



Coop-Gruppe
Geschäftsbericht

2013



Kennzahlen →

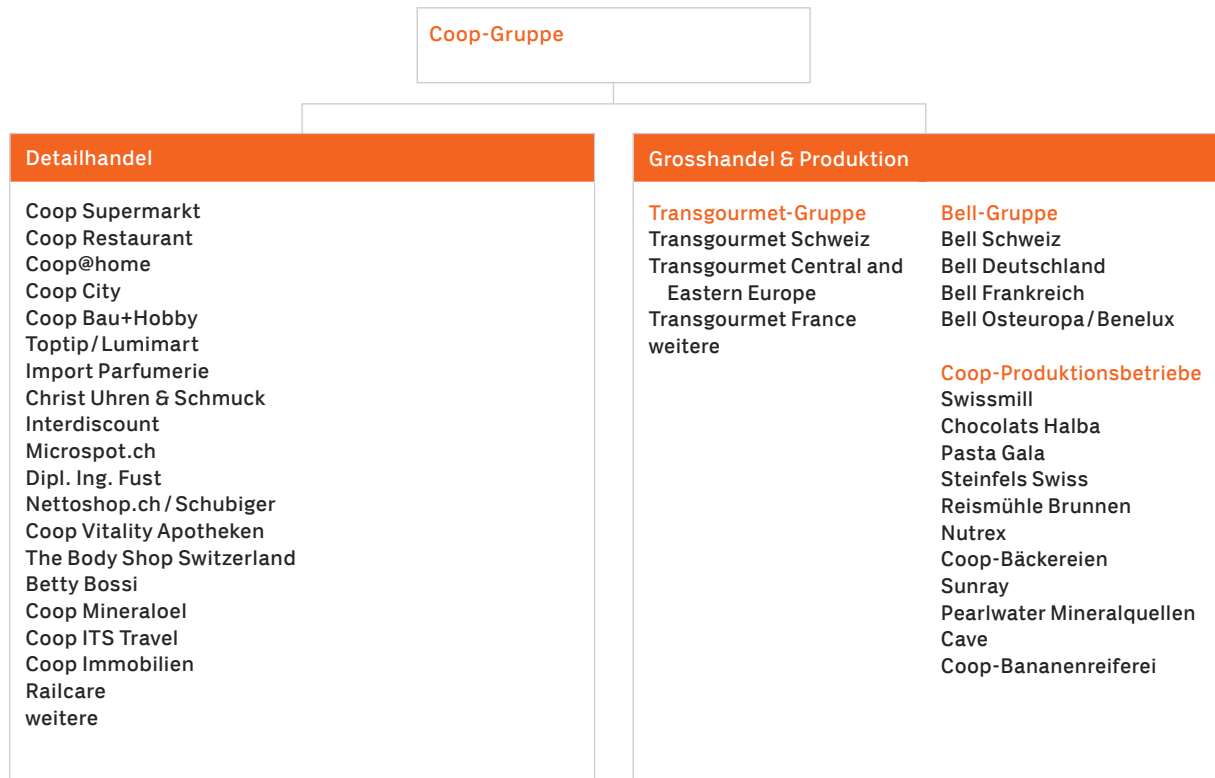
Kennzahlen

| in Mio. CHF bzw. wie angemerkt | 2013 | 2012 | Veränderung | Index % | |
|---|--------------------|-----------|-------------|---------|-------|
| Detailhandel | 18 091 | 17 784 | +307 | 101.7 | |
| Grosshandel / Produktion | 11 084 | 11 020 | +64 | 100.6 | |
| Konsolidierung | -2 207 | -2 074 | -133 | .. | |
| Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen | 26 967 | 26 731 | +237 | 100.9 | |
| davon Nettoerlös Ausland | 7 478 | 7 490 | -12 | 99.8 | |
| in % vom Nettoerlös | 27.7 | 28.0 | -0 | 99.0 | |
| Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) | 1 937 | 1 930 | +7 | 100.4 | |
| in % vom Nettoerlös (EBITDA-Marge) | 7.2 | 7.2 | -0 | 99.5 | |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 760 | 737 | +23 | 103.1 | |
| in % vom Nettoerlös (EBIT-Marge) | 2.8 | 2.8 | +0 | 102.2 | |
| Jahresergebnis | 462 | 452 | +10 | 102.3 | |
| in % vom Nettoerlös (Gewinnmarge) | 1.7 | 1.7 | +0 | 101.4 | |
| Geldfluss aus Betriebstätigkeit | 1 667 | 1 711 | -44 | 97.4 | |
| in % vom Nettoerlös (Cash-Flow-Marge) | 6.2 | 6.4 | -0 | 96.6 | |
| Geldfluss aus Investitionstätigkeit | -965 | -950 | -14 | .. | |
| in % vom Nettoerlös | 3.6 | 3.6 | +0 | 100.6 | |
| Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit | -116 | -275 | +159 | .. | |
| Free Cash Flow | 628 | 842 | -214 | 74.6 | |
| Bilanzsumme | 17 317 | 16 880 | +437 | 102.6 | |
| Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile | 7 738 | 7 262 | +475 | 106.5 | |
| Eigenkapitalanteil inkl. Minderheitsanteile in % | Zielgrösse: > 40.0 | 44.7 | 43.0 | +2 | 103.9 |
| Finanzverbindlichkeiten | 4 840 | 4 872 | -32 | 99.3 | |
| Nettofinanzschuld | 3 305 | 3 855 | -550 | 85.7 | |
| Verschuldungsfaktor | Zielgrösse: < 3.0 | 1.7 | 2.0 | -0 | 85.4 |
| Zinsdeckungsfaktor | Zielgrösse: > 8.0 | 21.7 | 21.8 | -0 | 99.7 |
| Personen am 31.12. | 74 955 | 75 309 | -354 | 99.5 | |
| Personaleinheiten | 64 399 | 64 458 | -59 | 99.9 | |
| Lernende am 31.12. | 3 265 | 3 221 | +44 | 101.4 | |
| Verkaufsstellen / Märkte | | | | | |
| Detailhandel Anzahl am 31.12. | 1 933 | 1 917 | +16 | 100.8 | |
| Detailhandel Verkaufsfläche in m² am 31.12. | 1 777 800 | 1 766 913 | +10 887 | 100.6 | |
| Grosshandel / Produktion Anzahl am 31.12. | 229 | 211 | +18 | 108.5 | |
| Grosshandel / Produktion Verkaufsfläche in m² am 31.12. | 924 591 | 915 734 | +8 857 | 101.0 | |
| Anzahl Mitglieder am 31.12. | 2 537 859 | 2 595 065 | -57 206 | 97.8 | |

Vorjahreswerte angepasst

Geschäftsbereiche der Coop-Gruppe

Stand 1. März 2014



Coop-Gruppe
Geschäftsbericht

2013

| | |
|----------------------|-------|
| Auftakt | 2-5 |
| Lagebericht | 6-47 |
| Corporate Governance | 48-62 |
| Finanzteil | 63-98 |

Die Coop-Welt ist gross, vielfältig und international. Das zeigen hunderte Fotos einer internen Aktion, bei der sich die Mitarbeitenden gegenseitig an ihrem Arbeitsplatz fotografiert haben. Es entstand eine faszinierende Bildwelt – und die Idee, diese für den vorliegenden Bericht zu verwenden und den Leserinnen und Lesern so Einblicke in den Arbeitsalltag bei Coop zu ermöglichen.

Vorwort

Am Puls der Zeit

Die Coop-Gruppe erwirtschaftet mit den Bereichen Detailhandel, Grosshandel und Produktion einen Nettoerlös von rund 27,0 Milliarden Franken und damit 0,9 % mehr als im Vorjahr. Im Detailhandel allein beträgt das Wachstum sogar 1,7 %. Mit zahlreichen Innovationen setzt die Coop-Gruppe Akzente am Markt und überrascht einmal mehr ihre Kundinnen und Kunden.

**«Handel ist Wandel.
Den damit verbundenen
Herausforderungen be-
ggnen wir mit Dynamik
und Offenheit.»**

Hansueli Loosli

**«Detailhandel bedeutet für
mich Liebe zum Detail, Freude
an den Produkten und vor
allem viele positive Mitarbei-
ter- und Kundenkontakte.»**

Joos Sutter



Die Coop-Gruppe blickt trotz eines immer noch herausfordernden Umfelds auf ein erfreuliches Geschäftsjahr 2013 zurück. Wir konnten den Nettoerlös um 0,9 % auf rund 27,0 Milliarden Franken steigern. Gerade im Detailhandel in der Schweiz hatten wir in einigen Fachformaten mit einer starken Minussteuerung von bis zu 6,6 % zu kämpfen. Auch im Ausland blies uns teilweise ein rauer Wind entgegen: so wiesen der Grosshandel und die Produktion aufgrund der verhaltenen Konsumentenstimung in Europa eine eher geringe Dynamik auf. Dennoch konnten wir uns mit den Geschäftsbereichen Detailhandel, Grosshandel und Produktion gut am Markt behaupten.

Im Detailhandel stieg der Nettoerlös der Coop-Gruppe auf 18,1 Milliarden Franken an. Das sind 1,7 % mehr als im Vorjahr. Wachstumsmotoren waren insbesondere unsere nachhaltigen Sortimente sowie innovative Leistungen im Online-Bereich.

Zum 20. Geburtstag unserer Bio-Eigenmarke Naturaplan hatten wir gleich mehrere Erfolge zu feiern. Zum Beispiel realisierten wir gemeinsam mit internationalen Markenherstellern ein weltweit einzigartiges Projekt: Wir lancierten 23 beliebte Schweizer Markenartikel in Bio-Qualität, die sowohl das Markenlogo als auch das Naturaplan-Logo trugen. Innovative Projekte wie dieses, kombiniert mit einem 20-jährigen kompromisslosen Engagement für Bio, überzeugten unsere Kundinnen und Kunden einmal mehr. Naturaplan-Produkte waren im Berichtsjahr so beliebt wie nie zuvor und erzielten ein Umsatzwachstum von rund 14 % gegenüber dem Vorjahr. Letztlich konnten wir auch durch dieses deutliche Umsatzplus unser ambitioniertes Jubiläumsziel erreichen: Coop hat mit Bio-Produkten insgesamt erstmals über 1 Milliarde Franken umgesetzt. Das unterstreicht unsere Pionierrolle und jahrelange Marktführerschaft im Bio-Segment erneut.

Am Puls der Zeit sind wir auch im Onlinegeschäft – und das sehr erfolgreich. Unser Online-Supermarkt Coop@home wuchs seit der Gründung im Jahr 2006 jedes Jahr zweistellig. Und Microspot.ch, das Onlineformat für Unterhaltungselektronik und Haushalt, brach 2013 mit einem Wachstum von rund 25 % sämtliche Rekorde. Es ist uns gelungen, unsere Kundinnen und Kunden mit immer neuen Angeboten und innovativen Lösungen zu überzeugen, insbesondere bei der Verknüpfung von stationärem und Online-Handel. Ein weiterer Meilenstein war der Kauf der Nettoshop AG Ende 2013, durch den wir unsere Kompetenz im Online-Handel mit Elektrohaushaltwaren ausbauten.

Auch in der Gastronomiesparte stärken wir unsere Marktposition. Per 2014 übernehmen wir mit der Marché Restaurants Schweiz AG den führenden Betrieb in der Schweizer Verkehrsgastronomie. Damit startete die Coop-Gruppe so dynamisch ins neue Jahr, wie sie das Berichtsjahr beendet hatte.

Im Grosshandel haben wir uns im 2013 in allen Ländern auf Gastronomie-Betriebe als unsere stärksten Kunden konzentriert. Ihre Bedürfnisse möchten wir optimal abdecken. Immer mehr Kunden wünschen sich eine grössere Flexibilität bei der Beschaffung ihrer Ware. Deshalb führte Transgourmet im Berichtsjahr ihre Angebote im Abhol- und im Belieferungsgrosshandel in der Schweiz zusammen. Analog werden auch die beiden Transgourmet-Einheiten in Deutschland per 1. Januar 2014 zusammengeführt. Der grosse Vorteil für unsere Kunden: Sie können wählen, ob sie ihre Ware im Cash+Carry-Markt abholen oder sich beliefern lassen möchten. Der Vorteil für uns: Wir können Synergien nutzen.

Es ist uns generell ein besonderes Anliegen, dass die einzelnen Bereiche innerhalb der Coop-Gruppe verstärkt zusammenarbeiten und voneinander profitieren. Beispielsweise bezog Transgourmet 2013 vermehrt Ware von den Coop-Produktionsbetrieben – sowohl in der Schweiz als auch im Ausland. Diese gruppeninternen Synergien werden wir auch in Zukunft voll ausschöpfen.

Die Coop-Gruppe mit ihren Geschäftsbereichen Detailhandel, Grosshandel und Produktion wächst also immer enger zusammen. Ein so grosses und vielseitiges Unternehmen kann nur dann zu einer starken Einheit werden, wenn alle Mitarbeitenden an einem Strang ziehen. Unser besonderer Dank gilt daher unseren 74 955 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die im 2013 einmal mehr einen grossartigen Einsatz geleistet haben. Letztendlich sind sie es, die täglich dafür sorgen, dass unsere Kundinnen und Kunden uns die Treue halten.



Hansueli Loosli
Präsident des Verwaltungsrates



Joos Sutter
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Wichtige Stationen 2013



Januar

Zusammenschluss von Prodega/Growa und Howeg

Die operativen Einheiten von Prodega/Growa und Howeg werden zusammengeschlossen und unter eine einheitliche Führung gestellt. Kunden profitieren vom gemeinsamen Angebot des Abhol- und Belieferungsgrosshandels.



Februar

Start Kampagne 20 Jahre Naturaplan
Coop feiert den 20. Geburtstag ihrer nachhaltigen Erfolgsmarke Naturaplan und startet eine grosse, aktivitätsreiche Jubiläumskampagne. Als Highlight lanciert Naturaplan Schweizer Marken-Klassiker in Bio-Qualität. Zudem führt Coop über 170 Naturaplan-Neuheiten ein. Der Naturaplan-Bus startet seine Tour quer durch die Schweiz.

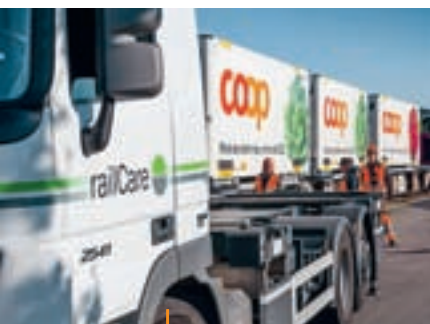


März

Erste Bio-Fairtrade-Schokolade
Coop lanciert mit Chocolats Halba die weltweit erste Schokolade in Bio- und Fairtrade-Qualität aus Honduras.

Kooperation mit Netzwerk Schweizer Pärke

Coop startet die Partnerschaft mit dem Netzwerk Schweizer Pärke. Ziel ist, sämtliche Produkte, die innerhalb der Pärke hergestellt werden, in der entsprechenden Region ins Sortiment aufzunehmen.



Juli

Ünique: Früchte und Gemüse mit Makeln
Früchte und Gemüse, die äusserlich von der Norm abweichen, erhalten unter dem Namen Ünique neu ihren eigenen Platz im Supermarktregal. Die Einführung sorgt weit über die Schweiz hinaus für Aufsehen und begeistert die Kunden.

CityCargo Genève:

einzigartiges Warentransportprojekt

Ab sofort liefert Coop ihre Ware per Schiene mitten in die Stadt Genf. Von dort aus findet die dezentrale Feinverteilung per Lastwagen statt. Pro Jahr spart Coop so 1 128 Tonnen CO₂ und 1,4 Millionen Lastwagen-Kilometer auf der Achse Lausanne-Genf ein.



August

Über 1 000 Jugendliche starten ihre Grundbildung bei Coop
1 086 junge Menschen nehmen ihre Lehre bei Coop in Angriff. Die Verkaufsberufe machen mit 85% den grössten Anteil der Lehrstellen bei Coop aus.

Karma: Linie für vegetarischen Genuss

Coop lanciert eine europaweit einzigartige Produktlinie und reagiert auf das Bedürfnis der Teilzeit-Vegetarier oder «Flexitarier» nach fleischloser, genussvoller Ernährung. Die neue Coop-Eigenmarke Karma umfasst rund 50 Produkte, darunter Fertiggerichte, Salate, Sandwiches, Tofu, Snacks und Aufstriche.



September

Beim Tierwohl erhält Coop Bestnoten
Der neueste Bericht des Schweizer Tierschutzes STS zum Thema «Tierschutz im Lebensmittelhandel» attestiert Coop die beste Tierschutzleistung. Und auch beim «Business Benchmark on Farm Animal Welfare» (BBFAW) vom Dezember 2013 nimmt Coop in der Schweizer Lebensmittelbranche den Spitzenplatz ein. Damit wird das langjährige Engagement von Coop im Bereich Tierwohl gleich doppelt von unabhängiger Seite bestätigt.



April

Partnerin des Verkehrshauses Luzern
Coop startet eine Partnerschaft mit dem Verkehrshaus Luzern. Hello-Family-Mitglieder profitieren von günstigen Angeboten.



Mai

Swissmill stockt Getreidesilo auf
Nach der Zustimmung der Stadtzürcher Stimmbevölkerung beginnt der Coop-Produktionsbetrieb Swissmill mit dem Ausbau des Getreidesilos. Das derzeit 40 Meter hohe Kornhaus wird auf 118 Meter Höhe aufgestockt.

Einführung digitales Couponing
Coop gelingt ein wegweisender Schritt mit der Einführung von digitalen Bons. Diese können von den Kundinnen und Kunden im Internet oder in der entsprechenden App aktiviert und auf der Supercard gespeichert werden.



Juni

Grundsteinlegung Schafisheim
Der Grundstein für den Ausbau der Coop-Verteilzentrale im aargauischen Schafisheim wird gelegt. Dort – auf der grössten privaten Baustelle des Landes – entstehen ein grosser Logistik-Bau sowie die grösste Bäckerei der Schweiz.

Verlängerung Gesamtarbeitsvertrag
Coop und ihre Sozialpartner einigen sich auf einen neuen Gesamtarbeitsvertrag (GAV). Die konstruktive, langjährige Zusammenarbeit wird damit bis 2017 verlängert. Coop ist die einzige Detailhändlerin der Schweiz, die den GAV seit Jahren im Konsens mit fünf Sozialpartnern aushandelt.



Oktober

Neue Ladenbaukonzepte
Coop setzt 2013 in verschiedenen Verkaufsformaten neue, moderne Ladenbaukonzepte um. Im Oktober öffnet der komplett umgebaute Coop City in Zug seine Türen.

Bell baut neue Produktionsstätte
Am Standort Cheseaux fällt der Startschuss zum Bau des neuen Produktionsbetriebs für Charcuterie-Spezialitäten. Der Fleischverarbeiter Bell konzentriert hier die Produktion aus Cheseaux und Lausanne.

Riesenerfolg mit Disney-Sammelbildern
Gemeinsam mit Disney verteilt Coop Sammelbilder der beliebtesten Disney-Figuren an ihre Kundinnen und Kunden.



November

Übernahme des Einkaufszentrums Fribourg-Sud in Villars-sur-Glâne
Coop unterzeichnet den Aktienkaufvertrag zum Erwerb der Centre Commercial Moncor SA. Die Übernahme erfolgt per Anfang 2014. Der Gesellschaft gehört das Einkaufszentrum Fribourg-Sud in Villars-sur-Glâne, in dem Coop bereits mit verschiedenen Verkaufsformaten präsent ist.

Profimarken bei Coop Bau+Hobby
Coop führt in ihren Bau+Hobby-Märkten neue Produkte von AEG Powertools und bietet schweizweit exklusiv Elektrowerkzeuge der Marke Ryobi One+ an. Damit fasst Bau+Hobby als erster Schweizer Baumarkt Fuss im Marktsegment der Profi-Elektrowerkzeuge.

«Grosser Preis der Berufsbildung» 2013
Die Hans Huber Stiftung zeichnet Coop mit dem «Grossen Preis der Berufsbildung» aus. Damit würdigt sie das langjährige Engagement von Coop für eine nachhaltige Berufsbildung.



Dezember

Nettoshop AG zählt neu zu Coop
Mit der Übernahme baut Coop ihre Kompetenzen im Online-Handel mit Elektrohaushaltswaren aus. Nettoshop.ch ist in diesem Bereich der führende Online-Shop der Schweiz.

Übernahme der Marché Restaurants Schweiz AG
Per 2014 kauft Coop die Marché Restaurants Schweiz AG. Mit dem führenden Betrieb in der Schweizer Verkehrsgastronomie baut Coop ihre Kompetenzen im Gastronomiebereich aus.

1 % mehr Lohn für Coop-Mitarbeitende
Die Coop-Geschäftsleitung bedankt sich bei ihren Mitarbeitenden für die grosse Leistung im nach wie vor herausfordernden Umfeld und stellt für die Lohnrunde 2014 gesamtthaft 1 % der Lohnsumme zur Verfügung.

Neuer Transgourmet-Auftritt
Per Januar 2014 präsentieren sich Rewe-Foodservice und Fegro/Selgros Cash+Carry als gemeinsames Unternehmen unter der Dachmarke Transgourmet Central and Eastern Europe. Die bisherige Vertriebsmarke Rewe-Foodservice firmiert neu unter Transgourmet. Auch Howeg tritt ab 2014 unter dem Namen Transgourmet auf dem Markt auf. Der Name Howeg wird nicht mehr weitergeführt.

Lagebericht

9 Umfeld und Strategie

- 9 Umfeld
- 10 Ausblick
- 11 Unternehmensprofil
- 11 Strategien und Erfolgspositionen
- 13 Zielsetzungsprozess

Detailhandel

15 Verkaufsformate

- 15 Supermärkte
- 15 Fachformate
- 18 Online-Formate
- 19 Gastronomie und Hotellerie

21 Angebot

- 21 Sortimentsvielfalt
- 21 Nachhaltigkeits-Eigenmarken und -Gütesiegel
- 23 Zielgruppen-Eigenmarken
- 25 Standard-Eigenmarken
- 25 Markenartikel
- 25 Preis

27 Mehrleistungen

- 27 Services
- 28 Qualitätsmanagement
- 29 Werbung/Kommunikation

31 Logistik, Informatik und Immobilien

- 31 Logistik
- 32 Informatik
- 32 Immobilien

Grosshandel und Produktion

35 Transgourmet-Gruppe

- 35 Entwicklung Gruppe
- 35 Dynamik in allen Ländern

39 Produktion

- 39 Bell-Gruppe
- 40 Coop-Produktionsbetriebe

45 Mitarbeitende

- 45 Coop Personalstrategie
- 45 Coop Sozialpartnerschaft
- 46 Personalvorsorge Coop
- 47 Grosshandel und Produktion

**«Was gibt es Schöneres als frisches, knackiges Gemüse?
Meine Kunden sollen das tagtäglich erleben.»**

Jeannine Bauder, Rayonleiterin Früchte & Gemüse im Coop-Supermarkt Biberist



Umfeld und Strategie

Der Detailhandel wächst im Vergleich zur Schweizer Gesamtwirtschaft unterdurchschnittlich. Der Einkauf im Ausland hält an und der Regulierungsdruck nimmt zu. Die Coop-Gruppe ist mit den Bereichen Detailhandel, Grosshandel und Produktion strategisch gut im Markt positioniert.

Umfeld

Schwaches Wachstum weltweit und in Europa

Die Weltwirtschaft konnte auch 2013 nicht an Fahrt gewinnen. Erneut entwickelten sich viele Schwellenländer wirtschaftlich unterdurchschnittlich. In der Eurozone dämpfen die privaten und staatlichen Entschuldungsprozesse die Binnennachfrage nachhaltig. Ein grosses Problem bleibt die hohe Arbeitslosigkeit, die den privaten Konsum bremst und einen Risikofaktor für die Stabilisierung der Eurozone darstellt. Insbesondere die Länder der Peripherie verharrten weiter in der Rezession. Deutschland hingegen war 2013 im Vergleich dazu ein Wachstumstreiber der Eurozone und wies eine positive Entwicklung des privaten Konsums gepaart mit einer leicht rückläufigen Arbeitslosigkeit auf. Auch Frankreich entwickelte sich positiv.

Handelsabkommen gewinnen an Bedeutung

Mit der personellen Neubesetzung der Spitze von drei handelspolitisch wichtigen Institutionen – der WTO (World Trade Organization), der UNCTAD (Welthandels- und Entwicklungskonferenz) und des ITC (International Trade Centre) – besteht die Chance, der multilateralen Handelsförderung neuen Aufschwung zu geben. In den letzten Jahren haben bilaterale und regionale Handelsabkommen an Bedeutung gewonnen. Aus Schweizer Sicht waren der Abschluss eines Freihandelsabkommens mit China sowie der Durchbruch bei den WTO-Verhandlungen grosse Erfolge. Auch in den Verhandlungen mit der EU ist man sich bezüglich der offenen institutionellen Fragen nähergekommen.

Schweizer Wirtschaft auf solidem Wachstumskurs

Nach einem leicht abgeschwächten Wachstum im letzten Jahr bewegte sich die Schweizer Wirtschaft 2013 wieder auf einem soliden Wachstumskurs. Als wichtigste Stütze erwies sich erneut der private Konsum. Während sich die Zahl der Erwerbstätigen positiv entwickelte, nahm die Arbeitslosigkeit hingegen zu. Die Konsumentenstimmung hellte sich gegenüber 2012 deutlich auf.

Detailhandel entwickelt sich unterdurchschnittlich

Im Schweizer Detailhandel fiel die Entwicklung 2013 nach einem dynamischen Jahr 2012 im Vergleich zur Gesamtwirtschaft unterdurchschnittlich aus. Der Schweizer Detailhandel profitierte von Zuwanderung, Einkommensentwicklung und niedriger Arbeitslosigkeit, war aber auch 2013 von einem starken Druck auf die Preise gekennzeichnet.

Gezielte Einkäufe im grenznahen Ausland

Der Schweizer Franken ist im Verhältnis zum Euro nach wie vor sehr stark, auch wenn im Berichtsjahr kaum mehr Stützungskäufe durch die Schweizer Nationalbank nötig waren. Eine von Coop mitfinanzierte Studie hat erstmals den Einkauf im Ausland umfassend untersucht. Sie kam zu dem Ergebnis, dass jährlich rund 8,8 Milliarden Franken im Ausland ausgegeben werden. Davon entfallen rund 5,0 Milliarden Franken auf gezielte Einkäufe im grenznahen Ausland, 3,8 Milliarden Franken werden anlässlich von Ferien sowie Geschäftsreisen ausgegeben. Zudem kaufen die Schweizerinnen und Schweizer für geschätzt rund 1 Milliarde Franken jährlich bei ausländischen Anbietern im Internet ein. Rechnet man die Ausgaben im Ausland zu Schweizer Preisen, gehen dem Schweizer Detailhandel jähr-

lich rund 10 Milliarden Franken an Kaufkraft verloren. Damit besteht ein kontinuierlicher Druck auf Preise, Umsätze und Nettomargen.

Steigende Kosten und Regulierungsdruck

Der Detailhandel in der Schweiz ist auf breiter Front mit steigenden Kosten und einem zunehmenden Regulierungsdruck konfrontiert. Dies beginnt mit weitergehenden Deklarations- und Rückverfolgbarkeitsanforderungen, setzt sich fort über neue Auflagen im Bereich Abfall und Verpackungen und reicht bis zu diversen Vorlagen, welche die Arbeitskosten und die Ausgestaltung der Löhne betreffen.

Bevölkerungswachstum: Probleme für Infrastruktur

Der Detailhandel ist auf eine funktionsfähige Infrastruktur angewiesen, die für die Logistik und den Verkauf benötigt wird. Das anhaltende Bevölkerungswachstum in der Schweiz bietet dem Detailhandel Perspektiven, verursacht aber zugleich Herausforderungen im Bereich der Raumplanung und der Verkehrsinfrastruktur. Coop engagiert sich für eine übergeordnete Verkehrspolitik, welche insbesondere für den wachsenden Binnengüterverkehr auf Schiene und Strasse die notwendigen Voraussetzungen für eine effiziente Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs schafft.

Geringe Dynamik in Grosshandel und Produktion

2013 wies der Grosshandel aufgrund des zurückhaltenden Konsums in Europa eine eher geringe Dynamik auf. Für die Lebensmittelproduktion der Coop-Gruppe erwies sich der Preisdruck als grosse Herausforderung. Dieser ist primär durch die Währungssituation begründet. Die Schweizer Gastronomiebranche war 2013 rückläufig, was auf den Einkaufstourismus und die verhaltene Konsumentenstimmung zurückzuführen ist. Europaweit ist der Grosshandel im Bereich Gastronomie stagnierend bis rückläufig – dies vor allem aufgrund der angespannten wirtschaftlichen Lage. Positive Wachstumsimpulse für die Transgourmet-Gruppe kommen aus Russland und Polen. Grundsätzlich kann eine Umsatzverlagerung vom Abholgrosshandel (Cash+Carry) zum Belieferungsgrosshandel beobachtet werden.

Ausblick

Beschleunigtes Wirtschaftswachstum weltweit

Für das Jahr 2014 wird weltweit eine Beschleunigung des Wirtschaftswachstums erwartet. Auch die Eurozone dürfte auf den Wachstumspfad zurückkehren, die Entschuldungsprozesse verhindern jedoch eine schwingvolle Beschleunigung. Deutschland wird weiterhin das Zugpferd der europäischen Wirtschaftsentwicklung bleiben. Die Erholung der Weltwirtschaft wird der EU über die steigenden Exporte zugutekommen.

Schweiz erlebt verlangsamten Konsumzuwachs

In der Schweiz werden für 2014 eine leichte Verlangsamung des privaten Konsumwachstums und ein Verharren des Auslandkonsums auf hohem Niveau erwartet. Die rege Zuwanderung kombiniert mit dem tiefen Zinsniveau und der geringen Teuerung werden den Konsum jedoch weiterhin auf robustem Niveau halten. Aufgrund der Erholung in der Weltwirtschaft und der Eurozone werden die Schweizer Exporte wieder zulegen. Das wiederum fördert die Ausrüstungsinvestitionen, was einen erheblichen Beitrag zum Schweizer Wirtschaftswachstum leisten wird. Mit der politisch angestrebten Energiewende ist mittelfristig mit steigenden Energiekosten zu rechnen.

Dynamik im Schweizer Detailhandel

Im Schweizer Detailhandel wird – im Unterschied zur Gesamtwirtschaft – nach einem eher schwierigen Jahr 2013 für das Jahr 2014 mit einem stärkeren Wachstum gerechnet. Im Food zeichnet sich ein Ende der deflationären Entwicklung ab, der Non-Food hingegen leidet weiterhin unter einer stark negativen Preisentwicklung. Während sich das private Konsumwachstum gesamthaft voraussichtlich verlangsamen wird, geht man im Detailhandel – mit einem Anteil von unter 30% am privaten Konsum – von einer Zunahme aus. Wenn auch der Druck auf die Preise hoch bleiben und der Einkaufstourismus anhalten wird, so gibt es doch Anzeichen für ein Ende der deflationären Entwicklung. Das Wachstum der Discounter und die rückläufige Entwicklung der selbstständigen Lebensmitteldetaillisten zugunsten von Tankstellen- und Convenience-Shops wird sich unvermindert fortsetzen. Auch die Online-Shops befinden sich in einem ungebremsten Aufwärtstrend.

Sven Schoefer, Transgourmet Seafood, Bremerhaven (DE)



Marco Licciano, Supermarkt, Herisau



Delphine Cordier Rösli, Immobilien, Services, Neuchâtel



Trendwende im Grosshandel

Für 2014 wird in Grosshandel und Produktion mit einer Trendwende gerechnet. So soll der europäische Grosshandel nach einem Rückgang wieder ein positives Wachstum aufweisen. Die negative Preisentwicklung im Food-Grosshandel wird 2014 voraussichtlich ein Ende finden, die Lebensmittelpreise dürften sich erholen und der private Konsum zunehmen. Der generelle Trend des steigenden Ausser-Haus-Konsums bietet gute Wachstumschancen im Abholgrosshandel und in der Restaurationsbelieferung.

Unternehmensprofil

Aktiv in Detailhandel, Grosshandel und Produktion

Die Coop-Gruppe ist in den Geschäftsfeldern Detailhandel, Grosshandel und Produktion tätig. Im Detailhandel führt sie neben den Coop-Supermärkten verschiedene Fachformate in der Schweiz. Dazu gehören Warenhäuser und Baumärkte, Verkaufsstellen für Unterhaltungselektronik und Elektrohaushaltsgeräte, Möbel und Lampen, Kosmetik und Parfümerie, Uhren und Schmuck sowie Tankstellen und Apotheken. Mit vielen dieser Formate ist die Coop-Gruppe Marktführerin. Der Detailhandel macht rund zwei Drittel des Gesamtumsatzes der Coop-Gruppe aus. Im Grosshandel ist die Coop-Gruppe mit der Transgourmet Holding AG in der Schweiz, in Deutschland, Frankreich, Polen, Rumänien und Russland tätig. Die Transgourmet-Gruppe ist Europas zweitgrösstes Cash+Carry- und Foodservice-Unternehmen. Sie bietet den Kunden aus Hotellerie, Gastronomie, Betriebsverpflegung und sozialen Einrichtungen sowohl grosse Abholmärkte als auch einen Belieferungsgrosshandel. Im Bereich Produktion ist die Bell-Gruppe – einer der führenden Fleischverarbeiter in Europa – der grösste Betrieb der Coop-Gruppe. Die Bell-Gruppe ist hauptsächlich in der Schweiz, in Deutschland und Frankreich tätig, aber auch in Osteuropa und den Benelux-Ländern vertreten. Daneben führt die Coop-Gruppe weitere Produktionsbetriebe in der Schweiz in den Bereichen Getreideverarbeitung, Schokolade, Reisspezialitäten, Essigprodukte, Mineralwasser, Kosmetika sowie Reinigungsmittel.

Die Coop-Gruppe ist eine Genossenschaft

Die Coop-Gruppe blickt auf eine 150-jährige Geschichte zurück und ist genossenschaftlich organisiert. Sie unterteilt sich organisatorisch in sechs Regionen und zählt 2,5 Millionen Genossenschaftsmitglieder. Die Rechtsform der Genossenschaft hat sich bis heute bewährt. Für die Coop-Gruppe stehen die Kundinnen und Kunden – die Genossenschafter – im Zentrum. Auf sie ist das Wirken des Unternehmens ausgerichtet. Als Genossenschaft strebt die Coop-Gruppe keine Gewinnmaximierung an – so kann sie langfristig planen.

Positionierungsmerkmal Nachhaltigkeit

Dass die Unternehmensführung auf langfristigen Erfolg ausgelegt ist, zeigt sich im Nachhaltigkeits-Engagement der Coop-Gruppe. Nachhaltigkeit ist integrierter Bestandteil der Geschäftstätigkeit und daher in den Statuten und dem Leitbild verankert. Abgestützt auf das Nachhaltigkeitskonzept fliesst die Dimension Nachhaltigkeit in alle Teilstrategien ein. Das Konzept Nachhaltigkeit baut auf drei Säulen auf: «Nachhaltige Sortimentsleistung», «Ressourceneffizienz und Klimaschutz» sowie «Mitarbeitende und Gesellschaft». Mit diesem umfassenden Nachhaltigkeitsansatz positioniert und differenziert sich die Coop-Gruppe an den Märkten. 2011 wurde Coop von der Ratingagentur Oekom Research AG zur nachhaltigsten Detailhändlerin der Welt ernannt.

Strategien und Erfolgspositionen

Ausrichtung entlang des Leitbildes

Für die rund 75 000 Mitarbeitenden der Coop-Gruppe gelten dieselben Werte. Die Gruppen-Vision lautet: Gemeinsam an die Spitze. Das Leitbild zeigt, wie die Coop-Gruppe ihre Arbeit versteht: nah, vielfältig, profiliert, innovativ und partnerschaftlich. Entlang dieser Werte sind in der Folge die einzelnen Teilstrategien der Coop-Gruppe aufgezeigt.

Nah bei den Menschen

Die Coop-Gruppe betreibt das dichteste Verkaufstellennetz in der Schweiz. Mit Supermärkten auf fast 2 000 Metern Höhe, Megastores mit mehr als 3 500 m² Verkaufsfläche, Warenhäusern an kunden-

Silvio Hobi, Fust, Mels



Markus Härer, Bäckerei, Qualitätssicherung, Chur



Mirjam Arnold, PR / Sponsoring, Dietikon



freundlichen Lagen, Bau+Hobby-Märkten sowie vielen weiteren Verkaufsformaten ist die Coop-Gruppe nah bei den Menschen. Online-Shops in verschiedenen Branchen bieten den Kunden Leistungen rund um die Uhr. Im Grosshandel pflegt Transgourmet die Nähe zu ihren B2B-Kunden (Business-to-Business) – den Gastronomen, Verpflegungsketten und sozialen Einrichtungen. In den nächsten Jahren wird die Transgourmet-Gruppe die Expansion vorantreiben und den Belieferungsgrosshandel ausbauen.

Vielfältig im Angebot

Im Detailhandel bietet die Coop Genossenschaft die grösste Vielfalt an nationalen und internationalen Markenartikeln. Zudem führt sie zahlreiche Coop-Eigenmarken für die unterschiedlichsten Kundenbedürfnisse – dies in allen Preislagen und zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Besondere strategische Bedeutung haben die Nachhaltigkeits-Eigenmarken und -Gütesiegel. Auch im Grosshandel sollen die Kunden über alle Preislagen hinweg von attraktiven Eigenmarkensortimenten profitieren. Deshalb startete die Transgourmet-Gruppe 2013 mit der Einführung einer europaweiten Eigenmarkenstrategie.

Profiliert am Markt

Das wichtigste Profilierungs- und Differenzierungsmerkmal für die Coop-Gruppe ist die Nachhaltigkeit. Hier verfolgt sie eine sehr langfristig ausgelegte Strategie und stützt ihre zahlreichen Aktivitäten auf das Konzept Nachhaltigkeit ab. Des Weiteren profiliert sich die Coop-Gruppe über die Qualität. Die Coop-Qualitätsstrategie setzt hohe Massstäbe und verankert die Qualität als zentrales Element der Leistung von Coop noch tiefer in der Unternehmenskultur und den Prozessen. Alle aus Kundensicht relevanten Qualitätsdimensionen im Produktesortiment werden den Kundenbedürfnissen entsprechend definiert und systematisch weiterentwickelt. Die Produktionsbetriebe der Coop-Gruppe verfolgen

die Strategie, sich immer mehr am internationalen Markt zu profilieren. Sie produzieren nicht nur Coop-Eigenmarkenprodukte, sondern auch Artikel für Drittkunden im In- und Ausland.

Innovativ für die Zukunft

Mit der Logistik- und Bäckereistrategie von Coop werden die Kosten weiter optimiert, die Qualität der Backwaren verbessert und ambitionierte Nachhaltigkeitszielsetzungen verfolgt. Abgestützt auf diese Strategie erwarb die Coop-Gruppe 2010 die Railcare AG. Das Transportunternehmen nutzt das innovative System des unbegleiteten kombinierten Verkehrs und unterstützt damit das strategische Ziel, weitere Transporte von der Strasse auf die Schiene zu verlagern. Kernstück der Logistik-Strategie ist auch der Ausbau der bestehenden Verteilzentrale Schafisheim – das grösste Bauvorhaben in der Geschichte der Coop-Gruppe. Mit Projekten wie diesen positioniert sich die Coop-Gruppe als nachhaltigste und innovativste Logistikerin in Europa.

Im Grosshandel rüstet sich die Transgourmet-Gruppe für die Zukunft. Mit der Multichannel-Strategie werden der Abhol- und der Belieferungsgrosshandel zusammengeführt. Dieses innovative Konzept schafft Synergien und gewährleistet eine bessere Versorgung der Kunden.

Zur strategischen Zielsetzung gehört auch die Entwicklung und Nutzung innovativer technischer Lösungen, die den Kundinnen und Kunden das Einkaufen erleichtern – sei es durch die Nutzung des Smartphones im Laden oder durch attraktive Online-Shops.

Partnerschaftlich für gegenseitiges Vertrauen

Die Coop-Beschaffungsstrategie setzt auf die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Lieferanten und Produktionsbetrieben – dies immer mit dem Ziel, die regelmässige Belieferung mit qualitativ hochwertigen Produkten sicherzustellen sowie die Marktleis-

Yann Le Cuff, Transgourmet France



Vroni Bähler, Supermarkt, Uzwil



tungen zugunsten der Kundinnen und Kunden weiterentwickeln. In der Beschaffung bestehen auf europäischer Ebene Kooperationen mit den grossen Retailern und auch international wird der Food- und Non-Food-Einkauf gebündelt.

Im Detailhandel setzt Coop auch im Bereich der Sortimentsentwicklung auf strategische Partnerschaften, insbesondere mit Non-Profit-Organisationen. Im Jahr 2013 feierte Coop das 20-Jahr-Jubiläum der Nachhaltigkeits-Eigenmarke Coop Naturaplan, die gemeinsam mit dem strategischen Partner Bio Suisse, dem Dachverband der Bio-Bauern in der Schweiz, auf den Markt gebracht wurde. In der Personalarbeit setzt die Coop-Gruppe auf einen konstruktiven und offenen Dialog mit den Sozialpartnern. Sie ist im Schweizer Detailhandel die einzige grosse Arbeitgeberin, die mit fünf Sozialpartnern einen Gesamtarbeitsvertrag abgeschlossen hat.

Zielsetzungsprozess

Aus Strategien entstehen konkrete Massnahmen

Damit aus langfristigen Strategien Jahr für Jahr wirkungsvolle Massnahmen entstehen, betreibt die Coop-Gruppe seit 2001 einen einheitlichen, top-down-getriebenen Zielsetzungsprozess. Er startet mit den übergeordneten Zielsetzungen der Geschäftsleitung und zieht sich Stufe für Stufe durch das Unternehmen. Letztlich entwickeln sich daraus handfeste Massnahmen bis zu den operativen Ebenen.

«Ich überprüfe täglich den Reifegrad unseres Bündnerfleisches.»

Hanspeter Treichler, Bell,
Betrieb Charcuterie, Churwalden



Katharina Reeg, Interdiscount, Ersatzteillager, Jegenstorf



«Ich gehe jedem Problem auf den Grund und bringe defekte Haushaltshelfer wieder zum Laufen.»

Bruno Ruckstuhl, Kleingeräte-Techniker beim Fust-Reparaturservice in Oberbüren



Verkaufsformate

Die Frische steht im Zentrum der Food-Verkaufsformate. Im Non-Food sorgen neue Ladenbaukonzepte für ein modernes Einkaufserlebnis. Mit der Verknüpfung von stationärem und Online-Handel ist Coop am Puls der Zeit und verzeichnet steigende Umsätze bei ihren Online-Shops.

Supermärkte

Mit 828 Supermärkten nahe bei den Kunden

Nach 16 Neueröffnungen und zehn Schliessungen führte Coop Ende 2013 schweizweit 828 Supermärkte mit einer Gesamtfläche von 969 224 m². Diese erwirtschafteten einen Nettoerlös von rund 10,6 Milliarden Franken. Unter anderem öffneten drei weitere Kombi-Verkaufsstellen ihre Türen. Damit profitiert die Kundschaft in Grosshöchstetten, Stein am Rhein und Collombey vom vielfältigen Angebot an Lebensmitteln und einem grossen Bau+Hobby-Sortiment unter einem Dach. Zu den weiteren Highlights gehört auch der neue Supermarkt beim Bahnhof in Susten VS, der mit grosszügigen Öffnungszeiten den Bedürfnissen der Pendlerinnen und Pendler entgegenkommt. Seit Februar bietet er ein grosses Sortiment, zu dem rund 40 Walliser Spezialitäten sowie Coffee to go gehören. Auch in der Nähe des Bahnhofs von Penthalaz konnte im März ein neuer Supermarkt Eröffnung feiern. Wie alle Neu- und Umbauten wurde er nach dem Minergie-Standard realisiert, ein Teil der Verkaufsstelle wird mittels LED beleuchtet. Umweltschutz wird auch in der ebenfalls im März eröffneten Verkaufsstelle in Montreux und seit Oktober am neuen Standort in Hitzkirch grossgeschrieben. Hier wird die Abwärme der Kühlanlagen zur Beheizung der Verkaufsstellen genutzt. Seit September bietet der neue Supermarkt auf dem Fachhochschul-Campus in Brugg-Windisch ein grosses Angebot an Produkten für die schnelle Verpflegung zwischendurch.

Hausbäckereien: für frisches Brot bis Ladenschluss

In immer mehr Supermärkten können die Kundinnen und Kunden den Duft von frischem Brot geniessen, das direkt vor Ort hergestellt oder ausgebacken wird.

Coop verfolgt ein ehrgeiziges Ziel: Sie möchte ihrer Kundschaft bis Ladenschluss ofenfrisches Brot anbieten können. Dazu startete Coop 2013 im Bereich Brot und Backwaren eine Frischeoffensive. Der Anteil der Frischbrote, die direkt in der Verkaufsstelle ausgebacken werden, wird stark gesteigert. Zudem erhalten künftig mehr Coop-Supermärkte eine Hausbäckerei, in der die knusprigen Brote auch auf kleinstem Raum ganz frisch hergestellt werden. Die erste dieser Mini-Hausbäckereien hat Coop im August in der Verkaufsstelle Schönbühl eröffnet.

Fachformate

Coop City modernisiert weitere Filialen

Im Berichtsjahr erwirtschafteten die 32 Coop-City-Warenhäuser einen Nettoerlös von 890 Millionen Franken. Diverse Filialen wurden renoviert oder erweitert, darunter die Warenhäuser in Zug, Winterthur, Lausanne sowie das Restaurant Thun Kyburg. Im Coop City in Zug wurde erstmals das neue Ladenbaukonzept umgesetzt. Die Warenhäuser Ryfflihof Bern, Pfauen Basel und St. Annahof Zürich warten mit modernisierten Papeterieabteilungen auf. Der Standort Dietlikon wurde geschlossen. Im Bereich der Herrenbekleidung hat Coop City das Angebot der Marken Sergio und Basefield ausgebaut und neu positioniert. Seit Herbst sind zudem Kleider der internationalen Fashionmarke F&F in vier Verkaufsstellen von Coop City erhältlich.

Bau+Hobby gewinnt Marktanteile

Bau+Hobby konnte 2013 Marktanteile gewinnen und erzielte einen Nettoerlös von 648 Millionen Franken – dies trotz des schlechten Frühlingswetters, das negative Auswirkungen unter anderem

auf den Absatz von Blumen und Pflanzen hatte. Im Berichtsjahr eröffnete Bau+Hobby drei weitere Kombi-Verkaufsstellen (Supermarkt mit integriertem Bau+Hobby) und verfügte Ende 2013 über insgesamt 73 Standorte. In Zusammenarbeit mit dem deutschen Unternehmen Dehner stellte Bau+Hobby 14 weitere Filialen auf das neue Garten-Konzept um und führte damit 31 Gartenparadiese. Bau+Hobby erweiterte das Fahrrad-Sortiment und richtete in den grösseren Fachmärkten einen AEG-Handwerker-shop ein, in dem die Kundinnen und Kunden ausgewählte Produkte vor Ort ausprobieren können. Neu bietet Bau+Hobby in allen Märkten Produkte von AEG Powertools und schweizweit exklusiv Elektrowerkzeuge der Marke Ryobi One+ an. Damit fasst Bau+Hobby als erster Schweizer Baumarkt Fuss im Marktsegment der Profi-Elektrowerkzeuge und baut seine Führerschaft im Heimwerkermarkt weiter aus. In Zusammenarbeit mit dem SVS/BirdLife Schweiz, dem Dachverband der Natur- und Vogelschutzvereine, weist Bau+Hobby neu besonders vogelfreundliche Produkte mit einem Logo aus.

Interdiscount bietet Express-Lieferungen an

Erneut verzeichnete Interdiscount ein starkes Wachstum und Marktanteilsgewinne bei den Online-Bestellungen. Hier wuchs das Sortiment auf über 20 000 Artikel an, der Online-Umsatz konnte um 87 % zulegen. Gesamthaft erwirtschaftete der Unterhaltungselektronik-Anbieter 2013 einen Nettoerlös von rund 922 Millionen Franken. Neu bietet Interdiscount die Dienstleistung Express an: Gekennzeichnete Artikel, die bis 18 Uhr im Online-Shop bestellt werden, sind am Folgetag in einer der 196 Filialen abholbereit oder werden nach Hause geliefert. Zudem kann die Ware bei der Abholung in der Filiale bezahlt werden. Mit der Verbindung von stationärem und Online-Handel etabliert sich Interdiscount als Cross-Channel-Anbieter mit der schweizweit grössten Distribution.

Toptip und Lumimart modernisieren Verkaufsstellen

Mit einem Nettoerlös von 210 Millionen Franken konnten Toptip und Lumimart ihren Anteil am Wohneinrichtungsmarkt 2013 weiter steigern. Per Ende

Jahr wurden mehr als die Hälfte der insgesamt 54 Verkaufsstellen nach dem neuen Ladenkonzept modernisiert. Toptip erweiterte das Boutique-Sortiment mit Wohnaccessoires aus den Bereichen Heimtextilien, Haushalt und Dekoration und bietet eine breitere Auswahl an Möbeln an, die grossenteils auf individuelle Kundenwünsche angepasst werden können. Lumimart baute das Sortiment an energieeffizienten LED-Leuchten und das Angebot an Designerbrands weiter aus. Neu sind Toptip und Lumimart auch in Dietlikon vertreten. Die Toptip-Filiale in Pratteln wurde ausgebaut und um einen integrierten Lumimart erweitert.

Import Parfumerie ist Nummer eins

Die Import Parfumerie betreibt schweizweit 124 Verkaufsstellen. Nach dem Umbau von vier weiteren Verkaufsstellen entsprachen per Ende Jahr bereits 16 Parfümerien dem neuen Ladenbaukonzept. Der Nettoerlös stieg 2013 leicht auf 159 Millionen Franken. Die Import Parfumerie konnte weiter Marktanteile gewinnen und ist klar die Nummer eins im Bereich der Schweizer Prestige Parfümerie.

Christ Uhren & Schmuck mit neuem Konzept

Mit einem neuen Shop-in-Shop-Konzept für Topmarken baute Christ Uhren & Schmuck ihre Markenkompetenz 2013 aus. Die Shops von Marken wie Tissot, Longines, Rado, Swarovski oder Swatch wurden harmonisch in das bestehende Ladenbaukonzept integriert. Insgesamt betreibt Christ 77 Verkaufsstellen, von denen im Berichtsjahr drei umgebaut wurden. Daneben wurde das Angebot im Online-Shop weiter ausgebaut. Der Nettoerlös von Christ lag wiederum bei 100 Millionen Franken.

«Qualität bedeutet: Mein Kunde ist begeistert!»

Judith Holstein, Vitality Apotheke, St.Gallen

Simona Gutzwiller, Media, Basel



Dipl. Ing. Fust verdoppelt Online-Umsatz nahezu
 Die Dipl. Ing. Fust AG mit ihren insgesamt 159 Verkaufsstellen konnte ihre Marktanteile im Berichtsjahr in allen Segmenten erneut leicht steigern. Im Rahmen des Modernisierungsprogramms wurden 15 weitere Verkaufsstellen umgebaut und teilweise vergrössert. 2013 baute Fust die Dienstleistungen im Bereich Küche/Badezimmer/Umbauten erneut aus und konnte den Umsatz hier deutlich steigern. Stark nachgefragt waren zudem innovative Dienstleistungen wie beispielsweise Multi-Room-Sound-Installationen. Die neuartige Sparkarten-App für iPhone und Internet sorgte für eine erhöhte Kundenbindung. Fust konnte den Online-Umsatz 2013 nahezu verdoppeln und erzielte gesamthaft einen Nettoerlös von 860 Millionen Franken.

Betty Bossi feiert 40 Jahre Kochbücher
 Seit dem 21. Dezember 2012 gehört die Betty Bossi AG vollständig zur Coop-Gruppe. Bereits elf Jahre zuvor hatte Coop 50% des Aktienkapitals der Betty Bossi Verlag AG von Ringier übernommen und ein Joint Venture ins Leben gerufen. Nebst frischen Fertigprodukten, die exklusiv bei Coop erhältlich sind, vertreibt Betty Bossi Kochbücher und gibt die Betty-Bossi-Zeitung mit rund 770 000 Abonnenten heraus. Hinzu kommen der Verkauf von jährlich rund 1,9 Millionen Küchen- und Haushaltshelfern sowie kulinarische Beratungsleistungen. Betty Bossi erwirtschaftete 2013 einen Nettoerlös von 82 Millionen Franken. Zum 40-Jahr-Jubiläum der Betty-Bossi-Kochbücher erschienen zwei neue Rezeptsammlungen. Bei den Küchen- und Haushaltshelfern lancierte Betty Bossi rund 80 Eigenentwicklungen wie den Spätzli-Blitz. Zudem führte sie neue Reinigungsprodukte und Elektrogeräte ein.

Coop Vitality: erfolgreich mit der Eigenmarken-Linie
 Die im Herbst 2012 lancierte Eigenmarken-Linie der Coop-Vitality-Apotheken findet bei der Kundschaft grossen Anklang und wurde 2013 um sechs weitere auf insgesamt 15 Produkte ausgebaut. Einen starken Zuwachs um 16% verzeichnete auch der Umsatz mit alternativen Heilmitteln. Insgesamt belief sich der Nettoerlös auf 142 Millionen Franken – fast 6% mehr als im Vorjahr. 2013 wurde das Personal aller

55 Vitality-Apotheken zum Thema spagyrische Komplexmittel geschult, die Teil ganzheitlicher Naturheilverfahren sind. Das Unternehmen eröffnete vier weitere Apotheken und ist erstmals in den Kantonen Genf und Baselland vertreten.

The Body Shop Switzerland feiert Jubiläum
 Im August feierte die The Body Shop Switzerland AG ihren 30. Geburtstag mit diversen Aktionen und einem grossen Mitarbeiterfest. Mit insgesamt zwei Neueröffnungen betrieb The Body Shop im Berichtsjahr schweizweit 46 Filialen, wovon drei bis Ende Jahr nach einem weltweit geltenden, modernisierten Ladenbaukonzept umgebaut wurden. Zu den Produktneuheiten 2013 gehören die Körperpflegeserie Honeymania sowie die Leona Lewis Cruelty Free-Make-up-Kollektion. The Body Shop Switzerland erwirtschaftete 2013 einen Nettoerlös von 35 Millionen Franken.

Coop Mineraloel AG baut Leaderposition aus
 Die Coop Mineraloel AG konnte ihre Leaderposition auf dem Schweizer Convenience- und Treibstoffmarkt auch 2013 ausbauen und Marktanteile hinzugewinnen. Per Ende Jahr betrieb sie insgesamt 220 Coop Tankstellen. Zusammen mit den Unternehmensbereichen Coop Pronto Shops und Heizölverkauf erzielte die Coop Mineraloel AG einen Nettoerlös in Höhe von 2,6 Milliarden Franken. Angesichts sinkender Preise an den Treibstoffsäulen ist die Steigerung von über 3% gegenüber dem Vorjahr bemerkenswert.

Coop Pronto baut Frische-Angebot aus
 Die insgesamt 261 Coop-Pronto-Shops erwirtschafteten 2013 einen Nettoerlös von 742 Millionen Franken – fast 5% mehr als im Vorjahr. Bis Ende Jahr konnten 206 Shops auf die neue Corporate Identity umgestellt werden. Im Berichtsjahr wurden neun Tankstellen mit Shop sowie ein Stand-Alone eröffnet. Neu ist Coffee to go in 60 weiteren und somit in insgesamt 160 Shops verfügbar. Ausserdem bauten die Pronto-Shops ihre Sortimentskompetenz bei Früchten und Gemüse sowie allgemein das Angebot an Frischprodukten weiter aus. So wurde die Anzahl der Shops, die knusprige, tagesfrisch zubereitete

Randolph Kouakou, Transgourmet Seafood France



Elmar Baumgartner, Bau+Hobby, Rickenbach



Valentin Engler, Betty Bossi, Produktentwicklung, Zürich



Sandwiches anbieten, auf mehr als das Doppelte gesteigert. In 14 Pronto-Shops sind zudem bereits ultrafrische Convenience-Produkte wie Sushi mit einer Haltbarkeit von einem bis vier Tagen erhältlich. In den Regionen Graubünden, Tessin und Wallis finden die Kundinnen und Kunden vermehrt auch regionale Produkte.

Online-Formate

Coop@home gewinnt viele Neukunden

2013 konnte Coop@home erneut zweistellig wachsen. Der Nettoerlös legte um rund 13 % auf 103 Millionen Franken zu. Der Online-Supermarkt verzeichnete im Berichtsjahr einen Neukundenanteil von rund 8 %. Die insgesamt 435 000 Auslieferungen wiesen einen durchschnittlichen Einkaufswert von 237 Franken auf. Dank mehrerer Innovationen stieg der Anteil des Mobile-Shoppings auf 25 %. Neu profitieren die Pendler am Zürcher Hauptbahnhof sowie die Angestellten am Hauptsitz von Google in Zürich im Rahmen eines Pilotprojekts von der sogenannten Mobile-Shoppingwand. Hier können sie die Produkte über die Coop@home-App einscannen und bestellen. Seit dem Frühling können die Kundinnen und Kunden von Coop@home ihre Einkäufe zudem in 32 ausgewählten Pick-Post-Stellen abholen. Die erste Drive-in-Station in der Romandie rundet das Dienstleistungsangebot ab.

Microspot.ch betreibt elf Pick-up-Stationen

Im Berichtsjahr konnte Microspot.ch erneut markant zulegen und den Nettoerlös um 25 % auf 101 Millionen Franken steigern. Das Online-Angebot in den Bereichen Unterhaltungselektronik und Haushalt umfasst über 120 000 Artikel. Zu den Neuerungen 2013 zählen der modernisierte Online-Shop, der

neu eine separate Abteilung für Geschäftskunden bietet, sowie zahlreiche neue Artikel im Bereich Haus und Garten und ein monatlich erscheinender Prospekt mit den attraktivsten Angeboten. Zudem können die Kundinnen und Kunden ihre online bestellte Ware an zehn weiteren Pick-up-Stationen abholen. Neun davon befinden sich in Coop-City-Warenhäusern in der Deutschschweiz und der Romandie, einer wurde in den Drive-in von Coop@home in Allaman integriert. Damit betrieb Microspot.ch per Ende 2013 insgesamt elf Pick-up-Stationen und zwei Show-Rooms.

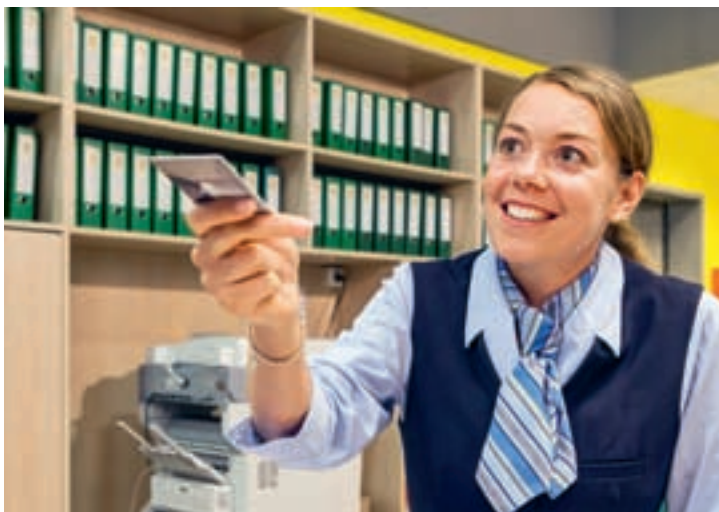
Heizöl: Erfolg mit umweltfreundlichem Angebot

Erneut nutzten viele Kundinnen und Kunden der Coop Mineraloel AG die Möglichkeit, ihr Heizöl über die Internetseite www.coop-heizuel.ch zu bestellen. Ihr Anteil lag 2013 bei rund 29 %. Wegen der langen Heizperiode bis Juni, der geopolitischen Lage im Nahen Osten und Nordafrika sowie der Erhöhung der CO₂-Abgabe ab Januar 2014 blieb die Nachfrage nach Heizöl gross. Gleichzeitig nahm der Wettbewerb unter den Heizölhändlern weiter zu. Dennoch konnte der Marktanteil gehalten werden. Der Anteil der Kundinnen und Kunden, die umweltfreundliches, schadstoffarmes Heizöl bestellten, nahm weiter zu und lag 2013 bei rund 47 %.

ITS Coop Travel kann Wachstumsschub verbuchen

Nach einem massiven Ausbau des Angebots konnte ITS Coop Travel, der gemeinsame Reiseveranstalter von Coop und der Rewe Group, 2013 weitere Marktanteile gewinnen. Der Nettoerlös legte um 19 % zu und lag bei 69 Millionen Franken. Damit war das Geschäftsjahr 2013 das umsatzstärkste seit der Gründung von ITS Coop Travel im Jahr 2006. Bei den Flugreisen waren in der Sommersaison nebst rund 200 Katalogangeboten erstmals über 400 weitere

Hannelore Scholick, Fegro/Selgros, Neu-Isenburg (DE)



Emilio Flückiger, Toptip, Verteilzentrale, Oberentfelden



Hotels buchbar. Sehr beliebt waren die Kreuzfahrten und Rundreisen der Aktionsangebote «Ferienhits». Das Gästevolumen lag mit rund 64 800 Reisenden mehr als 13 % über dem Vorjahr. 2013 ging die neu gestaltete Internetseite von ITS Coop Travel mit bedienerfreundlichen Such- und Buchungsfunktionen sowie vielen nützlichen Informationen online.

Gastronomie und Hotellerie

Coop-Gastronomie deckt alle Bedürfnisse ab

Die Coop-Gastronomie umfasst neben den 153 Coop Restaurants weitere Formate: die Take-it-Betriebe an hochfrequentierten Lagen, die original italienische Gelateria CremAmore und die Cafébar Ca'Puccini. 2013 erwirtschaftete die Coop-Gastronomie mit ihren insgesamt 198 Restaurationsbetrieben einen Nettoerlös von rund 248 Millionen Franken. Die Coop Restaurants setzen auf ausgewogene und preisgünstige Speisen und verwenden vorzugsweise nachhaltig hergestellte Zutaten. Zudem wurden 2013 die ersten Betriebe auf regionale Kaffeemarken umgestellt. Per 2014 übernimmt Coop die Marché Restaurants Schweiz AG mit schweizweit 28 Gastronomiebetrieben.

BâleHotels behaupten sich trotz Sanierung gut

Im Rahmen der Totalsanierung des Mercure Hotel Europe, das im März 2014 unter dem Namen Pullman Basel Europe wiedereröffnet wird, blieb das Haupthaus im Berichtsjahr geschlossen. Deshalb sank der Nettoerlös der drei BâleHotels 2013 vorübergehend auf rund 18 Millionen Franken. Dank intensiver Marktbearbeitung und einer flexiblen Preispolitik konnten die Hotels Victoria und Baslerter ihre Marktanteile deutlich steigern. Das Hotel Victoria erreichte mit einer durchschnitt-

lichen Zimmerbelegung von rund 82 % den höchsten Wert seit der Eröffnung. Der Umsatz des Cateringgeschäfts entwickelte sich trotz neuer Konkurrenz und der provisorischen Fertigungsküche im Mercure Hotel Europe erfreulich.

Tropenhäuser überzeugen die Gourmets

Im Spätherbst nahm das Tropenhaus Frutigen die neue Störzuchthalle in Betrieb. Zudem wurde weiter in die Qualität bei der Kaviar-Produktion sowie den Absatz von Kaviar im In- und Ausland investiert. Die Investitionen in die Qualität der Gastronomie wurden mit einem Eintrag im Restaurantführer Gault-Millau belohnt: Das Restaurant Oona erhielt 13 Punkte. Das Tropenhaus Frutigen verzeichnete 2013 86 450 Besucherinnen und Besucher, der Nettoerlös lag bei knapp 6 Millionen Franken. Das Tropenhaus Wolhusen produzierte 2013 rund neun Tonnen Papaya und über eine Tonne Bananen. Daneben gedeihen im Erlebnis- und Produktionshaus auch Gemüse, Kräuter und Buntbarsche. Bereits 2012 wurde das Restaurant Mahoi mit 13 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet, im Berichtsjahr wurden über 56 300 Gäste bewirtet. Der Nettoerlös des Tropenhauses Wolhusen lag 2013 bei rund 3,4 Millionen Franken. Seit 2013 sind auch Produkte aus dem Tropenhaus Wolhusen in ausgewählten Coop Verkaufsstellen sowie bei Coop@home erhältlich.

«Ich nehme alle Kundenanliegen ernst – ohne Ausnahme.»

Marianne Eisenhut, Supermarkt, Rorschach



Bettina Hofner, Sponsoring, Basel



«Ich freue mich, wenn die Augen der Kundinnen und Kunden beim Anblick meines schönen Rayons funkeln.»

Carla Pintò, Verkäuferin Frisch-Convenience im Coop Megastore Crissier



Angebot

Im Jubiläumsjahr von Naturaplan überschreitet Coop die Milliardengrenze mit Bio und baut ihre Marktführerschaft weiter aus. Mit der Einführung neuer Eigenmarken und Gütesiegel reagiert Coop auf aktuelle Konsumentenbedürfnisse. Markenartikel zu attraktiven Preisen ergänzen das schweizweit einzigartige Angebot.

Sortimentsvielfalt

Für jeden Kunden das passende Sortiment

Ob Markenartikel, preiswerte Alternativen im Eigenmarkensortiment oder nachhaltige Produkte – Coop hält mit über 40 000 Artikeln für jedes Kundenbedürfnis das passende Angebot bereit und bietet die grösste Sortimentsvielfalt im Schweizer Lebensmittelhandel. 2013 erweiterte Coop insbesondere die nachhaltig produzierten Sortimente. Unter dem Namen Unique fördert Coop neu den Absatz von qualitativ einwandfreien und geschmackvollen, äusserlich jedoch normabweichenden Früchten und Gemüse und sorgte damit bis weit über die Landesgrenzen hinaus für ein grosses positives Medienecho. Im Herbst 2013 lancierte Coop die vegetarische Eigenmarke Karma und führte mit La Mokka die erste Nespresso®-kompatible Kaffeekapsel mit dem Gütesiegel Fairtrade Max Havelaar ein. Zudem nahm Coop die Nespresso®-kompatiblen Kapseln von Jacobs ins Sortiment auf und bietet damit das schweizweit breiteste Kapselsortiment für alle Systeme. Auch bei Softdrinks setzt Coop auf Innovationen: In einem rotierenden Sortiment finden die Kunden laufend neue Trendgetränke. Die erfolgreichsten nimmt Coop dauerhaft ins Angebot auf – 2013 beispielsweise die erfrischenden Aloe-Vera-Getränke Alo Allure und Exposed.

Nachhaltigkeits-Eigenmarken und -Gütesiegel

Naturaplan: 177 Neuheiten zum 20-Jahr-Jubiläum

Im Berichtsjahr feierte Coop den 20. Geburtstag ihrer nachhaltigen Erfolgsmarke Coop Naturaplan. Das

grüne Herz stand im Zentrum der umfassenden Kommunikationskampagne «Für die Liebe zur Natur». Als Highlight lancierte Naturaplan Schweizer Marktklassiker in Bio-Qualität. Daneben führte Coop 177 Naturaplan-Neuheiten ein, darunter die erste Fairtrade-Bio-Schokolade aus Honduras sowie zwölf Artikel in Herzform. Das Naturaplan-Sortiment umfasst über 1 700 Produkte, die alle die Knospe von Bio Suisse tragen. 40% der Coop-Kundinnen und -Kunden haben bei ihrem Einkauf mindestens ein Bio-Produkt in ihrem Warenkorb. 2013 konnte Coop den Umsatz um über 15% auf 940 Millionen Franken steigern. Dank zahlreicher Aktivitäten, wie etwa dem Naturaplan-Bus, der durch die Schweiz tourte, wurden die Kunden für den nachhaltigen Konsum sensibilisiert.

Naturafarm: hohe Tierhaltungsstandards

Die Naturafarm-Betriebe produzieren nach Standards, die deutlich über die gesetzlichen Mindestbestimmungen hinausgehen und regelmässig und unangemeldet vom Schweizer Tierschutz STS kontrolliert werden. Dieser attestierte Coop 2013 in seinem Bericht zum Thema «Tierschutz im Lebensmittelhandel» die beste Tierschutzleistung der Schweizer Lebensmittelbranche. Und auch beim «Business Benchmark on Farm Animal Welfare» (BBFAW) nimmt Coop in der Schweizer Lebensmittelbranche den Spitzenplatz ein. Die hochwertigen Fleisch- und Eierprodukte von Naturafarm aus tierfreundlicher Auslauf- und Freilandhaltung erfreuten sich 2013 zunehmender Beliebtheit. Der Umsatz mit Naturafarm-Produkten lag bei 453 Millionen Franken und damit über dem Vorjahr. Der Anteil von Naturafarm am entsprechenden Gesamtumsatz

lag bei rund 24 %, beim Rind- und Schweinefleisch erwirtschaftete Coop sogar rund 60 % mit Naturafarm. Im Herbst 2013 begann Coop, Naturafarm von einer Eigenmarke auf ein Gütesiegel umzustellen. Das Gütesiegel kommt auch auf Fremdmarken zum Einsatz, welche die strengen Anforderungen an das Tierwohl erfüllen.

Oecoplan: Umstellungen auf FSC

Die Non- und Near-Food-Produkte von Coop Oecoplan belasten die Umwelt minimal. Interne und externe Kontrollen sowie Partnerschaften mit Organisationen wie dem WWF garantieren die hohen Anforderungen an die Produkte. Auch 2013 erzielte Oecoplan mit einem Umsatz von 138 Millionen Franken ein Wachstum von rund 8 %. Unter den über 1 800 Produkten befinden sich Innovationen wie die weltweit ersten FSC-zertifizierten Rattankörbe, welche die lokale Bevölkerung im Rahmen eines WWF-Projektes in Laos aus giftstofffreien Rohmaterialien herstellt. Weiter stellte Coop die Bodendielen auf FSC-zertifiziertes Holz um und lancierte unter Oecoplan die schweizweit erste vollständig rezyklierbare Papiertasche.

Naturaline: transparente, nachhaltige Produktion

Die nachhaltigen Textil- und Kosmetikprodukte von Coop Naturaline stehen für sozial gerechte Arbeitsbedingungen und faire Löhne und sind frei von gesundheitsschädlichen Stoffen. Seit 2012 produziert Naturaline CO₂-neutrale Textilien und Watte. Im Textilbereich umfasst das Standardsortiment rund 500 Modelle mit saisonalen Kollektionen. Im Rahmen des Traceability-Projektes wurden 2013 die ersten Kleidungsstücke mit einem Zahlencode versehen. So kann der Kunde den Produktionsweg zurückverfolgen. 2013 frischte Coop das Design der Kosmetiklinie Naturaline Natural Cosmetics auf und erweiterte das Sortiment um Shampoo und Conditioner. Zudem wurden sämtliche Inhaltsstoffe den Standards von Ecocert angepasst. 2013 erwirtschaftete Coop mit Naturaline einen Umsatz von 62 Millionen Franken.

Pro Montagna: für die Schweizer Bergregionen

Unter Pro Montagna führt Coop authentische Qualitätsprodukte, die in Schweizer Bergregionen produziert und verarbeitet werden. Mit dem Kauf unterstützen die Kunden die Coop Patenschaft für Berg-

gebiete. 2013 kam so erstmals über 1 Million Franken zusammen. Der Umsatz von Pro Montagna lag bei 38 Millionen Franken. Coop führt unter Pro Montagna rund 220 Berg- und Alproprodukte. Das Sortiment wurde 2013 um das Gstaader Bergkäsefondue und den Tessiner Berg-Merlot Tre Valli erweitert.

Pro Specie Rara: Artenvielfalt genießen

Um die biologische Vielfalt in der Schweizer Landwirtschaft zu erhalten, arbeitet Coop seit 1999 mit der Stiftung Pro Specie Rara zusammen. Coop bietet die traditionellen, vom Aussterben bedrohten Sorten und Rassen ausschliesslich in Bio-Qualität an und entwickelt das Sortiment laufend weiter. Der Umsatz stieg im Berichtsjahr dank guter Ernte um 17 %.

Slow Food: Traditionen bewahren

Die Non-Profit-Organisation Slow Food setzt sich für einen bewussten Konsum sowie den Erhalt der biologischen Vielfalt und alter Herstellungsmethoden ein. Coop unterstützt Slow Food, indem sie rund 50 Produkte im Sortiment führt und beim Aufbau der inzwischen 24 Presidi mithilft. In diesen Förderkreisen schliessen sich Produzenten zusammen, um das traditionelle Lebensmittelhandwerk zu bewahren.

Fairtrade Max Havelaar: beliebt wie nie zuvor

Produkte mit dem Gütesiegel Fairtrade Max Havelaar waren 2013 beliebt wie nie zuvor. Mit einem Plus von 17 % gegenüber dem Vorjahr erzielten sie bei Coop einen Umsatz von 219 Millionen Franken. Das Fairtrade-Gütesiegel steht für sozial- und umweltverträglichen Anbau in den Herkunftsländern sowie faire Handelsbedingungen. Über die Fairtrade-Prämie werden Gemeinschaftsprojekte zur Verbesserung der Lebens- und Produktionsbedingungen realisiert sowie Investitionen in die Produktivität und Qualität getätigt. Mehr als die Hälfte der in der Schweiz verkauften Fairtrade-Produkte geht bei Coop über den Ladentisch. Im Berichtsjahr hat Coop die weltweit ersten Fairtrade-zertifizierten Melonen auf den Markt gebracht.

Bio: Coop überschreitet die Milliardengrenze

2013 baute Coop ihre Rolle als Marktführerin für Bio-Produkte klar aus: Der Umsatz legte um rund

Kurt Scherrer, Bau+Hobby, Rickenbach



Claudia Gunzinger, Supermarkt, Herzogenbuchsee



Pia Bracher, Category Management, Basel



14 % auf über 1 Milliarde Franken zu. Seit 20 Jahren arbeitet Coop eng mit Bio Suisse zusammen. Gemeinsam fördern sie die Schweizer Bio-Landwirtschaft und stärken die regionale Wertschöpfung. Die Knospe von Bio Suisse ist eines der weltweit am stärksten kontrollierten Gütesiegel für Bio-Produkte. Neben den Bio-Lebensmitteln, die grösstenteils unter der Eigenmarke Naturaplan laufen, führt Coop auch Produkte aus Bio-Baumwolle sowie Produkte für den biologischen Gartenbau.

MSC: Umstellung der Konservenfische

Das Gütesiegel des Marine Stewardship Council für nachhaltig gefangene Fische und Meeresfrüchte garantiert den Schutz der Bestände, minimale Auswirkungen auf das Ökosystem und ein verantwortungsvolles Management der Fischerei. Bei Coop sind rund 55 % des Seafood-Sortiments aus Wildfang MSC-zertifiziert. 2013 konnte Coop sämtliche Konservenfische der Coop Eigenmarke Qualité & Prix, die in MSC-Qualität verfügbar sind, umstellen. Der Umsatz mit MSC-Fisch und -Meeresfrüchten stieg 2013 um 8 % auf rund 70 Millionen Franken.

FSC: Umstellung der Holzsortimente schreitet voran

Seit elf Jahren arbeitet Coop mit dem Forest Stewardship Council zusammen, der sich weltweit für eine umweltgerechte, sozialverträgliche und wirtschaftlich tragbare Waldwirtschaft einsetzt. 2013 nahm der Umsatz mit FSC-zertifizierten Produkten leicht zu und lag bei 135 Millionen Franken. Coop ist bestrebt, die Holzsortimente soweit wie möglich auf FSC umzustellen. Der Anteil von FSC am gesamten Holzsortiment von Coop beträgt rund 68 %. Die neue Gartenmöbel-Kollektion, die im Frühjahr unter der Eigenmarke Oecoplan auf den Markt kam, ist komplett aus FSC-zertifizierten Tropenhölzern gefertigt.

Hochstamm Suisse: die Biodiversität bewahren

Der Verein Hochstamm Suisse, mit dem Coop seit sechs Jahren zusammenarbeitet, setzt sich für den Erhalt und die Förderung der Schweizer Hochstammobstgärten ein. Sie sind Lebensraum für bedrohte Tierarten und weisen eine grosse Vielfalt an Obstsorten auf. Coop hat das gesamte Apfelsaft-Sortiment der Eigenmarke Qualité & Prix auf Hochstamm umgestellt. Seit 2013 sind über 20 weitere Produkte

aus 100 % Schweizer Hochstammobst erhältlich, zum Beispiel eine Betty-Bossi-Kirschenwähe.

Schweizer Pärke: regionale Natur-Spezialitäten

Seit Juni 2013 ist Coop Partnerin des Netzwerks Schweizer Pärke. 16 Pärke von nationaler Bedeutung sind zurzeit in der Betriebsphase, darunter ein Nationalpark und ein Naturerlebnispark. Das Bundesamt für Umwelt überprüft die Qualität der Pärke und ihre Programme. Die Pärke beherbergen eine artenreiche Flora und Fauna. Nach und nach nimmt Coop Produkte, die in den Pärken hergestellt werden und das offizielle Label «Schweizer Pärke» tragen, in den entsprechenden Verkaufsregionen ins Sortiment auf, darunter Fleisch- und Milchprodukte.

Topten: ausgezeichnete Energieeffizienz

Coop lobt Eigenmarkenprodukte, die sich beispielsweise durch einen besonders niedrigen Energieverbrauch und gesundheitlich unbedenkliche Bestandteile auszeichnen, mit dem Topten-Gütesiegel der Schweizerischen Agentur für Energieeffizienz aus. Bereits über 900 Produkte in den Coop-Verkaufsformaten erfüllen die Topten-Kriterien. Der Umsatz der Coop-Gruppe mit Topten-Produkten lag 2013 bei 154 Millionen Franken.

Zielgruppen-Eigenmarken

Prix Garantie: Qualität zu kleinsten Preisen

Gute Qualität zu kleinsten Preisen – das macht Prix Garantie, die Tiefstpreis-Eigenmarke von Coop, besonders bei Familien beliebt. Das Sortiment wurde 2013 um rund 20 Produkte auf insgesamt 420 Artikel aus den Bereichen Food, Near-Food und Non-Food ausgebaut. Coop garantiert, dass alle Prix-Garantie-Produkte gleich günstig sind wie vergleichbare Artikel der Konkurrenz-Anbieter. Wegen zahlreicher Preissenkungen ging der Umsatz von Prix Garantie im Berichtsjahr auf rund 308 Millionen Franken zurück.

Fine Food: Weine ergänzen das Angebot

Das Angebot an kulinarischen Spezialitäten wurde 2013 um eine attraktive Neuheit erweitert: die erlesenen Fine-Food-Weine. Im Berichtsjahr nahm Coop drei Rotweine und einen Weisswein ins Fine-Food-

Sabrina Hossmann, Prodega, Chur



Sylvie Menouane, Supermarkt, Crissier



Markus Engel, Vertrags- und Schadenmanagement, Münchenstein



Sortiment auf und führte rund 40 weitere Neuheiten ein. Insgesamt finden die Kunden bei Coop eine Auswahl von rund 400 Spezialitäten. Der Umsatz stieg im Berichtsjahr leicht an und lag bei 85 Millionen Franken.

Betty Bossi: 150 Neuheiten und eine Auszeichnung

Die Frischconvenience-Marke Betty Bossi zeichnete sich auch 2013 durch Dynamik aus. Coop lancierte rund 150 Neuheiten, darunter sechs Produkte der ultrafrischen Fertiggerichte «Bettys Finest», die sich unterdessen etabliert haben. Mit Betty-Bossi-Produkten erwirtschaftete Coop einen Umsatz von 460 Millionen Franken. Seit 2013 setzt Coop neben den Betty-Bossi-Fertigsalaten auch bei Birchermüesli auf neue Verpackungsschalen und spart damit jährlich 84 Tonnen Verpackungsmaterial ein. Für die innovativen Salatbowls wurde Coop 2013 mit dem DuPont-Award ausgezeichnet.

Primagusto: für den einzigartigen Genuss

Die Früchte und Gemüse der Eigenmarke Primagusto überzeugen durch ihren intensiven Geschmack. Das saisonale Angebot wurde 2013 um acht Neuheiten auf insgesamt 28 Produkte erweitert. Primagusto ist bei den Kunden äusserst beliebt – der Umsatz konnte gegenüber dem Vorjahr um rund 50% auf 56 Millionen Franken zulegen.

Weight Watchers: für eine ausgewogene Ernährung

Die Weight-Watchers-Produkte bei Coop enthalten wenig Fett, Zucker und Salz, sind reich an Nahrungsfasern und eignen sich ideal für eine ausgewogene, genussvolle Ernährung. Coop entwickelt und vertreibt die Produkte in der Schweiz exklusiv. Das Angebot umfasst 129 Artikel, darunter Getränke, Backwaren, Desserts, Wurst- und Fleischwaren sowie Milch- und Fertigprodukte.

Jamadu: neu mit seinen Freunden unterwegs

Die über 100 Jamadu-Produkte aus den Bereichen Food, Near- und Non-Food richten sich an Kinder und fördern einen gesunden Lebensstil mit ausgewogener Ernährung und viel Spass und Spiel. 2013 führte Coop 19 Jamadu-Neuheiten ein, die zuvor von der Kids Experts Jury geprüft wurden. Der Umsatz legte 2013 gegenüber dem Vorjahr leicht zu

und lag bei rund 19 Millionen Franken. Zum umfangreichen Angebot gehören auch ein eigenes Kinder-Magazin und Dschungel-Geburtstagspartys. Seit Herbst 2013 ist Jamadu mit vier Freunden unterwegs, deren Namen die Leser der Coopzeitung bestimmen konnten. Die Vorselektion erfolgte durch die Kids Experts Jury.

Karma: vegetarische Weltreisen für Kulinariker

Mit der neuen Produktlinie Karma ist Coop am Puls der Zeit. Wie eine Studie im Auftrag von Coop zeigte, verzichten rund 40% der Konsumenten bei fast jeder dritten Hauptmahlzeit auf Fleisch. Für diese Teilzeitvegetarier hält Karma seit Herbst 2013 rund 50 Produkte aus aller Welt bereit, darunter 22 vegane und zehn biologische Produkte. Das Angebot reicht von Tofu-Varianten über Fertiggerichte und Snacks bis hin zu Hummus. Alle Produkte sind von der Schweizerischen Vereinigung für Vegetarismus (SVV) zertifiziert und erreichten in den ersten vier Monaten einen Umsatz von rund 8 Millionen Franken.

Délicorn: genussvolle Alternative zu Fleisch

Die Zahl der Menschen, die bewusst auf Fleisch verzichtet, nimmt laufend zu. Coop bietet ihnen mit der vegetarischen Linie genussvolle Alternativen zum Fleischkonsum. Sie baut ihr Angebot an Produkten aus natürlichen Grundzutaten wie Gemüse, Soja, Weizen oder Milchproteinen ständig aus. Im Sommer 2013 waren unter anderem Délicorn-Grillplatten und fleischlose Merguez erhältlich.

Free From: neue Kennzeichnung in den Regalen

Die Produkte von Free From und Schär sind auf die Bedürfnisse von Menschen mit einer Nahrungsmittelnunverträglichkeit ausgerichtet. Sie sind frei von Allergenen wie Laktose und Gluten und bieten von der Milch über Brot bis hin zu Snacks für jeden das Passende. Seit 2013 gehört auch ein Wein ohne Sulfite zum Free-From-Angebot. Der Umsatz mit den über 60 Produkten lag im Berichtsjahr bei 21 Millionen Franken, was einem Wachstum von rund 20% gegenüber 2012 entspricht. Seit 2013 sind die Produkte von Free From und Schär in den Coop-Verkaufsregalen mit kleinen Schildern gekennzeichnet und so besser erkennbar.

Martina Sätteli, Supermarkt, Lerchenfeld



Marco Rindlisbacher, Leergutzentrale, Dietikon



Hisen Saljii, Bäckerei, Gossau



Standard-Eigenmarken

Qualité & Prix: Sortimente auf Fairtrade umgestellt

Die Produkte der Standard-Eigenmarke Qualité & Prix decken den Alltagsbedarf ab und bieten gute Qualität zu günstigen Preisen. 2013 wurde das Sortiment um drei Qualité & Prix-Linien ergänzt: Wel! bietet preiswerte Körperpflegeprodukte, Ray Geschirrspülmittel und Maxil Waschmittel. Im Berichtsjahr erzielte Coop mit Qualité & Prix einen Umsatz von knapp 2 Milliarden Franken. Nachhaltigkeit wird auch bei Qualité & Prix grossgeschrieben. 2013 wurden sämtliche Reis- und Schokolade-Sorten sowie alle Fruchtsäfte aus dem Süden auf Fairtrade umgestellt.

Markenartikel

Beste Preisleistung bei beliebten Markenartikeln

Bei Coop finden die Konsumenten die grösste Markenvielfalt im Schweizer Detailhandel. Um die Attraktivität der Produkte aus dem mittleren und oberen Preissegment zusätzlich zu steigern, gewährleistet Coop Preisparität zur Hauptkonkurrenz und verkauft die beliebtesten Artikel zu Discount-Preisen. Diese Auswahl wurde 2013 um 40 Markenartikel ergänzt und umfasst rund 550 Artikel. Im Berichtsjahr hat Coop unter anderem die Lifestyle-Schokoladelinie «Hello» von Lindt & Sprüngli ins Sortiment aufgenommen. In ausgewählten Supermärkten und Coop-City-Filialen sind seit Herbst Kleider der internationalen Fashion-Marke F&F erhältlich, die qualitativ hochwertige und preiswerte Mode für Damen, Herren, Kinder und Babys bietet.

Preis

Unterschiedliche Preisentwicklung bei Food und Non-Food

Der anhaltend tiefe Eurokurs und die teilweise steigenden Rohstoffpreise stellten den Detailhandel 2013 erneut vor Herausforderungen. Coop führte ihr Engagement für günstige Konsumentenpreise dennoch erfolgreich fort und nahm vier grosse Preisabschlagsrunden sowie wöchentliche Preis-

senkungen auf insgesamt 1 000 Artikel im Eigenmarken- und Markensortiment vor. Alle Anpassungen wurden in der Coopzeitung kommuniziert. Anlässlich des 20-Jahr-Jubiläums der Nachhaltigkeits-Eigenmarke Coop Naturaplan hat Coop zudem gezielt in attraktive Preise für Bio-Produkte investiert. Nebst einer gesonderten Preisabschlagsrunde wurden die Preise laufend nach unten angepasst. Wegen steigender Herstellereinkaufspreise unter anderem bei Früchten, Gemüse und Fleisch musste Coop die Preise in diesen Warengruppen anheben. Daraus resultierte im Supermarkt-Kanal eine Teuerung von 0,7 %. Aufgrund der weiterhin starken Minusteuerung im Non-Food verzeichnete Coop im gesamten Detailhandel eine Minusteuerung von 0,4 %.

Preismonitor: Coop-Preise bleiben konkurrenzfähig

Coop überprüft ihre Preisleistung laufend. Im Auftrag von Coop erhebt ein weltweit tätiges, unabhängiges Marktforschungsinstitut seit 2008 monatlich den Coop-Preismonitor und stellt die korrekte Auswahl und die Vergleichbarkeit der Produkte sicher. Verglichen werden über 2 100 Artikel des täglichen Bedarfs von Coop und ihrer Hauptkonkurrenz, die in der ganzen Schweiz erhältlich sind. Der Coop-Preismonitor vergleicht Produkte aus vier Kategorien: Tiefstpreisartikel, Eigenmarkenartikel, Markenartikel und Discount-Markenartikel. 2013 war Coop über alle Preislagen hinweg durchschnittlich gleich günstig wie die Hauptkonkurrentin. Coop veröffentlicht die Ergebnisse des Coop-Preismonitors regelmässig in der Coop-Presse.

René Müller, Howeg, Aussendienst



Gabriela Cozzio, Coop City, Werbung, Schafisheim



Levyar Schorsch, Vitality Apotheke, Melligen



«Ich kontrolliere die Qualität unserer Waren mit dem strengen Blick unserer Kundinnen und Kunden.»

Esther Bucher-Kishawi, Qualitätsprüferin in der Verteilzentrale Möhlin



Mehrleistungen

Mit der neuen Qualitätsstrategie setzt Coop noch höhere Massstäbe. Das Kundeninteresse an Prämienprogrammen und innovativen Leistungen, wie digitalen Bons, ist gross. Die Coopzeitung gewinnt neue Leser und die zahlreichen Aktivitäten zum Naturaplan-Jubiläum begeistern die Schweiz.

Services

Der Konsumentendienst hat immer ein offenes Ohr

Im Berichtsjahr bearbeitete der Konsumentendienst knapp 170 000 Anliegen – über die Hälfte davon betrafen Fragen zu Produkten, Verkaufsstellen, Aktionen und Aktivitäten oder Qualitätsanliegen. Zudem interessierten sich die Kundinnen und Kunden für Konsumthemen, die in den Medien thematisiert wurden, für Gewinnspiele oder digitale Marketingaktivitäten. Alle Anliegen fliessen in das Reporting ein und beeinflussen künftige Entscheidungen. Rund 30 % der Anliegen werden abschliessend auf der Internetplattform beantwortet.

Medienstelle: grosses Medieninteresse an Coop

2013 interessierten sich die Medienschaffenden schwerpunktmässig für das Nachhaltigkeits-Engagement von Coop, die Preispolitik, die Produktqualität sowie zunehmend für wirtschaftspolitische Themen. Die Coop-Medienstelle verschickte im Berichtsjahr 57 Medienmitteilungen, führte 13 Produktversände durch, lud zu sechs Medienevents ein und beantwortete 2 141 Medienanfragen.

Hello Family Club wächst stetig

Ende 2013 zählte der Hello Family Club von Coop mehr als 380 000 Mitgliederfamilien – über 50 000 mehr als 2012. Damit gehörten ihm rund 1,2 Millionen Mitglieder an. Im Sommer führte Coop die Hello-Family-App für iPhone und Android ein. Über die App kann man unter anderem Wochenaktionen abrufen, digitale Bons aktivieren oder den aktuellen Supercard-Punktstand abfragen. Der Hello Family Club wartete 2013 mit zahlreichen Promotionen auf, darunter die Verlosung von Kinotickets und 1 000 Spiel-Einkaufs-

läden. Im Oktober fand der Hello-Family-Event im Verkehrshaus Luzern mit Spielen, Konzerten und vielem mehr statt.

Supercard-Kunden zahlen gerne mit Punkten

Die Coop-Supercard ist das erfolgreichste Kundentreueprogramm der Schweiz. 2013 sammelten über drei Millionen Haushalte aktiv Treuepunkte. Die meisten Punkte wurden für das Bezahlen eingesetzt. So können die Kundinnen und Kunden ihre Ware in den Non-Food-Abteilungen von Coop City jederzeit mit Superpunkten bezahlen. Im Rahmen der regelmässigen Supercash-Promotionen gilt diese Möglichkeit auch für ausgewählte Sortimente im Supermarkt und in anderen Verkaufsformaten. 2013 beteiligten sich 19 Supercard-Partnerkanäle am Programm, darunter neu der Kranken- und Unfallversicherer Helsana.

Digitale Bons für noch mehr Kundennutzen

Coop geht beim Couponing neue Wege. 2013 führte sie für die Hello-Family-Mitglieder und Supercard-Inhaber digitale Bons ein. Die Kundinnen und Kunden können die Angebote bequem von zu Hause oder von unterwegs via Computer oder App anschauen und die Bons auf ihrer Hello-Family- beziehungsweise auf der Supercard aktivieren. An der Kasse müssen sie nur noch die entsprechende Karte vorzeigen und die Bons werden automatisch eingelöst. Zudem führte Coop das Checkout Couponing ein, bei dem man jeweils nach dem Bezahlen Rabattbons für den nächsten Einkauf erhält.

Supercardplus: Online-Zugriff auf Kartenkonto

2013 besaßen über 450 000 Kundinnen und Kunden eine Supercardplus – rund 25 000 mehr als im Vorjahr. Die Gratiskreditkarte ist als Mastercard

oder Visa-Karte erhältlich und sammelt bei jedem Einsatz automatisch Superpunkte. Seit dem Sommer können die Kartenbesitzer online auf ihr Kreditkartenkonto zugreifen. Damit haben sie jederzeit den Überblick über ihre Transaktionen.

Coop Mobile bietet neues Daten-Abo für Tablets

Die Kundenzahl des Mobilfunkangebots Coop Mobile wuchs auch 2013. Knapp 20 000 Neukunden schlossen ein Abo ab, über 90 000 entschieden sich neu für ein Prepaid-Angebot. Für Tablets hat Coop Mobile das Abo data lanciert. Um der Kundschaft in den Supermärkten eine noch bessere Übersicht über das aktuelle Angebot bieten zu können, hat Coop alle Mobile-Verkaufstheken gegen neue ausgetauscht.

Geschenkkarten: Coop lanciert die Jugendkarte

Seit Frühling 2013 können Coop-Geschenkkarten bis zu einem Maximalbetrag von 1 000 Franken wieder aufgeladen werden. Zudem lancierte Coop eine Jugendkarte, die ausschliesslich in den Supermärkten eingesetzt und nicht für den Kauf von Alkohol und Tabakwaren verwendet werden kann. Damit entspricht Coop dem Wunsch vieler Eltern, ihren Kindern Geld für die Verpflegung in Form von Geschenkkarten mitzugeben.

Coop Depositenkasse: Expansion abgeschlossen

Mit den Eröffnungen der beiden Standorte Baden und Zug konnte die Coop Depositenkasse ihre nationale Expansion erfolgreich abschliessen. Das Filialnetz umfasst nun 27 Geschäftsstellen. Die Kunden schätzen die spesenfreien Dienstleistungen – im Juni 2013 überschritten die verwalteten Kundeneinlagen erstmals die Grenze von zwei Milliarden Franken.

Qualitätsmanagement

Qualitätsmanagement umfasst gesamte Warenkette

Coop versteht Qualitätssicherung als Prozess, der die gesamte Warenkette umfasst – von der Rohstoffgewinnung bis hin zum Kunden. Das Qualitätsmanagement ist auf die Kernprozesse Beschaffung, Produktion, Logistik und Verkauf ausgerichtet und

koordiniert alle Aktivitäten. Coop-eigene Experten erfassen aktuelle Qualitäts- und Produktsicherheitsthemen zeitnah und arbeiten bei den Risikoanalysen eng mit Behörden und Wissenschaft zusammen. Coop führt Analysen im eigenen Labor durch und auditiert die Lieferanten. Hinzu kommen die Überwachung der Kühlkette und regelmässige unangekündigte Kontrollen in den Verkaufsstellen. 2013 führte Coop an insgesamt über 24 000 Proben mehr als 543 000 Prüfungen durch.

Kontrollen von der Beschaffung bis zum Verkauf

Coop verlangt von ihren Geschäftspartnern, dass sie über ein Qualitätsmanagement-System verfügen und nebst qualitativen auch soziale, ethische und ökologische Anforderungen erfüllen. Neutrale Kontrollstellen überprüfen und garantieren, dass die Warenlieferanten offizielle Standards wie jene der Global Food Safety Initiative (GFSI) einhalten. Bei Warenbeschaffungen aus Fernost unterstützt die Eurogroup Far East Ltd. die Qualitätskontrolle von Coop direkt vor Ort. Auch auf dem Weg der Ware in die Verkaufsregale gelten höchste Qualitätsstandards. Die Verkaufs- und Restaurantmitarbeitenden werden periodisch in Betriebs-, Personal- und Produkthygiene geschult. Die korrekte Umsetzung wird regelmässig mit unangekündigten Kontrollen überprüft. Seit 2012 werden zudem sämtliche Verkaufsstellen mit Bedienungverkauf durch die unabhängige Kontrollstelle q.inspecta bezüglich der Einhaltung der Qualitätsvorgaben zertifiziert.

Neue Qualitätsstrategie definiert die Ausrichtung

In der 2013 erarbeiteten Qualitätsstrategie definiert Coop die zentralen zukünftigen Anforderungen an die Qualität ihres Sortiments und setzt hohe Massstäbe.

«Ich zeige jedem Kunden, dass er bei uns geschätzt wird.»

Natalia Couto, Supermarkt, Zürich

Pascal Guldimann, Total Store, Bern



Damit verankert sie die Qualität als zentrales Element der Leistung von Coop noch tiefer in der Unternehmenskultur und in den Prozessen. Alle aus Kundensicht relevanten Qualitätsdimensionen im Produktesortiment werden systematisch den Kundenbedürfnissen entsprechend definiert und weiterentwickelt.

Werbung / Kommunikation

Werbung rund um Naturaplan-Jubiläum

Die Werbeaktivitäten standen 2013 ganz im Zeichen des 20-Jahr-Jubiläums von Coop Naturaplan. Der Startschuss fiel am Valentinstag: Coop verteilte über eine Million grüne Bio-Schokoladenherzen. Die neuen Naturaplan-Markenprodukte wurden mit dem Naturaplan TV-Spot und dem Song «I love» beworben, der es als erster Schweizer Werbesong auf Platz eins der Schweizer Single-Hitparade schaffte. Mit dem Naturaplan-Bus und der Wanderausstellung «Natur» in 18 Einkaufszentren machte Coop Bio in der ganzen Schweiz zum Thema. Auch für ihre weiteren Eigenmarken setzte Coop vielfältige Kommunikationsmassnahmen um, darunter die Pop-up-Yoga-Session zur Einführung von Karma. Zudem macht seit Herbst der Coop-Sparfuchs die Kundenschaft im TV auf preislich besonders attraktive Angebote aufmerksam. Im Oktober lancierte Coop in Zusammenarbeit mit Disney eine grosse Promotion und verteilte über 50 Millionen Sachets mit Bildchen der beliebtesten Disney-Figuren.

Coop-Presse erreicht erneut mehr Menschen

2013 baute die Coopzeitung ihre Stellung als meistgelesene Zeitung der Schweiz weiter aus. Mit einer Gesamtauflage von 2 546 088 Exemplaren werden die drei Wochenzeitungen Coopzeitung, Coopération und Cooperazione von rund 3,6 Millionen Personen gelesen, wie die jährliche Erhebung des unabhängigen Schweizer Medienforschungsunternehmens Wemf AG zeigte. Damit erreichte die Coop-Presse erneut mehr Menschen als im Vorjahr. Neu bietet sie ihre ePaper zusätzlich als Apps an. In Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus lancierte die Coop-Presse auch 2013 zwei Beilagen mit exklusiven Freizeitangeboten. Für die sechs Coop-Erlebnispromotionen – unter anderem zu den Themen Schweiz und

Familie – realisierte sie jeweils eine Spezialausgabe. 2013 wurde zudem das Mitarbeitermagazin Coop Forte umfassend überarbeitet. Im Herbst zeichnete der Schweizerische Verband für interne Kommunikation das Coop-Forte-Magazin in der Sparte Mitarbeitermagazine mit der Silbernen Feder aus. Für die Mitarbeitenden aus dem Grosshandel gibt es neu das Transgourmet-Magazin.

Coop-Internet nimmt Trend zur mobilen Nutzung auf

Das Coop-Internet war 2013 eine der meistbesuchten Websites der Schweiz. Nebst den Auftritten zu den Grill- und Disney-Kampagnen ging Anfang Jahr die Website zum 20. Geburtstag von Coop Naturaplan online. Sie bietet Hintergrundinformationen und viele weitere Highlights wie beispielsweise Gewinnspiele. Um dem Trend zur wachsenden mobilen Nutzung Rechnung zu tragen, hat Coop das Angebot an Apps ausgebaut und achtet bei der Erstellung neuer Auftritte besonders auf die Verwendung mit mobilen Endgeräten wie Smartphones und Tablets.

Mit Sponsoring Emotionen auslösen

Coop möchte die Kundenschaft durch ihr Sponsoring-Engagement mit emotionalen Erlebnissen begeistern. Im Bereich Breitensport war das Eidgenössische Turnfest 2013 in Biel der unbestrittene Höhepunkt: Über 60 000 Turnende sowie über 4 000 Helfer sorgten an zwei Wochenenden bei den 200 000 Besuchern und Besucherinnen für unvergessliche Wettkämpfe. Anlässlich des Coop-Gemeinde-Duells von schweiz.bewegt, das zu den grössten Breitensportevents der Schweiz gehört, sammelten rund 185 000 Teilnehmende in 185 Gemeinden über 350 000 Bewegungsstunden. Auch die von Coop gesponserten Musicals «Ich war noch niemals in New York» von Udo Jürgens und das Queen-Musical «We will rock you» begeisterten insgesamt eine Viertelmillion Besucher. Im Bereich Kinder/Familie sponserte Coop neu die Kindermusicals «Michel von Lönneberga» und «Heidi». An vielen Sponsoringanlässen hatten die Besuchenden Gelegenheit, im Naturaplan-Bus die Bio-Eigenmarke von Coop mit Spiel und Spass zu erleben.

Urs Zumstein, Interdiscount,
Werbung / Mediaplan, Jegenstorf



Justinien Carabin, All Fresh Logistique



Ruth Tanner, Nutrex, Buswil bei Büren



«Ich vergewissere mich vor Ort, dass auf der grössten privaten Baustelle der Schweiz alles nach Plan läuft.»

Daniel Hintermann, Projektleiter LoBOS, auf der Grossbaustelle in Schafisheim



Logistik, Informatik und Immobilien

Die Grundsteinlegung in Schafisheim ist ein Meilenstein in der Geschichte von Coop. Durch den Ausbau der Verteilzentrale sorgt Coop für mehr Synergien, mehr Energieeffizienz und weniger Strassentransporte. Ein neues Informatiksystem vereinfacht die Kommunikation zwischen Verwaltung und Verkaufsstellen.

Logistik

Logistik- und Bäckereistrategie ist auf Kurs

Coop konnte ihren Logistikkostensatz im Berichtsjahr von 3,38 % auf 3,28 % des Bruttoerlöses verbessern. Umfangreiche Einsparungen werden ab 2016 mit der Umsetzung der Logistik- und Bäckereistrategie 2015+ möglich sein. Dieses 2010 gestartete Grossprojekt bringt Effizienzsteigerungen und damit jährlich wiederkehrende Kosteneinsparungen von rund 60 Millionen Franken. Zudem verfolgt Coop mit der Strategie die Ziele, die Qualität der Brot-, Back- und Konditoreiware zu steigern und einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele zu leisten. Per 2016 entsteht auf dem Gebiet Salina Raurica in Pratteln auf 78 000 m² ein neuer Standort, der die Produktionsbetriebe Chocolats Halba, Sunray und Cave sowie die Logistik unter einem Dach vereint. In enger Zusammenarbeit mit den Behörden wurden 2013 die Detailplanung weiter vorangetrieben sowie die Umweltverträglichkeitsprüfung abgeschlossen.

Grundsteinlegung für Grossprojekt in Schafisheim

Das Herzstück der Logistik- und Bäckereistrategie 2015+ ist der Ausbau der bestehenden Verteilzentrale im aargauischen Schafisheim. Die Genehmigung für das grösste Bauprojekt in der Geschichte von Coop wurde im Januar 2013 erteilt, am 27. Juni 2013 fand die feierliche Grundsteinlegung statt. In den kommenden zwei Jahren entsteht ein neuer Gebäudekomplex, der die regionale Logistik, ein nationales Tiefkühlager sowie die grösste Bäckerei inklusive Konditorei der Schweiz umfassen wird. Während auf der grössten privaten Baustelle der

Schweiz der Rohbau erstellt wird, sind im Hintergrund 165 Projektmitarbeitende von Coop dabei, die Detailplanung der rund 118 000 m² grossen Logistikfläche, der 40 000 m² umfassenden Bäckerei und Konditorei sowie der 8 500 m² Bürofläche vorzunehmen. Ab Ende 2015 werden sämtliche Verkaufsstellen der neu geschaffenen Coop Verkaufsregion Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich vom Standort Schafisheim aus mit Ware beliefert. Im Frühjahr 2016 werden die Grossbäckerei und die Konditorei in Betrieb genommen. Insgesamt werden rund 1 900 Personen in Schafisheim arbeiten.

Mit Schafisheim über 10 000 Tonnen CO₂ einsparen

Die Standort-Konzentration in der Logistik führt nicht nur zu einer Steigerung der Effizienz und der Qualität, sondern bringt hier auch ökologisch grosse Vorteile mit sich. Denn die Warentransporte ab und nach Schafisheim werden soweit möglich auf die Schiene verlagert. Nach dem System des unbegleiteten kombinierten Verkehrs (UKV) werden Strassen- und Schienentransporte miteinander verbunden. Der Warentransport erfolgt hierbei in Wechselbehältern, die vom Zug auf den Lastwagen geladen werden und umgekehrt. Durch die Konzentration der Bäckerei und des Tiefkühlagers an einem Standort lässt sich der Energie- und Ressourcenverbrauch auch hier reduzieren. Zudem werden alle Coop-Betriebe in Schafisheim mit klimafreundlicher Wärme aus der eigenen Biomassezentrale versorgt. Insgesamt verringert Coop ihren CO₂-Ausstoss durch das Grossprojekt um jährlich mehr als 10 000 Tonnen und kommt ihrem Ziel, in allen direkt beeinflussbaren Bereichen CO₂-neutral zu werden, erneut einen grossen Schritt näher.

Railcare: Pionierin mit City Cargo Genève

Mit City Cargo Genève startete 2013 ein in Europa einzigartiges Warentransportprojekt. Seit Juli 2013 liefert Coop die Ware für die 42 Coop-Verkaufsstellen der Stadt Genf per Schiene von der Verteilzentrale in Aclens aus mitten in die Stadt. Lediglich für die letzten Kilometer vom Zielbahnhof in Genève-La Praille zu den einzelnen Verkaufsstellen werden die Wechselbehälter auf Lastwagen umgeladen. Für den Schienentransport ist die Tochtergesellschaft Railcare AG zuständig. Mit täglich drei Zugläufen transportiert die Railcare AG allein auf der Strecke City Cargo Genève ab Aclens jährlich rund 30000 Wechselbehälter und spart damit 1,4 Millionen Lastwagenkilometer und 1 128 Tonnen CO₂ ein. Durch die zunehmende Bedeutung des unbegleiteten kombinierten Verkehrs (UKV) konnte die Railcare AG ihren Nettoerlös 2013 um rund 49 % steigern und 128 Millionen Nettotonnenkilometer zurücklegen. Dank der Ablösung von drei Post-Terminals durch eigene Hubs konnte die Railcare AG im Berichtsjahr ihre Wertschöpfungskette erweitern. Sie wurde in allen Bereichen des UKV unabhängiger und somit flexibler in der Leistungserbringung und konnte die Strassentransportwege weiter verkürzen. Durch die Akquisition von neuen Aufträgen und die Integration der Terminalleistungen nahm die Zahl der Mitarbeitenden der Railcare AG um 100 auf 228 Personaleinheiten zu. Am Terminal im zürcherischen Elgg nahm die Railcare AG zudem das schweizweit erste ferngesteuerte Elektrorangiergerät in Betrieb.

Informatik

Self-Checkout erfreut sich grosser Beliebtheit

In den Verkaufsstellen Zürich Sihlcity und Bern Wankdorf startete im Januar 2013 die Testphase mit Self-Checkout-Kassen: Kunden scannen und bezahlen ihre Ware bequem und ohne Wartezeiten am Checkout-Terminal. Die Akzeptanz der Kunden war von Beginn an sehr hoch. Im Oktober und im November 2013 wurde das Pilotprojekt auf neun weitere Verkaufsstellen ausgedehnt.

Bessere Kommunikation mit den Verkaufsstellen

Die Kommunikation zwischen der Verwaltung und den Verkaufsstellen ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für Coop. Um diese zu verbessern und effizienter zu gestalten, unterstützt die Informatik den Auftragsverwaltungsprozess seit 2013 mit dem System Winfo. Dieses fasst die Aufträge für jede Verkaufsstelle einzeln zusammen und zeigt die offenen Aufgaben, deren Erfüllungsgrad sowie die Verantwortlichkeiten auf. 2014 werden auch die Bau+Hobby-Märkte an das System angeschlossen.

Buchhaltung von Rewe-Foodservice integriert

Bereits 2011 begann Transgourmet damit, jene Informatiksysteme der Transgourmet-Gruppe, die bei der Rewe Informations-Systeme GmbH (RIS) betreut werden, herauszulösen und in die Coop-Informatik zu integrieren. Im Oktober 2013 konnte Coop die Integration der Buchhaltungsmodule von Rewe-Foodservice abschliessen und somit ein weiteres wichtiges Teilprojekt realisieren. Insgesamt arbeiten jetzt 19 Einheiten in fünf Ländern operativ auf dem neuen SAP-System.

Immobilien

Expansion mit zahlreichen Um- und Neubauten

Die Direktion Immobilien bewirtschaftet professionell den gesamten Immobilienbestand für das Coop-Kerngeschäft und ist zuständig für das Portfolio-, Bau-, Asset- sowie Facility-Management. Weiter nimmt das Einkaufszentren-Management einen wichtigen Teil ein. Per Ende 2013 verwaltete sie schweizweit 43 Einkaufszentren, in welchen nebst Coop-Verkaufsformaten auch Drittpartner präsent sind. Im Berichtsjahr hat die Direktion Immobilien die Planung zahlreicher Grossprojekte vorangetrieben und diverse Neu- und Umbauten realisiert. Am 30. Mai 2013 konnte der Produktionsbetrieb Pearlwater in Termen sein erweitertes Lager in Betrieb nehmen. In Wettingen öffnete am 29. August das erweiterte und modernisierte Einkaufszentrum Tägipark seine Türen. Auch die Verkaufsstellen in

Priska Bernet, Category Management, Gossau



Noémie Oesterlé, Bell, Betrieb Seafood, Basel



Davos und Bad Ragaz wurden modernisiert und empfangen ihre Kundinnen und Kunden seit dem 24. Oktober beziehungsweise dem 15. November im neuen Kleid. Ende November feierten schliesslich das erweiterte und umstrukturierte Einkaufscenter Prilly Centre in Prilly sowie die modernisierte Toptip-Verkaufsstelle in Carouge ihre Eröffnung. Noch nicht abgeschlossen waren Ende 2013 die Sanierung des Hotels Europe in Basel und die Umstrukturierung der Einkaufszentren in Schönbühl, Heerbrugg und Dietlikon. In der Entstehungsphase befinden sich zudem ein neues Einkaufscenter in Aarberg, ein Wohnbau auf dem Areal Letzipark in Zürich und der An- und Neubau der Verteilzentrale Schafisheim. Zudem wird das Kornhaus der Swissmill in Zürich aufgestockt und die Verteilzentrale Wangen erhält eine neue Wärmeerzeugung. Die Direktion Immobilien hat sich im Berichtsjahr weiter aktiv mit der Expansion beschäftigt: Zehn Grossprojekte befinden sich in der Planungs- oder kurz vor der Realisierungsphase. Im November unterzeichnete Coop den Aktienkaufvertrag zum Erwerb der Centre Commercial Moncor SA per Anfang 2014. Ihr gehört das Einkaufszentrum Fribourg-Sud in Villars-sur-Glâne, das über eine vermietbare Fläche von 21 768 m² verfügt und in dem Coop bereits mit verschiedenen Verkaufsformaten präsent ist.

«Ich kontrolliere immer alles genau und arbeite äusserst exakt.»

Yao Eklou, Howeg, Kommissionierung, Winterthur



Natalia Dunova, Supermarkt, Zürich



«Die richtige Ware zur rechten Zeit am rechten Ort – das ist mein Anspruch.»

Roberto Gatto, Leiter Warenannahme im Prodega-Markt Basel



Transgourmet-Gruppe

Die Unternehmen der Transgourmet-Gruppe wachsen noch enger zusammen, teilen ihr Know-how und erhalten ein einheitliches Corporate Design. Dank der gruppenweiten Eigenmarkenlinie mit Produkten in sämtlichen Preislagen steht allen Kunden ein attraktives Sortiment zur Auswahl.

Entwicklung Gruppe

Einheitlicher Logo-Auftritt für Transgourmet

Die Transgourmet Holding AG ist das zweitgrösste Unternehmen im europäischen Belieferungs- und Abholgrosshandel und bedient die Länder Schweiz, Frankreich, Deutschland, Polen, Rumänien und Russland. Zu ihr zählen Prodega/Growa/Howeg, Fegro/Selgros, Rewe-Foodservice und Transgourmet France. 2013 beschäftigte die Transgourmet-Gruppe europaweit 22 265 Mitarbeitende und erwirtschaftete einen Nettoerlös von rund 8,2 Milliarden Franken. Dies ist angesichts des teilweise recht herausfordernden Umfelds in einigen Ländern ein gutes Ergebnis. 2013 entwickelte Transgourmet ein einheitliches Corporate Design für alle Unternehmen. Sie treten künftig alle mit einem roten Signet auf, das Messer und Gabel zeigt. Zudem verabschiedete Transgourmet eine neue Eigenmarkenstrategie. Diese hat zum Ziel, dass die Kunden aller Transgourmet-Unternehmen europaweit von einem attraktiven Eigenmarkensortiment profitieren können. Die drei Labels Transgourmet Premium, Transgourmet Quality und Transgourmet Economy decken sämtliche Preislagen ab.

Neue Dachmarke Transgourmet Central and Eastern Europe

Per 1. Januar 2014 präsentieren sich Rewe-Foodservice und Fegro/Selgros Cash+Carry als gemeinsames Unternehmen unter der Dachmarke Transgourmet Central and Eastern Europe. Durch die Zusammenführung wird die bedeutende Marktstellung des Unternehmens weiter gestärkt und im In- und Ausland ausgebaut. Unter der Dachmarke stehen die Vertriebsmarken Transgourmet (Foodservice) und Selgros (Cash+Carry), die bisherige

Vertriebsmarke Rewe-Foodservice wird nicht weitergeführt. Die beiden Einheiten werden gemeinsam geführt. So wird Selgros als Ergänzung zur Abholung auch eine Belieferung aus ausgewählten Cash+Carry-Märkten anbieten. Durch die gemeinsame Marktbearbeitung positioniert sich Transgourmet Central and Eastern Europe als führender Multichannel-Anbieter im Gastronomie-Grosshandel.

Howeg tritt neu unter der Marke Transgourmet auf

Per 1. Januar 2013 haben sich Prodega/Growa Cash+Carry und Howeg, die Marktführerin im Schweizer Belieferungsgrosshandel, zum ersten Anbieter zusammengeschlossen, der sämtliche Bedürfnisse der Gastronomie-Branche unter einem Dach abdeckt. Im Oktober 2013 wurde bekannt gegeben, dass Howeg per 1. April 2014 neu unter der Marke Transgourmet firmiert, der Name Howeg wird nicht mehr weitergeführt. Die Namen Prodega und Growa bleiben bestehen, sie treten neu aber mit dem einheitlichen roten Transgourmet-Logo auf.

Dynamik in allen Ländern

Prodega/Growa/Howeg rückt näher zum Kunden

Als führendes Unternehmen im Schweizer Abhol- und Belieferungsgrosshandel beschäftigte Prodega/Growa/Howeg im Berichtsjahr 1 745 Mitarbeitende. Zu den über 97 000 Kunden gehören Restaurants, Hotels, Heime, Spitäler, Schulen, Detaillisten sowie Ketten- und Gewerbebetriebe. Das Gesamtsortiment umfasst über 30 000 Artikel. Diese können in den 28 Prodega/Growa-Märkten mit einer gesamten Nettoverkaufsfläche von 116 086 m² gekauft werden – rund 20 000 Artikel des Sortiments werden zudem über die Howeg-Belieferung angeboten. Das Sorti-

ment umfasst viele Eigenmarken in unterschiedlichen Qualitäts- und Preislagen und bietet nebst regionalen Spezialitäten und einem umfangreichen Frischproduktassortiment auch eine grosse Auswahl an Getränken und Spirituosen, Non-Food- und Tiefkühlprodukten sowie Weinen. Seit 2013 können die Belieferungskunden zudem Früchte und Gemüse bestellen. Prodega/Growa/Howeg stellte im Berichtsjahr erste Eigenmarkenprodukte auf die drei neuen Transgourmet-Eigenmarken um. Im Mai wurde in Satigny-Genève ein neuer Prodega-Markt eröffnet. Zudem hat Prodega/Growa/Howeg im Berichtsjahr die ersten beiden Regionallager in Quartino und Chur in Betrieb genommen. Hier können die Howeg-Kunden vom Zusatzsortiment des jeweiligen Prodega-Marktes profitieren. Per 1. April 2014 treten alle Einheiten von Prodega/Growa/Howeg mit dem neuen Signet und Howeg zudem unter dem neuen Namen Transgourmet auf.

Fegro/Selgros weiter auf Modernisierungskurs

Fegro/Selgros beschäftigte per Ende 2013 13 526 Mitarbeitende und betrieb 85 Abholgrossmärkte in Deutschland, Polen, Rumänien und Russland. Ab Frühjahr 2014 wird sukzessive das neue rote Logo eingeführt.

Zu den 1,5 Millionen Kunden von Fegro/Selgros Deutschland zählen Gastronome, Kioske, Einzelhändler und andere Gewerbetreibende. Damit ist Fegro/Selgros einer der führenden Cash+Carry-Anbieter in Deutschland. Das Unternehmen verfügt über 44 Abholmärkte mit einer Gesamtfläche von 412 739 m² und bietet der Kundschaft über 25 000 Food- und 28 000 Non-Food-Artikel zu Grosshandelspreisen. 2013 verlagerte Fegro/Selgros den Markt in Dresden an einen neu errichteten Standort und stellte den Markt in Gersthofen auf das neue Store-Konzept um. Damit verfügen bereits acht Märkte über neu gestaltete Verkaufsbereiche und modernste Technik.

In Polen betreibt Selgros Cash+Carry in den zwölf grössten Städten insgesamt 15 Grossmärkte mit einer Gesamtfläche von 148 015 m². 2013 wurden zwei weitere Märkte in Lodz und Stettin auf das neue Store-Konzept umgestellt. Selgros bietet sei-

nen 900 000 Kunden in Polen ein Sortiment von über 45 000 Artikeln. Unter anderem durch den Aufbau der Kundenbelieferung an einigen Standorten möchte Selgros seine Position im Bereich Gastronomie weiter stärken.

In Rumänien betreibt Selgros Cash+Carry 19 Grossmärkte mit einer Gesamtfläche von 178 931 m² und gehört damit zu den wichtigsten Handelsketten des Landes. Die über 850 000 Grosskunden finden hier ein Angebot von mehr als 40 000 Food- und Non-Food-Produkten, die mehrheitlich von einheimischen Lieferanten und Produzenten stammen. Auch in Rumänien modernisiert das Unternehmen seine Märkte. 2013 wurde der Markt in Iasi komplett neu gestaltet und erhielt unter anderem eine 200 m² grosse Frischfischabteilung. Zudem baute Selgros die Cross-Docking-Logistikplattform weiter aus, wodurch Produkte ohne Zwischenlagerung zu ihren Kunden gelangen.

In Russland eröffnete Selgros Cash+Carry im Berichtsjahr einen neuen Markt in Rostov und begann mit dem Bau eines weiteren Marktes in Wolgograd. Der Markt in Moskau-Altufjewo erhielt ein neues Layout. Damit betreibt das Unternehmen, das seit 2008 in Russland tätig ist, aktuell sieben Märkte mit einer Gesamtfläche von 61 560 m² und bietet rund einer Million Kunden 45 000 Food- und Non-Food-Artikel an.

Rewe-Foodservice führt Transgourmet-Eigenmarken

Rewe-Foodservice ist Marktführer im deutschen Belieferungsgrosshandel und beschäftigt 3 336 Mitarbeitende. Von 15 Betriebsstandorten aus beliefert Rewe-Foodservice rund 35 000 Grosskunden aus Hotellerie, Gastronomie, Betriebsverpflegung und sozialen Einrichtungen. Zudem betreibt sie vier Abholmärkte in Mainz, Koblenz, Bremen und Saarlouis, zwei Frischezentren für die eigene Fleisch- und Wurstwarenherstellung sowie zwei Transgourmet Contact Center in Wildeshausen und Berlin. Auf einer Lagerfläche von 200 388 m² hält Rewe-Foodservice für ihre Kunden ein Sortiment aus rund 36 500 Artikeln bereit. Dazu gehören nebst Lebensmitteln, Gebrauchs- und Verbrauchsgütern auch Grossküchenausstattungen. Zu Rewe-Foodservice

Marta Constanzio, The Body Shop, Zürich



Sibylle Isenschmid,
ITS Coop Travel, Volketswil



Franck Michon,
Bananenreiferei, Kaiseraugst



gehören die beiden Tochterfirmen Rewe-Foodservice Immobilien GmbH und Transgourmet Seafood GmbH in Bremerhaven. Letztere wurde zu einer der führenden Logistkdrehscheiben für Frischfisch, Seafood und andere maritime Foodprodukte ausgebaut. 2013 nahm Rewe-Foodservice bei ihren Eigenmarken einen Relaunch im Sinne der neuen Eigenmarkenstrategie der Transgourmet-Gruppe vor. Die bisherigen Eigenmarken Fine Line, Honneurs und be smart! weichen nun nach und nach den neuen Transgourmet-Labels, die sämtliche Preislagen abdecken. Rewe-Foodservice tritt per 1. Januar 2014 mit dem neuen roten Logo unter dem Namen Transgourmet am Markt auf.

Transgourmet France gewinnt bedeutende Kunden

Transgourmet France ist ein Zusammenschluss von vier Unternehmen: Transgourmet Opérations, Pro Hygiène Service, Eurocash und All Fresh Logistique. Zu Letzterem zählt seit Januar 2013 das Aushängeschild Transgourmet Seafood, ein hochmodernes Unternehmen zur Verarbeitung von Meeresprodukten mit Sitz in Rungis bei Paris. Transgourmet ist in Frankreich Hauptlieferant von Lebensmitteln und Hygieneartikeln für über 57 000 Gastronomiebetriebe, soziale Einrichtungen, Bäckereien und Patisseriegeschäfte. Das gesamte Sortiment umfasst rund 49 000 Artikel. Gemeinsam mit ihren Tochterfirmen beschäftigte Transgourmet France 2013 insgesamt 3 658 Mitarbeitende an 40 Standorten mit einer Gesamlagerfläche von 331 420 m². Im Oktober begannen die Bauarbeiten am neuen Firmensitz in Valenton südlich von Paris sowie jene an der neuen Verteilzentrale für den Grossraum Paris und die Region Ile de France. Beide Gebäude sollen den Betrieb im Oktober 2014 aufnehmen und den Standort Orly ablösen.

Im Berichtsjahr brachte Transgourmet Opérations erste Produkte unter den drei neuen Transgourmet-Eigenmarken auf den Markt. Zudem konnte Transgourmet Opérations zwei bedeutende Grosskunden gewinnen, ergänzte den elektronischen Handel mit neuen Dienstleistungen und erhielt für zwei weitere Betriebe die Zertifizierung nach ISO 22000.

All Fresh Logistique ist im Grossraum Paris marktführender Lieferant von Früchten und Gemüse, sowie von Fisch und Meeresfrüchten für die Gastronomiebranche. 2013 erweiterte All Fresh Logistique das Sortiment an biologischen und lokalen Produkten und organisierte im Mai das dritte Treffen zum Thema nachhaltiger Konsum mit 450 Fachleuten. Mit Pro Hygiène Service bietet Transgourmet France ein umfassendes Angebot an Hygiene- und Pflegeprodukten für verschiedene Branchen. 2013 schloss Pro Hygiène Service die Standorte in Pont-de-l'Isère und Rouen und eröffnete dafür zwei neue in Roche de Glun und Maromme.

Eurocash ist im elsässischen Schiltigheim ansässig und bietet den Kunden nebst der Belieferung auch ein Cash+Carry-Geschäft. Neu führt Eurocash die Eigenmarke Legave im Sortiment für Bäckereien und Patisseriegeschäfte.

«Ich prüfe die Druckqualität unserer Ladenwerbemittel.»

Wolfgang Hartmann, Printproduktion, Basel

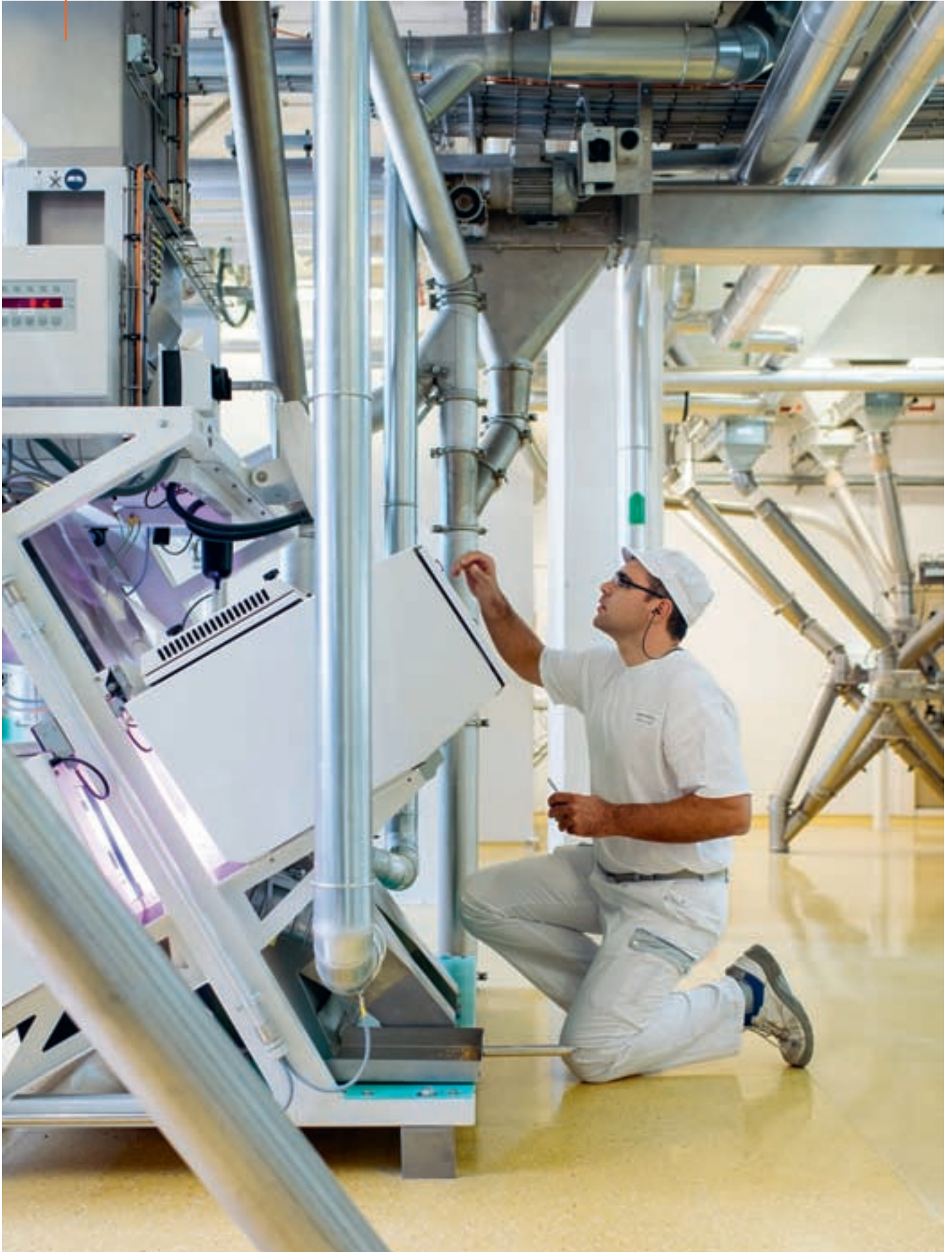


Antonio Alfredo Pereira dos Santos,
Railcare, Härkingen



«Qualität ist kein Zufall. Sie ergibt sich aus hochwertigen Rohstoffen, modernen Anlagen und motivierten Mitarbeitenden.»

Erwin Waldvogel, Leiter Hafermühle bei der Swisssmill, Zürich



Produktion

Die Coop-Produktionsbetriebe bauen ihr Angebot an nachhaltigen Produkten weiter aus. Vorzeigeprojekt ist hier die weltweit erste Fairtrade-Bio-Schokolade von Chocolats Halba aus Honduras. Mit den Mini-Hausbäckereien direkt in den Verkaufsstellen sorgt Coop für frisches Brot bis Ladenschluss. Um für die Zukunft gut gerüstet zu sein, passt Bell ihre organisatorischen Strukturen an.

Bell-Gruppe

Bell-Gruppe ist gut aufgestellt

Die Bell-Gruppe blieb 2013 trotz anspruchsvoller Rahmenbedingungen weiter auf Kurs. Das Absatzvolumen des grössten Schweizer Fleischverarbeiters war mit 217 950 Tonnen rückläufig, der Nettolös lag mit rund 2,6 Milliarden Franken 3,6 % über dem Vorjahr – dies aufgrund der deutlich höheren Rohmaterialpreise. Der Unternehmensgewinn lag mit 76,6 Millionen Franken im Bereich des Vorjahres. Bell beliefert den Detail- und Grosshandel, die Gastronomie sowie die Lebensmittelindustrie mit Fleisch, Geflügel, Charcuterie, Seafood und Convenience-Produkten. Den vielfältigen Bedürfnissen ihrer Kunden entspricht die Gruppe mit den Marken Bell, Abraham, Zimbo, Mössieur Polette und Hoppe. Per Ende 2013 beschäftigte Bell insgesamt 6 606 Mitarbeitende, 3 093 von ihnen arbeiten ausserhalb der Schweiz. 2013 nahm Bell bei den Divisionen diverse organisatorische Änderungen vor.

Neue Strukturen bei Bell Schweiz

Der Warenumsatz von Bell Schweiz nahm im Berichtsjahr erneut um 5 % auf über 1,8 Milliarden Franken zu. Das Absatzvolumen lag mit 122 150 Tonnen auf Vorjahresniveau. 2013 stiegen die Rohmaterialpreise auch in der Schweiz um bis zu 30 % und drückten auf die Margen. Die wetterbedingt schwache Grillsaison im ersten Halbjahr führte insbesondere bei der Charcuterie zu einem Absatzrückgang. Hingegen konnte beim Geflügel ein deutlicher Zuwachs erzielt werden.

Per 1. April 2013 erhielt Bell Schweiz neue Strukturen. Die vier Geschäftseinheiten Frischfleisch, Geflügel, Charcuterie und Seafood konzentrieren sich auf die jeweilige Produktion sowie den Einkauf des Rohmaterials. Die Beschaffung und das Supply-Chain-Management sowie der Verkauf und das Marketing wurden aus den ehemaligen Geschäftsbereichen herausgelöst und neu zentral aufgestellt. So kann Bell Schweiz Synergien nutzen und die Betriebsprozesse effizienter gestalten.

Bell Deutschland optimiert Vertriebssynergien

Im Berichtsjahr sank der Warenumsatz von Bell Deutschland (inklusive Produktionsbetriebe Spanien und Belgien) um 1,6 % auf 483 Millionen Franken. Das Absatzvolumen lag mit 62 650 Tonnen 6,1 % unter Vorjahr. Zwar konnte der Absatz von Rohschinken trotz der wetterbedingt schwachen Spargelsaison gesteigert werden. Bei den übrigen Produktbereichen Brühwurst, Rohwurst und Convenience verzeichnete Bell Deutschland hingegen witterungsbedingt und aufgrund eigener Sortimentsbereinigungen einen Absatzrückgang. Mit der Bündelung der administrativen Aktivitäten in Sevetal richtete Bell Deutschland die zentralen Dienste neu aus und schloss per März 2013 die Verwaltung in Bochum. Mit der Spezialisierung der Betriebe im Bereich Rohwurst, Brühwurst und Kochpökelware realisierte Bell Deutschland eine klare Abgrenzung innerhalb der Betriebsstruktur. Mit den Umstrukturierungen gingen Umbaumaassnahmen zur Verbesserung der Abläufe und der Produktsicherheit einher.

Positive Entwicklung bei Bell Osteuropa/Benelux
 Bell Osteuropa/Benelux blickt auf ein ansprechen- des Geschäftsjahr 2013 zurück. Der Gesamtwaren- absatz lag bei 20 350 Tonnen, der Umsatz bei 187 Millionen Franken und damit 2,8 % über Vor- jahr. 2013 wurden diverse Sortimente neu positio- niert. Zudem begann Bell Benelux 2013 mit der Umsetzung einer neuen Verkaufsstrategie, die auf Produkte aus Gruppenbetrieben und strategische Partnerschaften fokussiert ist. In Polen ist Bell weiter erfolgreich, der Betrieb in Niepolomice ist sehr gut ausgelastet. In Ungarn hingegen ist die Konjunktur noch immer schwach. Trotzdem weist der Bell-Betrieb in Perbal eine positive Entwicklung auf. Unter der Geschäftseinheit Novak führt Bell in Tschechien und der Slowakei 116 Filialen, die sich weiterhin gut behaupten.

Bell Frankreich mit neuer Markenstrategie gestärkt
 In Frankreich konnte Bell den Absatz der Rohwurst- und Schinkensortimente um 1,8 % auf 12 800 Ton- nen steigern. Auch der Warenumsatz nahm um 8,9 % zu und lag Ende Jahr bei 106 Millionen Fran- ken. Die Sortimente für die Selbstbedienung und die Bedienungstheken entwickelten sich weiterhin erfreulich. Aufgrund der hohen Rohmaterialpreise blieb die Umsetzung notwendiger Preiserhöhungen eine zentrale Herausforderung. Zur Schaffung einer umfassenden, homogenen Markenidentität hat Bell für Frankreich eine Markenstrategie entwickelt. Artikel aus französischer Produktion werden neu gesamthaft unter der Marke M^ossieur Polette ver- kauft. Der Markt nahm die neue Strategie positiv auf. Bell Frankreich konnte zahlreiche Neulistungen erreichen und ihre Marktposition stärken.

Coop-Produktionsbetriebe

Swissmill

Produkte: Mehl, Mehlmischungen, Hartweizen- griess, Polenta, Haferflocken, Extruderprodukte
 Die grösste Getreidemühle der Schweiz erreichte 2013 ein Absatzvolumen von 207 000 Tonnen. Be- sonders im Mehl-Mischsegment konnte Swissmill dank innovativer Produkte neue Kunden gewinnen

und ein Wachstum von 2,8 % im Drittabsatz erzie- len. Der Gesamtumsatz stieg um 1,6 %. Aufgrund der steigenden Rohstoffpreise gerieten die Margen zunehmend unter Druck. Der bereits hohe Bio-Anteil an der Gesamtvermahlungsmenge stieg auf über 15 %. Swissmill trieb die Zusammenarbeit mit Hilcona und dem Backkonzern Hiestand weiter vor- an. Am 6. Mai 2013 erfolgte der Spatenstich für den Bau des neuen Kornhauses in Zürich. Mit der Aufstockung des heutigen Getreidespeichers auf eine Höhe von 118 Meter kann das Getreide künftig direkt am Ort der Verarbeitung gelagert werden. Gleichzeitig hat Swissmill das Mühlenleitsystem sowie die Verarbeitung der Nachprodukte neu auf- gesetzt.

Chocolats Halba

Produkte: Tafelschokoladen, Confiserieartikel, Festtagssortimente, Industrieschokoladen
 2013 feierte Chocolats Halba ihren 80. Geburtstag. Ihr Jubiläumsjahr schloss sie erfolgreich ab: Der Absatz an Drittkunden nahm zu – beim Export ver- zeichnete Chocolats Halba trotz der angespannten Währungssituation eine Umsatzsteigerung von fast 31 %. Nebst dem Ausbau bestehender Märkte gelang 2013 der Markteintritt in Singapur, Malaysia und den Philippinen. Der Anteil an nachhaltigen Produkten am Gesamtumsatz stieg weiter auf über 31 %. Mit der Lancierung der ersten Bio-Fair- trade-Schokolade aus Honduras im Mai 2013 setzte Chocolats Halba einen Meilenstein in ihrer Unter- nehmensgeschichte. Durch die lokale Tochterfirma Chocolats Halba Honduras S.A. kontrolliert Coop die Wertschöpfungskette der Honduras-Schokolade auf allen Fertigungsstufen – ein Modell, das in seiner Art weltweit einzigartig ist. 2013 schritt die Planung für den neuen Standort von Chocolats Halba in Pratteln weiter voran.

Pasta Gala

Produkte: Teigwaren, Halbfabrikate für Fertigenüs und Suppen
 Zum 20-Jahr-Jubiläum von Coop Naturaplan lancierte Pasta Gala zwei neue Bio-Produkte. Der Umsatz mit Artikeln, welche die Bio-Knospe tragen, nahm um über 16 % zu. Da die hochgesteckten Umsatzziele

Lars Gruber, Fegro/Selgros, Neu-Isenburg (DE)



Anne Cabut, Service Center, Renens



Loubna Devaud, Import Parfumerie, Neuchâtel



mit konventionellen Teigwaren bei Coop nicht erreicht werden konnten, war die Produktionsstätte im Berichtsjahr schwach ausgelastet. Im Rahmen der Konzentration auf zukunftsweisende Produktionsbetriebe ist der Verwaltungsrat der Coop-Gruppe zum Schluss gekommen, den Produktionsbetrieb Pasta Gala per Ende 2014 zu schliessen. Die Beschaffung der Teigwaren für die Coop-Eigenmarken wird neu vergeben. Allen Mitarbeitenden der Pasta Gala wird eine Stelle innerhalb der Coop-Gruppe angeboten.

Steinfels Swiss

Produkte: Kosmetik, Körperpflege, Wasch-/Reinigungsmittel für Haushalte; Wasch-/Reinigungsmittel, Dienstleistungen für Gewerbe

CWK-SCS, der Produktionsbetrieb für Reinigungs-, Hygiene- und Kosmetikprodukte, wechselte auf 1. September 2013 seinen Namen zu Steinfels Swiss. Gleichzeitig erhielt der Betrieb ein neues Logo und einen neuen Internetauftritt. Gewerbliche Kunden können ihre Produkte nun über den E-Shop bestellen. Steinfels Swiss kompensierte die Umsatzverluste im Export mit einem guten Inlandsgeschäft und schloss das Berichtsjahr erfolgreich ab. 2013 entwickelte das Unternehmen 29 Ecocert-zertifizierte Kosmetikprodukte für die Coop Eigenmarke Naturaline, überarbeitete die My-Baby-Körperpflegeprodukte sowie die Waschmittel der Marke Maxil und lancierte weitere Super-Clean-Reinigungsmittel. Für die gewerblichen Kunden baute Steinfels Swiss das Angebot an Textilwaschmittel-Dosieranlagen aus und lancierte das revolutionäre Objektreinigungssystem Dry Tec, das bis zu 80 % weniger Reinigungsmittel verbraucht.

Reismühle Brunnen

Produkte: Reissorten aus aller Welt, Reismischungen, Fertigmüs

Der Anteil der Bio- und Fairtrade-Produkte am Gesamtausstoss der Reismühle Brunnen stieg im Berichtsjahr auf 34 % an. In Italien gewann der Betrieb einen wichtigen Fairtrade-Händler als Neukunden und in Deutschland belieferte er einen Detailhändler mit zwei neuen Fairtrade-Sorten. Im Oktober brachte die Reismühle Brunnen den ersten Bio-Fairtrade-Basmatireis aus dem Nachhaltigkeitsprojekt in Indien auf den Markt. In das 2011 gestartete Projekt zur ganzheitlichen Beschaffung sind rund 1 600 Bauern aus Indien und Thailand involviert. Einen grossen Erfolg konnte die Reismühle Brunnen mit dem Gewinn einer internationalen Ausschreibung im Umfang von mehreren Tausend Tonnen Reis für den deutschen und französischen Markt verbuchen. Damit kann der Reis-Ausstoss 2014 voraussichtlich um 60 % erhöht werden.

Nutrex

Produkte: Essig und Essigspezialitäten für Retail, Gastronomie und Industrie

2013 baute Nutrex ihr Angebot an Bio-Essigprodukten aus und stellte die Neuheiten im Februar anlässlich der Messe Biofach vor. Zudem ergänzte Nutrex das Sortiment von Coop Naturaplan mit vier Bio-Produkten und führte den im Holzfass gereiften Bio-Rotweinessig ein. Der Anteil der Bio-Produkte am Gesamtumsatz stieg so auf über 14 %. Seit 2013 produziert Nutrex den Birnensaft aus 100 % Schweizer Früchten selbst und verarbeitet ihn zu Obstessig. Damit konnte die Auslastung der Anlagen erneut erhöht werden. Weiter exportierte Nutrex vermehrt Premium-Produkte nach Deutschland und gewann in der Schweiz mehrere Neukunden.

Sunray

Produkte: Gewürze, Kräuter, Nusskerne, Trockenfrüchte/-gemüse, Backzutaten und Backmischungen, Speiseöle, Zucker

Sunray passte 2013 seine Organisationsform an. Mit den neu geschaffenen Bereichen Beschaffung und Marketing-Verkauf wappnet sich der Betrieb für die Zukunft und richtet sich konsequent auf die in seiner Strategie definierten Schwerpunkte aus.

«Für meine Gäste setze ich auf Marktfrische, die man sieht und schmeckt.»

Isabelle Robert,
Restaurant, Münchenbuchsee



Andreas Pinsker, Digitales Marketing, Basel



Georg Marty,
Reismühle Brunnen



Das Produktionsvolumen stieg gegenüber dem Vorjahr um 7 % und lag bei 26 000 Tonnen beziehungsweise 62 Millionen ausgestossenen Packungen. Der Anteil der Produkte aus biologischem Landbau und fairem Handel stieg erneut und lag 2013 bei 21 %. Sunray konnte den Umsatz in Supermärkten ausserhalb der Coop-Gruppe im Berichtsjahr weiter steigern. Beim Export in die EU sind erste Erfolge zu verzeichnen. In Italien und Deutschland konnte Sunray Geschäftspartner gewinnen.

Pearlwater Mineralquellen

Produkte: Mineralwasser und zuckerhaltige Limonaden

Nach der Einweihung der neuen Gebäude und Produktionsanlagen im Vorjahr konnte die Produktion bis im Sommer 2013 auf die volle Leistung hochgefahren werden. Die beiden Anlagen erreichen bis zu 33 000 Füllungen pro Stunde. Im Berichtsjahr füllte Pearlwater über 100 Millionen Liter ab. Die Erweiterung der Lagerkapazität um gut 1 600 Palettenplätze führte zur Optimierung der logistischen Prozesse. Über 90 % der Warentransporte erfolgten über die Schiene. Entprechend hat Pearlwater die Zusammenarbeit mit der SBB-Cargo sowie mit der Coop Tochtergesellschaft Railcare intensiviert. 2013 wurden erste Sondierbohrungen für eine weitere Mineralwasserquelle projektiert. Zusammen mit der Standortgemeinde hat Pearlwater das Hochwasserschutzkonzept an den Betrieb angepasst und diverse Massnahmen zur Sicherung der Quellschutz-zonen eingeleitet.

Cave

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

Im Berichtsjahr konnte die Weinkellerei Cave bei den Bio-Weinen ein sehr erfreuliches Absatzplus von 36 % verzeichnen. In der gesamten Eigenproduktion erzielte Cave ein Absatzvolumen von 40 Millionen Flaschen, davon eine Million Flaschen mit AOC-Weinen aus verschiedenen Schweizer Kantonen, die im eigenen Weinkeller vinifiziert wurden. Zum Angebot von rund 400 Artikeln gehörten 2013 auch 30 Neuheiten. Erneut konnte die Belieferung von Transgourmet um weitere Artikel ausgebaut werden.

Bananenreiferei

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

Im Berichtsjahr lieferte die Coop -Bananenreiferei 22 333 Tonnen Bananen, 1 682 Tonnen Trockenfrüchte und 3 296 Tonnen Ananas aus. Nach der Verkaufsregion Nordwestschweiz belieferte sie 2013 auch die Verkaufsregion Bern mit Avocados und Mangos. 2013 konnte die Bananenreiferei den Anteil von Fairtrade Max Havelaar am Bananensortiment auf fast 90 % steigern, der Bio-Anteil stieg auf über 33 %. Insgesamt lagerte und kommissionierte die Bananenreiferei sechs Bananen- und drei Ananas-sorten, Mango, Avocado und 35 Trockenfrüchte und Nusskerne.

«Ich liefere das Coop-Heizöl pünktlich und freundlich aus.»

Denise Koch, Coop Mineraloel

Jean-Luc Baudois, Promotionen, Renens



Coop-Bäckereien

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

Coop unterhält sieben Grossbäckereien, die im Berichtsjahr rund 50 400 Tonnen Backwaren und Teiglinge produzierten. Per Ende 2013 trugen alle die Zertifizierung gemäss IFS 6 auf höherem Niveau. Die Grossbäckereien in Bern und Gossau werden derzeit umgebaut. In den Hausbäckereien und -konditoreien von schweizweit 38 Coop-Verkaufsstellen stellten die Bäcker zudem direkt vor Ort 6 570 Tonnen frische Brote und Konditoreiwaren her. Die Bio-Haselnussrollen wurden mit der Gourmet-Knospe von Bio Suisse ausgezeichnet. 2013 führte Coop bei ihren Broten, Torten und bei der Patisserie neue Verpackungen ein und spart so jährlich über 150 Tonnen Verpackungsmaterial ein. Zudem erhielten die ersten Coop-Supermärkte eine Hausbäckerei Light, in der auf kleinster Fläche bis Ladenschluss frische Brote gebacken werden. Die Kundschaft hat in 25 Verkaufsstellen mit einer Hausbäckerei neu die Möglichkeit, sich aus dem Midi-Patisserie-Sortiment eine individuelle Auswahl zusammenzustellen. Erneut erfolgreich verlief der Verkauf von Grittibänzen zugunsten der Hilfsaktion «Jeder Rappen zählt» von Schweizer Radio und Fernsehen und der Glückskette. Insgesamt kam ein Spendenbetrag von rund 100 000 Franken zusammen. Für die Coop Patenschaft für Bergegebiete ergab sich durch den Verkauf der 1.-August-Weggen ein Solidaritätsbeitrag von 391 121 Franken.

Peter Gloor, Dekoration, Langenthal



Mergita Kastrati, Supermarkt, Zürich



**«In meiner Ausbildung möchte ich täglich besser werden –
für zufriedene Kundinnen und Kunden.»**

Lea Egli, Lernende Detailhandelsfachfrau im Coop City Winterthur



Mitarbeitende

Coop setzt sich für ihre Mitarbeitenden ein: Sie einigt sich erneut mit allen fünf Sozialpartnern auf einen GAV und erhöht trotz des herausfordernden Umfelds die Löhne. Ein wichtiges Ziel der aktualisierten Personalstrategie ist die nachhaltige Förderung von Talenten. Auch Grosshandel und Produktion investieren in die Aus- und Weiterbildung.

Coop Personalstrategie

Personalstrategie 2015+: Talente nachhaltig fördern

Coop geht auch in der Personalführung mit der Zeit und hat ihre Grundsätze überarbeitet. Im März haben die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat die aktualisierte Personalstrategie 2015+ verabschiedet. Die Strategie setzt weiter auf bewährte Schwerpunkte und misst dem Talentmanagement und der nachhaltigen Personalführung nach wie vor einen hohen Stellenwert zu. Gleichzeitig greift sie neue Entwicklungen auf und definiert die strategischen Stossrichtungen. So unterstützt Coop beispielsweise eine qualitativ hochstehende Grundbildung, fördert die Berufsmatur sowie Einsätze im Ausland oder in fremdsprachigen Landesteilen und erweitert das Trainee-Angebot für Hochschulabsolventen. Mit der Einführung innovativer Informatiklösungen kann Coop die Effizienz der Personalprozesse weiter steigern. Die Zielsetzungen tragen damit den demografischen Veränderungen, der Akademisierung im Bildungswesen sowie dem Technologiewandel und dem steigenden Konkurrenzdruck auf dem Arbeitsmarkt Rechnung und nehmen die internationale Ausrichtung der Coop-Gruppe und die zunehmenden gesetzlichen Regulierungen auf.

Teamarbeit im Fokus des Coop-Kaders

Der Managementzyklus «Leadership» ist seit Jahren ein fester Bestandteil des Weiterbildungsangebots für das mittlere und obere Coop-Kader. Im fünften Seminarzyklus stehen die Zusammenarbeit im Team und das persönliche Verhalten der Vorgesetzten im Mittelpunkt. 2013 fanden die ersten der insgesamt 80 zweitägigen Workshops statt, an wel-

chen in den nächsten zwei Jahren über 500 Kadermitarbeitende teilnehmen. Grundlage des Workshops bildet das sogenannte Persolog-Verhaltensprofil, mit dem spezifische Verhaltensmerkmale erfasst und transparent gemacht werden. Ziel ist es, die eigenen und andere Verhaltensweisen besser zu verstehen und konstruktiv mit unterschiedlichen Stärken und Bedürfnissen umzugehen. Dank des konsequenten Top-down-Ansatzes werden die Themen auch auf die nächste Führungsstufe getragen.

Verkaufschefs erarbeiten gemeinsame Lösungen

Im März und im Juni traf sich das oberste Kader der Direktion Retail zu einer dreitägigen Weiterbildung. Es war die erste gemeinsame Auslegeordnung seit der Neuorganisation der Verkaufsstrukturen im Vorjahr. Im Zentrum stand der Austausch von Erfahrungen und Erfolgsrezepten zwischen den schweizweit 25 Verkaufschefs, den Leitern der fünf Coop Verkaufsregionen und der Geschäftsleitung. Auf dieser Basis wurden Lösungsansätze erarbeitet. So sollen die Informations- und Entscheidungswege optimiert und die direkte Führung gezielt gestärkt werden.

Coop Sozialpartnerschaft

Neuer GAV bringt Verbesserungen für Familien

Im Sommer einigte sich Coop mit ihren Sozialpartnern KV Schweiz, Syna, OCST, Unia und dem Verein der Angestellten Coop (VdAC) auf die Verlängerung des aktuellen Coop-Gesamtarbeitsvertrags (GAV) um vier Jahre. Coop verhandelt den GAV als einzige Detailhändlerin der Schweiz jeweils im Konsens mit fünf Sozialpartnern. Der neue GAV, dem 37 000 Mit-

arbeitende aus allen Landesteilen unterstellt sind, tritt per Anfang 2014 in Kraft und bietet die besten Anstellungsbedingungen im Schweizer Detailhandel. Neu gewährt Coop ihren Mitarbeiterinnen bei Niederkunft bereits ab dem vierten Anstellungsjahr 16 Wochen Urlaub bei 100% Lohnersatz. Väter haben zusätzlich zu ihrem einwöchigen Vaterschaftsurlaub bei der Geburt ihres Kindes Anrecht auf zwei unbezahlte Ferienwochen. Ein Anspruch auf unbezahlte Urlaubstage besteht ebenfalls, wenn Mitarbeitende ihre Angehörigen pflegen müssen. Im neuen GAV sind zudem die im vergangenen Herbst ausgehandelten Mindestlöhne verankert.

Mehr Lohn in einem anspruchsvollen Umfeld

Trotz des weiterhin herausfordernden Umfelds und einer negativen Teuerung im Detailhandel gibt es bei Coop auch 2014 eine positive Lohnrunde. Coop stellt für Mitarbeitende, die dem Gesamtarbeitsvertrag (GAV) im Monats- und Stundenlohn unterstehen, sowie für Mitarbeitende mit Einzelarbeitsvertrag gesamthaft 1% der Lohnsumme für Lohn erhöhungen zur Verfügung. Die Lohnrunde ist das Ergebnis konstruktiver und offen geführter Verhandlungen mit den Sozialpartnern KV Schweiz, Syna, OCST und dem Verein der Angestellten Coop (VdAC). Zudem profitieren alle Coop-Angestellten von einer zusätzlichen Verzinsung ihres Pensionskassenguthabens in der Höhe von 1% sowie von sinkenden Prämien für die Krankentaggeld- und die Nichtbetriebsunfallversicherung.

Personalvorsorge Coop

Leitbild stellt Kundenvertrauen ins Zentrum

Am 1. Mai hat der neu gewählte Stiftungsrat der CPV/CAP Pensionskasse Coop seine Tätigkeit für die Amtsperiode 2013 bis 2017 aufgenommen. Er setzt sich aus acht wiedergewählten und zwei neuen Stiftungsräten zusammen. Damit ist die Kontinuität in der CPV/CAP gewährleistet. Ein neues Leitbild umschreibt die Werte und die Kernpunkte der Tätigkeit der CPV/CAP. Im Zentrum steht die Mission «Ihr Vertrauen ist unser Erfolg» und somit das Handeln im Interesse der Versicherten und der sorgfältige Umgang mit den anvertrauten Geldern. Im Berichtsjahr hat die CPV/CAP das Versicherungsreglement vollständig überarbeitet und leserfreundlicher gestaltet. Inhaltlich erfolgten keine grossen Änderungen, das Leistungsniveau bleibt unverändert. Das Reglement tritt am 1. Januar 2014 in Kraft.

Erneut ein gutes Jahr für die CPV/CAP

Die CPV/CAP hat erneut ein erfreuliches Jahr hinter sich. Die Rendite lag bei rund 6,7%, der Deckungsgrad konnte von 104,6% auf 108,8% verbessert und die Wertschwankungsreserve auf 631 Millionen Franken gesteigert werden. Sorgen bereiten der Pensionskasse die Zinsen, die trotz eines spürbaren Anstiegs noch immer auf einem tiefen Niveau verharren. Der Stiftungsrat legte die Verzinsung der Vorsorgekapitalien für das Jahr 2014 auf 2,0% fest. Damit liegt er über dem Mindestzins von 1,75%, den der Bundesrat vorgibt. Darüber hinaus wird den aktiven Versicherten per 1. Januar 2014 eine Zusatzgutschrift von 1% gewährt. Den Rentnern wird im Frühjahr 2014 eine einmalige Sonderzahlung von 800 Franken ausgerichtet. Per Ende

«Ich prüfe das Getreide bei der Anlieferung auf einwandfreie Qualität.»

Hans Schmid, Swissmill, Rohwaren-Silo, Zürich

Fatima Marisa Rodrigues Fernandes, Supermarkt, Zürich



2013 waren 35 759 Personen aktiv versichert – 187 Personen weniger als im Vorjahr. Der Rentnerbestand erhöhte sich von 18 466 auf 18 801 Rentenbezüger per Ende 2013.

Grosshandel und Produktion

Nachwuchsförderung bei Rewe-Foodservice

Die gezielte Nachwuchsförderung geniesst bei Rewe-Foodservice einen hohen Stellenwert. Das deutsche Grosshandelsunternehmen bietet Trainee-Programme in der Logistik und im Vertrieb an und bereitet Hochschulabsolventen während 18 Monaten auf eine qualifizierte Tätigkeit im Unternehmen vor. Seit Anfang 2013 arbeitet Rewe-Foodservice zudem eng mit Profob zusammen, einem Ausbildungsprogramm der Universität Bonn. Bachelor-Absolventen der Ernährungswissenschaften können bei Rewe-Foodservice während fünf Monaten praktische Berufserfahrung sammeln. Dies soll ihnen den Einstieg ins Berufsleben erleichtern. Zudem bietet Rewe-Foodservice den dualen Studiengang der Betriebswirtschaftslehre in den beiden vertiefenden Fachrichtungen Logistik und Foodmanagement an. Dadurch können junge Menschen während des Bachelor-Studiums erste praktische Erfahrungen sammeln.

Transgourmet France bildet Tutoren aus und stärkt die Kompetenzen der Mitarbeitenden

Transgourmet France hat 26 Lieferfahrer zu Tutoren ausgebildet – sechs von ihnen konnten im Sommer 2013 ihr Diplom entgegennehmen. Die Tutoren begleiten Neueinsteiger und Auszubildende, geben ihnen ihr Wissen weiter und sensibilisieren sie für eine sichere und kostensparende Fahrweise. Zudem führte Transgourmet France die 2012 gestartete Ausbildungskampagne VIA fort. Damit stärkt sie die Kompetenzen der Mitarbeitenden, die weniger gut ausgebildet sind.

Bell weihet weitere Lehrwerkstatt ein

An ihrem Standort in Basel hat die Bell Schweiz AG im Herbst eine weitere neue Lehrwerkstatt eingeweiht. Dort führt Bell junge Leute in das Fleischhandwerk ein und gibt traditionelle Herstellungsverfahren und Rezepturen an die kommende Generation weiter. Die Anlagen und Prozesse sind meist identisch mit jenen in der Grossfertigung. Allerdings sind die Dimensionen deutlich kleiner, damit die Lernenden möglichst viele unterschiedliche Produkte herstellen können und so eine breite Kompetenz erlangen. Die Lehrwerkstatt soll einen Beitrag zur Attraktivitätssteigerung der Berufe im Fleischhandwerk leisten.

Thavarajah Sinnathamby, Coop-Personalrestaurant, Basel



Peter Burger, Steinfels Swiss, Technik Professional, Winterthur



Corporate Governance

| | |
|----|--------------------------------------|
| 50 | Konzernstruktur |
| 51 | Kapitalstruktur |
| 51 | Verwaltungsrat |
| 56 | Geschäftsleitung |
| 58 | Vergütungen |
| 59 | Mitwirkungsrechte |
| 59 | Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen |
| 59 | Revisionsstelle |
| 59 | Informationspolitik |
| 60 | Management Coop-Gruppe |

Corporate Governance

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-Gruppe 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 gelten 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.

1. Konzernstruktur

Die Coop-Gruppe Genossenschaft ist eine Genossenschaft mit Sitz in Basel. Per Ende 2013 sind ihr rund 2,5 Millionen Genossenschaftsmitglieder angeschlossen. Mitglied kann jede Person mit einem Wohnsitz in der Schweiz oder im Fürstentum Liechtenstein werden. Die Coop-Gruppe Genossenschaft ist an verschiedenen Unternehmen in der Schweiz sowie im Ausland beteiligt. Über die Konzernstruktur geben die Seiten 95 bis 97 des Geschäftsberichts (Konsolidierungskreis) Auskunft. Es bestehen keine Kreuzbeteiligungen innerhalb der Coop-Gruppe. Die Coop-Gruppe Genossenschaft ist für die Oberleitung der Coop-Gruppe verantwortlich. Zur Coop-Gruppe zählen die Coop Genossenschaft mit ihren Tochtergesellschaften sowie die Tochtergesellschaften der Coop-Gruppe Genossenschaft. Die Organe der Coop-Gruppe Genossenschaft sind die Regionalräte, die Delegiertenversammlung, der Verwaltungsrat, die Geschäftsleitung und die Revisionsstelle.

Organisation



Regionalräte


Die Coop-Gruppe Genossenschaft besteht aus sechs Regionen (Suisse Romande, Bern, Nordwestschweiz, Zentralschweiz-Zürich, Ostschweiz inklusive Fürstentum Liechtenstein, Ticino). Diesen Regionen kommt keine eigene Rechtspersönlichkeit zu, sie sind jedoch Teil der genossenschaftlichen Organisationsstruktur der Coop-Gruppe. In jeder Region wählen die Genossenschaftsmitglieder einen Regionalrat, bestehend aus 60 bis 120 (Ticino maximal 30) Mitgliedern. Die Regionalräte wahren den Kontakt zu den Mitgliedern und zur Öffentlichkeit. 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 bilden die Delegierten. Sie vertreten die Mitglieder der betreffenden Region in der Delegiertenversammlung der Coop-Gruppe Genossenschaft. Die aktuelle personelle Zusammensetzung der Delegiertenversammlung ist im folgenden Textabschnitt wiedergegeben. Die Amtsperiode der Regionalräte sowie der Regionalratsausschüsse beträgt vier Jahre. Die laufende Amtsperiode dauert von 2013 bis 2017. Die Statuten legen eine Amtszeitbeschränkung auf 20 Jahre sowie eine Altersbeschränkung fest (Ende des Jahres, in dem das 65. Altersjahr erreicht wird).

Delegiertenversammlung

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.

Weitere Informationen zum Regionalrat und zur Delegiertenversammlung sind in den Statuten und dem Wahlreglement der Coop-Gruppe Genossenschaft zu finden. Beide Dokumente können im Internet abgerufen werden.

 www.coop.ch/organe

Per 31. Dezember 2013 setzt sich die Delegiertenversammlung aus folgenden Delegierten zusammen:

| Region Suisse Romande | Region Bern |
|------------------------|-------------------------|
| Vincent Albasini | Rita Affolter |
| Patrick Csikos | Sabine Boschung |
| Monika Dash | Patrick Bruni |
| Doris Grobéty | Chantal Gagnebin |
| Nicole Hosseini | Sandra Ghisoni Schenk |
| Christine Pasche | Fränzi Grunder |
| Jacques Robert | Mario Kaiser |
| Eric Santschy | Jürg Kradolfer |
| Pierre Tissot | Corinne Lehmann |
| Georges-Edouard Vacher | Felix Truffer |
| Marc Vauthey | Annette Wisler Albrecht |

| Region Nordwestschweiz | Region Zentralschweiz-Zürich |
|------------------------|------------------------------|
| Sibylle Bader Biland | Silvia Banfi Frost |
| Evelyn Borer | Beatrice Bertschinger |
| Therese Ischi | Renato Blum |
| Susanne Jäger | Markus Eugster |
| Peter Jossi | Kurt Feubli |
| Pascal Konrad | Anna Maria Forlano |
| Luciana Maggetti | Ronald Hauser |
| Sibylle Miescher | Willy Rüegg |
| Heidi Straumann | Alex Rutz |
| Charles Suter | Beda Schlumpf |
| Jörg Vitelli | Liliane Waldner |

| Region Ostschweiz (inklusive Liechtenstein) | Region Ticino |
|---|--------------------|
| Stefan Baumberger | Mauro Bazzi |
| Maria Bieri | Lucia Gianoli |
| Suzanne Blaser | Marco Lucchini |
| Christa Flückiger | Fiorenzo Robbiani |
| Michael Fuhrer | Gabriella Rossetti |
| Roberto Godenzi | |
| Josef Hemmi | |
| Richard Kübler | |
| Leonardo Longaretti | |
| Tarzis Meyerhans | |
| Gabi Senn | |

2. Kapitalstruktur

Die Kapitalstruktur der Coop-Gruppe geht aus der konsolidierten Bilanz (Seite 78 des Geschäftsberichts) und aus den entsprechenden Erläuterungen (Seiten 81–97) hervor. Das Eigenkapital der Coop-Gruppe Genossenschaft besteht nur aus selbst erarbeiteten Mitteln. Die Genossenschaftsmitglieder beteiligen sich nicht am Eigenkapital.

3. Verwaltungsrat

3.1 Mitglieder des Verwaltungsrats

Gemäss Statuten setzt sich der Verwaltungsrat der Coop-Gruppe Genossenschaft 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 Mitglie-

der des Verwaltungsrates nicht zugleich als Arbeitnehmer bei Coop oder einer von ihr kontrollierten Unternehmung tätig sein (strikte Gewaltentrennung).

Per 31. Dezember 2013 setzt sich der Verwaltungsrat der Coop-Gruppe Genossenschaft wie folgt zusammen:

| Name | Jahrgang | Aktuelle Funktion | Erstes Amtsjahr | Gewählt bis |
|--------------------------------------|----------|--|-----------------|-------------|
| Hansueli Loosli ²⁾ | 1955 | Präsident | 2011 | 2017 |
| Peter Eisenhut | 1955 | Mitglied, Vertreter Region Ostschweiz / FL | 2009 | 2017 |
| Michela Ferrari-Testa | 1963 | Mitglied, Vertreterin Region Ticino | 2006 | 2017 |
| Hans-Jürg Käser | 1956 | Mitglied, Personalvertreter | 2009 | 2017 |
| Irene Kaufmann-Brändli ¹⁾ | 1955 | Vizepräsidentin | 2001 | 2017 |
| Beth Krasna ²⁾ | 1953 | Mitglied | 2005 | 2017 |
| Roman Kuhn | 1955 | Mitglied, Vertreter Region Nordwestschweiz | 2010 | 2017 |
| Lillia Rebsamen-Sala | 1953 | Mitglied, Vertreterin Region Zentralschweiz-Zürich | 2009 | 2017 |
| Bernard Rüeger | 1958 | Mitglied, Vertreter Region Suisse Romande | 2009 | 2017 |
| Giusep Valaulta | 1951 | Mitglied, Vertreter Region Bern | 2001 | 2016 |

¹⁾ Präsidentin des Prüfungsausschusses ²⁾ Mitglied des Prüfungsausschusses

3.2 Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessensbindungen

Der Verwaltungsrat der Coop-Gruppe Genossenschaft ist zugleich Verwaltungsrat der Coop Genossenschaft und der Coop Immobilien AG.

Hansueli Loosli

Schweizer

Ausbildung: Kaufmännische Lehre; eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung und Controlling

Beruflicher Werdegang: 1982–1985 Controller, stv. Direktor der Mövenpick Produktions AG, Adliswil; 1985–1992, zuletzt als geschäftsführender Direktor, bei der Waro AG, Volketswil; 1992–1996 Direktor Warenbeschaffung Non-Food der Coop Schweiz, Wangen; 1992–1997 Geschäftsführender Direktor der Coop Zürich, Zürich; 1997–2000 Vorsitzender der Geschäftsleitung und der Gruppenleitung der Coop Schweiz, Basel; Januar 2001–August 2011 Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop Genossenschaft, Basel; seit September 2011 Präsident des Verwaltungsrates Coop-Gruppe Genossenschaft, Basel

Weitere Verwaltungsratsmandate: Bell AG, Basel (Präsident); Swisscom AG, Ittigen (Präsident); Transgourmet Holding AG, Basel (Präsident); Coop Mineraloel AG, Allschwil (Präsident)

Weitere Funktionen und Ämter: Vorstandsausschuss Economiesuisse; Beirat der Deichmann SE

Hansueli Loosli



Peter Eisenhut



Peter Eisenhut

Schweizer

Ausbildung: Lic. oec. HSG

Beruflicher Werdegang: 1981–1991 Hauptlehrer für Wirtschaftswissenschaften an der Kantonsschule Heerbrugg; 1987–1998 Dozent für Volkswirtschaftslehre an der Universität St. Gallen; 1990–1993 Mitglied der Geschäftsleitung des St. Galler Zentrums für Zukunftsforschung; 1993–1996 selbstständiger volkswirtschaftlicher Berater; 1997–2007 Chefökonom der IHK St. Gallen-Appenzell; seit 2008 geschäftsführender Partner der Ecopol AG, St. Gallen

Weitere Verwaltungsratsmandate: 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 AR

Michela Ferrari-Testa

Schweizerin

Ausbildung: Rechtsanwältin und Notarin

Beruflicher Werdegang: seit 1990 eigene Anwalts- und Notariatskanzlei in Capriasca

Weitere Verwaltungsratsmandate: 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; Stiftungsrat Personalfürsorgestiftung der Helsana Versicherungen AG

Hans-Jürg Käser

Schweizer

Ausbildung: Lehre als Elektromonteur

Beruflicher Werdegang: 1980–1991 Leiter Warenausgang Coop Schweiz; seit 1999 Leiter Transporthilfsmittel-Pool bei Coop in Basel

Weitere Funktionen und Ämter: Unia Fachgruppe Coop; Verein der Angestellten Coop (Präsident)

Irene Kaufmann-Brändli

Schweizerin

Ausbildung: Dr. oec. publ.

Beruflicher Werdegang: 1980–2002 Revisionsmandate und Beratungsaufträge für privatwirtschaftliche Unternehmen im Auftrag der Dr. Nabholz Treuhand AG, Zürich; 1985–2008 Nabholz Beratung, Zürich: Projektleitungen in der Beratung von öffentlichen Verwaltungen und Betrieben mit Schwergewicht Finanzen und Organisation; 2000–2009 Vizepräsidentin des Verwaltungsrates Coop Genossenschaft; 2009–2011 Präsidentin des Verwaltungsrates Coop Genossenschaft, seit 2011 Vizepräsidentin des Verwaltungsrates Coop-Gruppe Genossenschaft, Basel

Weitere Verwaltungsratsmandate: 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; Schweizerische Mobiliar Genossenschaft, Bern

Weitere Funktionen und Ämter: Stiftungsrat CPV/CAP Pensionskasse Coop (Präsidentin); Stiftungsrat ETH Zürich Foundation; Stiftungsrat Juventus-Schulen Zürich (Präsidentin)

Michela Ferrari-Testa



Hans-Jürg Käser



Irene Kaufmann-Brändli



Beth Krasna

Schweizerin und US-Amerikanerin

Ausbildung: Dipl. Chem. Ing. ETHZ, MBA Sloan School at MIT, Cambridge, USA

Beruflicher Werdegang: 1977–2003 verschiedene Managementfunktionen in der Industrie und im Dienstleistungssektor in der Schweiz und in Thailand, unter anderem CEO der Groupe Valtronic in Les Charbonnières sowie CEO der Genfer Firma für Elektroantriebe Sécheron SA; seit 2004 selbstständige Unternehmerin

Weitere Verwaltungsratsmandate: 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; Conseil Stratégique pour le Développement Economique du Canton de Genève; Schweizerische Akademie der Technischen Wissenschaften; KTI Certification Board; Stiftungsrat Fondation pour l'étude des relations internationales et du développement

Roman Kuhn

Schweizer

Ausbildung: Executive MBA Universität Zürich

Beruflicher Werdegang: 1980–1986 Geschäftsleiter Neumühle Alb. Kuhn & Cie in Wohlen; 1988–1995 UBS in Zürich und Brugg; 1995–2000 Leitung Private Banking Brugg bei der Aargauischen Kantonalbank; seit 2000 Leiter Institutional Banking und Direktionsmitglied Aargauische Kantonalbank, Aarau

Weitere Verwaltungsratsmandate: Circus Monti AG, Wohlen

Weitere Funktionen und Ämter: Vorstand Stiftung Offene Hand «SwissHand»; Vorstand Förderverein Schloss Hallwyl

Lillia Rebsamen-Sala

Schweizerin

Ausbildung: Handelsschule mit Diplomabschluss

Beruflicher Werdegang: 1972–1980 Verwaltungsbeamtin Schweizerische Bundesbahnen; 1980–1990 Familienfrau; 1990–1993 kaufmännische Mitarbeiterin bei der Firma Zollinger, Luzern; seit 1991 Verantwortliche Administration bei Rebsamen Elektroplan AG und Rebsamen Technocasa AG

Weitere Verwaltungsratsmandate: Rebsamen Technocasa AG, Luzern

Bernard Rüeger

Schweizer

Ausbildung: MBA, Lausanne

Beruflicher Werdegang: seit 1986 in verschiedenen Funktionen und von 1992–2012 als Geschäftsleiter bei Rüeger S.A., Crissier; seit 2013 Präsident der Rüeger Holding S.A., Paudex

Weitere Verwaltungsratsmandate: Alpsens Technologies S.A., Crissier (Präsident); Plumettaz Holding S.A., Bex; Socorex Isba S.A., Ecublens; Lyncée Tec S.A., Ecublens; Lienhard Office Group AG, Degersheim; Initiative Capital Romandie S.A., Lausanne; CSS Holding AG, Luzern

Weitere Funktionen und Ämter: Waadtländer Handelskammer (Präsident); Vorstandsausschuss Economiesuisse; Stiftungsrat Fondation de Beaulieu, Lausanne; Stiftungsrat Büro für Industrie- und Technologieförderung, Genf

Giusep Valaulta

Schweizer

Ausbildung: Lic. iur.

Beruflicher Werdegang: 1981–1991 Leiter des Rechtsdienstes der Eidgenössischen Vermessungsdirektion im Bundesamt für Justiz; 1991–2010 stv. Chef des Leistungsbereichs Arbeitsbedingungen im Staatssekretariat für Wirtschaft; 2011–2013 Wissenschaftlicher Berater SECO; seit August 2013 selbstständiger Rechtskonsulent

3.3 Wahl und Amtszeit des Verwaltungsrates

3.3.1 Grundsätze des Wahlverfahrens

Die Wahl des Verwaltungsrates erfolgt durch die Delegiertenversammlung. Die für alle Mitglieder gleiche Amtsperiode dauert vier Jahre. Eine Wiederwahl ist möglich. Die Statuten legen eine Amtszeitbeschränkung auf 20 Jahre sowie eine Altersbeschränkung fest (Amtszeit nur bis zur Delegiertenversammlung des Kalenderjahres, in welchem das 65. Altersjahr vollendet wird).

3.3.2 Erstmalige Wahl und verbleibende Amtszeit

Der aus der erstmaligen Wahl resultierende Amtsbeginn der Verwaltungsräte ist unter Punkt 3.1 festgehalten. Die laufende Amtsperiode begann im Frühling 2013 und endet im Frühling 2017. Alle bisherigen Verwaltungsräte sind in ihrem Amt bestätigt worden und somit bis Frühling 2017, das heisst bis Ende der laufenden Amtsperiode, wiedergewählt.

Beth Krasna



Roman Kuhn



Lillia Rebsamen-Sala



3.4 Interne Organisation

3.4.1 Aufgabenteilung im Verwaltungsrat

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.

3.4.2 Prüfungsausschuss

Zu seiner Unterstützung hat der Verwaltungsrat aus seinem Kreis einen Prüfungsausschuss gebildet. Er berät den Verwaltungsrat in Fragen der Rechnungslegung und Berichterstattung, bei Tätigkeiten der internen und der externen Revision, beim Internen Kontrollsystem und beim Risikomanagement. Gegenstand des Internen Kontrollsystems und des Risikomanagements ist auch die Compliance. Mitglieder des Ausschusses sind Irene Kaufmann-Brändli (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 in der Regel 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. Die Sitzungsprotokolle werden allen Mitgliedern des Verwaltungsrates zugestellt. Der Vorsitzenden des Prüfungsausschusses untersteht die Interne Revision.

3.4.3 Arbeitsweise des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat tagt mindestens viermal jährlich und so oft es die Geschäfte erfordern. Im Jahr 2013 traf sich der Verwaltungsrat zu sieben ein- bis zweitägigen Sitzungen. An den Sitzungen des Verwaltungsrates 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 Stimmgleichheit entscheidet der Verwaltungsratspräsident durch Stichentscheid.

3.5 Kompetenzregelung

Dem Verwaltungsrat obliegen die oberste Leitung der Coop-Gruppe Genossenschaft und der Coop-Gruppe (strategische Führung) sowie 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.

3.6 Informations- und Kontrollinstrumente gegenüber der Geschäftsleitung

Management-Informationssystem

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.

Planungs- und Zielsetzungsprozess/ Balanced Scorecard

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.

Risk Management

Die Coop-Gruppe verfügt über ein standardisiertes Risikomanagement. Die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat identifizieren und analysieren alle drei Jahre – zuletzt im Jahr 2012 – Toprisiken und Top-Risikoszenarien und definieren entsprechende Massnahmen. In einem jährlichen Review wird der Umset-

Bernard Rüeger



Giusep Valaulta



zungsstand der einzelnen Massnahmen geprüft. Als grosse Risiken sind jene definiert, die den Deckungsbeitrag 2 der Coop-Gruppe mit mehr als 15 Millionen Franken innerhalb von drei Jahren negativ beeinflussen können.

Internes Kontrollsystem

Im Rahmen der institutionalisierten jährlichen Bewertungen der Qualität des Internen Kontrollsystems auf Ebene Geschäftsprozesse erfolgt einerseits eine Beurteilung der operationellen Risiken sowie der Risiken in Zusammenhang mit der finanziellen Berichterstattung und der Compliance. Andererseits wird die Effektivität der zur Abdeckung dieser Risiken implementierten Kontrollen beurteilt.

Gegenstand dieser Bewertungen sind auch die generellen Informatikkontrollen. Die Qualität der unternehmensweiten Kontrollen wird alle zwei Jahre durch die Mitglieder der Geschäftsleitung überprüft. Turnusgemäss erfolgte im Jahr 2013 eine Beurteilung der unternehmensweiten Kontrollen.

Die Ergebnisse der Bewertungen des Internen Kontrollsystems werden jährlich in einem umfassenden Bericht zusammengefasst.

Interne Revision

Die Interne Revision überprüft im Auftrag des Verwaltungsrates und des Prüfungsausschusses als unabhängige und objektive Instanz unter anderem die Einhaltung von Richtlinien und Reglementen sowie die Zweckmässigkeit und Effektivität des Internen Kontrollsystems. Sie begleitet prüfend oder beratend den

Aufbau neuer oder die Veränderung bestehender Geschäftsprozesse und unterstützt die Geschäftsleitung bei der Erreichung ihrer Ziele, indem sie Vorschläge zur Verbesserung der Geschäftsprozesse aufzeigt. Die Interne Revision verfolgt dabei einen risikoorientierten Prüfungsansatz. Feststellungen aus Prüfungen werden der Vorsitzenden des Prüfungsausschusses, dem Präsidenten des Verwaltungsrates und dem Vorsitzenden der Geschäftsleitung schriftlich kommuniziert. Die Massnahmenumsetzung wird zeitnah überwacht. Die Interne Revision koordiniert ihre Prüfungstätigkeiten und pflegt einen engen Informationsaustausch mit der statutarischen Revisionsstelle. Sie ist Mitglied des Schweizerischen Verbands für Interne Revision (SVIR).

4. Geschäftsleitung

4.1 Mitglieder der Geschäftsleitung

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 vor, der gegenüber den übrigen Geschäftsleitungsmitgliedern weisungsberechtigt ist.

Per 31. Dezember 2013 setzt sich die Geschäftsleitung der Coop-Gruppe Genossenschaft wie folgt zusammen:

| Name | Jahrgang | Aktuelle Funktion | Mitglied seit |
|-------------------|----------|--|---------------|
| Joos Sutter | 1964 | Vorsitzender der Geschäftsleitung | 2010 |
| Jean-Marc Chapuis | 1954 | Mitglied | 2001 |
| Reto Conrad | 1966 | Mitglied | 2012 |
| Leo Ebnetter | 1954 | Mitglied | 2007 |
| Daniel Stucker | 1964 | Mitglied | 2011 |
| Philipp Wyss | 1966 | Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung | 2009 |

Joos Sutter



Jean-Marc Chapuis



4.2 Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessensbindungen

Die Geschäftsleitung der Coop-Gruppe Genossenschaft ist zugleich Geschäftsleitung der Coop Genossenschaft und der Coop Immobilien AG.

Joos Sutter

Schweizer

Ausbildung: Lic. oec. HSG, eidg. dipl. Wirtschaftsprüfer

Beruflicher Werdegang: 1991–1996 Wirtschaftsprüfer bei PricewaterhouseCoopers, Zürich; 1996–1999 Leiter Finanzen/Personal der Import Parfümerien AG, Zürich; 1999–2005 verschiedene Funktionen wie Leiter Finanzen/Service oder Leiter Verkauf der Interdiscount AG, Jegenstorf; 2005–2009 Gesamtleiter Interdiscount; 2010–2011 Mitglied der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter Direktion Trading der Coop Genossenschaft, Basel; seit September 2011 Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter Direktion Retail der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate: Coop ITS-Travel AG, Freienbach (Präsident); Société coopérative de collaboration internationale (CORE) S.C.R.L., BE-Bruxelles; Transgourmet Holding AG, Basel; Palink UAB, Litauen/Palink SIA, Lettland; Betty Bossi AG, Zürich (Präsident)

Jean-Marc Chapuis

Schweizer

Ausbildung: Lic. ès sciences économiques et sociales

Beruflicher Werdegang: 1981–1983 Sales Manager für einige internationale Märkte und Leiter der Filiale Frankreich der Zenith-Movado AG; 1983–1985 Vizedirektor Coop La Chaux-de-Fonds; 1986–1993 Direktor Coop La Chaux-de-Fonds; 1994–2000 Direktor Coop Neuchâtel-Jura; seit 2001 Mitglied der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter Direktion Immobilien der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate: Pearlwater Mineralquellen AG, Termen (Präsident)

Reto Conrad

Schweizer

Ausbildung: Lic. oec. HSG, eidg. dipl. Wirtschaftsprüfer

Beruflicher Werdegang: 1990–1992 Controlling der UBS in Basel; 1992–2001 verschiedenen Funktionen im Bereich Wirtschaftsprüfung bei PricewaterhouseCoopers in Basel und San Francisco; 2001–2005 CFO der Bachem Gruppe in Bubendorf; 2006–2012 CFO und Mitglied der Konzernleitung der Emmi Gruppe; seit 2012 Mitglied der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter Direktion Finanzen/Services der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate: Coop Vitality AG, Bern; Coop Mineraloel AG, Allschwil; Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren; Panflor AG, Zürich; Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen; Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen; Société coopérative Centre de Formation du Léman, Jongny; Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp; Centre Commercial Moncor S.A., Villars-sur-Glâne (Präsident)

Weitere Funktionen und Ämter: Stiftungsrat Coop Bildungszentrum, Muttenz; Stiftungsrat CPV/CAP Pensionskasse Coop, Basel

Leo Ebnetter

Schweizer

Ausbildung: Ausbildung zum Maschinenmechaniker; Handelsdiplom, Studienlehrgang Betriebswirtschaft HSG

Beruflicher Werdegang: seit 1978 bei Coop; 1978–1986 Leiter Logistik; 1987–2000 Leiter Warenbeschaffung, Logistik, Produktion und Informatik sowie stv. Geschäftsleiter Coop Ostschweiz; 2001–2007 Leiter Coop Logistikregion Ostschweiz-Ticino; seit 2007 Mitglied der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter Direktion Logistik der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate: Railcare AG, Härkingen (Präsident); Bell AG, Basel; Kühlhaus Neuhof AG, Gossau

Weitere Funktionen und Ämter: Vorstand Förderverein Cargo sous terrain

Reto Conrad



Leo Ebnetter



Daniel Stucker

Schweizer

Ausbildung: Dipl. Ing. Wirtschaftsinformatik, Executive MBA

Beruflicher Werdegang: 1985–1986 Software-Ingenieur PTT, Bern; 1989–1992 Management Consultant und Niederlassungsleiter Bern AF Consulting, Bern; 1992–1994 Leiter Service-Center RESO, Solothurn; 1994–1999 Leiter IT und Organisation UEFA, Union of European Football Association, Nyon; 1999–2007 Leiter Informatik/Logistik, dann Leiter Finanzen/Services, später Leiter Beschaffung bei Interdiscount, Jegenstorf; 2007–2011 Leiter Division Import Parfumerie/Christ Uhren & Schmuck, Winterthur; seit 2011 Mitglied der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter Direktion Trading der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate: Coop Vitality AG, Bern (Präsident); Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren (Präsident); The Body Shop Switzerland AG, Uster (Präsident); Service 7000 AG, Netstal; Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp

Philipp Wyss

Schweizer

Ausbildung: Kaufmännische Lehre und Lehre zum Metzger
Beruflicher Werdegang: 1990–1992 Verkaufsleiter Sempione Gehrig AG, Klus; 1993–1997 Senior Product Manager Migros-Genossenschaftsbund, Zürich; 1997–2003 Category Manager Fleisch, Fisch, Frischconvenience bei Coop, Basel; 2004–2008 Leiter Category Management Frischprodukte bei Coop, Basel; 2008–2009 Coop-Verkaufschef der Region Zentralschweiz-Zürich; seit 2009 Mitglied der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft, Basel; 2009–2011 Leiter Direktion Retail sowie Leiter Verkaufsregion Zentralschweiz-Zürich der Coop Genossenschaft, Basel; seit 2012 Leiter Direktion Marketing/Beschaffung der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate: Betty Bossi AG, Zürich; Société coopérative de collaboration internationale (CORE) S.C.R.L., BE-Bruxelles; Eurogroup Far East Ltd., Hongkong (Präsident); Hilcona AG, FL-Schaan; Palink UAB, Litauen/Palink SIA, Lettland; Transgourmet Holding AG, Basel; Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen (Präsident); Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen (Präsident); Retail Marketing Switzerland AG, Basel (Präsident)

Weitere Funktionen und Ämter: Stiftungsrat Biore-Stiftung, Risch

Daniel Stucker



4.3 Managementverträge

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

5. Vergütungen

5.1 Inhalt und Festsetzungsverfahren der Vergütungen und der Beteiligungsprogramme

Die Vergütungen der Verwaltungsräte und der Mitglieder der Geschäftsleitung der Coop-Gruppe Genossenschaft werden vom Präsidenten und von der Vizepräsidentin des Verwaltungsrates vorbereitet und durch den Verwaltungsrat festgelegt.

Die Vergütungen für die Tätigkeiten des Verwaltungsrats der Coop-Gruppe Genossenschaft bestehen aus einem festen Grundgehalt je nach Funktion (Präsidium, Vizepräsidium, Regionalratspräsidium, Mitglied). Hinzu kommt ein variabler Betrag in Form von Sitzungsgeldern. Die Ausnahme bilden der Präsident und die Vizepräsidentin des Verwaltungsrates, die eine feste Vergütung (Jahrespauschale) erhalten. Die Vergütungen für die Mitglieder der Geschäftsleitung der Coop-Gruppe Genossenschaft bestehen aus einem vertraglich vereinbarten festen Bruttosalär und einer erfolgsabhängigen variablen Vergütung (Erfolgsbeteiligung) in bar. Diese beträgt maximal 20% des Bruttosalärs, wobei sich die Höhe nach dem Grad der Budgeterreichung bemisst.

Die Vergütungen für die Tätigkeiten des Verwaltungsrats der Coop-Gruppe Genossenschaft sowie der Coop Genossenschaft und der Coop Immobilien AG betragen im Jahr 2013 1,4 Millionen Franken (Vorjahr: 1,4 Millionen Franken). Die Bruttosaläre der Geschäftsleitung betragen im Jahr 2013 3,5 Millionen Franken bei 6,0 Personaleinheiten (Vorjahr: 3,3 Millionen Franken bei 5,8 Personaleinheiten).

Die Honorare für die Verwaltungsratsstätigkeit des Präsidenten und der Vizepräsidentin sowie der Mitglieder der Geschäftsleitung in den Tochtergesellschaften und in Drittfirmen stehen der Coop-Gruppe Genossenschaft respektive der Coop Genossenschaft zu.

Philipp Wyss



Für den Präsidenten und die Vizepräsidentin des Verwaltungsrates sowie für die Geschäftsleitung bestehen keine speziellen Pensionskassenregelungen.

6. Mitwirkungsrechte

6.1 Stimmrecht

Die Mitglieder der Coop-Gruppe Genossenschaft werden durch die jeweiligen Delegierten ihrer Regionen vertreten. Das Stimmrecht der Delegierten richtet sich nach der Anzahl der Coop-Mitglieder in der betreffenden Region.

6.2 Statutarische Quoren

Die Beschlussfassungen und die Wahlen an der Delegiertenversammlung erfolgen mit der absoluten Mehrheit der gültig abgegebenen Stimmen.

6.3 Einberufung der Delegiertenversammlung

Der Verwaltungsrat beruft die Delegiertenversammlung mindestens 20 Tage vor dem Versammlungstag unter Bekanntgabe der Verhandlungsgegenstände und der Anträge des Verwaltungsrates ein. Ausserordentliche Delegiertenversammlungen finden statt, wenn mindestens ein Drittel der Delegierten dies verlangt.

6.4 Traktandierung

Delegierte können die Traktandierung eines Verhandlungsgegenstandes verlangen. Das Begehren ist wenigstens 45 Tage vor einer ordentlichen Delegiertenversammlung an den Verwaltungsrat zu richten.

7. Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen

Die Coop-Gruppe Genossenschaft hat keine Anteilsscheine ausgegeben. Es bestehen keine statutarischen Einschränkungen und Regelungen.

8. Revisionsstelle

8.1 Dauer des Mandats und Amtsdauer des leitenden Revisors

Da die Amtsdauer der Revisionsstelle auf ein Jahr beschränkt ist, wählt die Delegiertenversammlung die Revisionsstelle jährlich neu. Das Revisionsmandat für die Coop-Gruppe Genossenschaft und für die Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung der Coop-Gruppe wird seit 1994 von PricewaterhouseCoopers (PwC) ausgeübt. Der verantwortliche leitende Revisor, Herr Dr. Daniel Suter, trat sein Amt im Jahr 2010 an.

8.2 Prüfungshonorar

Die Revisionsstelle hat für die Erfüllung ihres gesetzlichen Auftrags für das Berichtsjahr 2013 Honorare von insgesamt 3,1 Millionen Franken (Vorjahr: 3,2 Millionen Franken) fakturiert.

8.3 Zusätzliche Honorare

Für zusätzliche Dienstleistungen, die über den gesetzlichen Auftrag hinausgehen, hat PricewaterhouseCoopers während des Berichtsjahres 2013 insgesamt 1,0 Millionen Franken (Vorjahr: 0,4 Millionen Franken) in Rechnung gestellt.

8.4 Informationsinstrumente der externen Revisionsstelle

Der Prüfungsausschuss überwacht im Auftrag des Verwaltungsrats die Qualifikation, die Unabhängigkeit und die Leistung der externen Revisionsstelle und unterrichtet den Verwaltungsrat über die Ergebnisse seiner Beurteilung. Er gibt ausserdem zuhanden des Verwaltungsrates und der Delegiertenversammlung eine Empfehlung betreffend die Wahl respektive die Wiederwahl der externen Revisionsstelle ab. Der leitende Revisor nahm 2013 an zwei Sitzungen des Prüfungsausschusses teil. Dabei wurden die Planung der Prüfung, die Feststellungen der externen Revisionsstelle sowie die daraus resultierende Vorgehensweise besprochen. Zusätzlich rapportiert der leitende Revisor einmal jährlich allen Mitgliedern des Verwaltungsrats. Die externe Revisionsstelle und die Interne Revision besprechen zudem die Methodik und die Weiterentwicklung des Internen Kontrollsystems.

9. Informationspolitik

Die Coop-Gruppe Genossenschaft informiert ihre Mitglieder über die wöchentlich erscheinende Coopzeitung und über die Internetseiten von Coop. Zudem können die Mitglieder den Geschäftsbericht der Coop-Gruppe als Printausgabe bestellen oder auf der Webseite einsehen und herunterladen.

Die Delegierten treffen sich im Frühjahr und im Herbst zu Delegiertenversammlungen, an welchen über den laufenden Geschäftsgang informiert wird und aktuelle Themen vertieft behandelt werden. Mit der Einladung zur Frühjahrs-Delegiertenversammlung wird den Delegierten der Geschäftsbericht der Coop-Gruppe zugestellt. Über die laufende Geschäftsentwicklung werden die Delegierten zudem mittels eines schriftlichen Tertialsberichts informiert.

Jeweils Anfang des Jahres werden der Öffentlichkeit die wichtigsten Umsatzzahlen des vorangegangenen Jahres bekanntgegeben. Die Bilanzmedienkonferenz der Coop-Gruppe findet jeweils im Februar statt. Regelmässige Medienmitteilungen orientieren über weitere wichtige Ereignisse innerhalb der Coop-Gruppe.

www.coop.ch/geschaeftsbericht

Management Coop-Gruppe

Am 1. März 2014

Coop Genossenschaft

Geschäftsleitung (GL)

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

Direktion Vorsitz der Geschäftsleitung

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

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

Betty Bossi AG

Joos Sutter, Präsident des Verwaltungsrats
Walter Lüthi, Geschäftsführer

Direktion Retail

Joos Sutter, Leiter Direktion Retail
Livio Bontognali, Leiter Verkaufsregion OT (bis 30.04.2014)
Ivo Dietsche, Leiter Verkaufsregion OT (ab 01.05.2014)
Sissigno Murgia, Leiter Verkaufsregion SR
Peter Schmid, Leiter Verkaufsregion BE
Roger Vogt, Leiter Verkaufsregion NWZZ
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
Yvonne Müller, Verkaufschefin 5
Peter Neuenschwander, Verkaufschef 4
Bruno Piller, Leiter Personal/Ausbildung

Verkaufsregion Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich (NWZZ)

Roger Vogt, Leiter Verkaufsregion NWZZ
André Aerne, Verkaufschef 7
Cem Asci, Verkaufschef 4
Angelo Durante, Leiter BW/Controlling
Andreas Graf, Verkaufschef 6
Markus Ingold, Verkaufschef 8
Sandro Janko, Verkaufschef 2

Herbert Müller, Verkaufschef 5
Luc Pillard, Leiter Personal/Ausbildung
Jean-Claude Prosdocimo, Verkaufschef 9
Georg Schneeberger, Verkaufschef 1 (bis 30.04.2014)
Yves Vogt, Verkaufschef 3
Monika Zander, Verkaufschefin 1 (ab 01.05.2014)

Verkaufsregion Ostschweiz-Ticino (OT)

Livio Bontognali, Leiter Verkaufsregion OT (bis 30.04.2014)
Ivo Dietsche, Leiter Verkaufsregion OT (ab 01.05.2014)
Mario Colatrella, Verkaufschef 1
René Dörig, Verkaufschef 3
Rolf Gurtner, Verkaufschef 2
Shenasi Haziri, Verkaufschef 4
Christine Noichi, Leiterin Personal/Ausbildung
Flurin Schocher, Verkaufschef 5
Dominique Vela, Leiter BW/Controlling

Direktion Trading

Daniel Stucker, Leiter Direktion Trading
Nathalie Ravasio-Felice, Leiterin Total Store/Expansion
Markus Schärer, Leiter BW/Controlling
Martin von Bertrab, Leiter Personal/Ausbildung

Coop City

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

Coop Bau+Hobby

Christoph Theler, Leiter Bau+Hobby
Bruno Haberthür, CCM Bau/Sanitär
Stefan Mundwiler, Einkaufspool (EKP) Bau+Hobby
Rainer Pietrek, CCM Pflanzen
Walter Studer, CCM Garten
Joe Wyss, Leiter CCM/Beschaffung (ab 01.04.2014)

Toptip / Lumimart

Oliver Roth, Leiter Division Toptip/Lumimart

Import Parfumerie / Christ Uhren & Schmuck

Andreas Frischknecht, Leiter Division Import Parfumerie/
Christ Uhren & Schmuck

Interdiscount

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

Dipl. Ing. Fust AG

Daniel Stucker, Präsident des Verwaltungsrats
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 Vitality AG

Daniel Stucker, Präsident des Verwaltungsrats
Doris Schwizer, Vorsitzende der Geschäftsleitung

The Body Shop Switzerland AG

Daniel Stucker, Präsident des Verwaltungsrats
Angelika Lanen, Vorsitzende der Geschäftsleitung

RS Vertriebs AG

Joos Sutter, Präsident des Verwaltungsrats
Yves Haid, Vorsitzender der Geschäftsleitung

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 Frischconvenience
Axel Dippold, CCM Früchte/Gemüse
Oliver Krüsi, CCM Brot/Backwaren
Marc Muntwyler, CCM Milchprodukte/Eier
Mirko Schwarz, Gastronomie
Pascal Seiler, CCM Fisch
Christoph Widmer, CCM Fleisch

CCM Grundnahrungsmittel/Getränke

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

Pius Buchmann, 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

Jürg Birkenmeier, CCM Damen- und Herrenbekleidung
Manuel Gonzalez, CCM Accessoires/Uhren/Schmuck/Schuhe/
Lederwaren/Strumpfwaren
Beatrix Kessler, CCM Essen/Wohnen/Festtage

Beschaffung Food

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

Tammo Hintz, Leiter Eurogroup S.A.

Beschaffung Non-Food

Peter Hauser, Leiter Beschaffung Non-Food (bis 30.06.2014)
Emanuel Büchlin, EKP Bekleidung/Accessoires
Olivier Schwegler, EKP Near-Food
Michael Susta, EKP Hartwaren

Supply Chain Management

Mauro Manacchini, Leiter Supply Chain Management
Dmitry Proskurin, Supply Chain Management Strategie
Markus Schmid, Disposition/SBO National

Tropenhaus Frutigen AG

Philipp Wyss, Präsident des Verwaltungsrats
Marcel Baillods, Geschäftsführer

Tropenhaus Wolhusen AG

Philipp Wyss, Präsident des Verwaltungsrats
Pius Marti, Geschäftsführer

Eurogroup Far East Ltd.

Philipp Wyss, Präsident des Verwaltungsrats
Peter Hauser, Geschäftsführer (ab 01.07.2014)

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

Railcare AG

Leo Ebnetter, Präsident des Verwaltungsrats
Philipp Wegmüller, Vorsitzender der Geschäftsleitung

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
Philippe Sublet, Leiter Einkaufszentren National
Fritz Ulmann, Leiter Immobilienregion NWZZ

Weitere Tochtergesellschaften

Coop Mineraloel AG

Hansueli Loosli, Präsident des Verwaltungsrats
Roger Oser, Vorsitzender der Geschäftsleitung
Andreas Parpart, Leiter Marketing & Beschaffung
Oliver Reichert, Leiter Vertrieb & Versorgung
Marc Salathe, Leiter Finanzen & Informatik

Transgourmet Holding AG

Hansueli Loosli, Präsident des Verwaltungsrats

Transgourmet Schweiz

Daniel Böhny, Vorsitzender der Geschäftsleitung
Philipp Dautzenberg, Vorsitzender der Geschäftsleitung
Gregor Bärtschi, Leiter Bau und Immobilien
Walter Fankhauser, Leiter Vertrieb & Verkauf
Frank Furrer, Leiter Strategischer Einkauf, Marketing und
Category Management Abholgrosshandel
Erich Joss, Leiter HR
Ueli Niederer, Leiter Logistik
Andrea Pellizzari, Leiter Finanzen/Controlling
Claude Schneider, Leiter IT
Martin Wullschleger, Leiter Marketing und Category Management
Belieferungsgrosshandel

Transgourmet Central and Eastern Europe

John Matthew, Vorsitz der Geschäftsführung,
Geschäftsführer Osteuropa
Frank Seipelt, Vorsitz der Geschäftsführung,
Geschäftsführer Foodservice Deutschland
Xavier Buro, Geschäftsführer Finanzen/RW/Controlling
Manfred Hofer, Geschäftsführer Beschaffung
Holger Penndorf, Geschäftsführer Cash+Carry Deutschland
Thomas Wallrabenstein, Geschäftsführer Services

Ralf Forner, Geschäftsführer Transgourmet Seafood

Selgros Polen

Alexander Orlowski, Vorsitz der Geschäftsführung
Piotr Kolodziejczak, Geschäftsführer Verwaltung
Piotr Sklodowski, Geschäftsführer Einkauf,
Category Management & Marketing

Selgros Rumänien

Edith Lenga-Balk, Vorsitz der Geschäftsführung
Dorin Iordachescu, Geschäftsführer Einkauf,
Category Management & Marketing
Alexandru Vlad, Geschäftsführer Verwaltung & Expansion

Selgros Russland

Michael Zipfel, Vorsitz der Geschäftsführung
Patricia Ruster, Geschäftsführerin Einkauf,
Category Management & Marketing
Przemyslaw Switakowski, Geschäftsführer Verwaltung & Expansion

Transgourmet France

Jean-Christophe Adouritz, Vorsitz der Geschäftsführung
Yves Cebron, Leiter Verkauf, Marketing & Kommunikation
Eric Decroix, Geschäftsführer Transgourmet Opérations
Edith Hertz, Leiterin Finanzen
Loïc Leguillet, Leiter HR
Serge Rey, Leiter Supply Chain

Bell AG

Hansueli Loosli, Präsident des Verwaltungsrats
Lorenz Wyss, Vorsitzender der Gruppenleitung, CEO
Martin Gysin, Stv. Vorsitzender der Gruppenleitung, CFO
Christian Schröder, Mitglied der Gruppenleitung

Bell Schweiz AG

Lorenz Wyss, Vorsitzender der Geschäftsleitung
Philipp Allemann, Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Geschäftseinheit Beschaffung/SCM
Markus Bänziger, Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Geschäftseinheit Charcuterie
Josef Dähler, Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Geschäftseinheit Frischfleisch
Martin Gysin, Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Finanzen/Services
Christoph Schatzmann, Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Geschäftseinheit Geflügel
Christine Schlatter, Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiterin Geschäftseinheit Verkauf/Marketing

Bell Deutschland GmbH & Co. KG

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

Bell Osteuropa/Benelux

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

Bell France SAS

Daniel Pagniez, Vorsitzender der Geschäftsführung
Didier Le Guen, Mitglied der Geschäftsführung,
Leiter Verkauf Eigenmarke
Gilles Patient, Mitglied der Geschäftsführung,
Leiter Verkauf Handelsmarken
Pascal Vivancos, Mitglied der Geschäftsführung, Leiter Betriebe

Finanzteil

| | |
|-----------|---|
| 64 | Finanzieller Lagebericht der Coop-Gruppe |
| 66 | Coop-Gruppe in Zahlen |
| 66 | Nettoerlös |
| 68 | Erfolgsrechnung nach Sparten (nicht konsolidiert) |
| 69 | Verkaufsstellen/Märkte |
| 70 | Investitionen |
| 71 | Wertschöpfungsrechnung |
| 72 | Personaleinheiten |
| 73 | Anzahl Personen |
| 74 | Anzahl Lernende |
| 75 | Diversität Mitarbeitende |
| 76 | Entwicklung Coop-Gruppe |
| 77 | Konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe |
| 77 | Konsolidierte Erfolgsrechnung |
| 78 | Konsolidierte Bilanz |
| 79 | Konsolidierte Geldflussrechnung |
| 80 | Eigenkapitalnachweis |
| 81 | Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung |
| 98 | Bericht der Revisionsstelle |

Alle Werte einzeln gerundet

Ergänzende Kennzahlen finden Sie im **Nachhaltigkeitsbericht** der Coop-Gruppe.

Finanzieller Lagebericht der Coop-Gruppe

Überblick über die Coop-Gruppe

Die Coop-Gruppe mit der Coop-Gruppe Genossenschaft als Obergesellschaft ist in den Geschäftsbereichen Detailhandel sowie Grosshandel / Produktion tätig. Das Detailhandelsgeschäft umfasst die Coop Genossenschaft mit ihren Supermärkten und Fachformaten sowie die zum Detailhandelsgeschäft gehörenden Tochtergesellschaften. Das Grosshandelsgeschäft wird über die Transgourmet-Gruppe geführt, die Produktion umfasst die Bell-Gruppe sowie die Coop-Produktionsbetriebe.

Erfolgsrechnung

Betriebsergebnis (EBIT)

Der Nettoerlös der Coop-Gruppe erhöhte sich 2013 um 0,9 % auf 26 967 Mio. CHF. Dazu beigetragen haben hauptsächlich das leicht anziehende Detailhandelsgeschäft der Coop Genossenschaft sowie das Wachstum der Bell-Gruppe und der Coop Mineraloel AG. Von den Nettoerlösen fallen 7 478 Mio. CHF auf das Ausland, wovon mit 47,4 % der grösste Anteil in Deutschland erwirtschaftet wurde. Das Bruttoergebnis von 7 770 Mio. CHF bleibt bei einer Marge von 28,8 % auf Vorjahresniveau stabil. Der Personalaufwand pendelt sich bei 4 028 Mio. CHF und der übrige Betriebsaufwand bei 2 787 Mio. CHF ungefähr auf Vorjahresniveau ein. Die Abschreibungen in der Höhe von 1 177 Mio. CHF setzen sich aus Abschreibungen auf Immobilien von 538 Mio. CHF, auf übrigen Sachanlagen von 376 Mio. CHF, auf übrigen immateriellen Anlagen von 72 Mio. CHF sowie auf Goodwill von 213 Mio. CHF zusammen. Der Goodwill wird über maximal acht Jahre abgeschrieben. Den Abschreibungen stehen 22 Mio. CHF Wertaufholungen auf Immobilien gegenüber. Das Betriebsergebnis liegt mit 760 Mio. CHF leicht über dem Vorjahr (737 Mio. CHF), bei einer stabilen EBIT-Marge von 2,8 % (Vorjahr: 2,8 %).

Jahresergebnis

Das Ergebnis assoziierter Organisationen wie auch das Ergebnis aus Fremdwährungen liegen gesamthaft unter Vorjahr, während das Finanzergebnis mit –89 Mio. CHF auf Vorjahresniveau liegt. Nach Berücksichtigung der Ertragssteuern von 160 Mio. CHF und der Minderheitsanteile von 86 Mio. CHF ergibt sich ein im Vergleich zum Vorjahr um 10 Mio. CHF höheres Jahresergebnis von 462 Mio. CHF.

Finanz- und Vermögenslage

Bilanz

Die Bilanzsumme der Coop-Gruppe nahm im Vergleich zum Vorjahr um rund 437 Mio. CHF zu. Auf der Aktivseite erhöhte sich das Umlaufvermögen bedingt durch eine Zunahme der Flüssigen Mittel. Das Anlagevermögen liegt mit rund 11 490 Mio. CHF leicht unter dem Vorjahresniveau. Den Abschreibungen stehen etwas tiefere Investitionen gegenüber. Das Fremdkapital blieb im Vergleich zum Vorjahr mit 9 579 Mio. CHF nahezu unverändert. Das kurzfristige Fremdkapital erhöhte sich leicht auf 5 139 Mio. CHF, während sich das langfristige Fremdkapital in etwa demselben Umfang auf 4 440 Mio. CHF reduzierte. Im langfristigen Fremdkapital finanzierte sich die Coop-Gruppe über die Positionen Anleihen und Depositen. Gleichzeitig konnten die langfristigen Finanzverbindlichkeiten durch Rückzahlungen von Darlehen reduziert werden. Das Eigenkapital inklusive Minderheitsanteile stieg auf 7 738 Mio. CHF. Damit lag der Eigenkapitalanteil per 31. Dezember 2013 mit 44,7 % deutlich über der strategischen Zielgrösse von 40 % und stieg im Vergleich zum Vorjahr um 1,7 Prozentpunkte.

Geldflussrechnung

Der Geldfluss aus Betriebstätigkeit betrug 2013 1 667 Mio. CHF. Damit liegt er 44 Mio. CHF unter dem Vorjahreswert. Das Jahresergebnis nach Ertragssteuern und die Abschreibungen weichen nur leicht vom Vorjahr ab. Im Geldfluss aus Betriebstätigkeit sind Gewinne aus der Veräusserung von Anlagevermögen, vorwiegend Immobilien, in Höhe von 44 Mio. CHF angefallen. Mit –965 Mio. CHF liegt der Geldfluss aus Investitionstätigkeit leicht über dem Vorjahr (–950 Mio. CHF). Im Bereich Finanzanlagen / Wertschriften wurden netto 75 Mio. CHF divestiert und im Bereich Sachanlagen und immaterielle Anlagen netto 1 038 Mio. CHF investiert. Insgesamt ergab sich daraus ein Free Cash Flow von 628 Mio. CHF. Der Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit beträgt –116 Mio. CHF. Dieser ergibt sich aus der Aufnahme von Anleihen über 350 Mio. CHF vonseiten der Bell AG sowie der Rückzahlung einer Anleihe durch die Coop-Gruppe Genossenschaft über 150 Mio. CHF. Dieser Netto-Aufnahme von 200 Mio. CHF in Anleihen stehen Rückzahlungen im kurz- und im langfristigen Bereich des Fremdkapitals von 249 Mio. CHF sowie bezahlte Dividenden an Minderheiten von 67 Mio. CHF gegenüber. Die Zunahme der Flüssigen Mittel von 584 Mio. CHF im 2013 (Vorjahr: 487 Mio. CHF) auf 1 513 Mio. CHF ermöglicht es der Coop-Gruppe, auch in Zukunft auf die anspruchsvollen wirtschaftlichen Herausforderungen aus finanzieller Sicht angemessen reagieren zu können.

Sparten (nicht konsolidiert)

Detailhandel

Der Nettoerlös der Coop-Gruppe im Detailhandel stieg auf 18 091 Mio. CHF (Vorjahr: 17 784 Mio. CHF) an und wuchs um 1,7%. Dies ist in Anbetracht der Minussteuerung von 0,4% über das gesamte Sortiment ein erfreuliches Resultat. Die Anzahl der Verkaufsstellen stieg auf 1933 (+16) an. Die Coop-Gruppe beschäftigt im Detailhandel 45 293 Mitarbeitende. Die Coop Genossenschaft erzielte mit ihren insgesamt 828 Coop-Supermärkten einen Nettoerlös von 10 560 Mio. CHF (Vorjahr: 10 398 Mio. CHF) und damit ein Wachstum von 1,6%. Bei den Tochtergesellschaften liegt der Nettoerlös der Dipl. Ing. Fust AG mit 860 Mio. CHF (Vorjahr: 880 Mio. CHF) unter dem Vorjahr.

Ein Umsatzwachstum erzielten hingegen die Coop Mineraloel AG mit einem Nettoerlös von 2 580 Mio. CHF (Vorjahr: 2 496 Mio. CHF) sowie die Coop Vitality AG mit 142 Mio. CHF (Vorjahr: 134 Mio. CHF). Die The Body Shop Switzerland AG bleibt mit 35 Mio. CHF zum Vorjahr stabil (Vorjahr: 36 Mio. CHF) und die Betty Bossi AG verzeichnet einen Nettoerlös von 82 Mio. CHF (2013 erstmals vollkonsolidiert). Total erzielten die Fachformate einen Nettoerlös von 7 530 Mio. CHF (Vorjahr: 7 386 Mio. CHF).

Grosshandel / Produktion

Der Geschäftsbereich Grosshandel / Produktion erreichte 2013 trotz starker Konkurrenz im In- und Ausland einen Nettoerlös von 11 084 Mio. CHF. Dies entspricht einem Wachstum von 0,6%. Die Transgourmet-Gruppe erwirtschaftete 2013 einen Nettoerlös von 8 249 Mio. CHF und blieb damit in CHF auf Vorjahreshöhe stabil (Vorjahr: 8 270 Mio. CHF). Sie ist im Abhol- und Belieferungsgrosshandel in der Schweiz sowie in Deutschland, Frankreich, Polen, Rumänien und Russland tätig. Die Transgourmet-Gruppe betreibt insgesamt 113 Cash+Carry-Märkte und beschäftigt 22 265 Mitarbeitende.

Die Bell-Gruppe zählt zu den führenden Fleischverarbeitern in Europa. Sie tritt mit den Marken Bell, Abraham, ZIMBO, Mössieur Polette und Hoppe im Detailhandel und Grosshandel, in der Gastronomie sowie in der Lebensmittelindustrie auf. Im Jahr 2013 beschäftigte die Bell-Gruppe 6 606 Mitarbeitende. Sie steigerte ihren Nettoerlös um 3,6% auf 2 598 Mio. CHF (Vorjahr: 2 508 Mio. CHF). In der Schweiz konnte die Bell Schweiz AG ihren Warenumsatz ebenfalls steigern. Dabei erwies sich der Bereich Geflügel als starker Wachstumstreiber. International ist die Bell-Gruppe in Deutschland, Spanien, Frankreich, Dänemark, Tschechien, Polen, Belgien, Holland, Ungarn, Rumänien und der Slowakei vertreten. In diesen Ländern verzeichnete sie ebenfalls eine erfreuliche Absatzentwicklung – einzig der Absatz von Bell Deutschland liegt leicht unter dem Vorjahr.

Nettoerlös Online-Shops

Die Coop-Gruppe erzielte mit ihren Online-Shops in den Sparten Detailhandel und Grosshandel / Produktion einen Nettoerlös von insgesamt 905 Mio. CHF (Vorjahr: 785 Mio. CHF) und somit ein Wachstum von 15,3%.

Ausblick

Die Coop-Gruppe wird die eingeschlagenen Strategien 2014 konsequent weiterverfolgen. Mit ihren insgesamt 828 Supermärkten verfügt Coop über das dichteste Verkaufsstellennetz der Schweiz. 2014 steht in den Supermärkten die Regionalität im Fokus. Die Coop-Gruppe hat weiterhin zum Ziel, den stationären Handel noch enger mit dem Online-Handel zu verbinden. Mit den Online-Formaten Coop@home und Microspot.ch sowie den zahlreichen weiteren Online-Shops strebt die Coop-Gruppe auch 2014 ein überdurchschnittliches Wachstum an. Im Grosshandel steht eine bessere Abdeckung der einzelnen Kundensegmente im Fokus. Als Multichannel-Anbieter, also mit der Verknüpfung von Abhol- und Belieferungsgrosshandel, betreibt die Transgourmet-Gruppe ein leistungsfähiges Angebot für ihre Kunden. Zudem soll mit dem Ausbau des Eigenmarkensortiments die Marktstellung weiter ausgebaut werden. Generell strebt die Coop-Gruppe mit der europaweiten Vernetzung der Aktivitäten in den Geschäftsbereichen Grosshandel und Produktion ein noch stärkeres Wachstum an.

Die Coop-Gruppe will auch 2014 trotz des weiterhin hart umkämpften und schwierigen Wirtschaftsumfelds die Ertragskraft steigern und ein gesundes Wachstum erzielen. Dazu beitragen sollen die weitere Steigerung der Qualität und Kundenzufriedenheit sowie der Ausbau der Regionalität.

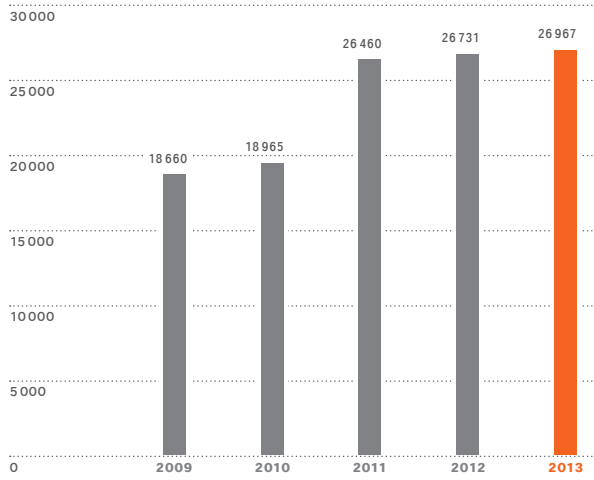
Coop-Gruppe in Zahlen

Nettoerlös

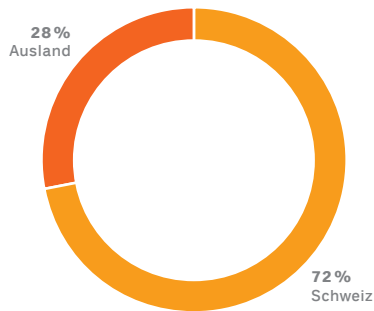
| in Mio. CHF | | 2013 | 2012 |
|---------------------------------------|------------------------------|---------------|---------------|
| Supermärkte A | < 980 m ² | 3 349 | 3 243 |
| Supermärkte B | 980 – 1 890 m ² | 3 038 | 2 994 |
| Supermärkte C | 1 890 – 3 500 m ² | 2 653 | 2 637 |
| Megastores | > 3 500 m ² | 1 520 | 1 524 |
| Coop Supermärkte | | 10 560 | 10 398 |
| Coop City | | 890 | 927 |
| Interdiscount | | 922 | 905 |
| Coop Bau+Hobby | | 648 | 664 |
| Toptip / Lumimart | | 210 | 214 |
| Import Parfumerie | | 159 | 158 |
| Coop@home | | 103 | 91 |
| Christ Uhren & Schmuck | | 100 | 100 |
| Coop Mineraloel AG | | 2 580 | 2 496 |
| Dipl. Ing. Fust AG | | 860 | 880 |
| Coop Vitality AG | | 142 | 134 |
| Betty Bossi AG | | 82 | |
| The Body Shop Switzerland AG | | 35 | 36 |
| Übrige Gesellschaften | | 800 | 781 |
| Fachformate | | 7 530 | 7 386 |
| Detailhandel | | 18 091 | 17 784 |
| Schweiz | | 1 484 | 1 485 |
| Frankreich | | 1 534 | 1 519 |
| Deutschland | | 3 166 | 3 158 |
| Polen | | 861 | 869 |
| Rumänien | | 860 | 927 |
| Russland | | 343 | 312 |
| Transgourmet-Gruppe | | 8 249 | 8 270 |
| Bell-Gruppe | | 2 598 | 2 508 |
| Coop Genossenschaft Produktion | | 237 | 242 |
| Grosshandel / Produktion | | 11 084 | 11 020 |
| Konsolidierung | | -2 207 | -2 074 |
| Nettoerlös | | 26 967 | 26 731 |
| davon Online-Shops | | 905 | 785 |
| – Coop@home | | 103 | 91 |
| – Microspot.ch | | 101 | 80 |
| – übrige Online-Shops Detailhandel | | 90 | 59 |
| Online-Shops Detailhandel | | 294 | 230 |
| Online-Shops Grosshandel / Produktion | | 611 | 555 |
| davon Inland | | 19 489 | 19 241 |
| davon Ausland | | 7 478 | 7 490 |

Vorjahreswerte angepasst

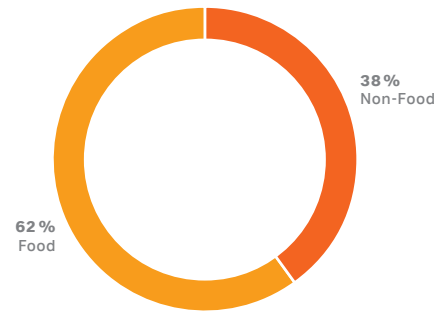
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen
in Mio. CHF



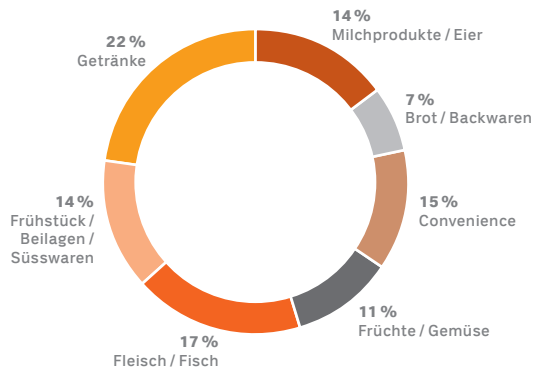
Nettoerlös-Aufteilung Schweiz und Ausland
in %



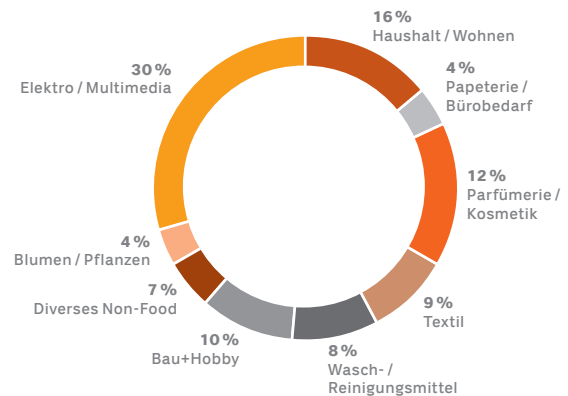
Nettoerlös Schweiz nach Hauptkategorien
in %



Anteile Detailhandel Food
in %



Anteile Detailhandel Non-Food
in %



Erfolgsrechnung nach Sparten (nicht konsolidiert)

| in Mio. CHF | Detailhandel | | Grosshandel / Produktion | | | | | |
|--|--------------|----------|--------------------------|----------|--------|----------|--------|----------|
| | 2013 | Anteil % | 2012 | Anteil % | 2013 | Anteil % | 2012 | Anteil % |
| Produktionsleistung | | | | | 11 639 | | 11 569 | |
| Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen | 18 091 | 100.0 | 17 784 | 100.0 | 11 084 | 100.0 | 11 020 | 100.0 |
| Warenaufwand | 12 869 | | 12 614 | | 8 475 | | 8 423 | |
| Bruttoergebnis | 5 222 | 28.9 | 5 170 | 29.1 | 2 609 | 23.5 | 2 597 | 23.6 |
| Andere betriebliche Erträge | 800 | | 785 | | 240 | | 253 | |
| Personalaufwand | 2 644 | | 2 617 | | 1 385 | | 1 393 | |
| Übriger Betriebsaufwand | 1 978 | | 1 935 | | 926 | | 930 | |
| EBITDA | 1 399 | 7.7 | 1 404 | 7.9 | 538 | 4.9 | 526 | 4.8 |
| Abschreibungen auf Anlagevermögen | 892 | | 915 | | 285 | | 278 | |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 507 | 2.8 | 488 | 2.7 | 253 | 2.3 | 249 | 2.3 |

Die Sparte «Grosshandel / Produktion» bildet die Transgourmet-Gruppe, die Bell-Gruppe sowie die Produktionsbetriebe der Coop Genossenschaft ab.

Verkaufsstellen / Märkte

| | | 2013 | Anzahl am 31.12. 2012 | Verkaufsfläche in m ² am 31.12. 2013 | 2012 |
|------------------------------|------------------------------|--------------|--------------------------|--|------------------|
| Supermärkte A | < 980 m ² | 518 | 515 | 295 407 | 287 295 |
| Supermärkte B | 980 – 1 890 m ² | 191 | 186 | 273 972 | 265 717 |
| Supermärkte C | 1 890 – 3 500 m ² | 89 | 90 | 247 420 | 244 460 |
| Megastores | > 3 500 m ² | 30 | 31 | 152 425 | 157 200 |
| Coop Supermärkte | | 828 | 822 | 969 224 | 954 672 |
| Coop City | | 32 | 33 | 137 405 | 140 912 |
| Interdiscount | | 196 | 199 | 69 692 | 69 635 |
| Coop Bau+Hobby | | 73 | 74 | 298 174 | 301 919 |
| Toptip / Lumimart | | 54 | 55 | 149 034 | 147 562 |
| Import Parfumerie | | 124 | 123 | 10 116 | 9 900 |
| Christ Uhren & Schmuck | | 77 | 81 | 5 902 | 6 076 |
| Restaurants Da Giovanni | | 5 | 5 | 1 775 | 1 775 |
| Hotels | | 3 | 3 | | |
| Übriges Coop Genossenschaft | | 2 | 2 | 440 | 440 |
| Coop Mineraloel AG | | 277 | 263 | 31 277 | 29 985 |
| Dipl. Ing. Fust AG | | 159 | 160 | 89 157 | 89 206 |
| Coop Vitality AG | | 55 | 51 | 12 932 | 12 270 |
| The Body Shop Switzerland AG | | 46 | 44 | 2 672 | 2 561 |
| Tropenhaus Frutigen AG | | 1 | 1 | | |
| Tropenhaus Wolhusen AG | | 1 | 1 | | |
| Fachformate | | 1 105 | 1 095 | 808 576 | 812 241 |
| Detailhandel | | 1 933 | 1 917 | 1 777 800 | 1 766 913 |

Vorjahreswerte angepasst

| | 2013 | Anzahl am 31.12. 2012 | Verkaufsfläche in m ² am 31.12. 2013 | 2012 |
|---------------------------------|------------|--------------------------|--|----------------|
| Deutschland | 44 | 44 | 412 739 | 416 622 |
| Schweiz | 28 | 27 | 116 086 | 112 516 |
| Rumänien | 19 | 19 | 178 931 | 179 221 |
| Polen | 15 | 15 | 148 015 | 148 015 |
| Russland | 7 | 6 | 61 560 | 53 042 |
| Transgourmet-Gruppe | 113 | 111 | 917 331 | 909 416 |
| Tschechien | 85 | 67 | 5 334 | 4 278 |
| Slowakei | 31 | 29 | 1 926 | 1 836 |
| Rumänien | | 4 | | 204 |
| Bell-Gruppe | 116 | 100 | 7 260 | 6 318 |
| Grosshandel / Produktion | 229 | 211 | 924 591 | 915 734 |

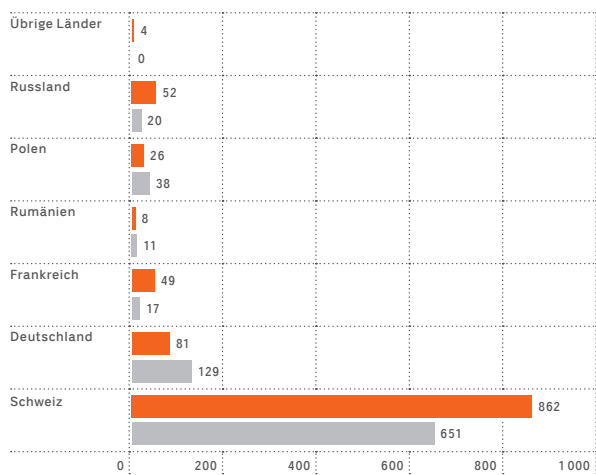
Vorjahreswerte angepasst

Investitionen

| in Mio. CHF | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 |
|---------------------------------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| Schweiz | 862 | 651 | 986 | 664 | 733 |
| Deutschland | 81 | 129 | 188 | | |
| Frankreich | 49 | 17 | 30 | | |
| Rumänien | 8 | 11 | 38 | | |
| Polen | 26 | 38 | 33 | | |
| Russland | 52 | 20 | 84 | | |
| Übrige Länder | 4 | 0 | 0 | | |
| Ausland | 219 | 216 | 373 | | |
| Investitionen Sachanlagen | 1 081 | 867 | 1 360 | 664 | 733 |
| Devestitionen Sachanlagen | 92 | 37 | 152 | 103 | 191 |
| Nettoinvestitionen Sachanlagen | 989 | 829 | 1 208 | 561 | 542 |
| Übrige Nettoinvestitionen | -24 | 121 | 1 908 | 92 | 1 513 |
| Nettoinvestitionen | 965 | 950 | 3 116 | 653 | 2 055 |

Investitionen Sachanlagen nach Ländern in Mio. CHF

■ 2013 ■ 2012



Wertschöpfungsrechnung

| in Mio. CHF | 2013 | 2012 | Index % |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen | 26 967 | 26 731 | 100.9 |
| Warenaufwand und übrige Vorleistungen | 19 798 | 19 515 | 101.5 |
| Bruttowertschöpfung | 7 169 | 7 216 | 99.4 |
| Abschreibungen / Rückstellungen | 1 212 | 1 291 | 93.9 |
| Nettowertschöpfung | 5 957 | 5 925 | 100.5 |
| | | | |
| Mitarbeitende | 4 072 | 4 054 | 100.4 |
| Öffentliche Hand | 1 240 | 1 263 | 98.3 |
| Kreditgeber | 182 | 156 | 116.7 |
| Einbehaltene Gewinne (Selbstfinanzierung) | 462 | 452 | 102.3 |
| Verteilung der Wertschöpfung | 5 957 | 5 925 | 100.5 |
| | | | |
| Bruttowertschöpfung je Personaleinheit (in CHF) | 111 325 | 111 950 | 99.4 |
| Nettowertschöpfung je Personaleinheit (in CHF) | 92 507 | 91 922 | 100.6 |

Vorjahreswerte angepasst

Die Wertschöpfungsrechnung der Coop-Gruppe zeigt auf, welchen Mehrwert die Gruppe in einem Jahr geschaffen hat und wofür dieser verwendet wird. Das Ziel der Coop-Gruppe ist es, eine nachhaltige Wertschöpfung zu schaffen und damit die Sicherung der Gruppen-Unternehmen und der Arbeitsplätze zu gewährleisten.

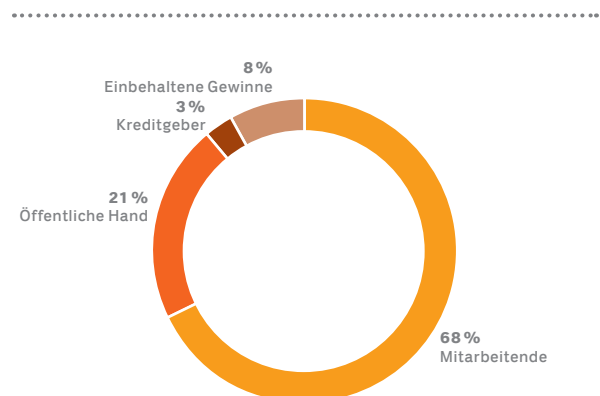
Mit einem Anteil von 68 % geht 2013 der grösste Teil der neu geschaffenen Werte an die Mitarbeitenden der Coop-Gruppe. Der Anteil ist unverändert zum Vorjahr. Die Coop-Gruppe zählte im Jahr 2013 64 399 Personaleinheiten (Vorjahr: 64 458).

Die öffentliche Hand erhält über die Abgabe von Steuern, Zöllen und Gebühren 21 %, was ebenso dem Vorjahresanteil entspricht.

Die Beiträge an die Kreditgeber von 3 % umfassen die geleisteten Zinsen. Aufgrund des tieferen Zinsniveaus sind diese Beiträge weiterhin recht gering und unverändert zum Vorjahr.

Die Einbehaltung eines adäquaten Gewinns zur Selbstfinanzierung dient der Sicherung der Unternehmensfortführung, der Arbeitsplätze sowie einer marktgerechten Leistungswertergabe an die Kundinnen und Kunden.

Verteilung der Wertschöpfung in %



Personaleinheiten

| | 2013 | 2012 | Veränderung | Index % |
|---|---------------|---------------|-------------|--------------|
| Coop Supermärkte | 19 614 | 19 617 | -3 | 100.0 |
| Coop City | 2 402 | 2 475 | -73 | 97.1 |
| Interdiscount | 1 633 | 1 621 | +12 | 100.7 |
| Coop Bau+Hobby | 1 556 | 1 550 | +6 | 100.4 |
| Toptip / Lumimart | 589 | 604 | -15 | 97.5 |
| Import Parfumerie | 475 | 486 | -11 | 97.7 |
| Christ Uhren & Schmuck | 334 | 363 | -29 | 92.0 |
| Coop Mineraloel AG | 81 | 73 | +8 | 110.7 |
| Dipl. Ing. Fust AG | 1 830 | 1 938 | -109 | 94.4 |
| Coop Vitality AG | 487 | 439 | +48 | 110.9 |
| Betty Bossi AG | 83 | | +83 | .. |
| The Body Shop Switzerland AG | 171 | 153 | +18 | 111.9 |
| Übrige Gesellschaften | 358 | 237 | +121 | 151.2 |
| Zentralbereiche | 6 465 | 6 505 | -40 | 99.4 |
| Detailhandel | 36 077 | 36 060 | +17 | 100.0 |
| Coop Genossenschaft Produktion | 627 | 663 | -35 | 94.7 |
| Deutschland | 7 010 | 7 036 | -26 | 99.6 |
| Frankreich | 3 698 | 3 598 | +100 | 102.8 |
| Schweiz | 1 559 | 1 503 | +56 | 103.7 |
| Rumänien | 4 020 | 4 330 | -311 | 92.8 |
| Polen | 3 595 | 3 737 | -142 | 96.2 |
| Russland | 1 424 | 1 283 | +142 | 111.1 |
| Transgourmet-Gruppe | 21 307 | 21 488 | -181 | 99.2 |
| Bell Schweiz | 3 391 | 3 302 | +89 | 102.7 |
| Bell Ausland | 2 993 | 2 946 | +47 | 101.6 |
| Bell-Gruppe | 6 385 | 6 248 | +137 | 102.2 |
| Übrige Gesellschaften | 4 | | +4 | .. |
| Grosshandel / Produktion | 28 322 | 28 398 | -76 | 99.7 |
| Personaleinheiten (inkl. Lernende) | 64 399 | 64 458 | -59 | 99.9 |

Vorjahreswerte angepasst

Anzahl Personen

| | 31.12.2013 | 31.12.2012 | Veränderung | Index % |
|--|---------------|---------------|-------------|-------------|
| Coop Supermärkte | 26 283 | 26 339 | -56 | 99.8 |
| Coop City | 3 012 | 3 084 | -72 | 97.7 |
| Interdiscount | 1 779 | 1 744 | +35 | 102.0 |
| Coop Bau+Hobby | 1 956 | 1 962 | -6 | 99.7 |
| Toptip / Lumimart | 677 | 695 | -18 | 97.4 |
| Import Parfumerie | 673 | 695 | -22 | 96.8 |
| Christ Uhren & Schmuck | 455 | 487 | -32 | 93.4 |
| Coop Mineraloel AG | 87 | 78 | +9 | 111.5 |
| Dipl. Ing. Fust AG | 1 936 | 2 060 | -124 | 94.0 |
| Coop Vitality AG | 656 | 605 | +51 | 108.4 |
| Betty Bossi AG | 116 | | +116 | .. |
| The Body Shop Switzerland AG | 210 | 209 | +1 | 100.5 |
| Übrige Gesellschaften | 419 | 337 | +82 | 124.3 |
| Zentralbereiche | 7 034 | 7 112 | -78 | 98.9 |
| Detailhandel | 45 293 | 45 407 | -114 | 99.7 |
| Coop Genossenschaft Produktion | 787 | 781 | +6 | 100.8 |
| Deutschland | 7 798 | 7 904 | -106 | 98.7 |
| Frankreich | 3 658 | 3 694 | -36 | 99.0 |
| Schweiz | 1 745 | 1 714 | +31 | 101.8 |
| Rumänien | 3 976 | 4 165 | -189 | 95.5 |
| Polen | 3 658 | 3 885 | -227 | 94.2 |
| Russland | 1 430 | 1 290 | +140 | 110.9 |
| Transgourmet-Gruppe | 22 265 | 22 652 | -387 | 98.3 |
| Bell Schweiz | 3 513 | 3 414 | +99 | 102.9 |
| Bell Ausland | 3 093 | 3 055 | +38 | 101.2 |
| Bell-Gruppe | 6 606 | 6 469 | +137 | 102.1 |
| Übrige Gesellschaften | 4 | | +4 | .. |
| Grosshandel / Produktion | 29 662 | 29 902 | -240 | 99.2 |
| Personen (inkl. Lernende) am 31.12. | 74 955 | 75 309 | -354 | 99.5 |

Vorjahreswerte angepasst

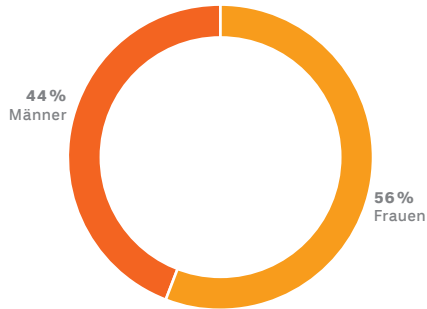
Anzahl Lernende

| | 31.12.2013 | 31.12.2012 | Veränderung | Index % |
|--------------------------------------|--------------|--------------|-------------|--------------|
| Coop Supermärkte | 1 528 | 1 515 | +13 | 100.9 |
| Coop City | 174 | 177 | -3 | 98.3 |
| Interdiscount | 372 | 359 | +13 | 103.6 |
| Coop Bau+Hobby | 139 | 126 | +13 | 110.3 |
| Toptip / Lumimart | 36 | 37 | -1 | 97.3 |
| Import Parfumerie | 49 | 54 | -5 | 90.7 |
| Christ Uhren & Schmuck | 38 | 40 | -2 | 95.0 |
| Coop Mineraloel AG | 3 | 3 | +0 | 100.0 |
| Dipl. Ing. Fust AG | 76 | 69 | +7 | 110.1 |
| Coop Vitality AG | 96 | 88 | +8 | 109.1 |
| The Body Shop Switzerland AG | 8 | 13 | -5 | 61.5 |
| Übrige Gesellschaften | 5 | 3 | +2 | 166.7 |
| Zentralbereiche | 187 | 199 | -12 | 94.0 |
| Detailhandel | 2 711 | 2 683 | +28 | 101.0 |
| Coop Genossenschaft Produktion | 34 | 28 | +6 | 121.4 |
| Deutschland | 289 | 294 | -5 | 98.3 |
| Frankreich | 61 | 52 | +9 | 117.3 |
| Schweiz | 87 | 71 | +16 | 122.5 |
| Russland | 3 | | +3 | .. |
| Transgourmet-Gruppe | 440 | 417 | +23 | 105.5 |
| Bell Schweiz | 54 | 57 | -3 | 94.7 |
| Bell Ausland | 26 | 36 | -10 | 72.2 |
| Bell-Gruppe | 80 | 93 | -13 | 86.0 |
| Grosshandel / Produktion | 554 | 538 | +16 | 103.0 |
| Lernende (Personen) am 31.12. | 3 265 | 3 221 | +44 | 101.4 |
| Praktika Schulabgänger | 115 | 111 | +4 | 103.6 |

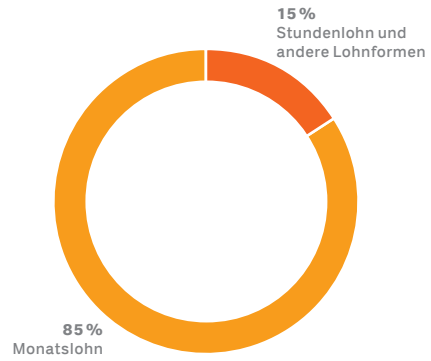
Vorjahreswerte angepasst

Diversität Mitarbeitende

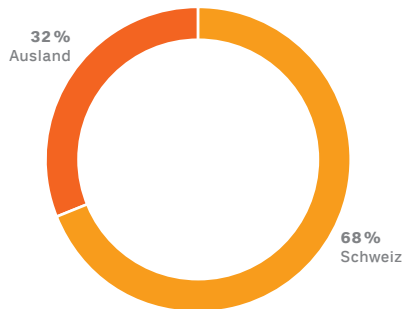
Geschlecht in %



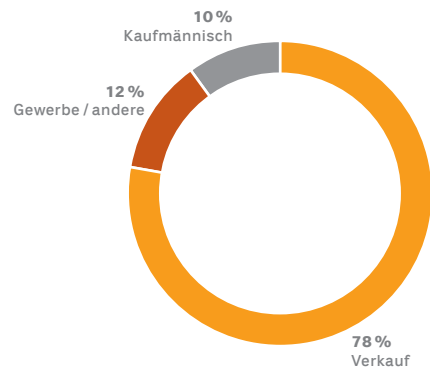
Anstellungsverhältnis in %



Nationalität¹ in %

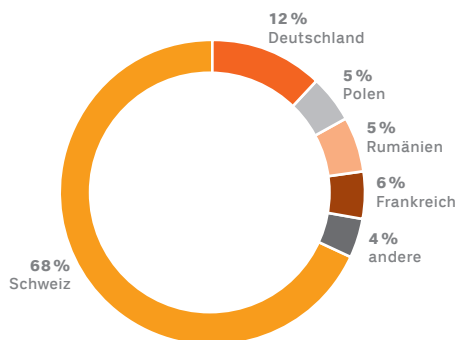


Lernende in %



¹ Nur für Mitarbeitende mit Arbeitsland Schweiz.

Arbeitsland in %



Entwicklung Coop-Gruppe

| in Mio. CHF bzw. wie angemerk | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 |
|---|------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Detailhandel | 18 091 | 17 784 | 17 686 | | |
| Grosshandel / Produktion | 11 084 | 11 020 | 10 951 | | |
| Konsolidierung | -2 207 | -2 074 | -1 997 | | |
| Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen | 26 967 | 26 731 | 26 640 | 18 965 | 18 660 |
| davon Nettoerlös Ausland | 7 478 | 7 490 | 7 451 | | |
| in % vom Nettoerlös | 27.7 | 28.0 | 28.0 | | |
| Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) | 1 937 | 1 930 | 1 917 | 1 955 | 1 760 |
| in % vom Nettoerlös (EBITDA-Marge) | 7.2 | 7.2 | 7.2 | 10.3 | 9.4 |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 760 | 737 | 713 | 709 | 614 |
| in % vom Nettoerlös (EBIT-Marge) | 2.8 | 2.8 | 2.7 | 3.7 | 3.3 |
| Jahresergebnis | 462 | 452 | 432 | 470 | 430 |
| in % vom Nettoerlös (Gewinnmarge) | 1.7 | 1.7 | 1.6 | 2.5 | 2.3 |
| Geldfluss aus Betriebstätigkeit | 1 667 | 1 711 | 1 761 | 1 709 | 1 626 |
| in % vom Nettoerlös (Cash-Flow-Marge) | 6.2 | 6.4 | 6.6 | 9.0 | 8.7 |
| Geldfluss aus Investitionstätigkeit | -965 | -950 | -3 116 | -653 | -2 055 |
| in % vom Nettoerlös | 3.6 | 3.6 | 11.7 | 3.4 | 11.0 |
| Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit | -116 | -275 | 40 | 211 | 350 |
| Free Cash Flow¹ | 628 | 842 | 518 | 1 120 | 1 060 |
| Bilanzsumme | 17 317 | 16 880 | 16 492 | 14 624 | 13 933 |
| Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile | 7 738 | 7 262 | 6 786 | 6 412 | 6 098 |
| Eigenkapitalanteil inkl. Minderheitsanteile in % | 44.7 | 43.0 | 41.1 | 43.8 | 43.8 |
| | Zielgrösse: > 40.0 | | | | |
| Finanzverbindlichkeiten | 4 840 | 4 872 | 5 080 | 4 686 | 4 422 |
| Nettofinanzschuld | 3 305 | 3 855 | 4 509 | 2 814 | 3 841 |
| Verschuldungsfaktor | 1.7 | 2.0 | 2.4 | 1.4 | 2.2 |
| | Zielgrösse: < 3.0 | | | | |
| Zinsdeckungsfaktor | 21.7 | 21.8 | 10.9 | 27.7 | 22.0 |
| | Zielgrösse: > 8.0 | | | | |
| Personen am 31.12. | 74 955 | 75 309 | 75 361 | 53 559 | 52 974 |
| Personaleinheiten | 64 399 | 64 458 | 64 402 | 43 925 | 44 154 |
| Lernende am 31.12. | 3 265 | 3 221 | 3 391 | 3 014 | 3 018 |
| Verkaufsstellen / Märkte | | | | | |
| Detailhandel Anzahl am 31.12. | 1 933 | 1 917 | 1 897 | 1 849 | 1 791 |
| Detailhandel Verkaufsfläche in m² am 31.12. | 1 777 800 | 1 766 913 | 1 746 434 | 1 730 934 | 1 725 157 |
| Grosshandel / Produktion Anzahl am 31.12. | 229 | 211 | 203 | 71 | 73 |
| Grosshandel / Produktion Verkaufsfläche in m² am 31.12. | 924 591 | 915 734 | 918 255 | 4 356 | 4 668 |
| Anzahl Mitglieder am 31.12. | 2 537 859 | 2 595 065 | 2 643 536 | 2 533 091 | 2 473 041 |

Vorjahreswerte angepasst

¹Definition Free Cash Flow: Geldfluss aus Betriebstätigkeit abzüglich Nettoinvestitionen in Sachanlagen und in Immaterielle Anlagen.

Konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe

Konsolidierte Erfolgsrechnung

| in Mio. CHF | Erläuterungen | 2013 | Anteil % | 2012 | Anteil % |
|---|---------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen | 1 | 26 967 | 100.0 | 26 731 | 100.0 |
| Warenaufwand | | 19 197 | | 18 980 | |
| Bruttoergebnis | | 7 770 | 28.8 | 7 751 | 29.0 |
| Andere betriebliche Erträge | 2 | 982 | | 996 | |
| Personalaufwand | 3 | 4 028 | | 4 009 | |
| Übriger Betriebsaufwand | 4 | 2 787 | | 2 807 | |
| Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) | | 1 937 | 7.2 | 1 930 | 7.2 |
| Abschreibungen auf immateriellen Anlagen | 5 | 285 | | 288 | |
| Abschreibungen auf Sachanlagen | 5 | 892 | | 905 | |
| Betriebsergebnis (EBIT) | | 760 | 2.8 | 737 | 2.8 |
| Ergebnis assoziierter Organisationen | | 3 | | 22 | |
| Ergebnis aus Fremdwährungen | 6 | -3 | | 11 | |
| Finanzergebnis | 7 | -89 | | -89 | |
| Ordentliches Ergebnis | | 671 | 2.5 | 681 | 2.5 |
| Betriebsfremdes Ergebnis | 8 | 38 | | -2 | |
| Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT) | | 708 | 2.6 | 679 | 2.5 |
| Ertragssteuern | 9 | 160 | | 148 | |
| Ergebnis nach Ertragssteuern | | 548 | 2.0 | 531 | 2.0 |
| Minderheitsanteile | | 86 | | 79 | |
| Jahresergebnis | | 462 | 1.7 | 452 | 1.7 |

Konsolidierte Bilanz

| in Mio. CHF | Erläuterungen | 31.12.2013 | Anteil % | 31.12.2012 | Anteil % |
|--|---------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| Flüssige Mittel | 10 | 1 513 | | 929 | |
| Wertschriften | | 23 | | 89 | |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 11 | 909 | | 938 | |
| Sonstige kurzfristige Forderungen | 12 | 324 | | 367 | |
| Aktive Rechnungsabgrenzungen | | 340 | | 334 | |
| Vorräte | 13 | 2 718 | | 2 622 | |
| Umlaufvermögen | | 5 827 | 33.6 | 5 279 | 31.3 |
| Sachanlagen | 14 | 9 959 | | 9 827 | |
| Finanzanlagen | 15 | 304 | | 311 | |
| Immaterielle Anlagen | 16 | 1 228 | | 1 463 | |
| Anlagevermögen | | 11 490 | 66.4 | 11 601 | 68.7 |
| Aktiven | | 17 317 | 100.0 | 16 880 | 100.0 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | | 1 977 | | 2 242 | |
| Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten | 17 | 1 443 | | 1 187 | |
| Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten | 18 | 385 | | 365 | |
| Kurzfristige Rückstellungen | 19 | 364 | | 313 | |
| Passive Rechnungsabgrenzungen | | 970 | | 741 | |
| Kurzfristiges Fremdkapital | | 5 139 | 29.7 | 4 848 | 28.7 |
| Langfristige Finanzverbindlichkeiten | 20 | 3 397 | | 3 685 | |
| Langfristige Rückstellungen | 21 | 1 042 | | 1 084 | |
| Langfristiges Fremdkapital | | 4 440 | 25.6 | 4 769 | 28.3 |
| Fremdkapital | | 9 579 | 55.3 | 9 617 | 57.0 |
| Gewinnreserven | | 6 885 | | 6 440 | |
| Jahresergebnis | | 462 | | 452 | |
| Eigenkapital ohne Minderheitsanteile | | 7 348 | 42.4 | 6 892 | 40.8 |
| Minderheitsanteile | | 390 | 2.3 | 370 | 2.2 |
| Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile | | 7 738 | 44.7 | 7 262 | 43.0 |
| Passiven | | 17 317 | 100.0 | 16 880 | 100.0 |

Vorjahreswerte angepasst

Konsolidierte Geldflussrechnung

| Fonds flüssige Mittel in Mio. CHF | 2013 | 2012 |
|---|--------------|--------------|
| Ergebnis nach Ertragssteuern | 548 | 531 |
| Abschreibungen | 1 072 | 1 122 |
| Verluste aus Wertbeeinträchtigungen | 129 | 94 |
| Wegfall von Wertbeeinträchtigungen | -22 | |
| Gewinn (-) / Verlust aus Veräusserung Anlagevermögen | -44 | -9 |
| Nicht liquiditätswirksames Ergebnis | -24 | -29 |
| Ergebnis aus assoziierten Organisationen | 6 | -15 |
| Zunahme / Abnahme (-) langfristige Rückstellungen | 19 | 76 |
| Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen | 1 684 | 1 770 |
| Zunahme (-) / Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 4 | 18 |
| Zunahme (-) / Abnahme der sonstigen kurzfristigen Forderungen und aktiven Rechnungsabgrenzungen | 72 | -83 |
| Zunahme (-) / Abnahme der Vorräte | -89 | -17 |
| Zunahme / Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | -74 | 9 |
| Zunahme / Abnahme (-) übrige kurzfristige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen | 67 | 27 |
| Zunahme / Abnahme (-) kurzfristige Rückstellungen | 2 | -14 |
| Geldfluss aus Betriebstätigkeit | 1 667 | 1 711 |
| Sachanlagen Investitionen | -1 081 | -867 |
| Sachanlagen Devestitionen | 92 | 37 |
| Finanzanlagen / Wertschriften Investitionen | -12 | -76 |
| Finanzanlagen / Wertschriften Devestitionen | 87 | 75 |
| Auszahlungen für den Erwerb konsolidierter Organisationen | -1 | -81 |
| Einnahmen aus dem Verkauf konsolidierter Organisationen | -1 | 0 |
| Immaterielle Anlagen Investitionen | -49 | -42 |
| Immaterielle Anlagen Devestitionen | 0 | 2 |
| Geldfluss aus Investitionstätigkeit | -965 | -950 |
| Aufnahme von Anleihen | 350 | 250 |
| Rückzahlung von Anleihen | -150 | -250 |
| Dividenden an Minderheiten | -67 | -58 |
| Zunahme / Abnahme (-) kurzfristige Finanzverbindlichkeiten | -88 | -163 |
| Zunahme / Abnahme (-) langfristige Finanzverbindlichkeiten | -161 | -54 |
| Zunahme / Abnahme Eigene Aktien Bell | 1 | 0 |
| Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit | -116 | -275 |
| Einfluss aus Währungsumrechnung | -2 | 2 |
| Nettoveränderung der flüssigen Mittel | 584 | 487 |
| Flüssige Mittel zu Beginn der Berichtsperiode | 929 | 442 |
| Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode | 1 513 | 929 |

Vorjahreswerte angepasst

Eigenkapitalnachweis

| in Mio. CHF | Einbehaltene Gewinne | Kumulierte Währungs-differenzen | Total Gewinn-reserven | Jahres-ergebnis | Total exkl. Minderheits-anteile | Minderheits-anteile | Total inkl. Minderheits-anteile |
|-----------------------------------|----------------------|---------------------------------|-----------------------|-----------------|---------------------------------|---------------------|---------------------------------|
| Eigenkapital am 01.01.2013 | 6 695 | -254 | 6 440 | 452 | 6 892 | 370 | 7 262 |
| Verwendung Jahresergebnis 2012 | 452 | | 452 | -452 | | | |
| Jahresergebnis 2013 | | | | 462 | 462 | 86 | 548 |
| Dividenden | | | | | | -67 | -67 |
| Währungsdifferenzen | | -6 | -6 | | -6 | 1 | -5 |
| Eigenkapital am 31.12.2013 | 7 146 | -260 | 6 885 | 462 | 7 348 | 390 | 7 738 |
| Eigenkapital am 01.01.2012 | 6 263 | -258 | 6 004 | 432 | 6 436 | 350 | 6 786 |
| Verwendung Jahresergebnis 2011 | 432 | | 432 | -432 | | | |
| Jahresergebnis 2012 | | | | 452 | 452 | 79 | 531 |
| Dividenden | | | | | | -58 | -58 |
| Währungsdifferenzen | | 4 | 4 | | 4 | -1 | 3 |
| Eigenkapital am 31.12.2012 | 6 695 | -254 | 6 440 | 452 | 6 892 | 370 | 7 262 |

Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung

Konsolidierungsgrundsätze

Grundlagen der Rechnungslegung

Die konsolidierte Jahresrechnung basiert auf den nach einheitlichen Grundsätzen erstellten Jahresabschlüssen der Konzerngesellschaften per 31. Dezember 2013 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.

Die Bewertungsgrundlage der Aktiven bilden die Anschaffungs- respektive Herstellungskosten. Die Passiven werden zu historischen Werten geführt. Die Erfolgsrechnung wird nach dem Gesamtkostenverfahren dargestellt. Die Bewertungsgrundsätze wurden gegenüber dem Vorjahr unverändert angewandt.

Die konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe wird in Schweizer Franken (CHF) dargestellt. Sofern nichts anderes vermerkt, werden alle Beträge in Millionen Schweizer Franken angegeben.

Geldflussrechnung

Der Fonds flüssige Mittel bildet die Grundlage für den Ausweis der Geldflussrechnung. Der Geldfluss aus Betriebstätigkeit wird mit der indirekten Methode berechnet.

Konsolidierungskreis

Die konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe umfasst die Coop-Gruppe Genossenschaft und deren Beteiligungen. Die Beteiligungen der Coop-Gruppe Genossenschaft sind im Konsolidierungskreis auf den Seiten 95 bis 97 aufgeführt. Als vollkonsolidierte Gesellschaften gelten Gesellschaften, bei denen die Coop-Gruppe direkt oder indirekt über mehr als 50 % der Stimmrechte verfügt.

Bei den assoziierten Organisationen handelt es sich um Unternehmen, an denen die Coop-Gruppe mit 20 bis 50 % beteiligt ist und einen massgeblichen Einfluss ausübt.

Beteiligungen mit einem Anteil von weniger als 20 % werden nicht konsolidiert und sind zum Anschaffungswert abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen in den «Finanzanlagen» ausgewiesen.

Konsolidierungsmethode

Vollkonsolidierte Gesellschaften

Aktiven und Passiven sowie Aufwand und Ertrag werden nach der Methode der Vollkonsolidierung erfasst. Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der angelsächsischen Purchase-Methode, welche das Eigenkapital der Gesellschaft zum Zeitpunkt des Erwerbs bzw. der Erstkonsolidierung mit dem Buchwert der Beteiligung bei der Muttergesellschaft verrechnet. Neu erworbene Gesellschaften werden nach den konzerneinheitlichen Grundsätzen neu bewertet und ab Übernahme der effektiven Kontrolle in die konsolidierte Jahresrechnung einbezogen. Falls die Erwerbskosten höher sind als die übernommenen und neubewerteten

Nettoaktiven, wird der verbleibende Mehrwert als Goodwill aktiviert und linear abgeschrieben. Ein negativer Goodwill (Badwill) wird im Erwerbsjahr der Erfolgsrechnung gutgeschrieben. Verkaufte Gesellschaften werden bis zum Zeitpunkt des Kontrollverlustes, der in der Regel dem Verkaufszeitpunkt entspricht, berücksichtigt.

Minderheitsanteile am konsolidierten Eigenkapital sowie am Ergebnis werden in der Bilanz und der Erfolgsrechnung separat ausgewiesen. Die konzerninternen Transaktionen und Beziehungen, das heisst Erträge und Aufwendungen sowie Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den konsolidierten Gesellschaften, werden gegenseitig verrechnet und eliminiert. Zwischengewinne auf konzerninternen Transaktionen werden – sofern wesentlich – eliminiert.

Assoziierte Organisationen

Die assoziierten Gesellschaften werden nach der Equity-Methode in die konsolidierte Jahresrechnung einbezogen, sofern diese wirtschaftlich relevant sind. 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 | | Stichtagskurse | |
|-----|-----|--------------------|-------|----------------|------------|
| | | 2013 | 2012 | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
| 1 | EUR | 1.230 | 1.208 | 1.228 | 1.207 |
| 1 | CZK | 0.047 | 0.048 | 0.045 | 0.047 |
| 1 | HKD | 0.119 | 0.120 | 0.115 | 0.118 |
| 100 | HUF | 0.415 | 0.416 | 0.413 | 0.415 |
| 1 | LTL | 0.356 | 0.355 | 0.356 | 0.354 |
| 1 | PLN | 0.293 | 0.288 | 0.296 | 0.296 |
| 1 | RON | 0.278 | 0.271 | 0.275 | 0.272 |
| 1 | RUB | 0.029 | 0.030 | 0.027 | 0.030 |
| 1 | USD | 0.924 | 0.932 | 0.890 | 0.915 |

Veränderungen im Konsolidierungskreis

Im Geschäftsjahr 2013 haben folgende Veränderungen (ohne Umfirmierungen und Fusionen) im Konsolidierungskreis stattgefunden:

| | | Währung | Kapital in Mio. | Anteil ¹ 31.12.2013 % | Anteil ¹ 31.12.2012 % |
|---|---|---------|-----------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Coop-Gruppe Genossenschaft (vormals Coop Genossenschaft) | | | | | |
| Coop Genossenschaft, CH-Base | Gründung per 01.01.2013 | CHF | | 100.00 | |
| Tropenhaus Frutigen AG, CH-Frutigen | Änderung Anteil per 01.03.2013 und per 26.09.2013 | CHF | 1.40 | 72.88 | 69.05 |
| Chocolats Halba S.A. de C.V., HN-San Pedro Sula | Gründung per 18.11.2013 | USD | 0.10 | 75.00 | |

Bell-Gruppe

| | | | | | |
|---|--------------------------------|-----|--------|-------|-------|
| Bell Czechia s.r.o., CZ-Praha-Holesovice | Gründung per 04.04.2013 | CZK | 0.20 | 66.29 | |
| Abraham Schwarzwälder Schinken GmbH, DE-Schiltach | Änderung Anteil per 25.07.2013 | EUR | 0.03 | 66.29 | 33.81 |
| ZIMBO Húsipari Termelő Kft., HU-Perbal | Änderung Anteil per 03.12.2013 | HUF | 378.75 | 66.12 | 66.09 |

Assoziierte Organisationen Coop-Gruppe

| | | | | | |
|--|--------------------------------|-----|------|-------|-------|
| Eurogroup Far East Ltd., HK-Hongkong | Änderung Anteil per 10.01.2013 | HKD | 0.12 | 33.33 | 44.44 |
| Soc. Coopération de Collaboration Int., BE-Bruxelles | Gründung per 24.09.2013 | EUR | 0.40 | 25.00 | |

Per 1. Januar 2013 wurde die Distributis AG in die Coop Genossenschaft fusioniert.

Im Jahr 2012 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 01.01.2012 | CHF | 2.60 | 94.31 | 40.66 |
| BG Rosengarten Solothurn AG, CH-Solothurn | Erhöhung per 01.01.2012 | CHF | 0.10 | 100.00 | 62.00 |
| Parking des Remparts SA, CH-La Tour-de-Peilz | Gründung per 13.07.2012 | 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 01.01.2012 | EUR | 1.00 | 66.29 | |
| Bell Verwaltungs GmbH, DE-Seevetal | Gründung per 01.01.2012 | EUR | 0.03 | 66.29 | |
| ZIMBO Czechia s.r.o., CZ-Praha | Erhöhung per 01.01.2012 | CZK | 30.00 | 59.66 | 46.40 |

Transgourmet-Gruppe

| | | | | | |
|------------------------------|-----------------------|-----|------|--------|--|
| Eurocash SA, FR-Schiltigheim | Zukauf per 01.06.2012 | EUR | 3.01 | 100.00 | |
|------------------------------|-----------------------|-----|------|--------|--|

Assoziierte Organisationen Coop-Gruppe

| | | | | | |
|------------------------------|-------------------------|-----|-------|-------|-------|
| Delizio GmbH, DE-Stuttgart | Zukauf per 01.01.2012 | EUR | 0.03 | 32.48 | |
| Gastro Star AG, CH-Dällikon | Zukauf per 01.01.2012 | CHF | 0.12 | 32.48 | |
| Schwarz Viva AG, CH-Villigen | Zukauf per 01.01.2012 | CHF | 2.40 | 32.48 | |
| Eurobuy GmbH, DE-Köln | Erhöhung per 11.06.2012 | EUR | 0.21 | 33.33 | 25.00 |
| Hilcona Holding AG, CH-Zug | Gründung per 21.06.2012 | CHF | 10.00 | 32.48 | |
| Hilcona Agrar AG, FL-Schaan | Gründung per 14.12.2012 | CHF | 1.00 | 32.48 | |

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

Bewertungsgrundsätze

Flüssige Mittel

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

Wertschriften

Wertschriften sind marktgängige, leicht realisierbare Titel und werden zum Marktwert bilanziert. Nicht kotierte Wertschriften werden zu Anschaffungswerten abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen bilanziert.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige Forderungen

Die Forderungen werden zum Nominalwert unter angemessener Berücksichtigung von betriebswirtschaftlich notwendigen Wertberichtigungen bewertet.

Vorräte

Die Vorräte werden zu den Anschaffungs- oder Herstellungskosten oder zum niedrigeren realisierbaren Nettoveräußerungswert angesetzt. Die Anschaffungskosten setzen sich aus den Nettoeinkaufspreisen und den Bezugsnebenkosten zusammen. Die Bewertung der eingekauften Vorräte erfolgt zum durchschnittlichen Einstandspreis (gleitender Durchschnittspreis). Die Bewertung der selbst hergestellten Vorräte erfolgt zu den Herstellungskosten. Ist der Nettoveräußerungswert niedriger als die Anschaffungs- oder Herstellungskosten, erfolgt die Bewertung zum niedrigeren Nettoveräußerungswert. Skontoabzüge werden als Anschaffungspreisminderungen behandelt. Nicht mehr verwendbare oder schwer verkäufliche Waren werden einzelwertberichtigt.

Finanzanlagen

Die Finanzanlagen enthalten die nach der Equity-Methode bewerteten Anteile an assoziierten Organisationen. Weiter werden die langfristigen Darlehen sowie die mit der Absicht der dauernden Anlage gehaltenen Wertschriften als Finanzanlagen ausgewiesen. Wertschriften ohne Kurswert und Darlehen werden zum Anschaffungswert abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen bewertet. Aktiven aus Arbeitgeberbeitragsreserven werden in den Finanzanlagen bilanziert.

Sachanlagen

Die Bewertung der Sachanlagen erfolgt zu Anschaffungskosten abzüglich der betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen. Die Anschaffungskosten umfassen den Kaufpreis sowie die direkt zurechenbaren Kosten für die Nutzbarmachung der Anlagen. Die Abschreibungen erfolgen linear über die wirtschaftliche Nutzungsdauer des Anlagegutes.

Die Abschreibungsdauer bei den Bauten erstreckt sich von 40 Jahren bei betrieblichen Liegenschaften mit erhöhter Be-

Abschreibungsdauern in Jahren

Grundstücke und Bauten

| | |
|-------------|--------------------|
| Grundstücke | keine Abschreibung |
| Bauten | 40–67 |

| | |
|----------------|-------|
| Installationen | 15–30 |
|----------------|-------|

Mobilien, Maschinen und Informatik

| | |
|-------------------------------|-------|
| Mobilien / Werkzeuge | 5–10 |
| Einrichtungen Verkaufsstellen | 10 |
| Einrichtungen Märkte | 15 |
| Maschinen | 3–15 |
| Produktionsanlagen | 20–30 |
| Informatik | 3–8 |

| | |
|-----------|------|
| Fahrzeuge | 3–10 |
|-----------|------|

anspruchung bis zu 67 Jahren bei gemischt genutzten Liegenschaften. Installationen werden in der Regel über 15 bis 20 Jahre abgeschrieben. In Produktionsbetrieben werden spezifische Produktionsinstallationen mit einer längeren Nutzungsdauer bis zu 30 Jahren abgeschrieben.

Die Einrichtungen in den Verkaufsstellen im Detailhandel weisen erfahrungsgemäss eine tiefere Nutzungsdauer auf als die Einrichtungen der Märkte im Grosshandel.

Maschinen weisen i.d.R. eine Nutzungsdauer von bis zu 15 Jahren auf, wobei die Produktionsanlagen eine separate Anlageklasse bilden und eine Nutzungsdauer von 20 bis zu 30 Jahren aufweisen können. Schwere Nutzfahrzeuge weisen eine Abschreibungsdauer von bis zu 10 Jahren auf.

Die Anlagen im Bau beinhalten die aufgelaufenen aktivierbaren Projektkosten. Nicht aktivierbare Projektkosten werden zum Zeitpunkt des Anfalls der Erfolgsrechnung belastet. Wertberichtigungen auf Anlagen im Bau werden bei Vorliegen von Wertbeeinträchtigungen gebildet.

Leasing

Zahlungen aus «Operating Leasing» werden linear über die Leasingdauer der Erfolgsrechnung belastet. Auf der Basis von Leasingverträgen erworbene Anlagegüter, für die Risiken und Nutzen bei Vertragsabschluss an die Coop-Gruppe übergehen, werden als «Finanzierungsleasing» klassifiziert. Als Folge davon wird für die entsprechenden Vermögenswerte der Verkehrswert oder der tiefere Nettobarwert der zukünftigen, unkündbaren Leasingzahlungen als Anlagevermögen sowie als Finanzleasingverbindlichkeiten bilanziert. Anlagen in Finanzleasing werden über ihre geschätzte wirtschaftliche Nutzungsdauer oder die kürzere Vertragsdauer abgeschrieben.

Immaterielle Anlagen

Diese Position beinhaltet EDV-Software, Markenrechte, Lizenzen, Patente sowie Goodwill aus Akquisitionen. Immaterielle Anlagen werden aktiviert, wenn sie klar identifizierbar sind, die Kosten zuverlässig bestimmbar sind sowie wenn sie dem Unternehmen über mehrere Jahre einen messbaren Nutzen bringen.

Ein Goodwill aus Akquisitionen ergibt sich aus der Differenz zwischen dem für die Übernahme eines Unternehmens bezahlten Kaufpreis und dem Wert der Netto-Aktiven. Die Netto-Aktiven entsprechen der Summe der einzelnen Vermögenswerte des gekauften Unternehmens abzüglich der Verbindlichkeiten und Eventualverbindlichkeiten unter Swiss GAAP FER zum Zeitpunkt der Übernahme. Ein entstandener Goodwill wird grundsätzlich aktiviert und linear abgeschrieben.

Abschreibungsdauer in Jahren

| | |
|-----------------------------|--------|
| Goodwill | bis 20 |
| Marken | bis 20 |
| Patente / Lizenzen | 5 |
| Übrige immaterielle Anlagen | 3–8 |

Wertbeeinträchtigungen (Impairment)

In der Coop-Gruppe wird die Werthaltigkeit der langfristigen Vermögenswerte einer jährlichen Beurteilung unterzogen, sofern Anzeichen einer nachhaltigen Wertverminderung vorliegen. Die Berechnung des realisierbaren Wertes erfolgt auf der Basis des Capital-Asset-Pricing-Modells unter Berücksichtigung aktualisierter Datenannahmen aus der Mehrjahresplanung bezüglich der erwarteten wirtschaftlichen Entwicklung. Übersteigt der Buchwert den realisierbaren Wert, wird durch ausserplanmässige Abschreibungen eine erfolgswirksame Anpassung erfasst.

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.

Rückstellungen

Rückstellungen werden bilanziert, wenn aus einem Ereignis in der Vergangenheit eine begründete wahrscheinliche rechtliche oder faktische Verpflichtung besteht, deren Höhe und/oder Fälligkeit ungewiss aber schätzbar ist. Die Bewertung der Rückstellung erfolgt auf Basis einer Schätzung des wahrscheinlichen Mittelabflusses.

Ertragssteuern

Die laufenden Ertragssteuern werden aufgrund der im Berichtsjahr ausgewiesenen Geschäftsergebnisse nach dem Prinzip der Gegenwartsbemessung abgegrenzt.

Die latenten Ertragssteuern werden auf sämtlichen temporären steuerbaren, respektive steuerlich abzugsfähigen Bewertungsunterschieden zwischen steuerlichen und Swiss GAAP FER-Werten auf Basis einer bilanzorientierten Sichtweise abgegrenzt.

Die jährlich abzugrenzenden latenten Ertragssteuern werden zum für das jeweilige Steuersubjekt per Bilanzstichtag gültigen zukünftigen Steuersatz berechnet.

Aktive und passive latente Steuern werden verrechnet, sofern diese das gleiche Steuersubjekt betreffen und von der gleichen Steuerbehörde erhoben werden.

Derivative Finanzinstrumente

Zur Absicherung von Währungs- und Zinsrisiken setzt die Coop-Gruppe derivative Finanzinstrumente ein. Derivative Finanzinstrumente zu Absicherungszwecken von Bilanzpositionen wie auch solche ohne Absicherungszweck werden zu aktuellen Werten bilanziert. Die Änderung der aktuellen Werte seit der letzten Bewertung wird im Periodenergebnis erfasst. Instrumente zur Absicherung vertraglich vereinbarter, zukünftiger Mittelflüsse werden nicht bilanziert, sondern im Anhang offengelegt. Die per Bilanzstichtag offenen derivativen Finanzinstrumente sind in den Erläuterungen zur konsolidierten Jahresrechnung offengelegt.

Vorsorgeverpflichtungen

Die Coop-Gruppe trägt die anteiligen Kosten der beruflichen Vorsorge sämtlicher Mitarbeitenden sowie deren Hinterbliebenen aufgrund von Reglementen, die Leistungen vorsehen, die in der Schweiz das BVG-Obligatorium deutlich übersteigen. Die Beiträge sind im Personalaufwand in der Position «Sozialleistungen» enthalten. Es wird jährlich beurteilt, ob aus einer Vorsorgeeinrichtung aus Sicht der Organisation ein wirtschaftlicher Nutzen oder eine wirtschaftliche Verpflichtung besteht. Als Basis dienen die Jahresrechnung der Vorsorgeeinrichtung, welche in der Schweiz nach Swiss GAAP FER 26 erstellt wird, und andere Berechnungen, welche die bestehende Über- bzw. Unterdeckung entsprechend den tatsächlichen Verhältnissen abbilden.

Per 31. Dezember 2013 weist die CPV/CAP einen Deckungsgrad von 108,8% (Vorjahr: 104,6%) aus. Aus Sicht der FER 16 besteht keine Über- oder Unterdeckung, weil die Zielgrösse der Wertschwankungsreserve noch nicht erreicht ist.

Transaktionen mit Nahestehenden

Als nahestehend gelten assoziierte Organisationen, Vorsorgeeinrichtungen sowie natürliche Personen wie Geschäftsleitungsmitglieder oder Verwaltungsräte.

Geschäftsbeziehungen mit Nahestehenden werden zu marktüblichen Konditionen abgewickelt. Es bestehen gegenseitige Liefer- und Abnahmeverträge, wobei marktübliche Bedingungen unter Berücksichtigung der Transaktionsvolumen zum Tragen kommen. Wesentliche Bestandesposten gegenüber assoziierten Organisationen sowie übrige Transaktionen mit Nahestehenden sind in den Erläuterungen zur konsolidierten Jahresrechnung offengelegt.

Ausserbilanzgeschäfte

Eventualverbindlichkeiten wie Bürgschaften, Garantieverpflichtungen, Pfandbestellungen und weitere nicht zu bilanzierende Verpflichtungen werden auf jeden Bilanzstichtag bewertet und zum Nominalwert offengelegt. Weitere nicht zu bilanzierende Verpflichtungen umfassen alle eingegangenen langfristigen Verpflichtungen, welche nicht innerhalb eines Jahres gekündigt werden können. Wenn Eventualverbindlichkeiten und weitere nicht zu bilanzierende Verpflichtungen zu einem Mittelabfluss ohne nutzbaren Mittelzufluss führen und dieser Mittelabfluss wahrscheinlich und abschätzbar ist, wird eine Rückstellung gebildet.

in Mio. CHF

2013

2012

1 Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen nach Sparten

| | | |
|---------------------|---------------|---------------|
| Nettoerlös Food | 18 706 | 18 335 |
| Nettoerlös Non-Food | 8 261 | 8 396 |
| Total | 26 967 | 26 731 |

| | | |
|--------------------|---------------|---------------|
| Nettoerlös Schweiz | 19 489 | 19 241 |
| Deutschland | 3 545 | 3 549 |
| Frankreich | 1 653 | 1 629 |
| Rumänien | 860 | 927 |
| Polen | 903 | 908 |
| Russland | 343 | 312 |
| Tschechien | 59 | 64 |
| Belgien | 25 | 27 |
| Niederlande | 28 | 26 |
| Ungarn | 21 | 19 |
| Übrige Länder | 41 | 29 |
| Nettoerlös Ausland | 7 478 | 7 490 |
| Total | 26 967 | 26 731 |

2 Andere betriebliche Erträge

| | | |
|--|------------|------------|
| Betriebliche Mietzinserträge | 187 | 137 |
| Veräusserungsgewinn auf betrieblichem Anlagevermögen | 3 | 8 |
| Aktivierete Eigenleistungen | 13 | 12 |
| Dienstleistungserträge | 780 | 839 |
| Total | 982 | 996 |

In der Position «Dienstleistungserträge» sind auch Erträge aus Toto, Lotto, Parking, Werbung sowie Kommissionen aus Telefonieguthaben enthalten.

3 Personalaufwand

| | | |
|--------------------------|--------------|--------------|
| Löhne / Gehälter | 3 121 | 3 087 |
| Sozialleistungen | 728 | 727 |
| Sozialleistungssatz in % | 23.3 | 23.5 |
| Übriger Personalaufwand | 179 | 195 |
| Total | 4 028 | 4 009 |

4 Übriger Betriebsaufwand

| | | |
|-------------------------------------|--------------|--------------|
| Werbeaufwand | 458 | 453 |
| Mieten | 687 | 669 |
| Büro- und Verwaltungsaufwand | 256 | 237 |
| Abgaben und Sachversicherungen | 77 | 100 |
| Betriebliche Steuern | 45 | 36 |
| Unterhalt und Ersatz | 348 | 326 |
| Energieaufwand und Betriebsmaterial | 417 | 418 |
| Transportkosten | 309 | 289 |
| Diverse Aufwendungen | 190 | 279 |
| Total | 2 787 | 2 807 |

Die Position «Betriebliche Steuern» umfasst Kapital- und Handänderungssteuern, Emissions- sowie andere fiskalische Abgaben. In der Position «Diverse Aufwendungen» sind ungedeckte Schäden, Forderungsverluste, ausserplanmässige Schliessungskosten sowie diverse Betriebskosten enthalten.

in Mio. CHF

2013

2012

5 Abschreibungen

| | | |
|--|--------------|--------------|
| Goodwill planmässig | 213 | 216 |
| Goodwill ausserplanmässig | | 12 |
| Übrige immaterielle Anlagen planmässig | 65 | 60 |
| Übrige immaterielle Anlagen ausserplanmässig | 7 | 0 |
| Abschreibungen auf immateriellen Anlagen | 285 | 288 |
| Sachanlagen planmässig | 793 | 822 |
| Sachanlagen ausserplanmässig | 122 | 83 |
| Wertaufholung Sachanlagen | -22 | |
| Abschreibungen auf Sachanlagen | 892 | 905 |
| Total | 1 177 | 1 193 |

Ausserplanmässige Abschreibungen oder Wertaufholungen auf Immobilien erfolgen aufgrund von Neueinschätzungen betreffend die Ertragssituation oder von Marktpreisaneinandersetzungen. Bei der Überprüfung der Immobilienbestände wurden ausserplanmässige Abschreibungen von 97 Mio. CHF sowie Wertaufholungen von 22 Mio. CHF erfasst. Auf den übrigen Sachanlagen wurden ausserplanmässige Abschreibungen von 25 Mio. CHF verbucht.

6 Ergebnis aus Fremdwährungen

| | | |
|------------------|-----------|-----------|
| Währungsgewinne | 60 | 43 |
| Währungsverluste | 63 | 32 |
| Total | -3 | 11 |

7 Finanzergebnis

| | | |
|--|------------|------------|
| Dividenden und Kursgewinne auf Wertschriften | 17 | 22 |
| Übriger Zinsertrag | 13 | 14 |
| Finanzertrag | 31 | 36 |
| Kursverluste auf Wertschriften | 6 | 7 |
| Zinsaufwand und übrige Finanzkosten | 114 | 116 |
| Abschreibungen auf Finanzanlagen | 0 | 2 |
| Finanzaufwand | 120 | 124 |
| Total | -89 | -89 |

8 Betriebsfremdes Ergebnis

| | | |
|---|-----------|-----------|
| Mietertrag | 1 | 2 |
| Veräusserungsgewinne auf nicht betrieblichem Anlagevermögen | 42 | 4 |
| Übrige nicht betriebliche Erträge | 2 | 1 |
| Nicht betrieblicher Ertrag | 45 | 7 |
| Nicht betrieblicher Liegenschaftsaufwand inkl. Abschreibungen | 3 | 2 |
| Übriger nicht betrieblicher Aufwand | 4 | 6 |
| Nicht betrieblicher Aufwand | 7 | 9 |
| Total | 38 | -2 |

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 im Wesentlichen nicht betriebliche Aufwendungen und Erträge auf nicht betrieblichen Immobilien.

in Mio. CHF

2013

2012

9 Ertragssteuern

| | | |
|------------------------------------|------------|------------|
| Laufende Ertragssteuern | 189 | 153 |
| Veränderung latente Steuern | -28 | -4 |
| Total | 160 | 148 |
| Durchschnittlicher Steuersatz in % | 22.6 | 21.9 |

Im aktuellen Geschäftsjahr sind auf Verlustvorträgen im Betrag von 945 Mio. CHF (31.12.2012: 1 141 Mio. CHF) keine aktiven latenten Steuern aktiviert worden.

10 Flüssige Mittel

31.12.2013 31.12.2012

| | | |
|---|--------------|------------|
| Kassenbestände, Postcheck- und Bankguthaben | 1 404 | 909 |
| Reka-Checks / Checks / Gutscheine | 28 | 19 |
| Festgelder | 80 | 0 |
| Total | 1 513 | 929 |

11 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

| | | |
|--|------------|------------|
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 953 | 983 |
| Wertberichtigung | -44 | -45 |
| Total | 909 | 938 |

12 Sonstige kurzfristige Forderungen

| | | |
|----------------------------|------------|------------|
| Übrige Forderungen | 318 | 366 |
| Anzahlungen an Lieferanten | 6 | 2 |
| Wertberichtigung | -1 | -1 |
| Total | 324 | 367 |

13 Vorräte

| | | |
|-----------------------------------|--------------|--------------|
| Handelswaren | 2 435 | 2 379 |
| Fertigfabrikate (Produktion) | 123 | 138 |
| Halbfabrikate, Produkte in Arbeit | 115 | 70 |
| Rohmaterial | 98 | 111 |
| Hilfs- und Verpackungsmaterial | 36 | 34 |
| Anzahlungen an Lieferanten | 20 | 30 |
| Wertberichtigung Vorräte | -109 | -139 |
| Total | 2 718 | 2 622 |

| 14 Sachanlagen | Grundstücke und Bauten | Installationen | Mobilien, Maschinen und Informatik | Fahrzeuge | Finanzierungs- Leasing | Anlagen in Bau | Total |
|---|---------------------------|----------------|--|------------|---------------------------|-------------------|--------------|
| in Mio. CHF | | | | | | | |
| Sachanlagen 2013 | | | | | | | |
| Anschaffungswerte 01.01.2013 | 10 922 | 2 740 | 3 984 | 365 | 32 | 181 | 18 224 |
| Investitionen | 321 | 111 | 231 | 59 | 0 | 359 | 1 081 |
| Devestitionen | -222 | -2 | -94 | -28 | -0 | -0 | -346 |
| Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-)) | -2 | 1 | 3 | 2 | 1 | -2 | 2 |
| Reklassifikationen | 83 | 9 | 13 | -2 | -1 | -104 | -1 |
| Stand 31.12.2013 | 11 102 | 2 860 | 4 137 | 397 | 31 | 434 | 18 960 |
| davon unbebaute Grundstücke | 101 | | | | | | 101 |
| davon Anzahlungen | | | | | | 58 | 58 |
| Kumulierte Abschreibungen 01.01.2013 | 4 102 | 1 389 | 2 685 | 197 | 24 | 1 | 8 397 |
| Planmässige Abschreibungen | 284 | 157 | 305 | 46 | 1 | 0 | 793 |
| Ausserplanmässige Abschreibungen | 65 | 7 | 24 | | | 26 | 122 |
| Wertaufholung Sachanlagen | -22 | -0 | -0 | | | | -22 |
| Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen | -176 | -2 | -93 | -26 | -0 | | -298 |
| Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-)) | 2 | 2 | 3 | 1 | 0 | -0 | 9 |
| Reklassifikationen | 39 | -43 | 7 | -1 | -1 | -1 | 0 |
| Stand 31.12.2013 | 4 294 | 1 511 | 2 931 | 215 | 24 | 26 | 9 001 |
| davon unbebaute Grundstücke | 5 | | | | | | 5 |
| davon Anzahlungen | | | | | | | |
| Nettobuchwert 31.12.2013 | 6 808 | 1 349 | 1 205 | 181 | 7 | 407 | 9 959 |
| Sachanlagen 2012 | | | | | | | |
| Anschaffungswerte 01.01.2012 | 10 878 | 2 239 | 3 798 | 341 | 108 | 170 | 17 534 |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis | 29 | 4 | 5 | 0 | | | 38 |
| Investitionen | 304 | 129 | 245 | 49 | 0 | 140 | 867 |
| Devestitionen | -112 | -13 | -77 | -25 | -1 | -1 | -229 |
| Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-)) | 13 | 3 | -2 | -1 | -0 | 1 | 13 |
| Reklassifikationen | -191 | 378 | 16 | 1 | -76 | -128 | -0 |
| Stand 31.12.2012 | 10 922 | 2 740 | 3 984 | 365 | 32 | 181 | 18 224 |
| davon unbebaute Grundstücke | 102 | | | | | | 102 |
| davon Anzahlungen | | | | | | 82 | 82 |
| Kumulierte Abschreibungen 01.01.2012 | 3 862 | 1 111 | 2 453 | 178 | 47 | 1 | 7 652 |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis | 27 | 2 | 4 | 0 | | | 33 |
| Planmässige Abschreibungen | 307 | 152 | 320 | 42 | 1 | | 823 |
| Ausserplanmässige Abschreibungen | 74 | 2 | 6 | 0 | | 1 | 83 |
| Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen | -83 | -12 | -77 | -23 | -1 | -0 | -195 |
| Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-)) | 5 | 0 | -2 | -1 | -0 | 0 | 3 |
| Reklassifikationen | -90 | 133 | -19 | -0 | -24 | -0 | 0 |
| Stand 31.12.2012 | 4 102 | 1 389 | 2 685 | 197 | 24 | 1 | 8 397 |
| davon unbebaute Grundstücke | 16 | | | | | | 16 |
| davon Anzahlungen | | | | | | 1 | 1 |
| Nettobuchwert 31.12.2012 | 6 820 | 1 351 | 1 299 | 169 | 8 | 180 | 9 827 |

In der Position «Grundstücke und Bauten» sind 19 Mio. CHF (31.12.2012: 33 Mio. CHF) nicht betriebliche Grundstücke und Bauten enthalten.

15 Finanzanlagen

in Mio. CHF

Arbeitgeber-
beitrags-
reserve Übrige
Finanz-
anlagen Assoziierte
Organi-
sationen Total

Finanzanlagen 2013

| | Arbeitgeber- beitrags- reserve | Übrige Finanz- anlagen | Assoziierte Organi- sationen | Total |
|---|--------------------------------------|------------------------------|------------------------------------|------------|
| Nettobuchwert 01.01.2013 | 14 | 140 | 158 | 311 |
| Zugang | 0 | 33 | 0 | 33 |
| Abgang | -1 | -32 | | -34 |
| Zuschreibungen (+) / Wertberichtigungen (-) | | 0 | -4 | -4 |
| Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-)) | | -0 | 1 | 0 |
| Reklassifikationen | | -2 | -1 | -3 |
| Stand 31.12.2013 | 12 | 138 | 153 | 304 |

Übrige Finanzanlagen

| | | | | |
|--|--|--|--|------------|
| Darlehen an assoziierte Organisationen | | | | 33 |
| Darlehen an Dritte | | | | 36 |
| Diverse Finanzanlagen | | | | 69 |
| Stand 31.12.2013 | | | | 138 |

Finanzanlagen 2012

| | Arbeitgeber- beitrags- reserve | Übrige Finanz- anlagen | Assoziierte Organi- sationen | Total |
|---|--------------------------------------|------------------------------|------------------------------------|------------|
| Nettobuchwert 01.01.2012 | 18 | 107 | 137 | 261 |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis | | 0 | -4 | -4 |
| Zugang | 0 | 49 | 11 | 60 |
| Abgang | -4 | -13 | -0 | -17 |
| Zuschreibungen (+) / Wertberichtigungen (-) | | 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 an Dritte | | | | 43 |
| Diverse Finanzanlagen | | | | 65 |
| Stand 31.12.2012 | | | | 140 |

16 Immaterielle Anlagen

in Mio. CHF

| | Goodwill | Marken/ Patente/ Lizenzen | Software | Übrige immaterielle Anlagen | Total |
|---|------------|---------------------------------|-----------|-----------------------------------|--------------|
| Immaterielle Anlagen 2013 | | | | | |
| Anschaffungswerte 01.01.2013 | 2 846 | 595 | 329 | 60 | 3 830 |
| Investitionen | 3 | 5 | 35 | 7 | 50 |
| Devestitionen | -0 | -0 | -7 | -2 | -9 |
| Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-)) | -0 | 1 | 1 | 0 | 2 |
| Reklassifikationen | 17 | -7 | 3 | -12 | 1 |
| Stand 31.12.2013 | 2 865 | 594 | 360 | 54 | 3 873 |
| Kumulierte Abschreibungen 01.01.2013 | | | | | |
| Planmässige Abschreibungen | 215 | 27 | 36 | 2 | 280 |
| Ausserplanmässige Abschreibungen | | | 1 | 6 | 7 |
| Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen | -0 | -0 | -7 | -2 | -9 |
| Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-)) | -1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Reklassifikationen | 10 | -6 | 1 | -5 | -0 |
| Stand 31.12.2013 | 2 104 | 224 | 275 | 43 | 2 646 |
| Nettobuchwert 31.12.2013 | 761 | 371 | 85 | 11 | 1 228 |
| Immaterielle Anlagen 2012 | | | | | |
| Anschaffungswerte 01.01.2012 | 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 01.01.2012 | | | | | |
| 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 |

Der Anteil Goodwill von assoziierten Organisationen beträgt 11 Mio. CHF (31.12.2012: 13 Mio. CHF), die entsprechende Abschreibung von 2 Mio. CHF ist im Ergebnis assoziierter Organisationen enthalten.

17 Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten

| | | | |
|--|--|--------------|--------------|
| Bankkontokorrente | | 16 | 5 |
| Bankdarlehen | | 6 | 115 |
| Übrige kurzfristige Finanzverbindlichkeiten | | 29 | 25 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen | | 200 | 200 |
| Kurzfristiger Anteil langfristiger Finanzverbindlichkeiten | | 1 192 | 842 |
| Total | | 1 443 | 1 187 |

18 Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten

| | | | |
|---------------------------------------|--|------------|------------|
| Gutscheine im Umlauf | | 62 | 19 |
| Kundenanzahlungen | | 121 | 161 |
| Übrige Steuern | | 105 | 113 |
| Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten | | 97 | 73 |
| Total | | 385 | 365 |

19 Kurzfristige Rückstellungen

| | Personal- vorsorge | Restruktu- rierungen | Supercard | Übrige Rückst. | Total |
|--|-----------------------|-------------------------|------------|-------------------|------------|
| Stand 01.01.2013 | 22 | 10 | 180 | 101 | 313 |
| Bildung von Rückstellungen | 20 | 0 | 197 | 75 | 292 |
| Verwendung von Rückstellungen | -21 | -8 | -200 | -56 | -286 |
| Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen | -0 | | | -7 | -7 |
| Reklassifikationen | 2 | -0 | 23 | 27 | 52 |
| Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-)) | 0 | 0 | | 0 | 0 |
| Stand 31.12.2013 | 22 | 3 | 200 | 140 | 364 |
| Stand 01.01.2012 | 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 |

Die übrigen kurzfristigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen Rückstellungen für Personal von 25 Mio. CHF (31.12.2012: 25 Mio. CHF) und für Verkaufsstellen von 76 Mio. CHF (31.12.2012: 50 Mio. CHF).

20 Langfristige Finanzverbindlichkeiten

| | | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
|--|------------------|--------------|--------------|
| Depositenkonten | | 1 708 | 1 548 |
| Kassenobligationen | | 322 | 361 |
| Coop-Gruppe Genossenschaft | Apr. 2009 – 2014 | 3½ % | 500 |
| Coop-Gruppe Genossenschaft | Jul. 2009 – 2015 | 3¼ % | 500 |
| Coop-Gruppe Genossenschaft | Jun. 2010 – 2016 | 2 % | 500 |
| Coop-Gruppe Genossenschaft | Sep. 2010 – 2017 | 2 % | 250 |
| Coop-Gruppe Genossenschaft | Jul. 2012 – 2019 | 1¼ % | 250 |
| Bell AG | Mai 2013 – 2018 | 1 % | 175 |
| Bell AG | Mai 2013 – 2022 | 1¾ % | 175 |
| Anleihen | | 2 350 | 2 150 |
| Bankdarlehen | | 34 | 236 |
| Hypotheken | | 129 | 154 |
| Finanzierungs-Leasing | | 4 | 5 |
| Übrige Darlehen | | 42 | 72 |
| Kurzfristiger Anteil langfristiger Finanzverbindlichkeiten | | -1 192 | -842 |
| Total | | 3 397 | 3 685 |

21 Langfristige Rückstellungen

| in Mio. CHF | Personal- vorsorge | Latente Steuern | Supercard | Übrige Rückst. | Total |
|--|-----------------------|--------------------|-----------|-------------------|--------------|
| Stand 01.01.2013 | 68 | 778 | 43 | 194 | 1 084 |
| Bildung von Rückstellungen | 7 | 13 | | 66 | 87 |
| Verwendung von Rückstellungen | -0 | | | -14 | -14 |
| Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen | -0 | -42 | -4 | -8 | -53 |
| Reklassifikationen | 17 | 0 | -23 | -54 | -60 |
| Währungseinfluss (Gewinn (+) / Verlust (-)) | 0 | -1 | | 0 | -0 |
| Stand 31.12.2013 | 92 | 749 | 16 | 185 | 1 042 |
| Stand 01.01.2012 | 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 |

Die übrigen langfristigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen Rückstellungen für Personal von 48 Mio. CHF (31.12.2012: 68 Mio. CHF) und für Verkaufsstellen von 26 Mio. CHF (31.12.2012: 31 Mio. CHF).

22 Vorsorgeeinrichtungen

| Arbeitgeberbeitragsreserve (AGBR) | Nominalwert AGBR | Bilanz | Bilanz | Veränderungen AGBR im Personalaufwand | |
|---|---------------------|------------|------------|--|------------|
| | 31.12.2013 | 31.12.2013 | 31.12.2012 | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
| Patronale Fonds / Patronale Vorsorgeeinrichtungen | 3 | 3 | 4 | 0 | 4 |
| Vorsorgeeinrichtungen | 9 | 9 | 10 | 1 | |
| Total | 12 | 12 | 14 | 1 | 4 |

| Wirtschaftlicher Nutzen / wirtschaftliche Verpflichtung und Vorsorgeaufwand | Über- / Unter- deckung | Wirtschaftlicher Anteil der Coop-Gruppe | | Vorsorgeaufwand im Personalaufwand | |
|---|---------------------------|--|------------|---------------------------------------|------------|
| | 31.12.2013 | 31.12.2013 | 31.12.2012 | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
| Patronale Fonds / Patronale Vorsorgeeinrichtungen | | | | | |
| Vorsorgeeinrichtungen ohne Über- / Unterdeckung | | | | 258 | 247 |
| Vorsorgeeinrichtungen mit Unterdeckung | | | | | |
| Vorsorgeeinrichtungen mit Überdeckung | | | | | |
| Total | | | | 258 | 247 |

| | | | |
|---|--|-----|-----|
| Reglementarische Arbeitgeberbeiträge | | 258 | 247 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen | | 200 | 200 |

23 Ausserbilanzgeschäfte

| | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
|---|------------|------------|
| Bürgschaften, Garantieverpflichtungen | 36 | 40 |
| Buchwert der zur Sicherung eigener Verpflichtungen verpfändeten Aktiven | 239 | 284 |
| Sichergestellte Verbindlichkeiten | 134 | 159 |
| Weitere nicht zu bilanzierende Verpflichtungen | 26 | 26 |

Die weiteren nicht zu bilanzierenden Verpflichtungen umfassen im Wesentlichen die Werbeverpflichtung der Coop-Gruppe aus dem Kaufvertrag über die Betty Bossi AG mit der Ringier AG.

24 Brandversicherungswerte

| | | |
|-------------|--------|--------|
| Sachanlagen | 17 274 | 17 629 |
|-------------|--------|--------|

25 Verpflichtungen aus nicht bilanziertem operativem Leasing

| | | |
|-------------------------------------|----|----|
| fällig innerhalb eines Jahres | 9 | 20 |
| fällig innerhalb von 1 bis 5 Jahren | 29 | 50 |
| fällig nach über 5 Jahren | 32 | 33 |

26 Verpflichtungen aus langfristigen Miet- und Baurechtsverträgen

| | | |
|-------------------------------------|-------|-------|
| fällig innerhalb eines Jahres | 707 | 725 |
| fällig innerhalb von 1 bis 5 Jahren | 2 426 | 2 525 |
| fällig nach über 5 Jahren | 3 548 | 3 945 |

27 Offene derivative Finanzinstrumente

| Finanzinstrument | Zweck | Kontraktwerte | | Aktive Werte | | Passive Werte | |
|-------------------------|------------------|---------------|------------|--------------|------------|---------------|------------|
| | | 31.12.2013 | 31.12.2012 | 31.12.2013 | 31.12.2012 | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
| Devisen | Absicherung | 713 | 612 | 1 | 1 | 3 | 0 |
| Zinssätze | Absicherung | 140 | 289 | | 5 | 3 | 4 |
| Eigenkapitalinstrumente | ohne Absicherung | 3 | 4 | | 0 | 0 | |
| Übrige Basiswerte | Absicherung | 16 | 21 | 2 | 1 | | |

Bell AG besitzt Optionen zur Übernahme von weiteren Anteilen an assoziierten Organisationen (2 % an Hilcona), deren Preis von der zukünftigen Ertragslage abhängt. Dipl. Ing. Fust AG besitzt eine Kaufoption von 2013 bis 2023 für 49.94 % der Service 7000 AG zu einem Preis, der sich nach der Ertragslage der jeweils drei zurückliegenden Jahre richtet.

28 Transaktionen mit nahe stehenden Personen

| Transaktionen mit assoziierten Organisationen | 2013 | 2012 |
|--|------|------|
| Nettoerlöse | 57 | 40 |
| Andere betriebliche Erträge | 98 | 73 |
| Zinserträge | 3 | 0 |
| Warenaufwand | 387 | 354 |
| Büro- und Verwaltungsaufwand | 1 | 2 |
| Werbeaufwand | 0 | 1 |
| Diverse Aufwendungen | 1 | 15 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 6 | 11 |
| Übrige Forderungen | 1 | 1 |
| Aktive Rechnungsabgrenzungen | 48 | 32 |
| Darlehen | 33 | 32 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 46 | 65 |
| Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten | 5 | 5 |
| Passive Rechnungsabgrenzungen | 5 | 0 |

Es bestehen keine weiteren wesentlichen Transaktionen mit weiteren nahe stehenden Personen.

29 Wichtigste Bestandteile beim Erwerb von Organisationen**Coop Genossenschaft****Betty Bossi AG**

| | | |
|----------------------|--|----|
| Forderungen | | 4 |
| Vorräte | | 11 |
| Immaterielle Anlagen | | 3 |
| Verbindlichkeiten | | 15 |

Tropenhaus Wolhusen AG

| | | |
|-------------------------|--|---|
| Immobilien | | 4 |
| Finanzverbindlichkeiten | | 5 |

Transgourmet Holding AG**Eurocash SAS**

| | | |
|-------------------------|--|---|
| Forderungen | | 6 |
| Vorräte | | 6 |
| Immaterielle Anlagen | | 2 |
| Immobilien | | 6 |
| Verbindlichkeiten | | 8 |
| Finanzverbindlichkeiten | | 7 |

30 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.

31 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Die folgenden Gesellschaften werden ab 1. Januar 2014 neu konsolidiert:

- Centre Commercial Moncor AG. Die Immobiliengesellschaft betreibt ein Einkaufszentrum in Villars-sur-Glâne.
- RS Vertriebs AG / nettoShop AG. Die Gesellschaften sind vorwiegend im Online-Handel mit Elektrohaushaltswaren tätig.
- Valentin Pontresina AG. Die Gesellschaft ist im Belieferungsgrosshandel tätig.
- Marché Restaurants Schweiz AG. Die Gesellschaft betreibt Gastronomiebetriebe an Autobahn-Raststätten und am Flughafen Zürich.

Der Verwaltungsrat hat am 12. Februar 2014 die konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe genehmigt. Sie unterliegt der Abnahme durch die Delegiertenversammlung vom 28. März 2014.

| | | | Kapitalanteil am 31.12.2013 % | Kapitalanteil am 31.12.2012 % | Grundkapital am 31.12.2013 Mio. CHF | Ein- bezug ¹ |
|--|------------------------------------|--|-------------------------------------|-------------------------------------|---|----------------------------|
| Coop-Gruppe Genossenschaft | CH-Basel | Beteiligungsgesellschaft | | | | |
| Coop Genossenschaft | CH-Basel | Handel, Produktion | 100.00 | | CHF | V |
| Betty Bossi AG | CH-Zürich | Zeitschriftenverlag | 100.00 | 100.00 | CHF | V |
| Coop Immobilien AG | CH-Bern | Immobilien | 100.00 | 100.00 | CHF | V |
| Dipl. Ing. Fust AG | CH-Oberbüren | Elektrohaushalt, Multimedia | 100.00 | 100.00 | CHF | V |
| Service 7000 AG | CH-Netstal | Reparaturservice | 50.06 | 50.06 | CHF | V |
| Parking des Remparts SA | CH-La Tour-de-Peilz | Parkhaus | 33.33 | 33.33 | CHF | E |
| Pearlwater Mineralquellen AG | CH-Termen | Mineralquellen | 100.00 | 100.00 | CHF | V |
| Soc. Coopération de Collaboration Intern. | BE-Bruxelles | Einkaufsgesellschaft | 25.00 | | EUR | E |
| The Body Shop Switzerland AG | CH-Uster | Schönheits- und Kosmetikprodukte | 100.00 | 100.00 | CHF | V |
| Tropenhaus Frutigen AG | CH-Frutigen | Tropische Produkte, Aquakultur | 72.88 | 69.05 | CHF | V |
| Tropenhaus Wolhusen AG | CH-Wolhusen | Tropische Produkte, Aquakultur | 94.31 | 94.31 | CHF | V |
| Bell AG | CH-Basel | Holding | 66.29 | 66.29 | CHF | 2.0 |
| Bell Deutschland Holding GmbH | DE-Seevetal | Subholding | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Bell Deutschland GmbH & Co. KG | DE-Seevetal | Charcuterie | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Abraham Schwarzwälder Schinken GmbH | DE-Schiltach | Schinkenproduktion | 100.00 | 51.00 | EUR | V |
| Bell Verwaltungs GmbH | DE-Seevetal | Subholding | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Interfresh Food GmbH | DE-Seevetal | Subholding | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Abraham Benelux S.A. | BE-Libramont- Chevigny | Rohschinken | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Abraham France SARL | FR-Bussy-Saint- Georges | Grosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Bell Polska Sp. z o.o. | PL-Niepolomice | Charcuterie | 100.00 | 100.00 | PLN | V |
| Bell Benelux Holding N.V. | BE-Zellik | Subholding | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Bell Logistics N.V. | BE-Zellik | Lagerbetrieb | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Bell Benelux N.V. | BE-Zellik | Handel mit Fleischwaren | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Bell Nederland B.V. | NL-Dr Houten | Handel mit Fleischwaren | 76.00 | 76.00 | EUR | V |
| Bell Czechia s.r.o. | CZ-Praha-Holesovice | Grosshandel | 100.00 | | CZK | V |
| NOVÁK máso - údeniny s.r.o. | SK-Nitra | Handel mit Fleischwaren | 90.00 | 90.00 | EUR | V |
| Sanchez Alcaraz S.L.U. | ES-Casarrubios del Monte | Rohschinken | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| S.C. ZIMBO Romania s.r.l. | RO-Bucuresti | Handel mit Fleischwaren | 100.00 | 100.00 | RON | V |
| ZIMBO Czechia s.r.o. | CZ-Praha-Holesovice | Einzelhandel | 90.00 | 90.00 | CZK | V |
| ZIMBO Húsipari Termelő Kft. | HU-Perbal | Fleisch und Wurstwaren | 99.74 | 99.70 | HUF | V |
| Bell France SAS | FR-Teilhède | Subholding | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Maison de Savoie SAS | FR-Aime | Rohwurst | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Salaison Polette & Cie SAS | FR-Teilhède | Rohwurst | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Saloir de Mirabel SARL | FR-Riom | Rohschinken | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Saloir de Virieu SAS | FR-Virieu-le-Grand | Rohschinken | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| St-André SAS | FR-St-André-sur- Vieux-Jonc | Rohwurst | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Val de Lyon SAS | FR-Saint-Sympho- rien-sur-Coise | Rohwurst | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Bell Schweiz AG | CH-Basel | Frischfleisch, Charcuterie, Geflügel, Meeresfrüchte | 100.00 | 100.00 | CHF | V |
| Centravo Holding AG | CH-Zürich | Verarbeitung Nebenprodukte | 29.80 ² | 29.80 ² | CHF | E |
| Frigo St. Johann AG (per 1.1.2013 fusioniert) | CH-Basel | Logistik, Kühlhausbetrieb | | 100.00 | CHF | V |

| | | | Kapitalanteil am 31.12.2013 % | Kapitalanteil am 31.12.2012 % | Grundkapital am 31.12.2013 Mio. CHF | Ein- bezug ¹ |
|---|--------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|---|----------------------------|
| Hilcona AG | FL-Schaan | Frisch-Convenience | 49.00 | 49.00 | CHF | E |
| Delizio GmbH | DE-Stuttgart | Convenience-Produkte | 100.00 | 100.00 | EUR | E |
| FPH Trust Ltd. | FL-Schaan | Beteiligungsgesellschaft | 100.00 | 100.00 | CHF | E |
| Gusto GmbH | DE-Stuttgart | Convenience-Produkte | 100.00 | 100.00 | EUR | E |
| Hilcona Agrar AG | FL-Schaan | Convenience-Produkte | 100.00 | 100.00 | CHF | E |
| Hilcona Convenience AG | CH-Schafisheim | Convenience-Produkte | 100.00 | 100.00 | CHF | E |
| Hilcona Feinkost GmbH | DE-Leinfelden- Echterdingen | Convenience-Produkte | 100.00 | 100.00 | EUR | E |
| Hilcona Fresh Express | CH-Lupfig | Convenience-Produkte | 100.00 | 100.00 | CHF | E |
| Hilcona France SARL | FR-Montélimar | Convenience-Produkte | 100.00 | 100.00 | EUR | E |
| Hilcona Gourmet SA | CH-Orbe | Convenience-Produkte | 100.00 | 100.00 | CHF | E |
| Hilcona Holding AG | CH-Zug | Beteiligungsgesellschaft | 100.00 | 100.00 | CHF | E |
| Gastro Star AG | CH-Dällikon | Convenience-Produkte | 100.00 | 100.00 | CHF | E |
| Schwarz Viva AG | CH-Villigen | Convenience-Produkte | 100.00 | 100.00 | CHF | E |
| Kamina Handels AG | FL-Schaan | Convenience-Produkte | 100.00 | 100.00 | CHF | E |
| CapCo AG | FL-Vaduz | Versicherungsgesellschaft | 100.00 | 100.00 | CHF | 5.0 V |
| Centre de formation «du Léman» | CH-Jongny | Ausbildung | 100.00 | 100.00 | CHF | 0.0 V |
| Chocolats Halba S.A. de C.V. | HN-San Pedro Sula | Kakaoanbau | 75.00 | | USD | 0.1 V |
| Coop-Bildungszentrum | CH-MuttENZ | Ausbildung | 100.00 | 100.00 | CHF | 0.4 V |
| Coop-ITS-Travel AG | CH-Freienbach | Reisebüro | 50.00 | 50.00 | CHF | E |
| CooperNIC SCRL | BE-Bruxelles | Einkaufsgesellschaft | 20.00 | 20.00 | EUR | E |
| Coop Switzerland Far East Ltd. | HK-Hongkong | Einkaufsgesellschaft | 100.00 | 100.00 | HKD | 0.0 V |
| Coop Mineraloel AG | CH-Allschwil | Tankstellen mit Shopbetrieb | 51.00 | 51.00 | CHF | 10.0 V |
| Tanklager Rothenburg AG | CH-Rothenburg | Unterhalt Tankanlagen | 33.33 | 33.33 | CHF | E |
| Coop Vitality AG | CH-Niederbipp | Apotheken | 51.00 | 51.00 | CHF | 5.0 V |
| Distributis AG (per 1.1.2013 fusioniert) | CH-Dietlikon | Immobilien | | 100.00 | CHF | V |
| Eurobuy GmbH | DE-Köln | Einkaufskooperation | 33.33 | 33.33 | EUR | E |
| Eurogroup SA | BE-Bruxelles | Einkaufsgesellschaft | 50.00 | 50.00 | EUR | E |
| Eurogroup Deutschland GmbH | DE-Langenfeld | Einkaufskooperation | 100.00 | 100.00 | EUR | E |
| Eurogroup España Frutas y Verduras S.A. | ES-Valencia | Einkaufskooperation | 100.00 | 100.00 | EUR | E |
| Eurogroup Italia S.R.L. | IT-Verona | Einkaufskooperation | 100.00 | 100.00 | EUR | E |
| Eurogroup Far East Ltd. | HK-Hong Kong | Einkaufsgesellschaft | 33.33 | 44.44 | HKD | E |
| HiCoPain AG | CH-Dagmersellen | Tiefkühlbackwaren | 40.00 | 40.00 | CHF | E |
| Palink UAB | LT-Vilnius | Detailhandel | 20.00 | 20.00 | LTL | E |
| Panflor AG | CH-Zürich | Getreide und Mahlprodukte | 100.00 | 100.00 | CHF | 0.1 V |
| railCare AG | CH-Härkingen | Betrieb Eisenbahn- unternehmung | 100.00 | 100.00 | CHF | 1.0 V |
| Rosengarten Basel AG | CH-Basel | Einzelhandel | 100.00 | 100.00 | CHF | 0.1 V |
| Steinfels Swiss GmbH | DE-Konstanz | Vertriebsgesellschaft | 100.00 | 100.00 | EUR | 0.0 V |
| Transgourmet Holding AG | CH-Basel | Holding | 100.00 | 100.00 | CHF | 520.1 V |
| transCoop GmbH | DE-Neu-Isenburg | Subholding | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Transgourmet Immobilien GmbH & Co. KG | DE-Pullach | Immobilien | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Transgourmet Foodservice Immobilien GmbH | DE-Mainz | Immobilien | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Transgourmet Beteiligungs GmbH | AT-Wiener Neudorf | Subholding | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| OOO Selgros | RU-Moskwa | Abholgrosshandel | 100.00 | 100.00 | RUB | V |
| OOO Garant-Vozrodenije | RU-Moskwa | Immobilien | 100.00 | 100.00 | RUB | V |
| OOO Mikotrans | RU-Moskwa | Immobilien | 100.00 | 100.00 | RUB | V |
| OOO Selgros Immobilien | RU-Moskwa | Immobilien | 100.00 | 100.00 | RUB | V |
| OOO Veritable | RU-Moskwa | Immobilien | 100.00 | 100.00 | RUB | V |

| | | | Kapitalanteil am 31.12.2013 % | Kapitalanteil am 31.12.2012 % | Grundkapital am 31.12.2013 Mio. CHF | Ein- bezug ¹ |
|---|-----------------------------|-------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|---|----------------------------|
| Transgourmet Deutschland AG | CH-Basel | Subholding | 100.00 | 100.00 | CHF | V |
| OHG FEGRO / SELGROS Cash & Carry GmbH & Co. | DE-Neu-Isenburg | Abholgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| OHG REWE-Foodservice GmbH & Co. | DE-Mainz | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Geo-Marketing GmbH | DE-Mainz | Marketing | 25.00 | 25.00 | EUR | E |
| Transgourmet Seafood GmbH | DE-Bremerhaven | Meeresfrüchte | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Transgourmet Deutschland GmbH | DE-Neu-Isenburg | Holding | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| SELGROS CASH & CARRY S.R.L. | RO-Brasov | Abholgrosshandel | 100.00 | 100.00 | RON | V |
| SELGROS Sp. z o.o. | PL-Poznan | Abholgrosshandel | 100.00 | 100.00 | PLN | V |
| Transgourmet France SAS | FR-Orly | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| ALDIS SUD EST 2 SAS | FR-Saint-Martin- de-Crau | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Eurocash SA | FR-Schiltigheim | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| All Fresh Logistique SAS | FR-Rungis | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Delta logistic SAS | FR-Rungis | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| HOLDI CRENO SA | FR-Châteaurenard | Holding | 19.08 | 19.08 | EUR | E |
| La Goele SAS | FR-Rungis | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Locafresh SAS | FR-Rungis | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Locagroup SAS | FR-Rungis | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Mantes Primeurs SAS | FR-Mantes-la-Jolie | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Sodiexval SAS | FR-Rungis | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Transgourmet Seafood (bisher: Neva Food SAS) | FR-Rungis | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Neva Food (bisher: ALDIS ASP 5 SARL) | FR-Chilly-Mazarin | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| SPEIR SAS | FR-Rungis | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| COFIDA SAS | FR-Rungis | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| ALDIS ASP 6 SARL | FR-Orly | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| BSP SAS | FR-Orly | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Hygedis SAS | FR-Orly | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Anaxis SA | FR-Le Mans | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| GAP SAS | FR-Villepinte | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Monsieur clean SAS (per 1.10.2013 fusioniert) | FR-Nice | Belieferungsgrosshandel | | 100.00 | EUR | V |
| NES SAS | FR-Lezennes | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| PHS Sud Ouest SAS (bisher: PHS Aquitaine SAS) | FR-Orly | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| PHS Côte d'Azur SAS (per 1.10.2013 fusioniert) | FR-Nice | Belieferungsgrosshandel | | 100.00 | EUR | V |
| PHS Sud Est SAS (bisher: PHS Méditerranée SAS) | FR-Vitrolles | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| PHS Rhône-Alpes SAS (per 1.10.2013 fusioniert) | FR-Pont-de-L'isère | Belieferungsgrosshandel | | 100.00 | EUR | V |
| Pro Hygiène Service EST SAS | FR-Fegersheim | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Pro Hygiène Service SARL | FR-Orly | Belieferungsgrosshandel | 82.16 | 82.16 | EUR | V |
| Transgourmet Opérations SAS | FR-Orly | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Transgourmet Immobilier France SAS | FR-Orly | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Transgourmet Finance SNC | FR-Orly | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Transgourmet Management Cie | FR-Orly | Belieferungsgrosshandel | 100.00 | 100.00 | EUR | V |
| Transgourmet Schweiz AG | CH-Basel | Grosshandel | 100.00 | 100.00 | CHF | V |
| Grossopanel AG | CH-Stans | Marktforschung | 39.80 | 39.80 | CHF | E |
| Valentin Pontresina AG | CH-Pontresina | Handel, Import, Export | 50.00 | 50.00 | CHF | E |
| WINE AG VALENTIN & VON SALIS | CH-Pontresina | Getränkehandel | 50.00 | 50.00 | CHF | E |

¹ V = Vollkonsolidierte Gesellschaft

E = Gesellschaft nach der Equity-Methode konsolidiert

² Anteil am Kapital der im Umlauf befindlichen Aktien



Bericht der Revisionsstelle
an die Delegiertenversammlung der
Coop-Gruppe Genossenschaft
Basel

Bericht der Revisionsstelle zur konsolidierten Jahresrechnung

Als Revisionsstelle haben wir die konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe Genossenschaft, bestehend aus Erfolgsrechnung, Bilanz, Geldflussrechnung, Eigenkapitalnachweis und Anhang (Seiten 77-97), für das am 31. Dezember 2013 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 2013 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 vereinbaren Sachverhalte vorliegen.

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

Wir empfehlen, die vorliegende konsolidierte Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG

Dr. Daniel Suter
Revisionsexperte
Leitender Revisor
Basel, 12. Februar 2014

Pascal Bucheli
Revisionsexperte

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

5 000 d / 1 000 f / 600 i / 300 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

Fotografie: Laurent Burst, Zug/Berlin

Porträtbilder Corporate Governance: Heiner H. Schmitt Jr., Basel

Druck: W. Gassmann AG, Biel

Buchbinderei: Scherrer AG Buchbinderei, Urdorf





Coop-Gruppe
Geschäftsbericht
2013