



GESCHÄFTSBERICHT DER COOP-GRUPPE 2019

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/bericht

Herausgeber: Coop Genossenschaft, 4002 Basel
Redaktion/Koordination: Coop PR-Redaktion
Umsetzung: Coop PR-Redaktion/gateB AG, Steinhausen/Zug
Veröffentlichung: April 2020

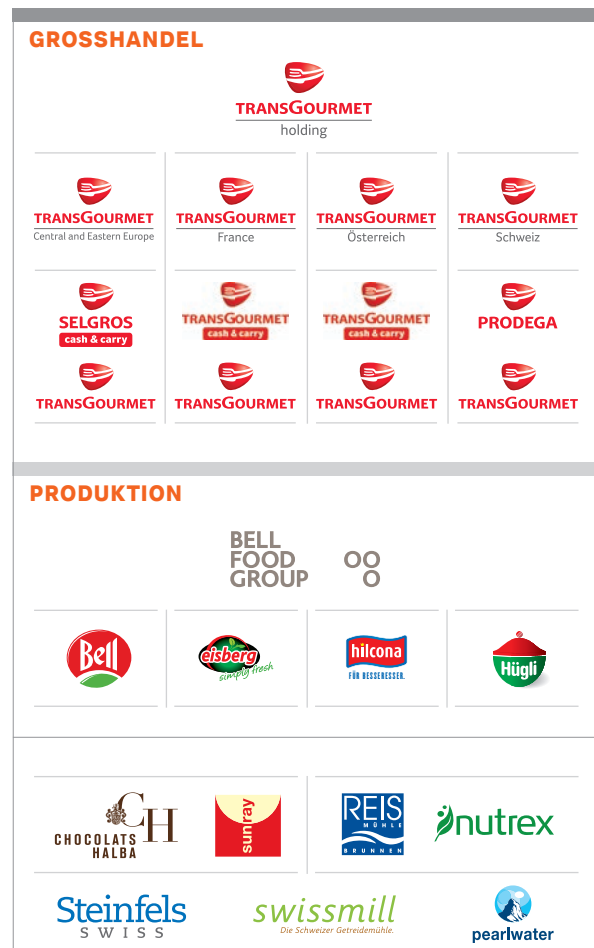
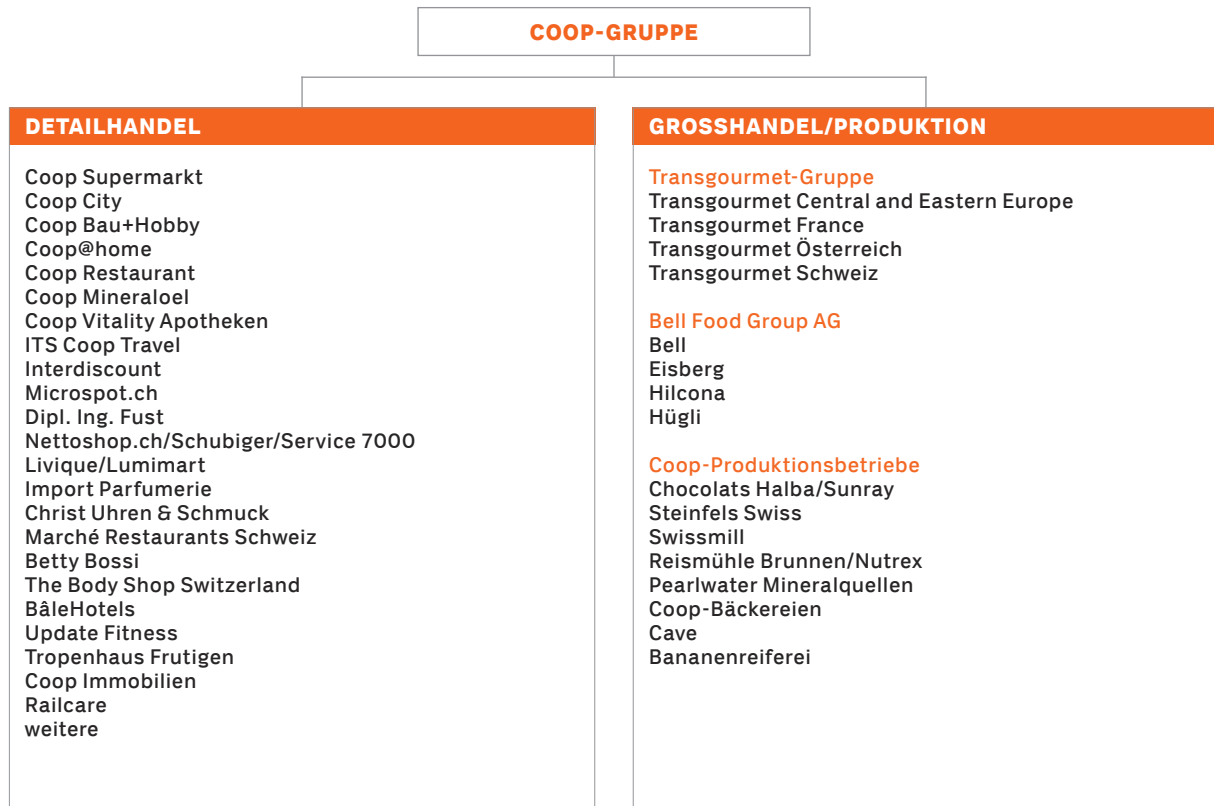
Information/Kontakt
Coop
Info Service
Postfach 2550
CH-4002 Basel
Telefon 0848 888 444
www.coop.ch

Geschäftsbericht der Coop-Gruppe 2019

Geschäftsbereiche der Coop-Gruppe	4
Wichtige Kennzahlen auf einen Blick	5
Vorwort	6
Wichtige Stationen 2019	8
Strategie und Umfeld	10
Unternehmensprofil	10
Strategien und Ziele	10
Wirtschaftliches und politisches Umfeld	12
Mit Nachhaltigkeit an die Spitze	13
Übergeordnete Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit	15
Geschäftsbereich Detailhandel	17
Verkaufsformate und Angebot	18
Logistik, Informatik und Immobilien	30
Mehrleistungen	32
Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion	36
Transgourmet-Gruppe	37
Produktion	45
Mitarbeitende	50
Attraktivität als Arbeitgeberin	51
Ausbildung und Personalentwicklung	52
Corporate Governance	55
Coop-Gruppe in Zahlen	73

Geschäftsbereiche der Coop-Gruppe

Stand 1. März 2020



Wichtige Kennzahlen auf einen Blick

Gesamtumsatz

30 669 Mio. CHF

Nettoerlös Gruppe

29 633 Mio. CHF

davon

20 159 Mio. CHF Schweiz

9 474 Mio. CHF Ausland

Nettoerlös Segmente

17 986 Mio. CHF Detailhandel

14 148 Mio. CHF Grosshandel/Produktion

Nettoerlös Online-Handel

913 Mio. CHF Detailhandel

1 691 Mio. CHF Grosshandel/Produktion

Anzahl Mitarbeitende am 31.12.

47 455 Detailhandel

42 852 Grosshandel/Produktion

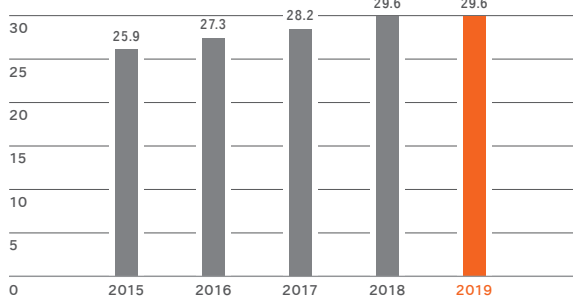
Anzahl Lernende am 31.12.

2 459 Detailhandel

996 Grosshandel/Produktion

Nettoerlös

in Mrd. CHF



Betriebsergebnis

2 046 Mio. CHF EBITDA
6.9% des Nettoerlöses

782 Mio. CHF EBIT
2.6% des Nettoerlöses

Jahresergebnis

531 Mio. CHF
1.8% des Nettoerlöses

Eigenkapital

10 265 Mio. CHF
50.2% Eigenkapitalanteil

Geldfluss aus Betriebstätigkeit

1 877 Mio. CHF

Investitionen in Sachanlagen

888 Mio. CHF Schweiz

360 Mio. CHF Ausland

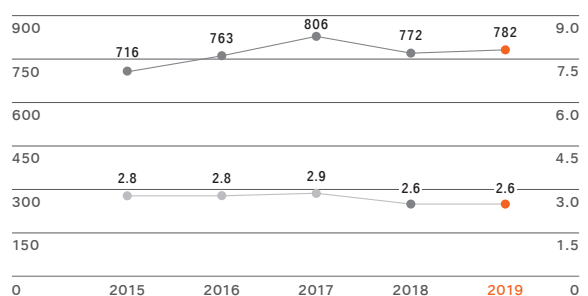
Anzahl Verkaufsstellen/Märkte

2 333 Detailhandel

145 Grosshandel/Produktion

Betriebsergebnis (EBIT)

— in Mio. CHF — in % des Nettoerlöses





Hansueli Loosli und Joos Sutter

Vorwort

Coop weiter auf Erfolgskurs

Coop blickt trotz des schwierigen Marktumfelds auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück und erzielte 2019 einen Umsatz von 30.7 Milliarden Franken. Der Gewinn belief sich auf 531 Millionen Franken.

Im Detailhandel steigerte Coop ihren Nettoerlös um 1.4% auf 18 Milliarden Franken. Mit ihren über 90 000 Mitarbeitenden, den 2 333 Verkaufsstellen und 42 Einkaufszentren bietet Coop ihren Kundinnen und Kunden ein auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Einkaufserlebnis. So wurden 2019 beispielsweise mit dem Umbau des Volkiland in Volketswil oder dem Neubau des Coop Löwenberg in Murten moderne Einkaufszentren realisiert, die verschiedene Verkaufsformate wie Coop Bau+Hobby, Coop City aber auch Interdiscount, Import Parfumerie und weitere unter einem Dach vereinen. Im Bereich Supermarkt entsprechen bereits über 110 Verkaufsstellen dem neuen Ladenbaukonzept 2025+. Dass die hohe Qualität der Sortimente mit einer grossen Auswahl an nachhaltigen Produkten sowie die Vielfalt in Coop-Supermärkten geschätzt werden, zeigt unter anderem die um 2.5% gestiegene Kundenfrequenz.

Bei den Fachformaten wuchs der Nettoerlös gruppenweit auf 7.5 Milliarden Franken an. Die Coop-City-Warenhäuser konnten wiederum Marktanteile hinzugewinnen. Ein positives Wachstum verzeichnete der Bereich Heimelektronik mit den Formaten Interdiscount (+3.4%) und Fust (+2.6%). Auch Coop Vitality entwickelte sich weiterhin stark mit einem Zuwachs von 5.8%. Besonders überzeugen konnte zudem Update Fitness mit einem Wachstum von 21.8%. Mit inzwischen 48 Studios zählt das Unternehmen mittlerweile zu den führenden Fitnessanbietern der Schweiz. Livique/Lumimart steigerte den Nettoerlös um 2% auf über 200 Millionen Franken. Die Coop Mineraloel AG bleibt mit einem Nettoerlös von fast 2.5 Milliarden Franken die Nummer eins im Handel mit Treibstoff und im Convenience-Verkauf

in der Schweiz. Die 314 dazugehörigen Coop-Pronto-Shops mit ihren kundenfreundlichen Öffnungszeiten und der grossen Auswahl an Frisch- und Convenience-Produkten legten im vergangenen Jahr um 1.9% zu.

Im Online-Handel machte Coop abermals einen grossen Schritt nach vorne und erwirtschaftete in diesem Kanal insgesamt 2.6 Milliarden Franken. Dazu massgeblich beigetragen haben die Onlineshops im Bereich Heimelektronik mit einem Wachstum von 17.5% auf über 600 Millionen Franken. Einen Meilenstein stellte der Umbau von Microspot.ch vom Heim- und Unterhaltungselektronik-Anbieter zum umfassenden Schweizer Non-Food-Online-Einkaufszentrum mit Marktplatz-Funktion dar. Der Online-Supermarkt Coop@home verzeichnete ein Wachstum von 5.4% und konnte damit Marktanteile gewinnen.

Der Nettoerlös des Geschäftsbereichs Grosshandel – der Transgourmet-Gruppe – belief sich auf insgesamt 9.7 Milliarden Franken, was einem Wachstum in Landeswährung von 3.7% entspricht. Transgourmet stärkte damit ihre Position im europäischen Abhol- und Belieferungsgrosshandel und wuchs in allen Ländern. Im vergangenen Jahr fokussierte sich Transgourmet vor allem auf den Ausbau des Frische-Angebots und die Vereinheitlichung länderübergreifender IT-Systeme, welche massgeschneiderte digitale Dienstleistungen für ihre Kunden ermöglichen. Mit dem Kauf der Emmi Frisch-Service AG baute Transgourmet zudem ihre Molkerei-Kompetenz in der Schweiz aus. In Österreich erwarb das Unternehmen die Gastro Profi GmbH und damit umfassende Expertise in der stark expandierenden Ethno-Gastronomie. In Deutschland gehört neu Sanalogic, eines der führenden Unternehmen für IT-gestütztes Verpflegungsmanagement im Care-Bereich, als hundertprozentige Tochter zu Transgourmet.

Der Nettoerlös der Produktionsbetriebe wuchs in Landeswährung um 0.5% und beträgt 4.8 Milliarden Franken. Das Geschäftsjahr der Bell Food Group war geprägt durch die stark steigenden Rohmaterialpreise für Schweinefleisch in Europa, den organisatorischen Umbau von Bell Deutschland, die Inbetriebnahme des modernsten Convenience-Betriebs Europas im österreichischen Marchtrenk und einen guten Geschäftsgang in der Schweiz im zweiten Halbjahr.

Der Umsatz der Coop-Gruppe mit nachhaltigen Produkten wuchs 2019 um 40 Millionen auf über 4.7 Milliarden Franken. Auch der Umsatz mit Bio-Produkten hat sich mit einem Wachstum von 8.4% weiterhin erfreulich entwickelt. Damit bleibt Coop die unumstrittene Nummer 1 in diesem Bereich. Mit dem "Tag der guten Tat" 2019 setzte Coop zudem ein weiteres wichtiges Zeichen in ihrem langjährigen Engagement für die Gesellschaft und die Natur. Hunderttausende von Freiwilligen beteiligten sich am Aktionstag und zeigten ihre Solidarität gegenüber Mitmenschen und Umwelt. Die zahlreichen Taten erfreuten Gross und Klein und schafften eine positive Bewegung in allen Landesteilen der Schweiz. Neben anderen Initiativen im Bereich Nachhaltigkeit wird der "Tag der guten Tat" im Jahr 2020 erneut durchgeführt.

Die Coop-Gruppe ist gut für die Zukunft gerüstet. Sie steht auf einem sehr soliden finanziellen Fundament. Und sie hat in allen Unternehmensbereichen sehr engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich täglich für die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden einsetzen. All diesen Mitarbeitenden danken wir an dieser Stelle herzlich.



Hansueli Loosli
Präsident des Verwaltungsrates



Joos Sutter
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Wichtige Stationen 2019



Januar

Transgourmet übernimmt Gastro Profi GmbH
Transgourmet Österreich übernimmt die Gastro Profi GmbH und vergrössert damit ihr Angebot im Bereich Ethno-Gastronomie. Das auf den Gastronomie-Grosshandel spezialisierte Unternehmen behält seine Eigenständigkeit. Alle Arbeitsplätze bleiben erhalten.

Februar

Transgourmet übernimmt die Emmi Frisch-Service AG
Transgourmet übernimmt die Emmi Frisch-Service AG mitsamt allen Mitarbeitenden. Das Unternehmen beliefert rund 600 Betriebe aus den Bereichen Foodservice, Spitäler- und Pflegeheime, Convenience-Stores sowie Grossisten.

Coop eröffnet Fooby-Store in Lausanne

Im einstigen Kursaal-Théâtre am Bel-Air-Platz in Lausanne eröffnet Coop den ersten Fooby-Store. Hier dreht sich alles um Handwerk, Regionalität und Nachhaltigkeit.

2x 100 000 Franken für Nothilfe an das SRK

Nach dem Tropensturm Idai spendet Coop 100 000 Franken für die Soforthilfe in Malawi an das Schweizerische Rote Kreuz (SRK). Im November folgte nach dem verheerenden Erdbeben in Albanien eine weitere Spende an eine Rettungsorganisation des SRK.

März

Doris Leuthard wird Coop-Verwaltungsrätin
Am 28. März 2019 wählt die Coop-Delegiertenversammlung die ehemalige Bundesrätin Doris Leuthard in den Coop-Verwaltungsrat.



April

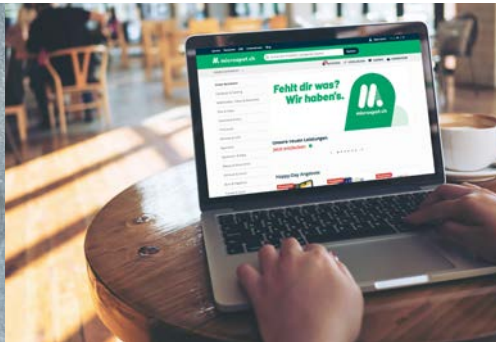
WWF zeichnet Coop erneut aus
Der WWF hat die wichtigsten Schweizer Gross- und Detailhändler einem neuerlichen Umwelttrating unterzogen. Gegenüber der letzten Bewertung 2015 hat sich Coop in praktisch allen Themenfeldern weiter gesteigert. Die Nachhaltigkeitsleistungen von Coop werden als "richtungsweisend" und in verschiedenen Bereichen als "visionär" bezeichnet.

Mai

Coop ruft "Tag der guten Tat" ins Leben
Gemeinsam mit fünf grossen Partnern ruft Coop den "Tag der guten Tat" ins Leben. Mit diesem Engagement möchte Coop Aufmerksamkeit auf freiwilliges Engagement und solidarische Gesten gegenüber Mitmenschen lenken. Im Rahmen dieser ersten Ausgabe engagierten sich Hunderttausende von Freiwilligen beim "Tag der guten Tat", der künftig jährlich stattfinden soll.

Juni

Sapori d'Italia neu auch im Coop Supermarkt
Die vier Sapori-d'Italia-Läden von Coop finden grossen Anklang. Coop holt nun über 100 authentisch italienische Spezialitäten und Neuheiten von Sapori-d'Italia in ihre Supermärkte.



Juli

Coop lanciert erstes Schweizer Mehrwegsystem für Take-away-Verpackungen

Mit reCIRCLE lanciert Coop das erste Mehrwegsystem für Take-away-Verpackungen in der Schweiz. Das Pilot-Projekt startet in Basel und trägt dazu bei, dass beim Take-Away weniger Einweggeschirr gebraucht wird und damit weniger Abfall entsteht.

August

Microspot.ch wird zum umfassenden Non-Food-Online-Einkaufszentrum

Microspot.ch wird vom Heim- und Unterhaltungselektronik-Anbieter zum umfassenden Schweizer Online-Einkaufszentrum. Das Sortiment wurde stark ausgebaut und Lieferleistungen sowie Kundenservices wurden verbessert.

September

Fust eröffnet ihr neues Logistikzentrum

Am 12. September eröffnet Fust in Oberbüren ihr neues Logistikzentrum. In einer Bauzeit von nur zwei Jahren wurde die Fläche des bisherigen Lagers verdoppelt und die Logistik stark automatisiert. Vom diesem zentralen Standort aus werden alle 156 Filialen und 12 Heimlieferdepots beliefert.

Bell Food Group nimmt das modernste Convenience-Werk in Europa in Betrieb

Mit der Inbetriebnahme des modernsten Convenience-Werkes Europas in Österreich baut die Bell Food Group ihre Marktposition in diesem Bereich weiter aus.



Oktober

Coop unterstützt Alp im Oberwallis

Pro verkauftem 1.-August-Weggen geht ein Teil des Verkaufserlöses an die Coop Patenschaft für Berggebiete. Dank dieser Aktion ermöglichte die Coop Patenschaft die wichtige Sanierung der Alpe Frid im Kanton Wallis.

November

Microspot.ch wird zum Marktplatz

Microspot.ch führt die Marktplatzfunktion ein. Ab November können ausgewählte Dritthändler ihre Produkte unter eigenem Namen und auf eigene Rechnung im Schweizer Online-Einkaufszentrum verkaufen.

Neueröffnung Coop City St. Annahof

Das bekannte Zürcher Coop-Warenhaus präsentiert sich nach erfolgreichem Umbau in neuem, modernem Kleid. Das Traditionshaus hat sein Sortiment in den Bereichen Schmuck, Kosmetik, Textil sowie Spielwaren verstärkt und bietet das grösste Lebensmittelangebot an der Bahnhofstrasse.

Eröffnung Volkiland

Das neue Volkiland wird wiedereröffnet und damit auch der Coop-Megastore. Dieser wurde im Rahmen des Totalumbaus des Einkaufszentrums auf rund 5 450 m² vergrössert und nach dem neuesten Ladenbaukonzept modernisiert.

Strategie und Umfeld

Mit innovativen Sortimenten, der Expansion von modernen Ladenkonzepten und neuen Formaten setzt Coop Akzente und kann damit ihre Stellung im Schweizer Detailhandel stärken. Coop setzt in allen Bereichen auf die Digitalisierung, automatisiert Prozesse und passt die Supply Chain an neue Anforderungen an. Im Grosshandel arbeitet Coop mit Transgourmet am Ausbau ihrer Kompetenzen und expandiert in den bestehenden Märkten. Mit der Produktion setzt Coop bei strategisch wichtigen Gütern auf Nachhaltigkeit und Vertikalisierung und profitiert von einer effizienten Organisation.

Unternehmensprofil

Aktiv im Detailhandel sowie im Grosshandel und in der Produktion

Die Coop-Gruppe ist in den Geschäftsbereichen Detailhandel sowie Grosshandel und Produktion tätig. Im Detailhandel führt Coop neben den Supermärkten verschiedene Fachformate in der Schweiz. Mit vielen dieser Formate ist die Coop-Gruppe Marktführerin. Im Grosshandel ist die Coop-Gruppe mit Transgourmet in Deutschland, Polen, Rumänien, Russland, Frankreich, Österreich und der Schweiz tätig. Die Transgourmet-Gruppe ist Europas zweitgrösstes Cash & Carry- und Foodservice-Unternehmen. Im Bereich Produktion ist die international tätige Bell Food Group der grösste Betrieb der Coop-Gruppe. Neben der Bell Food Group führt Coop weitere Produktionsbetriebe in der Schweiz.

Die Coop-Gruppe ist eine Genossenschaft

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

Strategien und Ziele

Ausrichtung entlang des Leitbildes

Eine gemeinsame Vision, ein gemeinsames Leitbild und unternehmensspezifische Missionen prägen die tägliche Arbeit und die Unternehmenskultur der Coop-Gruppe. Für die insgesamt über 90 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gilt dieselbe Gruppen-Vision: "Gemeinsam an die Spitze". Auch das Leitbild ist allen Verkaufsformaten und Unternehmen der Coop-Gruppe gemeinsam. Es drückt aus, wie wir unsere Arbeit verstehen: nah, vielfältig, profiliert, innovativ und partnerschaftlich. Die Missionen werden für jedes Unternehmen und jedes Format individuell festgelegt und widerspiegeln die Positionierung in der Branche sowie die strategische Ausrichtung. Mit ihren jeweiligen Missionen leisten die Unternehmen und die Formate ihren Beitrag zur gruppenweiten Vision und zum Leitbild.

Wachstum und Internationalisierung

Die Coop-Gruppe verfolgt bezüglich Wachstum und Internationalisierung zwei Stossrichtungen. Im Detailhandel geht es darum, das Verkaufsstellennetz in der Schweiz gezielt zu optimieren. Dies geschieht mittels Sortimentsanpassungen und durch die Lancierung neuer Formate, welche gezielt Trends aufnehmen. Ausserdem unterstützt die Digitalisierung die Coop-Unternehmen dabei, neue Online-Shops und Dienstleistungen einzuführen, das Omnichannel-Angebot weiter auszubauen und Prozesse effizienter zu gestalten. Damit stärkt die Coop-Gruppe ihre Position im Inlandsmarkt. Im Grosshandel gilt es, neue Märkte in Europa zu erschliessen und damit die Marktposition der Transgourmet-Einheiten auszubauen. Dies kann sowohl durch organisches Wachstum als auch durch Akquisitionen sichergestellt werden.

Vertikalisierung

Bei strategisch besonders wichtigen Gütern setzt Coop auf Vertikalisierung – die Integration von Produktionsbetrieben in ihre Geschäftstätigkeit. Sei es bei Fleisch von der Bell Food Group, bei Wasser von Pearlwater, Getreide von Swissmill oder Schokolade von Chocolats Halba/Sunray: Durch die Integration der Produktionsbetriebe kann Coop rasch auf neue Trends reagieren und die Synergien zwischen den Geschäftsbereichen Detailhandel und Grosshandel/Produktion nutzen. Die Geschäftsbereiche arbeiten generell eng zusammen und nutzen Synergien in der Beschaffung oder der Logistik. Zudem stellen die Produktionsbetriebe Produkte für den Detail- und den Grosshandel her. Ziel ist es, das vorhandene Synergiepotenzial auszuschöpfen, mit den Produkten das Sortiment zu differenzieren und noch mehr Effizienz zugunsten günstigerer Konsumentenpreise zu erreichen.

Digitalisierung

Im Bereich der Digitalisierung verfolgt Coop zwei Hauptstossrichtungen. Die Digitalisierung soll in erster Linie dazu beitragen, die individuellen Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden noch besser zu befriedigen und den Einkaufsprozess zu vereinfachen. Gleichzeitig soll sie die Prozesse im Hintergrund noch effizienter und kostengünstiger gestalten. Coop hat dazu eigens ein Digitalisierungskonzept erstellt. Dieses Konzept orientiert sich konsequent an der Kundenleistung und untergliedert sich in sieben Säulen. Themen wie “E-Business & CRM”, “Category Management & Einkauf”, “Kommunikation”, “Warenflussmanagement” und “Logistik” sowie “E-Backoffice” und “Infrastruktur IT” stehen dabei im Vordergrund. Coop versteht die Digitalisierung auch als Chance für den Einstieg in neue Geschäftsmodelle. Die Bedeutung des Themas Digitalisierung hat Coop auch dazu veranlasst, eine Hauptpartnerin von Digital Switzerland sowie des Kickstart Accelerator – dem Digital-Innovation-Hub für Start-ups – zu werden. Besonders hervorzuheben ist auch der Omnichannel-Ansatz, die Verbindung von Online-Handel und stationärem Handel. Die Coop-Unternehmen zählen 2019 zu den führenden Schweizer Unternehmen im Online-Handel. Fast alle Fachformate verfügen über einen Online-Shop. Die online bestellte Ware wird wahlweise nach Hause geliefert oder kann in der Verkaufsstelle des jeweiligen Fachformats oder an einer der über 1 100 Pick-up-Stationen selbst abgeholt werden. Mithilfe ihres breiten Verkaufsstellennetzes baut die Coop-Gruppe die Anzahl an Pick-up-Stationen in der Schweiz konsequent aus. Insgesamt betreibt die Coop-Gruppe 40 Online-Shops, davon 23 im Detailhandel und 17 im Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion.

Neben dem Omnichannel-Ansatz setzt Coop auf die E-Business-Plattform Microspot. Microspot ist die Non-Food-Plattform der Coop-Gruppe. Dieses Schweizer Online-Einkaufszentrum integriert nationale und internationale Grosshändler als Distributoren und bietet ein umfassendes, vielfältiges Angebot an Non-Food-Produkten. Bei Microspot gibt es ausserdem Produkte der Non-Food-Formate der Coop-Gruppe, beispielsweise von Coop Bau+Hobby, Import Parfumerie oder Christ Uhren & Schmuck.

Beschaffungsstrategie

Mit der Beschaffungsstrategie zielt Coop darauf ab, den Zugang zu Rohstoffquellen und deren hohe Qualität sicherzustellen. In der Schweiz setzt Coop auf langfristige Partnerschaften mit der Schweizer Landwirtschaft. Die Beschaffung von regionalen und lokalen Produkten sowie Bio-Produkten spielt hier eine wichtige Rolle. Eine zentrale Bedeutung kommt der Nachhaltigkeit zu – sowohl bei der Beschaffung im Inland als auch im Ausland. So setzt Coop in Zusammenarbeit mit Produzenten insbesondere in Schwellen- und Entwicklungsländern eine Vielzahl von Projekten mit hohen Sozial- und Umweltstandards um. Mit den Projekten stabilisiert sie zudem die Einkommen und die Produktion in diesen Ländern.

Die Beschaffung von Food- und Non-Food-Produkten in Asien wickelt die Coop-Gruppe über ihre Tochtergesellschaft Eurogroup Far East Ltd. ab. Diese unterstützt auch die Geschäftspartner in Fernost bei der Umsetzung von Umwelt- und Sozialstandards.

Für die Beschaffung von Früchten und Gemüse in Spanien und Italien ist die Coop-Tochtergesellschaft Alifresca verantwortlich. Die Kundinnen und Kunden profitieren nicht nur von der Qualitätssicherung durch Alifresca – das Unternehmen liefert die Ware auch an sämtliche Verteilstellen der Coop-Gruppe in ganz Europa und sichert dafür die entsprechenden Mengen auf den Märkten. Auch Agecore – die international bedeutende Einkaufsallianz in Europa zur Förderung der Entwicklung grenzüberschreitender Aktivitäten im Einzelhandelssektor – soll weitere Synergien im Einkauf freisetzen.

Coop setzt national und international auf langfristige Partnerschaften mit ihren Lieferanten. Gemeinsam mit ihnen optimiert Coop die Supply-Chain-Kette und nutzt Synergien.

Qualitätsmanagement

Bereits seit 114 Jahren betreibt Coop Labors, um ihren hohen Anforderungen an die Produktqualität gerecht zu werden. Risikoorientiert werden Produkte nicht nur nach den gesetzlichen Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen getestet – darüber hinaus ist es insbesondere die Einhaltung der strengen Coop-spezifischen Standards, die auf jeder Stufe der Warenkette überprüft wird. Auch Geschäftspartner von Coop und die Coop-Mitarbeitenden sind bei der Sicherstellung der Qualität von zentraler Bedeutung. Coop wählt verlässliche Geschäftspartner aus, die die Qualitätsanforderungen erfüllen und deren Herstellprozesse nach internationalen Standards zertifiziert sind. Für die Eigenmarken und Labels bestehen Kontrollkonzepte, mit deren Hilfe die Einhaltung der jeweiligen Vorgaben garantiert wird. Neben den eigenen Kontrolltätigkeiten durch Qualitätssicherungsexperten arbeitet Coop mit unabhängigen Kontrollstellen zusammen.

Zielsetzungsprozess

Damit aus langfristigen Strategien Jahr für Jahr wirkungsvolle Massnahmen entstehen, betreibt die Coop-Gruppe seit 2001 einen einheitlichen, Top-down-getriebenen Zielsetzungsprozess. Sie definiert jedes Jahr übergeordnete Ziele, die für die gesamte Gruppe gelten. Auf Basis dieser Ziele werden konkrete Massnahmen bis zu den operativen Ebenen entwickelt. Mit Blick auf eine kontinuierliche Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsengagements hat die Coop-Gruppe für alle Geschäftsbereiche Mehrjahresziele zu den drei Säulen ihres Nachhaltigkeitskonzepts definiert.

Wirtschaftliches und politisches Umfeld

Umsätze im Schweizer Detailhandel

Der Schweizer Detailhandel konnte sich 2019 etwas erholen. Die nominalen Umsätze stiegen allerdings nur leicht an. Der Sektor Food stagnierte und konnte nur minimal das Vorjahresniveau übertreffen. Der Sektor Non-Food erholte sich hingegen und erreichte nach Jahren rückläufiger Umsätze erstmals ein leichtes Plus.

Vorstösse im Bereich Littering und Abfall

Die Themen Littering und Abfall haben im Berichtsjahr an Bedeutung gewonnen. Etliche politische Vorstösse fordern Massnahmen für verbesserte Recyclingsysteme, Plastikverbote und die Bekämpfung von Littering. Coop leistet als verantwortungsbewusste Detailhändlerin einen grossen Beitrag zu weniger Plastikeinsatz bei Verpackungen und bietet Mehrweggebinde in ihren Sortimenten an. Dabei unterstützt Coop pragmatische Lösungen, welche das Verursacherprinzip ernst nehmen und die bestehende Kompetenzaufteilung zwischen Detailhandel und Gemeinden berücksichtigen. Seit 2012 hat Coop nahezu 24 000 Tonnen Verpackungsmaterial reduziert. Das Ziel ist, bis Ende 2020 weitere rund 4 000 Tonnen Verpackungsmaterial einzusparen.

Mit Nachhaltigkeit an die Spitze

Nachhaltigkeit ist Teil der Unternehmens-DNA von Coop und fliesst in alle relevanten Strategien ein. Im Fokus stehen nachhaltige Produkte, Umwelt- und Klimaschutz sowie das Engagement für die Mitarbeitenden und die Gesellschaft. Coop leistet mit ihrem Nachhaltigkeitsmanagement einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg und für die Allgemeinheit.

Starke Verankerung der Nachhaltigkeit

Nach 30 Jahren intensiven Engagements im Bereich Nachhaltigkeit ist diese zu einem wesentlichen Teil der Unternehmens-DNA von Coop geworden. Die Coop-Gruppe hat Nachhaltigkeit in ihren Statuten, ihrem Leitbild und ihren Missionen verankert und in alle relevanten Strategien und Prozesse integriert. Beispielsweise fließen Nachhaltigkeitsziele systematisch in den umfassenden Zielsetzungsprozess, in die Ausbildung der Mitarbeitenden sowie in die betrieblichen Prozesse und Abläufe ein.

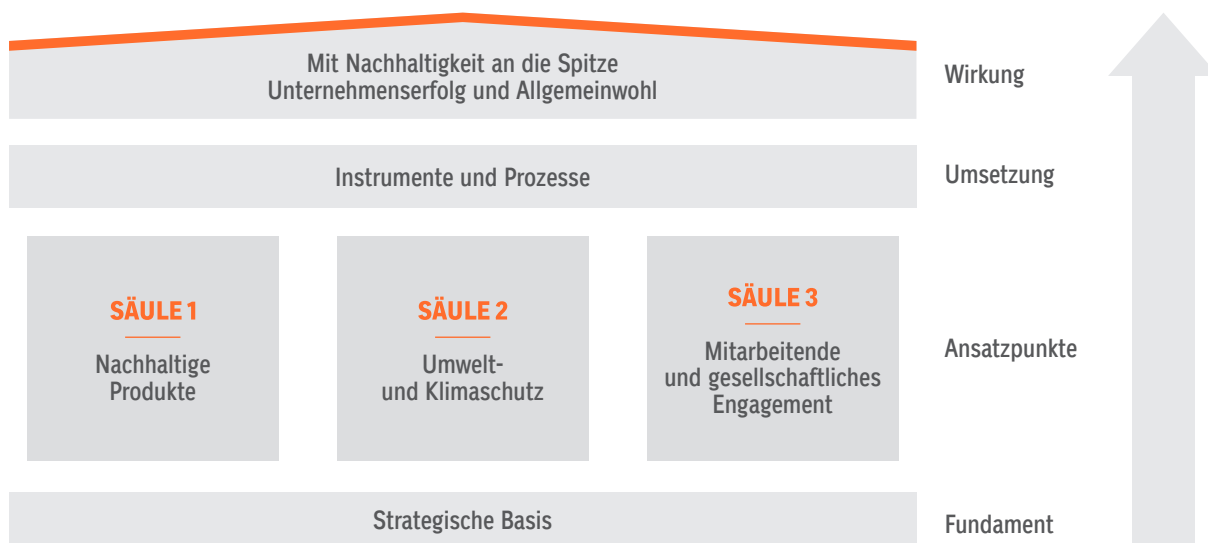
Mit ihrem umfassenden Nachhaltigkeitsansatz will sich die Coop-Gruppe durch Mehrleistungen in den verschiedenen Märkten differenzieren, den Zugang zu den Ressourcen sichern und mit Nachhaltigkeit einen gemeinsamen Wert in der Coop-Gruppe schaffen. Zudem stellt Coop damit sicher, dass die steigenden Anforderungen seitens Gesellschaft und Politik in der gesamten Geschäftstätigkeit effizient und glaubwürdig umgesetzt werden, und leistet damit einen Beitrag für die Allgemeinheit.

Über ihre zahlreichen Massnahmen im Bereich Nachhaltigkeit berichtet Coop insbesondere in der Coopzeitung, auf der Internetplattform taten-statt-worte.ch sowie im integrierten Geschäftsbericht der Coop-Gruppe. Jährlich wird ein Fortschrittsbericht Nachhaltigkeit veröffentlicht. Der Bericht informiert mittels spezifischer Fachinformationen detailliert über das Nachhaltigkeitsengagement und den Erreichungsgrad der Mehrjahresziele im Bereich Nachhaltigkeit von Coop.

Ganzheitlich und mit hoher Relevanz

Die Nachhaltigkeitsanstrengungen von Coop konzentrieren sich auf jene Bereiche, in denen Coop eine grosse Hebelwirkung erzielen kann. Diese Bereiche werden durch interne Analysen bestimmt und weisen eine hohe soziale, ökologische oder ökonomische Relevanz auf. Coop nutzt für die Schwerpunktlegung eine Vielzahl an Instrumenten wie Sortiment-Screenings, Ökobilanzen, Risiko-Monitorings oder Stakeholderdialoge. Bei der Auswahl spielen auch gesellschaftliche Erwartungen und politische Forderungen eine wichtige Rolle.

Die wesentlichen Bereiche spiegeln sich im Strategiekonzept Nachhaltigkeit von Coop wider. Es beschreibt, wie das Thema Nachhaltigkeit bei Coop gesteuert wird und wie Nachhaltigkeit ganzheitlich in das bestehende Managementsystem integriert ist. Das Strategiekonzept orientiert sich an drei Säulen (nachhaltige Produkte, Umwelt- und Klimaschutz sowie Mitarbeitende und gesellschaftliches Engagement), die auf das Fundament, die strategische Basis, aufbauen. Die drei Säulen repräsentieren die Ansatzpunkte, welche die Unternehmen der Coop-Gruppe in ihr unternehmerisches Handeln integrieren. Das Zusammenspiel all dieser Elemente resultiert in der erfolgreichen Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele und spiegelt sich im Unternehmenserfolg und im Allgemeinwohl wider.



Die strategische Basis

Coop ist eine Genossenschaft und fördert die wirtschaftlichen und sozialen Interessen ihrer Mitglieder und ihrer Konsumentinnen und Konsumenten. Marktwirtschaftliche, ökologische und ethische Grundsätze sichern die Wettbewerbsfähigkeit und das Fortbestehen der Genossenschaft. Die Nachhaltigkeit ist auch zentraler Bestandteil der Vision 2025+, mit der sich Coop über nachhaltige Produkte und Engagement in Nachhaltigkeitsprojekten von ihren Wettbewerbern differenziert. Auch die Leitsätze der Nachhaltigkeit tragen zu dieser Differenzierung bei: Sie legen fest, welche Leitlinien bei der Umsetzung übergeordneter Ziele gelten, und dienen der internen Kommunikation in der gesamten Coop-Gruppe.

Säule 1: Nachhaltige Produkte

Coop setzt sich in allen Sortimentsbereichen entlang der gesamten Wertschöpfungskette für die Einhaltung von anspruchsvollen Mindestanforderungen ein. Darüber hinaus engagiert sich Coop mit wegweisenden Beschaffungsprojekten und langjährigen Partnerschaften für den biologischen Landbau, den fairen Handel, die Förderung des Tierwohls und den Erhalt der Biodiversität. Dabei spielen die Nachhaltigkeitseigenmarken und -gütesiegel eine wichtige Rolle, über die sich Coop mithilfe der höchsten Standards im Schweizer Detailhandel differenziert. Mit einer bewussten Sortimentsgestaltung, zielgerichteter Kundeninformation und vielseitigen Werbemaßnahmen fördert Coop nachhaltigen Konsum.

Säule 2: Umwelt- und Klimaschutz

Der effiziente Umgang mit Ressourcen und Energie trägt auch zur Kostensenkung bei. Im Fokus der Anstrengungen von Coop stehen die Reduktion des Energieverbrauchs und die vermehrte Nutzung erneuerbarer Energien sowie die konsequente Umsetzung der bereits 2008 verabschiedeten Vision "CO₂-neutral bis 2023". Diesbezüglich hat Coop einen Absenkpfad definiert, dessen Umsetzung mit eigens festgelegten Massnahmen und Zielen weiterhin auf Kurs ist. Weitere wichtige Themen sind Verpackungsoptimierung, Abfallvermeidung und Recycling, Logistik und Warentransport sowie Wassermanagement und nachhaltiges Bauen. Besondere Anstrengungen unternimmt Coop im Bereich der Verpackungsoptimierung, wo sie sich zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Plastik verpflichtet.

Säule 3: Mitarbeitende und gesellschaftliches Engagement

Unter der Säule 3 fasst Coop ihr Engagement für die Mitarbeitenden und soziale Projekte mit Bedeutung für die Gesellschaft zusammen. Die Lehrlingsausbildung, ein schweizweit einheitlicher, fortschrittlicher Gesamtarbeitsvertrag sowie eine grosszügig geregelte Altersvorsorge sind wichtige Leistungen von Coop als Arbeitgeberin. Durch die Unterstützung der Organisationen "Schweizer Tafel" und "Tischlein deck dich" leistet Coop einen wichtigen Beitrag zum verantwortungsbewussten Umgang mit Lebensmitteln. Zentral ist auch das Engagement über die Coop Patenschaft für Berggebiete sowie die Zusammenarbeit mit strategischen Partnern wie dem Schweizerischen Roten Kreuz (SRK). Mit dem jährlich stattfindenden "Tag der guten Tat" nutzt Coop ihre Verankerung in der breiten Bevölkerung und ruft schweizweit erfolgreich zu freiwilligen guten Taten für die Gesellschaft und die Umwelt auf.

Coop Fonds für Nachhaltigkeit

Über den Coop Fonds für Nachhaltigkeit finanziert Coop Projekte aus allen drei Säulen. Kundinnen und Kunden erleben das Ergebnis dieser Projekte nicht nur im Coop-Sortiment bei ihrem täglichen Einkauf: Im Rahmen von Aktionen und Veranstaltungen für die Mitarbeitenden und die Öffentlichkeit werden die innovativen Lösungsansätze des Fonds in wichtigen gesellschaftlichen und ökologischen Themen unmittelbar erlebbar. Durch Pionierleistungen in Sachen Nachhaltigkeit sensibilisiert Coop die Öffentlichkeit für einen nachhaltigen Konsum. Dem Coop Fonds für Nachhaltigkeit stehen für die Unterstützung solcher Projekte jährlich mindestens 16,5 Millionen Franken zur Verfügung.

Informationen zu Projekten des Coop Fonds für Nachhaltigkeit gibt es unter:

www.taten-statt-worte.ch/fonds.

Strategische Verankerung im Grosshandel und in der Produktion

Alle Unternehmen der Transgourmet-Gruppe, die Bell Food Group sowie die wesentlichen Coop-Produktionsbetriebe verfügen über eigene Nachhaltigkeitsstrategien. Die Strategien orientieren sich am Strategiekonzept Nachhaltigkeit von Coop und tragen jeweils der spezifischen Betroffenheit, aber auch den Realitäten an den relevanten Märkten Rechnung.

Übergeordnete Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit

Auch in diesem Jahr überzeugten die Unternehmen der Coop-Gruppe in Sachen Nachhaltigkeit. Im Folgenden stellen wir drei ausgewählte Projekte aus dem Bereich Nachhaltigkeit vor. Die Neuigkeiten zu nachhaltigen Projekten aus den einzelnen Geschäftsbereichen sind den jeweiligen Kapiteln zugeordnet.

“Tag der guten Tat” von Coop bewegte die ganze Schweiz

Am 25. Mai hat Coop den ersten “Tag der guten Tat” ins Leben gerufen und die ganze Schweiz zu guten Taten motiviert. Im Zentrum standen das freiwillige Engagement und die solidarischen Gesten gegenüber den Mitmenschen. Hunderttausende von Freiwilligen – von Kindern, Familien, Vereinen über Coop-Mitarbeitende bis hin zu Schweizer Promis – haben sich mit guten Taten engagiert. So zum Beispiel mit einer Blutspende, mit Putzaktionen entlang von Gewässern oder mit Lebensmittelspenden. Fünf grosse Partner – das Schweizerische Rote Kreuz, der WWF Schweiz, Schweizer Tafel, Tischlein deck dich und die Pfadibewegung Schweiz – haben sich der Initiative angeschlossen und organisierten schweizweit Mitmach-Aktionen für die Bevölkerung. Der “Tag der guten Tat” wird fortgeführt und findet erneut am Samstag, 13. Juni 2020 statt.

Nähere Informationen zum “Tag der guten Tat” gibt es unter:

www.tag-der-guten-tat.ch

Coop verpflichtet sich zum verantwortungsvollen Umgang mit Plastik

Um der steigenden Nachfrage nach plastikfreien Alternativen und Produkten ohne Verpackung gerecht zu werden, engagiert sich Coop transparent und konsequent in Sachen Plastikreduktion. Seit 2012 hat Coop insgesamt rund 24 000 Tonnen Verpackungsmaterial reduziert oder ökologisch optimiert. Bereits heute sind rund 40 Prozent der Bio-Früchte und -Gemüse im Coop-Sortiment unverpackt oder in einer ökologisch verbesserten Verpackung erhältlich. Dieser Anteil soll in den nächsten Jahren auf 60 Prozent steigen. Darüber hinaus hat sich Coop das Ziel gesetzt, bis Ende 2020 weitere 4 000 Tonnen Verpackungen zu optimieren. Im Bereich Convenience führte Coop die reCIRCLE-Mehrwegboxen ein. Die Mehrweg-Boxen sind seit Juli in allen Coop Restaurants und Coop Take It gegen ein Depot von zehn Franken erhältlich und mehrfach verwendbar. Nach Benutzung können die Boxen an allen teilnehmenden reCIRCLE-Restaurants abgegeben werden. Dort werden diese gespült und wiederverwendet. Des Weiteren ergänzte Coop im Berichtsjahr auch das Sortiment selbst um diverse plastikfreie Alternativen. Im Oktober 2019 gab Coop bekannt, ab 2020 schweizweit in sämtlichen Detailhandelsformaten der Coop-Gruppe keine Plastiksäcke mehr kostenlos abzugeben.

Nähere Informationen zur Plastikreduktion bei Coop gibt es unter:

www.taten-statt-worte.ch/verpackungen

Spitzenplatz im BBFAW-Tierwohrrating

Bereits zum 6. Mal in Folge belegte Coop im internationalen Tierwohrrating “Business Benchmark on Farm Animal Welfare” (BBFAW) als einzige Detailhändlerin der Schweiz einen Spitzenplatz. Damit befindet sich Coop bereits seit 2013 in der Spitzengruppe des international renommierten Ratings. BBFAW lobte insbesondere die hohen Tierwohlstandards von Coop. Mit Naturafarm Poulet, Natura-Beef Rindfleisch und Natura-Veal Kalbfleisch hat Coop als einzige Schweizer Detailhändlerin neben Bio ein breites Sortiment an Fleisch aus Weidehaltung. Mit dem Auf- und Ausbau des Coop-Milchprogramms für konventionelle Milch konnte Coop weitere Fortschritte im Tierwohl erreichen: So ist Weidehaltung nun Pflicht und den Produzenten wird ein fairer Milchpreis garantiert. Darüber hinaus unterstützt Coop über 20 Forschungs- und Entwicklungsprojekte zur Verbesserung des Tierwohls, was zur Bestnote im aktuellen Rating beigetragen hat. BBFAW ist das weltweit führende Rating für Unternehmensleistungen im Bereich des Tierwohls.

WWF zeichnet Coop erneut als “Vorreiterin” aus

Bereits im April 2019 zeichnete die Umweltschutzorganisation WWF Coop erneut für ihr Nachhaltigkeitsengagement aus. Seit der letzten Bewertung 2015 hat sich Coop in praktisch allen Themenfeldern weiter gesteigert. Der WWF bezeichnete die Nachhaltigkeitsleistungen von Coop dabei als “richtungsweisend” und in verschiedenen Bereichen als “visionär”. Bereits 2006 begann Coop als erste Schweizer Detailhändlerin eine strategische Partnerschaft mit dem WWF Schweiz. Die Zusammenarbeit konzentriert sich dabei hauptsächlich auf die Themen Wald, Meer, Fisch und Klima. Ziel der Zusammenarbeit ist es, das Bewusstsein für nachhaltiges Konsumverhalten zu stärken und das Sortiment nachhaltiger Produkte weiter auszubauen. Die Auszeichnung bestärkt Coop darin, ihr Engagement für Mensch, Tier und Natur konsequent weiterzuführen.

Geschäftsbereich Detailhandel

Verkaufsformate und Angebot	18
Supermärkte und Food-Formate	18
Neues Fooby-Ladenformat eröffnet in Lausanne	18
Marché eröffnet erstes Zopf- & Zöpfli-Café und renoviert Standort Neuenkirch-Ost	19
Coop-Gastronomie führt Mehrweg-Take-away-System ein	19
Sortimentsvielfalt	19
Coop engagiert sich für günstigere Konsumentenpreise	19
Prix Garantie steigert die Attraktivität von Coop für Familien	19
Coop lanciert Eigenmarke "Happy Cola"	19
Pflanzliche Alternativen für Burger und Jogurt	19
Erster universeller CO ₂ -Zylinder von Coop Qualität & Prix	20
Bio-Palmöl in konventionellen Produkten	20
Coop setzt auf nachhaltige Soja	20
Bündelung Einkauf Nicht-Handelswaren	21
Highlights aus den Food-Formaten	21
Fachformate Non-Food	23
Microspot.ch wird zum umfassenden Non-Food-Online-Einkaufszentrum der Schweiz	23
Dipl. Ing. Fust nimmt erweitertes Logistikzentrum in Betrieb und führt SAP umfassend ein	24
Coop City eröffnet Zürich St. Annahof nach Totalumbau	24
Import Parfumerie lanciert Kundenclub	24
Service 7000 und Schubiger Haushalt schliessen sich zusammen	24
Highlights aus den Fachformaten Non-Food	25
Logistik, Informatik und Immobilien	30
Erweiterung der Verteilzentrale Aclens nimmt Fahrt auf	30
Passabene Mobile in allen Supermärkten verfügbar	30
Digitalisierung in der Logistik	30
Künstliche Intelligenz zur Ermittlung von Aktionsmengen	30
Nachhaltigkeit bei Coop Immobilien	30
Digitalisierung bei der Immobilienplanung	31
Immobilienprojekte	31
Mehrleistungen	32
Umfassendes Qualitätsmanagement	32
Gesellschaftliches Engagement	32
Kommunikation und Werbung	34

Geschäftsbereich Detailhandel

Coop eröffnet innovative Ladenformate und erweitert das familienfreundliche Sortiment mit nachhaltigen und preiswerten Produkten. Microspot.ch entwickelt sich zum umfassenden Online-Einkaufszentrum im Non-Food-Bereich. In der Logistik schreiten die Digitalisierungsprojekte planmässig voran.

2019 erzielte die Coop-Gruppe im Detailhandel einen Nettoerlös von 17.9 Milliarden Franken. Trotz zahlreicher Preisabschläge konnte der Bereich Detailhandel ohne Treib- und Brennstoffe damit das Vorjahresniveau übertreffen.

Verkaufsformate und Angebot

Die Coop-Gruppe betreibt im Geschäftsbereich Detailhandel sowohl Supermärkte als auch zahlreiche Fachformate für jedes Kundenbedürfnis. Ende 2019 führte sie schweizweit 2 333 Verkaufsstellen. Das sind 20 mehr als im Vorjahr. Weiter zeichnet sich Coop durch ein grosses Angebot an Online-Shops und die konsequente Verzahnung von Online- und stationärem Handel (Omnichannel) aus. Fast alle Fachformate von Coop führen nebst ihren Verkaufsstellen einen eigenen Online-Shop. Die insgesamt 40 Online-Shops im Detailhandel erzielten 2019 ein Wachstum von 16.3% gegenüber dem Vorjahr.

17.9 Mrd. CHF

**Nettoerlös
im Detailhandel**

Besondere strategische Bedeutung misst Coop ihren nachhaltigen Sortimenten bei. 2019 belief sich der Nachhaltigkeitsumsatz im Detailhandel auf erfreuliche 4.21 Milliarden Franken und lag damit 3.1% über dem Vorjahr (Details siehe www.coop.ch/nh-bericht). Allein der Umsatz mit Bio-Produkten betrug über 1.47 Milliarden Franken und damit 2.2% mehr als im Vorjahr.

Supermärkte und Food-Formate

Die Coop Supermärkte erzielten 2019 einen Nettoerlös von über 10.4 Milliarden Franken. Die Kundenfrequenz nahm um 2.5% zu. Damit konnte Coop viele Kundinnen und Kunden dazugewinnen und klar Marktanteile ausbauen.

Coop verfügt mit 931 Verkaufsstellen über das dichteste Verkaufstellennetz in der Schweiz. Im Geschäftsjahr 2019 wurden 23 Verkaufsstellen eröffnet und 10 geschlossen. Das neue Ladenbaukonzept 2025+ setzte Coop 2019 in 35 Supermärkten um. Insgesamt entsprechen damit 110 Supermärkte dem neuen Konzept. Zudem setzte Coop das Ladenkonzept 2025+ im neuen Coop Megastore des Einkaufszentrums Volkiland mit 5 100 m² um.

Neues Fooby-Ladenformat eröffnet in Lausanne

Im März lancierte Coop in Lausanne ein brandneues Fooby-Ladenformat. Im Mittelpunkt des ersten Fooby-Ladens stehen kulinarisches Handwerk, Regionalität und Nachhaltigkeit. Der Fooby-Concept-Store ist dabei Convenience-Shop und Manufaktur zugleich. Der ehemalige Kursaal-Théâtre aus dem Jahr 1901 wird dabei zur Bühne für die Kulinarik: Auf knapp 1 000 m² wird Fisch geräuchert, Kaffee geröstet und Brot gebacken – werden Würste gemacht und Wein-Degustationen durchgeführt. Rund 30 Mitarbeitende und Fachleute stehen interessierten Kundinnen und Kunden zur Beratung bereit; regionale Produzenten stellen ihre exklusiven Spezialitäten vor. Darüber hinaus sind rund 70 Prozent der Produkte nachhaltig.

Marché eröffnet erstes Zopf-&-Zöpfli-Café und renoviert Standort Neuenkirch-Ost

Im November eröffnete im Coop-Einkaufszentrum Volkiland das erste Zopf-&-Zöpfli-Café. Mit dem neuen Format erschliessen die Partner Marché und Betty Bossi ein neues Marktsegment: Künftig wird die erfolgreiche Kooperation nicht nur an Bahnhöfen, sondern auch in Einkaufszentren verfügbar sein. Für das Geschäftsjahr 2020 ist die Eröffnung einer weiteren Filiale im Einkaufszentrum Letzipark in Zürich geplant. Auch der Ausbau der Zopf-&-Zöpfli-Filialen in Bahnhöfen wird fortgesetzt. Für Marché stand das Jahr ganz im Zeichen der Renovierung des Standorts Neuenkirch-Ost. Die Luzerner Raststätte wurde an das aktuelle Restaurantkonzept angepasst. Darüber hinaus eröffnete das Unternehmen eine Burger-King-Filiale, um die Burger-King-Filiale am Standort Neuenkirch-West zu entlasten.

Coop-Gastronomie führt Mehrweg-Take-away-System ein

Nach erfolgreich abgeschlossenem Pilotprojekt bietet Coop die reCIRCLE-Mehrwegboxen ab Juli in allen 178 Coop Restaurants und Coop Take It an. Die Coop-Kundinnen und -Kunden nehmen für ihre Take-away-Menüs eine der wiederverwendbaren reCIRCLE-Boxen. Kaufen die Gäste für mehr als 10 Franken ein, honoriert Coop das ökologische Verhalten mit einem Rabatt von 10%. Die Rückgabe der Boxen ist nicht an Coop gebunden: Nach dem Zmittag oder Znacht können die reCIRCLE-Boxen ganz bequem bei einem der teilnehmenden Partner von reCIRCLE, in einem Coop Restaurant oder bei Coop Take It abgegeben werden.

Sortimentsvielfalt

Coop führt über alle Verkaufsformate hinweg nicht nur die grösste Auswahl an nationalen und internationalen Markenartikeln, sondern auch zahlreiche Eigenmarken für jedes Kundenbedürfnis. Allein im Lebensmittelhandel bietet sie mit über 40 000 Produkten im Food-Bereich die grösste Sortimentsvielfalt in der Schweiz. Neben den Nachhaltigkeits-Eigenmarken und -Gütesiegeln führt Coop weitere Eigenmarken, mit welchen sie die vielfältigen Kundenbedürfnisse abdeckt und ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis bietet.

Coop engagiert sich für günstigere Konsumentenpreise

Im 2019 engagierte sich Coop erneut für günstige Konsumentenpreise. Unter anderem hat Coop in mehreren Preisabschlagsrunden viele Markenartikel sowie Produkte der Prix-Garantie-Linie im Preis gesenkt. Im Berichtsjahr investierte Coop 65 Millionen Franken in günstigere Verkaufspreise. Coop kommunizierte sämtliche Preisanpassungen in der Coopzeitung.

Prix Garantie steigert die Attraktivität von Coop für Familien

Mit über 170 Produktneuheiten, vorwiegend in den Bereichen Frisch- und Familienprodukte wie Früchte und Gemüse, Molkereiprodukte und Charcuterie, begann Coop das Angebot von Prix Garantie im Berichtsjahr zu erweitern. Der Ausbau des Produktportfolios soll sich bis Ende 2020 fortsetzen. Mit diesen Massnahmen geht Coop künftig noch stärker auf die Bedürfnisse aller Kundengruppen – insbesondere Familien – ein. Der Anspruch bleibt gleich: Prix Garantie bietet Produkte mit guter Qualität auf Tiefpreis-Niveau.

Coop lanciert Eigenmarke "Happy Cola"

Unter dem Namen Happy Cola führte Coop im Mai eine neue Eigenmarke ein. Die Cola-Alternative aus der Schweiz ist als Happy Cola Classic und Happy Cola Zero erhältlich. Die Produkte erfreuten sich schnell einer positiven Kundenresonanz: Über 35% aller gewonnenen Kunden haben Happy Cola bereits ein zweites oder drittes Mal gekauft. Inzwischen hat sich Happy Cola zu einer ernstzunehmenden Alternative im Wettbewerbsumfeld führender Cola-Hersteller etabliert. Coop plant, die Vielfalt an Cola-Alternativen zu vergrössern und ihren Kundinnen und Kunden künftig noch mehr Wahlmöglichkeiten zu bieten. Neben Coop Supermärkten haben auch Coop Restaurants, coop@home, Coop Pronto sowie Transgourmet Happy Cola im Angebot.

Pflanzliche Alternativen für Burger und Jogurt

Im April brachte Coop als erste Detailhändlerin den Beyond-Burger aus Kalifornien in die Schweizer Supermärkte. Der Beyond-Burger bietet eine pflanzliche Fleischalternative, die dem Original in Geschmack, Konsistenz und Aussehen nahekommt. Der Beyond Burger hat eine ähnliche Zusammensetzung wie ein Burger aus Fleisch: Proteine, Fette, Spurenelemente und Wasser. 100 Gramm enthalten

17.6 Gramm rein pflanzliche Proteine. Die Erbse ist die Grundzutat. Dazu liefern Randen den fleischig roten Farbton und Kokosöl sowie Kartoffelstärke sorgen für guten Biss und Konsistenz. Ebenfalls im April führte Coop eine pflanzliche Jogurt-Alternative auf Basis von Mandeln ein. Die rein pflanzlichen Jogurts sind nicht nur lactosefrei sondern enthalten auch wenig bis gar keinen Zucker. Diese Produkte von Karma gibt es in drei Geschmacksrichtungen. Diese neuen Angebote richten sich an alle, die eine Alternative zu tierischen Produkten suchen. Sie ergänzen das vielfältige Sortiment von über 600 veganen Produkten bei Coop.

Erster universeller CO₂-Zylinder von Coop Qualité & Prix

Um der gestiegenen Nachfrage nach Soda-Sprudelgeräten gerecht zu werden, lancierte Coop im Januar sehr erfolgreich den ersten universellen CO₂-Kohlensäure-Zylinder der Eigenmarke Qualité & Prix. Der Zylinder passt in alle marktüblichen Soda-Sprudelgeräte – er ist qualitativ hochwertig und ökologisch nachhaltig. Mit den CO₂-Kohlensäure-Zylindern von Qualité & Prix bietet Coop zudem ein Produkt, das den Marktführer im Preis deutlich unterbietet.

Bio-Palmöl in konventionellen Produkten

Im Jahr 2018 hat sich Coop das Ziel gesetzt, auch in konventionell hergestellten Lebensmitteln der Coop-Eigenmarken Bio-Knospe-Palmöl zu verwenden. Dabei handelt es sich um zertifiziertes Palmöl nach den strengen Richtlinien von Bio Suisse. In ausgewählten Eigenmarken ersetzt Coop Palmöl durch andere Öle und Fette, wenn dies sinnvoll und technisch umsetzbar ist. Bei Einsatz anderer tropischen Öle oder Fette wie beispielsweise Kokosöl müssen diese aus Fairtrade- und/oder Bio-Suisse-zertifizierter Produktion stammen. Seit 2019 sind erste Produkte, beispielsweise Eigenmarken-Bärentatzen und Schoggischümli, welche den neuen Vorgaben entsprechen, in den Coop-Regalen zu finden. Eine externe Evaluation der Nachhaltigkeit von Bio-Knospe-Palmöl zeigt, dass alle Bio-Suisse-zertifizierten Palmölproduzenten bezüglich Landnutzung, Arbeitsbedingungen und umweltschonenden Anbaumethoden sehr gut abschneiden.

Coop setzt auf nachhaltige Soja

Als erste Detailhändlerin der Welt deckt Coop seit 2019 den gesamten Soja-Bedarf in den Eigenmarken mit verantwortungsbewusst und nach höchsten Standards produzierter Soja. Nach diesen werden unter anderem Regenwälder bewahrt und keine gentechnisch veränderte Soja angebaut. Wegen des hohen Eiweissgehaltes wird Soja vielfach als Futtermittel eingesetzt. Darum kommt Soja für Schweizer End-

NACHHALTIGKEITS-EIGENMARKEN UND -GÜTESIEGEL



ZIELGRUPPEN-EIGENMARKEN



STANDARD-EIGENMARKEN



➔ Diese Liste entspricht einer Auswahl der wichtigsten Eigenmarken und Gütesiegel. Mehr Informationen zu den Coop-Eigenmarken finden Sie auf www.coop.ch/labels.




verbraucher hauptsächlich in Form von Eiern, Fisch, Fleisch und Milchprodukten auf den Tisch. Die Eigenmarken machen den Grossteil dieses Coop-Sortiments aus. Coop ist es daher wichtig, dass Soja im Tierfutter mit nachhaltig produzierter Soja abgedeckt wird. Dies ist Coop bereits grossteils gelungen. Durch den Zukauf von Nachhaltigkeits-Zertifikaten kann Coop zudem gewährleisten, dass für jene Menge Soja, welche noch nicht den Anforderungen entspricht, die gleiche Menge an zertifizierter Soja produziert wird. Dieses System ermöglicht es, die Produktion von nachhaltiger Soja voranzutreiben.

Bündelung Einkauf Nicht-Handelswaren

Um Synergien zu nutzen, wurden grosse Teile der Nicht-Handelswaren für die gesamte Coop-Gruppe über alle Länder hinweg gebündelt. Die Fäden für den Einkauf dieser Waren laufen am Hauptsitz in Basel zusammen. Gemeinsam mit den Fachbereichen der Coop-Gruppe definieren dort zentral verantwortliche Einkäufer die Anforderungen und Spezifikationen. Die daraus generierten Bündelungseffekte bringen jährlich signifikante Einsparungen für die Coop-Gruppe. Im Berichtsjahr bündelte Coop insbesondere die Warengruppen Kartonagen, Verpackungsmaterial und Etiketten, aber auch komplexere technische Bereiche wie Flurförderfahrzeuge und Lastwagen.

Highlights aus den Food-Formaten

In der folgenden Tabelle finden Sie die Highlights aus dem Berichtsjahr sowie ein Factsheet zu jedem Fachformat. Weitere Informationen zu den Fachformaten der Coop-Gruppe finden Sie auch auf www.coop.ch/einkaufen.

 <p>Die Coop-Supermärkte verfügen über das dichteste Verkaufstellennetz in der Schweiz</p> <p>▼ Factsheet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marktanteilsgewinne • 2.5% mehr Kundinnen und Kunden • Umbau von weiteren 35 Filialen nach dem neuen Ladenbaukonzept. Ende 2019 sind 110 Filialen neu umgebaut. • 23 Neueröffnungen von Verkaufsstellen • 4 182 Schulungsveranstaltungen durchgeführt • Coop Passabene Mobile als erstes Self-Scanning-System schweizweit in allen Coop Supermärkten eingeführt • Plastik-Reduktion mit zum Beispiel Papier-Röhrlri und Palmbblatt-Einweggeschirr. • Lancierung eines Cola-Getränks (Happy Cola) aus Eigenproduktion • Detailhandelspremiere für Beyond Burger (rein pflanzlich) • Start der Coop-Eigenmarke Conviva health & life
 <p>Die Nummer eins im schweizerischen Convenience-Markt</p> <p>▼ Factsheet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 3 Tankstellen-Shops und 1 Stand-alone neu eröffnet • 5 Shops nach Grossumbau wiedereröffnet • Über 500 Produkteinführungen pro Jahr • Starkes Wachstum im Bereich nachhaltige Produkte durch Naturaplan • Ausbau Hot-Dog-Angebot an 74 Standorten • Pick-up-Dienstleistung an 48 Standorten • Verbesserung der Nachhaltigkeit durch LED-Beleuchtung, Kälteanlagen neuester Generation mit Kältespeicher und durch zentralen Stromeinkauf
 <p>Coop to go bietet exklusive Take-away-Produkte, die es in keinem anderen Coop-Format gibt</p> <p>▼ Factsheet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Positive Umsatzentwicklung • Neue Filiale im Coop City St. Annahof Zürich



Der Online-Supermarkt mit der grössten Auswahl und persönlicher Lieferung an die Wohnungstüre

- Artikelausbau auf 18 000 Produkte in der Deutsch- und Westschweiz
- Erfolg mit Online-Theken für Fleisch, Fisch, Käse und Brot
- Digital Commerce Awards 2019: 3. Rang in der Kategorie "Body&Taste"
- Neuer Transporter mit Solarpanel auf dem Dach für den Betrieb der Kühlung in Standzeiten; wird bei erfolgreichem Test ab 2020 bei allen neuen Fahrzeugen eingesetzt

Factsheet



Das Format für kulinarisches Handwerk, Regionalität und Nachhaltigkeit

- Eröffnung des ersten Fooby-Store am 6. März 2019 in Lausanne Bel-Air
- Grosses Angebot an frisch im Store hergestellten Produkten
- Rund 45 regionale Produzenten
- 70% der Produkte aus nachhaltiger Produktion

Factsheet



Das trendige Ladenformat für vegetarische und vegane Produkte

- Positive Umsatzentwicklung
- Ausbau des Brot-/Backwaren-Sortiments mit einem veganen Keimkraft-Gipfeli

Factsheet



Das italienische Delikatessen-Geschäft von Coop

- Eröffnung einer Verkaufsstelle im Hauptbahnhof Zürich sowie im Bahnhof Genf
- Lancierung der Eigenmarke Saponi d'Italia in allen Coop-Supermärkten mit über 100 authentischen italienischen Spezialitäten

Factsheet



Für tägliche Gaumenfreuden zu fairen Preisen

- Deutliches Marktwachstum
- Weiterentwicklung des "Vista"-Gestaltungskonzepts mit neuen, innovativen Elementen
- Einführung von nachhaltigen reCIRCLE-Lösungen zur Reduktion von Plastik
- Austausch von Plastikhalmen und Einwegbesteck durch nachhaltige Lösungen aus Karton, Papier und Holz

Factsheet



Der frische Gastgeber an Hochfrequenzlagen

- Umbau Marché Neuenkirch-Ost nach neuem Marché-Konzept und erfolgreiche Wiedereröffnung
- Erweiterung der Clean-Toilets-Anlagen an den Raststätten Bellinzona-Süd und -Nord
- Einführung der Kundenzeitschrift "En Route": Informationen und Hintergrundgeschichten über Marché
- Eröffnung Così am Bahnhof Thun, ein italienisches Konzept: Pasta im Restaurant geniessen oder als Take-away
- Neueröffnung Burger King an der Raststätte Neuenkirch-Ost
- Umgestaltung Burger King an der Raststätte Würenlos zum neuen Gastraum-Design von Burger King
- Komplett Umgestaltung der Marché Cafébar an der Raststätte Würenlos

Factsheet



Das Take-away-Format für Zopf in allen Variationen

- Konzeptentwicklung und Eröffnung eines bedienten Zopf&Zöpfli Cafés im Einkaufszentrum Volkiland in Zürich

Factsheet

Betty Bossi

Die Nummer eins in der Schweiz für Kochen und Geniessen

- Umsatzwachstum beim Vertrieb von Küchenhelfern in der Schweiz
- Lancierung eines digitalen Abonnements der Betty Bossi Zeitung und Einführung weiterer Abo-Varianten
- Entwicklung und Einführung modernster Rezeptsoftware und Aufbereitung der Rezeptdatenbank von Betty Bossi für die Anbindung externer Kooperationspartner
- Ausbau des Food-Consultings für die Coop-Gastronomie in den Bereichen Rezeptentwicklung, Culinary Coaching und Mystery Eating

▾ Factsheet

Fachformate Non-Food

Die Fachformate nutzten das Geschäftsjahr 2019 zur strategischen Weiterentwicklung ihrer Online-Shops. Darüber hinaus entwickelten sie sich auch stationär weiter und sorgten durch innovative Verkaufskonzepte und optimierte Auftritte für eine positive Kundenresonanz. Die strategische Bedeutung dieser Massnahmen spiegelte sich im Erfolg des Non-Food-Bereichs wider: Allein mit den Fachformaten konnte die Coop-Gruppe 2019 einen Nettoerlös von über 14.1 Milliarden Franken und damit erneut Wachstum in einem rückläufigen Markt erwirtschaften. Ihre Marktanteile konnten die Non-Food-Formate weiter ausbauen oder grösstenteils halten. Im Bereich Heimelektronik zeigt Coop weiterhin Stärke. Dazu gehören die Fachformate Interdiscount, Microspot.ch, Dipl. Ing. Fust und Nettoshop.ch. Der Nettoerlös der vier Formate lag 2019 bei insgesamt rund 2.1 Milliarden Franken und damit 53.4 Millionen Franken über dem Vorjahr. Damit konnte die Coop-Gruppe auch hier ihre Marktführerschaft stärken.

Microspot.ch wird zum umfassenden Non-Food-Online-Einkaufszentrum der Schweiz

Microspot.ch hat sich im 2019 vom Heim- und Unterhaltungselektronik-Anbieter zum umfassenden Online-Einkaufszentrum entwickelt. Die neue Ausrichtung zeigt sich nebst dem starken Ausbau des Sortiments in verbesserten Liefer- und Kundenservices sowie visuell in einem neuen Erscheinungsbild mit optimiertem Onlineshop. Allein aus der Welt der Coop-Gruppe nahm Microspot.ch bereits über 34 000 Non-Food-Produkte in das erweiterte Sortiment auf, darunter Produkte von Coop Bau+Hobby,

über **400 000**

Produkte bei Microspot.ch im Angebot

Import Parfumerie und Christ Uhren & Schmuck. Auch die über 1 000 beliebtesten Eigenmarken-Artikel von Coop – etwa von Naturaline, Qualité & Prix und Oecoplan – sind auf Microspot.ch zu finden. Insgesamt bietet Microspot.ch über 400 000 Produkte an. Einzelne Coop-Formate und ausgewählte Dritthändler haben die Möglichkeit, ihre Produkte auf Microspot.ch unter ihrem eigenem Namen und auf eigene Rechnung zu verkaufen. Damit hat Microspot.ch im Berichtsjahr eine neue Marktplatz-Funktionalität eingeführt.

Auch die Heimlieferleistungen wurden stark ausgebaut. Kunden profitieren – je nach Wohnort – von einer Lieferung bereits am selben oder spätestens am nächsten Tag – auch samstags. Darüber hinaus führte Microspot.ch in den Städten Basel, Bern, Biel, Fribourg, Genf, Lausanne, Luzern, Olten, St. Gallen, Winterthur und Zürich den Service “Same-Day-Delivery” ein. Dies bedeutet, dass als “Speed-Artikel” deklarierte Produkte, die bis 12 Uhr bestellt werden, am selben Abend ausgeliefert werden. Alle Bestellungen lassen sich zudem an 460 Coop-Pick-up-Standorten abholen.

Dipl. Ing. Fust nimmt erweitertes Logistikzentrum in Betrieb und führt SAP umfassend ein

Am 12. September 2019 eröffnete Dipl. Ing. Fust in Oberbüren ihr neues Logistikzentrum. In einer Bauzeit von zwei Jahren wurde die Fläche des bisherigen Lagers verdoppelt, die Logistik stark automatisiert und ein Stockwerk als Bürotrakt aufgestockt. Der Bau beherbergt auf dem Dach eine riesige Photovoltaik-Anlage, die das Gebäude mit erneuerbarer Energie versorgt. Auf der Fläche von 50 000 m² lassen sich viermal mehr Produkte lagern und Lieferzeiten verkürzen. Dank eines automatisierten Kleinteile- und Hochregallagers werden Bestellungen wesentlich schneller abgewickelt. Vom Standort Oberbüren werden alle 156 Fust-Filialen, 12 Heimlieferdepots sowie alle Kunden aus dem Online-Shop beliefert. Im neuen Logistikzentrum befinden sich zudem modernste Fust-Reparatur-Werkstätten für unterschiedlichste Produktgruppen und ein Call-Center für den Reparatur-Service.

Zum Jahreswechsel führte Dipl. Ing. Fust SAP ein. Bereits 2016 hatte das Unternehmen den Heim-Service mit einer neuen Dispositions- und Tourenplanungs-Software ausgestattet. Im Jahr 2018 rüstete Dipl. Ing. Fust die Verkaufsberater in den Filialen mit einem Tablet aus. Das neue SAP-System verbindet alle IT-Systeme nun integral. Mit der produktiven Inbetriebnahme der Bereiche "Küche und Bad" und "Bau-Management" hat Fust die erste Phase der Einführung von SAP als umfassendes IT-System erfolgreich umgesetzt. Für das nächste Jahr ist die Einführung von SAP für alle Detailhandelsprozesse geplant und in Realisation. Für das Jahr 2020 plant das Unternehmen, alle Filialen und den Webshop an die Software anzuschliessen. Später soll der Anschluss der GK-Kassensysteme folgen.

Coop City eröffnet Zürich St. Annahof nach Totalumbau

Nach acht Monaten Umbauzeit präsentiert sich Coop City St. Annahof an der Bahnhofstrasse in Zürich seit Mitte November mit dem neuen Ladenbaukonzept "Bellacasa", mit dem bereits ein Dutzend Verkaufsstellen in der gesamten Schweiz erfolgreich eröffnet wurden. Auf sechs Etagen und einer Verkaufsfläche von rund 10 000 Quadratmetern finden die Besucherinnen und Besucher alles, was sie von einem modernen Warenhaus erwarten dürfen.

Import Parfumerie lanciert Kundenclub



Import Parfumerie hat im Juni erstmals einen Kundenclub eingeführt. Unter dem Namen "The Member Club" bietet die Import Parfumerie den Mitgliedern einen 10%-Willkommensrabatt, ein Willkommensgeschenk, exklusive Rabatte sowie Einladungen zu Events, Treuegeschenke und vieles mehr. Das Bonusprogramm beinhaltet drei Mitgliedsstufen: Bronze, Silber und Gold. Je höher die Stufe, desto mehr Vorteile erhalten die Mitglieder des "The Member Club" – zusätzlich zu den gewohnten Superpunkten. Die Coop Supercard ist zugleich die Mitgliedskarte für den Club von Import Parfumerie. Per Ende 2019 zählt "The Member Club" bereits 34 500 Mitglieder.

Service 7000 und Schubiger Haushalt schliessen sich zusammen

Die Organisationen der Service 7000 AG und das B2B-Geschäft von Schubiger Haushalt (Teilbereich der RS Vertriebs AG) wurden per 1. Oktober 2019 zusammengelegt. Seit diesem Zeitpunkt erbringen die beiden Unternehmen ihre Service-Dienstleistungen gemeinsam. Die Service 7000 AG ist eine spezialisierte Haushaltsgeräte-Service-Organisation für professionelle Liegenschaftsverwaltungen. Disposition und Administration der gemeinsamen Service-Organisation erfolgen seit Oktober zentral vom Sitz der Service 7000 AG in Netstal aus. In St. Gallen verbleibt der Verkaufs-Innendienst von Schubiger Haushalt. Beide Anbieter treten weiterhin unter ihren bisherigen Marken auf. Der Zusammenschluss verbessert die Qualität der Reparatur- und Austausch-Service-Leistungen.

Highlights aus den Fachformaten Non-Food

In der folgenden Tabelle finden Sie die Highlights aus dem Berichtsjahr sowie ein Factsheet zu jedem Fachformat. Weitere Informationen zu den Fachformaten der Coop-Gruppe finden Sie auch auf www.coop.ch/einkaufen.

	Die Schweizer Nummer eins im Unterhaltungselektronikmarkt	<ul style="list-style-type: none">• Erneut Marktanteilsgewinne• Starkes Wachstum der Onlinebestellungen um 30%• 43% Anteil an Abholung von Onlinebestellungen in den Filialen• Im Onlineshop neu Live-Bestandsanzeige der verfügbaren Artikel in den Filialen• Neue Möglichkeit für Produktbewertungen im Onlineshop• 2 Neueröffnungen in Basel und Wattwil; 9 Umbauten von Filialen• Steigerung der Mitarbeiterkompetenz und des Kundenerlebnisses durch neue Verkaufstrainer• Neue Lieferleistung für Grossgeräte• Neue Serviceleistungen wie Onlinekauf der Mobile Protection• Kundenzufriedenheit gemäss Marktforschung und Kundenbefragung gesteigert
▼ Factsheet		
	Das Online-Einkaufszentrum der Schweiz	<ul style="list-style-type: none">• Marktposition erneut ausgebaut• Steigerung des Umsatzes um 15.2%• Komplettes Rebranding mit neuem Logo und Design sowie verbesserter Website mit neuen Online-Serviceleistungen• Neupositionierung als Online-Einkaufszentrum der Schweiz im Bereich Non-Food mit über 400 000 Artikeln• Über 34 000 Non-Food-Produkte aus der Coop-Gruppe aufgenommen, darunter über 1 000 Eigenmarkenartikel• Einführung der Funktion Marktplatz: Dritthändler verkaufen Produkte auf Microspot.ch unter ihrem Namen und auf eigene Rechnung• Stetiger Sortimentsausbau durch Anbindung von ausgewählten Distributoren und Händlern• Same-Day-Delivery in 11 grossen Schweizer Städten: Bestellungen von Speed-Artikeln bis 12 Uhr werden noch am selben Abend mit CO₂-freien Elektrofahrzeugen nach Hause geliefert; bis 18 Uhr bestellte Speed-Artikel werden schweizweit am nächsten Tag geliefert, auch samstags• Neue Abholmöglichkeit an 460 Coop-Pick-up-Standorten• Kundenkontakt auch via Chat, WhatsApp und Rückrufservice• Neue Werbekampagne mit Claim: "Fehlt dir was? Wir haben's."
▼ Factsheet		



Die zweitgrösste
Warenhauskette
der Schweiz

- Erneut Marktanteilsgewinne
- Umsetzung des neuen Ladenbaukonzepts "Bellacasa" im St. Annahof Zürich
- Umbau und Erweiterung der Foodabteilung im Coop City Lausanne Au Centre u. a. mit einem Käsehumidor
- Eröffnung von integrierten Coop-to-go-Filialen in den Coop City Zürich St. Annahof und Lausanne Au Centre
- Hohe Kundenakzeptanz von Self-Check-out-Kassen bei Kosmetik- und Pflegeprodukten in Zürich St. Annahof, Zürich Bellevue, Fribourg, Winterthur, Aarau, Bern Ryfflihof, Baden, Olten, Genf Plainpalais, Genf Fusterie, Lausanne Au Centre und Basel Pfauen
- Erfolgreiche Umsetzung des neuen Hosenkonzepts
- Erfolgreiche Wiedereröffnung nach Umbau im Coop-Einkaufszentrum Volkiland, Volketswil
- Hohe Kundenzufriedenheit gemäss Marktforschung

▾ Factsheet



Der führende
Schweizer
Baumarkt

- Marktführer bei den Baumärkten
- Steigerung des Umsatzes
- Starkes Wachstum im Onlinehandel von 41.1%
- Omnichannel-Leader in der Kategorie "Bau & Heimwerk" gemäss Studie von Google/VSV (Verband Schweizerischer Versandhandel)
- Stärkung der Verkaufsorganisation mit 4 Regionen
- Erster Test von Self-Check-out im Baumarktsektor Schweiz
- Erweiterung der Verkaufsstelle Interlaken sowie Umbau und Sanierung der Verkaufsstelle Zürich-Oerlikon
- Eröffnung Kombi-Verkaufsstelle Murten
- Pilot Sofortlieferung von "Annanow" in der Verkaufsstelle Zürich-Letzipark
- 30 Jahre Coop Oecoplan: Erfolgreiches Jubiläum der ersten Nachhaltigkeitsmarke der Schweiz mit einem Umsatzwachstum von 4.6%
- Auslisten potenziell invasiver Neophyten
- Steigerung Umsatz Pro Specie Rara um 5.4%
- Hohe Kundenzufriedenheit gemäss Marktforschung gesteigert

▾ Factsheet



Der Anbieter für
individualisierte
Einrichtungs-
lösungen

- Umsatzwachstum und Marktanteilsgewinne
- Starkes Umsatzwachstum von 53.6% bei den Online-Shops
- Lumimart ist Marktführer im Bereich Licht
- Die vor einem Jahr neu eingeführte Marke Livique gewinnt massiv an Bekanntheit
- Steigende Umsatzentwicklung bei personalisierbaren Produkten; über 100 Millionen personalisierte Möbel-Varianten
- Ausbau der digitalen Verkaufshilfen auf die Bereiche Schlaf- und Esszimmer



Für Licht die
erste Wahl

- Neueröffnung Lumimart Steinhausen
- Wiedereröffnung der umgebauten und modernisierten Filialen Livique Egerkingen und Livique Cham
- Hohe Kundenzufriedenheit bei Livique und Lumimart nochmals gesteigert

▾ Factsheet

IMPORT PARFUMERIE

Die führende
Schweizer
Duftanbieterin der
Prestige-Parfümerie

- Marktführerin im Duftmarkt und Marktanteils Gewinne
- Umsatzwachstum von 25.1% im Online-Shop
- Starkes Wachstum bei Bestellungen aus dem Online-Sortiment in den Filialen
- Erweiterung des Angebots im Online-Shop um 10%; Distributionserweiterung mit Kosmetikmarke MAC
- Omnichannel-Leader im Markt gemäss Studie von Google/VSV (Verband Schweizerischer Versandhandel)
- Einführung "The Member Club" mit 34 500 Mitgliedern
- Eröffnung neuer Standorte Shopping Arena St. Gallen und Gäupark Egerkingen
- Insgesamt acht Filialen im neuen Auftritt umgebaut
- Einführung von Pinselgürtel-Taschen und Flash-Make-up für alle Mitarbeitenden im Verkauf
- Import Parfumerie und Estée Lauder eröffnen weiteren Shop-in-Shop mit den Kosmetikmarken MAC und AVEDA im Coop City Lausanne Au Centre
- Kundengesamtzufriedenheit gesteigert

▾ Factsheet

CHRIST UHREN & SCHMUCK

Die erste Adresse
für Uhren und
Schmuck

- 43.7% Umsatzwachstum im Online-Shop
- Erweiterung des Online-Sortiments um 12%
- Omnichannel-Leader in der Kategorie "Schmuck & Uhren" gemäss Studie von Google/VSV (Verband Schweizerischer Versandhandel)
- Neueröffnung Christ Bahnhofstrasse Zürich
- Umbau der Filialen Jelmoli Zürich, Coop City Lausanne Au Centre und Volketswil
- Ausbau und Wachstum im Bereich Schmuckeigenmarke
- Modernisierung des Trauring-Bereichs, Aufbau der Christ-Bridal-Kollektion (Diamantschmuck, Verlobungs- und Trauringe)
- Erweiterung des Fremdmarkensortiments in den Bereichen Fashion-Uhren und -Schmuck sowie Echtschmuck
- Hohes Wachstum bei Swiss-made-Uhren sowie überdurchschnittliches Wachstum der Christ Eigenmarke
- Positives Kundenfeedback zu Auftritt, Kompetenz und Freundlichkeit



▾ Factsheet



FUST Und es funktioniert.



Und es funktioniert:
Nummer eins bei Elektrohaushalt
und beim Umbau Ihrer Küche oder
Ihres Badezimmers

- Marktanteils Gewinne im Elektro-Haushaltsbereich
- Anhaltend starkes Wachstum im Online-Geschäft um 24%
- Unterstützung Beratungsprozess mit Tablets in den Filialen
- Neuentwicklung der IT-Infrastruktur auf der Basis von SAP
- Eröffnung des erweiterten und automatisierten Logistikzentrums in Oberbüren
- 5 Neueröffnungen, 6 Modernisierungen
- Verstärkung und Fokussierung des Service-Angebots für Liegenschafts-Verwaltungen unter den Marken Service 7000 und Schubiger Haushalt
- Hohe Kundenzufriedenheit gemäss Marktforschung GfK und eigener Kundenumfrage (Net Promoter Score) gesteigert


▾ Factsheet

 netto.ch <small>Wir lieben Haushalt</small>	Der grösste Online-Shop für Haushaltsgeräte mit persönlicher Beratung und Service	<ul style="list-style-type: none">• Weitere Steigerung des Nettoerlöses um 3%• Einführung von neuen Service-Dienstleistungen (Lieferung auf Termin, Garantieverlängerung)• Lieferzeiten verkürzt• Online-Beratung neu auch per Chat• Ausbau 1:1-Marketing über neue E-Mail-Marketing-Plattform• Steigerung der Wiederkaufsraten und Kundenzufriedenheitswerte
 Factsheet		

 coop vitality	Alles, was der Gesundheit gut tut: von rezeptpflichtigen Arzneimitteln bis zur Schönheitspflege	<ul style="list-style-type: none">• Marktanteilsgewinne• Steigerung des Nettoerlöses um 5.8%• 122.3% Umsatzwachstum im Online-Geschäft; Präsenz in Social Media auf Instagram und Facebook erweitert• Einführung Gratis-Hotline mit telefonischer Beratung durch Apothekerinnen und Apotheker• Einführung Coop-Vitality-App mit digitalem Medikationsplan• Erweiterung des Apothekennetzes mit 6 Eröffnungen in Basel Erlenmatt, Uster, Flughafen Zürich, St. Gallen Shopping Arena, Murten, Châtel-St-Denis sowie 2 Übernahmen in Delémont und Mellingen• Rollout des neuen Ladenbaukonzeptes an 4 Standorten: Jona, Volketswil, Oftringen, Kriens Schappe• Einführung der Dienstleistungen Taping und Burgerstein Microcare• Umsatzsteigerung bei Generika und Eigenmarken
 Factsheet		

 THE BODY SHOP	Das natürliche und nachhaltige Kosmetikunternehmen	<ul style="list-style-type: none">• 10.8% Umsatzwachstum im Online-Geschäft• Umsetzung neues Ladenbaukonzept in Winterthur und Oftringen• Modernisierung der Verkaufsstelle Zürich Letzipark• Neueröffnung Filiale Volkiland• Neuer Look und mehr Funktionalität der Kundenclub-App• The Body Shop definiert das Ziel, bis 2030 nachhaltigster Beauty-Retailer zu werden• Jubiläum 25 Jahre Community-Trade-Programm Shea in Ghana• Weltweit neues Community-Trade-Plastic-Programm in Indien: Im ersten Jahr holt The Body Shop 250 Tonnen Plastik aus der Umwelt.• Kundenzufriedenheit: Branchen-Champion beim Schweizer Branchenmonitor 2019/2020 im Bereich "Shopping, Mode & Lifestyle"
 Factsheet		

 coop mineraloel	Mit einem weiten Netz von Coop-Tankstellen Marktführer in der Schweiz	<ul style="list-style-type: none">• Weitere Marktanteilsgewinne• Wasserstoff: Planung von zwei weiteren Anlagen im Jahr 2020 (Crissier und Dietlikon)• Über 35 Standorte mit AdBlue an Zapfsäulen• Kooperation mit HitchHike an über 100 Standorten
 Factsheet		

 coop heizöl	Für Wärme und Wohlbefinden	<ul style="list-style-type: none">• Anteil Bestellungen im Webshop auf 44% erhöht• Anteil der Abnehmer für schadstoffarmes Oeko-Heizöl steigt auf 63%• Möglichkeit der CO₂-Kompensation über Myclimate
 Factsheet		

<i>BâleHotels</i>	Die Hotelgruppe von Coop	<ul style="list-style-type: none">• Gesamtrenovation BâleHotel Victoria abgeschlossen• Restaurant im Hotel Baslertor wird zum 1. Juli von der Coop Gastronomie übernommen• Restaurant Les Quatre Saisons wird zum 1. Januar 2020 zum Bankett-/Eventraum umgenutzt• Detailplanung des Projekts Märthof mit Hotel und Gastronomie abgeschlossen; Baubeginn per Ende 2019
 Factsheet		
	Der Reiseveranstalter von Coop und Rewe – in der Schweiz die Nummer eins im Direktverkauf von Badeferien	<ul style="list-style-type: none">• Einführung der dynamischen Angebots-Produktion (Verbindung von Flügen mit Hotelzimmern auf einer digitalen Plattform)• Ausbau des Produktportfolios mit Städtereisen• Anteil des Online-Umsatzes wächst auf 34%
 Factsheet		
	Führender Fitnessanbieter der Deutschschweiz	<ul style="list-style-type: none">• Expansion von 40 auf 48 Standorte in 13 Kantonen; Facelift in 3 Anlagen• Mitgliederzahl wächst um 19.3%, Umsatz um 21.8%• Team um 101 Personen verstärkt; nun 898 Mitarbeitende in Voll- und Teilzeit• Neue Räumlichkeiten für Zentrale Ostschweiz; neuer Stützpunkt West in Ostermundigen
 Factsheet		
	Tropenhaus mit Restaurant	<ul style="list-style-type: none">• Nettoerlös im Vergleich zum Vorjahr um 15% gesteigert• Egli- und Zanderproduktion um 30% erhöht• Verkaufte Kaviarmenge um 34% gesteigert• Lancierung eines tiefgefrorenen Kaviars in Portionsgrösse für Anlässe und Bankette• Leuchten im öffentlichen Bereich auf LED umgestellt
 Factsheet		

Logistik, Informatik und Immobilien

Erweiterung der Verteilzentrale Aclens nimmt Fahrt auf

Im Juni des Berichtsjahrs fand in Aclens die Grundsteinlegung für den Ausbau der Leergutzentrale der Logistikregion Suisse Romande zur neuen Logistik- und Verwaltungszentrale statt. Durch die Zentralisierung von Administration und Logistik am Standort Aclens stellt Coop auch künftig die optimale Versorgung für die Region Westschweiz sicher. In einer ersten Projektphase wurden dazu die Sektoren für Molkereiprodukte, Crossdocking, Obst und Gemüse und allgemeine Waren im Baubestand um 753 m² erweitert. Direkt neben der bestehenden Verteilzentrale entsteht ein rund 21 700 m² grosses Gebäude. Dieser Neubau ist überwiegend für die Nutzung als Leergutzentrale vorgesehen, welche auf rund 10 700 m² Raum findet, und wird bis Mitte 2020 Schritt für Schritt in Betrieb genommen. Darüber hinaus wird das Gebäude auf etwa 8 600 m² die Verwaltung der Verkaufsregion Coop Suisse Romande beherbergen, welche derzeit am Standort Renens (VD) untergebracht ist. Der Standort wächst so um rund 300 Mitarbeitende auf knapp 850 Mitarbeitende an. Der Neubau entspricht dem Minergie-Standard. Die vollständige Inbetriebnahme des Standortes ist für 2022 geplant.

1 000

Filialen bieten
Passebene Mobile

Passabene Mobile in allen Supermärkten verfügbar

Seit November bietet Coop Passabene Mobile als erstes Self-Scanning-System in allen Coop Supermärkten schweizweit an. In rund 1 000 Filialen haben Kunden somit die Möglichkeit, Waren mit ihrem mobilen iOS- oder Android-Gerät zu scannen und ihren virtuellen Einkaufskorb ohne zeitaufwändigen Scan-Vorgang an der Kasse zu bezahlen. Coop bietet Passabene Mobile bereits seit 2012 an und baute das System kontinuierlich aus. Alternativ haben Kunden bereits seit 2005 die Möglichkeit, ihren Einkauf mithilfe spezieller Coop-Passabene-Handscanner digital zu vereinfachen.

Digitalisierung in der Logistik

Die Digitalisierung in der Coop-Logistik setzte sich auch 2019 fort. Im Berichtsjahr standen die Optimierung der Tourenplanung, der Ausbau der Pick-up-Stationen sowie eine Verbesserung der Service-Logistik im Mittelpunkt. In einer Kooperation zwischen dem amerikanischen Start-up "Project 44" und Daten-spezialisten von Coop wurde eine Visualisierung des Liefernetzwerks erstellt. Mithilfe von Methoden wie "Geofencing" ist es nun möglich, die Planung mit Echtzeit-Daten zu vergleichen um die Belieferung stets zu optimieren. Auch die Kommissionierung profitiert von einer gesteigerten Digitalisierung: Erstmals kamen Datenbrillen zum Einsatz, welche Kommissierplätze und Mengen anzeigen.

Das Netzwerk der Pick-up-Stationen wurde 2019 weiter ausgebaut: Kundinnen und Kunden können ihre Bestellungen aus den Online-Shops auch in ausgewählten Coop-Pronto-Filialen abholen. Dazu zählt seit 2019 auch die Non-Food-Plattform Microspot.ch, welche über 460 Pick-up-Stationen beliefert.

Künstliche Intelligenz zur Ermittlung von Aktionsmengen

Im Rahmen des Projektes "Promo2017+" hat Coop 2019 ein neues Prognosetool für Aktionsware eingeführt. Das Tool ermöglicht den Verkaufsstellen, bei Aktionen möglichst genaue Bestellmengen zu ermitteln. Bisher teilten die Category Manager den Verkaufsstellen die Warenmengen anhand eines fixen Verteilschlüssels zu. Allfällig vorhandene Restbestände aus früheren Aktionen in den Verkaufsstellen konnten dabei nicht berücksichtigt werden. Mithilfe künstlicher Intelligenz ermöglicht das Prognosetool neu eine möglichst genaue Ermittlung der Aktionsmenge je Verkaufsstelle und Artikel. Dabei werden auch die Bestände in den Verkaufsstellen berücksichtigt. Darüber hinaus erhält die Verkaufsstelle einen Indikator bezüglich der Qualität der prognostizierten Menge. Dies führt nicht nur zu verbesserten Bestellmengen, sondern auch zu mehr Frische und weniger Food Waste.

Nachhaltigkeit bei Coop Immobilien

Energieeffizienz und die Produktion nachhaltiger Energie spielen für Coop in der Planung und Umsetzung ihrer Immobilienprojekte eine zentrale Rolle. Alle Gebäude von Coop Immobilien werden nach den Minergie-Anforderungen realisiert und womöglich auch zertifiziert. Im Berichtsjahr konnte Coop die Erweiterung des Ladenzentrums in Schwarzenburg sowie die Erweiterung des Coop Bau+Hobby in Rickenbach zertifizieren. Weiter erhielten auch das Neubauprojekt in Domat/Ems und der Neubau des Einkaufszentrums in Murten-Löwenberg die Zertifizierung. Coop hat im 2019 rund 2.1 Millionen Franken für acht energiesparende Sanierungsprojekte investiert. In diesem Zusammenhang wurden Baumassnah-

men wie beispielsweise Optimierung der Wärmeerzeugung, Verstärkung der Wärmedämmung oder Einsatz von effizienten LED-Beleuchtungen getroffen. Seit 2013 hat Coop so insgesamt rund 19 Millionen Franken investiert. Die Zielvorgabe für die Realisierung von neuen Photovoltaik-Anlagen wurde mit insgesamt circa 26 400 m² erneut um 32% übertroffen. So verbaute Coop Photovoltaik-Module mit Flächen von 5 400 m² auf dem Gallusmarkt in St. Gallen, 6 670 m² auf den Transgourmet-Gebäuden in Hinwil und Kriens und 2 900 m² in Murten und Löwenberg. Auch in der Westschweiz, in Bassecourt, wurde eine Fläche von 4 500 m² an Photovoltaik-Paneeelen installiert.

Digitalisierung bei der Immobilienplanung

Im Jahr 2019 setzte Coop erstmals die Planung von vier Immobilienprojekten mithilfe von Building Information Modeling (BIM) um. Ziel dieses Systems ist es, die Planungseffizienz zu steigern und Planungsfehler zu vermeiden. Für die neue Verkaufsstelle in Vich, den Neubau in Murten, die Verkaufsstelle in Löwenberg, die Gesamtsanierung des Gebäudes TH12 in Basel und die Erweiterung der Verkaufsstelle in Aadorf wurde jeweils ein BIM-Modell für die Projektplaner zur Verfügung gestellt. Mithilfe der BIM-Software kann jeder Projektplaner sein Teilprojekt bearbeiten und dem BIM-Koordinator seine Daten alle drei bis vier Wochen zustellen. Der BIM-Koordinator erstellt daraufhin eine Konfliktliste, welche die Beteiligten im Rahmen einer BIM-Koordinationsitzung besprechen, um diese entsprechend zu bereinigen.

Immobilienprojekte

Im 2019 konnte Coop insgesamt 16 Immobilienprojekte beginnen und 14 fertigstellen – darunter sechs Neubauten, acht Erweiterungen/Sanierungen, zwei Umstrukturierungen und vier Modernisierungen.

Hauptsitz Basel

Im Juni begann am Coop-Hauptsitz in Basel-Gundeldingen die Gesamtsanierung des Gebäudes Thiersteinallee 12 mit Fassaden- und Büroflächenenerneuerung. Die Modernisierung sieht eine Büroflächenenerneuerung auf den Ebenen 1 bis 12 vor. Die Gastronomie wurde aus dem 13. Stock in das Erdgeschoss des Gebäudes Thiersteinallee 14 verlegt, um eine Umnutzung des 13. Obergeschosses zu ermöglichen. Die Sanierungsarbeiten und Inbetriebnahme werden in Etappen bis Dezember 2020 erfolgen.

BâleHotels

Der Märthof, ein denkmalgeschütztes Gebäude im historischen Zentrum von Basel, wird seit November in ein 4-Sterne-Boutique-Hotel mit 68 Zimmern umgebaut. Das Gesamtkonzept Märthof hat die Direktion Immobilien in enger Zusammenarbeit mit BâleHotels entwickelt. Die Inbetriebnahme des Hotels ist 2021 geplant.

Opfikon-Rümlang

Im Grenzgebiet der Gemeinden Opfikon und Rümlang soll auf zwei von Coop im Baurecht gesicherten Grundstücken im Gebiet Bäuler/Cher ein Multifunktionskomplex mit einer Nutzfläche von insgesamt ca. 80 000 m² und einem breiten Nutzungsmix realisiert werden. Im Rahmen eines Planungswettbewerbs haben 10 Teams einen Projektvorschlag erarbeitet. Das Projekt des japanischen Architekten Sou Fujimoto ist dabei als Siegerprojekt hervorgegangen. Die Coop Genossenschaft beabsichtigt, zusammen mit Investoren und Partnern aus dem Bereich Büroräumlichkeiten, Hotel, Gesundheit, Ausbildung und Freizeit in diesem heute diffusen Raum einen multifunktionalen Siedlungsbaustein einzufügen. Es wird kein Einkaufszentrum im traditionellen Sinn geplant, sondern ein Ort für die nähere und weitere Umgebung, wo Menschen aller Altersgruppen, die hier leben, arbeiten oder zu Besuch sind, gern hingehen, sich wohl fühlen und mannigfaltigen Aktivitäten nachgehen können. Coop wird das Siegerprojekt bis 2023 optimieren und die Gestaltungspläne in Zusammenarbeit mit den Gemeinden und dem Kanton erarbeiten.

Einkaufszentrum Volkiland

Am 21. November eröffnete das Coop-Einkaufszentrum Volkiland in Volketswil nach rund 30 Monaten Umbauzeit seine Türen. Neben bekannten Coop-Formaten wie dem Coop Restaurant, Coop Vitality, Coop Bau+Hobby, Interdiscount, Christ Uhren & Schmuck, The Body Shop und Import Parfumerie bietet das Einkaufszentrum auch neue Formate wie beispielsweise das Zopf-&-Zöpfli-Café. Zudem wurde ein Coop City mit rund 3 300 m² Verkaufsfläche nach dem Konzept "Bellacasa" eingerichtet sowie ein Coop Megastore nach Ladenbaukonzept 2025+ mit circa 5 450 m² Verkaufsfläche.

Einkaufszentren Centro Tenero und Murten Löwenberg

Am 28. Juni wurde die umgestaltete Mall im Obergeschoss des Centro Tenero eröffnet. Nach 20 Monaten Bauzeit öffnete das Einkaufszentrum Murten Löwenberg am 7. November seine Türen. Im Einkaufs-

zentrum erwartet die Kundinnen und Kunden auf 6 200 m² Verkaufsfläche ein Kombiformat aus Coop Supermarkt und Coop Bau+Hobby auf 4 500 m². Ergänzt wird das Angebot durch ein Coop Restaurant mit 168 Sitzplätzen, eine Coop-Vitality-Apotheke und eine Filiale von "Let's Go Fitness".

Neue Verkaufsstelle Châtel-St-Denis

Am 27. November fand die Eröffnung des Projekts Châtel-St-Denis statt. Die ehemalige Coop-Verkaufsstelle wurde 2016 abgerissen. An ihrer Stelle errichtete Coop eine neue Verkaufsstelle mit 2 100 m² Verkaufsfläche. Auch eine Coop-Vitality-Apotheke, ein Coop Restaurant und eine Tiefgarage mit 115 Kundenparkplätzen finden in dem neuen Gebäude Platz. Auf den oberen Stockwerken wurden 45 Wohnungen und Büroflächen mit knapp 550 m² untergebracht.

Mehrleistungen

Umfassendes Qualitätsmanagement

Auch 2019 lag für das Qualitätsmanagement ein Schwerpunkt auf der Umsetzung der neuen Lebensmittelverordnung. Diese erfordert eine Anpassung der Kennzeichnung aller Produkte bis 2021. Als Grundlage für die Umsetzung wurde die Coop-Richtlinie zur Kennzeichnung überarbeitet. Die Richtlinie enthält unter anderem Vorgaben, wie die Herkunft von Rohwaren und die Nährwertinformationen bei Coop-Eigenmarken umzusetzen sind. Bei den Angaben zur Herkunft tierischer Rohwaren geht Coop freiwillig weiter als das Gesetz: Diese werden ab einem Anteil von mindestens 10% des Lebensmittels transparent dargestellt.

Sämtliche Verkaufsstellen mit Bedienung Verkauf werden seit 2012 durch die unabhängige Kontrollstelle q.inspecta bezüglich der Einhaltung der Qualitätsvorgaben überprüft und zertifiziert. 2019 wurden insgesamt 407 Verkaufsstellen erfolgreich auditiert. Diese Audits fanden zusätzlich zu den rund 2 500 Audits der internen Qualitätssicherung von Coop statt.

Im eigenen Labor überprüfte Coop mit insgesamt rund 30 600 Stichproben aus den Bereichen Food und Non-Food die Einhaltung der Vorgaben. Dabei wurden über 835 000 Kriterien geprüft. Aufgrund des zunehmenden Angebotes der im Verkauf hergestellten Frischprodukte gewinnt das Hygienemonitoring auch in diesem Bereich immer stärker an Bedeutung.

Im Rahmen des Risikomanagements im Bereich Produktqualität setzte sich Coop im 2019 intensiv mit der Absicherung der Lieferkette von kritischen Rohwaren in verarbeiteten Produkten auseinander. Zudem hat Coop die Anforderungen an kritische Warengruppen im Bereich Non-Food konkretisiert und den potentiellen Lieferanten in automatisierter Form zur Verfügung gestellt. Im Bereich der Kompetenz der Mitarbeitenden im Verkauf und in der Beschaffung wurden die E-Learning-Kurse "Sicherer Verkauf von Chemikalien" und "Qualitätsmanagement in der Beschaffung" eingeführt.

Gesellschaftliches Engagement

Coop engagierte sich auch 2019 mit zahlreichen Projekten für die Gesellschaft. Alleine über den Coop-Nachhaltigkeitsfonds investierte Coop 16.85 Millionen Franken in gemeinnützige Projekte. In Ergänzung zur folgenden Auswahl an Projekten finden Sie weitere Projekte unter taten-statt-woorte.ch.

Coop ruft zum ersten "Tag der guten Tat" auf und motiviert zu vielen guten Taten

Am 25. Mai hat Coop zum ersten "Tag der guten Tat" aufgerufen. Das Ziel der schweizweiten Initiative war es, die Aufmerksamkeit auf das freiwillige Engagement und die solidarischen Gesten gegenüber den Mitmenschen zu lenken und die Bevölkerung zu motivieren, etwas Gutes zu tun. Der "Tag der guten Tat" von Coop hat alle Erwartungen übertroffen. Hunderttausende von Freiwilligen haben sich engagiert und ihre Solidarität gegenüber Gesellschaft und Umwelt gezeigt. Die Partner – Schweizerisches Rotes Kreuz, WWF Schweiz, Schweizer Tafel, Tischlein deck dich sowie die Pfadibewegung Schweiz – organisierten unzählige Mitmach-Aktionen.

12.4 Mio.

Mahlzeiten verteilt

Mehr Lebensmittel für Bedürftige dank Projekt "Vortriage"

Die Organisationen "Tischlein deck dich" oder "Schweizer Tafel" holen seit vielen Jahren bei Coop-Supermärkten Lebensmittel ab, welche einwandfrei sind, am nächsten Tag aber nicht mehr verkauft werden können. Jährlich können so rund 12.4 Millionen Mahlzeiten-Teller à 200 Gramm Essen an bedürftige Menschen verteilt werden. Coop unterstützt die beiden Organisationen mit der Abgabe der Lebensmittel und mit einem zusätzlichen finanziellen Beitrag. Um weitere Verkaufsstellen

in dieses System einbinden und auch vermehrt Früchte und Gemüse abgeben zu können, wurde 2017 das Projekt "Vortriage in der Verkaufsstelle" als Pilotprojekt lanciert. In den Pilot-Verkaufsstellen wurden Früchte und Gemüse am Abend vor Ladenschluss sortiert in "noch geniessbar" oder "würde ich nicht mehr essen" und mit den normalen Coop-Transporten in die Verteilzentrale gebracht. Ab dort erfolgt ein weiterer Transport zu Tischlein deck dich für die Feinverteilung an Bedürftige. Das Pilotprojekt war sehr erfolgreich und wurde deshalb 2019 ausgeweitet. Mit dem Projekt "Vortriage in den Verkaufsstellen" konnten 2019 insgesamt 80 Tonnen zusätzliche Lebensmittel (Früchte und Gemüse) gesammelt und abgegeben werden.

Saatgutforschung für gentechfreie Baumwolle

Die Bio-Baumwolle in den Naturaline-Produkten stammt seit Beginn aus den Produktionsstandorten von bioRe Indien und bioRe Tansania. Coop unterstützt diese Projekte seit vielen Jahren. Seit der Einführung von gentechnisch verändertem Saatgut in Indien im Jahr 2002 stellt die Produktion von gentechfreier Bio-Baumwolle eine riesige Herausforderung dar. Bereits 2013 waren 95% der verfügbaren Baumwollsamensamen in Indien gentechnisch modifiziert. Mit dem Projekt Saatgutforschung ist es gelungen, gentechnikfreie Baumwollsamensamen nachzuweisen und zu vermehren. Sechs der Bio-Baumwollsamensamen aus der bioRe-Saatgutforschung wurden für die kommerzielle Vermarktung genehmigt und sind für die grossflächige Produktion im Boden geeignet. Das ist nach 9 Jahren intensiver Forschung ein sehr grosser Meilenstein. Als Vorreiter im Bio-Baumwollanbau ist bioRe Indien nun so weit, den Bauern die ersten Mengen von biologischem Saatgut zur Verfügung zu stellen. Der Coop Fonds für Nachhaltigkeit unterstützt die bioRe-Saatgutforschung mit substanziellen Beiträgen und ermöglicht dadurch den weiteren Anbau von Biobaumwolle in Indien.

Engagement für wirtschaftliche Bildung bei Jugendlichen

2019 beteiligte sich Coop mit einem Nachhaltigkeitspreis erneut am "Company Programme" von YES (ehemals Young Enterprise Switzerland). Im Rahmen des Wettbewerbes erarbeiten Jugendgruppen eine innovative Projektidee und entwickeln daraus mithilfe von Experten ein reales Unternehmen, um so wichtige Zusammenhänge der Geschäftswelt an einem praktischen Beispiel kennenzulernen.

Coop Patenschaft für Berggebiete unterstützt Alpe Frid mit 382 000 Franken

Die Coop Patenschaft für Berggebiete setzt sich für bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen der Bergbevölkerung ein und unterstützte Schweizer Bergbauernfamilien. 2019 wurden 159 Selbsthilfeprojekte mit insgesamt rund 4.8 Millionen Franken unterstützt. Besondere Aufmerksamkeit genoss die Aktion 1.-August-Weggen zum Nationalfeiertag. Pro verkauftem 1.-August-Weggen und bei weiteren Produkten geht ein Teil des Verkaufserlöses an die Patenschaft für Berggebiete. 2019 konnte auf diesem Weg ein Betrag von über 300 000 Franken gesammelt werden. Die Patenschaft für Berggebiete hat den Betrag auf 382 000 Franken erhöht und damit die wichtige Sanierung der Alpe Frid im Kanton Wallis ermöglicht. Die im Geschäftsjahr erfolgte Zewo-Rezertifizierung bescheinigt der Coop Patenschaft für Berggebiete, dass die Spenden zweckbestimmt, effizient und wirkungsorientiert eingesetzt werden.

Förderung der Einbindung handicapierter Menschen in die Arbeitswelt

Mit der Vergabe unterschiedlicher Aufträge an geschützte Werkstätten fördert Coop die Einbindung handicapierter Menschen in die Arbeitswelt. 2019 vergab Coop Aufträge im Wert von über 4.3 Millionen Franken an solche Institutionen.

Partnerschaft mit dem Schweizerischen Roten Kreuz

Coop ist Partnerin des Schweizerischen Roten Kreuzes (SRK). Im Berichtsjahr leistete Coop nach dem Tropensturm Idai unkompliziert eine Spende in der Höhe von 100 000 Franken für die Nothilfe in Malawi und eine gleich hohe Spende nach dem Erdbeben in Albanien. Zudem spendete Coop für das Projekt "2 x Weihnachten" Lebensmittel im Wert von 384 000 Franken. Dank der Grittibänz-Spendenaktion hat Coop 108 000 Franken für bedürftige Familien in der Schweiz gesammelt. Eine ganz besondere Aktion haben SRK und Coop im Rahmen des "Tags der guten Tat" umgesetzt: Gemeinsam motivierten sie die Bevölkerung, Blut oder Blutstammzellen zu spenden.

Engagement für mehr Bewegung und gesunde Ernährung bei Kindern und Jugendlichen

Coop unterstützt die Organisationen "Fit4future" und "Gorilla", die sich zum Ziel setzen, Kinder und Jugendliche mittels Workshops an Schulen zu mehr Bewegung und gesunder Ernährung zu animieren. "Fit4future" ist an einem Drittel aller Primarschulen präsent und bietet neben "Spieltonnen" auf dem

Pausenplatz Kochkurse und Sportcamps an. Gorilla animiert Jugendliche an Schulen mit Freestyle-Sportarten wie beispielsweise Streetskaten oder Breakdance zu mehr Bewegung und mit Ernährungsateliers zum Kochen mit gesunden Lebensmitteln. Im Berichtsjahr konnten dank der beiden Projekte über 21 000 Kinder und Jugendliche von diesen Angeboten profitieren.

Kommunikation und Werbung

Kundendienst beantwortet rund 800 000 Anfragen

Der Kundendienst beantwortete 2019 insgesamt rund 800 000 Kundenanfragen. Neben allgemeinen Themen zu Coop, Coopzeitung und Supercard standen vor allem Fragen zum Thema Nachhaltigkeit im Vordergrund: Insbesondere die Kampagne "Taten statt Worte" und Fragen rund um das Thema Plastik standen klar im Fokus. Darüber hinaus interessierten sich die Kundinnen und Kunden auch für Marketingaktivitäten wie beispielsweise Emoji, "Bee Happy", "Sea Happy" und stellten Anfragen zu aktuellen Werbekampagnen sowie zur Preis- und Sortimentsgestaltung.

Imagekampagnen für die Supermärkte

Im April startete Coop ihre neue Imagekampagne. Im Zentrum sämtlicher Werbespots stehen die Coop-Kundschaft und ihre unterschiedlichen Bedürfnisse. Eine zentrale Rolle nehmen dabei in jedem Spot auch die Coop-Mitarbeitenden ein, welche die Kundinnen und Kunden auf sympathische Weise beim Einkauf unterstützen und für Schmutzeln sorgen. Die neue Kampagne hat viel Beachtung erfahren und wird auch im Jahr 2020 weiter fortgeführt.

Familien profitieren von Loyalitäts-Programmen

Auch im 2019 hat Coop mit insgesamt vier Sammelpromotionen die Loyalität ihrer Kunden belohnt. Im Fokus der Promotionen standen erneut Familien mit Kindern, die von Gratisprodukten profitierten. Mit den Promotionen "Bee Happy" und "Sea Happy" standen auch nachhaltige Themen im Fokus. Erneut grosser Beliebtheit erfreute sich auch die Emoji-Promotion im Sommer. Im Vorweihnachtsgeschäft nahm Coop mit "Frozen 2" im Rahmen einer Partnerschaft mit Disney das Filmhighlight des Jahres thematisch auf. Alle vier Promotionen erfreuten sich grosser Beliebtheit bei den Kunden und trugen so auch umsatzmässig zum Erfolg bei.

Supercard-Kreditkarte übertrifft Zielsetzung

Im 2019 nutzten über 3.2 Millionen Haushalte in der ganzen Schweiz die Supercard; das schweizweit grösste Kundentreueprogramm. Im Berichtsjahr hat die Nutzung der Supercard App und der digitalen Services weiterhin stark zugenommen. Um diese Entwicklung zu begünstigen, wurde der Login der Supercard überarbeitet und einfacher gestaltet. Die neue Supercard-ID bietet weiterhin einen einfachen und sicheren Zugang zu allen Supercard-Services. Die im November 2018 eingeführte neue goldene Supercard-Kreditkarte erfreut sich grosser Beliebtheit. Ende 2019 waren bereits über 167 000 aktive Karten im Umlauf. Ihr anspruchsvolles Ziel konnte Coop damit deutlich übertreffen. Die neue Kreditkarte gibt es als Mastercard und als Visa. Um auch Personen anzusprechen, welche Wert auf Kostenkontrolle legen, bietet Coop eine Visa-Prepaid-Karte an.

Coop Mobile startet erfolgreich im Swisscom-Netz und übertrifft die Ziele

Seit Januar nutzt Coop Mobile das Netz der Swisscom, welches als das beste der Schweiz gilt. Mit dem Angebot konnte Coop Mobile bereits sehr gute Resultate erzielen und viele Kunden gewinnen. Besonders überzeugend ist das Coop Mobile in Sachen Preis, Flexibilität und Support.

Weinclub Mondovino

Als Weinclub von Coop erfreut sich Mondovino weiterhin grosser Beliebtheit. Mittlerweile zählt Mondovino rund 160 000 Mitglieder und über 6 000 Facebook-Fans. Das sind 10 000 Kundinnen und Kunden

Rund **160 000** Mitglieder
im Weinclub Mondovino

mehr als im Vorjahr. Mondovino setzt auf eine Omnichannel-Strategie: Weinliebhaberinnen und Weinliebhaber können den Club im Internet, in über 820 Coop-Verkaufsstellen und auf den jährlichen Mondovino Weinmessen erleben. Um die Bekanntheit des Clubs weiter zu steigern, war Mondovino im Jahr 2019 beim Wein-Event "Matter of

Taste" zu Gast und beteiligte sich aktiv an der "Food Zürich". Inzwischen zählt das Weinsortiment von Mondovino über 2 200 Weine, abgerundet mit Subskriptionen und Spezialitäten von Casa del Vino und Riegger. Mondovino-Mitglieder erhalten Vorteile wie beispielsweise wöchentliche Clubangebote und digitale Coupons.

Soziale Medien setzen weiterhin auf Bewegtbild und Networking-Plattformen

Im Jahr 2019 stand der Bereich Social Media ganz im Zeichen der Coop-Imagekampagne und der Nachhaltigkeit. Besonders positive Resonanz gab es in den sozialen Medien für den "Tag der guten Tat". Unter dem Hashtag #TagdergutenTat wurden schweizweit die entsprechenden Aktionen der Bevölkerung gesammelt. Auch der Aufbau verschiedener Zielgruppenkanäle machte Fortschritte: Die Coop-Präsenz wurde um eine eigene Facebook-Seite für Mondovino und einen Instagram-Kanal für die Coop-Grundbildung erweitert. Auf dem Instagram-TV-Kanal entstand zudem eine spezielle Serie, bei der Mitarbeitende aus verschiedenen Bereichen Einblick in ihren Arbeitsalltag bei Coop geben.

Content House mit leserstarker Coopzeitung entwickelt sich zur internen Agentur

Die Coop Presse wurde 2018 in Content House umbenannt und zur internen Agentur weiterentwickelt. Nach wie vor sind die Coopzeitungen und Mitarbeitermagazine die wichtigsten Corporate-Publishing-Produkte, die im Content House produziert werden.

Die in drei Landessprachen erscheinenden Wochenzeitschriften Coopzeitung, Coopération und Cooperação erscheinen in einer Gesamtauflage von über 2.5 Millionen Exemplaren und werden von rund 3.3 Millionen Menschen gelesen. Die jährliche Erhebung des unabhängigen Schweizer Medienforschungsunternehmens Wemf AG bestätigt: Die Coopzeitung ist unverändert das auflagen- und leserstärkste Printmedium der Schweiz. Im Berichtsjahr wurde die Regionalisierung der Coopzeitung weiter fortgesetzt. Sonderausgaben zu den Themen Käse, Bier und Wein sind in 21 Subregionen mit regional unterschiedlichen Cover-Motiven und Titelgeschichten erschienen. Zudem haben eine Spezialausgabe der Coopzeitung sowie verschiedene Formen der Live-Berichterstattung den erstmals von Coop durchgeführten "Tag der guten Tat" begleitet.

Zusätzlich realisierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Content House im internen Auftragsverhältnis multimediale Inhalte. Das Content House hat im Berichtsjahr sein Leistungsspektrum weiter ausgebaut und mehr als 110 Projekte für zahlreiche Organisationseinheiten der Coop-Gruppe umgesetzt. Im Geschäftsfeld Publishing realisiert das Content House beispielsweise das Magazin Mondovino und im Bereich Editorial Design wurden diverse Image- und Informations-Broschüren gestaltet. Im Bereich Video und Digitalkanäle hat das Content House seine Kompetenzen erweitert und Kurzvideos, Informationsvideos sowie Eventreportagen für verschiedene interne Auftraggeber umgesetzt.

Sponsoring für die breite Bevölkerung

Im 2019 hat Coop das Sponsoringkonzept angepasst. Titelsponsoringprojekte und lokale Aktivitäten, die bis in die Verkaufsstellen wirken, werden in Zukunft an Bedeutung gewinnen. Familienprojekte bilden wie bis anhin einen weiteren strategischen Schwerpunkt. Im 2019 stellte das Eidgenössische Turnfest in Aarau, an dem sich Schweizer Turnvereine messen, ein wichtiges Projekt dar. Das Eidgenössische Turnfest ist mit rund 70 000 Turnerinnen und Turnern der grösste Breitensportanlass der Schweiz und findet alle sechs Jahre statt. Coop ist seit vielen Jahren Hauptsponsorin des Eidgenössischen Turnfestes und unterstützt auch kantonale und regionale Turnfeste. Auch mit den 160 Coop-Gemeindeduell- und sieben Coop-Andiamo-Events engagiert sich Coop für den Breitensport in der Schweiz.

Medienstelle: Nachhaltige Themen im Fokus

Als eine der grössten Pressestellen der Schweiz hat die Coop-Medienstelle auch 2019 den Dialog mit den Medienschaffenden weiter intensiviert. Dadurch war im Berichtsjahr erneut eine Vielzahl aktueller Themen rund um Coop in den Medien vertreten. Ein besonders grosses mediales Interesse erfuhren beispielsweise die Eröffnung des neuen Logistikzentrums von Fust in Oberbüren und die erstmalige Durchführung des "Tags der guten Tat". Im Zusammenhang mit der Klimabewegung stand 2019 auch das Thema Plastikeinsparung medial im Fokus. So zum Beispiel die Reduktion von Verpackungen im Bereich Bio-Früchte und -Gemüse, neue Verpackungslösungen bei den Backwaren sowie nachhaltige Produktalternativen wie Holzzahnbürste, Palmblatt-Geschirr und Trinkröhrli aus Papier. Die Coop-Medienstelle versandte im Berichtsjahr über 40 Medienmitteilungen und beantwortete über 1 600 Medienanfragen.

Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion

Transgourmet-Gruppe	37
Multichannel: Gruppenweit einheitliches IT-System	37
Massgeschneiderte digitale Dienstleistungen	38
Ausbau Frische-Angebot	38
Länderübergreifende Standards für die nachhaltige Beschaffung	39
Massnahmen im Bereich nachhaltige Verpackungen	39
Transgourmet Österreich: Eine Übernahme und Neufirmierung von vier Abholmärkten	39
Highlights aus den Ländergesellschaften der Transgourmet-Gruppe	40
Produktion	45
Bell Food Group	45
Anstieg Rohmaterialpreise für Schweinefleisch	45
Ausstieg aus dem deutschen Wurstwarengeschäft	45
Neuer Produktionsbetrieb für Serrano-Schinken in Spanien	45
Der Convenience-Markt wächst weiter	45
Highlights aus der Bell Food Group	46
Coop-Produktionsbetriebe	47
Chocolats Halba bildet Kakaobauern in Ghana aus	47
Reismühle Brunnen/Nutrex setzt auf nachhaltige Beschaffung	47
Coop Bäckereien investieren im Tessin	47
Highlights aus den Coop-Produktionsbetrieben	47

Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion

Die Transgourmet-Gruppe baut ihr Frische-Angebot weiter aus. Sie vereinheitlicht länderübergreifende IT-Systeme und ermöglicht damit massgeschneiderte digitale Dienstleistungen für ihre Kunden. Bell verstärkt ihre Position im Convenience-Markt. Die Coop-Produktionsbetriebe investieren verstärkt in nachhaltige Produkte.

14.1 Mrd. CHF

**Nettoerlös im Grosshandel
und in der Produktion**

Der Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion der Coop-Gruppe erzielte im Jahr 2019 einen Nettoerlös von über 14.1 Milliarden Franken, was einem Zuwachs von 2.5% in Landeswährungen entspricht.

Transgourmet-Gruppe

Mit der Tochtergesellschaft Transgourmet Holding AG ist die Coop-Gruppe im Abhol- und Belieferungsgrosshandel in Deutschland, Polen, Rumänien, Russland, Frankreich, Österreich und der Schweiz aktiv. Die Transgourmet-Gruppe erwirtschaftete 2019 mit 145 Cash & Carry-Märkten und dem Belieferungsgrosshandel einen Nettoerlös von über 9.7 Milliarden Franken, was einem Zuwachs von 3.7% in Landeswährung gegenüber dem Vorjahr entspricht. Damit konnte sie ihre Position als Nummer zwei im europäischen Grosshandel weiter ausbauen. Transgourmet erwirtschaftete 2019 mit nachhaltigen Sortimenten einen Umsatz von 341.5 Millionen Franken. Dies war nur dank eines aussergewöhnlichen Engagements möglich, da der Entwicklungsstand von nachhaltigen Sortimenten im Grosshandel bei weitem nicht so hoch ist wie beispielsweise im Detailhandel.

Multichannel: Gruppenweit einheitliches IT-System

Die Digitalisierung der klassischen Kernprozesse ist im Transgourmet-Grosshandel weitgehend umgesetzt. In einem nächsten Schritt verfolgt Transgourmet das Ziel, die technologischen Möglichkeiten konsequent zur Verbesserung des Dienstleistungsangebotes zu nutzen und in diesem Bereich innovativ die Führung zu übernehmen. Grundlage dafür ist eine gruppenweit einheitliche IT-Landschaft für alle Landesgesellschaften. Um die Kunden bestmöglich und individuell bedienen zu können, entsteht im laufenden Projekt Transgourmet Multichannel eine neue Warenwirtschaft mit automatisierten Prozessen. Dank praktikabler Multifunktionsleistungen von SAP kann Transgourmet jederzeit schnell, unkompliziert und flexibel reagieren sowie zugleich alle länderspezifischen Notwendigkeiten gut abdecken. Den Start hat Transgourmet Deutschland gemacht, aber auch SAP-Erfahrungen anderer Länder und Know-how aus dem Coop-Detailhandel fliessen laufend mit ein. 2019 wurden insgesamt drei Verteilzentralen und fünf Selgros-Märkte bzw. Cash & Carry-Filialen in Deutschland auf SAP umgestellt. Bis 2024 wird die SAP-Lösung gruppenweit implementiert sein.

Massgeschneiderte digitale Dienstleistungen

Transgourmet hat sich ein 360-Grad-Komplettangebot mit spezifischen Zusatzleistungen und Software-Lösungen für die Gastronomiekunden zum Ziel gesetzt. Mit der Übernahme der Mehrheit am deutschen Start-up Gastronovi im Jahr 2017 hat die Transgourmet Holding dafür wertvolle Expertise erworben. Gastronovi Office bietet eine umfassende und massgeschneiderte Komplettlösung – Warenwirtschaft, Kassensystem, Bestellsystem, Tischreservation – für die Gastronomie. Ein weiteres Beispiel ist Gastivo, ein Stand-alone-Marktplatz für die Gastronomie: Als Tochter der übernommenen Team Beverage AG bietet Gastivo mit diesem für alle Lieferanten und Servicedienstleister offenen Marktplatz One-Stop-Shopping (alles aus einer Hand) und unterstützt den Getränkefachgrosshandel bei der Digitalisierung.

Der Menü-Manager von Transgourmet Deutschland mit Zugang zum Webshop erleichtert die Einkaufs- und Menüplanung auch für Spitäler und Pflegeheime.

Transgourmet Frankreich hat seit Februar 2019 einen neuen Webshop für seine Kunden inklusive Online-Bezahlsystem (Übergang vom E-Order- zum E-Commerce-Webshop). Zudem wurde nach der 2018 lancierten Online-Lösung “e-Quilibre Hygiène” für das Hygienemanagement im Berichtsjahr “Jardin de Pays” eingeführt. Dank dieser Plattform können Kunden gezielt nach Früchten und Gemüse aus dem regionalen Angebot suchen und die Produkte via Transgourmet bestellen. Weiter wurde das neue Modell des Gruppen-Intranets (Adobe Intranet) implementiert.

Exklusiv bei Transgourmet Österreich ist der neue Service “Transgourmet Click&Carry”: Der persönliche Warenkorb wird im Webshop oder via App gefüllt – die Bestellung ist bereits nach zwei Stunden fertig kommissioniert und zum persönlichen Wunschtermin am hinterlegten Standort abholbar.

Mit Wirkung zum 1. Mai 2019 hat Transgourmet Deutschland die Sanalogic GmbH übernommen, eines der führenden Unternehmen in der Entwicklung, Implementierung und Betreuung von Software-Gesamtlösungen für das IT-gestützte Verpflegungsmanagement im Care-Bereich. Das Unternehmen berät Kunden in Deutschland, Österreich, Norditalien und der Schweiz. Mit der Übernahme kann Transgourmet Deutschland die bestehende langjährige Zusammenarbeit – sowohl im Vertrieb als auch in der Entwicklung – weiter ausbauen und den technischen Fortschritt sowie die Automatisierung von Prozessen zum Nutzen der Kunden aktiv mitgestalten. Sanalogic bleibt im Markt als eigenständiger Software-Anbieter für den kompletten Verpflegungsprozess von der Speiseplanung über Menüwunscherfassung, Produktionssteuerung und Auslieferung bis hin zum Einkauf.

Ausbau Frische-Angebot

Im Berichtsjahr übernahm Transgourmet Schweiz die Emmi Frisch-Service AG, ein Schweizer Handelsunternehmen, das aus den Firmen Burra und Interfrais entstanden ist. Diese Übernahme ermöglicht es, den Kunden ein noch breiteres Sortiment anzubieten, in der nationalen Logistik Synergien zu nutzen und die Molkerei-Kompetenzen auszubauen. Zu den Kunden zählen ca. 700 Betriebe aus den Bereichen Foodservice, Spitäler- und Pflegeheime, Convenience-Stores sowie Grossisten. Durch die Zusammenführung der Aktivitäten der Emmi Frisch-Service AG mit dem bestehenden Belieferungsgeschäft von Transgourmet können die Kunden nun auf das volle Frische-, Food- und Getränkesortiment von Transgourmet zugreifen. Alle Mitarbeitenden wurden übernommen, der für die Interfrais zentrale Standort Schlieren sowie die Marke Burra bleiben bestehen.

Die Zusammenarbeit mit Eisberg Österreich brachte Transgourmet im Berichtsjahr ein vergrössertes Ultra-Frische-Sortiment: insgesamt 63 Artikel im Bereich Salat- und Gemüse-Convenience sowie elf Feinkost-Salate unter der Eigenmarke Transgourmet Quality. Die Fresh-Cut-Artikel werden täglich geliefert und gehen taggleich weiter zu den Gastronomie-Kunden. Die herausragende Produktqualität und die Sortimentsvielfalt – welche auch kundenspezifische Artikel abdeckt – treffen auf eine lebhaftere Nachfrage bei den Kunden: Bereits in den ersten vier Monaten der Kooperation wurden 189 Tonnen verkauft.

In Deutschland ist Frischeparadies der grösste Spezialmarkt und Lieferant für hochwertige und frische Lebensmittel sowohl für Gastronomen als auch für Privatkunden. 2019 hat Transgourmet Schweiz das deutsche Modell leicht angepasst an den Standorten Basel und Zürich eingeführt. Der typische Frischeparadies-Ansatz – Kombination von B2B und B2C mit integriertem Bistro – ist eine Innovation für die Schweiz.

Länderübergreifende Standards für die nachhaltige Beschaffung

In den Bereichen Qualität und Nachhaltigkeit inklusive Tierwohl haben die Transgourmet-Ländergesellschaften 2019 Mindeststandards für die gemeinsame Beschaffung von Eigenmarken-Produkten beschlossen. So muss zum Beispiel Palmöl mindestens dem Nachhaltigkeits-Standard RSPO Mass Balance entsprechen. Darüber hinaus haben bereits mehrere Transgourmet-Ländergesellschaften eigene Richtlinien für die nachhaltige Beschaffung definiert, die sich an der entsprechenden Coop-Richtlinie orientieren. Ziel ist, dass bis 2021 alle Transgourmet-Ländergesellschaften eigene Richtlinien für die nachhaltige Beschaffung verabschieden.

Massnahmen im Bereich nachhaltige Verpackungen

Ein 2019 von Transgourmet Deutschland gestartetes Projekt mit externen Experten hat das Ziel, eine umfassende Plastik- und Verpackungsstrategie zu entwickeln. Das mehrjährige, umfangreiche Projekt fokussiert auf das Handlungsfeld Plastik und Verpackung bei Eigenmarken-Produkten, im Bereich Frische in den Cash & Carry-Märkten sowie im Sortiment der ToGo-Produkte. Neben der Erarbeitung von Grundlagen für die schrittweise Umsetzung der Strategie werden laufend Verpackungsalternativen getestet. Die nachgelagerte, praxisnahe Implementierung der Strategie unterstützt vor allem Einkauf und Category Management bei der Identifikation nachhaltiger Verpackungskonzepte im Zulieferpool.

292 Artikel

der Nachhaltigkeitseigenmarke Origine im Sortiment von Transgourmet Schweiz

Transgourmet Österreich verpackt ab Ende 2019 Obst und Gemüse in FSC-zertifizierte Kartonschalen. Damit werden pro Jahr über 600 000 Styroporschalen eingespart – ein grosser Schritt auf dem Weg zum nachhaltigsten Gastronomie-Grosshändler Österreichs. Die Kunststoff-Dehnlfolie zum Schutz der Ware wird vorerst beibehalten. Ziel ist es, auch hierfür eine nachhaltige Alternative zu entwickeln.

Transgourmet Österreich: Eine Übernahme und Neufirmierung von vier Abholmärkten

Transgourmet Österreich hat im Berichtsjahr den Lebensmittelgrosshändler Gastro Profi GmbH mit Sitz in Alkoven/Oberösterreich zu 100 Prozent von der Hochreiter-Gruppe übernommen. Gastro Profi bleibt ein eigenständiges Unternehmen, profitiert aber von Transgourmet-Know-how und Synergien. Gastro Profi ist Spezialist im Bereich Ethno-Gastronomie, bietet 800 entsprechende Produkte an und beschäftigt 80 Mitarbeitende. Durch die Übernahme der stark expandierenden Ethno-Pizzerien und Kebap-Restaurants erschliesst Transgourmet Österreich neue Zielgruppen, deren Anforderungen und Bedürfnisse damit exakt gedeckt werden können.

Die vier erfolgreichen, stark in der lokalen Gastronomie verankerten regionalen Abholmärkte "mein c+c" für Gastro- und Gewerbekunden in Graz, Bruck an der Mur, Feldbach und Oberwart firmieren seit Juni 2019 mit erweitertem Sortiment und noch mehr Serviceleistungen unter dem Namen "Transgourmet Cash & Carry". Dieses regionale Angebot wird mit Transgourmet Click&Carry gestärkt.

Highlights aus den Ländergesellschaften der Transgourmet-Gruppe

In der folgenden Tabelle finden Sie die Highlights aus dem Berichtsjahr zu den einzelnen Ländergesellschaften und Unternehmen der Transgourmet-Gruppe sowie ein Factsheet zu jeder Ländergesellschaft. Weitere Informationen zur Transgourmet-Gruppe finden Sie auch auf www.transgourmet.com.



Transgourmet Central and Eastern Europe

▼ Factsheet

Deutschland



- Per 1. Mai 2019 wird die Sanalogic GmbH eine hundertprozentige Tochter von Transgourmet Deutschland.
- Neubau Logistikzentrum Köln Langel
- Ausbau nachhaltiges Sortiment Ursprung inkl. verstärkter Kommunikation
- Einführung Eigenmarken-Gewürz-Sortiment bei Transgourmet und Selgros mit rund 100 Produkten
- Plant-based Food (fleischlose Ernährung): Pilotprojekt im Selgros Markt
- Erste Go-Live-Erfahrungen mit dem SAP-Projekt in Transgourmet-Betrieben und Selgros Cash & Carry-Märkten
- Ausbau Gas-LKW bei Transgourmet sowie Start Einsatz Bio-Gas
- Weiterer Ausbau des Einsatzes von Lastenrädern auf der letzten Meile sowohl bei Transgourmet als auch bei Selgros Cash & Carry
- Neueröffnung Selgros Stuttgart Feuerbach mit eigenem Bistro, Reifeschrank für Dry-Aged Beef sowie einer neuen Frischfischtheke vom Frischeparadies
- Erster Cash & Carry-Markt mit Solaranlage (Selgros Ingolstadt)
- 60 Jahre Selgros mit zahlreichen Aktionen in den Märkten und Einführung der Selgros-App
- Einführung der ersten Fischaktie Deutschlands (erstes Crowdfunding-Projekt für die Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung)
- Weiterführung Projekt Kochen für Senioren: Veröffentlichung Kochbuch und Praxishandbuch für deutsche Seniorenheime
- Förderung Bio-Brot-Box: Nachhaltige Lebensmittel zur Einschulung

Polen



- Ausbau der Digitalisierung des operativen Geschäfts in der Gastro-Zustellung und Erweiterung der App-Funktionen
- Adaptation des Kompaktformates für kleinere Städte, wie Siedlce, Slupsk, Gorzów Wlkp – Baubeginn des ersten kleineren Marktes in Siedlce
- Erstmalige Zusammenarbeit mit Berufsschulen zur Stützung und Sicherstellung der Arbeitsplätze für neue Mitarbeiter
- Neuausrichtung der Marketingstrategie auf die kundengruppenorientierte Kommunikation unterstützt durch eine eigene TV-Kampagne

Rumänien



- Eröffnung des neuen C&C-Marktes in Baia Mare im November 2019
- Erweiterung der Zustellungsaktivitäten im Bereich Gastro-Kunden
- Weiterführung des Loyalitätsprogrammes für Privatkunden/Bonussystem
- Erweiterung des Sortimentes mit den Eigenmarken Economy, Quality, Premium
- Einführung der Eigenmarke Topseller im Einstiegspreissegment
- Umrüstung aller Märkte auf LED-Beleuchtung
- Energiesparende Massnahmen durch Austausch der Kälteanlage und der Kühlmöbel in Pantelimon
- Weiterführung und Ausbau des Programms "Gesundheit beginnt auf dem Teller"
- Umfassendes Aus- und Weiterbildungsprogramm über alle Ebenen und Bereiche
- Erweiterung der dualen Ausbildung in den Städten Iasi, Cluj, Brasov, Constanta und Bukarest
- Entwicklung der gastronomischen Kompetenz von Jungköchen und Seniorchefs im Rahmen des "Arena Bucatarilor Cooking Contest"

Russland



- Umbau des Marktes in Moskau-Kotelniki mit Ausbau Frische sowie LED-Beleuchtung und nach neuem Konzept mit Bistro
- Gemeinsame Bedienung von HORECA-Profikunden durch Selgros und Globalfoods, Sortimentsausweitung und optimierte Logistik
- Einführung eines CRM-Moduls für den kundenorientierten Verkauf sowie Weiterentwicklung der Mobile-App
- Paletten-Pooling mit der Firma Chep, Reduktion von Schadstoff-Emissionen und Abfallmengen

Spezialisten

- Beteiligung Food & Beverage Services GmbH mit 51% an GEVA, einem Solution Provider für die Getränkebranche.
- Transgourmet Seafood gewinnt den Seafood Star 2019 in den Kategorien "Streetfood-Produkte" und "Räucherfisch".
- Neubau und Erweiterung EGV AG in Eberswalde inklusive neuer TK- und Bereitstellungszonen
- Team Beverage hat nun zehn neue Getränkefachgrosshandels-Partner mit knapp 21 800 Gastronomiebetrieben für die Grosshandelsplattform: Vendis (Homburg) und Bierhalter (Karlsruhe)
- Team Beverage integriert VfG-Vertriebsgesellschaft für Gastronomie-Betriebe (Radeberger-Getränkefachgrosshandel)
- Die Markt-Aktiv-Gruppe schliesst sich mit 191 Getränkeabholmärkten der Team Beverage GmbH an
- Team Beverage startet mit der Getränke-Belieferung der Deutschen Bahn für die Bordgastronomie und Lounge-Standorte
- Das Gastronomie-Portal Gastivo überschritt im September die Marke von rund 13 000 Bestellungen und generiert damit mehr als 10 Millionen Euro Bestellumsatz. Ein wesentlicher Treiber dafür ist die Einführung der Gastivo Bestell-App.
- Gastronovi expandiert nach Frankreich. Erschlossene Länder: D, A, CH
- Gastronovi startet mit gemeinsamen Werbe- und Vertriebsaktionen mit Selgros C&C, Transgourmet Deutschland, Schweiz und Österreich
- Gastronovi eröffnet ein neues Büro in Würzburg.
- Sump & Stammer intensiviert die Beschaffungskoooperation mit Unternehmen der Coop- und Transgourmet-Gruppe.
- Sump & Stammer wächst im Kreuzfahrtbereich weiter zweistellig
- Niggemann führt neue Warenwirtschaft ein
- Bei der Rückverfolgbarkeit von Frischfleisch schafft Niggemann ein Höchstmass an Transparenz – über die beim Rindfleisch geltenden gesetzlichen Regeln hinaus und ebenso für alle anderen Fleischarten (Geflügel, Schwein, Lamm)
- Frischeparadies lanciert neues Logo
- Frischeparadies überarbeitet die Eigenmarke "Frische Paradies" sowie das Qualitätssiegel Frische Paradies, erweitert um Fisch und Seafood aus Galizien
- Frischeparadies baut ASC, MSC, Friend of the Sea, Label Rouge aus und steigert damit den Umsatz im Bereich der nachhaltigen Artikel deutlich
- Frischeparadies München erhält den Seafoodstar 2019
- Rollout des neuen CRM-Systems bei Frischeparadies
- Frischeparadies ist offizieller Partner von Jeunes Restaurateurs, Romantik-Hotels und Busche-Verlagshaus (Schlemmeratlas)





Transgourmet France

▼ Factsheet

Frankreich



- Transgourmet-Webshop seit Februar 2019 inklusive Online-Zahlung der Bestellungen (Übergang vom E-Order-Webshop zum echten E-Commerce-Webshop).
- Einführung der "Premium"-Produktpalette
- Ausweitung des "Origine"-Sortiments (ca. 35 Artikel im Jahr 2019)
- Einführung der Transgourmet-Sortimente mit lokalen Produkten
- Erweiterung des Vermarktungs-/Vertriebsmodells "Premium" in den Städten Nantes, Strassburg und Toulouse
- Lancierung eines neuen exklusiven Sortiments von kleinen Eisbechern unter der Marke "L'Atelier des Ecrins"
- Einführung sprachgesteuertes Kommissioniersystem mit Personal Digital Assistant (PDA) und Lichtleitsystem auf den Kommissionierwagen
- Ausrüstung der Fahrer von Lieferfahrzeugen mit neuen PDAs (mit Scanner und Kamera): Visualisierung von Fahrtroute, Kunden, Warenträgern und Artikeln, Erfassung der Warenträger zum Be- und Entladen (Rolls), Routenplanung per GPS inkl. Verkehrslage, Authentifizierung der Lieferung (Foto und Unterschrift)
- Erweiterung des Warenlagers und Abschluss des Umbaus von Transgourmet Cash & Carry in Schiltigheim
- Ausbau der LKW-Flotte mit alternativen Antriebssystemen, Ziel: Bis 2025 sind mindestens 40% der Flotte umgestellt auf erneuerbare Energien und/oder alternative Kraftstoffe
- BREEAM-Zertifizierung (Building Research Establishment's Environmental Assessment Method) für den Transgourmet-Standort Aquitaine (Saint-Loubès)
- ISO 14001-Zertifizierung für den Hauptsitz von Transgourmet France
- ISO 22000-Zertifizierung für alle Standorte von Transgourmet Operations (ausgenommen Transgourmet Seafood, Transgourmet Laplace und Transgourmet BP East).
- Sensibilisierungs- und Präventionskampagne für die Mitarbeiter im Bereich Strassenverkehrssicherheit
- Forcierte Kampagne zur Integration von Menschen mit Behinderungen in die Arbeitswelt.

Spezialisten

- Lancierung Gastronovi in Frankreich innerhalb von Transgourmet Solutions
- ISO 14001-Rezertifizierung für Transgourmet Fruits & Légumes.





Transgourmet Österreich

▼ Factsheet

Österreich



- Einführung Click&Carry: Bestellung via Webshop oder App, nach zwei Stunden sind die Produkte fertig kommissioniert und zum persönlichen Wunschtermin am hinterlegten Standort abholbereit
- Re-Zertifizierung ISO 14001
- Wechsel von Styroporschalen auf FSC-zertifizierte Kartonschalen bei Obst und Gemüse
- Kontinuierlicher Ausbau der nachhaltigen Rollcontainer-Verkleidungen, Oktober 2019 Umstellung Standort Villach
- Umwelt- und Energie-Training für alle Mitarbeitenden

Spezialisten

- Übernahme der Gastro Profi GmbH, Spezialist für Ethno-Gastronomie
- Integration der ehemaligen "mein c+c-Märkte" in die Dachmarke Transgourmet Österreich als "Transgourmet Cash & Carry" mit erweitertem Sortiment





Transgourmet Schweiz

▼ Factsheet

Schweiz



- Übernahme der Emmi Frisch-Service AG mit Kompetenzausbau in Verkauf und Logistik
- Umsatzwachstum im Belieferungsgrosshandel: Transgourmet gewinnt Marktanteile, starkes Wachstum bei Kunden und regionalen Sortimenten
- Eröffnung Prodega-Markt Kriens inklusive Inbetriebnahme des achten Transgourmet-Regionalagers: Ausbau Logistikkapazität, verkürzte Lieferwege in der Zentralschweiz
- Belieferungsgrosshandel verzeichnet Umsatzsteigerung bei Eigenmarken Economy, Quality und Premium auf hohem Niveau
- Sortimentsausbau der Nachhaltigkeitseigenmarke Origine mit Vielzahl an Produkten über alle Warengruppen
- Profilierungsmarke Cook verzeichnet hohe Umsatzsteigerung bei spezifischer Kundengruppe
- Lancierung Live Cooking auch in französischsprachigen Prodega-Märkten (Köche des Kompetenzzentrums Kulinarik kochen mit Transgourmet-Produkten)

Spezialisten

- Eröffnung Frischeparadies mit Kompetenzausbau Frischfisch in Basel und Zürich, erfolgreiche Integration der Frischfischspezialisten Polar Comestibles und Braschler's Comestibles.



Produktion

Zur Coop-Gruppe zählen auch zahlreiche Produktionsbetriebe, allen voran die Bell Food Group, an der Coop Mehrheitsaktionärin ist. Mit der Bell Food Group, die zu den führenden Unternehmen im Bereich der Fleischverarbeitung und der Produktion von Convenience-Produkten in Europa gehört, verfügt Coop über ein starkes internationales Standbein.

über **6.7%**
mehr Nachhaltigkeits-
umsatz in der Produktion

Der Nettoerlös des Bereichs Coop Genossenschaft Produktion wuchs 2019 auf 815 Millionen Franken. Hinzu kommt der Nettoerlös der Bell Food Group, der auf 4 Milliarden Franken wuchs. Der Gesamtumsatz in der Produktion mit nachhaltigen Sortimenten belief sich 2019 auf rund 1.32 Milliarden Franken. Somit konnte Coop den Nachhaltigkeitsumsatz im Bereich Produktion um 6.79% gegenüber dem Vorjahr steigern.

Bell Food Group

Das Geschäftsjahr 2019 war geprägt durch die stark steigenden Rohmaterialpreise für Schweinefleisch in Europa, den organisatorischen Umbau von Bell Deutschland, die Inbetriebnahme des modernsten Convenience-Betriebs Europas im österreichischen Marchtrenk und ein gutes Geschäft in der Schweiz im zweiten Halbjahr.

Anstieg Rohmaterialpreise für Schweinefleisch

Aufgrund der afrikanischen Schweinepest und der damit einhergehenden Verknappung der Rohstoffe sowie der Handelsstreitigkeiten zwischen den USA und China sind die Rohmaterialpreise für Schweinefleisch in Europa 2019 um über 40 Prozent angestiegen. Die umgehend eingeleiteten Verhandlungen zur Durchsetzung von Preiserhöhungen waren nur teilweise erfolgreich. Diese Entwicklung hatte einen signifikanten Einfluss auf das Ergebnis im Geschäftsbereich Bell International.

Ausstieg aus dem deutschen Wurstwarengeschäft

In der Division Bell Deutschland wurden 2019 organisatorische Veränderungen durchgeführt. Ende Juni hat die Bell Food Group den Ausstieg aus dem deutschen Wurstwarengeschäft bekanntgegeben. Die Werke in Suhl und in Börger sind in Form eines Betriebsübergangs verkauft worden. Das Werk in Bad Wünnenberg wurde bis Ende des Jahres in einen Produktionsbetrieb für Frisch-Convenience-Produkte umgebaut. Künftig fokussiert sich Bell Deutschland auf ihre starke Position im Rohschinkenmarkt und wird diese weiter ausbauen.

Neuer Produktionsbetrieb für Serrano-Schinken in Spanien

In der organisatorisch zu Bell Deutschland gehörenden Ländergesellschaft Spanien konnte im ersten Halbjahr 2019 der neue Produktionsbetrieb für Serrano-Schinken in der Nähe von Madrid eröffnet werden. Zusammen mit den beiden bestehenden Werken hat man nun eine ideale Ausgangslage im wachsenden Markt für spanische Charcuterie.

Der Convenience-Markt wächst weiter

Der Geschäftsbereich Convenience ist erfolgreich unterwegs. Der Convenience-Markt wächst weiterhin. Insbesondere ultrafrische und Ready-to-Eat-Produkte verzeichnen überproportionale Wachstumsraten. In Marchtrenk hat die Bell Food Group ein hochmodernes Produktionswerk eröffnet, in dem erstmals unter einem Dach frische und ultrafrische Convenience-Produkte von Bell, Eisberg und Hilcona für den deutschen und österreichischen Markt hergestellt werden. Der neue Produktionsstandort wurde im Frühjahr 2019 eröffnet und schrittweise in Betrieb genommen.

Highlights aus der Bell Food Group

In der folgenden Tabelle finden Sie die Highlights aus dem Berichtsjahr der Bell Food Group AG. Weitere Informationen zur Bell Food Group finden Sie auch im untenstehenden Factsheet sowie auf www.bellfoodgroup.com.



Bell Food Group AG

▼ Factsheet



Geschäftsbereich Bell Schweiz

- Bell Schweiz feierte 2019 sein 150-Jahre-Jubiläum. Die eigens dafür lancierte Produktlinie "Samuel Bell 1869" hat sich 2019 sehr gut entwickelt.
- Nach einem schwierigen Geschäftsjahr 2018 und einem schwachen Jahresbeginn hat sich die Situation bei Bell Schweiz im zweiten Halbjahr 2019 entspannt.
- Zum verbesserten Geschäftsgang haben grundsätzlich alle Geschäftseinheiten beigetragen. Besonders gut haben sich die Bereiche Geflügel und Seafood entwickelt.

Geschäftsbereich Bell International

- Rohmaterialsituation beim Schweinefleisch blieb 2019 weiterhin angespannt.
- Der Verkauf des Wurstwarengeschäfts in Deutschland sowie die Umnutzung des Produktionsstandorts Bad Wünnenberg führten zu einem signifikanten Umsatzausfall bei Bell Deutschland.
- In Fuensalida in der Nähe von Madrid konnte ein neuer Produktionsbetrieb mit einer jährlichen Kapazität von rund einer Million Serrano-Schinken eröffnet werden.
- Positiver Trend bei Hubers geht weiter. Absätze in Österreich sind dank der Akquisition von Neukunden gestiegen, insbesondere der Absatz von Bioprodukten und nachhaltigen Spezialitäten wie Maishähnchen entwickelt sich positiv.
- Die Ländergesellschaften in Polen und Ungarn haben sich gut entwickelt und konnten die Mengenstrategie erfolgreich weiterführen.



Geschäftsbereich Convenience

- Der Fachkräftemangel in der Gastronomie führt dazu, dass neuartige Food-Solution-Konzepte an Bedeutung zunehmen werden. Die Bell Food Group will bei diesem Trend eine führende Rolle einnehmen und investiert in neue Produktionstechnologien für kundenspezifische Lösungen im Bereich Foodservice.
- Die Rohmaterialsituation bei Salaten und Gemüse aus Europa war aufgrund des heissen und trockenen Sommers schwierig.
- Trotz einer gewissen Sättigung am Schweizer Markt hat Eisberg dank innovativer Produkten und starke Wachstumsraten in Osteuropa ein gutes Jahr 2019 hinter sich. Der Trend zu Produktkonzepten mit höherem Convenience-Grad (Salatbowlen, Shaker) hält an.
- Hilcona konnte 2019 erneut wachsen. Der neue Produktionsbetrieb für den deutschen Markt in Bad Wünnenberg wurde im Dezember 2019 eröffnet. Mit der Lancierung des Green Mountain Burger ist Hilcona 2019 erfolgreich in den boomenden Markt der fleischlosen Burger eingestiegen.
- Hügli verzeichnete 2019 gute Absätze im Foodservice-Bereich und profitiert verstärkt von Synergieeffekten innerhalb der Gruppe. So übernimmt Hügli per Ende Jahr die Gewürzabfüllung vom Coop-Eigenproduktionsbetrieb Sunray. Der Trend geht weiterhin zu frischen und flüssigen Produkten.



Coop-Produktionsbetriebe

Chocolats Halba bildet Kakaobauern in Ghana aus

Chocolats Halba initiierte im 2019 das Projekt mit dem Namen Sankofa. Erstmals wird damit weltweit Kakaoanbau in dynamischer Agroforstwirtschaft mit CO₂-Kompensation nach dem Gold Standard kombiniert. In den Agroforstparzellen pflanzen die Bauern Bäume, die Treibhausgas speichern und dem Kakao gleichzeitig Schatten, Nährstoffe und Wasser spenden. Bis 2023 kompensiert Coop in diesem Projekt rund 75 000 Tonnen CO₂. Chocolats Halba und Coop leisten für das Projekt Sankofa einen wichtigen Beitrag. Sie bilden 2 900 Bauern aus und zeigen ihnen, wie Monokulturen in Mischpflanzungen

Rund **75 000** Tonnen

CO₂-Kompensation in Ghana

umgebaut und so ihre Lebensgrundlage nachhaltig gesichert werden kann. Rund 400 Hektar Land werden nach dynamischer Agrarforstwirtschaft bewirtschaftet. Der Kakao wächst fast wie im Regenwald mit einer Vielzahl anderer Pflanzen wie Mais, Mango und Mahagoni. Dadurch steigen Bodenfruchtbarkeit und Biodiversität und die Bauern erhalten dank der Mischkulturen höhere Kakaoerträge und Zusatzeinnahmen.

Reismühle Brunnen/Nutrex setzt auf nachhaltige Beschaffung

Die Reismühle Brunnen/Nutrex berücksichtigt bei der Beschaffung von Produkten nicht nur wirtschaftliche, sondern auch soziale, ethische und ökologische Aspekte. 2019 wurden in den Projekten Indien und Thailand 453 Bauern in Laserleveling geschult und trainiert. Damit werden Bauern befähigt, ihre Felder mit einem Laser auszumessen und entsprechend zu nivellieren, um dann die Felder überall mit gleicher Höhe zu bepflanzen. Das Bewässern des Feldes benötigt so weniger des nur knapp vorhandenen Wassers. Mit dieser wassereffizienten Technik erreicht die Reismühle Brunnen/Nutrex, dass die Bauern – ausser während der Monsun-Zeit – 42% weniger Wasser pro kg Reis benötigen und somit genug Wasser für alle Bauern vorhanden ist. 2019 hat sich die Reismühle Brunnen/Nutrex entschieden, bei Essig-Verpackungen von IBC-Container auf faltcontainer mit Inliner umzusteigen. Weil der faltcontainer nicht nur wiederverwendbar, sondern nach Gebrauch zusammengeklappt und gestapelt werden kann, braucht es weniger Platz für den Transport sowie im Lager des Kunden. Dies bringt Vorteile für die Nachhaltigkeit.

Coop Bäckereien investieren im Tessin

Im 2019 investierte Coop in die Bäckerei in Castione, wo Panettone und Holzofenbrot für die Coop-Verkaufsstellen produziert wird. Für die Panettoneproduktion wurde eine spezielle Backstrasse mit neuster Technologie gebaut und für das Holzofenbrot hat Coop drei Holzbacköfen mit je sechs Backkammern realisiert. Ab März 2020 ist der Verkaufsstart der Produkte.

Highlights aus den Coop-Produktionsbetrieben

In der folgenden Tabelle finden Sie die Highlights aus dem Berichtsjahr sowie ein Factsheet zu den einzelnen Coop-Produktionsbetrieben. Weitere Informationen finden Sie auch auf www.coop.ch/produktion.



Mehl, Mehlmischungen, Hartweizengriess, Polenta, Haferflocken, Extruderprodukte

- Steigerung der Produktionsleistung auf über 210 000 Tonnen und damit weiterer Ausbau der Marktanteile an in der Schweiz verarbeiteten Getreiden zur menschlichen Ernährung
- Erfolgreiches Tandem mit Hilcona und Transgourmet
- Konsequente Diversifikation des Sortimentsangebots sowie Abschluss der Prozessoptimierungen im Hafer- und Dinkel-Segment
- Erfolgreiche Inbetriebnahme der 2. Extruder-Anlage mit Lancierung von neuen Produkten (Füll- und Zusatzstoffe)
- Komplexe Sanierungsarbeiten des Silos 1924 auf Kurs
- Erfolgreiche Umsetzung des privatrechtlichen Rohstoffpreisausgleiches für Export-Kunden

▼ Factsheet



Tafelschokoladen,
Confiserieartikel,
Festtagsortimente,
Industrieschokoladen

- Umsatzwachstum von über 20% beim Export von Schokolade; erfolgreicher Markteintritt in China mit hochwertiger, zuckerfreier Schokolade
- Marktanteilsgewinne in der Schweiz bei Bio-/Fairtrade-Produkten; Erweiterung der erfolgreichen Projektschokoladen für Coop um das Herkunftsland Madagaskar
- Ausbau direkter und zertifizierter Beschaffung aus den Rohstoffursprungsländern
- Start eines weltweit einzigartigen Projektes für nachhaltigen Kakaoanbau und Klimakompensation in Ghana
- Komplett CO₂-neutrale Produktion; Einsatz von über 90% erneuerbaren Energien; Pflanzen von täglich rund 133 Bäumen zur Klimakompensation

▼ Factsheet



Kosmetika, Wasch-
und Reinigungsmittel,
Hygieneprodukte

- Umsatzwachstum in allen Kundensegmenten von über 2% im In- und Ausland
- Vorsprung mit nachhaltigen Sortimenten ausgebaut, Umsätze mit nachhaltigen Produkten in allen Kundensegmenten um 11% gesteigert
- Sechs neue Naturaline-Sensitive-Produkte mit aha-Zertifizierung in den Markt gebracht
- PET-Flaschen für Oecoplan-Reinigungsmittel auf 100% Recycling-PET umgestellt
- App-gesteuerte Dosiertechnik für professionelle Geschirreinigung bei einer grossen Anzahl Kunden erfolgreich eingeführt
- Halal – Zertifizierung erlangt, Voraussetzung für Märkte in Südostasien geschaffen

▼ Factsheet

Coop
Bäckereien

Frischbrote (Brote,
Kleinbrote, Zöpfe),
Tiefkühlprodukte,
Kuchen und Gebäck,
Torten und Patisserie-
artikel sowie
Verkaufsteige

- Panettone: neue Prozesslinie, neue Rezepturen, neues Verpackungsdesign
- Neue Holzofenlinie am Standort Castione eingebaut
- Frischteig auf 41 Verkaufsstellen ausgebaut
- Verkaufsteige: neue Rezepturen und neue Verpackung
- Automation wird weiter ausgebaut
- IFS-Zertifizierung der Bäckerei Schafisheim

▼ Factsheet



Bio- und Fairtrade-
Reis, Reisspeziali-
täten und Reis-
mischungen

- Positives Wachstum im Industriesegment in der Schweiz mit über 25%
- Im Export mit der SC Swiss nachhaltige Steigerung mit neuen Kunden im Detail- und Online-Handel sowie mit Spezialitäten bei Transgourmet Österreich und Transgourmet Frankreich
- Zwei neue Fine-Food-Reis-Produkte auf den Markt gebracht; Sushi Koschihikari aus Japan und Sadri-Reis aus dem Iran
- Deutlicher Ausbau bei Bio-Essig um 25% auf 30% des Gesamtvolumens
- Auszeichnung mit dem Preis "Chapeau" für das soziale Engagement bei der Wiedereingliederung von IV-Bezüglern in den Arbeitsmarkt.



Essig und Essig-
spezialitäten

▼ Factsheet



Mineralwasser
und zuckerhaltige
Limonaden

- Zuckerreduktion um 10% bei allen Süssgetränken
- Neueinführung Schnitzwasser 1 l und Minzwasser 0.5 l mit erfreulicher Mengenentwicklung
- Schnitzwasser 0.5 l Lemon mit grossem Erfolg und Wachstum auf dem Markt
- Höhere Verkaufsmengen für Aquina bei Transgourmet
- Baubewilligung für Sondierbohrungen auf dem Coop-Gelände liegt vor; Erschliessung weiterer Quellen in Vorbereitung
- Reduktion des Verpackungsmaterials bei Schrumpffolien, Etiketten und einzelnen Preformen

▼ Factsheet

Cave

Weissweine,
Roséweine, Rotweine,
Süssweine,
Schaumweine

- Deutliche Absatzsteigerung aus eigener Vinifikation sowie Steigerung der Gesamtleistung
- Ausbau des Produkt-Portfolios bei Transgourmet Schweiz, weitere Artikel gelistet
- Erfolgreiche Realisierung der Trophy-Weine Frühjahr/Sommer, sowie Herbst/Winter
- Herstellung von Schaumweinen ausgeweitet
- Realisierung einer Sonderedition im Auftrag von Swiss International Air Lines für "La Fête des Vignerons 2019"

▼ Factsheet

Bananen-
reiferei

Bananen, exotische
Früchte wie Ananas
und Kiwi, Trocken-
früchte

- Zwei Roboter zur Steigerung der Effizienz ausgetauscht
- Umstellung sämtlicher Prozesse auf den internationalen Standardkarton

▼ Factsheet

Mitarbeitende

Attraktivität als Arbeitgeberin	51
CPV/CAP Pensionskasse Coop mit erfreulicher Entwicklung	51
Arbeitgeberauszeichnungen für Coop und Transgourmet France	52
Ausbildung und Personalentwicklung	52
Investition in Aus- und Weiterbildung	52
Erfolgreicher Abschluss Lernende	52
Integrationsvorlehren erfolgreich abgeschlossen	52
Coop Campus: Startschuss für Coop Management und Leadership CAS	52
Coop-Campus-Grundbildung in den Startlöchern	53
Digital Recruiting und Einführung von "SuccessFactors"	53
Geschäftsführer-Austausch zwischen Edeka und Coop	53
Tochtergesellschaften profitieren von Resilienz-Kursen	53

Mitarbeitende

Mit digitalen Lösungen steigert Coop die Effizienz beim Recruiting, und in der Ausbildung setzt Coop auf die Verbindung von digitalen Lerninhalten mit praktischer Erfahrung. Mit dem Management und Leadership CAS bietet Coop erstmals eine zertifizierte Kaderausbildung auf Fachhochschulniveau an.

90 307

Mitarbeitende
in der Coop-Gruppe

Die Coop-Gruppe zählte 2019 insgesamt 90 307 Mitarbeitende in den Geschäftsbereichen Detailhandel und Grosshandel/Produktion – darunter 3 455 Lernende. Im Berichtsjahr befinden sich 62.7% der Arbeitsplätze in der Schweiz, die restlichen im Ausland. Coop übt in der Gesellschaft eine wichtige integrative Funktion aus, indem sie Menschen aller Ausbildungsstufen und Nationalitäten beschäftigt.

Die aktuellen Entwicklungen im Arbeitsmarkt machen die nachhaltige Personalarbeit zur Herausforderung. Im Zentrum stehen der Fachkräftemangel, ein zunehmender Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeitende und der rasante technische Fortschritt. Auch der demografische Wandel, insbesondere im Hinblick auf die geburten-schwachen Jahrgänge und die Pensionierung der Babyboomer, erfordern eine hohe Anpassungsfähigkeit bei den Unternehmen. Die Bedeutung der Berufstätigkeit von Frauen hat stark zugenommen, die Arbeitswelt wird zunehmend multikultureller und die Arbeitsmodelle werden flexibler. In diesem Umfeld positioniert sich die Coop-Gruppe als vielfältige, attraktive und nachhaltige Arbeitgeberin. Dies ist besonders wichtig, um bestens qualifizierte Stellensuchende als Mitarbeitende gewinnen und auch halten zu können.

In ihrer Personalarbeit verfolgt die Coop-Gruppe folgende strategische Schwerpunkte: Attraktivität als Arbeitgeberin, Unternehmertum und Führung sowie Change-Management. Neben der Rekrutierung neuer Kräfte ist die Qualifizierung und Begeisterung der Mitarbeitenden für den technologischen Wandel und die Digitalisierung eines der wichtigsten Ziele der Personalarbeit von Coop.

Attraktivität als Arbeitgeberin

CPV/CAP Pensionskasse Coop mit erfreulicher Entwicklung

Trotz des weiterhin sehr schwierigen Umfeldes konnte die CPV/CAP Pensionskasse Coop eine sehr erfreuliche Rendite von 9.1% erwirtschaften. Die Kasse wies per 31.12.2019 einen Deckungsgrad von 116% aus. Der Soll-Wert von 115% wurde erreicht und es konnten freie Mittel gebildet werden.

Aufgrund dieses erfreulichen Resultats wurden die Altersguthaben der aktiven Versicherten im Jahr 2019 mit 2% verzinst. Damit war die Verzinsung doppelt so hoch wie die BVG-Mindestverzinsung. Der provisorische Zinssatz für das Jahr 2020 liegt bei 2%. Die Renten blieben unverändert, dies gilt auch für das Jahr 2020. Den Rentenbezüglern wird jedoch im Mai 2020 eine einmalige Sonderzahlung von 500 Franken ausgerichtet. Der Bestand der aktiven Versicherten lag mit 37 266 leicht über dem Bestand des Vorjahres (37 181 Versicherte). Die Anzahl Rentenbezüglern erhöhte sich um 346 Personen auf 20 488 Rentenbezüglern per Ende 2019.

Arbeitgeberauszeichnungen für Coop und Transgourmet France

Die seit vielen Jahren konsequente Investition in die Personalentwicklung brachte Coop 2019 zum zweiten Mal in Folge den Preis "Prix des Meilleurs Employeurs" in der Kategorie "Grandes entreprises" der Zeitschrift "Bilanz" ein.

Die französische Ausgabe der Zeitschrift "Capital" hat Transgourmet France unter die besten Arbeitgeber Frankreichs 2019 gewählt. In der Kategorie "Grosshandel" belegte Transgourmet 2019 den 11. Platz in der Liste der besten Arbeitgeber. Das Ranking ist das Ergebnis einer Umfrage, welche von einem unabhängigen Umfrageinstitut durchgeführt wurde. Für die Umfrage befragte das Institut 20 000 Personen in Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitenden in ganz Frankreich.

Ausbildung und Personalentwicklung

Investition in Aus- und Weiterbildung

Im 2019 haben Mitarbeitende ihre Kompetenzen und Kenntnisse in rund 4 200 internen Weiterbildungsveranstaltungen weiter aufgebaut. Dies entspricht über 422 000 Stunden. Und nochmals mindestens so viele Stunden lernten sie am Arbeitsplatz, sei es via E-Learnings, Instruktionen oder Trainings on the Job. Dafür hat Coop erneut rund 45 Mio. Franken investiert und mit rund 350 internen Kursen ein breites Angebot an Möglichkeiten zur Verfügung gestellt. Rund 65 000 E-Learnings wurden zu Themen wie zum Beispiel Jugendschutz, Arbeitssicherheit, Hygiene, Brandschutz und Kühlkette absolviert. Zudem hat Coop ausserhalb des Coop Campus externe Ausbildungen für ca. 3.8 Mio. Franken finanziert und so unterschiedlichste Abschlüsse ermöglicht. So zum Beispiel als Detailhandelsmanager/in, Dipl. Techniker/-in HF Lebensmitteltechnologie oder als Wirtschaftsethiker/in mit CAS.

Erfolgreicher Abschluss Lernende

Im Jahr 2019 haben über die ganze Coop-Gruppe 98.6% der Lernenden die Lehrabschlussprüfungen bestanden. Die Direktionen Coop konnten insgesamt 69.7% der Lehrabgängerinnen und Lehrabgänger weiterbeschäftigen. Auch das Interesse für Coop als Lehrstellenanbieterin bleibt ungebrochen: Innerhalb der Coop-Gruppe wurden per 1. August 2019 gesamthaft 1 083 Lehrstellen neu besetzt. Insgesamt bietet Coop jährlich 3 505 Lehrstellen in 32 Ausbildungsberufen an. Zur Auswahl stehen Berufe im Verkauf, in der Logistik, in der Verwaltung, in der Systemgastronomie, der Produktion oder im Transportwesen. 2 000 Berufsbildner und 30 vollamtliche Betreuer begleiten und unterstützen die Lernenden. Coop ist damit die zweitgrösste Lehrstellenanbieterin der Schweiz.

Integrationsvorlehren erfolgreich abgeschlossen

Zu Beginn des Lehrjahres 2019 haben erneut rund 40 junge Menschen ihre Integrationsvorlehre bei Coop begonnen. Geflüchteten jungen Menschen ermöglicht die Integrationsvorlehre einen Einstieg in den Schweizer Arbeitsmarkt. Bereits im August 2018 hatten rund 30 junge Menschen eine solche einjährige Integrationsvorlehre bei Coop gestartet. Von den Teilnehmenden konnten im August 2019 knapp 70% eine zwei- oder dreijährige Lehre beginnen. Hohe Motivation, deutlich erkennbare sprachliche Fortschritte, Integrationswille und Begeisterung für den Beruf waren entscheidende Faktoren für den erfolgreichen Übertritt in die klassische Lehre.

Coop Campus: Startschuss für Coop Management und Leadership CAS

Nach umfassender Überarbeitung der Inhalte und Methoden hat Coop 2019 die Kaderausbildung im Verkauf neu aufgelegt. Insgesamt wurden rund 33 Kurstage auf vier Stufen neu konzipiert und das Kursprofil für die Zielgruppen geschärft. Neben den Verkaufskadern profitieren zudem die Führungskräfte in den Bereichen Logistik und Gastronomie von modernerem Kursdesign, elektronischen Lernplattformen und neuen Kurssettings nach "Management und Leadership"-Philosophie. Unter anderem begann im Sommer 2019 auch ein Kurs, den die Mitarbeitenden mit einem Certificate of Advanced Studies (CAS) auf Fachhochschulniveau abschliessen können.

Coop-Campus-Grundbildung in den Startlöchern

Um den neuen Anforderungen des Detailhandels besser gerecht zu werden, begann Coop im Jahr 2019 die Ausbildung zur Detailhandelsfachfrau respektive zum Detailhandelsfachmann gänzlich zu modernisieren. Mit der neuen Coop-Campus-Grundbildung stellt Coop Lerninhalte ab August 2020 elektronisch zur Verfügung. Darüber hinaus werden jeweils bis zu zwölf Lernende in grossen Basisverkaufsstellen fundiert und gezielt in den neuen Beruf eingeführt. Künftig werden Lernende ab dem zweiten Lehrjahr eigenständig und kompetent Aufgaben in kleineren Coop-Verkaufsstellen übernehmen.

Digital Recruiting und Einführung von “SuccessFactors”

Nach der Zentralisierung der Zeugniserstellung, Stellenausschreibung und Vorselektion im Shared Service Center (SSC) im Jahr 2018 hat Coop im Berichtsjahr das neue SAP-System “SuccessFactors” eingeführt. Mithilfe der Software kann das Team des SSC “zentrale Ausschreibung und Vorselektion” bei einer Vakanz ein Inserat auf vordefinierten Kanälen publizieren.

Auch weitere Schritte, wie beispielsweise Einführung der neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Schulung, Mitarbeitergespräche, Ziel-Leistungsgespräche, Vergütung und Nachfolgeplanung sowie Personalverwaltung soll die Software künftig abdecken. Die Bearbeitung von Personalaufgaben ist zudem künftig auch über mobile Endgeräte möglich.

Darüber hinaus passte Coop im Berichtsjahr in Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern das Employer Branding an und führte das sogenannte “Active Sourcing” ein. Bei diesem Prozess sucht und kontaktiert Coop in sozialen Medien wie LinkedIn oder Xing passende Kandidaten. So ist es möglich, den Bewerberpool bei Stellen zu erweitern, welche aufgrund ihres Profils schwer neu zu besetzen sind. Zudem bespielt Coop die sozialen Medien und Karriereseiten nun laufend aktiv mit aktuellen Informationen, Videos und Bildern.

Geschäftsführer-Austausch zwischen Edeka und Coop

Coop und Edeka haben 2019 gemeinsam einen Geschäftsführer-Austausch realisiert. Zehn ausgewählte Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer von Coop hatten die Möglichkeit, eine Woche lang Marktleiterinnen und Marktleiter des Einkaufsallianz-Partners in Deutschland zu besuchen. Im Rahmen der Besuche konnten die Beteiligten Verkaufsthemen diskutieren, Bewirtschaftungsfragen besprechen und sich über Warenpräsentationsideen austauschen. Im kommenden Jahr wird der Austausch erneut stattfinden.

Tochtergesellschaften profitieren von Resilienz-Kursen

Seit 2017 konnte Coop auf Kaderebene erfolgreich rund 70 Seminare zum Thema Resilienz durchführen. Nun wird Coop die Kurse auch bei den Tochtergesellschaften Transgourmet, Coop Mineraloel AG und in der Bell Food Group anbieten. Im Juni 2018 fand ein Testlauf mit Verantwortlichen der Tochtergesellschaften statt. In einem zweitägigen Seminar lernten die Beteiligten die sieben Säulen der Resilienz und Methoden der emotionalen Regulation kennen. Coop plant, für die Jahre 2020 und 2021 für die Kader von Transgourmet, Bell Food Group und Coop Mineraloel AG rund 30 Seminare durchzuführen.

Corporate Governance

Konzernstruktur	56
Kapitalstruktur	57
Verwaltungsrat	58
Mitglieder des Verwaltungsrates	58
Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessenbindungen	58
Wahl und Amtszeit des Verwaltungsrates	62
Interne Organisation	62
Kompetenzregelung	62
Informations- und Kontrollinstrumente gegenüber der Geschäftsleitung	63
Geschäftsleitung	64
Mitglieder der Geschäftsleitung	64
Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessenbindungen	64
Managementverträge	67
Vergütungen	68
Mitwirkungsrechte	68
Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen	68
Revisionsstelle	69
Informationspolitik	69
Management Coop-Gruppe	70
Coop Genossenschaft	70
Weitere Tochtergesellschaften	72

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 Food Group AG. Diese weist die spezifischen Angaben zu ihrer Corporate Governance in ihrem eigenen Geschäftsbericht sowie auf ihrer Website www.bellfoodgroup.com aus.

Konzernstruktur

Die Coop-Gruppe Genossenschaft ist eine Genossenschaft mit Sitz in Basel. Per Ende 2019 sind ihr über 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 110 bis 113 des Geschäftsberichts (Konsolidierungskreis) Auskunft. Es bestehen keine Kreuzbeteiligungen innerhalb der Coop-Gruppe. Die Coop-Gruppe Genossenschaft ist für die Oberleitung der Coop-Gruppe verantwortlich. 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 von dessen Ausschuss 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 Abschnitt "Delegiertenversammlung" wiedergegeben.

Die Amtsperiode der Regionalräte sowie der Regionalratsausschüsse beträgt vier Jahre. Die laufende Amtsperiode dauert von 2017 bis 2021. Die Statuten legen eine Amtszeitbeschränkung auf 20 Jahre sowie eine Altersbeschränkung fest (65. Altersjahr). Ab der Amtsperiode 2021 bis 2025 wird die Altersbeschränkung auf das 70. Altersjahr angehoben.

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 im Wahlreglement der Coop-Gruppe Genossenschaft zu finden. Beide Dokumente können im Internet abgerufen werden.

➔ www.coop.ch/organe

Per 31. Dezember 2019 setzt sich die Delegiertenversammlung aus folgenden Delegierten zusammen:

Region Suisse Romande	Region Bern	Region Nordwestschweiz	Region Zentralschweiz-Zürich	Region Ostschweiz (inklusive Liechtenstein)	Region Ticino
Vincent Albasini	Sabine Boschung	Alexandra Abbt-Mock	Silvia Banfi Frost	Suzanne Blaser	Lucia Gianoli
Patrick Csikos	Patrick Bruni	Sibylle Bader Biland	Stefan Baumann	Fridolin Eberle	Carlo Frigerio
Yvan Délèze	Chantal Gagnebin	Evelyn Borer	Beatrice Bertschinger	Markus Eugster	Fiorenzo Robbiani
Olivier Grangier	Sandra Ghisoni Schenk	André Dalla Vecchia	Kilian D'Alberto	Christa Flückiger	Gabriella Rossetti
Doris Grobéty	Fränzi Grunder	Sandra Nicole Engeler	Anna Maria Forlano	Michael Fuhrer	Raffaele Sartori
Nicole Hosseini	Jürg Kradolfer	Adrian Fankhauser	Alexander Gossauer	Kurt Gansner	
Nadine von Büren-Maier	Corinne Lehmann	Susanne Jäger	Ronald Hauser	Roberto Godenzi	
Zohra Ottoz	Sibylle Miescher	Peter Jossi	Evelyn Hofer	Hedwig Kohler	
Benoît Santschi	Felix Truffer	Pascal Konrad	Cornelia Luchsinger	Richard Kübler	
Catherine Stern	Annette Wisler Albrecht	Daniel Mürger	Alex Rutz	Leonardo Longaretti	
Marc Vauthey	Zippora Wüthrich	Heidi Straumann	Beda Schlumpf	Gabi Senn	

Kapitalstruktur

Die Kapitalstruktur der Coop-Gruppe geht aus der konsolidierten Bilanz (Seite 89 des Geschäftsberichts) und aus den entsprechenden Erläuterungen (Seiten 92–97) hervor. Das Eigenkapital der Coop-Gruppe Genossenschaft besteht nur aus selbst erarbeiteten Mitteln. Die Genossenschaftsmitglieder beteiligen sich nicht am Eigenkapital.

Verwaltungsrat

Mitglieder des Verwaltungsrates

Gemäss Statuten setzt sich der Verwaltungsrat der Coop-Gruppe Genossenschaft aus maximal sechs von den Regionen nominierten Vertreterinnen und Vertretern sowie aus maximal fünf weiteren Mitgliedern – darunter ein Vertreter der Suisse Romande und ein Personalvertreter – zusammen. Die Mitglieder des Verwaltungsrates werden auf Antrag des Verwaltungsrates von der Delegiertenversammlung gewählt. Derzeit gehören dem Verwaltungsrat vier weitere Mitglieder an, insgesamt also zehn Personen. Mit Ausnahme des Personalvertreters dürfen die Mitglieder des Verwaltungsrates nicht zugleich als Arbeitnehmer bei Coop oder einer von ihr kontrollierten Unternehmung tätig sein (strikte Gewaltentrennung).

Per 31. Dezember 2019 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	2021
Peter Eisenhut	1955	Mitglied, Vertreter Region Ostschweiz/FL	2009	2021
Michela Ferrari-Testa	1963	Mitglied, Vertreterin Region Ticino	2006	2021
Susanne Giger	1970	Mitglied, Vertreterin Region Zentralschweiz-Zürich	2018	2021
Petra Jörg Perrin	1964	Mitglied, Vertreterin Region Bern	2017	2021
Hans-Jürg Käser	1956	Mitglied, Personalvertreter	2009	2021
Irene Kaufmann ¹	1955	Vizepräsidentin	2001	2021
Roman Kuhn	1955	Mitglied, Vertreter Region Nordwestschweiz	2010	2021
Doris Leuthard ²	1963	Mitglied	2019	2021
Bernard Rüeger	1958	Mitglied, Vertreter Region Suisse Romande	2009	2021

¹ Präsidentin des Prüfungsausschusses

² Mitglied des Prüfungsausschusses

Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessenbindungen

(Stichtag 31.12.2019)

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



Hansueli Loosli

Schweizer

Ausbildung:

Eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung und Controlling, KV Zürich

Beruflicher Werdegang:

1982–1985 Controller, stv. Direktor der Mövenpick Produktions AG, Adliswil; 1985–1992 Waro AG, Volketswil, zuletzt als geschäftsführender Direktor; 1992–1996 Direktor Warenbeschaffung Non Food Coop Schweiz, Wangen; 1992–1997 Geschäftsführender Direktor Coop Zürich, Zürich; 1997–2000 Vorsitzender der Geschäftsleitung und der Gruppenleitung 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 Food Group AG, Basel (Präsident); Coop Mineraloel AG, Allschwil (Präsident); Swisscom AG, Ittigen (Präsident); Transgourmet Holding AG, Basel (Präsident)

Weitere Funktionen und Ämter:

Beirat der Deichmann SE



Peter Eisenhut

Schweizer

Ausbildung:

Lic. oec. HSG, Universität St. Gallen

Beruflicher Werdegang:

1981–1991 Hauptlehrer für Wirtschaftswissenschaften an der Kantonschule 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 Ecolpol AG, St. Gallen

Weitere Verwaltungsratsmandate:

Rofima Holding AG, Horn; Säntis-Schwebbahn AG, Schwägalp

Weitere Funktionen und Ämter:

Fördergesellschaft und geschäftsleitender Ausschuss des Schweizerischen Instituts für Klein- und Mittelunternehmen der Universität St. Gallen; Stiftung Zukunft.li (Präsident); Vorstand Winterhilfe Appenzell AR



Michela Ferrari-Testa

Schweizerin

Ausbildung:

Lic. iur. Universität Zürich, Rechtsanwältin und Notarin

Beruflicher Werdegang:

seit 1990 eigene Anwalts- und Notariatskanzlei in Capriasca

Weitere Verwaltungsratsmandate:

avanex Versicherungen AG, Dübendorf; Helsana AG, Dübendorf; Helsana Unfall AG, Dübendorf; Helsana Versicherungen AG, Dübendorf; Helsana Zusatzversicherungen AG, Dübendorf; Progrès Versicherungen AG, Dübendorf; sansan Versicherungen AG, Dübendorf; Schweizerische Mobiliar Genossenschaft, Bern

Weitere Funktionen und Ämter:

Stiftungsrat Fondation Sana



Susanne Giger

Schweizerin

Ausbildung:

Lic. oec. HSG, Universität St. Gallen

Beruflicher Werdegang:

1995–1998 Projektleiterin B+R Event AG, Glattbrugg; 1998–2000 Leiterin Sponsoring und Events Zürich-Versicherungsgesellschaft, Zürich; 2001–2007 Wirtschaftsredaktorin Schweizer Fernsehen und Schweizer Radio DRS, Zürich und Bern; 2008 Buchautorin und freischaffende Journalistin; 2009–2017 Wirtschaftsredaktorin und Moderatorin Schweizer Radio und Fernsehen SRF, Bern und Zürich; seit 2018 Unternehmerin (Susanne Giger GmbH), Uetikon am See

Weitere Verwaltungsratsmandate:

Stiftungsrat Kartause Ittingen, Warth-Weiningen, Stiftungsrat Zewo, Zürich

Weitere Funktionen und Ämter:

Vorstandsmitglied des HSG Alumni Women's Chapter; Beirätin Lassalle-Institut



Petra Jörg Perrin

Schweizerin

Ausbildung:

Dr. rer. oec. Universität Bern

Beruflicher Werdegang:

seit 1989 Redaktorin, Autorin und Dozentin sowie Projektmanagerin;
seit 2006 Managing Director und seit 2015 CEO bei Rochester-Bern
Executive Programs

Weitere Funktionen und Ämter:

Titularprofessur und Lehrbeauftragte Universität Bern



Hans-Jürg Käser

Schweizer

Ausbildung:

Lehre als Elektromonteur

Beruflicher Werdegang:

1980–1991 Leiter Warenausgang Coop Schweiz;
seit 1999 Leiter Transporthilfsmittel-Pool bei Coop, Basel

Weitere Funktionen und Ämter:

Unia Fachgruppe Coop; Verein der Angestellten Coop (Präsident)



Irene Kaufmann

Schweizerin

Ausbildung:

Dr. oec. publ. Universität Zürich

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, Basel; 2009–2011 Präsidentin des Verwaltungsrates Coop Genossenschaft, Basel; seit 2011 Vizepräsidentin des Verwaltungsrates Coop-Gruppe Genossenschaft, Basel

Weitere Verwaltungsratsmandate:

Bell Food Group AG, Basel; Coop Mineraloel AG, Allschwil; Coop Patenschaft für Berggebiete Genossenschaft, Basel (Präsidentin); Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren; HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich AG, Zürich; Schweizerische Mobiliar Genossenschaft, Bern; Schweizerische Mobiliar Holding AG, Bern; Transgourmet Holding AG, Basel

Weitere Funktionen und Ämter:

Stiftungsrat CPV/CAP, Pensionskasse Coop (Präsidentin); Stiftungsrat ETH Zürich Foundation; Stiftungsrat Juventus-Schulen, Zürich (Präsidentin)



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; 2000–2018 Leiter Institutional Banking und Direktionsmitglied Aargauische Kantonalbank, Aarau

Weitere Verwaltungsratsmandate:

Circus Monti AG, Wohlen; thecompacts GmbH, Aarau

Weitere Funktionen und Ämter:

Vorstand Förderverein Schloss Hallwyl; Verein Melodyaarau (Präsident)



Doris Leuthard

Schweizerin

Ausbildung:

Lic. iur. Universität Zürich, Rechtsanwältin

Beruflicher Werdegang:

1991–2006 Anwältin und Partnerin bei Fricker Rechtsanwälte, Wohlen. Daneben Einsitz in verschiedenen Verwaltungsräten (u. a. Neue Aargauer Bank AG, Elektrizitäts-Gesellschaft Laufenburg AG, Baugenossenschaft Merenschwand) und politische Tätigkeit als Schulrätin Bezirk Muri (1993–2000), Grossrätin Kanton Aargau (1997–2000), Nationalrätin (1999–2006) sowie als Präsidentin der CVP Schweiz (2004–2006). 2006–2018 Bundesrätin, zunächst Vorsteherin des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements (EVD) und ab November 2010 Vorsteherin des Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK), 2010 und 2017 Bundespräsidentin

Weitere Verwaltungsratsmandate:

Bell Food Group AG, Basel; Transgourmet Holding AG, Basel

Weitere Funktionen und Ämter:

Ulrico Hoepli-Stiftung (Präsidentin), Stiftung Swiss Digital Initiative (Präsidentin), Steering Committee Europa Forum (Co-Präsidentin), Stiftungsrat ETH Zürich Foundation



Bernard Rüeger

Schweizer

Ausbildung:

MBA, Lausanne

Beruflicher Werdegang:

seit 1986 in verschiedenen Funktionen und 1992–2012 als Geschäftsleiter bei Rüeger SA, Crissier; 2013–2019 Präsident der Rüeger Holding SA, Paudex

Weitere Verwaltungsratsmandate:

Alpsens Technologies SA, Crissier (Präsident); CSS Holding AG, Luzern; Lyncée Tec SA, Ecublens; Precitherm SA, Paudex; Socorex Isba SA, Ecublens

Weitere Funktionen und Ämter:

Economiesuisse (Vizepräsident); Stiftungsrat Fondation de Beaulieu

Wahl und Amtszeit des Verwaltungsrates

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 bis zur ersten ordentlichen Delegiertenversammlung des Kalenderjahres, nachdem das 65. Altersjahr erreicht wurde).

Erstmalige Wahl und verbleibende Amtszeit

Der aus der erstmaligen Wahl resultierende Amtsbeginn der Verwaltungsräte ist im Abschnitt "Mitglieder des Verwaltungsrates" festgehalten. Die laufende Amtsperiode begann im Frühling 2017 und endet im Frühling 2021.

Interne Organisation

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.

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 (Vorsitz), Hansueli Loosli und Doris Leuthard.

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 und der Leiter der Internen Revision mit beratender Stimme teil. Je nach Traktandum werden die externen Revisoren zugezogen. Die Mitglieder des Verwaltungsrates werden regelmässig über die Arbeit des Prüfungsausschusses informiert. Der Vorsitzenden des Prüfungsausschusses untersteht die Interne Revision. Im Jahr 2019 fanden vier Sitzungen des Prüfungsausschusses statt.

Arbeitsweise des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat tagt mindestens viermal jährlich und so oft es die Geschäfte erfordern. 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.

Im Jahr 2019 traf sich der Verwaltungsrat zu sieben ein- bis zweitägigen Sitzungen. Darüber hinaus hat der Verwaltungsrat während einer viertägigen Reise Standorte von Tochtergesellschaften im In- und Ausland besichtigt. Es wurden keine externen Berater beigezogen.

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 716a). Ein vom Verwaltungsrat erlassenes Organisationsreglement ordnet die Kompetenzverteilung zwischen Verwaltungsrat und Geschäftsleitung in allen wesentlichen Punkten, wie Finanzen, Unternehmensstrategien, Personalwesen und Organisation. Eine von der Geschäftsleitung erlassene Kompetenzregelung stellt die operativen Befugnisse der einzelnen Führungsstufen detailliert dar.

Informations- und Kontrollinstrumente gegenüber der Geschäftsleitung

Management-Informationssystem

Der Präsident des Verwaltungsrates und der Vorsitzende der Geschäftsleitung treffen sich ein- bis zweimal pro Monat, um grundlegende Angelegenheiten der Coop-Gruppe zu besprechen. Der Präsident des Verwaltungsrates nimmt regelmässig an Sitzungen der Geschäftsleitung teil. Der Vorsitzende der Geschäftsleitung informiert den Verwaltungsrat an jeder ordentlichen Verwaltungsratssitzung ausführlich über den Geschäftsgang, über wichtige Projekte und Ereignisse sowie über getroffene Massnahmen. Jeden Monat erhält der Verwaltungsrat einen schriftlichen Bericht mit Kennziffern zur aktuellen Geschäftsentwicklung und zu wichtigen Informationen aus allen Unternehmensbereichen. Zudem werden dem Verwaltungsrat Tertialsberichte und -abschlüsse schriftlich zugestellt und an den Sitzungen präsentiert und diskutiert.

Planungs- und Zielsetzungsprozess/Balanced Scorecard

Coop wendet einen ausgebauten, rollenden Planungs- und Zielsetzungsprozess an, zu dem auch ein regelmässiges Reporting an den Verwaltungsrat gehört, unter anderem über das System der Balanced Scorecard.

Risikomanagement

Die Coop-Gruppe verfügt über ein standardisiertes Risikomanagement. Die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat identifizieren und analysieren alle drei Jahre – zuletzt im Jahr 2018 – Toprisiken und Top-Risikoszenarien und definieren entsprechende Massnahmen. In einem jährlichen Review wird der Umsetzungsstand der einzelnen Massnahmen geprüft. Als grosse Risiken sind jene definiert, die den EBIT 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 2019 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).

Compliance

Mit dem neu eingeführten Verhaltenskodex der Coop-Gruppe wird das Leitbild von Coop konkretisiert. Der für die Mitarbeitenden verbindliche Verhaltenskodex beschreibt die Regeln im Umgang miteinander, mit unseren Kundinnen und Kunden sowie mit all unseren Geschäftspartnern. Im Zentrum stehen respektvolles, diskriminierungsfreies, ehrliches und integrires Auftreten. Dazu gehört auch die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und interner Richtlinien. Verstösse gegen diesen Verhaltenskodex sollen primär den Vorgesetzten gemeldet werden. In Fällen, wo dies nicht möglich ist, kann sich die hinweisgebende Person an eine Meldestelle wenden. Alle Informationen werden dabei streng vertraulich behandelt.

Geschäftsleitung

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 2019 setzt sich die Geschäftsleitung der Coop-Gruppe Genossenschaft wie folgt zusammen:

Name	Jahrgang	Aktuelle Funktion	Mitglied seit
Joos Sutter	1964	Vorsitzender der Geschäftsleitung	2010
Reto Conrad	1966	Mitglied	2012
Christian Coppey	1965	Mitglied	2017
Daniel Hintermann	1970	Mitglied	2017
Daniel Stucker	1964	Mitglied	2011
Adrian Werren	1969	Mitglied	2016
Philipp Wyss	1966	Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung	2009

Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessenbindungen

(Stichtag 31.12.2019)

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



Joos Sutter

Schweizer

Ausbildung:

Lic. oec. HSG, Universität St. Gallen; eidg. dipl. Wirtschaftsprüfer, Kammerschule der Schweizerischen Treuhänderkammer, Zürich

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 Interdiscount, Jegenstorf; 2005–2009 Leiter Division 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:

AgeCore SA, Genf (Präsident); Transgourmet Holding AG, Basel; Two Spice AG, Zürich

Weitere Funktionen und Ämter:

Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (Präsident)



Reto Conrad

Schweizer

Ausbildung:

Lic. oec. HSG, Universität St. Gallen; eidg. dipl. Wirtschaftsprüfer, Kammerschule der Schweizerischen Treuhandkammer, Basel

Beruflicher Werdegang:

1990–1992 Controller der UBS in Basel; 1992–2001 verschiedene Funktionen im Bereich Wirtschaftsprüfung bei PricewaterhouseCoopers in Basel und San Francisco; 2001–2005 CFO und Mitglied der Konzernleitung Bachem Gruppe, Bubendorf; 2006–2012 CFO und Mitglied der Konzernleitung Emmi Gruppe, Luzern; seit 2012 Mitglied der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft, Basel; 2012–2016 Leiter Direktion Finanzen/Services der Coop Genossenschaft, Basel; seit Mai 2016 Leiter Direktion Informatik/Produktion/Services der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate:

Coop-ITS-Travel AG, Freienbach (Präsident); Coop Mineraloel AG, Allschwil; Panflor AG, Zürich; Siroop Trading AG, Basel; Société coopérative Centre de Formation du Léman, Jongny (Präsident); Update Fitness AG, Uzwil (Präsident)

Weitere Funktionen und Ämter:

Stiftungsrat Coop Tagungszentrum, Muttenz (Präsident); Stiftungsrat CPV/CAP Pensionskasse Coop, Basel



Christian Coppey

Schweizer

Ausbildung:

Dipl. Architekt ETH Zürich, Advanced Master in Urban Planning ENPC Paris

Beruflicher Werdegang:

1992–1995 Assistent Prof. D. Schnebli, ETH Zürich; 1993–2005 Projektleiter Coppey & Coppey Architectes, Martigny; 2003–2006 Leiter Corporate Real Estate Westschweiz Credit Suisse, Lausanne; 2006–2016 Leiter Real Estate & Shopping Management Maus Frères SA, Genf; seit 2017 Mitglied der Geschäftsleitung der Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter der Direktion Immobilien der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate:

Pearlwater Mineralquellen AG, Termen (Präsident); Robix AG, Baden (Präsident)



Daniel Hintermann

Schweizer

Ausbildung:

Lic. rer. pol. Universität Bern; eidg. dipl. Logistikleiter

Beruflicher Werdegang:

1997–2001 Berater und Projektleiter Abegglen Management Consultants AG, Volketswil; 2001–2005 Leiter Service Interdiscount, Jegenstorf; 2005–2010 Leiter Logistik, Informatik, Service Interdiscount; 2010–2016 Leiter Coop-Logistikregion Nordwestschweiz, Schafisheim; seit 2017 Mitglied der Geschäftsleitung der Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter der Direktion Logistik der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate:

Cargo Sous Terrain AG, Basel; Railcare AG, Härkingen (Präsident)



Daniel Stucker

Schweizer

Ausbildung:

Dipl. Ing. Wirtschaftsinformatik, Ingenieurschule Biel; Executive MBA, Universität Zürich

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); Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp (Vorsitzender der Geschäftsführung); Coop Vitality Management AG, Bern (Präsident); Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren (Präsident); Elektronik Distribution AG, Basel (Präsident); Eurogroup Far East Ltd., Hongkong; Nettoshop AG, St. Gallen (Präsident); Retail Marketing Switzerland AG, Basel; RS Vertriebs AG, St. Gallen (Präsident); Service 7000 AG, Netstal (Präsident); Siroop Trading AG, Basel (Präsident); The Body Shop Switzerland AG, Uster (Präsident)



Adrian Werren

Schweizer

Ausbildung:

Lic. rer. pol. Universität Basel

Beruflicher Werdegang:

1995–1996 Revisionsstelle Coop Schweiz, Basel; 1997–2000 Projektleiter Coop Schweiz, Basel; 2001–2008 Teamleiter Controlling Coop, Basel; 2009–2010 Leiter Controlling Coop, Basel; 2011–2016 Leiter Controlling Coop und Leiter Betriebswirtschaft/Controlling Transgourmet i.P.; seit 2016 Mitglied der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter Direktion Finanzen der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate:

Coop Vitality AG, Bern; Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp; Coop Vitality Management AG, Bern; Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren; Marché Restaurants Schweiz AG, Dietlikon; nettoShop AG, St. Gallen; RS Vertriebs AG, St. Gallen; Railcare AG, Härkingen; Retail Marketing Switzerland AG, Basel (Präsident); The Body Shop Switzerland AG, Uster; Transgourmet Central and Eastern Europe AG, Basel; Transgourmet Holding AG, Basel; Transgourmet Österreich GmbH, Traun; Transgourmet Schweiz AG, Basel



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-Genossenschafts-Bund, 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 und stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate:

AgeCore SA, Genf; Betty Bossi AG, Zürich (Präsident); Casa del Vino SA, Zürich; Eurogroup Far East Ltd., Hongkong (Präsident); Hilcona AG, FL-Schaan; Marché Restaurants Schweiz AG, Dietlikon (Präsident); Peter Riegger Holding AG, Zug; Transgourmet Holding AG, Basel; Two Spice AG, Zürich; Zanini Vinattieri SA, Mendrisio

Weitere Funktionen und Ämter:

GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing (Vorstandsmitglied); Stiftungsrat Biore-Stiftung

Managementverträge

Es existieren keine Managementverträge mit Dritten.

Vergütungen

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, die Vizepräsidentin des Verwaltungsrates und das dritte Mitglied des Prüfungsausschusses, 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 Verwaltungsrates der Coop-Gruppe Genossenschaft sowie der Coop Genossenschaft und der Coop Immobilien AG betragen im Jahr 2019 1.3 Millionen Franken (Vorjahr: 1.3 Millionen Franken). Die Bruttosaläre der Geschäftsleitung betragen im Jahr 2019 4.2 Millionen Franken bei sieben Personaleinheiten (Vorjahr: 4.1 Millionen Franken bei 7 Personaleinheiten). Die Honorare für die Verwaltungsratsstätigkeit des Präsidenten und der Vizepräsidentin sowie der Mitglieder der Geschäftsleitung in den Tochtergesellschaften stehen der Coop-Gruppe Genossenschaft respektive der Coop Genossenschaft zu.

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

Mitwirkungsrechte

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.

Statutarische Quoren

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

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.

Traktandierung

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

Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen

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

Revisionsstelle

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 2019 von KPMG ausgeübt. Der verantwortliche leitende Revisor Jürg Meisterhans trat sein Amt 2019 an.

Prüfungshonorar

Die Revisionsstelle hat für die Erfüllung ihres gesetzlichen Auftrags für das Berichtsjahr 2019 Honorare von insgesamt 3.5 Millionen Franken fakturiert.

Zusätzliche Honorare

Für zusätzliche Dienstleistungen, die über den gesetzlichen Auftrag hinausgehen, hat die Revisionsstelle während des Berichtsjahres 2019 insgesamt 0.6 Millionen Franken in Rechnung gestellt.

Informationsinstrumente der externen Revisionsstelle

Der Prüfungsausschuss überwacht im Auftrag des Verwaltungsrates 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 2019 an drei 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 Verwaltungsrates. Die externe Revisionsstelle und die Interne Revision besprechen zudem die Methodik und die Weiterentwicklung des Internen Kontrollsystems.

Informationspolitik

Die Coop-Gruppe Genossenschaft informiert ihre Mitglieder über die wöchentlich erscheinende Coopzeitung und über die Webseiten von Coop. Zudem können die Mitglieder den Geschäftsbericht der Coop-Gruppe auf der Website einsehen und herunterladen.

➔ report.coop.ch

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. Die Jahresrechnung der Coop-Gruppe Genossenschaft ist ein integraler Bestandteil dieses Geschäftsberichts. 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/medien

Management Coop-Gruppe

Coop Genossenschaft

Stand 1. April 2020

Geschäftsleitung (GL)

Joos Sutter, Vorsitzender der GL
Reto Conrad, Leiter Direktion Informatik/Produktion/Services
Christian Coppey, Leiter Direktion Immobilien
Daniel Hintermann, Leiter Direktion Logistik
Daniel Stucker, Leiter Direktion Trading
Adrian Werren, Leiter Direktion Finanzen
Philipp Wyss, Leiter Direktion Marketing/Beschaffung

Direktion Vorsitz der Geschäftsleitung

Joos Sutter, Vorsitzender der GL
Frank Bertisch, Leiter Interne Revision
Luc Pillard, Leiter Human Resources Coop
Alfred Hubler, Leiter Generalsekretariat
Jörg Ledermann, Leiter Kommunikation/Qualität/Nachhaltigkeit

Direktion Retail

Joos Sutter, Leiter Direktion Retail
Stefano Alberucci, Leiter Verkaufsregion BE
Ivo Dietsche, Leiter Verkaufsregion OT
Philippe Huwyler, Leiter Coop@home
Sissigno Murgia, Leiter Verkaufsregion SR
Peter Schmid, Leiter Verkaufsregion NWZZ
Roberto Villoria, Leiter Total Store national

Verkaufsregion Suisse Romande (SR)

Sissigno Murgia, Leiter Verkaufsregion SR
Stefan Silvestri, Leiter BW/Controlling
Jean-Claude Chapuisat, Leiter Human Resources
Thierry Boudol, Verkaufschef VD/FR
Claudio Marra, Verkaufschef GE
Bertrand Pasteur, Verkaufschef VD/GE
Jean-Luc Peulet, Verkaufschef VS/VD
Laurent Voelin, Verkaufschef NE/JU/BE
Frederik Heller, Verkaufschef VD/FR/NE

Verkaufsregion Bern (BE)

Stefano Alberucci, Leiter Verkaufsregion BE
Peter Jacobian, Verkaufschef Bern/Burgdorf
Philippe Ziörjen, Verkaufschef Seeland/FR
Oliver Hasler, Verkaufschef Emmental/Thun
Marcel Maurer, Verkaufschef Berner Oberland/Wallis
Willy Kuhn, Verkaufschef SO/Oberaargau
Bruno Piller, Leiter Human Resources
André Wenger, Leiter BW/Controlling
Roland Frefel, Leiter CCM

Verkaufsregion Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich (NWZZ)

Peter Schmid, Leiter Verkaufsregion NWZZ
Dominique Vela, Leiter BW/Controlling
André Aerne, Verkaufschef Zürichsee Nord
Urs Barmettler, Verkaufschef ZG/SZ
Christian Rüttimann, Verkaufschef AG West/Olten
Marc Ellena, Verkaufschef Zürichsee Süd
Martin Fürst, Verkaufschef AG Ost
Sandro Janko, Verkaufschef BL und Umgebung

Herbert Müller, Verkaufschef LU
Isabelle Moesch, Leiterin Human Resources
Jean-Claude Prosdocimo, Verkaufschef Zürich Nord
Besim Ramadani, Verkaufschef Stadt Zürich
Christine Keller, Verkaufschefin BS und Umgebung

Verkaufsregion Ostschweiz-Ticino (OT)

Ivo Dietsche, Leiter Verkaufsregion OT
Johannes Hummel, Leiter BW/Controlling
Patrick Wiler, Leiter Human Resources
Mario Colatrella (bis 30.06.2020), Verkaufschef
Dario a Marca (ab 01.01.2020), Verkaufschef TI
Rolf Gurtner, Verkaufschef SG Ost/Al/AR/FL/GL
Shenasi Haziri, Verkaufschef SG West/TG
Sven Herzog, Verkaufschef Winterthur/SH
Annatina Mehli (ab 01.03.2020), Verkaufschefin GR

Direktion Trading

Daniel Stucker, Leiter Direktion Trading
Martin Meier, Leiter BW/Controlling
Claudia Aeschlimann, Leiterin Human Resources
Antonella Catellani, Leiterin Total Store/Expansion

Coop City

Christian Staub, Leiter Coop City
Rita Zicola, Leiterin Verkauf Region Mitte
Claudia Schreen, Leiterin Verkauf Region Ost
Daniel Tona, Leiter Verkauf Region West

Coop Bau+Hobby

Andreas Siegmann, Leiter Bau+Hobby
Walter Rüegg, Leiter CM/Beschaffung Bau+Hobby
Marco Bertoli, CM Garten/Pflanzen
Marc Rheia, CM Freizeit/Sport/Deko
Gabriele Vassena, CM Heimwerker/Elektro
Dario Oemeroglu, CM Bauen/Inneneinrichtung
Lukas Frey, CM Gartenhartwaren

Interdiscount/Microspot.ch

Pierre Wenger, Leiter Division Interdiscount/Microspot
Vito Armetta, Leiter Verkauf
Martin Koncilja, Leiter Marketing
Peter Späni, Leiter CM/Beschaffung
Ingo Arnold, Leiter CM Non Food
Georg Weinhofer, Leiter Marktplatz/Logistik/Services
Marc Zesiger, Leiter IT

Livique/Lumimart

Oliver Roth, Leiter Division Livique/Lumimart

Import Parfumerie

Michael Susta, Leiter Division Import Parfumerie

Christ Uhren & Schmuck

Vakant

Coop Vitality AG

Daniel Stucker, Präsident des Verwaltungsrates
Virginie Emmanuelle Pache Jeschka, Leiterin Coop Vitality AG

Dipl. Ing. Fust AG

Daniel Stucker, Präsident des Verwaltungsrates
Thomas Giger, Leiter Dipl. Ing. Fust AG
Marc Haselbach, Leiter Verkauf Detailhandel
Silvio Cioffi, Leiter Sparte GU Novacasa
Giovanni De Mieri, Leiter Sparte Multimedia
Peter Fankhauser, Leiter Finanzen & Dienste
Susanne Benz, Leiterin Sparte Elektro
Manfred Spiller, Leiter Sparte Küche/Bad

RS Vertriebs AG

Daniel Stucker, Präsident des Verwaltungsrates
Peter Rothenbühler, Leiter RS Vertriebs AG

The Body Shop Switzerland AG

Daniel Stucker, Präsident des Verwaltungsrates
Adrian Känel, Leiter The Body Shop Switzerland AG

Direktion Marketing/Beschaffung

Philipp Wyss, Leiter Direktion Marketing/Beschaffung

Gastronomie

Kaspar Wittwer, Leiter Coop Gastronomie

CM/Beschaffung Frische 1

Silvio Baselgia, Leiter CM/Beschaffung Frische 1
Andreas Allenspach, CM/Beschaffung Früchte+Gemüse/
Schnittblumen
Marc Helfenstein, CM/Beschaffung Frischconvenience
Oliver Krüsi, CM/Beschaffung Brot/Backwaren

CM/Beschaffung Frische 2

Marc Muntwyler, Leiter CM/Beschaffung Frische 2
Yves Grüniger, CM/Beschaffung Milchprodukte/Eier
Fabian Schneider, CM/Beschaffung Fleisch
Matthias Hofer, CM/Beschaffung Tiefkühlprodukte/Fisch

CM/Beschaffung Grundnahrung/Reinigung

Andrea Kramer, Leiterin CM/Beschaffung Grundnahrung/Reinigung
Daniel Böni, CM/Beschaffung Süswaren/Salzige Snacks
Olivier Compagnon, CM/Beschaffung Wasch-/Reinigungsmittel/
Hygiene
Philipp Nyffenegger, CM/Beschaffung Frühstück/Backen
Pascal Seiler, CM/Beschaffung Haltbare Convenience/Beilagen

CM/Beschaffung Getränke/Spezialgeschäfte

Simon Grieder, Leiter CM/Beschaffung Getränke/
Spezialgeschäfte
Sylvia Berger, CM/Beschaffung Weine/Schaumweine
Tobias Schuler, CM/Beschaffung Tierbedarf
Laura Schmidt, CM/Beschaffung Erfrischungsgetränke/Bier/
Spirituosen
Daniel Vonach, CM/Beschaffung Spezialgeschäfte/Kiosk

CM/Beschaffung Near Food/Non Food

Pia Bracher, Leiterin CM/Beschaffung Near Food/Non Food
Karena Breitenbach, CM/Beschaffung Kosmetik/Vitashop
Pascal Probst, CM/Beschaffung Papeterie/Reise/
Heimtextilien/Festtage
Christian Jochberg, CM/Beschaffung Elektro/Küche/Essen
Roy Mor, CM/Beschaffung Bekleidung/Schmuck
Patrick Steiner, CM/Beschaffung Baby/Kinderbekleidung/
Spielwaren/F&F

CM-/Beschaffungsservices

Andreas Olloz, Leiter CM-/Beschaffungs-Services
Rico Bossi, Leiter SBO/SCM Verkaufsstellen
Mauro Manacchini, Projektverantwortlicher Food

Marketing/Digitale Services

Thomas Schwetje, Leiter Marketing/Digitale Services
Philipp Schenker, Leiter Marktbearbeitung/Marktforschung

Betty Bossi AG

Philipp Wyss, Präsident des Verwaltungsrates
Lars Feldmann, Geschäftsführer

Marché Restaurants Schweiz AG

Philipp Wyss, Präsident des Verwaltungsrates
Raoul König, Geschäftsführer

Alifresca AG

Philipp Wyss, Präsident des Verwaltungsrates
Vladimir Cob, Geschäftsführer
Mauro Manacchini, Projektverantwortlicher

Eurogroup Far East Ltd.

Philipp Wyss, Präsident des Verwaltungsrates
Peter Hauser, Geschäftsführer

Direktion Logistik

Daniel Hintermann, Leiter Direktion Logistik und
Leiter Logistikregion BE
Christoph Eigenmann, Leiter Logistikregion OT
Sébastien Jacquet, Leiter Logistikregion SR
Domenico Repetto, Leiter Logistikregion NWZZ
Beat Zaugg, Leiter Nationale Logistik

Railcare AG

Daniel Hintermann, Präsident des Verwaltungsrates
Philipp Wegmüller, Vorsitzender der Geschäftsleitung

Direktion Finanzen

Adrian Werren, Leiter Direktion Finanzen, Leiter
Finanzdienstleistungen
Hansjörg Klossner, Leiter Rechnungswesen
Yves Kräutli, Leiter Controlling
Martin Meier, Leiter Shared Service Center BW

Direktion Immobilien

Christian Coppey, Leiter Direktion Immobilien
Claudio Casal, Leiter Immobilienregion SR
Stefano Donzelli, Leiter BW/Controlling
Victor Manuel Martinez, Leiter Immobilienregion BE
Klaus Sedlmeyer, Leiter Immobilienregion NWZZ
Philippe Sublet, Leiter Einkaufszentren National
Fritz Ulmann, Leiter Immobilienregion OT

Direktion Informatik/Produktion/Services

Reto Conrad, Leiter Direktion Informatik/Produktion/Services
August Harder, Leiter Informatik
Martin von Bertrab, Leiter BâleHotels
Stephan Rupprecht, Leiter Projekte
Romeo Sciaranetti, Leiter Swissmill
Andreas Hasler, Leiter Chocolats Halba/Sunray
Christian Koch, Leiter Steinfels Swiss
Gerhard Marty, Leiter Reismühle Brunnen/Nutrex

Update Fitness AG

Reto Conrad, Präsident des Verwaltungsrates
Michael Ammann, Geschäftsführer

Coop-ITS-Travel AG

Reto Conrad, Präsident des Verwaltungsrates
Andreas Restle, Geschäftsführer

Coop Tagungszentrum

Reto Conrad, Präsident des Stiftungsrates
Martin von Bertrab, Delegierter des Stiftungsrates

Société coopérative Centre de Séminaires "du Léman"

Reto Conrad, Präsident des Verwaltungsrates
Martin von Bertrab, Delegierter des Verwaltungsrates

Tropenhaus Frutigen

Marcel Baillods, Geschäftsführer

Weitere Tochtergesellschaften

Coop Mineraloel AG

Hansueli Loosli, Präsident des Verwaltungsrates
Roger Oser, Vorsitzender der Geschäftsleitung
Dominik Köppel, Leiter Vertrieb
Andreas Parpart, Leiter Marketing & Beschaffung
Jörg Biermann, Leiter Versorgung & Handel
Marc Salathe, Leiter Finanzen & Informatik

Transgourmet Holding AG

Hansueli Loosli, Präsident des Verwaltungsrates

Transgourmet Central and Eastern Europe

John Matthew, Vorsitz der Geschäftsführung Osteuropa, Finanzen;
Verwaltung
Frank Seipelt, Vorsitz der Geschäftsführung Deutschland
Manfred Hofer, Geschäftsführung Einkauf, Produktionsbetriebe,
Digital

Transgourmet Polen

Alexander Orlowski, Vorsitz der Geschäftsführung und
Geschäftsführer Cash & Carry
Piotr Kolodziejczak, Geschäftsführer Finanzen/Controlling
Piotr Sklodowski, Geschäftsführer Einkauf/Marketing
Christian Alberty, Geschäftsführer Foodservice

Selgros Rumänien

Robert Hellwagner, Vorsitz der Geschäftsführung
Herwig Arvay, Geschäftsführer Finanzen/IT
Robert Hellwagner, Geschäftsführer Einkauf/
Marketing & Vertrieb

Selgros Russland

Michael Zipfel, Vorsitz der Geschäftsführung
Jens Frerichs, Geschäftsführer Einkauf
Maximilian von Blanquet, Geschäftsführer Finanzen
Sergej Kuropatov, Geschäftsführer Vertrieb

Transgourmet France

Eric Decroix, Vorsitz der Geschäftsführung
Caroline Besselièvre, Leiterin HR
Yves Cebron, Kaufmännischer Leiter und Angebotsleiter
Edith Hertz, stellvertretende Vorsitzende der Geschäftsführung

Transgourmet Österreich

Manfred Hayböck, Vorsitz der Geschäftsführung und
Geschäftsleitung Finanzen
Thomas Panholzer, Vorsitz der Geschäftsführung und
Geschäftsleitung Verkauf
Manuel Hofer, Geschäftsleitung Beschaffung/Ware
Jürgen Krizmanich, Geschäftsleitung Standorte
Michael Steinmair, Geschäftsleitung Logistik

Transgourmet Schweiz

Philipp Dautzenberg, Vorsitzender der Geschäftsleitung
Patrick Lobsiger, Leiter Marketing und Beschaffung
Stefan Tschumi, Leiter Human Resources
Andrea Pellizzari, Leiter Finanzen/Controlling/Bau/Immobilien
Michael Kocher, Leiter IT (ab Q1 2019)
Ralph Zigerlig, Leiter Verkauf Schweiz

Bell Food Group AG

Hansueli Loosli, Präsident des Verwaltungsrates
Lorenz Wyss, Vorsitzender der Gruppenleitung, CEO
Volker Baltes, Mitglied der Gruppenleitung
Xavier Buro, Mitglied der Gruppenleitung, CFO
Marco Tschanz, Mitglied der Gruppenleitung

Zentralbereiche

Davide Elia, Leiter Corporate Marketing/Communication
Michael Gloor, Leiter Interne Revision/Compliance
Bernhard Lengacher, Leiter HR Bell Food Group
Etienne Petitjean, Leiter Generalsekretariat
Marco Tschanz, Leiter IT Bell Food Group

Geschäftsbereich Convenience

Volker Baltes, Leiter Geschäftsbereich Convenience
Thomas Bodenmann, Leiter Division Hügli
Martin Henck, Leiter Division Hilcona
André von Steiger, Leiter Division Eisberg

Bell Schweiz

Lorenz Wyss, Leiter Division Bell Schweiz
Philipp Allemann, Leiter Produktion/Beschaffung
Johannes Meister, Leiter HR Bell Schweiz
Marko Pirc, Leiter Finanzen/Controlling Bell Schweiz
Christoph Schatzmann, Leiter Qualitätsmanagement/
Nachhaltigkeit
Christine Schlatter, Leiterin Verkauf/Marketing

Bell International

Marco Tschanz, Leiter Geschäftsbereich Bell International
Daniel Böhny, Leiter Division Bell West-/Osteuropa
Johannes Huber, Leiter Division Hubers/Sütag
Christian Schröder, Leiter Division Bell Deutschland

Geschäftsbereich Finanzen/Services

Xavier Buro, Geschäftsbereich Finanzen/Services

Coop-Gruppe in Zahlen

Kennzahlen	74
Wichtige Kennzahlen auf einen Blick	74
Entwicklung Coop-Gruppe	75
Nettoerlös	76
Verkaufsstellen/Märkte	77
Investitionen (Geldfluss)	78
Wertschöpfungsrechnung	79
Mitarbeitende	80
Nachhaltigkeit	84
Bericht zum Geschäftsjahr	86
Konsolidierte Jahresrechnung	88
Konsolidierte Erfolgsrechnung	88
Konsolidierte Bilanz	89
Konsolidierte Geldflussrechnung	90
Eigenkapitalnachweis	91
Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung	92
Bericht der Revisionsstelle	114

Alle Werte einzeln gerundet

Kennzahlen

Wichtige Kennzahlen auf einen Blick

Gesamtumsatz

30 669 Mio. CHF

Nettoerlös Gruppe

29 633 Mio. CHF

davon

20 159 Mio. CHF Schweiz

9 474 Mio. CHF Ausland

Nettoerlös Segmente

17 986 Mio. CHF Detailhandel

14 148 Mio. CHF Grosshandel/Produktion

Nettoerlös Online-Handel

913 Mio. CHF Detailhandel

1 691 Mio. CHF Grosshandel/Produktion

Anzahl Mitarbeitende am 31.12.

47 455 Detailhandel

42 852 Grosshandel/Produktion

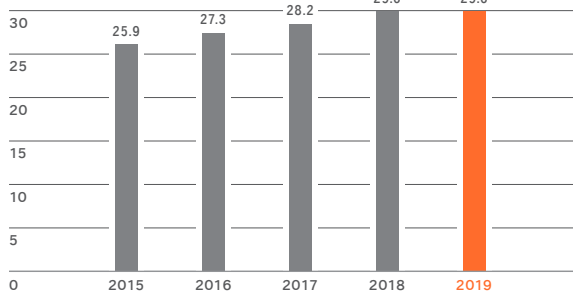
Anzahl Lernende am 31.12.

2 459 Detailhandel

996 Grosshandel/Produktion

Nettoerlös

in Mrd. CHF



Betriebsergebnis

2 046 Mio. CHF EBITDA

6.9% des Nettoerlöses

782 Mio. CHF EBIT

2.6% des Nettoerlöses

Jahresergebnis

531 Mio. CHF

1.8% des Nettoerlöses

Eigenkapital

10 265 Mio. CHF

50.2% Eigenkapitalanteil

Geldfluss aus Betriebstätigkeit

1 877 Mio. CHF

Investitionen in Sachanlagen

888 Mio. CHF Schweiz

360 Mio. CHF Ausland

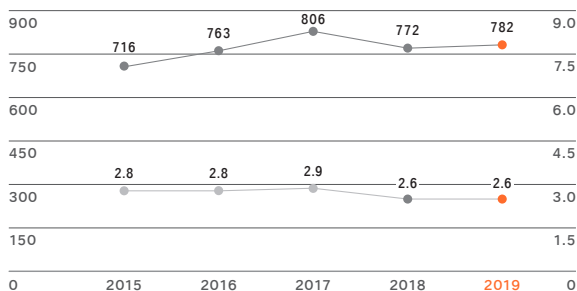
Anzahl Verkaufsstellen/Märkte

2 333 Detailhandel

145 Grosshandel/Produktion

Betriebsergebnis (EBIT)

— in Mio. CHF — in % des Nettoerlöses



Entwicklung Coop-Gruppe

in Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2015	2016	2017	2018	2019
Gesamtumsatz	26 932	28 322	29 207	30 662	30 669
Detailhandel	17 253	17 162	17 405	17 743	17 986
Grosshandel/Produktion	10 611	12 248	13 006	14 170	14 148
Konsolidierung	-1 969	-2 151	-2 259	-2 348	-2 502
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	25 895	27 259	28 152	29 565	29 633
davon Nettoerlös Schweiz	19 252	19 251	19 476	19 931	20 159
in % des Nettoerlöses	74.3	70.6	69.2	67.4	68.0
davon Nettoerlös Ausland	6 643	8 008	8 676	9 634	9 474
in % des Nettoerlöses	25.7	29.4	30.8	32.6	32.0
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	1 933	2 044	1 994	2 103	2 046
in % des Nettoerlöses (EBITDA-Marge)	7.5	7.5	7.1	7.1	6.9
Betriebsergebnis (EBIT)	716	763	806	772	782
in % des Nettoerlöses (EBIT-Marge)	2.8	2.8	2.9	2.6	2.6
Jahresergebnis	416	475	485	473	531
in % des Nettoerlöses (Gewinnmarge)	1.6	1.7	1.7	1.6	1.8
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	1 653	1 582	1 453	1 701	1 877
in % des Nettoerlöses (Cash-Flow-Marge)	6.4	5.8	5.2	5.8	6.3
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-1 477	-1 939	-1 473	-1 792	-1 391
in % des Nettoerlöses	5.7	7.1	5.2	6.1	4.7
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-301	238	-238	325	-536
Free Cash Flow¹	234	61	99	218	533
Bilanzsumme	17 654	18 663	19 482	20 364	20 456
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile	8 401	8 928	9 339	9 754	10 265
Eigenkapitalanteil inkl. Minderheitsanteile in %	Zielgrösse > 40.0	47.6	47.8	47.9	47.9
Finanzverbindlichkeiten	4 700	5 043	5 096	5 781	5 348
Nettofinanzschuld	3 614	4 061	4 368	4 832	4 427
Verschuldungsfaktor	Zielgrösse < 3.0	1.9	2.0	2.2	2.2
Zinsdeckungsfaktor²	Zielgrösse > 8.0	25.4	33.8	40.2	42.7
FTE (inkl. Lernende) am 31.12.	69 039	73 451	74 638	77 448	78 264
Anzahl Mitarbeitende (inkl. Lernende) am 31.12.	79 954	85 001	86 424	89 579	90 307
Anzahl Lernende am 31.12.	3 410	3 505	3 486	3 449	3 455
Detailhandel Anzahl Verkaufsstellen/Märkte am 31.12.	2 198	2 254	2 296	2 313	2 333
Detailhandel Verkaufsfläche in m² am 31.12.	1 814 469	1 852 653	1 869 362	1 882 500	1 891 825
Grosshandel/Produktion Anzahl Verkaufsstellen/Märkte am 31.12.	214	226	142	145	145
Grosshandel/Produktion Verkaufsfläche in m² am 31.12.	938 768	1 004 472	1 007 100	1 008 731	1 004 633
Anzahl Mitglieder	2 536 800	2 542 848	2 582 309	2 547 851	2 536 702

Vorjahreswerte angepasst

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

² Definition Zinsdeckungsfaktor: EBITDA/Zinsaufwand und übrige Finanzkosten

Nettoerlös

in Mio. CHF	2019	2018			
Coop-Supermärkte	10 452	10 408			
Coop@home	159	151			
Interdiscount	1 048	1 014			
Coop City	764	769			
Coop Bau+Hobby	630	629			
Livique/Lumimart	201	197			
Import Parfumerie	147	146			
Christ Uhren & Schmuck	78	81			
Dipl. Ing. Fust AG	1 051	1 031			
Coop Vitality AG	213	202			
The Body Shop Switzerland AG	27	29			
Coop Mineraloel AG	2 478	2 476			
Betty Bossi AG	81	75			
Marché Restaurants Schweiz AG	113	111			
Coop Restaurants	245	245			
Übrige Gesellschaften und Konsolidierungseffekte Segment	298	179			
Fachformate	7 534	7 335			
Detailhandel	17 986	17 743			
	in Mio. EUR	2019	2018		
Transgourmet France		1 233	1 190	1 372	1 375
Transgourmet Central and Eastern Europe		5 410	5 302	6 019	6 124
Transgourmet Schweiz				1 713	1 598
Transgourmet Österreich		566	529	630	611
Übrige Gesellschaften und Konsolidierungseffekte Transgourmet				2	2
Transgourmet-Gruppe				9 737	9 710
Bell Food Group				4 013	4 059
Coop Genossenschaft Produktion				815	802
Übrige Gesellschaften und Konsolidierungseffekte Segment				-417	-401
Grosshandel/Produktion				14 148	14 170
Konsolidierung Coop-Gruppe				-2 502	-2 348
Nettoerlös				29 633	29 565
Andere betriebliche Erträge				1 036	1 097
Gesamtumsatz				30 669	30 662
davon Nettoerlös Online-Handel				2 605	2 329
Online-Handel Heimelektronik				602	512
– Microspot.ch				279	242
– Nettoshop.ch				91	88
– Sonstige				231	181
Coop@home				159	151
Übriger Online-Handel Detailhandel				153	122
Online-Handel Detailhandel				913	785
Online-Handel Grosshandel/Produktion				1 691	1 544
davon Nettoerlös Schweiz				20 159	19 931
davon Nettoerlös Ausland				9 474	9 634

Vorjahreswerte angepasst

Verkaufsstellen/Märkte

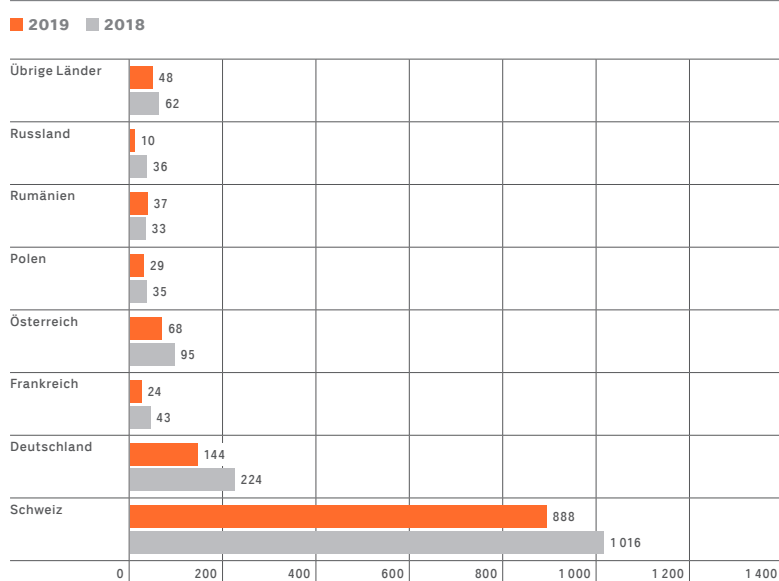
	2019	Anzahl am 31.12. 2018	Verkaufsfläche in m ² am 2019	Verkaufsfläche in m ² am 31.12. 2018
Coop-Supermärkte	931	918	998 966	988 896
Interdiscount	179	186	56 418	62 467
Coop City	31	30	130 600	126 031
Coop Bau+Hobby	73	74	307 197	309 920
Livique/Lumimart	44	46	118 466	123 965
Import Parfumerie	115	118	9 593	9 864
Christ Uhren & Schmuck	64	65	5 254	5 395
Dipl. Ing. Fust AG	159	155	87 893	87 988
Coop Vitality AG	84	78	10 100	9 623
The Body Shop Switzerland AG	45	45	2 610	2 659
Coop Mineraloel AG	322	318	37 897	37 329
Marché Restaurants Schweiz AG	35	33	15 673	15 481
Coop Restaurants	198	201	60 963	59 510
BäleHotels	4	4	0	0
update Fitness AG	48	40	50 195	43 372
Tropenhäuser	1	2		
Fachformate	1 402	1 395	892 859	893 604
Detailhandel	2 333	2 313	1 891 825	1 882 500
Transgourmet Central and Eastern Europe	101	102	821 592	829 831
Transgourmet Schweiz	31	30	127 560	123 419
Transgourmet Österreich	13	13	55 481	55 481
Transgourmet-Gruppe	145	145	1 004 633	1 008 731
Grosshandel/Produktion	145	145	1 004 633	1 008 731
Coop-Gruppe	2 478	2 458	2 896 458	2 891 231

Vorjahreswerte angepasst

Investitionen (Geldfluss)

in Mio. CHF	2015	2016	2017	2018	2019
Schweiz	1 202	992	920	1 016	888
Deutschland	94	160	161	224	144
Frankreich	34	27	27	43	24
Österreich		191	58	95	68
Polen	74	36	32	35	29
Rumänien	17	40	23	33	37
Russland	13	47	38	36	10
Übrige Länder	20	20	22	62	48
Ausland	253	517	361	527	360
Investitionen Sachanlagen	1 455	1 509	1 281	1 544	1 248
Devestitionen Sachanlagen	105	107	59	198	41
Nettoinvestitionen Sachanlagen	1 350	1 402	1 222	1 346	1 206
Übrige Nettoinvestitionen	127	537	251	446	184
Nettoinvestitionen	1 477	1 939	1 473	1 792	1 391

Investitionen Sachanlagen nach Ländern in Mio. CHF



Wertschöpfungsrechnung

in Mio. CHF	2019	2018	Index %
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	29 633	29 565	100.2
Sonstige betriebliche Leistungen	1 078	1 139	94.6
Warenaufwand und übrige Vorleistungen	22 418	22 475	99.7
Bruttowertschöpfung	8 292	8 230	100.8
Abschreibungen/Übriges	1 275	1 315	96.9
Unternehmenswertschöpfung	7 017	6 914	101.5
Mitarbeitende			
Löhne und Gehälter	3 884	3 821	101.7
Sozialleistungen/sonstige Leistungen	1 259	1 232	102.2
Öffentliche Hand	1 196	1 213	98.6
Kreditgeber	41	49	83.3
Minderheiten (Fremdgesellschafter)	105	126	83.7
Einbehaltene Gewinne (Selbstfinanzierung)	531	473	112.4
Verteilung der Wertschöpfung	7 017	6 914	101.5

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 73.3% (Vorjahr 73.1%) geht der grösste Teil der neugeschaffenen Werte an die Mitarbeitenden der Coop-Gruppe. Die Coop-Gruppe zählte 78 264 FTE (Vorjahr: 77 448).

Die öffentliche Hand erhält über die Abgabe von Steuern, Zöllen und Gebühren 17.0% (Vorjahr 17.5%).

Die Beiträge an die Kreditgeber von 0.6% (Vorjahr 0.7%) umfassen die geleisteten Zinsen. Aufgrund des tiefen Zinsniveaus sind diese Beiträge weiterhin recht gering.

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

Mitarbeitende

Anzahl FTE

	2019	2018
Coop-Supermärkte	18 945	18 833
Coop@home	158	151
Interdiscount	1 679	1 658
Coop City	2 028	2 016
Coop Bau+Hobby	1 603	1 601
Livique/Lumimart	561	561
Import Parfumerie	502	503
Christ Uhren & Schmuck	281	296
Dipl. Ing. Fust AG	2 173	2 129
Coop Vitality AG	686	649
The Body Shop Switzerland AG	152	166
Coop Mineraloel AG	116	107
Betty Bossi AG	99	102
Marché Restaurants Schweiz AG	616	627
Coop Restaurants	1 568	1 581
Übrige Gesellschaften	1 000	999
Logistik/Zentralbereiche	5 547	5 517
Detailhandel	37 714	37 497
Transgourmet France	2 992	3 101
Transgourmet Central and Eastern Europe	21 329	20 713
Transgourmet Schweiz	2 016	1 775
Transgourmet Österreich	1 616	1 658
Transgourmet-Gruppe	27 953	27 246
Bell Schweiz	4 771	4 848
Bell Ausland	6 022	6 007
Bell Food Group	10 793	10 855
Coop Genossenschaft Produktion	1 792	1 838
Übrige Gesellschaften	12	12
Grosshandel/Produktion	40 550	39 952
Anzahl FTE (inkl. Lernende) am 31.12.	78 264	77 448

Anzahl Mitarbeitende

	2019	2018
Coop-Supermärkte	24 893	24 782
Coop@home	161	155
Interdiscount	1 753	1 792
Coop City	2 519	2 518
Coop Bau+Hobby	2 013	2 003
Livique/Lumimart	644	640
Import Parfumerie	657	672
Christ Uhren & Schmuck	386	401
Dipl. Ing. Fust AG	2 248	2 208
Coop Vitality AG	949	893
The Body Shop Switzerland AG	210	220
Coop Mineraloel AG	119	110
Betty Bossi AG	120	127
Marché Restaurants Schweiz AG	922	898
Coop Restaurants	2 049	2 050
Übrige Gesellschaften	1 797	1 754
Logistik/Zentralbereiche	6 015	5 972
Detailhandel	47 455	47 195
Transgourmet France	3 058	3 115
Transgourmet Central and Eastern Europe	22 501	22 145
Transgourmet Schweiz	2 205	1 963
Transgourmet Österreich	1 727	1 764
Transgourmet-Gruppe	29 491	28 987
Bell Schweiz	5 175	5 241
Bell Ausland	6 302	6 224
Bell Food Group	11 477	11 465
Coop Genossenschaft Produktion	1 872	1 920
Übrige Gesellschaften	12	12
Grosshandel/Produktion	42 852	42 384
Anzahl Mitarbeitende (inkl. Lernende) am 31.12.	90 307	89 579

Anzahl Lernende

	2019	2018
Coop-Supermärkte	1 295	1 359
Interdiscount	325	345
Coop City	157	155
Coop Bau+Hobby	121	117
Livique/Lumimart	35	35
Import Parfumerie	45	42
Christ Uhren & Schmuck	23	29
Dipl. Ing. Fust AG	87	92
Coop Vitality AG	135	132
The Body Shop Switzerland AG	1	1
Coop Mineraloel AG	4	4
Betty Bossi AG	1	1
Marché Restaurants Schweiz AG	15	10
Coop Restaurants	15	22
Übrige Gesellschaften	32	40
Logistik/Zentralbereiche	168	165
Detailhandel	2 459	2 549
Transgourmet France	89	87
Transgourmet Central and Eastern Europe	565	467
Transgourmet Schweiz	83	84
Transgourmet Österreich	73	80
Transgourmet-Gruppe	810	718
Bell Schweiz	81	80
Bell Ausland	74	75
Bell Food Group	155	155
Coop Genossenschaft Produktion	31	27
Grosshandel/Produktion	996	900
Anzahl Lernende am 31.12.	3 455	3 449

Vorjahreswerte angepasst

Diversität Mitarbeitende

in %	2019	Detailhandel 2018	Grosshandel/Produktion 2019	2018	2019	Coop-Gruppe 2018
Anstellungsverhältnis						
Vollzeitbeschäftigte	56.5	56.7	81.0	81.8	68.1	68.6
Teilzeitbeschäftigte	43.5	43.3	19.0	18.2	31.9	31.4
Anteil Frauen	62.3	62.3	42.1	42.6	52.7	53.0
an Vollzeitbeschäftigten	43.9	44.0	37.3	38.0	40.1	40.6
an Teilzeitbeschäftigten	86.2	86.1	62.6	63.3	79.5	79.9
im Management	42.1	41.4	26.3	25.6	35.8	35.3
in VR und GL der Coop-Gruppe Genossenschaft					29.4	29.4
Anteil Beschäftigte über 50 Jahren	25.7	26.6	27.1	26.6	26.4	26.6
Lernende						
Verkauf	85.9	86.2	28.4	26.9	69.3	70.7
Kaufmännisch	5.0	5.1	38.8	42.1	14.8	14.7
Gewerbe/andere	9.1	8.7	32.8	31.0	15.9	14.6
Arbeitsland						
Schweiz	99.6	99.7	21.6	21.5	62.6	62.7
Deutschland			31.3	31.4	14.9	14.9
Polen			11.5	11.3	5.5	5.3
Rumänien			10.9	11.1	5.2	5.2
Frankreich			8.1	8.3	3.8	3.9
Österreich			7.3	6.9	3.5	3.3
Andere	0.4	0.3	9.3	9.5	4.5	4.7
Nationalität¹						
Schweiz	67.3	67.8	43.9	44.2	63.6	64.3
Ausland	32.7	32.2	56.1	55.8	36.4	35.7

Vorjahreswerte angepasst

¹ nur von Bereichen mit Firmensitz Schweiz

Nachhaltigkeit

Nachhaltige Produkte

	2015	2016	2017	2018	2019
Nachhaltigkeitsumsatz					
in Mio. CHF					
Nachhaltigkeitsumsatz Coop-Gruppe	3 543	3 855	4 256	4 671	4 711
davon Bio	1 174	1 255	1 389	1 653	1 793
davon Fairtrade ¹	373	462	514	755	760
Vorjahreswerte angepasst					
¹ bis 2017 ohne UTZ und Rainforest Alliance					

Verpackungen

	2015	2016	2017	2018	2019
in Tonnen					
Verpackungsreduktion/-optimierung Detailhandel	85	230	145	336	273
Verpackungsreduktion/-optimierung Grosshandel/Produktion	145	334	287	605	277
Verpackungsreduktion/-optimierung Supermärkte seit 2012					24 000

Umwelt- und Klimaschutz

	2015	2016	2017	2018	2019
Energieverbrauch					
in Megawattstunden					
Detailhandel	1 127 499	1 134 156	1 167 296	1 115 086	1 125 824
Grosshandel/Produktion ¹	1 441 986	1 527 834	1 602 460	1 593 851	1 610 206
Gesamtenergieverbrauch	2 569 485	2 661 990	2 769 756	2 708 937	2 736 030
Vorjahreswerte angepasst					
¹ bis 2018 ohne Hügli-Gruppe					

Erneuerbare Energieträger

	2015	2016	2017	2018	2019
Anteil in %					
Detailhandel	66.8	68.0	68.5	71.5	70.5
Grosshandel/Produktion ¹	37.0	36.3	39.6	40.1	37.4
Anteil erneuerbare Energieträger	50.1	49.8	51.8	53.7	51.6
Vorjahreswerte angepasst					

Kohlendioxid-Ausstoss (CO₂)

	2015	2016	2017	2018	2019
in Tonnen					
Detailhandel	107 135	103 849	105 751	97 983	97 393
Grosshandel/Produktion ¹	350 062	367 049	309 806	322 224	363 463
Gesamtausstoss Kohlendioxid (CO ₂)	457 197	470 898	415 557	420 207	460 855
Vorjahreswerte angepasst					
¹ bis 2018 ohne Hügli-Gruppe					

	2015	2016	2017	2018	2019
Wasserverbrauch					
in Tsd. Kubikmeter					
Detailhandel	1 060	1 282	1 300	1 378	1 313
Grosshandel/Produktion ¹	5 632	5 902	6 115	6 756	6 069
Gesamtwasserverbrauch	6 692	7 184	7 415	8 134	7 382

¹ bis 2018 ohne Hügli-Gruppe

Abfall
Verwertungsquote

	in %				
Detailhandel	80.0	80.2	80.7	80.5	81.2
Grosshandel/Produktion ¹	70.1	73.4	76.9	78.6	79.7

Abfallmenge

	in Tonnen				
Detailhandel	129 896	134 145	139 445	136 665	132 710
Grosshandel/Produktion ¹	65 409	84 085	109 551	124 073	139 143
Gesamtabfallmenge	195 305	218 230	248 996	260 738	271 853

¹ bis 2018 ohne Hügli-Gruppe

Gesellschaftliches Engagement

	2015	2016	2017	2018	2019
Gesellschaftliches Engagement					
in Tsd. CHF					
Coop Fonds für Nachhaltigkeit	17 000	18 655	17 511	17 146	16 850
Coop Patenschaft für Berggebiete	860	827	700	606	597
Weitere Beiträge für gesellschaftliche Projekte	6 496	6 053	5 782	6 952	7 176
Gesamtengagement	24 356	25 535	23 993	24 704	24 623

Bericht zum Geschäftsjahr

Erfolgsrechnung

Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen

Der Nettoerlös der Coop-Gruppe setzt sich aus den Nettoerlösen der Segmente Detailhandel und Grosshandel/Produktion zusammen. Er stieg 2019 um 0.2% auf total 29 633 Mio. CHF (Vorjahr: 29 565 Mio. CHF). Der Gesamtumsatz der Coop-Gruppe betrug 30 669 Mio. CHF (Vorjahr 30 662 Mio. CHF). Mit ihrem Online-Handel erzielte die Gruppe einen Nettoerlös von 2 605 Mio. CHF (Vorjahr: 2 329 Mio. CHF). Dies entspricht einem Wachstum von 11.8%, wozu beide Segmente beitrugen.

Betriebsergebnis (EBIT)

Der Personalaufwand betrug 5 102 Mio. CHF und der übrige Betriebsaufwand 3 205 Mio. CHF. Das Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug 2 046 Mio. CHF (Vorjahr: 2 103 Mio. CHF) bei einer gegenüber dem Vorjahr leicht niedrigeren EBITDA-Marge von 6.9%.

Die Abschreibungen in Höhe von 1 264 Mio. CHF setzten sich aus Abschreibungen auf Grundstücke und Bauten sowie Installationen von 567 Mio. CHF, auf weiteren Sachanlagen von 464 Mio. CHF, auf Goodwill von 102 Mio. CHF sowie auf sonstigen immateriellen Anlagen von 131 Mio. CHF zusammen. Das Betriebsergebnis (EBIT) lag mit 782 Mio. CHF über dem Vorjahrjahreswert von 772 Mio. CHF bei einer gegenüber dem Vorjahr unveränderten EBIT-Marge von 2.6%.

Jahresergebnis

Der Verlust aus Fremdwährungen und dem Finanzergebnis beträgt 47 Mio. CHF (Vorjahr: Verlust von 40 Mio. CHF). Nach der Berücksichtigung eines betriebsfremden Verlustes von 6 Mio. CHF, der Ertragssteuern von 93 Mio. CHF (Vorjahr: 140 Mio. CHF) und der Minderheitsanteile von 105 Mio. CHF (Vorjahr: 126 Mio. CHF) ergab sich ein im Vergleich zum Vorjahr um 59 Mio. CHF höheres Jahresergebnis von 531 Mio. CHF.

Segmentrechnung

Detailhandel

Im Detailhandel wuchs Coop mit 1.4% und erzielte einen Nettoerlös von 17 986 Mio. CHF.

Die Coop Supermärkte steigerten die Kundenfrequenz um 2.5% und übertrafen mit 10 452 Mio. CHF Nettoerlös das Vorjahresniveau um 0.4%.

Die Fachformate legten beim Nettoerlös um 2.7% auf 7 534 Mio. CHF zu. Der Bereich Heimelektronik erzielte einen Nettoerlös von 2 099 Mio. CHF. Dies entspricht einem Wachstum von 2.6%. Damit festigten sie ihre Leader-Position im Heimelektronikmarkt.

Livique/Lumimart konnte erneut Marktanteile gewinnen und ist im Nettoerlös um 2.0% auf 201 Mio. CHF gewachsen.

Coop Bau+Hobby bleibt Leader im Baumarkt. Der Nettoerlös liegt mit 630 Mio. CHF fast unverändert auf dem Niveau des Vorjahres.

Die Nettoerlöse der Coop-City-Warenhäuser gingen infolge zweier grosser Umbauprojekte um 0.6% zurück und erreichten 764 Mio. CHF. Im schwierigen Marktumfeld konnten Marktanteile gewonnen werden.

Die Coop Mineraloel AG bleibt Marktleaderin. Der Nettoerlös liegt mit 2 478 Mio. CHF auf Vorjahresniveau. Die Pronto-Shops legten dabei um 1.9% zu.

Die Coop Vitality AG entwickelte sich erneut sehr erfreulich und konnte beim Nettoerlös um 5.8% auf 213 Mio. CHF zulegen.

Im Detailhandel stieg der Nettoerlös im Online-Geschäft um 16.3% auf 913 Mio. CHF an. Massgeblich haben Microspot.ch und Coop@home dazu beigetragen. Der Online-Supermarkt Coop@home verzeichnete ein Wachstum von 5.4% und konnte damit Marktanteile gewinnen; der Nettoerlös betrug 159 Mio. CHF.

Das Betriebsergebnis (EBIT) des Segments Detailhandel nahm um 79 Mio. CHF auf 540 Mio. CHF zu (Vorjahr: 462 Mio. CHF). Die Anzahl der Verkaufsstellen im Segment (inkl. Restaurants) stieg um 20 auf 2 333 an. Die Coop-Gruppe beschäftigte im Detailhandel 47 455 Mitarbeitende (Vorjahr: 47 195).

Grosshandel/Produktion

Im Segment Grosshandel/Produktion betrug der Nettoerlös 14 148 Mio. CHF (Vorjahr: 14 170 Mio. CHF). In Landeswährungen wurde ein Wachstum von 2.5% erreicht.

Die Transgourmet-Gruppe, welche im Abhol- und Belieferungsgrosshandel in Deutschland, Polen, Rumänien, Russland, Frankreich, Österreich und der Schweiz tätig ist, erwirtschaftete einen Nettoerlös von 9 737 Mio. CHF (Vorjahr: 9 710 Mio. CHF). Sie konnte in Landeswährungen um 3.7% zulegen und ihre Position als zweitgrösstes Unternehmen im europäischen Abhol- und Belieferungsgrosshandel weiter ausbauen.

Transgourmet betrieb insgesamt 145 Cash+Carry-Märkte (Vorjahr: 145) und beschäftigte 29 491 Mitarbeitende (Vorjahr: 28 987).

Der Nettoerlös der Produktionsbetriebe betrug 4 835 Mio. CHF (Vorjahr: 4 867 Mio. CHF). In Landeswährungen wurde ein Wachstum von 0.5% erreicht.

Die Bell Food Group zählt zu den führenden Fleisch- und Convenience-Verarbeitern in Europa. Mit den Marken Bell, Hilcona, Eisberg und Hügli deckt die Gruppe vielfältige Kundenbedürfnisse ab. Zu den Kunden zählen Handel, Foodservice und Lebensmittelindustrie. Der Nettoerlös lag mit 4 013 Mio. CHF um 1.1% unter dem Vorjahr (4 059 Mio. CHF). Die Bell Food Group beschäftigte 11 477 Mitarbeitende (Vorjahr: 11 465).

Das Betriebsergebnis (EBIT) des Segments Grosshandel/Produktion sank um 69 Mio. CHF auf 242 Mio. CHF (Vorjahr: 311 Mio. CHF).

Finanz- und Vermögenslage

Bilanz

Die Bilanzsumme der Coop-Gruppe nahm im Vergleich zum Vorjahr um 92 Mio. CHF zu. Auf der Aktivseite erhöhte sich bei einer Zunahme der aktiven Rechnungsabgrenzungen sowie der Vorräte das Umlaufvermögen um 30 Mio. CHF auf 6 429 Mio. CHF. Das Anlagevermögen erhöhte sich um 61 Mio. CHF auf 14 027 Mio. CHF. Dabei standen den Abschreibungen höhere Investitionen sowie Zugänge aus den getätigten Akquisitionen gegenüber. Das Fremdkapital reduzierte sich im Vergleich zum Vorjahr um 419 Mio. CHF auf 10 191 Mio. CHF. Dabei sank das kurzfristige Fremdkapital um 133 Mio. CHF auf 4 776 Mio. CHF und das langfristige Fremdkapital um 287 Mio. CHF auf 5 415 Mio. CHF. Beim langfristigen Fremdkapital finanzierte sich die Coop-Gruppe über Anleihen und Depositen. Das Eigenkapital inklusive Minderheitsanteile stieg auf 10 265 Mio. CHF an. Der Eigenkapitalanteil per 31. Dezember 2019 stieg auf 50,2% und liegt somit deutlich über der strategischen Zielgrösse von 40%.

Geldflussrechnung

Der Geldzufluss aus Betriebstätigkeit konnte mit 1 877 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahr um 176 Mio. CHF gesteigert werden. Der Geldabfluss aus Investitionstätigkeit betrug 1 391 Mio. CHF und war damit 401 Mio. CHF niedriger als im Vorjahr. Dies resultierte sowohl aus gesunkenen Ausgaben für Akquisitionen, als auch aus geringeren Nettoinvestitionen in Sachanlagen. Bei den Sachanlagen und Immateriellen Anlagen wurden netto 1 344 Mio. CHF investiert sowie für Akquisitionen weitere 45 Mio. CHF. Bei den Finanzanlagen/Wertschriften wurden netto 2 Mio. CHF investiert. Daraus ergab sich ein Free Cash Flow von 533 Mio. CHF. Der Geldabfluss aus Finanzierungstätigkeit betrug 536 Mio. CHF. Die Coop-Gruppe Genossenschaft tätigte eine Anleihen-Rückzahlung von 250 Mio. CHF. Die kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten verzeichneten eine Netto-Abnahme von 209 Mio. CHF. Zudem gab es einen Mittelzufluss von 12 Mio. CHF aus dem Verkauf von Anteilen an der F&B – Food and Beverage Service GmbH und es wurden Dividenden an Minderheiten in Höhe von 89 Mio. CHF bezahlt.

Konsolidierte Jahresrechnung

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	Erläuterungen	2019	2018
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	1	29 633	29 565
Andere betriebliche Erträge	2	1 036	1 097
Warenaufwand		20 316	20 350
Personalaufwand	3	5 102	5 011
Übriger Betriebsaufwand	4	3 205	3 198
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)		2 046	2 103
Abschreibungen auf Sachanlagen	5	1 031	1 009
Abschreibungen auf immateriellen Anlagen	5	233	322
Betriebsergebnis (EBIT)	1	782	772
Ergebnis assoziierter Organisationen		0	2
Ergebnis aus Fremdwährungen		-17	-17
Finanzergebnis	6	-30	-22
Ordentliches Ergebnis		736	735
Betriebsfremdes Ergebnis	7	-6	4
Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT)		730	739
Ertragssteuern	8	93	140
Ergebnis nach Ertragssteuern		637	599
Minderheitsanteile		105	126
Jahresergebnis		531	473

Vorjahreswerte angepasst

Konsolidierte Bilanz

in Mio. CHF	Erläuterungen	31.12.2019	31.12.2018
Flüssige Mittel	9	917	945
Wertschriften		4	4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	10	1 273	1 282
Sonstige kurzfristige Forderungen	11	285	297
Aktive Rechnungsabgrenzungen		565	535
Vorräte	12	3 384	3 336
Umlaufvermögen		6 429	6 398
Sachanlagen	13	12 803	12 675
Finanzanlagen	14	150	158
Immaterielle Anlagen	15	1 074	1 132
Anlagevermögen		14 027	13 966
Aktiven		20 456	20 364
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		1 793	1 864
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	16	924	1 126
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	17	378	356
Kurzfristige Rückstellungen	18	261	255
Passive Rechnungsabgrenzungen		1 420	1 306
Kurzfristiges Fremdkapital		4 776	4 908
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	16	4 425	4 655
Langfristige Rückstellungen	18	990	1 047
Langfristiges Fremdkapital		5 415	5 702
Fremdkapital		10 191	10 610
Gewinnreserven		9 337	8 916
Kapitalreserven		-233	-241
Jahresergebnis		531	473
Eigenkapital ohne Minderheitsanteile		9 635	9 148
Minderheitsanteile		630	606
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile		10 265	9 754
Passiven		20 456	20 364

Konsolidierte Geldflussrechnung

in Mio. CHF	2019	2018
Ergebnis nach Ertragssteuern	637	599
Abschreibungen	1 168	1 286
Verluste aus Wertbeeinträchtigungen	120	73
Wegfall von Wertbeeinträchtigungen	-17	-25
Gewinn (-)/Verlust aus Veräusserung Anlagevermögen	-13	-91
Sonstige nicht liquiditätswirksame Aufwendungen/Erträge	54	48
Ergebnis assoziierter Organisationen	0	-2
Erhaltene Dividenden von assoziierten Organisationen	1	0
Zunahme (-)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	37	0
Zunahme (-)/Abnahme der sonstigen Forderungen und aktiven Rechnungsabgrenzungen	-12	24
Zunahme (-)/Abnahme der Vorräte	-79	-44
Zunahme/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-95	-88
Zunahme/Abnahme (-) sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen	101	-22
Zunahme/Abnahme (-) kurzfristige Rückstellungen	6	-50
Zunahme/Abnahme (-) langfristige Rückstellungen	-31	-8
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	1 877	1 701
Sachanlagen Investitionen	-1 248	-1 544
Sachanlagen Devestitionen	41	198
Finanzanlagen/Wertschriften Investitionen	-14	-76
Finanzanlagen/Wertschriften Devestitionen	12	63
Auszahlungen für den Erwerb konsolidierter Organisationen	-45	-296
Immaterielle Anlagen Investitionen	-137	-139
Immaterielle Anlagen Devestitionen	0	1
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-1 391	-1 792
Aufnahme von Anleihen	0	650
Rückzahlung von Anleihen	-250	-175
Kapitalerhöhung/-herabsetzung	6	198
Dividenden an Minderheiten	-89	-88
Erwerb/Verkauf Minderheitsanteile	6	-389
Zunahme/Abnahme (-) kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	-333	76
Zunahme/Abnahme (-) langfristige Finanzverbindlichkeiten	124	53
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-536	325
Saldo Geldfluss	-50	234
Flüssige Mittel zu Beginn der Berichtsperiode	945	722
Saldo Geldfluss	-50	234
Währungseinfluss Flüssige Mittel	23	-11
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	917	945

Eigenkapitalnachweis

in Mio. CHF	Einbehaltene Gewinne	Kumulierte Währungs-differenzen	Kapital-reserven	Jahres-ergebnis	Eigenkapital exkl. Minder-heitsanteile	Minderheits-anteile	Eigenkapital inkl. Minder-heitsanteile
Eigenkapital am 01.01.2019	9 448	-532	-241	473	9 148	606	9 754
Kapitalerhöhung/-herabsetzung						6	6
Veränderungen im Konsolidierungskreis						8	8
Erwerb/Verkauf Minderheitsanteile			8		8	-2	6
Verwendung Vorjahresergebnis	473			-473			
Jahresergebnis				531	531	105	637
Dividenden						-89	-89
Währungseinfluss		-52			-52	-4	-56
Eigenkapital am 31.12.2019	9 921	-584	-233	531	9 635	630	10 265

Eigenkapital am 01.01.2018	8 963	-391	-145	485	8 912	427	9 339
Kapitalerhöhung/-herabsetzung			-6		-6	204	198
Veränderungen im Konsolidierungskreis						85	85
Erwerb/Verkauf Minderheitsanteile			-90		-90	-139	-229
Verwendung Vorjahresergebnis	485			-485			
Jahresergebnis				473	473	126	599
Dividenden						-88	-88
Währungseinfluss		-141			-141	-8	-148
Eigenkapital am 31.12.2018	9 448	-532	-241	473	9 148	606	9 754

Eine Erhöhung oder Reduktion der Beteiligungsquote an vollkonsolidierten Gesellschaften wird als Transaktionen mit Eigentümern betrachtet. Der Unterschiedsbetrag zwischen dem Transaktionspreis und dem entsprechenden Minderheitsanteil wird mit dem Eigenkapital verrechnet und in den Kapitalreserven ausgewiesen. 2019 wurden 49% der Anteile an der F&B – Food & Beverage Services GmbH an die Oetker-Gruppe verkauft. 2018 wurde nach Übernahme der Mehrheit an der Hügli-Gruppe sukzessive der Anteil erhöht. Zudem wurden die noch ausstehenden Anteile an der Service 7000 AG übernommen.

Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung

Konsolidierungs- und Rechnungslegungsgrundsätze

Grundlagen der Rechnungslegung

Die konsolidierte Jahresrechnung basiert auf den nach einheitlichen Grundsätzen erstellten Jahresabschlüssen der Konzerngesellschaften per 31. Dezember 2019 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 die 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

Die Geldflussrechnung wird auf Basis des Fonds Flüssige Mittel erstellt. Der Geldfluss aus Betriebs-tätigkeit wird mit der indirekten Methode berechnet.

Konsolidierungskreis

Die konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe umfasst die Coop-Gruppe Genossenschaft und deren Beteiligungen. Die Beteiligungen (wesentliche Gesellschaften) der Coop-Gruppe Genossenschaft sind im Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung 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, bei denen die Coop-Gruppe einen massgeblichen Einfluss ausüben kann. Dies ist in der Regel bei einem Stimmrechtsanteil von 20 bis 50% der Fall.

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 konzernerneinheitlichen Grundsätzen zu aktuellen Werten 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.

Kaufpreisanpassungen in Abhängigkeit von künftigen Ereignissen werden prognostiziert. Falls der definitive Kaufpreis von der Schätzung abweicht, wird der Goodwill entsprechend angepasst.

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. Eine Erhöhung oder Reduktion der Beteiligungsquote an vollkonsolidierten Gesellschaften wird als Transaktion mit Eigentümern betrachtet. Dementsprechend werden Gewinne und Verluste aus solchen Transaktionen direkt mit dem Eigenkapital verrechnet. 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. Bei der Veräusserung von ausländischen Tochtergesellschaften oder assoziierten Unternehmen werden die anteiligen kumulierten Währungsdifferenzen vom Eigenkapital in die Erfolgsrechnung übertragen.

Währungsumrechnungskurse in CHF

		Durchschnittskurse		Stichtagskurse	
		2019	2018	31.12.2019	31.12.2018
1	EUR	1.113	1.155	1.085	1.127
1	GBP	1.268	1.306	1.276	1.260
1	HKD	0.127	0.125	0.124	0.126
100	HUF	0.342	0.362	0.328	0.351
1	PLN	0.259	0.271	0.255	0.262
1	RON	0.234	0.248	0.227	0.242
1	RUB	0.015	0.016	0.016	0.014
1	USD	0.994	0.978	0.966	0.984

Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen

Der Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen resultiert aus dem Verkauf von Gütern und der Erbringung von Dienstleistungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit während der Berichtsperiode. Nettoerlöse aus dem Verkauf von Gütern an Kunden werden erzielt in den Supermärkten, den verschiedenen Fachformaten, den Grosshandelsmärkten, im Belieferungsgeschäft oder sie stammen aus dem Verkauf von Gütern, die in eigenen Produktionsbetrieben hergestellt wurden. Nettoerlöse aus Dienstleistungen stammen u. a. aus dem Erbringen von Transportdienstleistungen, aus der Hotellerie oder aus Abonnements in Fitnesszentren. Erlöse werden zum Marktwert erfasst. Umsatz- und Mehrwertsteuern sowie Erlösminderungen wie Skonti, Rabatte und übrige Preisnachlässe sind im ausgewiesenen Nettoerlös abgezogen. Erlöse werden verbucht, wenn die massgeblichen Nutzen und Risiken, die mit dem Eigentum der verkauften Produkte verbunden sind, sowie die Verfügungsmacht auf den Kunden übertragen wurden und die Einbringbarkeit der dadurch entstandenen Forderungen angemessen gesichert ist, sofern es sich nicht um Barverkäufe handelt. Nettoerlöse aus der Erbringung von Dienstleistungen werden in dem Abrechnungszeitraum erfasst, in dem die Dienstleistung erbracht wurde. Bei Vermittlungsgeschäften wird nur der Wert der selbst erbrachten Leistung ausgewiesen.

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

Forderungen werden zum Nominalwert bilanziert. Wertberichtigungen aufgrund erkennbarer und eingetretener Verluste werden in Abzug gebracht und der Erfolgsrechnung belastet.

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 einzelwertberichtet.

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 und Darlehen werden zum Anschaffungswert abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen bewertet.

Aktiven aus Arbeitgeberbeitragsreserven werden in den Finanzanlagen bilanziert.

Sachanlagen

Die Bewertung der Sachanlagen, welche auch die nicht betrieblichen Liegenschaften enthalten, erfolgt zu Anschaffungskosten abzüglich der betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen. Die Anschaffungskosten umfassen den Kaufpreis sowie die direkt zurechenbaren Kosten für die Nutzbarmachung der Anlagen. Investitionen in bestehende Sachanlagen werden aktiviert, wenn sie den Nutzwert nachhaltig erhöhen oder die Nutzungsdauer einer Sachanlage verlängern. Die Abschreibungen erfolgen linear über die wirtschaftliche Nutzungsdauer des Anlagegutes.

In der Regel liegt die Abschreibungsdauer der Sachanlagen innerhalb der folgenden Bandbreiten:

Grundstücke und Bauten

Grundstücke	keine Abschreibung
Bauten	40–67

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

Möbilien, Maschinen und Informatik

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

Fahrzeuge	3–10
-----------	------

Die Abschreibungsdauer bei den Bauten erstreckt sich von 40 Jahren bei betrieblichen Liegenschaften mit erhöhter Beanspruchung 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 über bis zu 30 Jahre abgeschrieben.

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

Bei Zugängen im Konsolidierungskreis wird das Anlagevermögen neu bewertet. Als Basis dienen die kumulierten Anschaffungskosten und die kumulierten Abschreibungen der akquirierten Anlagen zum Übernahmezeitpunkt. Die Neubewertung erfolgt durch die Anpassung der kumulierten Abschreibungen, so dass die übernommenen Anlagen in einer Nettobetrachtung zum aktuellen Wert zum Übernahme-

zeitpunkt bewertet sind. Der Ausweis in den Anlagespiegeln wird brutto vorgenommen. Unter Berücksichtigung der verbleibenden betriebswirtschaftlichen Nutzungsdauer erfolgen zudem eine Überprüfung und gegebenenfalls eine Anpassung der Abschreibungsdauer.

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 Finanzleasingverbindlichkeit 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. Die Abschreibung erfolgt linear über die Nutzungsdauer.

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. Die Abschreibungsdauer bemisst sich nach der voraussichtlichen Nutzungsdauer der angenommenen Markt- und Synergiepotentiale, welche zum Goodwill geführt haben.

In der Regel liegt die Abschreibungsdauer der Immateriellen Anlagen innerhalb der folgenden Bandbreiten:

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 Wertverminderung vorliegen. Die Berechnung des realisierbaren Wertes erfolgt auf der Basis des Capital-Asset-Pricing-Modells unter Berücksichtigung aktualisierter Datenannahmen und erwarteter Geldflüsse aus der Mehrjahresplanung. 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.

Coop finanziert sich unter anderem mit der Depositenkasse. Diese bietet Anlegern verzinste Depositenkonten. Nach der gesetzlich vorgeschriebenen Blockierung von 6 Monaten auf Neueinlagen können auf dem Depositenkonto pro Kalendermonat 20 000 CHF vom verfügbaren Saldo bezogen werden. Beträge, welche diese Limite übersteigen, benötigen eine Kündigungsfrist von 3 Monaten. Die Aufschlüsselung der Depositenkonten in kurz- und langfristige Finanzverbindlichkeiten basiert auf Erfahrungswerten vergangener Mittelabflüsse (wirtschaftliche Betrachtungsweise).

Kurzfristige und langfristige Verbindlichkeiten werden zu Nominalwerten bilanziert.

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 von Rückstellungen erfolgt auf Basis einer Schätzung des wahrscheinlichen Mittelabflusses. Sofern wesentlich, werden Diskontierungseffekte berücksichtigt.

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 Währungsrisiken 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

Vorsorgeverpflichtungen sind alle Verpflichtungen aus Vorsorgeplänen und Vorsorgeeinrichtungen, welche Leistungen für Ruhestand, Todesfall oder Invalidität vorsehen.

Mitarbeitende der Coop-Gruppe erhalten Vorsorgeleistungen beziehungsweise Altersrenten, die jeweils in Übereinstimmung mit den rechtlichen Vorschriften und Bestimmungen der einzelnen Länder ausgerichtet werden. Die Finanzierung der Vorsorgepläne und Vorsorgeeinrichtungen erfolgt in der Regel aus Beiträgen der Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Die von Unternehmen der Coop-Gruppe dazu geleisteten Beiträge sind im Personalaufwand in der Position Sozialleistungen enthalten.

In der Schweiz sind die Mitarbeiter einer rechtlich selbstständigen Vorsorgeeinrichtung oder einer Sammelstiftung von Banken oder Versicherungsgesellschaften angeschlossen. Die Reglemente sehen Leistungen vor, die das BVG-Obligatorium in der Regel deutlich übersteigen. Die meisten Mitarbeitenden können zudem innerhalb der Vorsorgeeinrichtung wählen, ob sie sich einem Plan mit höheren oder tieferen Sparbeiträgen anschliessen.

Es wird jährlich beurteilt, ob aus einer Vorsorgeeinrichtung aus Sicht der Organisation ein wirtschaftlicher Nutzen oder eine wirtschaftliche Verpflichtung besteht.

Als Basis dienen die Jahresabschlüsse der Vorsorgeeinrichtungen, welche nach Swiss GAAP FER 26 erstellt werden und eine bestehende Über- bzw. Unterdeckung entsprechend den tatsächlichen Verhältnissen abbilden.

Die Aktivierung eines wirtschaftlichen Nutzens erfolgt nur, sofern es zulässig und beabsichtigt ist, die Überdeckung zur Senkung der Arbeitgeberbeiträge einzusetzen. Bestehen frei verfügbare Arbeitgeberbeitragsreserven, werden diese aktiviert. Eine wirtschaftliche Verpflichtung wird passiviert, sofern die Voraussetzungen für die Bildung einer Rückstellung erfüllt sind.

Bei den Gruppengesellschaften im Ausland bestehen keine rechtlich selbstständigen Vorsorgeeinrichtungen mit separat ausgeschiedenen Vermögenswerten. Die Verpflichtungen aus Vorsorgeplänen sind dort direkt in der Bilanz erfasst.

Transaktionen mit Nahestehenden

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

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.

Anpassung Vorjahreswerte

Nach Swiss GAAP FER 17.17 beinhalten die Anschaffungskosten der Vorräte auch Nebenkosten wie Transportkosten oder Speditions- und Abladekosten. Bei der Bewertung der Vorräte werden daher die intern angefallenen Personal- und Transportkosten berücksichtigt. Diese wurden bisher gesamthaft direkt im Warenaufwand ausgewiesen. Neu werden diese Kosten im Personalaufwand und übrigen Betriebsaufwand ausgewiesen. Die konsolidierte Erfolgsrechnung sowie die Tabellen 3 und 4 im Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung wurden daher für die Periode 2018 entsprechend angepasst. Die Bestandesänderung aus der Berücksichtigung dieser Aufwendungen bei der Vorratsbewertung wird dagegen wie bis anhin im Warenaufwand erfasst.

in Mio. CHF

1 Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen und Betriebsergebnis (EBIT) nach Segmenten

	Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	2019 Betriebsergebnis (EBIT)	Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	2018 Betriebsergebnis (EBIT)
Detailhandel	17 986	540	17 743	462
Grosshandel/Produktion	14 148	242	14 170	311
Konsolidierung	-2 502		-2 348	
Coop-Gruppe	29 633	782	29 565	772

Das Segment "Grosshandel/Produktion" bildet die Transgourmet-Gruppe, die Bell Food Group sowie die Produktionsbetriebe der Coop Genossenschaft ab. Die Zeile Konsolidierung beinhaltet Lieferungen zwischen den Segmenten.

Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen nach geographischen Märkten

	2019	2018
Schweiz	20 159	19 931
Ausland	9 474	9 634
Coop-Gruppe	29 633	29 565

2 Andere betriebliche Erträge

	2019	2018
Betriebliche Mietzinserträge	189	193
Veräusserungsgewinn auf betrieblichem Anlagevermögen	5	72
Aktivierete Eigenleistungen	31	27
Sonstige Dienstleistungserträge	811	805
Total	1 036	1 097

In der Position "Sonstige Dienstleistungserträge" sind auch Erträge aus Toto, Lotto, Parking und Werbung sowie Kommissionen aus Telefonie Guthaben enthalten.

3 Personalaufwand

	2019	2018
Löhne/Gehälter	3 884	3 821
Sozialleistungen	913	869
Übriger Personalaufwand	305	320
Total	5 102	5 011

Sozialleistungssatz in % 23.5 22.7

Vorjahreswerte angepasst

4 Übriger Betriebsaufwand

	2019	2018
Werbeaufwand	515	534
Mietaufwand	741	737
Büro- und Verwaltungsaufwand	292	279
Abgaben und Sachversicherungen	86	91
Betriebliche Steuern	46	45
Unterhalt und Ersatz	464	461
Energieaufwand und Betriebsmaterial	438	450
Transportkosten	416	406
Diverse Aufwendungen	206	195
Total	3 205	3 198

Vorjahreswerte angepasst

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

5 Abschreibungen	2019	2018
Goodwill planmässig	100	196
Goodwill ausserplanmässig	2	21
Übrige immaterielle Anlagen planmässig	109	105
Übrige immaterielle Anlagen ausserplanmässig	22	0
Abschreibungen auf immateriellen Anlagen	233	322
Sachanlagen planmässig	959	983
Sachanlagen ausserplanmässig	89	51
Wertaufholung Sachanlagen	-17	-25
Abschreibungen auf Sachanlagen	1 031	1 009
Total	1 264	1 331

Ausserplanmässige Abschreibungen auf Sachanlagen und immateriellen Anlagen sowie Wertaufholungen auf Immobilien erfolgen aufgrund von Neueinschätzungen betreffend die Ertragssituation oder von Marktpreisanpassungen.

6 Finanzergebnis	2019	2018
Dividenden und Kursgewinne auf Wertschriften	0	0
Übriger Finanzertrag	11	27
Finanzertrag	11	27
Kursverluste auf Wertschriften	0	0
Zinsaufwand und übrige Finanzkosten	41	49
Wertberichtigungen auf Finanzanlagen	0	0
Finanzaufwand	41	49
Total	-30	-22

7 Betriebsfremdes Ergebnis	2019	2018
Mietertrag	0	1
Veräusserungsgewinne auf nicht betrieblichem Anlagevermögen	13	6
Nicht betrieblicher Ertrag	13	7
Nicht betrieblicher Liegenschaftsaufwand (inkl. Abschreibungen auf nicht betrieblichem Anlagevermögen)	10	3
Übriger nicht betrieblicher Aufwand	9	0
Nicht betrieblicher Aufwand	19	3
Total	-6	4

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

8 Ertragssteuern	2019	2018
Laufende Ertragssteuern	130	145
Veränderung latente Steuern	-37	-5
Total	93	140

	2019		2018	
	Steuersatz in %	Steuerbetrag in Mio. CHF	Steuersatz in %	Steuerbetrag in Mio. CHF
Durchschnittlich anzuwendender Steuersatz/Erwartete Ertragssteuern	15.9	116	19.4	143
Verluste im laufenden Jahr, für die keine latenten Steuern aktiviert wurden		65		15
Nutzung von nicht erfassten Verlustvorträgen		-4		-30
Durchschnittlich anzuwendender Ertragssteuersatz unter Berücksichtigung von Verlustvorträgen	24.3	177	17.4	129
Sonstige Effekte		-84		11
Effektiver Ertragssteuersatz/Effektive Ertragssteuern	12.8	93	18.9	140

Die Berechnung der erwarteten Ertragssteuern erfolgt unter der Prämisse, dass das betriebsfremde Ergebnis gleich besteuert wird wie das ordentliche Ergebnis. Die sonstigen Effekte in 2019 resultieren zu über der Hälfte aus Steuersatzänderungen bei den latenten Steuern. Die weiteren Effekte ergeben sich im Wesentlichen aus nicht steuerbaren Aufwendungen und Erträgen und periodenfremden Ertragssteuern.

Ein latenter Ertragssteueranspruch in Höhe von 223 Mio. CHF (31.12.2018: 179 Mio. CHF) für noch nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge wurde nicht aktiviert.

9 Flüssige Mittel	31.12.2019	31.12.2018
Kassenbestände, Postcheck- und Bankguthaben	871	910
Checks/Gutscheine	29	23
Festgelder	17	11
Total	917	945

10 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	31.12.2019	31.12.2018
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1 324	1 333
Wertberichtigung	-51	-51
Total	1 273	1 282

11 Sonstige kurzfristige Forderungen	31.12.2019	31.12.2018
Übrige Forderungen	276	290
Anzahlungen an Lieferanten	10	9
Wertberichtigung	-2	-2
Total	285	297

12 Vorräte	31.12.2019	31.12.2018
Handelswaren	2 793	2 746
Fertigfabrikate (Produktion)	233	215
Halbfabrikate, Produkte in Arbeit	186	177
Rohmaterial	176	187
Hilfs- und Verpackungsmaterial	87	82
Anzahlungen an Lieferanten	50	68
Wertberichtigung	-141	-139
Total	3 384	3 336

in Mio. CHF

14 Finanzanlagen	Arbeitgeber- beitrags- reserve	Assoziierte Organi- sationen	Übrige Finanz- anlagen	Total
Finanzanlagen 2019				
Nettobuchwerte 01.01.2019	11	90	58	158
Veränderungen im Konsolidierungskreis			1	1
Investitionen/Kaufpreisanpassungen	0	-10	13	3
Devestitionen	0		-12	-12
Zuschreibungen (+)/Wertberichtigungen (-)		-1	0	-1
Währungseinfluss		0	0	0
Nettobuchwerte 31.12.2019	10	79	61	150
davon Goodwill Assoziierte Organisationen		8		8
Finanzanlagen 2018				
Nettobuchwerte 01.01.2018	11	80	29	120
Veränderungen im Konsolidierungskreis			0	0
Investitionen/Kaufpreisanpassungen		44	39	83
Devestitionen	0	-36	-10	-46
Zuschreibungen (+)/Wertberichtigungen (-)	0	2	0	2
Währungseinfluss		-1	0	-1
Nettobuchwerte 31.12.2018	11	90	58	158
davon Goodwill Assoziierte Organisationen		18		18
Übrige Finanzanlagen				
			31.12.2019	31.12.2018
Darlehen			57	55
Diverse Finanzanlagen			10	10
Wertberichtigungen auf übrigen Finanzanlagen			-7	-7
Total			61	58

in Mio. CHF

15 Immaterielle Anlagen	Goodwill	Marken/ Patente/ Lizenzen	Software	Übrige immaterielle Anlagen	Anlagen in Entwicklung	Total
Immaterielle Anlagen 2019						
Anschaffungswerte 01.01.2019	3 842	646	594	49	138	5 270
Veränderungen im Konsolidierungskreis	29	9	2	1		41
Investitionen/Kaufpreisanpassungen	2	0	51	5	84	142
Devestitionen		-1	-49	-1	0	-51
Währungseinfluss	-10	-1	-4	-1	0	-17
Reklassifikationen		0	12	11	-23	0
Anschaffungswerte 31.12.2019	3 862	653	607	65	199	5 386
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2019						
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2019	3 256	387	426	39	30	4 138
Veränderungen im Konsolidierungskreis		0	1	0		2
Planmässige Abschreibungen	100	32	71	6		209
Ausserplanmässige Abschreibungen	2	21	1			24
Devestitionen		-1	-48	-1		-50
Währungseinfluss	-5	-1	-4	-1		-11
Reklassifikationen		0	-3	3		0
Kumulierte Abschreibungen 31.12.2019	3 352	438	444	47	30	4 312
Nettobuchwerte 31.12.2019	510	215	162	17	169	1 074
Immaterielle Anlagen 2018						
Anschaffungswerte 01.01.2018	3 715	638	514	45	101	5 014
Veränderungen im Konsolidierungskreis	149	5	38	1	1	195
Investitionen/Kaufpreisanpassungen		2	80	4	53	139
Devestitionen		0	-48	-2	0	-50
Währungseinfluss	-20	-1	-4	-1	0	-26
Reklassifikationen	-2	3	15	1	-16	0
Anschaffungswerte 31.12.2018	3 842	646	594	49	138	5 270
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2018						
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2018	3 082	349	376	36	30	3 873
Veränderungen im Konsolidierungskreis	-34	0	36	1		4
Planmässige Abschreibungen	196	36	66	3		301
Ausserplanmässige Abschreibungen	21					21
Devestitionen		0	-48	-1		-49
Währungseinfluss	-7	-1	-4	0		-12
Reklassifikationen	-1	2	0	0		0
Kumulierte Abschreibungen 31.12.2018	3 256	387	426	39	30	4 138
Nettobuchwerte 31.12.2018	586	259	168	10	108	1 132

in Mio. CHF

16 Finanzverbindlichkeiten	Zinssatz in % (gewichtet)	31.12.2019	31.12.2018
Bankkontokorrente		3	1
Depositenkonten	0.51	1 770	1 754
Kassenobligationen	0.70	310	238
Anleihen		2 805	3 055
Bankdarlehen	0.44	90	431
Hypotheken	3.68	39	67
Finanzierungsleasing		0	1
Übrige Finanzverbindlichkeiten		332	233
Total		5 348	5 781
davon kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		924	1 126
davon langfristige Finanzverbindlichkeiten		4 425	4 655
davon Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	0.20	216	200

Die Aufteilung der Verbindlichkeiten aus Depositenkonten erfolgt aufgrund von Erfahrungswerten vergangener Mittelabflüsse. Vom Bestand in Höhe von 1 770 Mio. CHF (31.12.2018: 1 754 Mio. CHF) sind 214 Mio. CHF (31.12.2018: 227 Mio. CHF) als kurzfristig und 1 556 Mio. CHF (31.12.2018: 1 527 Mio. CHF) als langfristig bilanziert.

Anleihen	Währung	Laufzeit	Zinssatz in % (gewichtet)	31.12.2019	31.12.2018
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Juli 2012–2019	1.250		250
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Juli 2015–2020	0.250	300	300
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Juni 2014–2021	0.875	200	200
Bell Food Group AG	CHF	Mai 2013–2022	1.750	175	175
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Sep. 2016–2022	0.250	200	200
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Sep. 2014–2023	1.000	200	200
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Juli 2015–2024	0.880	200	200
Bell Food Group AG	CHF	Feb. 2018–2024	0.375	200	200
Bell Food Group AG	CHF	März 2016–2025	0.625	300	300
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Juni 2018–2025	0.750	300	300
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Mai 2016–2026	0.500	380	380
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Sep. 2017–2027	0.500	200	200
Bell Food Group AG	CHF	Jan. 2018–2028	0.750	150	150
Total				2 805	3 055

17 Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	31.12.2019	31.12.2018
Gutscheine im Umlauf	76	74
Kundenanzahlungen	143	145
Übrige Steuern	99	86
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	60	51
Total	378	356

in Mio. CHF

18 Rückstellungen	Personalvorsorge	Restrukturierungen	Supercard	Latente Steuern	Übrige Rückstellungen	Total
Rückstellungen 2019						
Buchwerte 01.01.2019	113	13	164	783	230	1 303
Veränderungen im Konsolidierungskreis				0	0	1
Bildung von Rückstellungen	26	2	212		56	296
Verwendung von Rückstellungen	-20	-5	-201		-33	-260
Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen	-3	-2	-4		-23	-32
Veränderung latente Steuern				-37		-37
Währungseinfluss	-2	0		-16	-1	-19
Buchwerte 31.12.2019	115	7	171	731	228	1 252
davon kurzfristige Rückstellungen	21	5	171		65	261
davon langfristige Rückstellungen	94	2		731	163	990
Rückstellungen 2018						
Buchwerte 01.01.2018	111	33	180	798	238	1 360
Veränderungen im Konsolidierungskreis	1			5	5	10
Bildung von Rückstellungen	26	4	206		50	286
Verwendung von Rückstellungen	-19	-17	-219		-48	-303
Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen	-4	-7	-3		-13	-27
Veränderung latente Steuern				-5		-5
Währungseinfluss	-2	0		-15	-2	-18
Buchwerte 31.12.2018	113	13	164	783	230	1 303
davon kurzfristige Rückstellungen	20	9	164		62	255
davon langfristige Rückstellungen	93	4		783	168	1 047

Die übrigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen Rückstellungen für Personal von 110 Mio. CHF (31.12.2018: 102 Mio. CHF) und für Verkaufsstellen von 19 Mio. CHF (31.12.2018: 25 Mio. CHF).

in Mio. CHF

19 Vorsorgeeinrichtungen

Arbeitgeberbeitragsreserve 2019	Nominalwert	Verwendungs- verzicht	Bilanzwert
Buchwerte 01.01.2019	11		11
Verwendung (Personalaufwand)	0		0
Buchwerte 31.12.2019	10		10

Arbeitgeberbeitragsreserve 2018

Buchwerte 01.01.2018	11		11
Verwendung (Personalaufwand)	0		0
Buchwerte 31.12.2018	11		11

Wirtschaftlicher Nutzen/ wirtschaftliche Verpflichtung	Freie Mittel/Unterdeckung		Wirtschaftlicher Anteil der Coop-Gruppe	
	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2018
Vorsorgeeinrichtung mit freien Mitteln	93	8	0	0
Vorsorgepläne ohne eigene Aktiven	0	0	-115	-113
Total	93	8	-115	-113

Vorsorgeaufwand	Veränderung Bilanzposition 2019		Auf die Periode abgegrenzte Beiträge 2019	Vorsorgeauf- wand im Personal- aufwand 2019	Veränderung Bilanzposition 2018		Auf die Periode abgegrenzte Beiträge 2018	Vorsorgeauf- wand im Personal- aufwand 2018
	erfolgsneutral ¹	erfolgswirksam			erfolgsneutral ¹	erfolgswirksam		
Vorsorgeeinrichtung ohne freie Mittel/Unterdeckung			26	26			252	252
Vorsorgeeinrichtung mit freien Mitteln			268	268			8	8
Vorsorgepläne ohne eigene Aktiven	-21	23	0	23	-20	22		22
Vorsorgeeinrichtung rückversichert			4	4			11	11
Total	-21	23	298	321	-20	22	271	293

¹ Auszahlungen, Währungsumrechnung und Veränderung Konsolidierungskreis

Per 31.12.2019 weist die CPV/CAP einen Deckungsgrad von 116.1% (Vorjahr 108.4%) aus. Aus Sicht FER 16 besteht eine Überdeckung, da die Zielgrösse der Wertschwankungsreserve erreicht ist.

in Mio. CHF

20 Ausserbilanzgeschäfte	31.12.2019	31.12.2018
Bürgschaften, Garantieverpflichtungen	9	10
Weitere quantifizierbare Verpflichtungen mit Eventualcharakter	10	10
Weitere, nicht zu bilanzierende Verpflichtungen	72	65
Buchwert der zur Sicherung eigener Verpflichtungen verpfändeten Aktiven	63	127

Verpflichtungen gegenüber Minderheitsaktionären aus Put-Optionen auf die von ihnen gehaltenen Anteile an vollkonsolidierten Unternehmen der Gruppe sind unter "Weitere, nicht zu bilanzierende Verpflichtungen" ausgewiesen. Gleiches gilt für Verpflichtungen zum Erwerb von Anteilen an assoziierten Organisationen. Es existieren weitere Eventualverpflichtungen aus bestehenden Verträgen, welche aufgrund tiefer Eintretenswahrscheinlichkeit und Unklarheit hinsichtlich der Höhe eines möglichen Mittelabflusses nicht verlässlich geschätzt werden können. Diese betreffen zum grössten Teil gemietete Objekte.

21 Verpflichtungen aus nicht bilanzierendem operativem Leasing	31.12.2019	31.12.2018
Fällig innerhalb eines Jahres	740	766
Fällig innerhalb von 1 bis 5 Jahren	2 492	2 562
Fällig nach über 5 Jahren	3 224	3 366

Die nicht bilanzierten Verpflichtungen aus operativem Leasing resultieren im Wesentlichen aus langfristigen Miet- und Baurechtsverträgen.

22 Offene derivative Finanzinstrumente

Derivative Finanzinstrumente 2019		Kontraktwerte		Bilanzierte Werte		Nicht bilanzierte Werte	
Basiswert	Zweck		Aktiven	Passiven	Aktiven	Passiven	
Devisen	Absicherung	1 531	10	4	0	4	

Derivative Finanzinstrumente 2018		Kontraktwerte		Bilanzierte Werte		Nicht bilanzierte Werte	
Basiswert	Zweck		Aktiven	Passiven	Aktiven	Passiven	
Devisen	Absicherung	1 791	16	2	0	1	

23 Transaktionen mit nahestehenden Personen

Transaktionen mit assoziierten Organisationen	2019	2018
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	13	19
Andere betriebliche Erträge	1	1
Finanzertrag	1	0
Warenaufwand	9	8
Büro- und Verwaltungsaufwand	2	2
Mietaufwand	3	3
	31.12.2019	31.12.2018
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1	1
Sonstige kurzfristige Forderungen	3	0
Darlehen	39	37
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7	7
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	2	0

Zudem bestehen Verbindlichkeiten gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen in der Schweiz, welche in den Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen sind. Darüber hinaus bestehen keine anderen wesentlichen Transaktionen mit weiteren nahestehenden Personen.

24 Wesentliche Veränderungen im Konsolidierungskreis

2019

Name der Gesellschaft		Änderung	Datum	31.12.2019 in %	31.12.2018 in %
Centre Commercial Moncor S.A.	CH-Villars-sur-Glâne	Fusion in Coop Genossenschaft	01/2019	100.0	100.0
Braschler's Comestibles Import AG	CH-Zürich	Fusion in Transgourmet Schweiz AG	01/2019	100.0	100.0
F&B – Food and Beverage Services GmbH	DE-Riedstadt	Verringerung Beteiligungsquote	01/2019	51.0	100.0
Team Beverage AG	DE-Bremen	Verringerung Beteiligungsquote	01/2019	35.7	70.0
siroop trading AG	CH-Basel	Inaktivsetzung	01/2019	100.0	100.0
Interfrais Frisch-Service AG	CH-Schlieren	Kauf	04/2019	100.0	
Sanalogic Solutions GmbH	DE-Riedstadt	Gründung und Asset Deal	05/2019	100.0	
Gastro Profi GmbH	AT-Alkoven	Kauf	06/2019	100.0	
GEVA Beteiligungsgesellschaft mbH	DE-Frechen	Kauf	09/2019	51.0	

2018

Name der Gesellschaft		Änderung	Datum	31.12.2018 in %	31.12.2017 in %
Hügli-Gruppe	CH-Steinach	Kauf	01/2018	66.3	
Der Milchbauer Grosshandels-gesellschaft mbH	DE-St. Gangloff	Fusion in EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	01/2018	100.0	100.0
Cher-Mignon SA	CH-Chermignon	Fusion in Bell Schweiz AG	01/2018	100.0	100.0
Peter Riegger Holding AG	CH-Zug	Fusion in Weinkeller Riegger AG	01/2018	100.0	100.0
update Beteiligungen AG	CH-Uzwil	Fusion in update Fitness AG	01/2018	51.0	51.0
Niggemann Food Frischemarkt GmbH	DE-Bochum	Kauf	02/2018	100.0	
Two Spice AG	CH-Hergiswil	Kauf	03/2018	32.8	
Braschler's Comestibles Import AG	CH-Zürich	Kauf	04/2018	100.0	
Sylvain & CO SA	CH-Champvent	Kauf	05/2018	66.3	
Service 7000 AG	CH-Netstal	Erhöhung Beteiligungsquote	05/2018	100.0	75.0
siroop AG	CH-Zürich	Erhöhung Beteiligungsquote und Fusion in Coop Genossenschaft	05/2018	100.0	50.0
Bell Food Group AG	CH-Basel	Kapitalerhöhung	06/2018	66.3	66.3
Palink UAB	LT-Vilnius	Verkauf	09/2018		20.0

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

in Mio. CHF

25 Wichtigste Bestandteile beim Erwerb von Organisationen

2019	Gastro Profi GmbH	Sanalogic Solutions GmbH	GEVA-Gruppe	Interfrais Frisch-Service AG	Übrige Organisationen
Flüssige Mittel			5	5	0
Forderungen und Aktive Rechnungsabgrenzungen	2		52	13	0
Vorräte	3			2	0
Sachanlagen	1		3	4	0
Finanzanlagen			1		0
Immaterielle Anlagen (ohne Goodwill)	0	3		3	3
Verbindlichkeiten und Passive Rechnungsabgrenzungen	3		50	14	0
Finanzverbindlichkeiten	2				0
Rückstellungen	0		0	0	0

2018	siroop AG	Hügli-Gruppe	Sylvain & CO SA	Niggemann Food	Übrige Organisationen
Flüssige Mittel	3	11	6	1	1
Forderungen und Aktive Rechnungsabgrenzungen	3	61	9	7	6
Vorräte	3	72	1	3	20
Sachanlagen	1	160	9	4	8
Finanzanlagen		0		0	
Immaterielle Anlagen (ohne Goodwill)	1	2	0	5	
Verbindlichkeiten und Passive Rechnungsabgrenzungen	12	45	6	8	3
Finanzverbindlichkeiten		84	5	1	0
Rückstellungen	1	7	1	1	1

26 Konsolidierungskreis

		Kapitalanteil ¹		Einbezug
		31.12.2019 in %	31.12.2018 in %	
Coop-Gruppe				
Coop-Gruppe Genossenschaft	CH-Basel	100.0	100.0	□
Alifresca AG	CH-Basel	100.0	100.0	□
Alifresca Italy S.R.L.	IT-Villafranca di Verona	100.0	100.0	□
Alifresca Spain S.L.	ES-Valencia	100.0	100.0	□
Autobahn-Raststätte Basel-Nord AG	CH-Basel	38.3	38.3	●
CapCo AG	FL-Vaduz	100.0	100.0	□
Centre de formation "du Léman"	CH-Jongny	100.0	100.0	□
Chocolats Halba S.A. de C.V.	HN-San Pedro Sula	75.0	75.0	□
Coop-ITS-Travel AG	CH-Freienbach	50.0	50.0	●
Coop Mineraloel AG	CH-Allschwil	51.0	51.0	□
Coop Tagungszentrum	CH-Muttenz	100.0	100.0	□
Coop Vitality AG	CH-Bern	51.0	51.0	□
Coop Vitality Management AG	CH-Bern	51.0	51.0	□
Elektronik Distribution AG	CH-Basel	100.0	100.0	□
Eurogroup Europe AG	CH-Wangen	100.0	100.0	□
Eurogroup Far East Ltd.	CN-Hong Kong	100.0	100.0	□
Marché Restaurants Schweiz AG	CH-Dietlikon	100.0	100.0	□
Panflor AG	CH-Zürich	100.0	100.0	□
railCare AG	CH-Härkingen	100.0	100.0	□
Raststätte Glarnerland AG	CH-Niederurnen	21.3	21.3	□
Raststätte Heildiland AG	CH-Maienfeld	51.5	51.5	□
Relais du St-Bernard Martigny SA	CH-Martigny	68.0	68.0	●
Retail Marketing Switzerland AG	CH-Basel	100.0	100.0	□
SC Swiss commercial GmbH	DE-Konstanz	100.0	100.0	□
Stazioni Autostradali Bellinzona SA	CH-Bellinzona	68.4	68.4	●
Steinfels Swiss GmbH	DE-Konstanz	100.0	100.0	□
Tanklager Rothenburg AG	CH-Rothenburg	17.0	17.0	●
Two Spice AG	CH-Zürich	32.8	32.8	●
update Fitness AG	CH-Uzwil	51.0	51.0	□
update akademie GmbH	CH-Uzwil	25.5	25.5	●
Coop Genossenschaft	CH-Basel	100.0	100.0	□
Betty Bossi AG	CH-Zürich	100.0	100.0	□
Coop Immobilien AG	CH-Bern	100.0	100.0	□
Dipl. Ing. Fust AG	CH-Oberbüren	100.0	100.0	□
Parking des Remparts SA	CH-La Tour-de-Peilz	33.3	33.3	●
Pearlwater Mineralquellen AG	CH-Termen	100.0	100.0	□
RS Vertriebs AG	CH-St. Gallen	100.0	100.0	□
Service 7000 AG	CH-Netstal	100.0	100.0	□
The Body Shop Switzerland AG	CH-Uster	100.0	100.0	□
Transgourmet-Gruppe				
Transgourmet Holding AG	CH-Basel	100.0	100.0	□
gastronovi GmbH	DE-Bremen	51.0	51.0	□
Interfrais Frisch-Service AG	CH-Schlieren	100.0		□
Transgourmet Central and Eastern Europe AG	CH-Basel	100.0	100.0	□
Transgourmet Central and Eastern Europe GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Ahoii GmbH	DE-Hamburg	8.9	17.6	●
Brand Views GmbH	DE-Hamburg	22.3	43.8	●
EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	DE-Unna	100.0	100.0	□
F&B – Food and Beverage Services GmbH	DE-Riedstadt	51.0	100.0	□

		Kapitalanteil ¹		Einbezug
		31.12.2019 in %	31.12.2018 in %	
FrischeParadies GmbH & Co. KG	DE-Frankfurt	100.0	100.0	□
FRISCHEPARADIES ESPAÑA S.L.U.	ES-Palma de Mallorca	100.0	100.0	□
Fruchthof Handel-GmbH	AT-Innsbruck	100.0	100.0	□
gastivo portal GmbH	DE-Bremen	35.7	70.0	□
Gastro Tracking GmbH	DE-Nürnberg	17.9	35.0	●
Geo-Marketing GmbH	DE-Köln	25.0	25.0	●
GEVA Beteiligungsgesellschaft mbH	DE-Frechen	51.0		□
GEVA Gesellschaft für Einkauf, Verkaufsförderung und Absatz von Gütern mbH	DE-Frechen	26.0		□
GEVA Gesellschaft für Einkauf, Verkaufsförderung und Absatz von Gütern mbH & Co. KG	DE-Frechen	26.0		□
Hamburger Feinfrost GmbH	DE-Hamburg	100.0	100.0	□
MVF Markenvertriebs- und Förderungsgesellschaft mbH	DE-Frechen	26.0		□
NEV Nordwest GmbH	DE-Bremen	35.7	70.0	□
Niggemann Food Frischemarkt GmbH	DE-Bochum	100.0	100.0	□
OOO Basa	RU-Moskau	100.0	100.0	□
OOO Mikotrans	RU-Moskau	100.0	100.0	□
OOO Selgros	RU-Moskau	100.0	100.0	□
OOO Selgros Immobilien	RU-Moskau	100.0	100.0	□
OOO Torgovy Dom Global Foods	RU-Moskau	100.0	100.0	□
proGetränkePartner GmbH	DE-Eggenfelden	17.9	35.0	●
Richard Sump GmbH	DE-Hamburg	75.0	75.0	□
Sanalogic Solutions GmbH	DE-Riedstadt	100.0		□
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	100.0	100.0	□
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Hamburg	75.0	75.0	□
Team Beverage AG	DE-Bremen	35.7	70.0	□
Team Beverage Category Management und Vermarktung GmbH	DE-Bremen	35.7	70.0	□
Team Beverage Convenience GmbH	DE-Rostock	35.7	70.0	□
Team Beverage Dienstleistungen GmbH	DE-Rostock	35.7	70.0	□
Team Beverage Einzelhandel GmbH	DE-Bremen	35.7	70.0	□
Team Beverage Einzelhandel Süd GmbH	DE-Eggenfelden	35.7	70.0	□
Team Beverage Großhandel GmbH	DE-Bremen	35.7	70.0	□
Team Beverage Marken und Systeme GmbH	DE-Bremen	35.7	70.0	□
Team Business IT GmbH	DE-Stralsund	35.7	70.0	□
transCoop GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	100.0	100.0	□
Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Immobilien GmbH & Co. KG	DE-Pullach	100.0	100.0	□
Transgourmet Foodservice Immobilien GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Polska Sp. z o.o.	PL-Poznan	100.0	100.0	□
Transgourmet France SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
ALDIS ASP 6 SARL	FR-Valenton	100.0	100.0	□
All Fresh Logistique SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
BSP SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
COFIDA SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
HOLDI CRENO SA	FR-Châteaurenard	30.8	30.8	●
Locagroup SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
Mantes Primeurs SAS	FR-Mantes-la-jolie	100.0	100.0	□
SCI Mittelfeld-Knoderer	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Sodiexval SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
SPEIR SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
Transgourmet Immobilier France SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
Transgourmet Management Gie	FR-Valenton	100.0	100.0	□

		Kapitalanteil ¹		Einbezug
		31.12.2019 in %	31.12.2018 in %	
Transgourmet Opérations SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	☐
Transgourmet Seafood SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	☐
Transgourmet Services SNC	FR-Valenton	100.0	100.0	☐
Transgourmet Österreich GmbH	AT-Traun	100.0	100.0	☐
Gastro Profi GmbH	AT-Alkoven	100.0		☐
immodevelop GmbH	AT-Innsbruck	100.0	100.0	☐
Top Team Zentraleinkauf GmbH	AT-Traun	50.0	50.0	●
Transgourmet Schweiz AG	CH-Basel	100.0	100.0	☐
Casa del Vino SA	CH-Zürich	100.0	100.0	☐
Domaines & Châteaux Vins Birrhard SA	CH-Birrhard	100.0	100.0	☐
Grossopanel AG	CH-Stans	33.3	33.3	●
Weinkeller Riegger AG	CH-Mellingen	100.0	100.0	☐
wine AG Valentin & Von Salis	CH-Pontresina	50.0	50.0	●
Zanini Vinattieri SA	CH-Ligornetto	100.0	100.0	☐
Bell Food Group				
Bell Food Group AG	CH-Basel	66.3	66.3	☐
Bell Schweiz AG	CH-Basel	66.3	66.3	☐
Geiser AG	CH-Schlieren	66.3	66.3	☐
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Bell Production Services GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Bell Schwarzwälder Schinken GmbH	DE-Schiltach	66.3	66.3	☐
Bell España Alimentación S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	66.3	66.3	☐
Abraham Benelux S.A.	BE-Libramont-Chevigny	66.3	66.3	☐
Bell Verwaltungs GmbH	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	66.3	66.3	☐
Bell Benelux Holding N.V.	BE-Zellik	66.3	66.3	☐
Bell Benelux N.V.	BE-Zellik	66.3	66.3	☐
Bell Nederland B.V.	NL-Houten	66.3	66.3	☐
Bell Logistics N.V.	BE-Zellik	66.3	66.3	☐
Bell France Holding SAS	FR-Teilhède	66.3	66.3	☐
Bell France SAS	FR-St-André-sur-Vieux-Jonc	66.3	66.3	☐
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	66.3	66.3	☐
Maison de Savoie SAS	FR-Aime	66.3	66.3	☐
Saloir de Mirabel SARL	FR-Riom	66.3	66.3	☐
Saloir de Virieu SAS	FR-Virieu-le-Grand	66.3	66.3	☐
Val de Lyon SAS	FR-St-Symphorien-sur-Coise	66.3	66.3	☐
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	66.3	66.3	☐
Hubers Landhendl GmbH	AT-Pfaffstätt	66.3	66.3	☐
Süddeutsche Truthahn AG	DE-Ampfing	66.3	66.3	☐
Brütere Schlierbach GmbH	AT-Pettenbach	63.0	63.0	☐
Frisch Express GmbH	AT-Pfaffstätt	66.3	66.3	☐
VTE-Beteiligungs GmbH + Co. KG	DE-Ampfing	66.3	66.3	☐
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	66.3	66.3	☐
ZIMBO Perbal Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbál	66.2	66.2	☐
Hilcona AG	FL-Schaan	66.3	66.3	☐
Hilcona Gourmet SA	CH-Orbe	66.3	66.3	☐

		Kapitalanteil ¹		Einbezug
		31.12.2019 in %	31.12.2018 in %	
Hilcona Feinkost GmbH	DE-Leinfelden-Echterdingen	66.3	66.3	□
Frostag Food-Centrum AG	CH-Landquart	66.3	66.3	□
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	66.3	66.3	□
Eisberg AG	CH-Dällikon	66.3	66.3	□
Eisberg Österreich GmbH	AT-Marchtrenk	66.3	66.3	□
Eisberg Hungary Kft.	HU-Gyál	66.3	66.3	□
Eisberg Spolka z o.o.	PL-Legnica	66.3	66.3	□
Eisberg srl	RO-Pantelimon	66.3	66.3	□
E.S.S.P. España 2000 SL	ES-Aguilas	66.3	66.3	□
Sylvain & CO SA	CH-Champvent	66.3	66.3	□
Dr. A. Stoffel Holding AG	CH-Steinach	66.3	66.3	□
Hügli Holding AG	CH-Steinach	66.3	66.3	□
Hügli Nahrungsmittel AG	CH-Steinach	66.3	66.3	□
Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung GmbH	AT-Hard	66.3	66.3	□
Hügli Nahrungsmittel GmbH	DE-Radolfzell	66.3	66.3	□
Granovita S.A.	ES-La Vall d'Uixó	66.3	66.3	□
Hügli UK Ltd.	GB-Redditch	66.3	66.3	□
Bresc B.V.	NL-Sleeuwijk	66.3	59.0	□
Ali-Big Industria Alimentare s.r.l.	IT-Brivio	66.3	66.3	□
Hügli Food s.r.o.	CZ-Zásmuky u Kolína	66.3	66.3	□
Hügli Food Élelmiszeripari Kft.	HU-Budapest	66.3	66.3	□
Hügli Food Polska sp. z o.o.	PL-Lódz	66.3	66.3	□
Hügli Food Slovakia s.r.o.	SK-Trnava	66.3	66.3	□
Centravo Holding AG	CH-Zürich	19.7	19.7	●
GVFI International AG	CH-Basel	16.4	16.4	●
Baltic Vianco OÜ	EE-Rõuge Vald	22.1	22.1	●

□ = Vollkonsolidierte Gesellschaft

● = Gesellschaft nach der Equity-Methode konsolidiert

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

27 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Der Verwaltungsrat hat am 12. Februar 2020 die konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe genehmigt. Sie unterliegt der Abnahme durch die Delegiertenversammlung vom 2. April 2020.



Bericht der Revisionsstelle

An die Delegiertenversammlung der Coop-Gruppe Genossenschaft, Basel

Bericht zur Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung

Prüfungsurteil

Wir haben die konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe Genossenschaft und ihrer Tochtergesellschaften (die Gruppe) – bestehend aus der konsolidierten Bilanz zum 31. Dezember 2019, der konsolidierten Erfolgsrechnung, dem Eigenkapitalnachweis und der konsolidierten Geldflussrechnung für das dann endende Jahr sowie dem Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, einschliesslich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft.

Nach unserer Beurteilung vermittelt die konsolidierte Jahresrechnung (Seiten 88 bis 113) ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gruppe zum 31. Dezember 2019 sowie dessen Ertragslage und Geldflüsse für das dann endende Jahr in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards (PS) durchgeführt. Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt "Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung" unseres Berichts weitergehend beschrieben. Wir sind von der Gruppe unabhängig in Übereinstimmung mit den schweizerischen gesetzlichen Vorschriften und den Anforderungen des Berufsstands und wir haben unsere sonstigen beruflichen Verhaltenspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Berichterstattung über besonders wichtige Prüfungssachverhalte aufgrund Rundschreiben 1/2015 der Eidgenössischen Revisionsaufsichtsbehörde



Umsatzlegung



Bewertung von Handelswaren

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemässen Ermessen am bedeutsamsten für unsere Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung des aktuellen Zeitraums waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung als Ganzes und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt, und wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.



Umsatzlegung

Prüfungssachverhalt

Die Gruppe erfasst ihren Umsatz im Zeitpunkt, in dem Nutzen und Risiken aus dem Verkauf der Produkte auf den Käufer übergegangen sind. Der Umsatz setzt sich zum einen aus dem Front-(Kassen) und zum anderen aus dem Belieferungsumsatz (auf Rechnung) zusammen. Er wird netto abzüglich Skonti, Rabatten und übrigen Preisnachlässen ausgewiesen.

Umsatz ist eine wesentliche Grundlage für die Beurteilung des Geschäftsverlaufs der Gruppe und ist folglich im Fokus interner Zielsetzungen und Entwicklungserwartungen der Öffentlichkeit, von Finanzanalysten, institutionellen Anlegern, wichtigen Gläubigern und anderen interessierten Personen. Als zentrale Position in der Erfolgsrechnung ist der Umsatz deshalb von grosser Bedeutung für die Gruppe.

Entsprechend fokussierten wir uns in diesem Bereich bei der Prüfung auf das Vorhandensein von Umsatztransaktionen und deren Erfassung in der richtigen Periode sowie die Erfassung der korrekten Daten.

Unsere Vorgehensweise

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir die Angemessenheit der Rechnungslegungsgrundsätze im Zusammenhang mit der Umsatzlegung der Gruppe beurteilt. Für die Beurteilung der korrekten Umsatzlegung haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen durchgeführt:

- Wir haben den Prozess zur Umsatzlegung und zur periodengerechten Erfassung analysiert und beurteilt, ob die Werteflüsse richtig in den Büchern abgebildet werden. Dabei haben wir die Schlüsselkontrollen betreffend die Umsatzlegung identifiziert und anschliessend mittels Stichproben auf ihre Wirksamkeit geprüft. Zur Unterstützung unserer Prüfungshandlungen setzten wir unsere IT-Spezialisten ein.
- Zur Prüfung der Korrektheit der Stammdaten (Produktpreise, Aktionszeiträume, etc.) haben wir diese auf Basis von Stichproben mit Grundlagendokumenten abgestimmt.
- Im Bereich des Frontumsatzes haben wir das korrekte Funktionieren der Kassen nachvollzogen, indem wir die Systemeinstellungen geprüft haben. Zudem haben wir stichprobenweise die Kassenabrechnungen mit den entsprechenden Zahlungseingängen abgestimmt.
- Im Weiteren haben wir im Bereich des Belieferungsumsatzes mittels stichprobeweisem Abgleich von Rechnungen, korrespondierender Bestellungen und Lieferscheinen die Erfassung des Umsatzes in der korrekten Periode geprüft. Dabei haben wir uns insbesondere auf Verkaufstransaktionen kurz vor und nach dem Bilanzstichtag fokussiert.

Im Weiteren haben wir geprüft, ob die Rechnungslegungsgrundsätze zur Umsatzlegung zutreffend beschrieben und offengelegt wurden.

Weitere Informationen zur Umsatzlegung sind an folgenden Stellen im Anhang der konsolidierten Jahresrechnung enthalten:

- Konsolidierungs- und Rechnungslegungsgrundsätze



Bewertung von Handelswaren

Prüfungssachverhalt

Die Gruppe weist per 31. Dezember 2019 Vorräte in der Höhe von CHF 3.4 Milliarden (Vorjahr CHF 3.3 Milliarden) aus. Die Vorräte werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten oder zum niedrigeren realisierbaren Nettoveräusserungswert angesetzt.

Von den CHF 3.4 Milliarden Vorräten entfallen CHF 2.7 Milliarden auf Handelswaren (Vorjahr CHF 2.6 Milliarden). Handelswaren werden zum durchschnittlichen Einstandspreis (gleitender Durchschnittspreis) zuzüglich Logistikkzuschläge und abzüglich Lieferantenrückvergütungen, Rabatte, Skonti, etc. bewertet.

Die Ermittlung der korrekten Bewertung der Handelswaren enthält Schätzungsbestandteile. Im Weiteren besteht das Risiko einer Überbewertung aufgrund von nicht mehr verwendbaren Waren, von schwer verkäuflichen Lagerbeständen sowie von Preisdruck. Folglich beinhaltet die Bestimmung der Wertberichtigung gewisse Ermessensspielräume. Die korrekte Bewertung von Handelswaren ist folglich bedeutend für das Gesamtverständnis der konsolidierten Jahresrechnung.

Entsprechend fokussierten wir uns bei der Prüfung der Bewertung der Vorräte auf die korrekte Bewertung von Handelswaren.

Unsere Vorgehensweise

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir die Angemessenheit der Rechnungslegungsgrundsätze im Zusammenhang mit der Bewertung der Handelswaren der Gruppe beurteilt. Wir haben unter anderem folgende Prüfungshandlungen durchgeführt:

- Wir haben die Angemessenheit der Prozesse im Bereich der Bewertung der Handelswaren beurteilt. Dabei haben wir die Schlüsselkontrollen identifiziert und anschliessend mittels Stichproben auf ihre Wirksamkeit geprüft.
- Basierend auf Stichproben und mit Unterstützung unserer IT-Spezialisten haben wir die Integrität von allgemeinen IT-Kontrollen beurteilt und die Effektivität der wichtigsten IT-Applikationskontrollen getestet. Insbesondere führten wir eine Prüfung im Bereich der Bestellerfassung durch, indem wir Pflichtfelder und wichtige Funktionentrennungen im Bestellprozess beurteilten. Zudem haben wir die korrekte Berechnung der Preise im System anhand von Systemeinstellungen, Lieferantenrechnungen sowie Zu- und Abgängen verifiziert.
- Ergänzend haben wir geprüft, ob die Abschläge (Lieferantenrückvergütungen, Rabatte, Skonti, etc.) und die Logistikkzuschläge korrekt vorgenommen wurden, indem wir die Berechnungen nachvollzogen haben.
- Wir haben die Angemessenheit der Management-Prozesse zur Identifikation von nicht mehr verwendbaren Waren und schwer verkäuflichen Produkten beurteilt sowie die Grundlage und die Methode zur Bewertung dieser Handelswaren kritisch gewürdigt.
- Die Berechnung der Wertberichtigungen auf Handelswaren haben wir rechnerisch nachvollzogen.

Im Weiteren haben wir geprüft, ob die Rechnungslegungsgrundsätze zutreffend beschrieben und offengelegt wurden.

Weitere Informationen zur Bewertung von Vorräten sind an folgenden Stellen im Anhang der konsolidierten Jahresrechnung enthalten:

- Konsolidierungs- und Rechnungslegungsgrundsätze
- Anhangsangabe 12 Vorräte



Sonstiger Sachverhalt

Die konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe Genossenschaft für das am 31. Dezember 2018 abgeschlossene Geschäftsjahr wurde von einer anderen Revisionsstelle geprüft, die am 13. Februar 2019 ein nicht modifiziertes Prüfungsurteil zu diesem Abschluss abgegeben hat.

Verantwortlichkeiten des Verwaltungsrates für die konsolidierte Jahresrechnung

Der Verwaltungsrat ist verantwortlich für die Aufstellung einer konsolidierten Jahresrechnung, die in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und den gesetzlichen Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt, und für die internen Kontrollen, die der Verwaltungsrat als notwendig feststellt, um die Aufstellung einer konsolidierten Jahresrechnung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung der konsolidierten Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gruppe zur Fortführung der Geschäftstätigkeit zu beurteilen, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Geschäftstätigkeit – sofern zutreffend – anzugeben sowie dafür, den Rechnungslegungsgrundsatz der Fortführung der Geschäftstätigkeit anzuwenden, es sei denn, der Verwaltungsrat beabsichtigt, entweder die Gruppe zu liquidieren oder Geschäftstätigkeiten einzustellen, oder hat keine realistische Alternative dazu.

Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung

Unsere Ziele sind, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die konsolidierte Jahresrechnung als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und einen Bericht abzugeben, der unser Prüfungsurteil beinhaltet. Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Mass an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den PS durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung, falls eine solche vorliegt, stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn von ihnen einzeln oder insgesamt vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie die auf der Grundlage dieser konsolidierten Jahresrechnung getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen.

Als Teil einer Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den PS üben wir während der gesamten Prüfung pflichtgemässes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus:

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen in der konsolidierten Jahresrechnung, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen. Das Risiko, dass aus dolosen Handlungen resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist höher als ein aus Irrtümern resultierendes, da dolose Handlungen betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen oder das Ausserkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung relevanten internen Kontrollsystem, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit des internen Kontrollsystems der Gruppe abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der dargestellten geschätzten Werte in der Rechnungslegung und damit zusammenhängenden Angaben.
- schlussfolgern wir über die Angemessenheit der Anwendung des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Geschäftstätigkeit durch den Verwaltungsrat sowie auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gruppe zur Fortführung der Geschäftstätigkeit aufwerfen kann. Falls wir die Schlussfolgerung treffen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, in unserem Bericht auf die dazugehörigen Angaben im Anhang der konsolidierten Jahresrechnung aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Berichts erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch die Abkehr der Gruppe von der Fortführung der Geschäftstätigkeit zur Folge haben.



- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt der konsolidierten Jahresrechnung einschliesslich der Angaben im Anhang sowie, ob die konsolidierte Jahresrechnung die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse in einer Weise wiedergibt, dass eine sachgerechte Gesamtdarstellung erreicht wird.
- erlangen wir ausreichende geeignete Prüfungsnachweise zu den Finanzinformationen der Einheiten oder Geschäftstätigkeiten innerhalb der Gruppe, um ein Prüfungsurteil zur konsolidierten Jahresrechnung abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Überwachung und Durchführung der Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung. Wir tragen die Alleinverantwortung für unser Prüfungsurteil.

Wir tauschen uns mit dem Verwaltungsrat bzw. dessen zuständigem Ausschuss aus, unter anderem über den geplanten Umfang und die geplante zeitliche Einteilung der Prüfung sowie über bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschliesslich etwaiger bedeutsamer Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung erkennen.

Wir geben dem Verwaltungsrat bzw. dessen zuständigem Ausschuss auch eine Erklärung ab, dass wir die relevanten beruflichen Verhaltensanforderungen zur Unabhängigkeit eingehalten haben und uns mit ihnen über alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte austauschen, von denen vernünftigerweise angenommen werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit und – sofern zutreffend – damit zusammenhängende Schutzmassnahmen auswirken.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, über die wir uns mit dem Verwaltungsrat bzw. dessen zuständigem Ausschuss ausgetauscht haben, diejenigen Sachverhalte, die am bedeutsamsten für die Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung des aktuellen Zeitraums waren und daher die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte in unserem Bericht, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schliessen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus oder wir bestimmen in äusserst seltenen Fällen, dass ein Sachverhalt nicht in unserem Bericht mitgeteilt werden soll, weil vernünftigerweise erwartet wird, dass die negativen Folgen einer solchen Mitteilung deren Vorteile für das öffentliche Interesse übersteigen würden.

Bericht zu sonstigen gesetzlichen und anderen rechtlichen Anforderungen

In Übereinstimmung mit Art. 906 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.

KPMG AG

Jürg Meisterhans
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

Sandra Terzic
Zugelassene Revisionsexpertin

Basel, 12. Februar 2020

