäfte – noch gezielter zu erfüllen. Zudem konnte Transgourmet Opérations drei weitere Betriebe nach ISO 22000 zertifizieren. All Fresh Logistique ist marktführend im Belieferungsgrosshandel für Früchte und Gemüse, Fisch und Meeresfrüchte im Grossraum Paris. 2012 errichtete All Fresh Logistique in Rungis im Grossraum Paris eine Seafood-Plattform und belieferte die Region Ile-de-France neu mit Bio-Produkten aus drei Temperaturzonen. Weiter bietet Transgourmet France mit Pro Hygiène Service eine umfassende Palette von Hygiene- und Pflegeprodukten für unterschiedliche Branchen an. Eurocash gehört erst seit 1. Juni 2012 zu Transgourmet France. Das im elsässischen Schiltigheim ansässige Unternehmen führt einerseits ein Cash+Carry-Geschäft mit einem reichen Angebot für die Gastronomie und das Bäckerei- und Patisseriegewerbe. Andererseits besitzt Eurocash einen Lagerteil, von dem aus mit einer Flotte von 21 Fahrzeugen Kunden in den Departementen Bas-Rhin und Haut-Rhin beliefert werden.

Howeg: Massiver Sortimentsausbau

Howeg bedient die Hotellerie, Gastronomie, Heime, Spitäler, Kantinen und Schulen und ist Marktführerin im Schweizer Belieferungsgrosshandel. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Winterthur agiert von sechs Logistikplattformen aus und beschäftigte 2012 insgesamt 385 Mitarbeitende. Howeg bietet den rund 5 500 Kunden ein umfassendes und an die heutigen Anforderungen der Gastronomie angepasstes Sortiment in den Bereichen Kolonialwaren, Frisch- und Tiefkühlprodukte, Fleisch, Seafood, Früchte, Gemüse, Non-Food und Wein. Das Sortiment wurde 2012 vor allem im Frischebereich weiter ausgebaut und umfasst neu über 15 000 Artikel. Howeg zeichnet sich insbesondere durch eine hohe Beratungskompetenz aus und fördert mit zahlreichen Angeboten die Nachhaltigkeit in der Schweizer Gastronomie. Zudem engagiert sich das Schweizer Unternehmen stark in der Nachwuchsförderung des Kochberufs. Durch die 2012 im Tessin gestartete Kooperation mit der im Abholgrosshandel tätigen Prodega/Growa stehen den dortigen Kunden von Howeg neu ein Vollsortiment sowie der wahlweise Einkauf in einem Grossmarkt zur Verfügung. Ab 2013 werden Howeg und Prodega/Growa dann mit einer gemeinsamen Strategie in die Zukunft gehen.



Produktion

Mehr, anders, neu: Produktionsbetriebe reagieren erfolgreich auf Herausforderungen

Für die Produktionsbetriebe der Coop-Gruppe gewinnt das Auslandsgeschäft an Bedeutung – ebenso wie die Profilierung mit nachhaltigen Produkten. Das Berichtsjahr war geprägt von wichtigen Entscheidungen wie der Strukturänderung bei Bell und der Standortverlagerung von Chocolats Halba.

Bell Gruppe

Stabile Entwicklung der Bell Gruppe

Bell ist der grösste Schweizer Fleischverarbeiter. Das Angebot umfasst Fleisch, Geflügel, Charcuterie, Seafood und Convenience-Produkte. Zu den Kunden zählen der Detail- und Grosshandel, die Gastronomie sowie die Lebensmittelindustrie. Mit den Marken Bell, Abraham, Zimbo, Mōssieur Polette und Hoppe deckt die Gruppe vielfältige Kundenbedürfnisse ab. Bell beschäftigte per Ende 2012 insgesamt 6 469 Mitarbeitende, davon rund



3 000 ausserhalb der Schweiz. In einem anspruchsvollen Marktumfeld stieg der Umsatz aus Warenverkäufen um 0,4 % auf über 2,5 Milliarden Franken. Währungs- und strukturbereinigt beträgt das Umsatzwachstum 0,6 %. Das Absatzvolumen ging um 1,2 % auf 222 000 Tonnen zurück.

Organisatorische Veränderungen

Im Berichtsjahr hat Bell im internationalen Geschäftsfeld verschiedene organisatorische Veränderungen vorgenommen und damit gruppenweite Synergiepotenziale erschlossen sowie Effizienzsteigerungen realisiert. In Deutschland werden unter dem Dach der Bell Deutschland und einer einheitlichen Führung betriebliche Prozesse in der Produktion, der Beschaffung, der Logistik und der IT zusammengeführt. Die Verwaltung wird am Standort Seevetal konzentriert und der Standort Bochum wird per 31. März 2013 geschlossen. Die Direktion Bell International ist jetzt aufgeteilt in Bell Deutschland und Bell France für die jeweiligen länderspezifischen Geschäfte sowie in Bell International für die Aktivitäten in Osteuropa und in den Benelux-Ländern.

Per 1. Januar 2012 übernahm die Hilcona AG die schweizerische Gastro Star AG. Mit der Akquisition stärkt Hilcona ihre Marktposition als Komplettanbieterin im Bereich frische Convenience. Die Arbeitsplätze bei Gastro Star und die etablierten Produktions- und Distributionsstandorte Dällikon ZH und Villigen AG bleiben bestehen. Bell ist im Rahmen einer Kooperation seit 1. Januar 2011 mit 49 % an Hilcona beteiligt und wird 2015 weitere 2 % des Aktienkapitals erwerben.

Bell Schweiz auf Erfolgskurs

Bei Bell Schweiz ist das Absatzvolumen um 1,4 % auf 122 500 Tonnen gestiegen. Damit hat Bell Marktanteile gewonnen, da das mengenmässige Marktvolumen in der Schweiz nach Bell-Schätzungen um rund 2 % nachgegeben hat. Der Umsatz hat mit 0,6 % auf knapp 1,8 Milliarden Franken weniger stark zugenommen. Zurückzuführen ist dies auf durchschnittlich 0,8 % tiefere Verkaufspreise. Das Absatzwachstum fiel erneut beim Schweizer Fleisch an. Gleichzeitig ist der Importanteil nochmals deutlich zurückgegangen. Tendenziell tiefer sind die Umsätze in den Kanälen Detailhandel und Lebensmittelindustrie ausgefallen, während die Absätze im Gastronomiekanal zugelegen konnten.

Bell Deutschland im Zeichen der Konsolidierung

Die Rohmaterialpreise bewegten sich 2012 nach wie vor auf einem sehr hohen Niveau. Zwar konnten vereinzelt Preisanpassungen im Markt umgesetzt werden, jedoch bleibt die Lage angespannt. Der Wa-

renumsatz bei Bell Deutschland (inklusive Betrieb Spanien) stieg um 1,5 % auf 484 Millionen Franken. Das Umsatzwachstum resultierte vor allem aus höherpreisigen Sortimenten. Das Absatzvolumen fällt aufgrund eigener Sortimentsrestrukturierungen mit rund 66 000 Tonnen um 2,5 % unter Vorjahr aus. Zulegen konnte Bell Deutschland vor allem beim Rohschinken, während Brühwurst und Rohwurst aufgrund eigener Sortimentsrestrukturierungen unter dem Vorjahr lagen. Als Treiber erwiesen sich zudem erneut die mediterranen Schinkenspezialitäten wie Serrano-Schinken. Im Bereich Brühwurst wurde ein neues Konzept mit Geflügelprodukten im Markt lanciert. Bei der Fleisch-Convenience konnten mit der Neupositionierung der Marke Hoppe und verschiedener Neueinführungen die Listungen im Einzelhandel, im Abholgrosshandel sowie im Belieferungsgrosshandel ausgebaut werden.

Bell Frankreich mit gutem Wachstum

Die Absatzentwicklung der Rohwurst- und Schinkensortimente von Bell in Frankreich verlief 2012 mit einem Wachstum von 6,2 % auf 12 600 Tonnen erfreulich. Parallel erhöhte sich der Warenumsatz um 4,7 % und betrug Ende des Jahres gut 97 Millionen Franken. In Lokalwährung ist der Umsatz um 6,9 % gestiegen. Sowohl die Sortimente für die Selbstbedienung als auch die Produkte für die Bedientheken entwickelten sich gut. Weiterhin herausfordernd sind die sehr hohen Rohmaterialpreise beziehungsweise die Schwierigkeiten, notwendige Preiserhöhungen im Markt umzusetzen.

Bell Osteuropa/Benelux mit unterschiedlichen Vorzeichen

Die Aktivitäten von Bell Osteuropa/Benelux haben sich je nach Land unterschiedlich entwickelt. In Polen verlaufen die Geschäfte erfreulich – auch wenn Währungsschwankungen nach wie vor absorbiert werden müssen. Im Gegensatz dazu kämpft Ungarn weiterhin mit einer stark rückläufigen Konjunktur. Hier konzentriert sich Bell auf Effizienzverbesserungen und profitable Sortimente. Das Filialgeschäft in Tschechien, der Slowakei und Rumänien weist weiterhin eine positive Entwicklung auf. Der Absatz liegt infolge der kontinuierlichen Expansion über Vorjahr. Gesamthaft ging der Warenumsatz von Bell Osteuropa/Benelux jedoch um 6,1 % auf knapp 189 Millionen Franken zurück. In Lokalwährungen umgerechnet beträgt der Rückgang 4,1 %. Das Absatzvolumen von Bell Osteuropa/Benelux betrug insgesamt 20 600 Tonnen.

Coop Produktionsbetriebe

Swissmill

Produkte: Mehl, Mehlmischungen, Hartweizengriess, Polenta, Haferflocken, Extruderprodukte

Das Absatzvolumen der Swissmill lag 2012 bei 208 000 Tonnen. Damit verbuchte die grösste Getreidemühle der Schweiz ein weiteres erfolgreiches Jahr. Die Swissmill hat sich in den letzten Jahren zu einer der modernsten Mühlen in Europa entwickelt. Um dies zu manifestieren, wurde 2012 der gesamte Firmenauftritt inklusive Logo neu gestaltet. Im März konnte die Swissmill die Baubewilligung für die Aufstockung des Kornhauses in Zürich erwirken. Die Inbetriebnahme des neuen Getreidesilos ist auf Ende 2014 geplant. Um den zunehmend spezifischen Kundenbedürfnissen gerecht zu werden, erweiterte Swissmill das Angebot an Spezialitätenmischungen im Mehl- und Griessegment. Eine neue Dampf- und Heizanlage für die Produktion reduziert den Energieverbrauch um rund 23 % und den CO₂-Ausstoss um knapp 15 %. Zur Erhöhung der Effizienz in der Logistik stellte Swissmill die Belieferung von Prodega und den Coop Hausbäckereien zentral auf Howeg um.

Chocolats Halba

Produkte: Tafelschokoladen, Confiserieartikel, Festtagssortimente, Industrieschokoladen

Dank signifikante Produktionsverbesserungen und wesentlich tieferer Personalkosten konnte im Berichtsjahr ein sehr erfreuliches Ergebnis erwirtschaftet werden. Als Erfolgsgarant erwies sich insbesondere die nachhaltige Beschaffung von Kakao. Verschiedene Kunden im In- und Ausland folgten dem Beispiel von Coop und stellten ihre Sortimente ganz oder teilweise auf Fairtrade um. Dadurch stieg der Anteil nachhaltiger Produkte am Gesamtumsatz von Chocolats Halba von 15,7 % auf über 23 %. Aufsehen erregte 2012 die Lancierung der «Guten Schokolade» für die Schülerinitiative Plant-for-the-Planet. Die weltweit erste klimaneutral produzierte und fair gehandelte Schokolade wurde im Januar auf der Süswarenmesse ISM in Köln vorgestellt und lief anschliessend innerhalb von sechs Monaten mehr als eine Millionen Mal vom Band. Im Oktober 2012 gab Coop bekannt, dass die Produktion der Chocolats Halba 2016 von Hinwil und Wallisellen nach Pratteln verlegt wird. Im Neubau in Pratteln werden auch die Produktionsbetriebe Sunray und Cave sowie die Coop Logistik untergebracht.

Pasta Gala

Produkte: Teigwaren, Halbfabrikate für Fertigmehlis und Suppen

Auch Pasta Gala blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück. So konnte der Drittkundenumsatz durch den Gewinn von Neukunden im In- und Ausland um rund 40 % gesteigert werden. Ein wichtiger Wachstumspfeiler war zudem die enge, lösungsorientierte Zusammenarbeit mit der Transgourmet-Gruppe: Durch die Lancierung von neuen Artikeln für Prodega erzielte Pasta Gala in der Schweiz ein Wachstum von über 25 %. 2012 wurden diverse Sortimentsoptimierungen und Innovationen im Kerngeschäft mit Coop sowie Produkteharmonisierung bei Bell Convenience und Hilcona abgeschlossen. Bereits vor Jahren entwickelte Pasta Gala für Coop Naturplan Bio-Teigwaren aus Urkörnern. Das Konzept wurde nun für den Export auf das konventionelle Sortiment übertragen. Die ersten Produkte kamen Ende 2012 bei Rewe und Rewe-Foodservice auf den Markt.

CWK-SCS

Produkte CWK (Retail): Kosmetika, Naturkosmetika, Körperpflegeprodukte, Haushaltspflegeprodukte, ökologische Reinigungsmittel

Produkte SCS (Professional): Artikel im Bereich Waschen, Reinigen und Hygiene für Grossverbraucher und Industrie

CWK-SCS konnte 2012 die eurobedingten Umsatzverluste im Export mit einem erfolgreichen Inlandsgeschäft kompensieren und eine Umsatzsteigerung von 1 % erzielen. Unter der Marke wel! entwickelte CWK-SCS für Coop 26 komplett neue Kosmetikprodukte. Zudem wurde unter der bekannten Sonnenschutzmarke Sherpa Tensing die innovative Hot Suncream mit Schutzfaktor 30 lanciert. Die Sonnencreme ist speziell für den Winter und wärmt die Haut bei tiefen Temperaturen. Im Januar erhielt die CWK-Marke Formula Fiorina von der Zeitschrift Annabelle eine Auszeichnung als beste Naturkosmetiklinie der Schweiz. Durch innovative Grossverbraucherprodukte der Sparte SCS konnte das Sortiment der Linie Clinex Excellency von Prodega zu einem Vollsortiment erweitert werden. 2012 stellte der Produktionsbetrieb seine Kompetenz im Bereich Textilreinigung unter Beweis: SCS erlangte das erste Patent für die chemothermische Wäschedesinfektion. Im Sinne der Nachhaltigkeit wickelt CWK-SCS neu sämtliche Transporte für Coop über Railcare ab.

Reismühle Brunnen

Produkte: Reissorten aus aller Welt, Reismischungen, Fertigmehls

Die Reismühle Brunnen konzentrierte sich 2012 auf die Neulancierung ihres Premium-Sortiments und den Gewinn von ausländischen Kunden für Fairtrade- und Premium-Produkte. Neu beträgt der Anteil der Bio- und Fairtrade-Produkte am Gesamtumsatz knapp 35 %. Im Oktober 2012 brachte die Reismühle den ersten thailändischen Reis aus dem 2011 gestarteten Projekt zur ganzheitlichen Beschaffung in Indien und Thailand auf den Markt. Während der Ernteertrag in Thailand aufgrund schlechter Wetterbedingungen um rund 100 Tonnen sank, verlief der Anbau in Indien positiv. Im Frühjahr 2013 werden die ersten rund 120 Tonnen Reis aus diesem nachhaltigen Projekt in der Schweiz eintreffen. Wirtschaftlich ist auch die 2011 in Betrieb genommene Photovoltaikanlage auf dem Dach der Reismühle Brunnen: Sie produzierte 2012 120 000 Kilowattstunden Strom und damit rund 20 % mehr als erwartet.

Nutrex

Produkte: Essig und Essigspezialitäten für Retail, Gastronomie und Industrie

Durch ein innovatives Verfahren kann Nutrex als erste Essigfabrik der Schweiz in allen Essigsorten auf den Zusatzstoff Kaliumsulfat verzichten. Ebenfalls als Pionierin brachte der Coop Produktionsbetrieb erstmals Bio-Tafelessig für die Weiterverarbeitung auf den Markt. Dies wirkte sich entsprechend positiv auf den Umsatz mit Bio-Essig aus: Der Anteil der Bio-Produkte am Gesamtumsatz betrug rund 13 %. Neu stellt Nutrex verstärkt Apflessig aus einheimischem Apfelsaft her und erzielte dafür die Zertifizierung «Suisse Garantie». Des Weiteren konnte Nutrex im April 2012 die ersten Produkte unter der Eigenmarke Picanto erfolgreich am Markt einführen. Dadurch erhöhte sich das Produktionsvolumen um rund 84 000 Flaschen.

Sunray

Produkte: Gewürze, Kräuter, Nusskerne, salzige Snacks, Trockenfrüchte/-gemüse, Hülsenfrüchte, Backzutaten, Back- und Dessertmischungen, Speiseöle, Zucker

Sunray erreichte 2012 ein Produktionsvolumen von 24 000 Tonnen und 55 Millionen ausgestossenen Packungen. Der Umsatzanteil der Bio- und Fairtrade-Produkte betrug rund 14 %. Insgesamt wurden 24 neue Bio- und/oder Fairtrade-Produkte wie beispielsweise Max Havelaar Bio-Muskatnüsse eingeführt. Seit 2012 setzt Sunray bei gewürzten, gerösteten Nussnacks auf eine neue, selbst entwickelte Gewürztechnik. Um die Produktivität zu

steigern, ersetzte Sunray die Gewürzabpackanlage und installierte zwei neue Abpacklinien für Zuckerbeutel und -sticks. Im Rahmen eines 2012 verabschiedeten Grossprojekts wird Sunray ab 2016 gemeinsam mit den Produktionsbetrieben Chocolats Halba und Cave in Pratteln neue Produktionsräume in Betrieb nehmen.

Pearlwater Mineralquellen

Produkte: Mineralwasser und karbonisierte Softdrinks

Die Pearlwater Mineralquellen AG übernahm 2012 schrittweise die Produktion des gesamten Mineralwassers und zahlreicher Süssgetränke der Coop Eigenmarken. Nach der offiziellen Einweihung der neuen Gebäude und Produktionsanlagen im Juni bestanden die Systeme im August erfolgreich die Spitzenbelastung mit den höchsten Auslieferungszahlen des Jahres. 2012 füllte Pearlwater insgesamt über 100 Millionen Liter ab, womit die ursprünglich prognostizierte jährliche Abfüllmenge überschritten wurde. Seit der Übernahme der Pearlwater Mineralquellen im Januar 2011 hatte Coop rund 30 Millionen Franken in den neuen Standort investiert und 30 zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen. Für 2013 ist bereits eine Lagererweiterung geplant.

Cave

Leistungen: Vinifizierung von Schweizer Mosten und Jungweinen; Pflege, Ausbau und Abfüllen von Weinen aus der ganzen Welt; Abfüllen von aromatisierten weinhaltigen Getränken

Die Weinkellerei Cave konnte 2012 in der Eigenproduktion ein Absatzvolumen von 41 Millionen Flaschen erzielen. Das Sortiment umfasst rund 400 Artikel, darunter 35 Neuheiten. Erfreulich entwickelt sich die Zusammenarbeit mit Transgourmet, die um weitere Artikel ausgebaut werden konnte. Im Bereich der Vinifizierung von AOC-Qualitäten erreichte Cave ein Produktionsvolumen von 1 Million Flaschen, wofür Traubenmost respektive Jungwein aus verschiedenen Kantonen der Schweiz vergoren, ausgebaut und abgefüllt wurde. Ein 2012 verabschiedetes Grossprojekt sieht für 2016 den Umzug von Cave in einen Neubau nach Pratteln vor. Dort werden auch die Produktionsbetriebe Chocolats Halba und Sunray sowie die Coop Logistik untergebracht.

Bananenreiferei

Leistungen: Beschaffung, Reifung und Konfektionierung von Bananen/Exotenfrüchten; Lagerung und Kommissionierung von Trockenfrüchten

Die Coop Bananenreiferei lieferte im Berichtsjahr 21 131 Tonnen Bananen und 1 694 Tonnen Trockenfrüchte aus. Hinzu kommen erstmals 1 650 Tonnen

Exotenfrüchte. Die neu erstellten Kühlzellen für die Lagerung und Kommissionierung von exotischen Produkten wie Avocados, Mangos und Ananas wurden im Juni 2010 in Betrieb genommen. Der entsprechende Pilotversuch mit der Verkaufsregion Nordwestschweiz verlief sehr positiv, sodass 2013 die Multiplikation auf alle Regionen starten wird. Insgesamt lagerte und kommissionierte die Bananenreiferei sieben verschiedene Bananensorten und 35 Trocken- und Exotenfrüchte. Der Anteil der Bio- und Fairtrade-Produkte am Gesamtumsatz liegt neu bei rund 87 % und somit rund 2 Prozentpunkte über dem Vorjahr.

Coop Bäckereien

Produkte: Frischbrote (Brote, Kleinbrote, Zöpfe), Tiefkühlbrote, Kuchen und Gebäck, Torten und Patisserie-Artikel, Saisonartikel, regionale Spezialitäten und Verkaufsteige

Die insgesamt sieben Coop Grossbäckereien produzierten 2012 rund 50 931 Tonnen Backwaren, Teige und Teiglinge. Zwei von ihnen erlangten im Berichtsjahr die Zertifizierung gemäss IFS 6. Neben den Grossbäckereien betreibt Coop 36 Hausbäckereien und -konditoreien, in denen direkt in den Verkaufsstellen Brot und Konditoreiwaren in traditioneller Handwerkskunst gefertigt werden. Diese kamen 2012 auf ein Produktionsvolumen von 6 517 Tonnen. Neu produzieren alle Hausbäckereien mit IP-Suisse Mehl. Zudem werden zwei Sorten Brot und eine Kleinbrotsorte mit Bio-Mehl hergestellt. Mit der Umsetzung der Logistik- und Bäckereistrategie 2015+ wurde die Planung der neuen Grossbäckerei in Schafisheim weiter vorangetrieben. Erfolgreich verlief der Verkauf von Grittibänzen aus den Coop Bäckereien zugunsten der Hilfsaktion «Jeder Rappen zählt» von Schweizer Radio und Fernsehen und der Glückskette. Auch für die Coop Patenschaft für Berggebiete wurde erneut gesammelt: Durch den Verkauf des 1.-August-Weggens sowie der 1.-August-Wurst ergab sich ein Solidaritätsbeitrag in Höhe von 386 517 Franken.

Wir begeistern unsere Kunden mit Mehrwert.



Mitarbeitende

Förderung, Weiterbildung und Lohnerhöhung: Mitarbeiterwertschätzung bei Coop

Die Mitarbeitenden geniessen bei Coop eine hohe Wertschätzung. Das belegen die umfassenden Weiterbildungsmöglichkeiten, die kontinuierliche Anhebung der Mindestlöhne, das Engagement für die Lernenden, die guten Sozialversicherungsleistungen sowie der grösste moderierte Kaderanlass, der je stattfand.

Coop Personalstrategie

Gute Zukunftsaussichten für Lernende

Coop investiert viel in die Ausbildung der Jugendlichen: Erfolgreiche Lehrabgänger von heute bilden für Coop das Fundament für den Führungsnachwuchs von morgen. Im Berichtsjahr bildete Coop insgesamt 2 804 Lernende in 21 verschiedenen Berufen aus. 1 094 von ihnen starteten ihre Ausbildung im August 2012. Von den insgesamt 1 033 Lernenden, die 2012 am Qualifikationsverfahren teilnahmen, schlossen über 96 % ihre Ausbildung erfolgreich ab. Coop baut auch in der Berufsbildung auf Nachhaltigkeit und bot 68 % der Lehrabgänger eine Weiterbeschäftigung innerhalb der Coop-Gruppe an.



Speziell in den Verkaufsberufen sind die Chancen aufzusteigen ausgezeichnet und mit keiner anderen Branche vergleichbar.

Neue Ausbildung zum Detailhandelsmanager

Im Detailhandel wird der Bedarf nach erfahrenen Kaderleuten, die verantwortungsvolle Managementpositionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Detailhandels übernehmen können, immer grösser. Aus diesem Grund rief die Dachorganisation Bildung Detailhandel Schweiz (BDS), die sich aus Arbeitgeberorganisationen und Arbeitgebern wie unter anderem Coop zusammensetzt, den eidgenössischen Lehrgang «Detailhandelsmanager/in HFP» ins Leben. Er startete im April 2012 mit insgesamt 23 Teilnehmenden, von denen sieben bei Coop beschäftigt sind. Nach einer Online-Standortbestimmung vermitteln Branchenexperten in insgesamt acht Basismodulen praxisorientierte Inhalte. Der anschliessende BDS-Campus fördert vernetztes Denken: Hier können die Teilnehmenden die erlernten Inhalte mittels Business Cases trainieren und sich mit ausgewählten Opinion Leadern zu den aktuellen Herausforderungen im Detailhandel austauschen. Als Garant für die Qualität der Ausbildung wurde ein Retail-Beirat gebildet, der sich aus hochkarätigen Branchenvertretern auf Geschäftsleitungsebene zusammensetzt. Der Vorsitzende der Coop Geschäftsleitung, Joos Sutter, ist Mitglied dieses Beirats und Coop stellt zudem einen der Dozenten.

Talentpool-Tage fördern Austausch und motivieren

Mit dem im Jahreszyklus laufenden Prozess Talentmanagement will Coop garantieren, dass alle Mitarbeitenden systematisch und transparent weiterentwickelt und Potenziale gefördert werden. Mitarbeitende, die eine Managementfunktion anstreben, werden verschiedenen Talentpools zugeteilt, in denen sie an ihrem individuellen Entwicklungsprogramm arbeiten. 2012 wurden erstmals gemeinsame Talentpool-Tage veranstaltet. Hier konnte der Kadernachwuchs mit der Coop Geschäftsleitung sowie den Leitern der Coop Verkaufsregionen und der Coop Formate/Divisionen ins Gespräch kommen und einen bereichs- und regionenübergreifenden Austausch führen. Zudem konnten die jeweils geforderten Kompetenzen in gruppenspezifischen Übungen erlebt, ausgewertet und reflektiert werden. Die gemeinsamen Pooltage bilden eine wichtige Motivation vor dem geplanten Karriereschritt.

Teilnehmerrekord an Coop Managementtagung

Am 26. Juni 2012 traf sich das gesamte Kader von Coop – rund 3 000 Mitarbeitende aus dem Verkauf, der Produktion, der Logistik und den übrigen Zentralbereichen – in Bern. Die ausserordentliche

Managementtagung gab einerseits der neuen Geschäftsleitung die Möglichkeit, sich vorzustellen und über die strategischen Instrumente zu referieren. Zum anderen bildete sie den ersten Tag des Zielsetzungsprozesses von Coop. Aufgeteilt in 400 Gruppen à 8 Personen setzten sich die Teilnehmenden einen Tag lang mit dem Ziel Nr. 5 des folgenden Jahres 2013 auseinander: «Wir begeistern unsere Kunden mit Mehrwert». Die Tagung war der grösste moderierte Grossgruppenanlass, der je in der Schweiz stattgefunden hat. Noch nie waren Kaderleute so zahlreich versammelt, um die Zukunft gemeinsam zu gestalten.

Coop Sozialpartnerschaft

Lohnerhöhung trotz Minusteuerung

Ab 2013 erhalten Coop Mitarbeitende mehr Lohn – dies entschied die Coop Geschäftsleitung im November 2012. Gesamthaft stehen 1,1 % der Lohnsumme zur Verfügung. Dass die Löhne trotz der andauernden Minusteuerung angehoben werden, beruht auf der Tatsache, dass Coop als Genossenschaft einzig ihren Kundinnen und Kunden und den Mitarbeitenden verpflichtet ist. Gewinne können so konsequent ins Unternehmen, in neue Sortimentsleistungen, tiefere Preise und bessere Löhne investiert werden. Ab 2013 erhalten alle Coop Mitarbeitenden im Gesamtarbeitsvertrag (GAV) Coop sowie in den Managementstufen, unabhängig von ihrer individuellen Lohnhöhe, eine generelle Lohnerhöhung von 0,6 %. Weitere 0,4 % stehen für individuelle Lohnerhöhungen zur Verfügung. 0,1 % setzt Coop dafür ein, die Mindest- und Referenzlöhne überproportional zu erhöhen. Diese liegen neu bei 3 800 Franken respektive 3 900 Franken. Die Lohnerhöhung ist das Ergebnis der konstruktiv und offen geführten Verhandlung zwischen Coop und ihren Sozialpartnern KV Schweiz, SYNA/OCST, Unia und Verein der Angestellten Coop (VdAC).

Personalvorsorge Coop

Überprüfung der Anlagestrategie

Die CPV/CAP Pensionskasse Coop überprüfte im Berichtsjahr die bestehende Anlagestrategie. Anlass dazu gaben die auf 2012 hin vorgenommene Umstellung der versicherungstechnischen Grundlagen sowie die schwierige Situation an den Finanzmärkten. Im Auftrag der CPV/CAP wurde eine Asset Liability Management Studie erstellt, welche die Konformität von Verpflichtungs- und Vermögensseite untersucht. Die Studie zeigte, dass die CPV/CAP strukturell gesund ist und die bestehende

Anlagestrategie die Anforderungen optimal erfüllt. Daher wird die Anlagestrategie ohne signifikante Änderungen weitergeführt. Des Weiteren wurde das Versicherungsreglement auf mögliche Flexibilisierungen und Individualisierungen hin untersucht. Nach eingehender Diskussion hält Coop aus sozialpolitischen und Komplexitätsgründen an der heute bestehenden Lösung fest. Gleichzeitig hat sich Coop zu einer Weiterführung der grosszügigen Lösung betreffend Beitragszahlung ($\frac{2}{3}$ Arbeitgeber, $\frac{1}{3}$ Arbeitnehmer) bekannt.

Erfreuliches Jahr für die CPV/CAP

Obwohl die Probleme der hohen Staatsverschuldung in diversen Ländern nach wie vor nicht gelöst sind und die tiefen Zinsen den Pensionskassen weiterhin Sorgen bereiten, kann die CPV/CAP von einem erfreulichen Jahr 2012 sprechen. Die erzielte Rendite lag bei 7,8 %, der Deckungsgrad konnte von 98,8 % auf 104,6 % verbessert werden. Die durch den Stiftungsrat festgelegte Verzinsung der Vorsorgekapitalien für das Jahr 2013 beträgt 1,5 % und entspricht damit dem durch den Bundesrat festgelegten Mindestzins. Die Renten werden für 2013 nicht erhöht. Der Bestand der aktiven Versicherten verringerte sich gegenüber 2011 um 341 Personen und liegt neu bei 35 946 aktiven Versicherten. Der Rentnerbestand erhöhte sich von 17 925 auf 18 466 Rentenbezüger per Ende 2012.

Transgourmet-Gruppe

Fegro/Selgros Deutschland fördert Nachwuchs

Fegro/Selgros Deutschland investiert viel in die Nachwuchsförderung. Das Unternehmen ermöglicht Schülern Praktika und Schnuppertage und bildet Gross- und Aussenhandelskaufleute sowie Verkäufer aus. Um den Nachwuchs im Bereich Metzgerei zu sichern, bietet Fegro/Selgros Deutschland eine spezielle Ausbildung zum Fleischer an. Über die Hälfte der Auszubildenden werden nach der Lehre übernommen. Die Fach- und Führungspositionen in den Grossmärkten besetzt Fegro/Selgros Deutschland weitgehend durch internen Nachwuchs. Des Weiteren werden in allen Stufen Weiterbildungen angeboten, die hauptsächlich von der unternehmenseigenen Personalentwicklung gestaltet werden. Ausdruck des guten Betriebsklimas ist die im nationalen Vergleich ausserordentlich geringe natürliche Fluktuation.

Selgros Russland: Attraktive Vorteile für Mitarbeitende

Die allgemeine staatliche Gesundheitsversorgung ist in Russland vielfach nicht ausreichend. Deshalb versorgt Selgros Russland ihre Mitarbeitenden mit einer zusätzlichen, vom Unternehmen finanzierten Krankenversicherung. Im Berichtsjahr setzte Selgros Russland eine neue Ordnung über die soziale Versorgung der Mitarbeitenden in Kraft. Diese sieht zusätzliche Leistungen wie zum Beispiel die Übernahme von Verpflegungskosten, Personalrabatte sowie finanzielle Zuschüsse bei Geburt, Eheschliessung und im Todesfall vor.

Ausbildungsoffensive bei Transgourmet France

Im Berichtsjahr startete Transgourmet France unter dem Namen VIA eine gross angelegte Ausbildungskampagne, mit der überfachliche Schlüsselkompetenzen und Selbstständigkeit am Arbeitsplatz gefördert werden sollen. Das Projekt richtet sich an Mitarbeitende, die maximal einen Berufsbefähigungsnachweis erworben haben oder nur schwer einen Arbeitsplatz finden und halten konnten. Dazu zählen unter anderem Berufsanfänger, Menschen mit einer Behinderung, Migranten ohne ausreichende Sprachkenntnisse, Langzeitarbeitslose oder Schüler mit schlechter Schulbildung. 2012 profitierten bereits 230 Personen von einer Weiterbildung im Rahmen des Projektes VIA.

Corporate Governance

Transparent und offen: Einblick in die Unternehmensführung

Corporate Governance basiert auf dem Prinzip der Transparenz und Offenheit der Unternehmensführung gegenüber den Mitarbeitenden und der Öffentlichkeit. Im Folgenden bietet Coop Einblick in die Unternehmensstruktur.

Die Coop Genossenschaft bekennt sich zu Offenheit und Transparenz in der Unternehmensführung und setzt sich im Interesse ihrer Mitglieder, ihrer Kundinnen und Kunden, ihrer Mitarbeitenden und weiterer Anspruchsgruppen für eine gute Corporate Governance ein. Bei der Ausgestaltung stützt sie sich weitgehend auf die Richtlinie der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange betreffend Informationen zur Corporate Governance. Diese gilt für Aktiengesellschaften und Gesellschaften mit Partizipations- oder Genussscheinen, zu denen Coop als Genossenschaft nicht zählt. Das einzige Unternehmen der Coop-Gruppe mit SIX-kotierten Beteiligungsrechten ist die Bell AG. Diese weist die spezifischen Angaben zu ihrer Corporate Governance in ihrem eigenen Geschäftsbericht sowie auf ihrer Website www.bell.ch aus.

Regionalräte

Siehe Artikel 18–20 der Statuten.

Coop besteht aus sechs Regionen (Suisse Romande, Bern, Nordwestschweiz, Zentralschweiz-Zürich, Ostschweiz inklusive Fürstentum Liechtenstein, 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 dem Verwaltungsrat zuhanden 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

Konzernstruktur

Die Konzernstruktur ist in der Aufstellung des Konsolidierungskreises als Teil der konsolidierten Jahresrechnung ersichtlich (Seiten 94–96). Die Veränderungen im Konsolidierungskreis der Coop-Gruppe sind auf der Seite 80 dargestellt. Es bestehen keine Kreuzbeteiligungen.

Kapitalstruktur

Die Kapitalstruktur geht aus der konsolidierten Bilanz (Seite 75) und aus dem Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung (Seiten 78–96) hervor.

Verwaltungsrat

Siehe Verwaltungsrat und Führungsstruktur Seite 53.

Gemäss Statuten setzt sich der Verwaltungsrat 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 – zusammen. Die Mitglieder des Verwaltungsrates werden auf Antrag des Verwaltungsrates von der Delegiertenversammlung gewählt. Derzeit gehören dem Verwaltungsrat vier weitere Mitglieder an, insgesamt also zehn Personen. 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).

Per 31. Dezember 2012 setzt sich der Verwaltungsrat wie folgt zusammen:

Hansueli Loosli

Geboren 1955, Schweizer
Eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung und Controlling
Präsident des Verwaltungsrates
Verwaltungsratsmandate:
– Coop Immobilien AG, Bern (Präsident)
– Bell AG, Basel (Präsident)
– Swisscom AG, Ittigen (Präsident)
– Transgourmet Holding AG, Basel (Präsident)
– Coop Mineraloel AG, Allschwil (Präsident)
Weitere Funktionen und Ämter:
– Vorstandsausschuss Economiesuisse

Peter Eisenhut

Geboren 1955, Schweizer
Lic. oec. HSG
Geschäftsführender Partner der Ecolop AG, Reute
Verwaltungsratsmandate:
– Ecolop AG, Reute (Präsident)
– Coop Immobilien AG, Bern
– Säntis-Schwebebahn AG, Schwägalp
– Rofima Holding AG, Horn
Weitere Funktionen und Ämter:
– Dozent an der Executive School der Universität St. Gallen
– Präsident der Fördergesellschaft und Mitglied des geschäftsleitenden Ausschusses des Schweizerischen Instituts für Klein- und Mittelunternehmen der Universität St. Gallen
– Vorstand Winterhilfe Appenzell A.Rh.

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:
– Stiftungsrat Fondation Sana

Hans-Jürg Käser

Geboren 1956, Schweizer
Leiter Transporthilfsmittel-Pool
Personalvertreter im Verwaltungsrat
Verwaltungsratsmandate:
– Coop Immobilien AG, Bern
Weitere Funktionen und Ämter:
– Unia Fachgruppe Coop
– Verein der Angestellten Coop (Präsident)

Irene Kaufmann-Brändli

Geboren 1955, Schweizerin
Dr. oec. publ.
Vizepräsidentin des Verwaltungsrates
Verwaltungsratsmandate:
– Coop Immobilien AG, Bern
– Bank Coop AG, Basel
– Bell AG, Basel
– Coop Mineraloel AG, Allschwil
– Coop Patenschaft für Berggebiete Genossenschaft, Basel
– Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
– HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich AG, Zürich
– Transgourmet Holding AG, Basel
Weitere Funktionen und Ämter:
– Stiftungsrat CPV/CAP Pensionskasse Coop
– Stiftungsrat ETH Zürich Foundation
– Stiftungsrat Juventus-Schulen Zürich (Präsidentin)

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
- BG Bonnard & Gardel Holding SA, Lausanne
- Raymond Weil SA, Grand-Lancy

Weitere Funktionen und Ämter:

- Mitglied ETH-Rat
 - Stiftungsrat Fondation en faveur de l'Art Chorégraphique, Lausanne (Präsidentin)
 - Stiftungsrat Fondation des Amis du Prix de Lausanne, Lausanne (Präsidentin)
 - Conseil Stratégique pour le Développement Economique du Canton de Genève
 - Schweizerische Akademie der Technischen Wissenschaften
 - KTI Certification Board
-

Roman Kuhn

Geboren 1955, Schweizer
Executive MBA Universität Zürich
Direktionsmitglied Aargauische Kantonalbank

Verwaltungsratsmandate:

- Coop Immobilien AG, Bern
- Circus Monti AG, Wohlen

Weitere Funktionen und Ämter:

- Vorstand Swiss Finance Institute Alumni Association
 - Vorstand Stiftung Offene Hand «SwissHand»
 - Vorstand Förderverein Schloss Hallwyl
-

Lillia Rebsamen-Sala

Geboren 1953, Schweizerin
Geschäftsfrau

Verwaltungsratsmandate:

- Coop Immobilien AG, Bern
 - Rebsamen Technocasa AG, Luzern
-

Bernard Rüeger

Geboren 1958, Schweizer
MBA, Lausanne
Präsident der Rüeger S.A., Crissier

Verwaltungsratsmandate:

- Coop Immobilien AG, Bern
- Rüeger Holding S.A., Paudex (Präsident)
- Alpsens Technologies S.A., Crissier (Präsident)
- Plumettaz Holding S.A., Bex
- Plumettaz S.A., Bex
- Socorex Isba S.A., Ecublens
- Lycée Tec S.A., Ecublens
- Lienhard Office Group AG, Degersheim
- Initiative Capital Romandie S.A., Lausanne

Weitere Funktionen und Ämter:

- Waadtländer Handelskammer (Präsident)
 - Vorstandsausschuss und Präsident Aussenwirtschaftskommission Economiesuisse
 - Stiftungsrat Fondation de Beaulieu, Lausanne
 - Stiftungsrat Büro für Industrie- und Technologieförderung, Genf
-

Giusep Valaulta

Geboren 1951, Schweizer
Lic. iur.

Wissenschaftlicher Berater SECO

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 2013. 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, indem er aus seiner Mitte den Präsidenten und den Vizepräsidenten wählt. Die Mitglieder nehmen die Aufgaben in gleichgewichtiger Verantwortung wahr.

Arbeitsweise des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat tagt mindestens viermal jährlich und so oft es die Geschäfte erfordern. Im Jahr 2012 traf sich der Verwaltungsrat zu sieben Sitzungen von einem halben bis zu einem ganzen Tag. An den Sitzungen des Verwaltungsrats nehmen in der Regel der Vorsitzende und der stellvertretende Vorsitzende der Geschäftsleitung (bei allen Traktanden) und gegebenenfalls die übrigen Mitglieder der Geschäftsleitung mit beratender Stimme teil. Der Verwaltungsrat ist beschlussfähig, wenn die Mehrheit der Mitglieder anwesend ist. Ein gültiger Beschluss erfordert die Mehrheit der abgegebenen Stimmen. Bei Stimmengleichheit entscheidet der Verwaltungsratspräsident durch Stichentscheid.

Prüfungsausschuss

Zu seiner Unterstützung hat der Verwaltungsrat aus seinem Kreis einen Prüfungsausschuss gebildet. Er unterstützt und berät den Verwaltungsrat bei der Rechnungslegung und Berichterstattung, bei Tätigkeiten der internen und der externen Revision, beim Internen Kontrollsystem (IKS) und beim Risikomanagement (inklusive Compliance). Mitglieder des Ausschusses sind Irene Kaufmann (Vorsitz), Hansueli Loosli und Beth Krasna. Der Prüfungsausschuss tritt mindestens dreimal jährlich zusammen. Eine Sitzung dauert in der Regel einen halben Tag. An den Sitzungen nehmen der Vorsitzende der Geschäftsleitung, der Leiter der Direktion Finanzen/Services und der Leiter der

Internen Revision mit beratender Stimme teil. Je nach Traktandum werden die externen Revisoren zugezogen. Dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses untersteht die Interne Revision.

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 strenger 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 Führungsstufen detailliert dar.

Informations- und Kontrollinstrumente gegenüber der Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung erstellt zuhänden des Verwaltungsrates jeden Monat einen schriftlichen Bericht mit Kennziffern zur aktuellen Geschäftsentwicklung und zu wichtigen Informationen aus allen Unternehmensbereichen. Zudem werden dem Verwaltungsrat Tertialberichte und -abschlüsse schriftlich zugestellt und an den Sitzungen präsentiert und diskutiert. Der Verwaltungsratspräsident nimmt regelmässig an Sitzungen der Geschäftsleitung teil. 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 ein 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 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 53–56.

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 31. März 2012 trat Jürg Peritz als Leiter Direktion Marketing/Beschaffung und stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung in den wohlverdienten Ruhestand. Er war insgesamt 22 Jahre für Coop tätig; acht Jahre war er Mitglied der Geschäftsleitung, zuletzt als stellvertretender Vorsitzender.

Die Leitung der Direktion Marketing/Beschaffung und den stellvertretenden Vorsitz der Geschäftsleitung übernahm per 1. April 2012 Philipp Wyss. Er ist bereits seit 2009 Mitglied der Coop Geschäftsleitung und war bis Ende August 2011 Leiter der Direktion Retail.

Neues Mitglied der Geschäftsleitung und neuer Leiter der Direktion Finanzen/Services ist seit 1. Juni 2012 Reto Conrad. Die Direktion Finanzen/Services wurde seit September 2011 interimistisch von Joos Sutter, Vorsitzender der Geschäftsleitung, geleitet. Reto Conrad war zuvor Leiter Finanzen bei der Emmi und verfügt über langjährige Erfahrung auf nationaler sowie auf internationaler Ebene.

Per 31. Dezember 2012 setzt sich die Geschäftsleitung wie folgt zusammen:

Joos Sutter

Geboren 1964, Schweizer
Lic. oec. HSG, eidg. dipl. Wirtschaftsprüfer
Vorsitzender der Geschäftsleitung
Leiter Direktion Retail
Verwaltungsratsmandate:
– Coop ITS-Travel AG, Freienbach (Präsident)
– Coopernic SCRL, BE-Bruxelles
– Transgourmet Holding AG, Basel
– Palink UAB, Litauen/Palink SIA, Lettland

Jean-Marc Chapuis

Geboren 1954, Schweizer
Lic. ès sciences économiques et sociales
Leiter Direktion Immobilien
Verwaltungsratsmandate:
– BG Rosengarten Solothurn AG, Solothurn (Präsident)
– Pearlwater Mineralquellen AG, Termen (Präsident)

Reto Conrad

Geboren 1966, Schweizer
Lic. oec. HSG, dipl. Wirtschaftsprüfer
Leiter Direktion Finanzen/Services
Verwaltungsratsmandate:
– Coop Vitality AG, Bern
– Société coopérative Centre de Formation du Léman, Jongny
– Coop Bildungszentrum, Muttenz

Leo Ebnetter

Geboren 1954, Schweizer
Kaufmann
Leiter Direktion Logistik
Verwaltungsratsmandate:
– Railcare AG, Härkingen (Präsident)
– Kühlhaus Neuhaus AG, Gossau
– Bell AG, Basel

Daniel Stucker

Geboren 1964, Schweizer
Dipl. Ing. Wirtschaftsinformatik, Executive MBA
Leiter Direktion Trading
Verwaltungsratsmandate:
– Coop Vitality AG, Bern (Präsident)
– Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren (Präsident)
– The Body Shop Switzerland AG, Uster (Präsident)
– Service 7000 AG, Netstal

Philipp Wyss

Geboren 1966, Schweizer
Kaufmann
Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung
Leiter Direktion Marketing/Beschaffung
Verwaltungsratsmandate:
– Betty Bossi AG, Zürich
– Coopernic SCRL, BE-Bruxelles
– Eurogroup Far East Ltd., Hongkong (Präsident)
– Eurobuy GmbH, D-Köln
– GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing, Zürich
– Hilcona AG, FL-Schaan
– Palink UAB, Litauen/Palink SIA, Lettland
– Stiftung Biore, Rotkreuz
– Transgourmet Holding AG, Basel
– Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen (Präsident)
– Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen (Präsident)

Managementverträge

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

Entschädigungen

Die Entschädigungen für die Tätigkeiten des Verwaltungsrats Coop betragen im Jahr 2012 1,4 Millionen Franken (Vorjahr: 1,3 Millionen Franken). Die Bruttosaläre der Geschäftsleitung betragen im Jahr 2012 3,3 Millionen Franken bei 5,8 Personaleinheiten (Vorjahr: 4,3 Millionen Franken für sieben Mitglieder). Hinzu kommt für die Mitglieder der Geschäftsleitung ein erfolgsabhängiger Bonus von maximal 20% des Bruttosalärs. Die fixen Honorare für die Verwaltungsratsmitglieder der Geschäftsleitung in den Tochtergesellschaften und in Drittfirmen stehen Coop zu. Für den Verwaltungsratspräsidenten, die Verwaltungsrats-Vizepräsidentin 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. Daniel Suter, trat sein Amt im Jahr 2010 an.

Prüfungshonorar

Folgende Revisionshonorare wurden für Dienstleistungen in Rechnung gestellt, welche für das Jahr 2012 erbracht wurden:
Prüfungsdienstleistungen: 3,2 Millionen Franken; sonstige Dienstleistungen: 0,4 Millionen Franken. Im Betrag der Prüfungsdienstleistungen sind die Arbeiten der Revisionsgesellschaft für die Prüfung der Konzernrechnung enthalten, die jedes Jahr durchgeführt werden, um ein Urteil zur Konzernrechnung abgeben wie auch Berichte zu den lokal erforderlichen statutarischen Jahresrechnungen erstellen zu können. Die Revisionsstelle erbringt auch Dienstleistungen unter anderem durch die Prüfung einmaliger Transaktionen.

Informationspolitik

Ihre Mitglieder informiert die Coop Genossenschaft über die wöchentlich erscheinende Coop Presse und das Coop Internet. Zudem können sie den Geschäftsbericht als Printausgabe bestellen oder auf der Webseite einsehen und herunterladen.

Die Delegierten treffen sich im Frühjahr und im Herbst zu Delegiertenversammlungen, wo über den laufenden Geschäftsgang informiert wird und aktuelle Themen vertieft behandelt werden. Mit der Einladung zur Frühjahrs-Delegiertenversammlung wird ihnen der Geschäftsbericht zugestellt. Über die Geschäftsentwicklung informiert sie zudem ein schriftlicher Tertialsbericht.

Jeweils Anfang des Jahres wird der Öffentlichkeit der Umsatz des vorangegangenen Jahres bekannt gegeben und im Februar findet die Bilanzmedienkonferenz statt. Regelmässige Medienmitteilungen orientieren über weitere wichtige Ereignisse.

 www.coop.ch/geschaeftsbericht

Organe und Delegiertenversammlung

Stand 31. Dezember 2012



Mitglieder der Regionalratsausschüsse bilden die Delegiertenversammlung Coop

Region Suisse Romande

Monika Dash
Nicole Hosseini
Christine Pasche
Jacques Robert
Eric Santschy
Pierre Tissot
Georges-Edouard Vacher
Christian Volken

Region Nordwestschweiz

Evelyn Borer
Therese Ischi
Peter Jossi
Pascal Konrad
Luciana Maggetti
Sibylle Miescher
Verena Reber
Heidi Straumann
Charles Suter
Peter Villiger
Jörg Vitelli

Region Ostschweiz inkl. FL

Stefan Baumberger
Maria Bieri
Suzanne Blaser
Christa Flückiger
Michael Fuhrer
Roberto Godenzi
Josef Hemmi
Leonardo Longaretti
Tarzis Meyerhans
Gerhard Riediker
Gabi Senn

Region Bern

Hans-Rudolf Blatter
Chantal Gagnebin
Sandra Ghisoni Schenk
Manfred Jakob
Jürg Kradolfer
Felix Truffer
Bruno Wasserfallen
Annette Wisler Albrecht
Pierrette Zumwald

Region Zentralschweiz-Zürich

Hans Aepli
Silvia Banfi Frost
Beatrice Bertschinger
Renato Blum
Markus Eugster
Kurt Feubli
Ronald Hauser
Willy Rüegg
Otto Rütter
Alex Rutz
Liliane Waldner

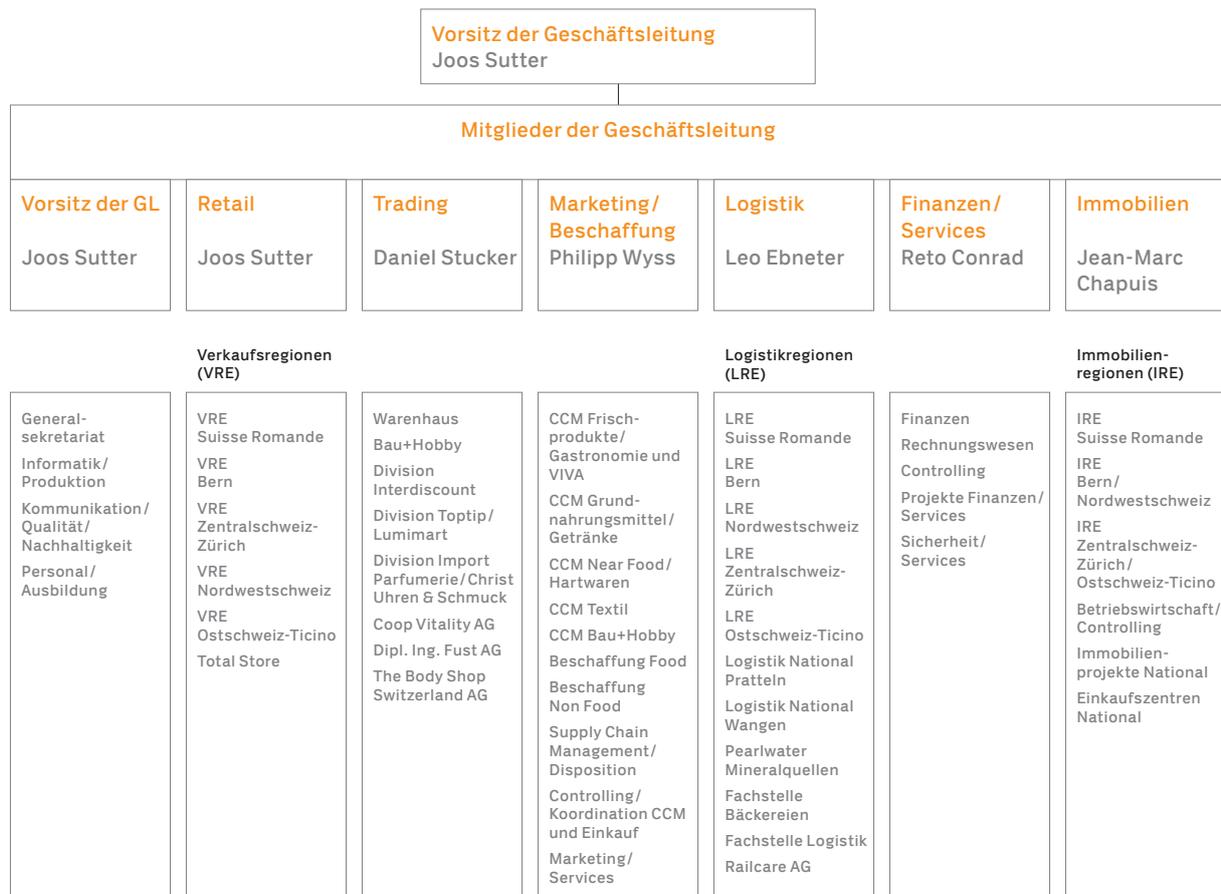
Region Ticino

Mauro Bazzi
Carlo Crivelli
Lucia Gianoli
Marco Lucchini
Gabriella Rossetti

Verwaltungsrat und Führungsstruktur

Stand 31. Dezember 2012

Verwaltungsrat	Peter Eisenhut Irene Kaufmann (Vizepräsidentin) Hansueli Loosli (Präsident) Giusep Valaula	Michela Ferrari-Testa Beth Krasna Lillia Rebsamen-Sala	Hans-Jürg Käser Roman Kuhn Bernard Rüeeger
Interne Revision	Heinrich Stamm, Leiter Interne Revision		



Management

Am 1. März 2013

Geschäftsleitung (GL)

Joos Sutter, Vorsitzender der GL
Jean-Marc Chapuis, Leiter Direktion Immobilien
Reto Conrad, Leiter Direktion Finanzen/Services
Leo Ebner, Leiter Direktion Logistik
Daniel Stucker, Leiter Direktion Trading
Philipp Wyss, Leiter Direktion Marketing/Beschaffung

Direktion Vorsitz der Geschäftsleitung

Joos Sutter, Vorsitzender der GL
Nadine Gembler, Leiterin Personal/Ausbildung National
August Harder, Leiter Informatik/Produktion
Alfred Hubler, Leiter Generalsekretariat
Jörg Ledermann, Leiter Kommunikation/Qualität/Nachhaltigkeit

Marc Haubensak, Leiter BäleHotels
Romeo Sciaranetti, Leiter Divisionen Swissmill/Pasta Gala
Anton von Weissenfluh, Leiter Division Chocolats Halba

Direktion Retail

Joos Sutter, Leiter Direktion Retail
Livio Bontognali, Leiter Verkaufsregion OT
Ivo Dietsche, Leiter Verkaufsregion NW
Sissigno Murgia, Leiter Verkaufsregion SR
Peter Schmid, Leiter Verkaufsregion BE
Roger Vogt, Leiter Verkaufsregion ZZ
Herbert Zaugg, Leiter Total Store

Verkaufsregion Suisse Romande (SR)

Sissigno Murgia, Leiter Verkaufsregion SR
Patrick Angéloz, Verkaufschef 2
Stéphane Bossel, Leiter BW/Controlling
Jean-Claude Chapuisat, Leiter Personal/Ausbildung
Bertrand Pasteur, Verkaufschef 4
Matthieu Scellier, Verkaufschef 1
Franck Truchot, Verkaufschef 5
Laurent Voelin, Verkaufschef 3

Verkaufsregion Bern (BE)

Peter Schmid, Leiter Verkaufsregion BE
Stefano Alberucci, Verkaufschef 2
Rico Bossi, Verkaufschef 1
Bernhard Friedli, Leiter BW/Controlling
Marcel Maurer, Verkaufschef 3
Peter Neuenschwander, Verkaufschef 4
Bruno Piller, Leiter Personal/Ausbildung

Verkaufsregion Nordwestschweiz (NW)

Ivo Dietsche, Leiter Verkaufsregion NW
Angelo Durante, Leiter BW/Controlling
Rolf Gurtner, Verkaufschef 4
Yvonne Müller, Verkaufschefin 5
Georg Schneeberger, Verkaufschef 1
Stefan Tschumi, Leiter Personal/Ausbildung
Yves Vogt, Verkaufschef 3

Verkaufsregion Zentralschweiz-Zürich (ZZ)

Roger Vogt, Leiter Verkaufsregion ZZ
André Aerne, Verkaufschef 3
Markus Ingold, Verkaufschef 4
Herbert Müller, Verkaufschef 1
Luc Pillard, Leiter Personal/Ausbildung
Jean-Claude Prosdocimo, Verkaufschef 5
Stefan Regez, Leiter BW/Controlling

Verkaufsregion Ostschweiz-Ticino (OT)

Livio Bontognali, Leiter Verkaufsregion OT
Mario Colatrella, Verkaufschef 1
René Dörig, Verkaufschef 3
Shenasi Haziri, Verkaufschef 4
Christine Noichl, Leiterin Personal/Ausbildung
Flurin Schocher, Verkaufschef 5
Dominique Vela, Leiter BW/Controlling

Direktion Trading

Daniel Stucker, Leiter Direktion Trading
Jürg Berger, Leiter Total Store/Expansion
Andreas Frischknecht, Leiter Division Import Parfumerie/
Christ Uhren & Schmuck
Urs Jordi, Leiter Coop City
Erich Mäder, Leiter Bau+Hobby
Markus Schärer, Leiter BW/Controlling
Oliver Roth, Leiter Division Toptip/Lumimart
Martin von Bertrab, Leiter Personal/Ausbildung
Pierre Wenger, Leiter Division Interdiscount

Coop City

Urs Jordi, Leiter Coop City
Jürg Birkenmeier, Leiter Verkauf Region Mitte
Michel Produit, Leiter Verkauf Region West
Bruno Veit, Leiter Verkauf Region Ost

Interdiscount

Pierre Wenger, Leiter Division Interdiscount
Vito Armetta, Leiter Verkauf
Constantin Hilt, Leiter Logistik/IT/Services/Online
Peter Späni, Leiter Category Management/
Beschaffung Interdiscount

Direktion Marketing/Beschaffung

Philipp Wyss, Leiter Direktion Marketing/Beschaffung
Thomas Schwetje, Leiter Marketing/Services
Daniel Vonach, Leiter Controlling/Koordination CCM und Einkauf

Benedikt Pachlatko, Leiter Kooperationen/Konsumentendienst
Helmut Träris, Leiter Verkaufsförderung/Koordination
Coop Presse/Projekte

CCM Frischprodukte/Gastronomie und VIVA

Roland Frefel, Leiter CCM Frischprodukte/Gastronomie und VIVA
Silvio Baselgia, CCM Frisch-/TK-Convenience
Marie-Claire Chepca Cordier, CCM Milchprodukte/Eier/Glacé
Marc Muntwyler, CCM Fleisch
Mirko Schwarz, Gastronomie
Pascal Seiler, CCM Fisch
Lukas Simmen Casanova, CCM Brot/Backwaren
Christoph Widmer, CCM Früchte/Gemüse

CCM Grundnahrungsmittel/Getränke

Philipp Schenker, Leiter CCM Grundnahrungsmittel/Getränke
Sylvia Berger, CCM Weine/Schaumweine
Marco Bertoli, CCM Frühstück/Beilagen/Backzutaten/Tierbedarf
Pia Bracher, CCM Süswaren/Salzige Snacks
Markus Heiniger, CCM Erfrischungsgetränke/Spirituosen/
Raucherwaren

Pius Buchmann, Leiter Direktabsatz Wein

CCM Near Food/Hartwaren

Regina Diethalm, Leiterin CCM Near Food/Hartwaren
Olivier Compagnon, CCM Wasch-/Reinigungsmittel/Hygiene
Kerstin Czermak, CCM Parfümerie/Körperpflege/Vita Shop
Simone Gössling, CCM Papeterie/Presse/Reiseartikel
Daniel Walker, CCM Küche/Elektro-/Haushaltgeräte/
Unterhaltungselektronik/E-Communication

CCM Textil

Gerhard Beutler, Leiter CCM Textil
Manuel Gonzalez, CCM Accessoires/Uhren/Schmuck/Schuhe/
Lederwaren/Strumpfwaren
Beatrix Kessler, CCM Essen/Wohnen/Festtage
Oliver Krüsi, CCM Kinderbekleidung/Baby/Spielwaren
Michael Lim, CCM Herrenkonfektion/Herrenwäsche/Freizeit/Sport
Fabienne Schwarber, CCM Damenoberbekleidung/Damenwäsche

CCM Bau+Hobby

Christoph Theler, Leiter CCM Bau+Hobby
Bruno Haberthür, CCM Bau/Sanitär
Rainer Pietrek, CCM Pflanzen
Walter Studer, CCM Garten
Joe Wyss, CCM Wohnen/Freizeit

Beschaffung Food

Christian Guggisberg, Leiter Beschaffung Food
Philipp Allemann, Einkaufspool (EKP) Fleisch/Geflügel/
Fisch/Convenience
Michael Sieber, EKP Grundnahrungsmittel/Getränke
Christian Sohm, EKP Früchte/Gemüse/Blumen/Pflanzen
Peter Zürcher, EKP Brot/Molkerei/Käse/Tiefkühl

Tammo Hintz, Leiter Eurogroup S.A.

Beschaffung Non Food

Peter Hauser, Leiter Beschaffung Non Food
Emanuel Büchlin, EKP Bekleidung/Accessoires
Stefan Mundwiler, EKP Bau+Hobby
Olivier Schwegler, EKP Near Food
Michael Susta, EKP Hartwaren

Supply Chain Management/Disposition

Mauro Manacchini, Leiter Supply Chain Management/Disposition
Markus Schmid, Dispo-Pool Food/Non Food

Direktion Logistik

Leo Ebnetter, Leiter Direktion Logistik
Daniel Hintermann, Leiter Logistikregion NW
Sébastien Jacquet, Leiter Logistikregion SR
Domenico Repetto, Leiter Logistikregion BE
Daniel Woodtli, Leiter Logistik National Pratteln
Beat Zaugg, Leiter Logistik National Wangen
Josef Zettel, Leiter Logistikregion ZZ

Lorenzo Pelucchi, Leiter Division Sunray

Direktion Finanzen/Services

Reto Conrad, Leiter Direktion Finanzen/Services
Hansjörg Klossner, Leiter Rechnungswesen
Beat Leuthardt, Leiter Finanzen
Stephan Rupprecht, Leiter Projekte Finanzen/Services
Adrian Werren, Leiter Controlling

Direktion Immobilien

Jean-Marc Chapuis, Leiter Direktion Immobilien
Heinrich Beer, Leiter Immobilienprojekte National
Stefano Donzelli, Leiter BW/Controlling
Nicolas Kirsch, Leiter Immobilienregion SR
Victor Manuel Martinez, Leiter Immobilienregion BE/NW
Philippe Sublet, Leiter Einkaufszentren National
Fritz Ulmann, Leiter Immobilienregion ZZ/OT

Tochtergesellschaften

Marcel Baillods, Geschäftsführer Tropenhaus Frutigen AG
Angelika Lanen, Vorsitzende der Geschäftsleitung
The Body Shop Switzerland AG
Walter Lüthi, Geschäftsführer Betty Bossi AG
Pius Marti, Geschäftsführer Tropenhaus Wolhusen AG
Doris Schwizer, Vorsitzende der Geschäftsleitung Coop Vitality AG
Philipp Wegmüller, Vorsitzender der Geschäftsleitung Railcare AG

Dipl. Ing. Fust AG

Thomas Giger, Vorsitzender der Geschäftsleitung,
Leiter Verkauf Detailhandel
Silvio Cioffi, Leiter Sparte GU Novacasa
Giovanni De Mieri, Leiter Sparte Multimedia
Markus Gauch, Leiter Sparte Technik
Marc Haselbach, Leiter Sparte Elektro
Manfred Spiller, Leiter Sparte Küche/Bad
Rolf Wilhelm, Leiter Sparte Finanzen & Dienste

Coop Mineraloel AG

Roger Oser, Vorsitzender der Geschäftsleitung,
Leiter Technik & Services
Andreas Parpart, Leiter Marketing & Beschaffung
Oliver Reichert, Leiter Vertrieb & Versorgung
Marc Salathe, Leiter Finanzen & Informatik

Transgourmet-Gruppe

Prodega / Growa / Howeg

Daniel Böhny, Geschäftsführer
Philipp Dautzenberg, Geschäftsführer
Gregor Bärtschi, Leiter Bau
Walter Fankhauser, Leiter Vertrieb & Verkauf
Frank Furrer, Leiter Strategischer Einkauf, Marketing und
Category Management Abholgrosshandel
Erich Joss, Leiter HR
Benjamin Jtten, Leiter Marketing Services
Ueli Niederer, Leiter Logistik
Andrea Pellizzari, Leiter Finanzen/Controlling
Claude Schnider, Leiter IT
Martin Wullschleger, Leiter Category Management und Marketing
Belieferungsgrosshandel

Rewe-Foodservice

Frank Seipelt, Sprecher der Geschäftsführung/Vertrieb,
Category Management
Thomas Wallrabenstein, Geschäftsführer/Verwaltung, Logistik

Transgourmet France

Jean-Christophe Adouritz, Vorsitzender der Geschäftsführung
Edith Hertz, Leiterin Finanzen/Controlling
Loïc Leguillette, Leiter HR
Serge Rey, Leiter Technik & Logistik

Fegro/Selgros-Gruppe

John Matthew, Geschäftsführung/Vorsitz

Fegro/Selgros Deutschland

John Matthew, Geschäftsführung/Vorsitz
Xavier Buro, Geschäftsführer/Finanzen/Controlling
Holger Penndorf, Geschäftsführer/Vertrieb, Einkauf,
Category Management & Marketing
Holger Schmied, Geschäftsführer/EDV, Organisation,
Technik & Materialeinkauf

Selgros Polen

Alexander Orłowski, Geschäftsführung/Vorsitz
Piotr Kolodziejczak, Geschäftsführung/Verwaltung
Piotr Skłodowski, Geschäftsführung/Einkauf,
Category Management & Marketing

Selgros Rumänien

Edith Lenga-Balk, Geschäftsführung/Vorsitz
Alexandru Vlad, Geschäftsführer/Verwaltung & Expansion

Selgros Russland

Uwe Röbber, Geschäftsführung/Vorsitz
Patricia Rüster, Geschäftsführerin/Einkauf,
Category Management & Marketing
Przemyslaw Switakowski, Geschäftsführer/Verwaltung

Bell Gruppe

Bell AG

Lorenz Wyss, Vorsitzender der Gruppenleitung, CEO
Martin Gysin, Stv. Vorsitzender der Gruppenleitung, CFO

Geschäftsleitung Bell Schweiz AG

Lorenz Wyss, Vorsitzender der Geschäftsleitung
Markus Bänziger, Leiter Geschäftsbereich Charcuterie,
Leiter Geschäftsbereich Seafood/Logistik a. i.
Josef Dähler, Leiter Geschäftsbereich Frischfleisch
Martin Gysin, Leiter Finanzen/Services
Christine Schlatter, Leiterin Geschäftsbereich Geflügel

Geschäftsführung Bell Deutschland GmbH & Co. KG

Christian Schröder, Vorsitzender der Geschäftsführung,
Leiter Vertrieb/Marketing
Jürgen Emtmann, Leiter Finanzen/Services
Markus von der Pütten, Leiter Produktion/Technik

Bell Osteuropa/Benelux

Eugeniusz Philip, Vorsitzender der Geschäftsführung
Bell Polska Sp. z o.o.
Jens Günter Hillebrand, Vorsitzender der Geschäftsführung
ZIMBO Perbál Húsipari Termelő Kft.
Petr Poskočil, Geschäftsleiter ZIMBO Czechia s.r.o.
Steven Van Parijs, Vorsitzender der Geschäftsführung
Bell Benelux Holding N.V.

Bell Frankreich

Philippe Polette, Vorsitzender der Geschäftsführung
Salaion Polette & Cie. SAS

58 Lagebericht der Coop-Gruppe

62 Coop-Gruppe in Zahlen

- 62 Gesamtumsatz
- 64 Erfolgsrechnung nach Sparten
(nicht konsolidiert)
- 65 Verkaufsstellen Detailhandel/
Märkte CC Abholgrosshandel
- 66 Tochtergesellschaften/Divisionen/
Bankkredite
- 67 Investitionen
- 68 Wertschöpfungsrechnung
- 69 Mitarbeitende
- 73 Entwicklung der Coop-Gruppe

**74 Konsolidierte Jahresrechnung
der Coop-Gruppe**

- 74 Konsolidierte Erfolgsrechnung
- 75 Konsolidierte Bilanz
- 76 Konsolidierte Geldflussrechnung
- 77 Eigenkapitalnachweis
- 78 Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung
- 97 Bericht der Revisionsstelle

98 Glossar Finanzteil

Alle Werte einzeln gerundet

Ergänzende Kennzahlen finden Sie im
Nachhaltigkeitsbericht der Coop-Gruppe.

Lagebericht der Coop-Gruppe

Überblick über die Coop-Gruppe

Die Coop-Gruppe ist in den Geschäftsfeldern Detailhandel, Grosshandel und Produktion tätig. Das Detailhandelsgeschäft umfasst die Coop Verkaufsstellen und weitere Formate. Hinzu kommen die Tochtergesellschaften. Das Grosshandelsgeschäft wird über die Transgourmet-Gruppe geführt. Zum Bereich der Produktion gehören der produzierende Bereich der Bell Gruppe und die Coop Produktionsbetriebe.

Trotz der starken Minussteuerung von bis zu 8,2% in einigen Formaten sowie der starken Konkurrenz im In- und Ausland erzielte die Coop-Gruppe einen erfreulichen Gesamtumsatz von 27,8 Mrd. CHF (+0,3%). Sie legte damit im Geschäftsjahr 2012 real um 1,5% zu und behauptete sich mit dem Umsatz an der Spitze der Schweizer Detailhandelsunternehmen.

Detailhandel

Der Detailumsatz der Coop-Gruppe wuchs nominell um 0,5% auf 18,5 Mrd. CHF; real beträgt die Zunahme 1,7%. Dies ist in Anbetracht einer Minussteuerung von 1,2% über das ganze Food- und Non Food-Sortiment ein positives Resultat. Ohne Tankstellen, Heizöl- und Treibstoffhandel betrug die Minussteuerung 1,8%.

Retail

Coop hat in den Retail-Verkaufsstellen – den Coop Supermärkten und den Megastores – einen Kassenumsatz von 11,0 Mrd. CHF erzielt. Der Umsatz der Retail-Verkaufsstellen ist real um 0,7% gewachsen. Die Minussteuerung über das gesamte Sortiment betrug 1,2%; nominell ist damit der Umsatz in den Retail-Verkaufsstellen im Vergleich zum Vorjahr um 0,5% gesunken. Das Retail umfasst 823 Verkaufsstellen (+7) und die Verkaufsfläche hat sich auf 0,95 Millionen m² (+0,4%) erhöht. Insgesamt sind 19 617 Personaleinheiten beschäftigt.

Trading

Die Trading-Formate Coop City, Coop Bau+Hobby, Import Parfumerie, Toptip / Lumimart, Interdiscount sowie Christ Uhren & Schmuck erzielten einen Umsatz von 3,1 Mrd. CHF. Gegenüber dem Vorjahr verzeichneten die Trading-Formate nominell einen Rückgang von 2,8% und real einen Zuwachs von 0,7%. Die Minussteuerung über alle Formate betrug 3,5%, bei Interdiscount waren es sogar 8,2%. Die 566 Trading-Verkaufsstellen (–1) im Trading weisen eine Verkaufsfläche von 0,68 Millionen m² auf (+0,7%). Insgesamt 7 266 Personaleinheiten sind im Bereich Trading beschäftigt.

Online-Shops

Mit coop@home und microspot.ch sowie den Internet-Shops von Interdiscount, Toptip / Lumimart, Import Parfumerie, Dipl. Ing. Fust AG, The Body Shop Switzerland AG und Christ Uhren & Schmuck bietet die Coop-Gruppe ein umfassendes Online-Angebot. Die Online-Shops entwickelten sich im Jahr 2012 erfreulich und erzielten insgesamt einen Umsatz von 0,2 Mrd. CHF.

Tochtergesellschaften

Zu den Tochtergesellschaften zählen neben der Coop Mineraloel AG die Dipl. Ing. Fust AG, die Coop Vitality AG, die Verkaufsstellen der Bell Gruppe, die The Body Shop Switzerland AG sowie die Tropenhaus Frutigen AG und die Tropenhaus Wolhusen AG. Die Verkaufsstellen und Tankstellen dieser vollkonsolidierten Tochtergesellschaften erzielten im Geschäftsjahr 2012 mit 620 Verkaufsstellen (+20) einen Umsatz von 3,8 Mrd. CHF. Dies entspricht einem Umsatzwachstum von nominell 4,9% bei einer Teuerung von 0,8%.

Die Coop Mineraloel AG mit 73 Personaleinheiten und ihren Franchisebetreibern erwirtschaftete bei einem nominellen Wachstum von 7,9% einen Umsatz von 2,7 Mrd. CHF. Die Tankstellen verzeichneten ein Volumen-Wachstum von 4,0%. Die Dipl. Ing. Fust AG, welche über 1900 Personaleinheiten beschäftigt, erzielte einen Umsatz von 0,9 Mrd. CHF und musste damit einen nominellen Umsatzrückgang von 3,1% in Kauf nehmen. Die Minussteuerung des Sortiments betrug ganze 5,0% und real legte Fust damit 1,9% zu. Die Coop Vitality AG sowie The Body Shop Switzerland AG entwickelten sich positiv und erzielten 2012 weiteres Umsatzwachstum.

Grosshandel

Die Transgourmet-Gruppe unterteilt sich in Belieferungsgrosshandel und Abholgrosshandel. Zum Belieferungsgrosshandel gehören REWE-Foodservice in Deutschland, Transgourmet France in Frankreich sowie Howeg in der Schweiz. Im Cash & Carry-Bereich bzw. dem Abholgrosshandel sind es Prodega / Growa CC in der Schweiz sowie FEGRO / SELGROS in Deutschland, Polen, Rumänien und Russland. Im Jahr 2012 hat Transgourmet France die elsässische Eurocash SA mit einem Cash & Carry Markt übernommen. Die beiden Bereiche in der Schweiz Prodega / Growa Cash+Carry und Howeg bündeln künftig ihre Kräfte und gehen ab 2013 mit einer gemeinsamen Strategie in die Zukunft. Die Transgourmet-Gruppe etablierte sich sowohl im inländischen als auch im ausländischen Grosshandelsmarkt als wichtiger Marktplayer im B2B-Geschäft. Die Transgourmet-Gruppe ist mit ihrem Umsatz auch im Berichtsjahr 2012 Europas zweitgrösstes Unternehmen im Abhol- und Belieferungsgrosshandel. Mit 111 Cash & Carry Märkten und 21 446 Personaleinheiten erwirtschaftete sie einen Nettoerlös von 8,3 Mrd. CHF. In Schweizer Franken blieb der Nettoerlös stabil, wechselkurs- und teuerungsbereinigt erzielte die Transgourmet-Gruppe einen Zuwachs von 3,0%.

Produktion

Die Produktion umfasst die in der Coop Genossenschaft als Divisionen geführten Coop Produktionsbetriebe sowie die Bell Gruppe (ohne Verkaufsstellen). Die Bell Gruppe als führender Schweizer Fleischverarbeiter führt eine Reihe von Marken wie Bell, ZIMBO, Abraham und Mòssieur Polette in ihrem Portfolio und produziert für verschiedene Kunden Handels- und Eigenmarken. Im Jahr 2012 steigerte die Bell Gruppe mit ihren

6 248 Personaleinheiten den Umsatz aus Warenverkäufen währungs- und strukturbereinigt um 0,6 % auf 2,53 Mrd. CHF und weist damit eine stabile Umsatzentwicklung aus. Erneut erwiesen sich Schweizer Fleisch und Seafood als Wachstumstreiber. Der Umsatz von Bell Schweiz wuchs um 0,6 % auf 1,76 Mrd. CHF. Im Ausland ist die Bell Gruppe in den Ländern Deutschland, Spanien, Frankreich, Polen, Ungarn, Belgien, Holland, Tschechien, Slowakei und Rumänien vertreten. Bei Bell Deutschland stieg der Warenumsatz um 1,5 % auf 0,48 Mrd. CHF. Bell Osteuropa / Benelux erzielte einen Umsatz von rund 0,19 Mrd. CHF, was währungsbereinigt einer Abnahme von 6,1 % entspricht. Die Absatzentwicklung von Bell Frankreich ist erfreulich und der Warenumsatz wuchs währungsbereinigt um 6,9 % auf rund 0,1 Mrd. CHF.

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung und Branchenentwicklung

Trotz ungünstiger Vorzeichen hat sich die Schweizer Wirtschaft im Jahr 2012 gut gehalten und sowohl der Eurokrise als auch der Frankenstärke getrotzt. Das Institut BAK Basel ging in seiner Publikation CH-PLUS vom Januar 2013 von einem realen BIP-Wachstum der Schweizer Wirtschaft um 0,9 % im Jahr 2012 aus. Die durchschnittliche Jahreststeuerung für das Jahr 2012 betrug gemäss Bundesamt für Statistik minus 0,7 %. Zum positiven

Wachstum führten allen voran die Konsumausgaben der privaten und öffentlichen Haushalte. Die Konsumentenstimmung stabilisierte sich im zweiten Halbjahr 2012 zwar, lag aber nach wie vor auf leicht unterdurchschnittlichem Niveau.

Für die gesamte Eurozone prognostizierte BAK Basel für das Jahr 2012 einen minimalen Rückgang des realen BIP um 0,3 % und eine Teuerung von bis zu 2,6 %. Der Rückgang ist vor allem auf die Rezession in der Eurozone, die globale Wirtschaftsschwäche und den aktuellen Einbruch der Investitionen zurückzuführen. Für Deutschland geht BAK Basel von einem realen BIP-Wachstum von 0,9 % im Jahr 2012 aus. Die osteuropäischen Märkte wiesen im Jahr 2012 ein abgeschwächtes, aber ebenfalls positives Wirtschaftswachstum auf.

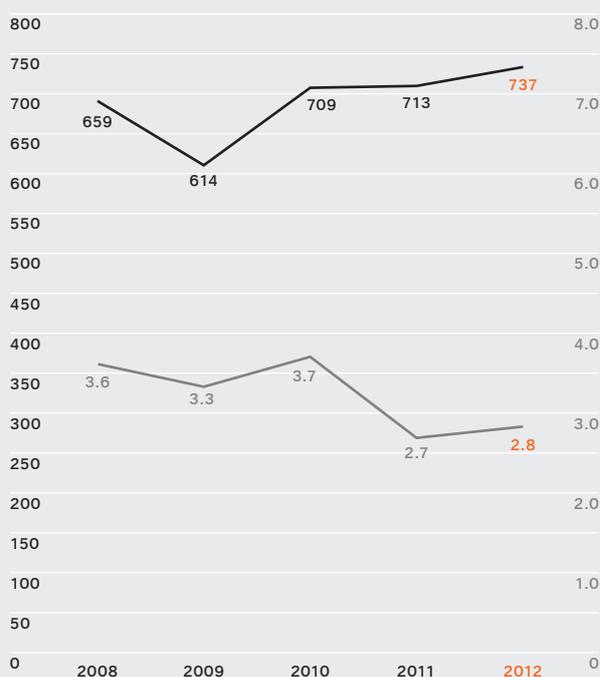
Geschäfts- und Rahmenbedingungen

Die Coop Genossenschaft hat 2012 durch erfolgreich und fair geführte Verhandlungen mit internationalen Markenherstellern Preissenkungen erwirkt und diese an die Kundinnen und Kunden weitergegeben. Zur Steigerung des Preis-Leistungs-Verhältnisses wurden bei über 1500 Artikeln die Preise gesenkt. Der Schweizer Detailhandel ist in verschiedenen Bereichen nach wie vor stärker reguliert als die Märkte der Mitbewerber im Ausland. Zusätzlich verschärfen die Frankenstärke und die dadurch steigende Attraktivität des Einkaufs im grenznahen Ausland den Wettbewerb.

Jahresergebnis
in Mio. CHF



EBIT
in Mio. CHF



Finanzielle Lage der Coop-Gruppe

Ertragslage

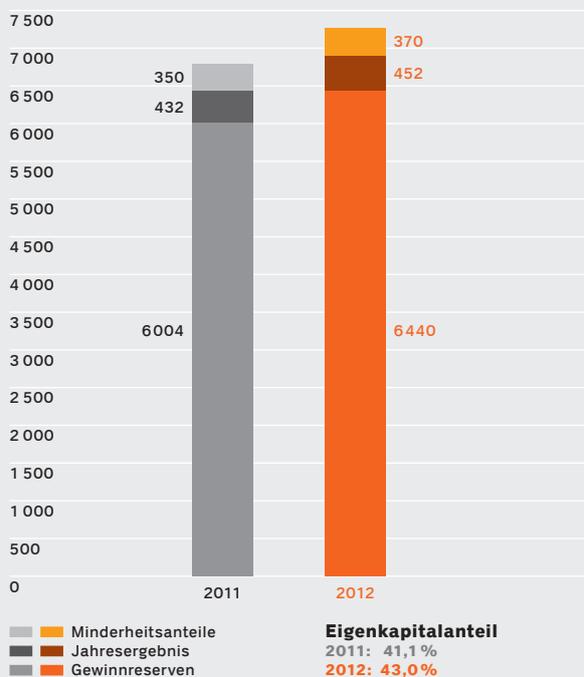
Der Gesamtumsatz der Coop-Gruppe erhöhte sich 2012 um 0,3% auf 27,8 Mrd. CHF. Daraus ergibt sich ein konsolidierter Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen von 26,7 Mrd. CHF (+0,3%). Haupttreiber für die Steigerung im Nettoerlös war mit einer Zunahme von +0,2 Mrd. CHF die Coop Mineraloel AG. Das Bruttoergebnis liegt mit einer Marge von 29,0% bei 7,8 Mrd. CHF um 0,7% höher als im Vorjahr. Der Personalaufwand ist um 11 Mio. CHF (+0,3%) leicht gestiegen und beträgt rund 4 Mrd. CHF. Im übrigen Betriebsaufwand ist eine Erhöhung um 48,0 Mio. CHF (+1,8%) auf 2,8 Mrd. CHF zu verzeichnen. Die Abschreibungen auf immateriellen Anlagen in Höhe von 288 Mio. CHF setzen sich vor allem aus Abschreibungen auf Goodwill von 228 Mio. CHF sowie auf übrigen immateriellen Anlagen von 60 Mio. CHF zusammen. Die Abschreibungen auf Sachanlagen in Höhe von 905 Mio. CHF enthalten 536 Mio. CHF auf Immobilien sowie 369 Mio. CHF Abschreibungen auf übrigen Sachanlagevermögen. Der Betriebsertrag erreicht 737 Mio. CHF und liegt damit mit einer EBIT-Marge von 2,8% leicht über dem Vorjahr von 2,7%.

Das Ergebnis assoziierter Organisationen liegt bei 22 Mio. CHF und stammt im Wesentlichen aus Erträgen der Hilcona AG, Betty Bossi AG sowie HiCoPain AG. 2012 erzielte die Coop-Gruppe ein positives Ergebnis aus Fremdwährungen von 11 Mio. CHF. Das Finanzergebnis von -89 Mio. CHF verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr (+87 Mio. CHF) infolge des um 83 Mio. CHF tieferen Finanzaufwandes sowie des um 4 Mio. CHF höheren Finanzertrages. Nach Berücksichtigung der Steuern von 148 Mio. CHF und der Minderheitsanteile von 79 Mio. CHF ergibt sich ein Jahresergebnis von 452 Mio. CHF (Vorjahr: 432 Mio. CHF).

Finanz- und Vermögenslage

Die Bilanzsumme der Coop-Gruppe hat im Vergleich zum Vorjahr um knapp 0,4 Mrd. CHF zugenommen. Auf der Aktivseite hat sich das Anlagevermögen um die planmässigen Abschreibungen reduziert. Gleichzeitig sind keine wesentlichen Investitionen oder Zukäufe getätigt worden, was zu einer Abnahme des Anlagevermögens von 176 Mio. CHF führte. Das Umlaufvermögen stieg um 0,6 Mrd. CHF im Vergleich zum Vorjahr an. Die Erhöhung ist auf die Zunahme der Flüssigen Mittel von 0,5 Mrd. CHF zurückzuführen. Auf der Passivseite nahm das kurzfristige Fremdkapital um 0,3 Mrd. CHF ab. Die Abnahme folgt aus der Rückzahlung der Anleihe über 250 Mio. CHF und der gleichzeitigen Umgliederung der im Jahr 2013 fälligen Anleihe über 150 Mio. CHF sowie aus den Rückzahlungen von Drittdarlehen. Im langfristigen Fremdkapital resultiert aus der Umgliederung des kurzfristigen Anteils der Anleihe sowie der Aufnahme einer neuen Anleihe über 250 Mio. CHF eine Zunahme um 0,2 Mrd. CHF. Die Eigenkapitalquote lag per 31. Dezember 2012 mit 43,0% deutlich über 40% und stieg im Vergleich zum Vorjahr um 1,9 Prozentpunkte.

Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile in Mio. CHF



Wesentliche Chancen und Risiken

Die Coop-Gruppe verfügt über ein standardisiertes Risikomanagement. Die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat identifizieren und analysieren alle drei Jahre – zuletzt im Berichtsjahr 2012 – die Toprisiken und Top-Risikoszenarien und definieren entsprechende Massnahmen. Im Rahmen der institutionalisierten jährlichen Bewertungen der Qualität des Internen Kontrollsystems auf Ebene Geschäftsprozesse erfolgt eine Beurteilung der operationellen Risiken sowie der Risiken in Zusammenhang mit der finanziellen Berichterstattung und der Compliance. Im Geschäftsjahr 2012 wurden hierbei insbesondere die nachhaltige Stabilisierung des Schweizer Frankens, die Situation an den europäischen Finanzmärkten sowie der harte Preiskampf durch den intensivierten Wettbewerb als Risiken beurteilt. Insgesamt hat die Beurteilung der gegenwärtigen Risikosituation ergeben, dass keine Risiken bestehen, die die Unternehmensfortführung gefährden. Zudem sind keine künftigen bestandsgefährdenden Risiken erkennbar.

Chancen ergeben sich aus der Nutzung der wirtschaftlichen Potenziale in den osteuropäischen Märkten im Bereich Grosshandel und aus der Optimierung der flächenmässigen Abdeckung; sowohl in der Schweiz als auch im Ausland. Durch einen permanenten Erfahrungsaustausch zwischen den einzelnen Formaten und den Ländern innerhalb der Coop-Gruppe werden Mehrwerte und Synergien geschaffen. Mit der vollständigen Übernahme der Betty Bossi AG wird eine bekannte Schweizer Marke innerhalb der Coop-Gruppe konsequent weiterentwickelt.

Ausblick 2013

Die Coop-Gruppe wird auch im Jahr 2013 nicht mit viel Rückenwind rechnen können. Die Coop-Gruppe erwartet in der Schweiz und in Europa eine anhaltend schwache Entwicklung der Konjunktur. Hierzulande nimmt die Belastung durch die Eurokrise zwar etwas ab, es ist aber aufgrund des starken Schweizer Frankens weiterhin mit einem anhaltenden Abfluss von Konsumausgaben in das grenznahe Ausland zu rechnen. Gleichzeitig erfährt der Schweizer Konsum entscheidende Stützung durch die anhaltende Zuwanderung. In Europa ist eine erneute Zuspitzung der Schuldenkrise nicht zu erwarten, allerdings ist die Konjunktur belastet durch die privaten und öffentlichen Entschuldungsprozesse.

Im Schweizer Detailhandel bleibt der Druck auf die Preise hoch, auch wenn im Food erste Anzeichen auf ein Ende der deflationären Entwicklung hinweisen. Die Coop-Gruppe wird die eingeschlagenen Strategien weiterverfolgen sowie Verkaufsstellen erweitern und eröffnen. 2013 wird Coop im Bereich der Nachhaltigkeit zahlreiche Produkte und Projekte realisieren und insbesondere die Marke Naturaplan zum 20-Jahr-Jubiläum stärken. Die Strategie, den stationären Handel mit dem Online-Handel zu verbinden, wird konsequent fortgesetzt.

Im Grosshandel profitieren die Coop Unternehmen von der Stabilisierung der Wirtschaftslage und von der Erholung der Gastronomie und des Gewerbes in der Schweiz und in Europa. In der Schweiz führt die Multichannel-Strategie zu einem leistungsfähigen Angebot für die Kunden und zu einer verbesserten Marktstellung. Auf Wachstumskurs befinden sich auch die Gastronomiebelieferung in Frankreich und Deutschland sowie der Abholgrosshandel in Deutschland, Polen, Rumänien und insbesondere Russland.

In der Produktion erwartet die Coop-Gruppe einen Rückgang der deflationären Tendenzen und eine Stabilisierung der Preise sowie eine Erholung der Nachfrage ihrer Kunden. Weitere Wachstumspotenziale ergeben sich durch die Vernetzung mit den schweizerischen und europäischen Detailhandels- und Grosshandelsaktivitäten.

Coop-Gruppe in Zahlen

Gesamtumsatz

in Mio. CHF		2012	2011	Veränderung	Index %
Supermärkte A	< 980 m ²	3 402	3 426	-24	99.3
Supermärkte B	980-1 890 m ²	3 152	3 171	-19	99.4
Supermärkte C	1 890-3 500 m ²	2 784	2 792	-8	99.7
Supermärkte		9 338	9 389	-51	99.5
Megastores	> 3 500 m ²	1 616	1 616	-0	100.0
Supermärkte / Megastores		10 953	11 005	-51	99.5
Übrige		2	2	-0	99.9
Coop Retail		10 955	11 006	-51	99.5
Warenhäuser		991	1 011	-20	98.0
Interdiscount		887	917	-30	96.7
Bau+Hobby		718	736	-18	97.6
Toptip / Lumimart		231	241	-10	96.0
Import Parfumerie		170	177	-7	96.0
Christ Uhren & Schmuck		109	114	-5	95.5
Übrige		3	3	-0	97.4
Coop Trading		3 109	3 199	-90	97.2
Restaurants Da Giovanni		3	3	-0	99.6
Hotels		24	28	-3	87.7
Coop		14 092	14 237	-145	99.0
Tankstellen		1 719	1 582	+137	108.6
Coop Pronto bei Tankstellen		671	624	+47	107.6
Coop Pronto stand-alone		286	274	+12	104.4
Coop Mineraloel AG		2 676	2 480	+196	107.9
Dipl. Ing. Fust AG		909	938	-29	96.9
Coop Vitality AG		141	132	+9	106.9
Bell Gruppe (Verkaufsstellen)		78	75	+3	104.2
The Body Shop Switzerland AG		38	38	+0	100.5
Tropenhaus Frutigen AG		2	1	+1	185.6
Tropenhaus Wolhusen AG		0	
Tochtergesellschaften		3 844	3 663	+180	104.9
Kassenumsatz Verkaufsstellen		17 937	17 902	+35	100.2
Internet-Shops		245	199	+46	122.8
Detailverkäufe an Dritte		347	343	+4	101.2
Detailumsatz		18 529	18 444	+85	100.5
Märkte CC Abholgrosshandel		5 100	5 136	-36	99.3
Belieferungsgrosshandel		3 094	3 028	+66	102.2
Übrige Umsätze mit Grossabnehmern		1 095	1 118	-23	97.9
Grosshandelsumsatz		9 289	9 283	+6	100.1
Gesamtumsatz		27 818	27 727	+91	100.3
davon Gesamtumsatz Ausland		7 509	7 460	+49	100.7

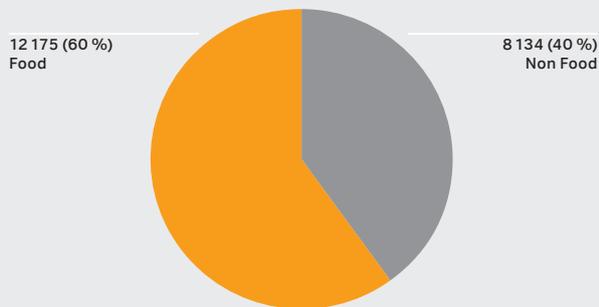
Vorjahreswerte angepasst

Gesamtumsatz
in Mio. CHF

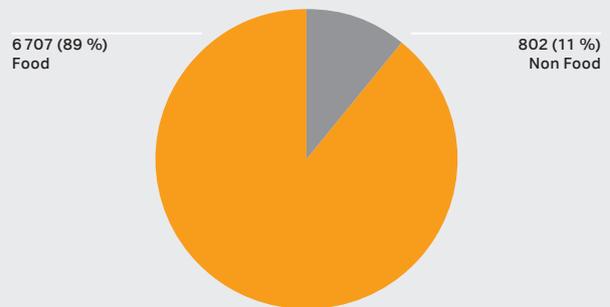


■ Umsätze mit Grossabnehmern
■ Detailverkäufe an Dritte
■ Kassenumsatz Verkaufsstellen

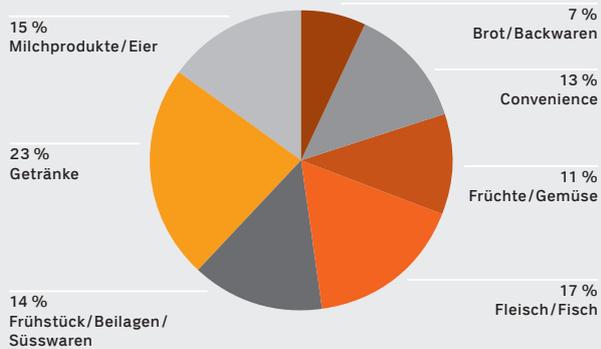
Gesamtumsatz Schweiz nach Hauptkategorien
in Mio. CHF



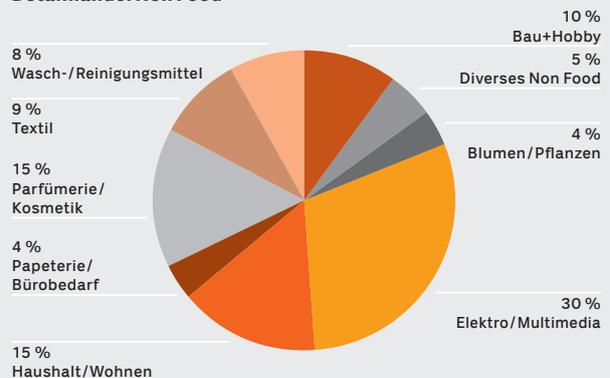
Gesamtumsatz Ausland nach Hauptkategorien
in Mio. CHF



Detailhandel Food



Detailhandel Non Food



Erfolgsrechnung nach Sparten (nicht konsolidiert)

in Mio. CHF	Detailhandel				Grosshandel und Produktion			
	2012	Anteil %	2011	Anteil %	2012	Anteil %	2011	Anteil %
Produktionsleistung					11 569		11 496	
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	17 784	100.0	17 686	100.0	11 020	100.0	10 951	100.0
Warenaufwand	12 614		12 494		8 423		8 414	
Bruttoergebnis	5 170	29.1	5 192	29.4	2 597	23.6	2 537	23.2
Andere betriebliche Erträge	785		765		253		253	
Personalaufwand	2 617		2 630		1 393		1 369	
Übriger Betriebsaufwand	1 935		1 936		930		895	
EBITDA	1 404	7.9	1 391	7.9	526	4.8	527	4.8
Abschreibungen auf Anlagevermögen	915		911		278		294	
EBIT – Betriebsertrag	488	2.7	480	2.7	249	2.3	233	2.1

Die Sparte «Grosshandel und Produktion» bildet die Transgourmet-Gruppe, die Bell Gruppe sowie die Produktionsbetriebe des Stammhauses Coop ab.
Vorjahreswerte angepasst

Tochtergesellschaften / Divisionen / Bankkredite

Tochtergesellschaften in Mio. CHF	Nettoerlös		Personal-	Eigenkapital am 31.12.	
	2012	2011	einheiten	Kapitalanteil der Gruppe	
			Anzahl	Mio. CHF	%
	2012	2011	2012	2012	2012
Transgourmet-Gruppe	8 270	8 233	21 446	2 218.6	100.0
Bell Gruppe	2 508	2 483	6 248	675.5	66.3
Coop Mineraloel AG	2 496	2 311	73	215.7	51.0
Dipl. Ing. Fust AG	880	905	1 938	250.3	100.0
Coop Vitality AG	134	126	439	23.5	51.0
The Body Shop Switzerland AG	36	36	153	9.4	100.0
Railcare AG	22	18	90	0.7	100.0
Coop Bildungszentren Muttetz und Jongny	13	14	70	8.2	100.0
Tropenhaus Frutigen AG	6	6	51	-8.3	69.1
Tropenhaus Wolhusen AG	3		26	2.5	94.3

Divisionen in Mio. CHF	2012	2011	Veränderung	Index %
Kassenumsatz	887	917	-30	96.7
Detailverkäufe an Dritte	97	78	+19	124.4
Division Interdiscount	984	995	-11	98.9

Vorjahreswerte angepasst

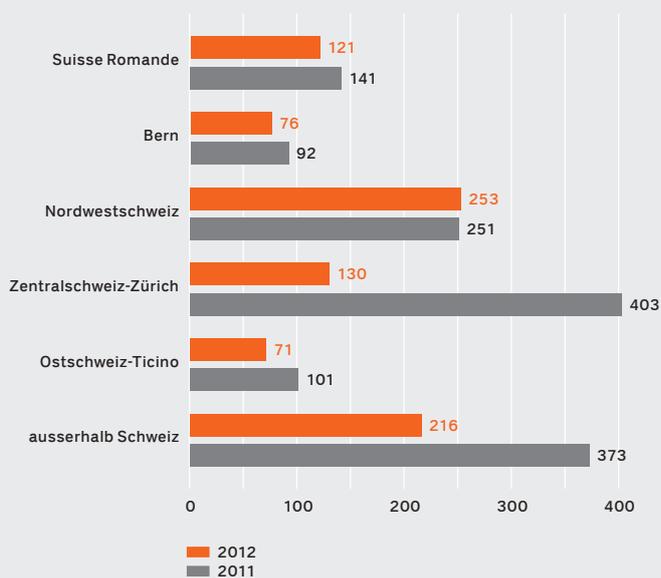
Kassenumsatz Toptip	203	213	-11	95.1
Kassenumsatz Lumimart	28	28	+1	102.9
Detailverkäufe an Dritte	1	1	+0	129.5
Division Toptip / Lumimart	233	242	-9	96.1
Kassenumsatz	170	177	-7	96.0
Detailverkäufe an Dritte	2	2	+0	108.0
Division Import Parfumerie	172	179	-7	96.1
Kassenumsatz	109	114	-5	95.5
Detailverkäufe an Dritte	0	0	+0	..
Division Christ Uhren & Schmuck	109	114	-5	95.5

Bankkredite in Mio. CHF	Limite		Benutzung		Freie Limite	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011
Grossbanken	249	249	1	51	248	198
Kantonalbanken	511	432	27	89	484	342
Regionalbanken	27	29		1	27	28
Bank Coop	182	153		18	182	135
Auslandbanken Schweiz	150	150		0	150	150
Auslandbanken	681	770	292	283	389	488
Banken	1 800	1 783	320	442	1 480	1 341
Konsortialkredit Bell	195	225	185	175	10	50
Bankkredite	1 995	2 008	505	617	1 490	1 391

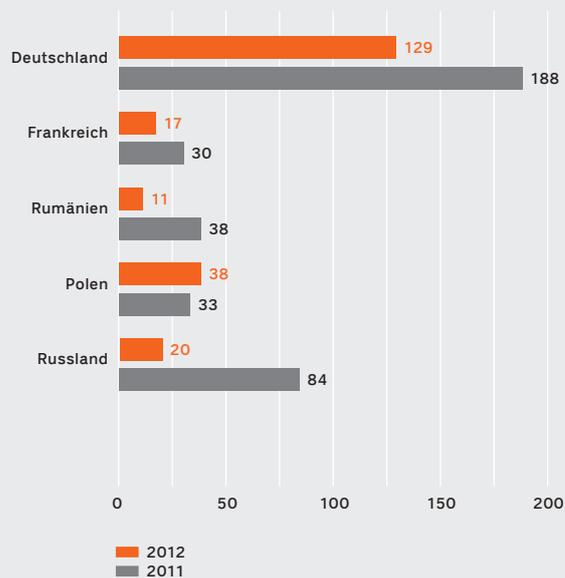
Bankdarlehen kurzfristig		115	192		
Bankdarlehen langfristig		236	229		
Hypotheken		154	196		
Bankkredite		505	617		

Investitionen

Bruttoinvestitionen nach Regionen
in Mio. CHF



Bruttoinvestitionen ausserhalb der Schweiz
in Mio. CHF



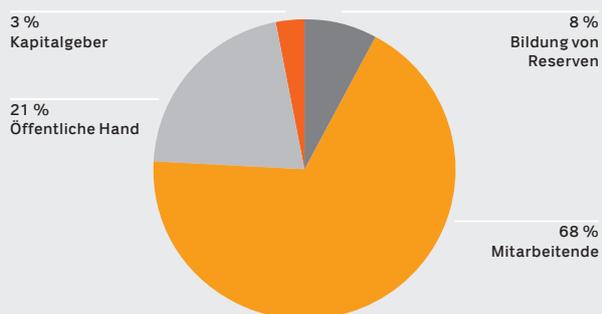
in Mio. CHF	2008	2009	2010	2011	2012
Region Suisse Romande	134	121	43	141	121
Region Bern	110	136	34	92	76
Region Nordwestschweiz	211	265	236	251	253
Region Zentralschweiz-Zürich	120	127	238	403	130
Region Ostschweiz-Ticino	107	85	113	101	71
Schweiz	681	733	664	986	651
Deutschland				188	129
Frankreich				30	17
Rumänien				38	11
Polen				33	38
Russland				84	20
Ausland				373	216
Bruttoinvestitionen Sachanlagen	681	733	664	1 360	867
Devestitionen Sachanlagen	178	191	103	152	37
Nettoinvestitionen Sachanlagen	503	542	561	1 208	829
Übrige Nettoinvestitionen	973	1 513	92	1 908	121
Nettoinvestitionen	1 476	2 055	653	3 116	950

Wertschöpfungsrechnung

in Mio. CHF	2012	2011	Index %
Gesamtumsatz	27 818	27 727	100.3
Warenaufwand	18 134	18 114	100.1
Übriges	2 468	2 245	110.0
Vorleistungen	20 602	20 359	101.2
Bruttowertschöpfung	7 216	7 369	97.9
Abschreibungen / Rückstellungen	1 291	1 207	106.9
Nettowertschöpfung	5 925	6 162	96.2
Löhne / Gehälter	3 087	3 056	101.0
Sozialleistungen	727	756	96.1
Übriger Personalaufwand	195	185	105.6
Personalrabatte inkl. Superpunkte Personal	45	49	91.3
Mitarbeitende	4 054	4 047	100.2
Ertragssteuern	148	122	121.3
Betriebliche Steuern	36	30	120.7
Zölle, Gebühren und Abgaben	846	827	102.2
Mehrwertsteuer	233	197	117.9
Öffentliche Hand	1 263	1 177	107.3
Kapitalgeber	156	506	30.9
Bildung von Reserven	452	432	104.6
Verteilung der Wertschöpfung	5 925	6 162	96.2

Vorjahreswerte angepasst

Verteilung der Wertschöpfung



Mitarbeitende

	2012	2011	Veränderung	Index %
VRE Suisse Romande	4 706	4 800	-94	98.0
VRE Bern	2 991	3 043	-52	98.3
VRE Nordwestschweiz	3 538	3 624	-85	97.6
VRE Zentralschweiz-Zürich	4 559	4 596	-37	99.2
VRE Ostschweiz-Ticino	3 801	3 911	-110	97.2
Zentralbereich Retail	21	23	-2	93.4
Coop Retail	19 617	19 996	-379	98.1
Warenhäuser	2 475	2 569	-94	96.3
Interdiscount	1 621	1 666	-45	97.3
Bau+Hobby	1 550	1 508	+42	102.8
Toptip / Lumimart	604	605	-1	99.8
Import Parfumerie	486	471	+15	103.2
Christ Uhren & Schmuck	363	372	-10	97.4
Zentralbereich Trading	167	172	-5	97.0
Coop Trading	7 266	7 363	-98	98.7
Logistik	4 268	4 300	-32	99.3
Produktion	663	695	-32	95.4
Übrige Zentralbereiche / Direktion Immobilien	2 071	2 108	-38	98.2
Stammhaus Coop	33 883	34 462	-579	98.3
Coop Mineraloel AG	73	73	+0	100.4
Dipl. Ing. Fust AG	1 938	1 854	+84	104.5
Coop Vitality AG	439	411	+29	107.0
Bell Schweiz	3 302	3 093	+210	106.8
Bell Ausland	2 946	2 966	-20	99.3
Bell Gruppe	6 248	6 059	+189	103.1
The Body Shop Switzerland AG	153	172	-20	88.7
Deutschland	6 994	6 996	-2	100.0
Frankreich	3 598	3 546	+52	101.5
Schweiz	1 503	1 506	-3	99.8
Rumänien	4 330	4 237	+93	102.2
Polen	3 737	3 740	-4	99.9
Russland	1 283	1 161	+122	110.5
Transgourmet-Gruppe	21 446	21 187	+259	101.2
Übrige Gesellschaften	237	185	+52	127.8
Personaleinheiten (inkl. Lernende)	64 416	64 402	+14	100.0

Vorjahreswerte angepasst. Zudem werden die Personaleinheiten der Langzeitabsenzen ab 2012 sowie rückwirkend für 2011 gemäss der organisatorischen Zuordnung der Mitarbeitenden aufgeführt.

Mitarbeitende

	2012	2011	Veränderung	Index %
VRE Suisse Romande	6 320	6 230	+90	101.4
VRE Bern	4 279	4 225	+54	101.3
VRE Nordwestschweiz	4 472	4 492	-20	99.6
VRE Zentralschweiz-Zürich	6 105	5 911	+194	103.3
VRE Ostschweiz-Ticino	5 142	5 267	-125	97.6
Zentralbereich Retail	21	23	-2	91.3
Coop Retail	26 339	26 148	+191	100.7
Warenhäuser	3 084	3 133	-49	98.4
Interdiscount	1 744	1 768	-24	98.6
Bau+Hobby	1 962	1 864	+98	105.3
Toptip / Lumimart	695	700	-5	99.3
Import Parfumerie	695	681	+14	102.1
Christ Uhren & Schmuck	487	509	-22	95.7
Zentralbereich Trading	183	185	-2	98.9
Coop Trading	8 850	8 840	+10	100.1
Logistik	4 602	4 646	-44	99.1
Produktion	781	836	-55	93.4
Übrige Zentralbereiche / Direktion Immobilien	2 327	2 363	-36	98.5
Stammhaus Coop	42 899	42 833	+66	100.2
Coop Mineraloel AG	78	75	+3	104.0
Dipl. Ing. Fust AG	2 060	2 117	-57	97.3
Coop Vitality AG	605	574	+31	105.4
Bell Schweiz	3 414	3 324	+90	102.7
Bell Ausland	3 055	3 146	-91	97.1
Bell Gruppe	6 469	6 470	-1	100.0
The Body Shop Switzerland AG	209	225	-16	92.9
Deutschland	7 904	7 946	-42	99.5
Frankreich	3 694	3 550	+144	104.1
Schweiz	1 714	1 680	+34	102.0
Rumänien	4 165	4 547	-382	91.6
Polen	3 885	3 930	-45	98.9
Russland	1 290	1 165	+125	110.7
Transgourmet-Gruppe	22 652	22 818	-166	99.3
Übrige Gesellschaften	337	249	+88	135.3
Personen (inkl. Lernende) am 31.12.	75 309	75 361	-52	99.9

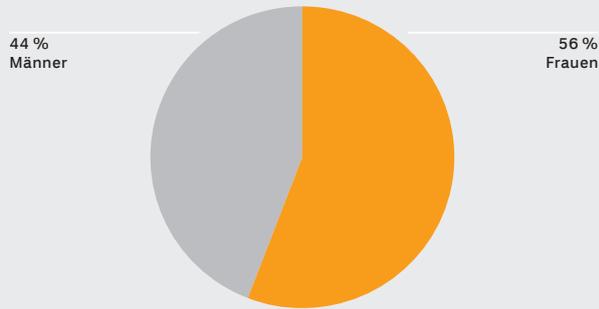
Vorjahreswerte angepasst

	2012	2011	Veränderung	Index %
VRE Suisse Romande	320	414	-94	77.3
VRE Bern	224	260	-36	86.2
VRE Nordwestschweiz	298	312	-14	95.5
VRE Zentralschweiz-Zürich	389	411	-22	94.6
VRE Ostschweiz-Ticino	284	300	-16	94.7
Coop Retail	1 515	1 697	-182	89.3
Warenhäuser	177	182	-5	97.3
Interdiscount	359	377	-18	95.2
Bau+Hobby	126	134	-8	94.0
Toptip / Lumimart	37	32	+5	115.6
Import Parfumerie	54	54	+0	100.0
Christ Uhren & Schmuck	40	39	+1	102.6
Zentralbereich Trading	7	8	-1	87.5
Coop Trading	800	826	-26	96.9
Logistik	120	113	+7	106.2
Produktion	28	34	-6	82.4
Übrige Zentralbereiche / Direktion Immobilien	72	68	+4	105.9
Stammhaus Coop	2 535	2 738	-203	92.6
Coop Mineraloel AG	3	2	+1	150.0
Dipl. Ing. Fust AG	69	68	+1	101.5
Coop Vitality AG	88	90	-2	97.8
Bell Schweiz	57	49	+8	116.3
Bell Ausland	36	34	+2	105.9
Bell Gruppe	93	83	+10	112.0
The Body Shop Switzerland AG	13	12	+1	108.3
Deutschland	294	308	-14	95.5
Frankreich	52	19	+33	..
Schweiz	71	69	+2	102.9
Transgourmet-Gruppe	417	396	+21	105.3
Übrige Gesellschaften	3	2	+1	150.0
Lernende (Personen) am 31.12.	3 221	3 391	-170	95.0
Praktika Schulabgänger	111	118	-7	94.1

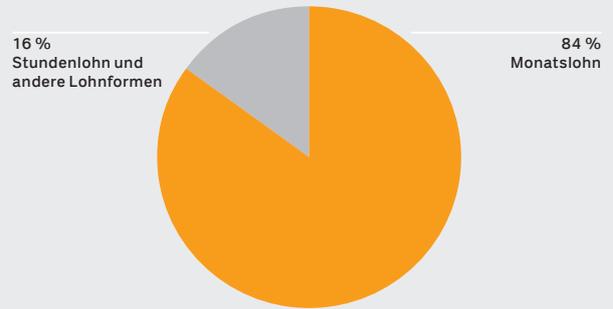
Vorjahreswerte angepasst

Mitarbeitende

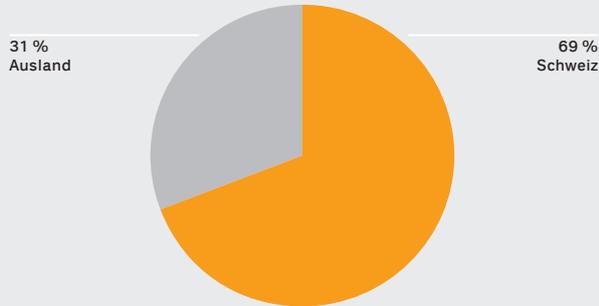
Geschlecht



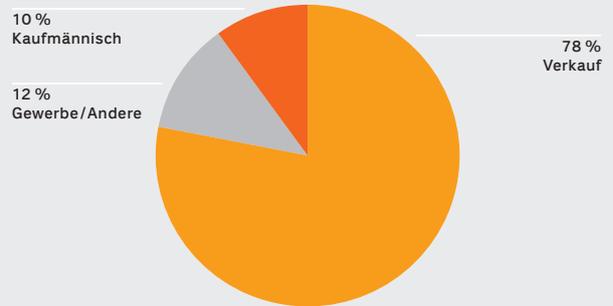
Anstellungsverhältnis



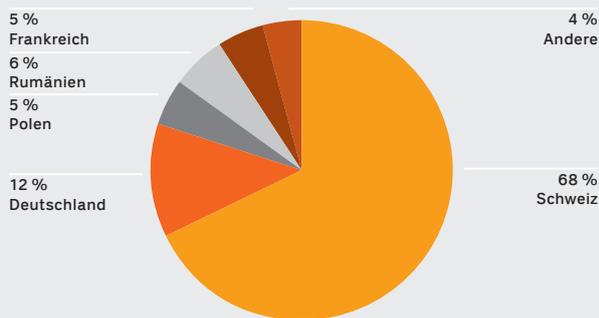
Nationalität¹



Lernende



Arbeitsland



¹ Nur Mitarbeitende mit Arbeitsland Schweiz.

Entwicklung der Coop-Gruppe

	2008	2009	2010	2011	2012
Finanzielle Kennzahlen in Mio. CHF					
Kassenumsatz Verkaufsstellen	17 782	17 758	18 106	17 902	17 937
Detailverkäufe an Dritte	504	486	502	542	592
Detailumsatz	18 287	18 244	18 608	18 444	18 529
Grosshandelsumsatz Inland			614	1 823	1 780
Grosshandelsumsatz Ausland			785	7 460	7 509
Gesamtumsatz	19 269	19 667	20 007	27 727	27 818
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	18 271	18 660	18 965	26 640	26 731
EBITDA	1 563	1 760	1 955	1 917	1 930
EBIT – Betriebsertrag	659	614	709	713	737
Jahresergebnis	390	430	470	432	452
Finanzverbindlichkeiten	3 971	4 422	4 686	5 080	4 872
Nettofinanzschuld	3 395	3 925	2 925	4 638	3 943
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile	5 675	6 098	6 412	6 786	7 262
Bilanzsumme	12 981	13 933	14 624	16 492	16 880
Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen	1 445	1 555	1 744	1 748	1 770
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	1 515	1 626	1 709	1 761	1 711
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-1 476	-2 055	-653	-3 116	-950
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	250	350	211	40	-275
Relative Kennzahlen in %					
Liquiditätsgrad 2 (Quick Ratio)	28.4	34.9	73.3	32.6	46.1
Anlagedeckungsgrad 2	91.3	98.9	114.6	96.5	103.7
Fremdkapitalanteil	56.3	56.2	56.2	58.9	57.0
EBITDA-Marge	8.6	9.4	10.3	7.2	7.2
EBIT-Marge	3.6	3.3	3.7	2.7	2.8
Gewinnmarge	2.1	2.3	2.5	1.6	1.7
Marge Geldfluss aus Betriebstätigkeit	8.3	8.7	9.0	6.6	6.4
Verschuldungsfaktor Zielgrösse: < 3.0	2.1	2.2	1.4	2.4	2.0
Zinsdeckungsfaktor Zielgrösse: > 8.0	11.6	22.0	27.7	10.9	21.8
Eigenkapitalanteil inkl. Minderheitsanteile Zielgrösse: > 40.0	43.7	43.8	43.8	41.1	43.0
Mitarbeitende					
Personen am 31.12.	53 880	52 974	53 559	75 361	75 309
Personaleinheiten	41 550	44 154	43 925	64 402	64 416
Verkaufsstellen Detailhandel					
Anzahl Verkaufsstellen Detailhandel am 31.12.	1 885	1 864	1 920	1 991	2 017
Verkaufsfläche Detailhandel in m ² am 31.12.	1 707 189	1 725 604	1 741 914	1 761 173	1 773 231
Verkaufsfläche Detailhandel in m ² (Jahresdurchschnitt)	1 686 926	1 719 187	1 732 128	1 752 284	1 767 202
Märkte CC Abholgrosshandel					
Anzahl Märkte CC Abholgrosshandel am 31.12.				109	111
Verkaufsfläche Märkte CC Abholgrosshandel in m ² am 31.12.				894 327	909 416
Mitglieder					
Anzahl Mitglieder am 31.12.	2 536 544	2 518 056	2 666 242	2 895 062	2 950 096

Vorjahreswerte angepasst

Konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	Erläuterungen	2012	Anteil %	2011	Anteil %
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	1	26 731	100.0	26 640	100.0
Warenaufwand		18 980		18 941	
Bruttoergebnis		7 751	29.0	7 699	28.9
Andere betriebliche Erträge	2	996		975	
Personalaufwand	3	4 009		3 998	
Übriger Betriebsaufwand	4	2 807		2 759	
EBITDA		1 930	7.2	1 917	7.2
Abschreibungen auf immateriellen Anlagen	5	288		324	
Abschreibungen auf Sachanlagen	5	905		881	
EBIT – Betriebsertrag		737	2.8	713	2.7
Ergebnis assoziierter Organisationen		22		13	
Ergebnis aus Fremdwährungen	6	11		16	
Finanzergebnis	7	-89		-175	
Ordentliches Ergebnis		681	2.5	566	2.1
Betriebsfremdes Ergebnis	8	-2		59	
EBT – Ergebnis vor Steuern		679	2.5	625	2.3
Ertragssteuern	9	148		122	
Ergebnis nach Steuern		531	2.0	503	1.9
Minderheitsanteile		79		71	
Jahresergebnis		452	1.7	432	1.6

Konsolidierte Bilanz

in Mio. CHF	Erläuterungen	31.12.2012	Anteil %	31.12.2011	Anteil %
Flüssige Mittel	10, 11	929		442	
Wertschriften		89		130	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12	938		951	
Sonstige kurzfristige Forderungen	13	367		283	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	14	334		329	
Vorräte	15	2 622		2 581	
Umlaufvermögen		5 279	31.3	4 715	28.6
Immaterielle Anlagen	16	1 463		1 634	
Finanzanlagen	17	311		261	
Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen	18	1 494		1 553	
Immobilien	19	8 333		8 330	
Anlagevermögen		11 601	68.7	11 777	71.4
Aktiven		16 880	100.0	16 492	100.0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	20	2 242		2 224	
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	21	1 187		1 529	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	22	478		478	
Kurzfristige Rückstellungen	23	313		304	
Passive Rechnungsabgrenzungen	24	628		598	
Kurzfristiges Fremdkapital		4 848	28.7	5 133	31.1
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	25	3 685		3 551	
Langfristige Rückstellungen	26	1 084		1 022	
Langfristiges Fremdkapital		4 769	28.3	4 574	27.7
Fremdkapital		9 617	57.0	9 706	58.9
Gewinnreserven		6 440		6 004	
Jahresergebnis		452		432	
Eigenkapital ohne Minderheitsanteile		6 892	40.8	6 436	39.0
Minderheitsanteile		370	2.2	350	2.1
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile		7 262	43.0	6 786	41.1
Passiven		16 880	100.0	16 492	100.0

Konsolidierte Geldflussrechnung

Fonds flüssige Mittel

in Mio. CHF		2012	2011
Ergebnis nach Steuern		531	503
Abschreibungen		1 216	1 233
Gewinn (-) / Verlust aus Veräußerung Anlagevermögen		-9	-43
Nicht liquiditätswirksamer Erfolg ¹		-29	56
Ergebnis aus assoziierten Organisationen		-15	1
Zunahme / Abnahme (-) langfristige Rückstellungen		76	-2
Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen		1 770	1 748
Zunahme (-) / Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ¹	18		10
Zunahme (-) / Abnahme der sonstigen kurzfristigen Forderungen und aktiven Rechnungsabgrenzungen	-83		104
Zunahme (-) / Abnahme der Vorräte ¹	-17		-40
Zunahme / Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9		95
Zunahme / Abnahme (-) übrige kurzfristige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen	27		-118
Zunahme / Abnahme (-) kurzfristige Rückstellungen	-14	-59	-38
Geldfluss aus Betriebstätigkeit		1 711	1 761
Immaterielle Anlagen Investitionen	-42		-39
Immaterielle Anlagen Devestitionen	2	-40	4
Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen Investitionen	-314		-391
Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen Devestitionen	6	-309	14
Immobilien Investitionen	-540		-954
Immobilien aktivierte Eigenleistungen	-12		-15
Immobilien Devestitionen	32	-521	137
Auszahlungen für den Erwerb konsolidierter Organisationen	-81		-1 842
Einnahmen aus dem Verkauf konsolidierter Organisationen	0	-81	0
Finanzanlagen Investitionen	-60		-1
Finanzanlagen Devestitionen	14	-47	37
Wertschriften Investitionen	-16		-109
Wertschriften Devestitionen	61	46	41
Geldfluss aus Investitionstätigkeit		-950	-3 116
Aufnahme von Anleihen		250	
Rückzahlung von Anleihen		-250	-250
Dividenden an Minderheiten		-58	-42
Zunahme / Abnahme kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		-163	526
Zunahme / Abnahme langfristige Finanzverbindlichkeiten		-54	-198
Zunahme / Abnahme (-) Eigene Aktien Bell		0	4
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit		-275	40
Einfluss aus Währungsumrechnung		2	-5
Nettoveränderung der flüssigen Mittel		487	-1 320
Flüssige Mittel zu Beginn der Berichtsperiode		442	1 762
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode		929	442

¹ Vorjahreswerte angepasst um die Veränderung der Wertberichtigung auf Forderungen und Vorräte.

Eigenkapitalnachweis

in Mio. CHF	Einbe- haltene Gewinne	Eigene Aktien Bell	Kumulierte Währungs- differenzen	Total Gewinn- reserven	Jahres- ergebnis	Total exkl. Minderheits- anteile	Minderheits- anteile	Total inkl. Minderheits- anteile
Eigenkapital am 1.1.2012	6 265	-2	-258	6 004	432	6 436	350	6 786
Verwendung Jahresergebnis 2011	432			432	-432			
Jahresergebnis 2012					452	452	79	531
Dividenden							-58	-58
Kauf (-) / Verkauf Eigene Aktien Bell		0		0		0	0	0
Währungsdifferenzen			4	4		4	-1	3
Eigenkapital am 31.12.2012	6 697	-2	-254	6 440	452	6 892	370	7 262
Eigenkapital am 1.1.2011	5 795	-5	-179	5 610	470	6 080	331	6 412
Veränderungen (Käufe / Verkäufe)							-9	-9
Verwendung Jahresergebnis 2010	470			470	-470			
Jahresergebnis 2011					432	432	71	503
Dividenden							-42	-42
Kauf (-) / Verkauf Eigene Aktien Bell		4		4		4	2	6
Währungsdifferenzen			-79	-79		-79	-3	-82
Eigenkapital am 31.12.2011	6 265	-2	-258	6 004	432	6 436	350	6 786

Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung

Konsolidierungsgrundsätze

Grundlagen der Rechnungslegung

Die konsolidierte Jahresrechnung basiert auf den nach einheitlichen Grundsätzen erstellten Jahresabschlüssen der Konzerngesellschaften per 31. Dezember 2012 und vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage. Die Rechnungslegung der Coop-Gruppe erfolgt in Übereinstimmung mit den gesamten Richtlinien der Fachempfehlungen zur Rechnungslegung Swiss GAAP FER und den Bestimmungen des schweizerischen Gesetzes. Auf dieser Grundlage wurden interne Gliederungs-, Bewertungs- und Offenlegungsvorschriften erstellt, welche einheitlich angewendet werden.

Konsolidierungsmethode

Die Coop-Gruppe umfasst die Coop Genossenschaft 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 Übernahme der Kontrolle konsolidiert, respektive ab dem Tag der Veräusserung von der konsolidierten Rechnung 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 Erwerbsmethode, welche das Eigenkapital der Gesellschaft zum Zeitpunkt des Erwerbs bzw. der Gründung mit dem Buchwert der Beteiligung bei der Muttergesellschaft verrechnet. Die Zwischengewinne werden sofern wesentlich eliminiert.

Beteiligungen an Gesellschaften, an denen die Coop-Gruppe stimmenmässig mit 20 % bis 50 % beteiligt ist, sind, sofern wirtschaftlich relevant, nach der Equity-Methode einbezogen. 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 immaterielle Anlagen. Zur Bestimmung des anteiligen Eigenkapitals werden die Abschlüsse dieser Gesellschaften nach einem «true and fair view»-Grundsatz herangezogen.

Fremdwährungsumrechnung

Die Umrechnung der lokalen Aktiven und Passiven in Schweizer Franken erfolgt zum Stichtagskurs. Die lokalen Erfolgsrechnungen und die Geldflussrechnungen werden zum Durchschnittskurs umgerechnet. Die Differenzen, die sich aus der Anwendung der oben erwähnten unterschiedlichen Umrechnungskurse ergeben, werden direkt im Eigenkapital berücksichtigt.

Währungsumrechnungskurse in CHF

		Durchschnittskurse		Jahresendkurse	
		2012	2011	2012	2011
1	EUR	1.208	1.233	1.207	1.220
1	GBP	1.483	1.415	1.479	1.460
1	HKD	0.120	0.113	0.118	0.120
100	HUF	0.416	0.443	0.415	0.390
100	JPY	1.171	1.109	1.110	1.216
1	PLN	0.288	0.300	0.296	0.273
1	RON	0.271	0.291	0.272	0.282
1	RUB	0.030	0.030	0.030	0.029
1	USD	0.932	0.880	0.915	0.940

Bewertungsgrundsätze

Flüssige Mittel

Die flüssigen Mittel werden zum Nominalwert bilanziert. Sie enthalten Kassenbestände, Postcheck- und Bankguthaben, kurzfristige Festgelder, Schecks sowie Reka-Checks. Diese Positionen können jederzeit in flüssige Mittel umgewandelt werden und unterliegen nur unwesentlichen Wertschwankungen (Erläuterungen 10, 11).

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 angemessener Berücksichtigung von betriebswirtschaftlich notwendigen Wertberichtigungen bewertet (Erläuterungen 12, 13).

Vorräte

Die Vorräte sind zu Einstandspreisen bewertet. Diese setzen sich aus den Nettoeinkaufspreisen und den Bezugsnebenkosten zusammen. Halb- und Fertigfabrikate sind höchstens zu Herstellungskosten bewertet. Soweit der Nettomarktwert am Bilanzstichtag unter den so ermittelten Anschaffungskosten liegt, kommt das Niederstwert-Prinzip zur Anwendung. Nicht mehr verwendbare Waren werden einzelwertberichtigt (Erläuterung 15).

Immaterielle Anlagen

Beim Erwerb von Beteiligungen wird der Goodwill aus der Differenz zwischen bezahltem Kaufpreis und den erworbenen Nettoaktiven ermittelt, welche zu aktuellen Werten bewertet werden. Ein entstandener Goodwill wird grundsätzlich aktiviert und linear über eine Dauer von 8 Jahren abgeschrieben.

Die übrigen immateriellen Anlagen sind zum Anschaffungswert mit linearen Abschreibungen von 3 bis 8 Jahren bilanziert. Markenrechte und ähnliche immaterielle Anlagen werden mit einer Laufzeit von bis zu 20 Jahren abgeschrieben. Liegen Hinweise einer nachhalti-

gen Wertverminderung vor, werden die immateriellen Anlagen einer Werthaltigkeitsprüfung unterzogen. Diese erfolgt auf der Basis des Capital-Asset-Pricing-Modells unter Berücksichtigung aktualisierter Datenannahmen aus der Mehrjahresplanung bezüglich der erwarteten wirtschaftlichen Entwicklung. Forschungs- und Entwicklungskosten werden keine aktiviert (Erläuterung 16).

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 17).

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

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

Unbebaute Grundstücke	keine Abschreibung
Immobilien	40–100 Jahre
Installationen	15–30 Jahre
Kurzlebige Bauten	3–20 Jahre
Einrichtungen Verkaufsstellen	10 Jahre
Einrichtungen Märkte CC	15 Jahre
Übrige Mobilien	3–15 Jahre
Maschinen und maschinelle Anlagen	3–30 Jahre
Fahrzeuge	3–15 Jahre
Informatik	3–8 Jahre

Durch Finanzierungsleasing finanzierte Sachanlagen werden wie die übrigen Anlagen aktiviert und gemäss Abschreibungstabelle linear abgeschrieben. Die entsprechenden Barwerte werden als Leasingverpflichtungen in den Verbindlichkeiten passiviert. Der Verkehrswert der Immobilien wird intern ermittelt. Gesamthaft liegen die Verkehrswerte dieser Objekte über den Buchwerten (Erläuterungen 18, 19).

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 20, 21, 22, 24, 25).

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 23, 26). Die übrigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen Rückstellungen für Personal, Verkaufsstellen, Rechtsfälle und Mehrwertsteuer.

Diverse Aufwendungen

In der Position «Diverse Aufwendungen» sind ungedeckte Schäden, Debitorenverluste, ausserplanmässige Schliessungskosten sowie diverse Betriebskosten enthalten.

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.

Ertragssteuern

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

Betriebliche Steuern

Kapital- und Handänderungssteuern, Emissions- sowie andere fiskalische Abgaben 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 verwendet. Der Geldfluss aus Betriebstätigkeit wird mit der indirekten Methode berechnet.

Nahestehende Personen

Als nahestehende Personen gelten die nach der Equity-Methode konsolidierten Gesellschaften, natürliche Personen wie Geschäftsleitungsmitglieder oder Verwaltungsräte sowie Pensionskassen. Die Transaktionen mit den nahestehenden Personen erfolgen zu marktüblichen Konditionen wie sie auch für Dritte angewendet werden.

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.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis ist auf den Seiten 94 bis 96 abgebildet.

Im Berichtsjahr haben folgende Veränderungen (ohne Umfirmierungen und Fusionen) im Konsolidierungskreis stattgefunden:

		Währung	Kapital in Mio.	Anteil ¹ 31.12.2012	Anteil ¹ 31.12.2011
Coop Genossenschaft					
Tropenhaus Wolhusen AG, CH-Wolhusen	Erhöhung per 1.1.2012	CHF	2.60	94.31 %	40.66 %
BG Rosengarten Solothurn AG, CH-Solothurn	Erhöhung per 1.1.2012	CHF	0.10	100.00 %	62.00 %
Parking des Remparts SA, CH-La Tour-de-Peilz	Gründung per 13.7.2012	CHF	3.60	33.33 %	
Betty Bossi AG, CH-Zürich	Zukauf per 21.12.2012	CHF	0.17	100.00 %	50.00 %
Bell Gruppe					
Bell Deutschland GmbH & Co. KG, DE-Seevetal	Gründung per 1.1.2012	EUR	1.00	66.29 %	
Bell Verwaltungs GmbH, DE-Seevetal	Gründung per 1.1.2012	EUR	0.03	66.29 %	
ZIMBO Czechia s.r.o., CZ-Praha	Erhöhung per 1.1.2012	CZK	30.00	59.66 %	46.40 %
Transgourmet-Gruppe					
Eurocash SA, FR-Schiltigheim	Zukauf per 1.6.2012	EUR	3.01	100.00 %	
Assoziierte Organisationen Coop-Gruppe					
Delizio GmbH, DE-Stuttgart	Zukauf per 1.1.2012	EUR	0.03	32.48 %	
Gastro Star AG, CH-Dällikon	Zukauf per 1.1.2012	CHF	0.12	32.48 %	
Schwarz Viva AG, CH-Villigen	Zukauf per 1.1.2012	CHF	2.40	32.48 %	
Eurobuy GmbH, DE-Köln	Erhöhung per 11.6.2012	EUR	0.21	33.33 %	25.00 %
Hilcona Holding AG, CH-Zug	Gründung per 21.6.2012	CHF	10.00	32.48 %	
Hilcona Agrar AG, FL-Schaan	Gründung per 14.12.2012	CHF	1.00	32.48 %	

Im Jahr 2011 haben folgende Veränderungen (ohne Umfirmierungen und Fusionen) im Konsolidierungskreis stattgefunden:

		Währung	Kapital in Mio.	Anteil ¹ 31.12.2011	Anteil ¹ 31.12.2010
Coop Genossenschaft					
CapCo AG, FL-Vaduz	Gründung per 19.1.2011	CHF	5.00	100.00 %	
Pearlwater Mineralquellen AG, CH-Termen	Zukauf per 1.1.2011	CHF	22.40	100.00 %	
Transgourmet-Gruppe, CH-Basel	Erhöhung per 10.1.2011	CHF	520.10	100.00 %	50.00 %
Tropenhaus Frutigen AG, CH-Frutigen	Erhöhung per 1.1.2011	CHF	1.40	69.16 %	40.00 %
Bell Gruppe					
Abraham Schinken GmbH, DE-Seevetal	Erhöhung per 31.12.2011	EUR	0.10	66.29 %	49.73 %
Hoppe GmbH, DE-Bad Wünnenberg	Zukauf per 1.5.2011	EUR	0.20	66.29 %	
SBA Schlachtbetrieb Basel AG, CH-Basel	Erhöhung per 1.7.2011	CHF	0.25	66.29 %	31.82 %
Transgourmet-Gruppe					
Vreriksen Verwaltungsgesellschaft mbH, DE-Dortmund	Zukauf per 1.7.2011	EUR	0.1	100.00 %	
Assoziierte Organisationen Coop-Gruppe					
Hilcona Gruppe, FL-Schaan	Zukauf per 20.1.2011	CHF	10.00	32.48 %	

¹ Die aufgeführten Anteile berechnen sich aus den durch die Coop-Gruppe gehaltenen Anteilen.

Anhanginformationen

Ausserbilanzgeschäfte werden grundsätzlich zum Nominalwert ausgewiesen.

Erläuterungen zur konsolidierten Jahresrechnung

Wertbeeinträchtigung

Im Zusammenhang mit der jährlichen Überprüfung der Werthaltigkeit der Goodwillpositionen wurde in der Coop Genossenschaft eine ausserplanmässige Abschreibung in der Höhe von 9 Mio. CHF sowie in der Transgourmet-Gruppe von 3 Mio. CHF vorgenommen. Bei der Überprüfung der Immobilienbestände wurden auf einzelnen Objekten ausserplanmässige Abschreibungen von insgesamt 76 Mio. CHF sowie auf Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen von 6 Mio. CHF verbucht.

Vorsorgeverpflichtung

Die Coop-Gruppe trägt die anteiligen Kosten der beruflichen Vorsorge sämtlicher Mitarbeitenden sowie deren Hinterbliebenen aufgrund von Reglementen, die Leistungen vorsehen, die das BVG Obligatorium deutlich übersteigen. Die Beiträge sind im Personalaufwand in der Position «Sozialleistungen» enthalten. Die Verzinsung der Altersguthaben der aktiven Versicherten in der CPV/CAP erfolgt mit 1,5% und entspricht dem vom Bundesrat für das BVG Obligatorium festgelegten Mindestzinsatz. Per 31. Dezember 2012 weist die CPV/CAP vor Bildung von Wertschwankungsreserven einen Deckungsgrad von 104,6% auf (Deckungsgrad Vorjahr: 98,8%).

Offene derivative Finanzinstrumente

Die ausgewiesenen Werte enthalten alle am Bilanzstichtag offenen derivativen Finanzinstrumente, bewertet zum Marktwert. Diese werden erst bei deren Fälligkeit in der Jahresrechnung erfasst (Erläuterung 32).

Dipl. Ing. Fust AG besitzt eine Kaufoption von 2012 bis 2023 für 49,94% der Service 7000 AG zu einem Preis, der sich nach der Ertragslage der jeweils drei zurückliegenden Jahre richtet.

Bell besitzt Optionen zur Übernahme von weiteren Anteilen an assoziierten Gesellschaften (2% an Hilcona), deren Preis von der zukünftigen Ertragslage abhängt.

Verlustvorträge

Auf Verlustvorträgen im Betrag von 1141 Mio. CHF (Vorjahr: 1131 Mio. CHF) wurden keine aktiven latenten Steuern aktiviert.

Goodwill assoziierter Organisationen

Der Goodwill von assoziierten Organisationen beträgt 13 Mio. CHF (Vorjahr: 17 Mio. CHF).

Honorare des Abschlussprüfers

Das Gesamthonorar der PwC von 3,6 Mio. CHF (Vorjahr: 3,6 Mio. CHF) setzt sich aus 3,2 Mio. CHF (Vorjahr: 3,3 Mio. CHF) für Abschlussprüfungsdienstleistungen sowie 0,4 Mio. CHF (Vorjahr: 0,3 Mio. CHF) für weitere Dienstleistungen zusammen.

Vergütungen

Die Entschädigungen für die Tätigkeiten des Verwaltungsrats Coop betrugen im Jahr 2012 1,4 Mio. CHF (Vorjahr: 1,3 Mio. CHF). Die Bruttosaläre der Geschäftsleitung betrugen im Jahr 2012 3,3 Mio. CHF bei 5,8 Personaleinheiten (Vorjahr: 4,3 Mio. CHF für sieben Mitglieder). Hinzu kommt für die Mitglieder der Geschäftsleitung ein erfolgsabhängiger Bonus von maximal 20% des Bruttosalärs. Die fixen Honorare für die Verwaltungsratsstätigkeit der Mitglieder der Geschäftsleitung in den Tochtergesellschaften und in Drittfirmen stehen Coop zu. Für den Verwaltungsratspräsidenten, die Verwaltungsrats-Vizepräsidentin und die Geschäftsleitung bestehen keine speziellen Pensionskassenregelungen.

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 grundlegenden Neubeurteilung im Jahr 2012 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 28. Juni 2012 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 13. Februar 2013 die konsolidierte Jahresrechnung genehmigt. Sie unterliegt der Abnahme durch die Delegiertenversammlung am 11. April 2013. Es sind keine wesentlichen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag bekannt, welche einen massgeblichen Einfluss auf den konsolidierten Jahresabschluss 2012 der Coop-Gruppe haben könnten.

in Mio. CHF	2012	2011
1 Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen nach Sparten		
Nettoerlös Food	18 335	18 242
Nettoerlös Non Food	8 396	8 398
Total	26 731	26 640
Region Suisse Romande	4 207	4 205
Region Bern	2 718	2 756
Region Nordwestschweiz	3 516	3 499
Region Zentralschweiz-Zürich	4 423	4 441
Region Ostschweiz-Ticino	3 422	3 347
Hauptsitz / Produktion Schweiz	955	941
Nettoerlös Schweiz	19 241	19 188
Deutschland	3 549	3 556
Frankreich	1 629	1 584
Rumänien	927	991
Polen	908	938
Russland	312	203
Tschechien	64	66
Belgien	27	40
Niederlande	26	27
Ungarn	19	22
Übrige Länder	29	26
Nettoerlös Ausland	7 490	7 451
Total	26 731	26 640
2 Andere betriebliche Erträge		
Betriebliche Mieterträge	137	122
Veräußerungsgewinn auf betrieblichem Anlagevermögen	8	
Aktivierete Eigenleistungen	12	15
Sonstige Erträge	839	839
Total	996	975
3 Personalaufwand		
Löhne / Gehälter	3 087	3 056
Sozialleistungen	727	756
Sozialleistungssatz in %	23.5	24.8
Übriger Personalaufwand	195	185
Total	4 009	3 998
Personaleinheiten Coop-Gruppe	64 416	64 402
Vorjahreswert angepasst		
4 Übriger Betriebsaufwand		
Werbeaufwand	453	463
Mieten	669	674
Büro- und Verwaltungsaufwand	237	231
Abgaben und Sachversicherungen	100	109
Betriebliche Steuern	36	30
Unterhalt und Ersatz	326	321
Energieaufwand und Betriebsmaterial	418	417
Transportkosten	289	285
Diverse Aufwendungen	279	230
Total	2 807	2 759

in Mio. CHF	2012	2011
5 Abschreibungen		
Goodwill planmässig	216	223
Goodwill ausserplanmässig	12	36
Übrige immaterielle Anlagen planmässig	60	58
Übrige immaterielle Anlagen ausserplanmässig	0	7
Abschreibungen auf immateriellen Anlagen	288	324
Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen planmässig	363	362
Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen ausserplanmässig	6	8
Immobilien planmässig	460	416
Immobilien ausserplanmässig	76	95
Abschreibungen auf Sachanlagen	905	881
Total	1 193	1 205
6 Ergebnis aus Fremdwährungen		
Währungsgewinne	43	315
Währungsverluste	32	299
Total	11	16
7 Finanzergebnis		
Dividenden und Kursgewinne auf Wertschriften	22	15
Übriger Zinsertrag	14	17
Finanzertrag	36	32
Kursverluste auf Wertschriften	7	55
Zinsaufwand und übrige Finanzkosten	116	140
Abschreibungen auf Finanzanlagen	2	12
Finanzaufwand	124	207
Total	-89	-175
8 Betriebsfremdes Ergebnis		
Mietertrag	2	1
Veräusserungsgewinne auf nicht betrieblichem Anlagevermögen	4	43
Übrige nicht betriebliche Erträge	1	42
Nicht betrieblicher Ertrag	7	87
Nicht betrieblicher Liegenschaftsaufwand inkl. Abschreibungen	2	17
Übriger nicht betrieblicher Aufwand	6	10
Nicht betrieblicher Aufwand	9	27
Total	-2	59
9 Ertragssteuern		
Laufende Ertragssteuern	153	136
Veränderung latente Steuern	-4	-14
Total	148	122

in Mio. CHF	31.12.2012	31.12.2011
10 Flüssige Mittel		
Kassenbestände, Postcheck- und Bankguthaben	909	421
Reka-Checks	19	20
Festgelder	0	1
Total	929	442
11 Flüssige Mittel nach Währungen		
Schweizer Franken	758	169
Euro	127	208
Übrige Währungen	44	66
Total	929	442
12 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	972	989
Wertberichtigung	45	48
Forderungen gegenüber assoziierten Organisationen	11	9
Total	938	951
13 Sonstige kurzfristige Forderungen		
Übrige Forderungen	364	280
Anzahlungen an Lieferanten	2	2
Übrige Forderungen gegenüber assoziierten Organisationen	1	0
Total	367	283
14 Aktive Rechnungsabgrenzungen		
Aktive Rechnungsabgrenzungen	302	329
Aktive Rechnungsabgrenzungen gegenüber assoziierten Organisationen	32	
Total	334	329
15 Vorräte		
Handelswaren	2 379	2 352
Fertigfabrikate (Produktion)	138	128
Halbfabrikate, Produkte in Arbeit	70	69
Rohmaterial	111	111
Hilfs- und Verpackungsmaterial	34	35
Anzahlungen an Lieferanten	30	33
Wertberichtigung Vorräte	139	147
Total	2 622	2 581

16 Immaterielle Anlagen	Goodwill	Marken / Patente / Lizenzen	Software	Übr. immat. Anlagen	Total
in Mio. CHF					
Immaterielle Anlagen 2012					
Anschaffungswerte 1.1.2012	2 843	528	287	63	3 721
Veränderungen im Konsolidierungskreis	2		7	0	9
Investitionen	2	71	34	6	113
Devestitionen	0	3	6	2	11
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	-1	-0	-1	-0	-2
Reklassifikationen	-0	-0	7	-7	0
Stand 31.12.2012	2 846	595	329	60	3 830
Kumulierte Abschreibungen 1.1.2012	1 652	182	216	36	2 087
Veränderungen im Konsolidierungskreis			3	0	4
Planmässige Abschreibungen	216	24	32	4	276
Ausserplanmässige Abschreibungen	12			0	12
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen		3	6	1	10
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	-1	-0	-0	-0	-1
Reklassifikationen		-0	-2	2	-0
Stand 31.12.2012	1 879	203	244	41	2 367
Nettobuchwert 31.12.2012	966	393	85	19	1 463
Immaterielle Anlagen 2011					
Anschaffungswerte 1.1.2011	2 069	496	178	51	2 794
Veränderungen im Konsolidierungskreis		34	79	9	122
Investitionen	799	1	37	1	839
Devestitionen	3	1	5	1	9
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	-22	-1	-2	-0	-25
Reklassifikationen	-1	-0	-1	3	1
Stand 31.12.2011	2 843	528	287	63	3 721
Kumulierte Abschreibungen 1.1.2011	1 395	140	130	28	1 693
Veränderungen im Konsolidierungskreis		13	61	4	78
Planmässige Abschreibungen	223	25	29	5	281
Ausserplanmässige Abschreibungen	36	6	1		43
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen		1	4	1	5
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	-1	-0	-1	-0	-3
Reklassifikationen	0	-0	0	0	-0
Stand 31.12.2011	1 652	182	216	36	2 087
Nettobuchwert 31.12.2011	1 191	346	71	26	1 634

17 Finanzanlagen	Arbeitgeber-	Übrige	Assoziierte	Total
in Mio. CHF	beitrags-	Finanz-	Organi-	
	reserve	anlagen	sationen	
Finanzanlagen 2012				
Nettobuchwert 1.1.2012	18	107	137	261
Veränderungen im Konsolidierungskreis		0	-4	-4
Zugang	0	49	11	60
Abgang	4	13	0	17
Wertberichtigungen (+) / Zuschreibungen (-)		-0	-15	-15
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))		-0	-0	-0
Reklassifikationen		-3	-1	-4
Stand 31.12.2012	14	140	158	311
Übrige Finanzanlagen				
Darlehen an assoziierte Organisationen				32
Darlehen Dritte				43
Diverse Finanzanlagen				65
Stand 31.12.2012				140
Finanzanlagen 2011				
Nettobuchwert 1.1.2011	18	442	710	1 170
Veränderungen im Konsolidierungskreis		0	3	3
Zugang	0	4	60	64
Abgang	1	36	0	37
Wertberichtigungen (+) / Zuschreibungen (-)		12	-3	9
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))		-0	-1	-1
Reklassifikationen		-291	-639	-930
Stand 31.12.2011	18	107	137	261
Übrige Finanzanlagen				
Darlehen an assoziierte Organisationen				11
Darlehen Dritte				31
Diverse Finanzanlagen				65
Stand 31.12.2011				107

18 Mobilen, Fahrzeuge, Maschinen	Mobilen	Fahrzeuge	Informatik	Maschinen / masch. Anl.	Finanzierungs- leasing	Anlagen im Bau	Total
in Mio. CHF							
Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen 2012							
Anschaffungswerte 1.1.2012	2 226	341	502	1 070	9	42	4 190
Veränderungen im Konsolidierungskreis	3	0	1	1			5
Investitionen	167	49	40	38	0	21	315
Devestitionen	43	25	20	14	1	0	103
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	-2	-1	0	-1	-0	-0	-4
Reklassifikationen	-41	1	14	43	-1	-38	-23
Stand 31.12.2012	2 311	365	536	1 138	7	24	4 381
Kumulierte Abschreibungen 1.1.2012	1 313	178	370	770	7		2 637
Veränderungen im Konsolidierungskreis	2	0	1	1			4
Planmässige Abschreibungen	196	42	56	67	1		363
Ausserplanmässige Abschreibungen	4	0	0	2			6
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	42	23	20	14	1		100
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	-2	-1	0	-1	-0		-3
Reklassifikationen	-35	-0	3	13	-1	-0	-20
Stand 31.12.2012	1 436	197	411	838	6	-0	2 887
Nettobuchwert 31.12.2012	875	169	125	299	2	24	1 494
Mobilien, Fahrzeuge, Maschinen 2011							
Anschaffungswerte 1.1.2011	1 905	186	378	984	9	22	3 482
Veränderungen im Konsolidierungskreis	335	133	111	117	5	5	706
Investitionen	174	57	57	57	0	46	391
Devestitionen	211	35	54	56	4	1	361
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	-11	-4	-4	-9	-0	-1	-29
Reklassifikationen	34	4	14	-23	0	-29	1
Stand 31.12.2011	2 226	341	502	1 070	9	42	4 190
Kumulierte Abschreibungen 1.1.2011	1 101	104	279	708	6		2 197
Veränderungen im Konsolidierungskreis	207	68	89	67	4		435
Planmässige Abschreibungen	201	38	58	64	1		362
Ausserplanmässige Abschreibungen	6	0	2	1			8
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	209	32	54	50	4		348
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	-7	-2	-4	-5	-0		-18
Reklassifikationen	14	1	0	-15	0		1
Stand 31.12.2011	1 313	178	370	770	7		2 637
Nettobuchwert 31.12.2011	913	164	131	301	2	42	1 553

19 Immobilien	Unbebaute	Installa-	Grundstücke	Nicht betriebl.	Finanzierungs-	Anlagen	Total
in Mio. CHF	Grundstücke	tionen	und Bauten	Grundstücke	leasing	im Bau	
				und Bauten			
Immobilien 2012							
Anschaffungswerte 1.1.2012	81	2 239	10 718	79	99	128	13 344
Veränderungen im Konsolidierungskreis	17	4	12	0			33
Investitionen	5	129	293	5		119	552
Devestitionen		13	58	55		1	126
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	0	3	13	0	-0	1	17
Reklassifikationen	-2	378	-248	59	-75	-90	23
Stand 31.12.2012	102	2 740	10 730	89	24	157	13 843
Kumulierte Abschreibungen 1.1.2012	4	1 111	3 806	52	40	1	5 015
Veränderungen im Konsolidierungskreis	13	2	14				29
Planmässige Abschreibungen	0	152	307	0	1		460
Ausserplanmässige Abschreibungen		2	74	0		1	76
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen		12	50	33		-0	95
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))		0	5		-0	0	6
Reklassifikationen	-1	133	-126	36	-23	-0	20
Stand 31.12.2012	16	1 389	4 030	56	18	1	5 510
Nettobuchwert 31.12.2012	86	1 351	6 700	33	7	156	8 333
Immobilien 2011							
Anschaffungswerte 1.1.2011	67	2 004	8 127	163	11	50	10 422
Veränderungen im Konsolidierungskreis	11	229	2 103	13	89	41	2 485
Investitionen	4	96	747	0		122	969
Devestitionen	0	119	187	101		5	412
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	-0	-6	-107		-1	-3	-118
Reklassifikationen	0	34	-115	4		75	-2
Stand 31.12.2011	81	2 239	10 718	79	99	128	13 344
Kumulierte Abschreibungen 1.1.2011	4	990	3 149	84	4	1	4 232
Veränderungen im Konsolidierungskreis	0	97	462	3	34	1	596
Planmässige Abschreibungen		139	274	1	3	0	417
Ausserplanmässige Abschreibungen		3	92	15			110
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	0	116	140	60		-0	316
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))		-3	-20		-0	-0	-23
Reklassifikationen		2	-12	9		-1	-1
Stand 31.12.2011	4	1 111	3 806	52	40	1	5 015
Nettobuchwert 31.12.2011	77	1 127	6 912	27	59	127	8 330

in Mio. CHF	31.12.2012	31.12.2011
20 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2 177	2 202
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Organisationen	65	22
Total	2 242	2 224
21 Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		
Bankkontokorrente	5	65
Bankdarlehen	115	192
Übrige kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	20	43
Verbindlichkeiten gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen	200	200
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Organisationen	5	4
Kurzfristiger Anteil langfristiger Finanzverbindlichkeiten	842	1 025
Total	1 187	1 529
22 Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten		
Gutscheine im Umlauf	19	12
Kundenanzahlungen	161	203
Übrige Steuern	226	195
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	73	67
Total	478	478

23 Kurzfristige Rückstellungen	Personal-	Restruktu-	Supercard ¹	Übrige	Total
in Mio. CHF	vorsorge	rierungen		Rückst.	
Stand 1.1.2012	24	5	190	85	304
Veränderungen im Konsolidierungskreis		0		5	5
Bildung von Rückstellungen	22	8	194	36	260
Verwendung von Rückstellungen	22	3	178	49	253
Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen	0			5	5
Reklassifikationen	-1		-26	28	1
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	-0	-0		-0	-0
Stand 31.12.2012	22	10	180	101	313

Stand 1.1.2011	21	1	73	45	140
Veränderungen im Konsolidierungskreis	0	24		39	63
Bildung von Rückstellungen	27	3	190	38	258
Verwendung von Rückstellungen	23	23	192	54	292
Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen	1			5	6
Reklassifikationen	0	-1	119	24	143
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	-0	-0		-1	-1
Stand 31.12.2011	24	5	190	85	304

¹ Die Bildung und Verwendung von Rückstellungen aus «Supercard» werden neu in den kurzfristigen Rückstellungen ausgewiesen (Vorjahreswerte angepasst).

	31.12.2012	31.12.2011
24 Passive Rechnungsabgrenzungen		
Passive Rechnungsabgrenzungen	628	598
Passive Rechnungsabgrenzungen gegenüber assoziierten Organisationen	0	
Total	628	598

25 Langfristige Finanzverbindlichkeiten				
Depositenkonten			1 548	1 415
Kassenobligationen			361	379
Coop	2008–2013	3½ %	150	
Coop	2009–2014	3½ %	500	
Coop	2009–2015	3¼ %	500	
Coop	2010–2016	2 %	500	
Coop	2010–2017	2 %	250	
Coop	2012–2019	1¼ %	250	
Anleihen			2 150	2 150
Bankdarlehen			236	229
Hypotheken			154	196
Finanzierungsleasing			5	57
Übrige Darlehen			72	151
Kurzfristiger Anteil langfristiger Finanzverbindlichkeiten			-842	-1 025
Total			3 685	3 551

26 Langfristige Rückstellungen	Personal-	Latente	Supercard ¹	Übrige	Total
in Mio. CHF	vorsorge	Steuern		Rückst.	
Stand 1.1.2012	108	781	21	111	1 022
Veränderungen im Konsolidierungskreis		1		0	1
Bildung von Rückstellungen	13	11		79	103
Verwendung von Rückstellungen				4	4
Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen	12	17	4	5	39
Reklassifikationen	-40		26	13	-1
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	-0	2		-0	1
Stand 31.12.2012	68	778	43	194	1 084
Stand 1.1.2011	92	792	144	50	1 078
Veränderungen im Konsolidierungskreis	6	30		55	90
Bildung von Rückstellungen	12	104		40	157
Verwendung von Rückstellungen	0	27		6	33
Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen	1	117	3	3	124
Reklassifikationen	-0		-119	-24	-143
Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-))	-0	-0		-2	-3
Stand 31.12.2011	108	781	21	111	1 022

¹ Vorjahreswerte angepasst, Kommentar unter 23 Kurzfristige Rückstellungen

27 Personalvorsorgeeinrichtungen	Nominalwert	Bilanz	Bilanz	Veränderungen AGBR im	
	AGBR			Personalaufwand	
	31.12.2012	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2011
Arbeitgeberbeitragsreserve (AGBR)					
Patronale Fonds / Patronale Vorsorgeeinrichtungen	4	4	9	4	0
Vorsorgeeinrichtungen	10	10	10		-0
Total	14	14	18	4	-0

Vorjahreswerte angepasst

	Über-/Unter-	Wirtschaftlicher Anteil		Vorsorgeaufwand	
	deckung	der Coop-Gruppe		im Personalaufwand	
	31.12.2012	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2011

Wirtschaftlicher Nutzen / wirtschaftliche Verpflichtung und Vorsorgeaufwand

Patronale Fonds / Patronale Vorsorgeeinrichtungen					
Vorsorgeeinrichtungen ohne Über- / Unterdeckung				247	
Vorsorgeeinrichtungen mit Unterdeckung					262
Vorsorgeeinrichtungen mit Überdeckung					7
Total				247	269

Vorsorgeaufwand im Personalaufwand

Reglementarische Arbeitgeberbeiträge				247	269
Verbindlichkeiten gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen gesichert durch eine Bankgarantie				200	200

28 Ausserbilanzgeschäfte

Bürgschaften, Garantieverpflichtungen				41	55
Buchwert der zur Sicherung eigener Verpflichtungen verpfändeten Aktiven				284	327
Sichergestellte Verbindlichkeiten				159	205
Weitere, nicht zu bilanzierende Verpflichtungen				26	

Vorjahreswerte angepasst

in Mio. CHF		31.12.2012		31.12.2011			
29 Brandversicherungswerte							
Sachanlagen		17 629		16 788			
30 Verpflichtungen aus nicht bilanziertem operativem Leasing							
2012				29			
2013		20		19			
2014		15		15			
2015		14		11			
2016–2018		29		33			
nach 2018		25		35			
31 Verpflichtungen aus langfristigen Miet- und Baurechtsverträgen							
2012				664			
2013		725		654			
2014		690		626			
2015		650		537			
2016–2018		1 725		1 612			
nach 2018		3 405		2 752			
32 Offene derivative Finanzinstrumente							
		Kontraktwerte		Aktive Werte		Passive Werte	
		31.12.2012	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2011
Finanzinstrument	Zweck						
Devisen	Absicherung	612	377	1	2	0	1
Zinssätze	Absicherung / Handel	289	150	5	11	4	
Eigenkapitalinstrumente	Andere Zwecke	4	9	0			
Übrige Basiswerte	Absicherung	21	721	1	0		0
33 Transaktionen mit nahestehenden Personen							
Transaktionen mit assoziierten Gesellschaften		2012		2011			
Nettoerlöse		40		38			
Betriebliche Mieterträge				1			
Andere betriebliche Erträge		73		53			
Zinserträge		0		3			
Warenaufwand		354		285			
Büro- und Verwaltungsaufwand		2		5			
Werbeaufwand		1		1			
Diverse Aufwendungen		15		20			
Vorjahreswerte angepasst							
34 Wichtigste Bestandteile bei Erwerb von Organisationen							
Coop Genossenschaft							
Betty Bossi AG							
Forderungen		4					
Vorräte		11					
Immaterielle Anlagen		3					
Verbindlichkeiten		15					

in Mio. CHF	2012	2011
Tropenhaus Wolhusen AG		
Immobilien	4	
Finanzverbindlichkeiten	5	
Pearlwater Mineralquellen AG		
Sachanlagen		8
Immobilien		16
Finanzverbindlichkeiten		19
Tropenhaus Frutigen AG		
Flüssige Mittel		3
Immobilien		25
Finanzverbindlichkeiten		30
Übrige Verbindlichkeiten		3
Transgourmet Holding AG		
Flüssige Mittel		137
Forderungen		604
Vorräte		633
Sachanlagen		258
Immobilien		1 826
Finanzverbindlichkeiten		1 139
Übrige Verbindlichkeiten		1 198
Transgourmet Holding AG		
Eurocash SAS		
Forderungen	6	
Vorräte	6	
Immaterielle Anlagen	2	
Immobilien	6	
Verbindlichkeiten	8	
Finanzverbindlichkeiten	7	
Bell AG		
Hoppe GmbH		
Forderungen		4
Sachanlagen		14
Verbindlichkeiten		3
Finanzverbindlichkeiten		6
Hilcona AG (assoziierte Organisation)		
Flüssige Mittel		21
Forderungen		40
Vorräte		51
Sachanlagen		191
Verbindlichkeiten		30
Finanzverbindlichkeiten		114

Coop Konsolidierungskreis

am 31.12.2012			Kapitalanteil	Grundkapital	Ein-
			der Gruppe	31.12.2012	bezug ¹
			%	Mio. CHF	
Coop Genossenschaft	CH-Basel	Detailhandel			
Bell AG	CH-Basel	Holding	66.29	CHF	2.0
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Bochum	Subholding	100.00	EUR	V
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	Beteiligungsgesellschaft	100.00	EUR	V
Abraham Schwarzwälder Schinken GmbH	DE-Schiltach	Schinkenproduktion	51.00	EUR	V
Bell Verwaltungs GmbH	DE-Seevetal	Beteiligungsgesellschaft	100.00	EUR	V
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	Handel mit Fleischwaren	100.00	EUR	V
Abraham Benelux S.A.	BE-Libramont-Chevigny	Rohschinken	100.00	EUR	V
Abraham France SARL	FR-Bussy-Saint-Georges	Grosshandel	100.00	EUR	V
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	Handel mit Fleischwaren	100.00	PLN	V
Marco Polo N.V.	BE-Zellik	Subholding	100.00	EUR	V
Coldlog N.V.	BE-Zellik	Lagerbetrieb	100.00	EUR	V
The Fresh Connection N.V.	BE-Zellik	Handel mit Fleischwaren	100.00	EUR	V
The Fresh Connection Nederland B.V.	NL-Dr Houten	Handel mit Fleischwaren	76.00	EUR	V
NOVAK mäso – údeniny s.r.o.	SK-Nitra	Handel mit Fleischwaren	90.00	EUR	V
Sanchez Alcaraz S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	Rohschinken	100.00	EUR	V
S.C. ZIMBO Romania s.r.l.	RO-Bucureşti	Handel mit Fleischwaren	100.00	RON	V
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Praha	Einzelhandel	90.00	CZK	V
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbal	Fleisch und Wurstwaren	99.70	HUF	V
Bell France SAS	FR-Teilhède	Subholding	100.00	EUR	V
Maison de Savoie SAS	FR-Aime	Rohwurst	100.00	EUR	V
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	Rohwurst	100.00	EUR	V
Saloir de Mirabel SARL	FR-Riom	Rohschinken	100.00	EUR	V
Saloir de Virieu SAS	FR-Virieu-le-Grand	Rohschinken	100.00	EUR	V
St-André SAS	FR-St-André-sur-Vieux-Jonc	Rohwurst	100.00	EUR	V
Val de Lyon SAS	FR-Saint-Symphorien-sur-Coise	Rohwurst	100.00	EUR	V
Bell Schweiz AG	CH-Basel	Frischfleisch, Charcuterie, Geflügel, Seafood	100.00	CHF	V
Centravo Holding AG	CH-Zürich	Verarbeitung Nebenprodukte	29.80 ²	CHF	E
Frigo St. Johann AG	CH-Basel	Logistik, Kühlhausbetrieb	100.00	CHF	V
Hilcona AG	FL-Schaan	Frisch-Convenience	49.00	CHF	E
Delizio GmbH	DE-Stuttgart	Convenience-Produkte	100.00	EUR	V
FPH Trust Ltd.	FL-Schaan	Vermögensverwaltung	100.00	CHF	V
Gusto GmbH	DE-Stuttgart	Beteiligungsgesellschaft	100.00	EUR	V
Hilcona Agrar AG	FL-Schaan	Convenience-Produkte	100.00	CHF	V
Hilcona Convenience AG	CH-Schafisheim	Convenience-Produkte	100.00	CHF	V
Hilcona Feinkost GmbH	DE-Leinfelden-Echterdingen	Convenience-Produkte	100.00	EUR	V
Hilcona Fresh Express	CH-Lupfig	Convenience-Produkte	100.00	CHF	V
Hilcona France SARL	FR-Montélimar	Convenience-Produkte	100.00	EUR	V
Hilcona Gourmet SA	CH-Orbe	Convenience-Produkte	100.00	CHF	V
Hilcona Holding AG	CH-Zug	Beteiligungsgesellschaft	100.00	CHF	V
Gastro Star AG	CH-Dällikon	Convenience-Produkte	100.00	CHF	V
Schwarz Viva AG	CH-Villigen	Handel und Lagerbetrieb	100.00	CHF	V
Kamina Handels AG	FL-Schaan	Vermögensverwaltung	100.00	CHF	V

¹ V = Vollkonsolidierte Gesellschaften

E = Gesellschaften nach der Equity-Methode konsolidiert

² Anteil am Kapital der im Umlauf befindlichen Aktien

am 31.12.2012			Kapitalanteil		Grundkapital	Ein-
			der Gruppe		31.12.2012	bezug ¹
			%		Mio. CHF	
Betty Bossi AG	CH-Zürich	Zeitschriftenverlag	100.00	CHF	0.2	V
BG Rosengarten Solothurn AG	CH-Solothurn	Immobilien	100.00	CHF	0.1	V
CapCo AG	CH-Vaduz	Versicherungsgesellschaft	100.00	CHF	5.0	V
Centre de formation «du Léman»	CH-Jongny	Ausbildung	100.00	CHF	0.0	V
Coop Bildungszentrum	CH-Muttenz	Ausbildung	100.00	CHF	0.4	V
Coop Immobilien AG	CH-Bern	Immobilien	100.00	CHF	200.0	V
Coop-ITS-Travel AG	CH-Freienbach	Reisebüro	50.00	CHF		E
Coop Mineraloel AG	CH-Allschwil	Tankstellen mit Shopbetrieb	51.00	CHF	10.0	V
Tanklager Rothenburg AG	CH-Rothenburg	Unterhalt Tankanlagen	33.33	CHF		E
Coop Switzerland Far East Ltd.	HK-Hongkong	Einkaufsgesellschaft	100.00	HKD	0.0	V
Coop Vitality AG	CH-Niederbipp	Apotheken	51.00	CHF	5.0	V
Coopernic SCRL	BE-Bruxelles	Einkaufsgenossenschaft	20.00	EUR		E
Dipl. Ing. Fust AG	CH-Oberbüren	Elektrohaushalt, Multimedia	100.00	CHF	10.0	V
Service 7000 AG	CH-Netstal	Reparaturservice	50.06	CHF		V
Distributis AG	CH-Dietlikon	Immobilien	100.00	CHF	7.5	V
Eurobuy GmbH	DE-Köln	Einkaufskooperation	33.33	EUR		E
Eurogroup Far East Ltd.	HK-Hongkong	Einkaufsgesellschaft	44.44	HKD		E
Eurogroup SA	BE-Bruxelles	Einkaufsgesellschaft	50.00	EUR		E
Eurogroup Deutschland GmbH	DE-Langenfeld	Einkaufskooperation	100.00	EUR		V
Eurogroup España Frutas y Verduras S.A.	ES-Valencia	Einkaufskooperation	100.00	EUR		V
Eurogroup Italia S.R.L.	IT-Verona	Einkaufskooperation	100.00	EUR		V
HiCoPain AG	CH-Dagmersellen	Tiefkühlbackwaren	40.00	CHF		E
Palink UAB	LT-Vilnius	Detailhandel	20.00	LTL		E
Panflor AG	CH-Zürich	Getreide und Mahlprodukte	100.00	CHF	0.1	V
Parking des Remparts SA	CH-La Tour-de-Peilz	Parkhaus	33.33	CHF		E
Pearlwater Mineralquellen AG	CH-Termen	Mineralquellen	100.00	CHF	22.4	V
railCare AG	CH-Härkingen	Betrieb Eisenbahnunternehmung	100.00	CHF	1.0	V
Swisscare GmbH	DE-Konstanz	Vertriebsgesellschaft	100.00	EUR	0.0	V
The Body Shop Switzerland AG	CH-Uster	Schönheits- und Kosmetikprodukte	100.00	CHF	0.4	V
Transgourmet Holding AG	CH-Basel	Holding	100.00	CHF	520.1	V
transCoop GmbH	DE-Neu-Isenburg	Subholding	100.00	EUR		V
Transgourmet Immobilien GmbH & Co. KG	DE-Pullach	Immobilien	100.00	EUR		V
Transgourmet Foodservice Immobilien GmbH	DE-Mainz	Immobilien	100.00	EUR		V
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	Subholding	100.00	EUR		V
OOO Garant-Vozrogdeneje	RU-Moskwa	Immobilien	100.00	RUB		V
OOO Mikotrans	RU-Moskwa	Immobilien	100.00	RUB		V
OOO Selgros	RU-Moskwa	Abholgrosshandel	100.00	RUB		V
OOO Selgros Immobilien	RU-Moskwa	Immobilien	100.00	RUB		V
OOO Veritable	RU-Moskwa	Immobilien	100.00	RUB		V
Transgourmet Deutschland AG	CH-Basel	Subholding	100.00	CHF		V
OHG FEGRO/SELGROS Cash & Carry GmbH & Co.	DE-Neu-Isenburg	Abholgrosshandel	100.00	EUR		V
OHG REWE-Foodservice GmbH & Co.	DE-Mainz	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR		V
Geo-Marketing GmbH	DE-Mainz	Marketing	25.00	EUR		E
Transgourmet Seafood GmbH	DE-Bremerhaven	Meeresfrüchte	100.00	EUR		V
Transgourmet Deutschland GmbH	DE-Neu-Isenburg	Holding	100.00	EUR		V
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	Abholgrosshandel	100.00	RON		V
SELGROS Sp. z o.o.	PL-Poznan	Abholgrosshandel	100.00	PLN		V

¹ V = Vollkonsolidierte Gesellschaften

E = Gesellschaften nach der Equity-Methode konsolidiert

am 31.12.2012			Kapitalanteil	Grundkapital	Ein-
			der Gruppe	31.12.2012	bezug ¹
			%	Mio. CHF	
Transgourmet France SAS	FR-Orly	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
ALDIS SUD EST 2 SAS	FR-Saint-Martin-de-Crau	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Eurocash SA	FR-Schiltigheim	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
All Fresh Logistique SAS	FR-Rungis	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Delta logistic SAS	FR-Rungis	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
HOLDI CRENO SA	FR-Châteaurenard	Holding	19.08	EUR	E
La Goele SAS	FR-Rungis	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Locafresh SAS	FR-Rungis	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Locagroup SAS	FR-Rungis	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Mantes Primeurs SAS	FR-Mantes-la-Jolie	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Sodiexval SAS	FR-Rungis	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Neva Food SAS	FR-Chilly-Mazarin	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
SPEIR SAS	FR-Rungis	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
COFIDA SAS	FR-Rungis	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
ALDIS ASP 5 SARL	FR-Orly	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
ALDIS ASP 6 SARL	FR-Orly	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
BSP SAS	FR-Orly	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Hygedis SAS	FR-Orly	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Anaxis SA	FR-Le Mans	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
GAP SAS	FR-Villepinte	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Monsieur clean SAS	FR-Nice	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
NES SAS	FR-Lezennes	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
PHS Aquitaine SAS	FR-Orly	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
PHS Côte d'Azur SAS	FR-Nice	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
PHS Méditerranée SAS	FR-Vitrolles	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
PHS Rhône-Alpes SAS	FR-Pont-de-l'Isère	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Pro Hygiène Service EST SAS	FR-Fegersheim	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Pro Hygiène Service SARL	FR-Orly	Belieferungsgrosshandel	82.16	EUR	V
Transgourmet Opérations SAS	FR-Orly	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Transgourmet Immobilier France SAS	FR-Orly	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Transgourmet Finance SNC	FR-Orly	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Transgourmet Management Cie	FR-Orly	Belieferungsgrosshandel	100.00	EUR	V
Transgourmet Schweiz AG	CH-Basel	Grosshandel	100.00	CHF	V
Grossopanel AG	CH-Stans	Marktforschung	39.80	CHF	E
Valentin Pontresina AG	CH-Pontresina	Handel, Import, Export	50.00	CHF	E
WINE AG VALENTIN & VON SALIS	CH-Pontresina	Getränkehandel	50.00	CHF	E
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Tropische Produkte / Aquakultur	69.05	CHF	1.4
Tropenhaus Wolhusen AG	CH-Wolhusen	Tropische Produkte / Aquakultur	94.31	CHF	2.6

¹ V = Vollkonsolidierte Gesellschaften



Bericht der Revisionsstelle
an die Delegiertenversammlung der
Coop Genossenschaft
Basel

Bericht der Revisionsstelle zur konsolidierten Jahresrechnung

Als Revisionsstelle haben wir die konsolidierte Jahresrechnung der Coop Genossenschaft, bestehend aus Erfolgsrechnung, Bilanz, Geldflussrechnung, Eigenkapitalnachweis und Anhang (Seiten 74-96), für das am 31. Dezember 2012 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der konsolidierten Jahresrechnung 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 konsolidierten Jahresrechnung, 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 konsolidierte Jahresrechnung 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 konsolidierte Jahresrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der konsolidierten Jahresrechnung 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 konsolidierten Jahresrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der konsolidierten Jahresrechnung 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 konsolidierten Jahresrechnung. 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 konsolidierte Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2012 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 und Art. 11 RAG) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbare 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 konsolidierten Jahresrechnung existiert.

Wir empfehlen, die vorliegende konsolidierte Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG

Dr. Daniel Suter
Revisionsexperte
Leitender Revisor
Basel, 13. Februar 2013

Pascal Bucheli
Revisionsexperte

Glossar Finanzteil

A

Anlagedeckungsgrad 2

Gibt den Prozentsatz an, zu dem das Anlagevermögen durch langfristiges Fremdkapital und Eigenkapital finanziert ist.

Formel: $\frac{\text{Eigenkapital} + \text{langfristiges Fremdkapital}}{\text{Anlagevermögen}} \times 100$

D

Detailumsatz

Formel: Kassenumsatz der Verkaufsstellen + Umsatz aus Direktabsatz

E

Eigenkapitalanteil

Vorgabe Strategiewert Coop-Gruppe: > 40.0

K

Kassenumsatz

Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen zuzüglich Mehrwertsteuer und Superpunkte.

N

Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen

Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen sind Erträge exklusive Mehrwertsteuer, welche die Coop-Gruppe im Kerngeschäft erzielt.

Nettofinanzschuld

Formel: Finanzverbindlichkeiten – flüssige Mittel

Q

Quick Ratio (Liquiditätsgrad 2)

Messung der Unternehmensliquidität zur Bewertung der Kreditwürdigkeit eines Unternehmens.

Formel: $\frac{\text{Flüssige Mittel} + \text{Forderungen}}{\text{Kurzfristiges Fremdkapital}} \times 100$

V

Verschuldungsfaktor

Vorgabe Strategiewert Coop-Gruppe: < 3.0

Formel: $\frac{\text{Finanzverbindlichkeiten} - (\text{Flüssige Mittel} + \text{Wertschriften})}{\text{EBITDA}} \times 100$

Z

Zinsdeckungsfaktor

Vorgabe Strategiewert Coop-Gruppe: > 8.0

Formel: $\frac{\text{EBITDA}}{\text{Finanzergebnis}} \times 100$

Impressum

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. Massgebend ist die deutsche Fassung. Eine elektronische Fassung ist im Internet abrufbar unter: www.coop.ch/geschaeftsbericht

Auflage

5 500 d / 1 200 f / 700 i / 800 e

Herausgeberin

Coop Genossenschaft
Thiersteinallee 12
Postfach 2550
CH-4002 Basel
Tel. 061 336 66 66
Fax 061 336 60 40
www.coop.ch

Bestellung

Coop
Info Service
Postfach 2550
CH-4002 Basel
Tel. 0848 888 444
www.coop.ch

Redaktion: Coop, Public Relations

Konzept/Gestaltung: YJOO Communications AG, Zürich

Umsetzung: Victor Hotz AG, Steinhausen/Zug

Porträtbilder Coop: Heiner H. Schmitt Jr., Basel

Druck: W. Gassmann AG, Biel

Buchbinderei: Scherrer AG Buchbinderei, Urdorf



oo

