



GESCHÄFTSBERICHT DER COOP-GRUPPE 2022

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:
report.coop.ch

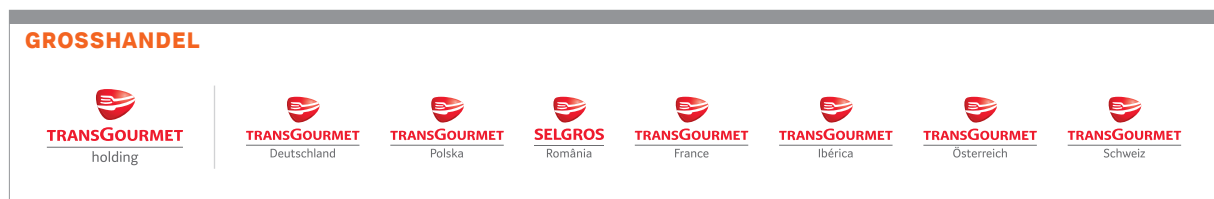
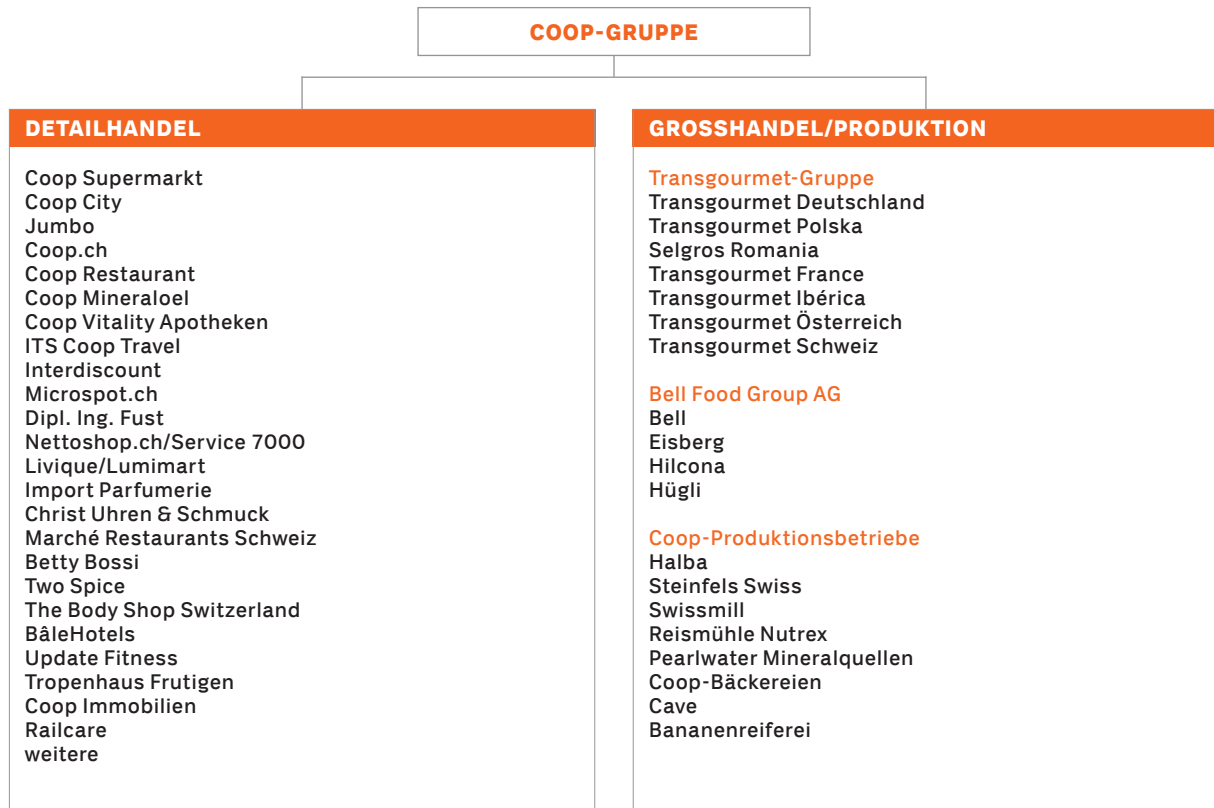
Herausgeber: Coop Genossenschaft, 4002 Basel
Redaktion/Koordination: Coop Corporate Content
Umsetzung: Coop Corporate Content/gateB AG, Steinhausen/Zug
Veröffentlichung: März 2023

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

Geschäftsbericht der Coop-Gruppe 2022

Geschäftsbereiche der Coop-Gruppe	4
Wichtige Kennzahlen auf einen Blick	5
Vorwort	6
Wichtige Stationen 2022	8
Strategie und Umfeld	10
Unternehmensprofil	10
Strategien und Ziele	10
Wirtschaftliches und politisches Umfeld	13
Voller Tatendrang für die Nachhaltigkeit	14
Übergeordnete Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit	16
Geschäftsbereich Detailhandel	19
Verkaufsformate und Angebot	20
Fachbereiche	31
Gesellschaftliches Engagement	37
Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion	39
Transgourmet-Gruppe	40
Produktion	48
Mitarbeitende	52
Attraktivität als Arbeitgeberin	54
Unternehmertum und Führung	55
Change Management	56
CPV/CAP Pensionskasse Coop	56
Corporate Governance	57
Coop-Gruppe in Zahlen	71

Geschäftsbereiche der Coop-Gruppe



Wichtige Kennzahlen auf einen Blick

Gesamtumsatz

34 206 Mio. CHF

Nettoerlös Gruppe

33 104 Mio. CHF

davon

22 231 Mio. CHF Schweiz
67.2% des Nettoerlöses Gruppe

10 873 Mio. CHF Ausland
32.8% des Nettoerlöses Gruppe

Nettoerlös Segmente

19 921 Mio. CHF Detailhandel
55.9% des Nettoerlöses Segmente

15 747 Mio. CHF Grosshandel/Produktion
44.1% des Nettoerlöses Segmente

Nettoerlös Online-Handel

4 952 Mio. CHF

Anzahl Mitarbeitende am 31.12.

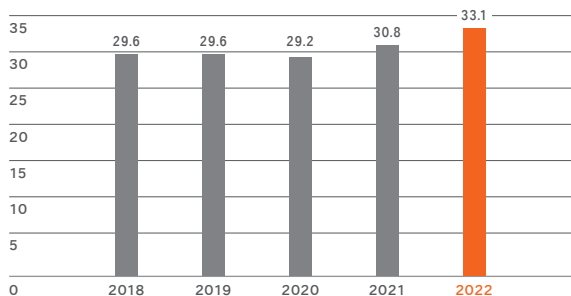
94 790

Anzahl Lernende am 31.12.

3 417

Nettoerlös

in Mrd. CHF



Betriebsergebnis

2 184 Mio. CHF EBITDA
6.6% des Nettoerlöses

843 Mio. CHF EBIT
2.5% des Nettoerlöses

Jahresergebnis

562 Mio. CHF
1.7% des Nettoerlöses

Eigenkapital

11 439 Mio. CHF
52.1% Eigenkapitalanteil

Geldfluss aus Betriebstätigkeit

1 696 Mio. CHF

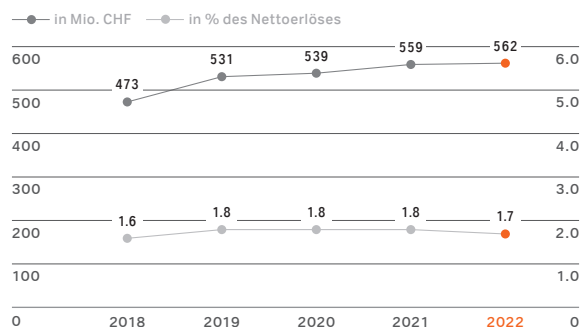
Investitionen

1 496 Mio. CHF

Anzahl Verkaufsstellen/Märkte

2 633

Jahresergebnis





Joos Sutter und Philipp Wyss

Vorwort

Coop 2022: Starkes Umsatzwachstum und stabiler Gewinn

Die Coop-Gruppe blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2022 zurück. Der Gesamtumsatz stieg um insgesamt 2.3 Milliarden Franken auf 34.2 Milliarden Franken, was dem stärksten Wachstum seit zehn Jahren entspricht. Dieses Ergebnis ist auch das Resultat der bewährten und fokussierten Zwei-Säulen-Strategie mit der erfolgreichen Präsenz im Detailhandel sowie im Grosshandel und in der Produktion. Sowohl die Sparte Detailhandel als auch Grosshandel/Produktion legten im Umsatz klar zu. Kostensteigerungen von rund 250 Millionen Franken wurden zu Lasten des Gewinns selbst getragen und nicht an die Kundinnen und Kunden weitergegeben. Der Gewinn lag mit 562 Millionen Franken leicht über dem Vorjahr und wird vollumfänglich in das Unternehmen reinvestiert. Der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme beträgt 52.1%. Coop steht damit weiterhin auf einem soliden finanziellen Fundament.

Mit dem dichtesten Verkaufsstellennetz der Schweiz und einem vielfältigen Sortiment stieg der Nettoerlös im Detailhandel um 304 Millionen Franken auf 19.9 Milliarden Franken.

Die Coop-Supermärkte inklusive Coop.ch erzielten einen Nettoerlös von 11.6 Milliarden Franken. Dies entspricht einer Zunahme von 8.8% gegenüber dem Vergleichsjahr 2019 vor der Pandemie, bleibt aber unter den pandemiebedingten Rekordwerten der Vorjahre. Besonders wichtig war uns, dass Coop trotz Kostendruck weiter in Preissenkungen und den Ausbau des Prix-Garantie-Sortiments investiert, um die Kundinnen und Kunden in diesem herausfordernden Jahr weiter zu entlasten.

Die Fachformate erzielten einen Nettoerlös von 8.4 Milliarden Franken. Gegenüber dem Vorjahr haben sie um 11.2% zugelegt. Erfreuliche Umsatzzuwächse verzeichneten etwa Coop City, Jumbo, Import Parfumerie, Christ Uhren & Schmuck, Coop Vitality oder die Coop Gastronomie. Mit innovativen Ladenkonzepten, spannenden Produkt- und Service-Neuheiten sowie neuen digitalen Tools positioniert sich Coop auch hier als Pionierin im Markt.

Einen grossen Sprung vorwärts machte in diesem Jahr wiederum der Online-Handel. Das Online-Geschäft von Coop erreichte einen Umsatz von rund 5 Milliarden Franken und stieg um 1.2 Milliarden Franken. Dabei legte der Online-Supermarkt Coop.ch mit über 18 000 Produkten um 8.5% zu. Im Bereich Grosshandel wuchs der Online-Umsatz um 55.2%.

Sehr zufrieden sind wir auch mit dem Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion, welcher im Berichtsjahr einen Rekordumsatz erzielte. Der Nettoerlös stieg insgesamt um 14.9% und belief sich auf 15.7 Milliarden Franken. Das bedeutet ein Wachstum von 2.0 Milliarden Franken.

Transgourmet erwirtschaftete dabei einen Nettoerlös von 11.1 Milliarden Franken, was einem Anstieg von 21.4% entspricht. Grund für dieses positive Ergebnis ist neben der Aufhebung der pandemiebedingten Lockdowns in den verschiedenen Ländern auch die Akquisition von Transgourmet Ibérica, dem spanischen Marktführer im Grosshandel. In allen Ländergesellschaften konnte Transgourmet die Vorjahreswerte deutlich übertreffen. Damit baut Transgourmet ihre starke Position im europäischen Abhol- und Belieferungsgrosshandel weiter aus.

Auch die Produktionsbetriebe der Coop-Gruppe verzeichneten ein nachhaltiges Wachstum. Der Nettoerlös der Produktionsbetriebe wuchs um 177 Millionen Franken auf 5.2 Milliarden Franken. Zusätzliche Investitionen wie beispielsweise in die Reismühle Nutrex, Swissmill oder Steinfels belegen unser starkes Bekenntnis zum Produktionsstandort Schweiz.

Dass Coop ihre Führungsposition im Bereich Nachhaltigkeit weiter ausbauen konnte, macht uns besonders stolz. Im Berichtsjahr trat die neue Nachhaltigkeitsstrategie der Coop-Gruppe in Kraft, die rund 70 messbare Ziele in den drei Nachhaltigkeitssäulen "Nachhaltige Sortimente", "Umwelt- und Klimaschutz" sowie "Mitarbeitende und gesellschaftliches Engagement" definiert. Bereits heute hat Coop mit 20 900 Produkten das breiteste nachhaltige Sortiment. Mit 1 360 Fairtrade-Produkten bietet Coop zudem das weltweit grösste Fairtrade-Sortiment an. Im Rahmen des Engagements für Umwelt- und Klimaschutz streben wir Netto-Null-Emissionen bis 2050 an. Dafür reduziert Coop beispielsweise die direkten CO₂e-Emissionen bis 2026 um über 20%. Auch im gesellschaftlichen Bereich engagiert sich Coop weiterhin stark. Coop baut etwa den "Tag der guten Tat" aus und bietet jährlich 3 400 Lehrstellen in 33 verschiedenen Berufen an.

Insgesamt konnte der Nachhaltigkeitsumsatz um rund 382 Millionen Franken auf 6.2 Milliarden Franken gesteigert werden. Das Wachstum beträgt 6.5%.

Ein grosses Dankeschön für das erfolgreiche Geschäftsjahr möchten wir an dieser Stelle nochmals den fast 95 000 Mitarbeitenden der Coop-Gruppe aussprechen, die mit viel Engagement und Herzblut erneut gemeinsam Hervorragendes geleistet haben. Sowohl in den Verkaufsstellen als auch in der Produktion und in der Logistik sowie in allen anderen Bereichen wurden Höchstleistungen erbracht.

Insgesamt blickt die Coop-Gruppe trotz herausforderndem Umfeld positiv in die Zukunft. Mit ihren erfolgreichen Geschäftsmodellen im Detailhandel und dem Grosshandel/Produktion ist das Unternehmen bestens für die Zukunft gerüstet. Wir freuen uns darauf, unsere Kundinnen und Kunden auch im Jahr 2023 wieder für Coop zu begeistern und mit neuen Ideen und Angeboten zu überraschen.



Joos Sutter
Präsident des Verwaltungsrates



Philipp Wyss
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Wichtige Stationen 2022



Januar

Neue Nachhaltigkeitsstrategie 2022–2026

Die neue Coop Nachhaltigkeitsstrategie, die auch auf den Erwartungen der Kundinnen und Kunden aufbaut und 26 Themenfelder beinhaltet, tritt in Kraft. Coop definiert 70 messbare und ambitionierte Ziele im Rahmen ihrer drei Nachhaltigkeitssäulen, wie beispielsweise 90% Anteil Tierwohlmehrwertprodukte im Detailhandel oder Netto-Null-Emissionen bis 2050 über die gesamte Gruppe. Beim breiten Engagement gegen Food Waste strebt Coop bis 2026 eine Verdoppelung des Volumens gespendeter Lebensmittel an. Bereits heute sind es jährlich 16 Millionen Teller.

März

Druck der Kassenzettel nur noch auf Wunsch
Coop druckt auch an den bedienten Kassen Kassenzettel nur noch auf Wunsch aus. Damit werden jährlich über 400 Tonnen Papier eingespart.

Transgourmet zieht sich vollständig aus Russland zurück

Aufgrund des Ukraine-Konflikts zieht sich Transgourmet aus den Geschäftstätigkeiten in Russland zurück. Um den Mitarbeitenden vor Ort eine Perspektive zu geben, erfolgt der Rückzug durch ein Management Buyout.

Coop unterstützt Betroffene des Ukraine-Konflikts

Gemeinsam mit dem Eidgenössischen Departement für auswärtige Angelegenheiten schickt Coop Güter des täglichen Bedarfs im Wert von über 500 000 Franken in das polnisch-ukrainische Grenzgebiet, sammelt mit einer "Spendenwegge" 150 000 Franken für das Engagement des SRK und stellt Einkaufsgutscheine im Wert von 500 000 Franken für Menschen, die aus der Ukraine in die Schweiz flüchten mussten, zur Verfügung.



April

Coop baut ihre Photovoltaikanlagen aus

Coop baut die Fläche zur Gewinnung von Solarstrom auf rund 115 000 Quadratmeter aus. Damit erzeugt Coop rund 19 Millionen Kilowattstunden nachhaltigen Solarstrom pro Jahr und leistet einen wichtigen Beitrag zum Ziel Netto-Null-Emissionen bis 2050.



Mai

Hunderttausende gute Taten am "Tag der guten Tat"

Die Schweizer Bevölkerung vollbringt am dritten "Tag der guten Tat" von Coop hunderttausende gute Taten und engagiert sich für die Gesellschaft und die Umwelt. Zahlreiche Freiwillige sowie verschiedene Vereine und Organisationen aus allen Landesteilen beteiligen sich an den vielfältigen Mitmach-Aktionen.



"scoop!" – das neue Digitalmagazin ist da

Coop lanciert das Digitalmagazin "scoop!" auf Tiktok und Instagram. Als perfekte Ergänzung für die Coopzeitung und die Coopzeitung Week-end wird eine Plattform für die junge Generation geschaffen. Das Magazin überzeugt durch Infotainment aus verschiedenen Bereichen – darunter Nachhaltigkeit, Food, Tech, Lifestyle und Gesellschaft.



Juli

80 Jahre Coop Patenschaft für Berggebiete

Seit 80 Jahren setzt sich die Coop Patenschaft für Berggebiete für bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen der Bergbevölkerung ein. Die Patenschaft unterstützt im Berichtsjahr über 150 Projekte mit rund 5.2 Millionen Franken. Unter der Eigenmarke Pro Montagna bietet Coop seit 15 Jahren Spezialitäten aus den Schweizer Bergen an. Für jedes verkaufte Produkt spendet Coop einen Betrag an die Coop Patenschaft für Berggebiete.

August

Über 1 000 neue Lernende

1 130 junge Menschen beginnen ihre Lehre bei der Coop-Gruppe. Insgesamt beschäftigt die Genossenschaft rund 3 000 Lernende und ist somit eine der grössten Berufsbildnerinnen der Schweiz.

Coop unterstützt mit der 1.-August-Aktion vier Hilfsprojekte in den Schweizer Bergen

Mit dem Erlös der 1.-August-Aktion werden erstmals vier Projekte in Schweizer Berggebieten gleichzeitig unterstützt. Mit 412 000 Franken ermöglicht Coop die dringend notwendigen Sanierungen und Neubauten auf der Alpage d'Onnaz, der Wimmisalp, der Alp Oberflüe und einem Bauernhof in Obersaxen.

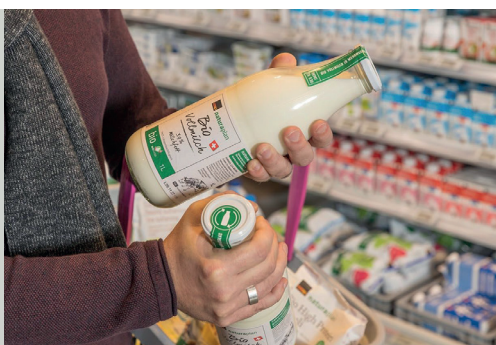
September

Gemeinsame Marke Jumbo

Die beiden führenden Schweizer Bau- und Gartenmärkte Coop Bau & Hobby und Jumbo treten neu unter der gemeinsamen Marke Jumbo auf.

1. Platz bei den Swiss Fairtrade Awards

Max Havelaar verleiht Coop bei den Fairtrade Awards den 1. Platz in der Kategorie Detailhandel und zeichnet damit die 30-jährige Pionierleistung von Coop mit Fairtrade-zertifizierten Produkten aus. Mit über 1 360 Fairtrade-Produkten bietet Coop weltweit das grösste Fairtrade-Sortiment an.



November

Coop setzt bei Eigenmarken auf den Eco-Score

Als erste grosse Schweizer Detailhändlerin setzt Coop auf die freiwillige Lebensmittel-Kennzeichnung von Beelongs. Diese gibt transparent Auskunft über die Umweltauswirkungen eines Produktes und dient den Kundinnen und Kunden als Hilfestellung beim Einkauf. Coop schafft mit dieser Kennzeichnung noch mehr Transparenz bei den Eigenmarkenprodukten.

Naturaplan Bio-Vollmilch im Mehrwegglas

Coop führt wieder eine Vollmilch im Mehrwegglas ein. Die Coop Naturaplan Bio-Vollmilch in der nachhaltigen Verpackungslösung vermeidet Abfall und schliesst den Verpackungskreislauf. Coop engagiert sich damit weiter für die Reduktion von Einwegverpackungen.

Dezember

Neues Essigwerk für Reismühle Nutrex

Nach 17 Monaten Bauzeit startet das neugebaute Essigwerk in Brunnen mit der Produktion. Jährlich werden hier rund 10 000 000 Liter Essig hergestellt.

Roll-out Mitarbeiter-App myCoop

Coop rollt unter den Namen myCoop eine App für Mitarbeitende aus und ermöglicht damit auch den Mitarbeitenden im Verkauf, der Logistik und der Produktion Zugang zu wichtigen Informationen und hilfreichen Funktionen.

Strategie und Umfeld

Mit innovativen Sortimenten, der Ausrichtung auf Nachhaltigkeit, der Expansion von modernen Ladenkonzepten und neuen Formaten setzt Coop Akzente und kann damit ihre Stellung im Schweizer Detailhandel stärken. Coop fördert in allen Bereichen die Digitalisierung, automatisiert Prozesse und passt die Lieferkette an neue Anforderungen an. Im Grosshandel arbeitet Coop mit Transgourmet am Ausbau ihrer Kompetenzen und expandiert in bestehende und neue Märkte. In 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, Spanien, 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 rund 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 und investieren.

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 94 790 Mitarbeitenden 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, die Verkaufsstellen in der Schweiz gezielt für ihre Kundinnen und Kunden zu optimieren. Dies geschieht mittels Sortimentsanpassungen und der Aufnahme von neuen Trends. Zusätzlich wird das Verkaufstellennetz noch weiter ausgebaut. Andererseits wächst die Gruppe durch die Lancierung neuer und die Expansion bestehender Formate. Ausserdem unterstützt die Digitalisierung die Coop-Unternehmen dabei, neue Onlineshops und Dienstleistungen einzuführen, das Omni-Channel-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 Fleisch von der Bell Food Group, Wasser von Pearlwater, Getreide von Swissmill oder Schokolade Halba: Durch die Integration der Produktionsbetriebe kann Coop rasch auf neue Trends und Bedürfnisse von Kundinnen und Kunden 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 diesbezüglich eigens ein Digitalisierungskonzept erstellt. Dieses Konzept orientiert sich konsequent an der Kundenleistung und untergliedert sich in sieben Säulen. Themen wie "Stationärer Verkauf", "E-Business und CRM", "Category Management und Einkauf", "Logistik und Produktion", "E-Backoffice" sowie "Infrastruktur IT" stehen dabei im Vordergrund. Im Zentrum steht der Omni-Channel-Ansatz, die Verbindung von Onlinehandel und stationärem Handel. Die Coop-Unternehmen zählen zu den führenden Schweizer Unternehmen im Onlinehandel. Neben dem Onlineshop Coop.ch mit dem Supermarktsortiment verfügen alle Non-Food-Fachformate über einen eigenen Onlineshop. Das Online-Einkaufszentrum Microspot.ch bietet nicht nur das Beste der Heim- und Unterhaltungselektronik, sondern auch viele weitere Artikel ausserhalb der Elektronikwelt, die dem Alltag, der Freizeit oder dem Zuhause einen echten Mehrwert bieten. Die online bestellte Ware wird wahlweise nach Hause geliefert oder kann in der Verkaufsstelle des jeweiligen Fachformats oder an einer der über 525 Pick-up-Stationen selbst abgeholt werden (Click & Collect). Insgesamt betreibt die Coop-Gruppe 46 Onlineshops, davon 25 im Detailhandel und 19 im Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion. Die Digitalisierung bietet viele Chancen zur Erschliessung neuer Märkte. Die Entwicklung von Innovationen treibt Coop auch mit der Hauptpartnerschaft bei Digital Switzerland sowie dem Kickstart Accelerator – dem Digital Innovation Hub für Start-ups voran.

Ab dem 1. Januar 2023 richtet sich die Coop-Gruppe noch konsequenter auf die Herausforderungen der Digitalisierung aus. In der neu geschaffenen Direktion "Digital & Customer" führt Coop auf Ebene der Geschäftsleitung die Bereiche Informatik, Marketing und Digitale Services organisatorisch zusammen. Hierdurch können die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden, der Geschäftspartner und der Mitarbeitenden noch zielgerichteter, effizienter und wirkungsvoller adressiert werden. Es wird damit auch organisatorisch der Tatsache Rechnung getragen, dass die IT immer stärker an die direkte Schnittstelle zum Kunden (zum Beispiel Self-Check-out oder Apps) und zu den Mitarbeitenden (zum Beispiel mobile Arbeitsgeräte der Filialmitarbeitenden) rückt und das Marketing andererseits zunehmend technik- und datengestützt agiert.

Beschaffung

Mit der Beschaffung 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 Schweden- 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. Die Niederlassungen in Hongkong, Shanghai, Delhi und Ho-Chi-Minh-Stadt ermöglichen der Coop-Gruppe die Sicherstellung und Durchsetzung aller Qualitätsvorgaben vor Ort sowie die Unterstützung der 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 und sichert auch die entsprechenden Mengen und Qualitäten auf den Märkten. Die Division Food bei Alifresca konnte die Beschaffung und Belieferung von Käse aus Italien ausbauen und weitere Produktlinien wie zum Beispiel Panettone integrieren. Coop setzt national und international auf langfristige Partnerschaften mit ihren Lieferanten. Gemeinsam mit ihnen optimiert Coop die Supply Chain und nutzt Synergien.

Qualitätsmanagement

Bereits seit 117 Jahren betreibt Coop Labors, um ihren hohen Anforderungen an die Produktqualität gerecht zu werden. Risikoorientiert werden Produkte auf jeder Stufe der Warenkette bezüglich der Einhaltung gesetzlicher Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen sowie von Branchen- und Normenstandards überprüft. Auch Geschäftspartner von Coop und die Coop-Mitarbeitenden sind bei der Gewährleistung 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 wurde ein Konzept erstellt, mit dessen Hilfe die Werte von Coop bzgl. Qualität und Nachhaltigkeit in der Lieferkette gewährleistet werden können. 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

Rückläufiger Schweizer Detailhandel – Einflüsse Pandemie und Ukraine-Konflikt

Das Jahr 2022 stand im Zeichen der Normalisierung nach der Coronakrise und der Teuerung infolge des Ukraine-Konflikts. Die Food-Umsätze im Detailhandel, die während der Zeit von Corona stark angestiegen sind, gingen im vergangenen Jahr trotz Teuerung zurück. Das Konsumverhalten veränderte sich. Die Konsumausgaben verlagerten sich zu einzelnen Non-Food-Gütern, Treibstoffen und Dienstleistungen. Die mit dem Ukraine-Konflikt gestiegenen Energiepreise hinterliessen in den Sortimenten des Food- und Non-Food-Detailhandels und besonders bei den Treibstoffen ihre Spuren. Die Detailhandelsumsätze inklusive Treibstoffe stiegen vor allem dank der Inflation. Real, also ohne Teuerung, legten sie leicht zu.

Massentierhaltungsinitiative

Coop hat sich im Rahmen der IG Detailhandel Schweiz gegen die Massentierhaltungsinitiative ausgesprochen. Während der Parlamentsdebatte setzte sich Coop für einen griffigen Gegenvorschlag ein und bedauert, dass ein solcher nicht zustande kam. Ende September wurde die Initiative schliesslich deutlich vom Volk abgelehnt. Unabhängig von diesem Ergebnis wird sich Coop weiterhin für mehr Tierwohl einsetzen und ihre erfolgreichen Tierwohlprogramme weiter ausbauen. Dies sowohl im Detail- als auch im Grosshandel, im Inland und im Ausland. Coop ist beispielsweise die einzige Detailhändlerin in der Schweiz, die Fleisch von Tieren aus Mutterkuhhaltung mit Weidehaltung und hauptsächlich grasbasierter Fütterung im Angebot hat. Dafür besteht bereits seit über 40 Jahren eine Partnerschaft mit Mutterkuh Schweiz.

Agrarpolitik zukunftsfähig ausgestalten

Die Sistierung der Agrarpolitik 2022 hat in gewisser Weise ein politisches Vakuum erzeugt, das es aus Sicht von Coop mit den nun vorliegenden Instrumenten aufzubrechen gilt. Coop setzt sich für eine nachhaltige und marktorientierte Agrarpolitik ein und setzt in ihrem Sortiment stark auf Schweizer Produkte. Die Resilienz der Schweizer Landwirtschaftsproduktion muss in den agrarpolitischen und ernährungspolitischen Strategien 2030 erhöht werden. Dazu braucht es Instrumente, die innovative Ansätze und mehr Eigenverantwortung für die Betriebe und Branchen fördern sowie Rahmenbedingungen, die marktorientierte Produktion ermöglichen.

Kreislaufwirtschaft ermöglichen

Mit der Revision des Umweltschutzgesetzes (USG) wird die Kreislaufwirtschaft in der Schweiz weiter gesetzlich verankert. Dass die aktuellen zahlreichen Forderungen gebündelt behandelt werden, erachten Coop und die IG Detailhandel als sinnvoll. Die 2022 vorgelegten Vorschläge betrachtet Coop als zielführenden politischen Rahmen, um die Materialkreisläufe noch besser schliessen zu können. In der konkreten Ausgestaltung sind aus der Sicht von Coop bestehende privatwirtschaftliche Initiativen zwingend zu berücksichtigen. In diesem Sinne gilt es, das Siedlungsabfall-Monopol der Gemeinden aufzuweichen, Trittbrettfahrerei zu verhindern und die Vorgaben für Branchenvereinbarungen liberal auszugestalten. Unabhängig von den politischen Rahmenbedingungen verfolgt Coop ambitionierte Ziele zur Schliessung ihrer Materialkreisläufe und zur Reduktion des Verpackungsmaterials. Die Rahmenbedingungen sind allerdings entscheidend, um im Recycling einen wichtigen Schritt weiterzukommen, bei dem sich alle relevanten Akteure beteiligen können und müssen.

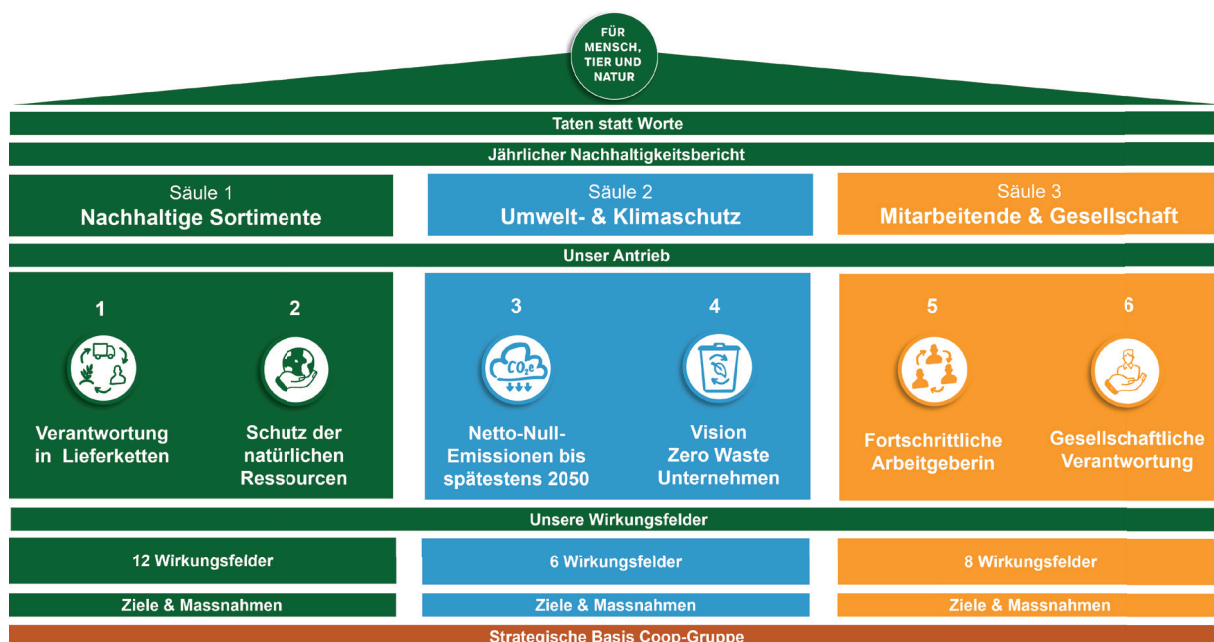
Voller Tatendrang für die Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist Teil der Unternehmens-DNA von Coop und fließt in alle relevanten Strategien ein. Im Fokus stehen nachhaltige Sortimente, Umwelt- und Klimaschutz sowie das Engagement für die Mitarbeitenden und die Gesellschaft. Coop leistet mit ihrem Nachhaltigkeitsmanagement einen wesentlichen Beitrag für eine erfolgreiche Zukunft.

Starke Verankerung der Nachhaltigkeit

Nach über 30 Jahren intensiven Engagements im Bereich Nachhaltigkeit ist diese Teil der Unternehmens-DNA von Coop geworden. Die Coop-Gruppe hat dieses Thema in ihren Statuten, ihrem Leitbild und ihren Missionen verankert und in alle relevanten Strategien und Prozesse integriert. Beispielsweise fließen Nachhaltigkeitsziele systematisch in den 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 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. Bei der Themenwahl stehen die Erwartungen unserer Kundinnen und Kunden, unserer Geschäftspartner und weiterer Stakeholder, insbesondere NGOs und Behörden, im Fokus.



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. Nachhaltigkeit wird bei Coop integral gemanagt und sämtliche Ziele fliessen in die relevanten Unternehmensstrategien. 2022 hat Coop ihre neue Nachhaltigkeitsstrategie lanciert, die auf den Erwartungen der Kundinnen und Kunden sowie weiterer Stakeholder aufbaut und 26 Themenfelder beinhaltet. Rund 70 messbare Ziele wurden über die gesamte Gruppe im Rahmen der drei Nachhaltigkeitssäulen Nachhaltige Sortimente, Umwelt- und Klimaschutz sowie Mitarbeitende und Gesellschaft definiert. Die neue Strategie orientiert sich an internationalen Standards und berücksichtigt unter anderem das Konzept der planetaren Belastungsgrenzen. Damit leistet Coop ihren Beitrag zum langfristigen Erhalt der natürlichen Ressourcen unseres Planeten.

Säule 1: Nachhaltige Sortimente

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 Nachhaltigkeits-Eigenmarken 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. Seit 2012 konnte der Bioumsatz dank dem grossen Engagement um 82% und der gesamte Nachhaltigkeitsumsatz um 244% gesteigert werden.

Säule 2: Umwelt- und Klimaschutz

Coop bekennt sich zu wissenschaftsbasierten Klimazielen und bekräftigt ihr Engagement für einen wirkungsvollen Klimaschutz mit der Unterzeichnung der "Science Based Target Initiative". Dementsprechend berechnet Coop regelmässig ihre CO₂e-Emissionen und legt ambitionierte und wirkungsvolle Ziele in allen Geschäftsbereichen fest. Zwischen 2008 und 2021 konnten die CO₂e-Emissionen im Kerngeschäft um 38% gesenkt werden. Bis 2026 reduziert Coop weitere 21% CO₂e-Emissionen in ihrem direkten Einflussbereich und nimmt die Reduktion der Emissionen in ihren Lieferketten und den vorgelagerten Wertschöpfungsstufen in Angriff. Zudem legt Coop Wert auf einen schonenden Umgang mit Ressourcen: Coop streben an, ein Zero-Waste-Unternehmen zu werden, und ihre Energie- und Materialkreisläufe wenn immer möglich zu schliessen. Auch der eigene Wasserverbrauch wird konsequent weiter reduziert.

Säule 3: Mitarbeitende und gesellschaftliches Engagement

Als Genossenschaft ist Coop ihren Mitgliedern, aber auch der Gesellschaft und ihren Mitarbeitenden gegenüber besonders verpflichtet. Mehr als 38 000 Mitarbeitende aus allen Landesteilen profitieren vom besten Gesamtarbeitsvertrag im Schweizer Detailhandel, vielfältigen Aus- und Weiterbildungen sowie guten Karrierechancen. Ausserdem ist Coop die zweitgrösste Lehrstellenanbieterin der Schweiz. Mit unterschiedlichen Partnern fördert Coop das Gemeinwohl direkt und regt ihre Mitarbeitenden und die gesamte Bevölkerung zu guten Taten an.

Coop Fonds für Nachhaltigkeit: 80 Mio. CHF bis 2026

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 Coop Fonds für Nachhaltigkeit in wichtigen gesellschaftlichen und ökologischen Themen unmittelbar erlebbar. Durch Pionierleistungen in Sachen Nachhaltigkeit sensibilisiert Coop die Öffentlichkeit für einen nachhaltigen Konsum. Dem Fonds stehen für die Unterstützung solcher Projekte jährlich mindestens 16.85 Millionen Franken zur Verfügung. In den letzten 10 Jahren wurden Projekte von über 100 Millionen Franken Gesamthöhe finanziert. Informationen zu Projekten des Coop Fonds für Nachhaltigkeit gibt es unter: www.taten-statt-worte.ch/fonds.

Fortschrittsbericht Nachhaltigkeit

Jährlich wird ein Fortschrittsbericht Nachhaltigkeit auf sustainable.coop.ch veröffentlicht. Der Bericht informiert mittels spezifischer Fachinformationen detailliert über das Engagement und den Erreichungsgrad der Mehrjahresziele im Bereich Nachhaltigkeit von Coop. Der Bericht entspricht internationalen Berichtstandards und wird extern revidiert.

Übergeordnete Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit

Auch in diesem Jahr überzeugten die Unternehmen der Coop-Gruppe in Sachen Nachhaltigkeit. Im Folgenden werden ausgewählte Projekte aus den sechs übergeordneten Antriebsfeldern der drei Nachhaltigkeitssäulen vorgestellt. Die Neuigkeiten zu nachhaltigen Projekten aus den einzelnen Geschäftsbereichen sind den jeweiligen Kapiteln zugeordnet.

Verantwortung in den Lieferketten

1. Platz bei den Swiss Fairtrade Awards

Fairtrade Max Havelaar hat im September zum ersten Mal die Fairtrade-Awards in der Schweiz vergeben und Coop in der Kategorie Detailhandel den 1. Platz verliehen. Seit 30 Jahren ist Coop Partnerin von Fairtrade Max Havelaar und Pionierin im Angebot an Fairtrade-zertifizierten Produkten. Mit 1 360 Fairtrade-Produkten bietet Coop weltweit das grösste Fairtrade-Sortiment an und kann gemäss Geschäftsführerin von Fairtrade als internationales Vorbild angesehen werden. Zudem hat Coop zahlreiche Produktsegmente ihrer Eigenmarken wie beispielsweise Tafelschokoladen komplett auf Fairtrade umgestellt und als erste Schweizer Detailhändlerin das Fairtrade-Label für Einzelzutaten eingeführt. Das Fairtrade-Sortiment baut Coop auch in Zukunft weiter aus.

Coop verabschiedet Strategie für existenzsichernde Löhne in ihren Lieferketten

Coop analysiert ihre Lieferketten regelmässig bezüglich Nachhaltigkeitsrisiken, auch im sozialen Bereich. Nicht in allen Ländern werden den Bäuerinnen und Bauern oder den Mitarbeitenden in Fabriken genügend hohe Löhne, die zum Leben reichen, ausbezahlt. Dieser Problematik ist sich Coop bewusst und hat mit Pioniergeist zusammen mit Max Havelaar in den letzten 30 Jahren viel zu fairen Arbeitsbedingungen in diesen Ländern beigetragen. Nun geht Coop gemeinsam mit ihren Partnern und mit ihrer neuen Strategie für existenzsichernde Löhne einen Schritt weiter und schliesst weitere Einkommenslücken der betroffenen Arbeitnehmenden. Damit setzt Coop in der ganzen Branche ein wichtiges Zeichen und will auch andere Detailhandelsunternehmen von diesem Weg überzeugen.

Value-based Supply Chain Management

Coop verfolgt das übergeordnete Ziel, der führende Supermarkt bezüglich Nachhaltigkeit und Qualität zu sein und zudem volle Transparenz über die kritischen Wertschöpfungsketten zu erlangen. Zur Abdeckung der steigenden Anforderungen und zunehmenden Nachweispflichten an Coop und ihrer Lieferkettenakteure bedarf es eines zentralen, integrierten Systems. Mit der Gründung der neuen Organisationseinheit "Value-based Supply Chain Management (VSCM)" und dem Aufbau einer technischen Unternehmensplattform ermöglicht Coop die effiziente Erhebung, die Validierung, die Beurteilung und die zentrale Auswertung und Verfügbarkeit von Daten und Informationen zur Absicherung und Kommunikation der Qualitäts- und Nachhaltigkeitsleistungen.

Langfristiger Schutz der natürlichen Ressourcen

Coop verzichtet im gesamten Teig- und frischen Backwarensortiment auf konventionelles Palmöl

Coop erreicht weitere Meilensteine bei der Umsetzung ihrer Palmölvision. So hat Coop ein Pionierprojekt zur Beschaffung von nachhaltigem Bio-Palmöl im Rahmen einer transparenten Lieferkette erfolgreich realisiert. Dadurch kann Coop ab sofort bei allen Teigen und frischen Backwaren des Eigenmarken-Sortiments auf konventionelles Palmöl verzichten und leistet damit einen Beitrag zum Ziel, in allen Lebensmitteln der Eigenmarken konventionelles Palmöl zu ersetzen.

Netto-Null-Emissionen bis spätestens 2050

Ausbau der Photovoltaikanlagen

Mit Photovoltaikanlagen auf insgesamt über 60 Dächern von Supermärkten, Einkaufszentren, Produktionsbetrieben und Verteilzentralen produziert Coop Sonnenenergie. Bisher wurde eine Fläche von knapp 120 000 Quadratmetern verbaut, welche damit rund 19 Millionen Kilowattstunden nachhaltigen Solarstrom pro Jahr produziert. Dies entspricht dem jährlichen Stromverbrauch von rund 5 800 Schweizer Haushalten. Coop hat im Hinblick auf die drohende Energiemangellage die Richtlinien zum Bau der Anlagen angepasst. Neu soll die gesamte Dachfläche genutzt werden, auch wenn für eine maximale Eigenstromnutzung eine kleinere Fläche benötigt wird. Weiter prüft Coop bei Sanierungen von Gebäuden jeweils den Einsatz von Fassadenmodulen und leistet so auch im Energiebereich einen Beitrag zur Versorgungssicherheit der Schweiz.

Transgourmet Deutschland beliefert klimaneutral

Seit dem 1. Oktober beliefert Transgourmet alle ihre Kundinnen und Kunden klimaneutral. Damit nimmt das Unternehmen in diesem Bereich eine Vorreiterrolle in der Branche ein und ist der erste Lebensmittelgrosshändler Deutschlands, der einen klimaneutralen Transport umsetzt. Bis 2026 wird Transgourmet Deutschland ein Drittel der Lkw-Flotte auf Biogas-Lkws umstellen, welche jeweils 90% weniger CO₂e verursachen als Diesel-Lkws. Jedes restliche, nicht vermeidbare Gramm CO₂e, welches die Lkw-Flotte ausstösst, wird durch Klimaschutzprojekte kompensiert.

Weitere Verlagerung auf die Schiene in der Logistik

Dank stetiger Einbindung des eigenen Bahnunternehmens Railcare konnte der nachhaltige Transport auf der Schiene weiter erhöht werden: Im Vergleich zu 2010 transportiert Coop rund das dreifache Volumen auf der Schiene und spart dadurch insgesamt zirka 13 Millionen Strassenkilometer pro Jahr.

Vision eines Zero Waste Unternehmens

Weiterhin engagiert gegen Food Waste

Auch 2022 hat Coop ihr Engagement gegen Food Waste weiter ausgebaut. Sämtliche Coop Restaurants ermöglichen mit der Partnerschaft mit „Too Good To Go“ vor Ladenschluss vergünstigte Überraschungsmenüs. Zudem wurde das Spendenvolumen mit den Partnerorganisationen Tischlein deck dich und Schweizer Tafel weiter ausgebaut. Jährlich können so über 20 Millionen Teller von armutsbetroffenen Menschen gefüllt werden. Zudem wurden diverse Projekte zur Optimierung der Bestellprozesse und der Verwertung lanciert. Coop ist im Rahmen der IG Detailhandel der Initiative United Against Waste beigetreten und leistet gemeinsam mit anderen Branchenvertretern einen wichtigen Beitrag zur Bekämpfung von Food Waste.

Fortschrittliche Arbeitgeberin

Coop fördert Inklusion

Dank dem Projekt „Job Integration“ beschäftigt Coop momentan rund 150 Personen mit Beeinträchtigung. Das Projekt ermöglicht diesen Menschen, in einer Coop-Verkaufsstelle einer geregelten Arbeit nachzugehen. Externe Fachpersonen unterstützen sie bei diversen Aufgaben im Arbeitsalltag. Coop arbeitet schweizweit mit 15 Stiftungen zusammen und ist bestrebt, in den nächsten Jahren weitere Menschen mit Beeinträchtigung in die Arbeitswelt zu integrieren.

Gesellschaftliche Verantwortung

Tag der guten Tat 2022

Am Tag der guten Tat 2022 vollbrachten hunderttausende Menschen in der Schweiz gute Taten. Auch rund 2 000 Coop-Filialen haben wiederum mitgewirkt. Coop beleuchtet mit dieser Initiative gemeinsam mit den nationalen Partnern Pro Infirmis, WWF, Pfadi Bewegung Schweiz, SRK, Tischlein deck dich und Schweizer Tafel das wichtige Thema der gemeinsamen und gegenseitigen Solidarität. Der Tag der guten Tat findet jährlich im Mai statt.

Transgourmet Frankreich unterstützt die nachhaltige Ernährung von morgen

Transgourmet Frankreich hat sich verpflichtet, einen weiteren Beitrag zu einer nachhaltigeren und verantwortungsvolleren Ernährung zu leisten, und schliesst sich deshalb mit dem Campus Hectar zusammen. Hectar ist der grösste landwirtschaftliche Campus der Welt mit einer Pilotfarm für eine regenerative Landwirtschaft. Transgourmet teilt die gemeinsamen Werte und Erkenntnisse und unterstützt dieses Projekt mit einer ersten konkreten Aktion: Der Schaffung von "tg Origine", einem neuen Joghurt-Sortiment. Als Brücke zwischen den Produzenten, der Farm und den Konsumentinnen und Konsumenten garantiert Transgourmet Frankreich ihren Kundinnen und Kunden eine möglichst umweltverträgliche Produktion sowie eine optimierte Logistik- und Handelskette. In Zukunft sind weitere Projekte geplant.

Geschäftsbereich Detailhandel

2

Verkaufsformate und Angebot 20

Supermärkte und Food-Formate 21

Highlights aus den Food-Formaten 21

Fachformate Non-Food 24

Highlights aus den Non-Food-Formaten 24

Eigenmarken und Gütesiegel 30

Fachbereiche 31

Beschaffung 31

Logistik 31

Integration der Jumbo-Verteilzentralen 31

Railcare bekommt neue, eigene Güterwagen für den Wagenladungsverkehr 31

Maximierung Kundennutzen durch Überarbeitung des Service Level Agreement 31

Coop unterstützt "Cargo sous terrain" auch in der Baubewilligungsphase 31

Informatik 31

Migration SAP S/4HANA 31

Integration Jumbo 32

Immobilien 32

Immobilienprojekte 32

Eröffnungen 32

Im Bau 33

Baustart 33

EKZ National 34

Gas- und Strommangellage 34

Qualitätsmanagement 34

Umfassende Qualitätssicherung 34

Kommunikation und Werbung 35

Gesellschaftliches Engagement 37

Geschäftsbereich Detailhandel

Coop investiert erneut in günstige Preise, setzt in den Supermärkten auf Handwerk und bietet das grösste vegane und vegetarische Sortiment. Die Fachformate überzeugen mit neuen Ladenlayouts und Jumbo vereint als klare Nummer 1 im Schweizer Bau- und Gartenmarkt das Beste aus zwei Welten.

Die Coop-Gruppe erzielte 2022 im Detailhandel einen Nettoerlös von 19.9 Milliarden Franken und profitierte insbesondere von ihrem breiten und modernen Supermarkt-Verkaufsstellennetz, der entsprechenden Nähe zu ihren Kundinnen und Kunden sowie dem vielfältigen und innovativen Produktsortiment.

Verkaufsformate und Angebot

Die Coop-Gruppe betreibt im Geschäftsbereich Detailhandel sowohl Supermärkte als auch zahlreiche Fachformate für jedes Kundenbedürfnis. Ende 2022 führte sie schweizweit 2 425 Verkaufsstellen. Das sind 29 mehr als im Vorjahr. Weiter zeichnet sich Coop durch ein grosses Angebot an Onlineshops und die konsequente Verzahnung von Online- und stationärem Handel (Omni-Channel) aus. Fast alle Fachformate von Coop führen nebst ihren Verkaufsstellen einen eigenen Onlineshop.

Besondere strategische Bedeutung misst Coop ihren nachhaltigen Sortimenten bei. 2022 belief sich der Nachhaltigkeitsumsatz im Detailhandel auf über 4.9 Milliarden Franken (Details siehe sustainable.coop.ch). Allein der Umsatz mit Bio-Produkten betrug fast 1.7 Milliarden Franken.

19.9 Mrd. CHF

Nettoerlös
im Detailhandel

4.2 Mrd. CHF

Nachhaltigkeitsumsatz
im Detailhandel

1.7 Mrd. CHF

Umsatz mit
Bio-Produkten



Supermärkte und Food-Formate

Die Coop-Supermärkte erzielten 2022 einen Nettoerlös von über 11.6 Milliarden Franken. Coop verfügt mit 960 Verkaufsstellen über das dichteste Verkaufsstellennetz in der Schweiz. Im Geschäftsjahr 2022 wurden elf Verkaufsstellen eröffnet und sechs geschlossen. Das neue Ladenbaukonzept 2025+ setzte Coop 2022 in 42 Supermärkten um. Insgesamt entsprechen damit 247 Supermärkte dem neuen Konzept.

Highlights aus den Food-Formaten

In der folgenden Tabelle finden Sie die Highlights aus dem Berichtsjahr.



Die Coop-Supermärkte verfügen über das dichteste Verkaufsstellennetz in der Schweiz.

Highlights 2022

- Umbau von weiteren 42 Filialen nach dem neuen Ladenbaukonzept, bis Ende 2022 wurden 247 Filialen neu umgebaut
- Elf Neueröffnungen von Verkaufsstellen
- Erster Megastore mit Konzept 2025+ im Tessin in Tenero
- Ausbau Prix-Garantie-Angebot auf 1 270 Produkte mit gleichem Preis und gleicher Qualität wie beim Discounter
- Ausbau des Angebotes an vegetarischen/ veganen Produkten auf 2 000 Artikel, grösstes Angebot im Schweizer Detailhandel
- Weltweit grösstes Fairtrade-Sortiment mit 1 360 Artikeln
- Über 20 900 nachhaltige Produkte im Sortiment
- Aufnahme von Schweizer Vertical-Farming-Kräutern im Sortiment
- Unterstützung seit 15 Jahren von Schweizer Berggebieten mit der Eigenmarke Pro Montagna
- Weiterer Ausbau des Handwerk-Angebotes in den Verkaufsstellen mit Hausbäckereien, Käse-Humidoren, Traiteur- und Frische-Inseln sowie Fisch- und Fleischtheken
- Investition von rund 50 Mio. Franken in Preisabschlüsse
- Verzicht auf den automatischen Druck der Kassenzettel an allen Kassen
- Ausbau des Engagements gegen Food Waste mit Spenden von über 20 Millionen Teller an Organisationen wie Tischlein deck dich und Schweizer Tafel
- Zusammenarbeit mit über 50 Schweizer Institutionen und Stiftungen für Menschen mit Beeinträchtigungen

Coop.ch

Omni-Channel-Plattform mit der grössten Auswahl und persönlicher Lieferung an die Wohnungstüre.

Highlights 2022

- Wachstumsraten gegenüber 2021 bei 8.5%
- Hinzugewonnene Kundinnen und Kunden während Pandemie gehalten und weiter ausgebaut
- Grösstes Online-Food-Angebot mit über 18 000 Produkten, Ausbau des Weinsortiments um 500 auf über 2 700 Weine
- Einführung Eco-Score mit Auskunft über die Umweltauswirkungen eines Produktes in Kooperation mit Beelong
- Initialisierung von "Mein Coop", individualisierte persönliche Angebote, welche einen schnellen vollständigen Einkauf ermöglichen
- Aufschaltung zweier neuer Logistik-Drehscheiben in Winterthur und Conthey, um noch näher und schneller bei den Kundinnen und Kunden zu sein

Verkaufsstellen  960 ⁺⁵

Produktneuheiten  3 332

Onlineshop  www.coop.ch



coop pronto

Die Nummer eins im schweizerischen Convenience-Markt.

Highlights 2022

- Ausbau der Sortimente Fleisch, Molkerei, Brot, Wasser
- Ausbau der ultrafrischen Sortimente im Bereich Ready to eat sowie Ready to cook mit Freshly Made
- Ausbau des Frischekonzepts mit Hot Dogs an 181 Standorten und tagesfrischen Sandwiches an 320 Standorten
- Umrüstung auf neue, leistungsfähige Franke-Kaffeemaschinen für Coffee to go im gesamten Shopnetz
- Neues Design in allen Coop Pronto Shops mit Holzoptik
- Zusammenarbeit von Coop Pronto und EcoDrive mit Tipps zur Reduzierung des CO₂e-Ausstosses
- CO₂e-Kompensationsmöglichkeit dank Zusammenarbeit mit Myclimate
- CO₂e-Kompensation der eigenen Fahrzeugflotte

Verkaufsstellen 320

Mehr Informationen: www.coop-pronto.ch

SAPORI D'ITALIA

Echte italienische Delikatessen sowie Ladenformat von Coop.

Highlights 2022

- Einführung von "Too Good To Go" in allen Saporì Verkaufsstellen zur Reduktion von Food Waste
- Innovative neue Produkte wie beispielsweise das Saporì d'Italia Manitobamehl

Produkte 311

Mehr Informationen: www.saporiditalia.ch

coop to go

Coop to go bietet exklusive Take-away-Produkte, die es in keinem anderen Coop-Format gibt.

Highlights 2022

- Einführung von "Too Good To Go" in allen Coop to go-Verkaufsstellen zur Reduktion von Food Waste

Verkaufsstellen 20

Mehr Informationen: www.cooptogo.ch

Karma

Das trendige Brandingformat für vegetarische und vegane Produkte der Linie Karma.

Highlights 2022

- Greenbox: Neues Angebot der frisch vor Ort zubereiteten Salate in einer Mehrwertverpackung mit Depot von 5 Franken
- Innovative neue Produkte wie beispielsweise die Karma Max Havelaar Creamy Hazelnut Balls

Produkte 323

Mehr Informationen: www.karmastore.ch

FOOBY

LAUSANNE
BEL-AIR

Die Plattform sowie das Format für kulinarisches Handwerk, Regionalität und Nachhaltigkeit mit führender Rezepte-App.

Highlights 2022

- Einführung einer Pastastation mit frisch zubereiteter Pasta für den Sofortkonsum, welche im Wok mit der Sauce nach Wahl zubereitet wird
- App: Neues Feature Swipe&Cook, um auf spielerische Weise Rezepte zu entdecken

Seitenaufrufe 65 Mio.

Mehr Informationen: www.fooby.ch/bel-air

coop

restaurant

Für tägliche Gaumenfreuden zu fairen Preisen.

Highlights 2022

- Deutliche Steigerung der Marktanteile und Umsätze
- Nationale Einführung von laktosefreien und veganen Milchalternativen in allen Coop Restaurants
- Weiterer Ausbau des Bio-Knospe-Anteils auf 15.2%"
- Eine Neu- und sechs Wiedereröffnungen
- Lancierung Social Media Content (TikTok, Instagram, Facebook)

Restaurants**183**

Mehr Informationen:

www.coop-restaurant.ch**Marché**

Schweiz Suisse Svizzera

POPEYES
LOUISIANA KITCHEN**BURGER KING****Cindy's**
DINER**Swiss House**
Zopf & Apfel

Die erfrischenden Gastgeber an Hochfrequenzlagen, Nummer eins in der Autobahngastronomie.

Highlights 2022

- Starke Erholung der Umsätze nach der Corona-Pandemie
- Erfolgreicher Umbau am Flughafen Zürich
- Burger King im Basler St. Jakob Park und damit die insgesamt neunte Filiale erfolgreich eröffnet
- Übernahme von drei Popeyes®-Betrieben und Eröffnung der ersten eigenen Popeyes-Filiale im EKZ Letzipark
- Nationale Einführung der App "Too Good To Go" zur Reduktion von Food Waste
- Nationale Integration der Coop Supercard

Restaurants**45** ⁺⁶

Mehr Informationen:

www.marche.ch**twospice****yooji's**
sushi deli**YALDA**
Cuisine Orientale**nooba**
pan asian cuisine**ZENBU****Rice Up!**
ASIAN FUSION**BESTER**
BREAD**CHEYENNE**
BREAD & FOOD**yootea**
pure & organic

Innovative und zeitgemässe Fast-Casual-Gastronomie.

Highlights 2022

- Nach Corona-bedingtem Einfluss entwickeln sich die Umsätze je Marke wieder positiv
- Ausbau der Beteiligung von Coop auf über 50%
- Yooji's Sortimentserweiterung im Bereich des veganen Angebotes von 7% auf 20% seit 2018
- Erfreuliches Umsatzwachstum bei Yalda
- Ausbau von pflanzenbasierten Eiweissquellen in der Marke Rice Up!
- Positive Entwicklung der Marke Zenbu (Sushi-Linie im Coop)

Restaurants**28**

Mehr Informationen:

www.twospice.ch**Betty Bossi**

Die Nummer eins in der Schweiz für Kochen und Geniessen.

Highlights 2022

- Relaunch der Betty Bossi-Rezept-App mit über 100 000 Nutzerinnen und Nutzern pro Monat
- "20 Jahre Betty Bossi-Produkte im Coop-Regal": Jubiläum der sehr erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen Betty Bossi und Coop
- Lancierung des ersten Vegan-Kochbuchs von Betty Bossi
- Grosser Digitalisierungsschritt in Betty Bossi-Rezeptdatenbank – automatisierte Ausspielung von Nährwerten, Allergenen, Ernährungsformen und Saisonalität

Reichweite Zeitung**1.56** Mio.

Mehr Informationen:

www.bettybossi.ch

Fachformate Non-Food

Die Coop Fachformate Non-Food erzielten 2022 einen Nettoerlös von 8.4 Milliarden Franken. Die 18 unterschiedlichen Formate (Coop Mineraloel und Heizöl als ein Format gezählt) umfassen 1 465 Verkaufsstellen und Betriebe sowie 20 Online-Shops. In 57 Verkaufsstellen wurden neue Ladenbaukonzepte realisiert. Die Fachformate setzen konsequent auf Omnichannel-Strategien und investieren in neue attraktive Ladenbaukonzepte und moderne Online-Shops. In der neuen Supercard-App wurden auch die Fachformate integriert und der Zugriff auf die entsprechenden Online-Shops vereinfacht.

Highlights aus den Non-Food-Formaten

In der folgenden Tabelle finden Sie die Highlights aus dem Berichtsjahr.



Das beste Einkaufserlebnis für Heimelektronik in der Schweiz.

Highlights 2022

- Pilotfiliale mit neuem Ladenbau in Zürich eröffnet
- Stärkung Customer Care Center in Bezug auf Erreichbarkeit und Service Level
- Integration von Apple-Marken-Zonen in weiteren 20 Filialen
- Aufbau Beurer-Gesundheits-Produkte-Präsentation in 170 Filialen
- Integration von Logitech-Marken-Zonen in 150 Filialen
- Mobile Beratung in den Verkaufsstellen: Funktionalitäten auf Tablet ausgeweitet (zum Beispiel Reparaturprozess)

Verkaufsstellen **170**

Onlineshop www.interdiscount.ch



Das beste Onlineeinkaufserlebnis.

Highlights 2022

- Marktposition und Bekanntheit weiter ausgebaut
- Integration ins Supercard-Programm von Coop
- Lancierung der microspot.ch-App
- Einführung Helpcenter zur vereinfachten Abwicklung von Kundenanliegen
- Ausweitung des Sortiments um 100 000 Artikel
- Aufbau des Sortiments E-Bike mit über 200 Artikeln (zum Beispiel Premium-Marken wie "Flyer" und "Stromer")
- Ausbau des Zubehör-Sortiments im Bereich Mobilität mit Marken wie "Thule", "POC" und "Abus"
- Ausbau des Sortiments Home & Living mit den Marken "House Nordic", "Brilliant", "Steinhauer" und "Inter Link"
- Ausbau des Bereichs Grill und Küche

Pick-up-Stationen **525**

Onlineshop www.microspot.ch



Führender Schweizer Baumarkt.

Highlights 2022

- Erfolgreiche Zusammenführung der vormals separaten Formate Bau+Hobby und Jumbo unter einer Marke
- Umfirmierung aller ehemaligen Bau+Hobby-Verkaufsstellen
- Zentralbereiche am Standort Dietlikon zusammengeführt
- Relaunch des vereinten Webshops und Optimierung für mobile Endgeräte
- Laufende Sortimentsharmonisierung
- Eröffnung der neuen Verkaufsstelle Chur Wiesental
- Rollout der Coop-IT-Systeme auf die übernommenen Jumbo-Verkaufsstellen
- Integration aller Jumbo-Mitarbeitenden in die Coop Genossenschaft und Übernahme des Coop GAV

Verkaufsstellen

 114 ⁺¹

Onlineshop

 www.jumbo.ch

lumimart

Für Licht die erste Wahl.

Highlights 2022

- Neueröffnung Lumimart Villmergen
- Modernisierung Lumimart Romanel
- Marken "HAY", "Secto Design" und "Anglepoise" neu ins Sortiment aufgenommen

Verkaufsstellen

 19 ⁺¹

Onlineshop

 www.lumimart.ch

coop city

Die zweitgrösste Warenhauskette der Schweiz.

Highlights 2022

- Ladenbaukonzept "Bellacasa" im Coop City Lausanne St. Francois und Umbau Neuchâtel umgesetzt
- Neues Ladenbaukonzept mit Hausbäckerei und Frischetheke in Zug und Umbau Food in Genf Plainpalais
- Marktposition weiter ausgebaut
- Weiterentwicklung Ladenbaukonzept "Bellacasa" für attraktiveres Kundenerlebnis
- Angebot Online-Sortiment weiter ausgebaut

Verkaufsstellen

 31

Onlineshop

 www.coop-city.ch

LIVIQUE

Der Anbieter für individualisierte Einrichtungslösungen.

Highlights 2022

- Neueröffnung des ersten Boutique-Konzepts Livique im Centre Signy bei Nyon
- Umbau und Modernisierung Livique Biel und Livique Lyssach
- Einführung Konfigurator im Bereich Möbel auf livique.ch
- Weiterer Ausbau der Dachmarke "Swiss Collection", unter welcher Swiss-Made-Sortimente von 10 Schweizer Herstellern angeboten werden
- Marke "Willisau Design Collection" und "Novamobili" neu ins Sortiment aufgenommen

Verkaufsstellen

 26

Onlineshop

 www.livique.ch

coop
vitality+

Alles, was der Gesundheit guttut: von rezeptpflichtigen Arzneimitteln bis zur Schönheitspflege.

Highlights 2022

- Rollout des neuen Ladenbaukonzeptes an fünf Standorten: Tenero, Bern Ryfflihof, Frick, Würenlingen, Winterthur Grüzemarkt
- Erweiterung des Apothekennetzes mit zwei Eröffnungen in Zürich Stauffacher und Oberwil Mühlematt
- Starkes Wachstum von "Primary Care" (erste medizinische Beratung) und Abgabe von rezeptpflichtigen Medikamenten ohne Vorliegen ärztlicher Verschreibung
- Umsatzsteigerung bei Generika und Eigenmarken

Verkaufsstellen **86**

Onlineshop www.coopvitality.ch

IMPORT
PARFUMERIE

Die führende Schweizer Prestige-Parfümerie.

Highlights 2022

- Neues Ladenbaukonzept in 19 weiteren Filialen umgesetzt
- Einführung neuer Prestige- und Luxus-Marken, zum Beispiel Tom Ford, Sisley Paris, Origins und Gisada
- Einführung Online-Gravur-Service auf impo.ch bei über 600 Produkten
- Live-Shopping als weiteren Beratungs- und Verkaufskanal eingeführt
- Ausbau Mitglieder in "The Member Club" auf 300 000

Verkaufsstellen **108**

Onlineshop www.impo.ch



THE BODY SHOP

Das natürliche und nachhaltige Kosmetikunternehmen.

Highlights 2022

- Neues Ladenbaukonzept in Basel Freie Strasse und Genf Balexert mit Refill-Station
- Relaunch des gesamten Sortiments mit Neuheiten Edelweiss-Linie, Choice-Linie und Wellness-Linie; bis 2023 100% des Sortiments vegan-zertifiziert und mit umweltfreundlicher Verpackung
- Erfolgreiche Sammelaktion zugunsten der Stiftung Kinderhilfe Sternschnuppe

Verkaufsstellen **41**

Onlineshop www.thebodyshop.ch

CHRIST

Uhren & Schmuck

Die erste Adresse für Uhren und Schmuck.

Highlights 2022

- Umbauten der Filialen Kriens, Oftringen und Sierre
- Erfreuliches Wachstum in allen CHRIST-Kategorien: Uhren, Schmuck und Services. Erfolgreiche Entwicklung der CHRIST-Eigenmarken, insbesondere Diamonds by CHRIST, Kids by CHRIST und Men's by CHRIST
- Omni-Channel Readiness (ORI Studie 2022): CHRIST wiederholt Nummer 1 in der Uhren- und Schmuck-Branche.
- Live-Shopping mit monatlichen Sendungen als weiteren Beratungs- und Verkaufskanal erfolgreich eingeführt
- Fashion-Eigenmarke Silver Spirit by CHRIST erstmalig mit neuem Fashion-Uhren-Sortiment.
- Uhrenrecycling mit der sozialen Institution Bürgerspital Basel eingeführt

Verkaufsstellen **61**

Onlineshop www.christ-swiss.ch



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

Highlights 2022

- 18 modernisierte Verkaufsstellen, zwei Neueröffnungen
- Ausbau aller Fern-Beratungs-Kanäle: Telefon-Verkauf, Chat- und Video-Beratung
- Ausbau der Küchen-/Badezimmer-Umbau-Kompetenz mit Bauleitungs-Dienstleistungen unter dem Motto "Alles aus einer Hand"
- Re-Design Onlineshop www.fust.ch

Verkaufsstellen



153

Onlineshop



www.fust.ch



Der führende Onlineanbieter im Elektrohaushalt mit umfassendem Serviceangebot.

Highlights 2022

- Sortimentsausbau in den Bereichen Gastro und Do it
- Anbindung neuer Logistik- und Service-Partner für optimierte Kundendienst-Leistungen
- Zustellung von per Post versendbaren Onlinebestellungen bis 21 Uhr bereits am Folgetag
- Einführung SAP
- Einführung neues Ticket-System im Kundendienst

Produkte



30 000

Onlineshop



www.nettoSHOP.ch



Leistung aus Leidenschaft.

Highlights 2022

- Starkes Wachstum im Bereich Eigenmarken
- Einführung von systematischen Kundenzufriedenheits-Umfragen nach NPS-Logik mit ersten überdurchschnittlichen Resultaten
- Einführung einer automatisierten Routenplanung für Servicetechniker

Einsätze



95 000

Mehr Informationen:

www.service7000.ch



Grösstes Fusspflege-Institut der Schweiz.

Highlights 2022

- Umzug Podologie-Praxis in die Freie Strasse 38 in Basel in neue, moderne Räumlichkeiten
- Ausbau Angebot durch zusätzliche Behandlungsräume
- Umzug Komfortschuh-Sortiment in Schuhabteilung Pfauen Basel
- Starker Zuwachs an Neukunden
- Erfolgreiche Lernenden-Betreuung (hervorragende Abschlüsse 2022, 3 neue Lernende gestartet im 2022)

Anzahl
Behandlungen



22 000

Mehr Informationen:

www.per-piedi.ch



mineraloel

Mit einem modernen Netz von Coop-Tankstellen
Marktführer in der Schweiz.

Highlights 2022

- Eröffnung zweier neuer Wasserstoff-Anlagen im Jahr 2022 in Frenkendorf und Chur – Planung dreier weiterer Anlagen im Jahr 2023
- Verfügbarkeit von AdBlue an Zapfsäulen bei 75 Standorten

Verkaufsstellen


326

Mehr Informationen:

www.coop-mineraloel.ch


heizöl

Für Wärme und Wohlbefinden.

Highlights 2022

- Beliebter Webshop, 60% der eingehenden Bestellungen erfolgten online
- Nur noch schwefelarmes Oeko-Heizöl seit Anfang 2022 im Angebot
- Möglichkeit, mit myclimate CO₂e zu kompensieren

Online-

Bestellungen


14 500

Mehr Informationen:

www.coop-heizoel.ch


Tropenhaus mit Restaurant.

Highlights 2022

- Zunahme der Gästezahlen gegenüber dem Vorjahr
- Kaviar-Umsätze um 38% gesteigert, Start Export Kaviar nach Österreich
- Erweiterung der Fischzucht um zusätzliche Fischzuchthalle
- Erhalt der Nachhaltigkeitslabels Suisse Garantie und Pro Montagna für Egli und Störe aus dem Tropenhaus
- Installation einer 980 m² grossen Photovoltaikanlage

Flussbarsche


1.2 Mio.

 Mehr Informationen: www.tropenhaus-frutigen.ch



Der Reiseveranstalter von Coop und Rewe – in der Schweiz die Nummer eins im Direktverkauf von Badeferien.

Highlights 2022

- Markanter Ausbau des Angebots durch neue Buchungstechnologie
- Erholung Umsatz nach Corona-Jahren
- Erhöhung des Onlineanteils auf 45%
- Erfolgreiche Einführung des neuen Reservierungssystems

Destinationen



112⁺⁴

Onlineshop



www.itscoop.ch



Einer der führenden Fitnessanbieter der Schweiz.

Highlights 2022

- Expansion auf 65 Standorte in 17 Kantonen
- Drei Standorte in der Romandie eröffnet
- Mehr als 52 000 Mitglieder
- Update Akademie: Ausbildungslehrgänge neu online und in hybrider Form im Angebot

Standorte



65⁺⁶

Mehr Informationen:

www.update-fitness.ch



BâleHotels

Die Hotelgruppe von Coop.

Highlights 2022

- Starke Entwicklung des Boutique-Hotels Märthof Basel
- Erfolgreiche Übernahme Holiday Inn Express Aarburg/Oftringen
- Mikroschulungen für Mitarbeitende "Wir von den BâleHotels leben eine herzliche Gastfreundschaft"
- Neue Websites von mehreren Hotels
- Weiterführung Gastro-Kooperation mit Swiss Indoors
- ISO 9001: Rezertifizierung BâleHotels bis 2023 erreicht

Hotels



8⁺¹

Mehr Informationen:

www.balehotels.ch

Eigenmarken und Gütesiegel

Kundinnen und Kunden finden bei Coop die grösste Auswahl an nationalen und internationalen Markenartikeln in allen Preislagen. Genuss, Nachhaltigkeit, Regionalität, Ökologie, günstige Preise und Lifestyle stehen dabei im Mittelpunkt. Mit ihren unabhängigen Gütesiegeln engagiert sich Coop für ein nachhaltiges Sortiment und setzt sich in enger Partnerschaft mit unabhängigen Organisationen für eine nachhaltige Entwicklung ein. Die Nachhaltigkeits-Eigenmarke Naturaplan ist beispielsweise die grösste Bio-Marke der Schweiz. Mit Naturaplan setzt Coop konsequent auf die Knospe von Bio Suisse, auch bei der Verarbeitung und bei den Importen. Für Naturafarm erhält Coop Bestnoten beim Tierwohl. Oecoplan bietet für fast jedes Produkt im Haushalt, bei der Gartenarbeit, beim Heimwerken oder beim Bauen eine umweltfreundliche Alternative zu konventionellen Produkten. In der Vermarktung von fair gehandelter Bio-Baumwolle ist Coop weltweit die Nummer eins, und auch als Anbieterin von Fairtrade-Max-Havelaar-zertifizierten Produkten ist Coop in der Schweiz und weltweit Leader bei den Detailhändlern.

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.

Fachbereiche

Beschaffung

Im Jahr 2022 war die Beschaffung aufgrund des Ukraine-Konflikts und dessen Folgen von verschiedenen Unsicherheiten geprägt, welche zu grossen Herausforderungen auf den Beschaffungsmärkten geführt haben. Knappheit von Rohmaterialien, Kapazitätsengpässe in den Produktionsbetrieben, Energieknappheit sowie unsichere Lieferketten führten zu einer Erhöhung der Beschaffungspreise und einer Verknappung der Verfügbarkeit. Dank partnerschaftlichen Lieferantenbeziehungen, konsequenten Verhandlungen aber auch dank dem Währungseffekt konnte Coop die Verfügbarkeit grösstenteils ohne Unterbruch sicherstellen und die Teuerung auf ein Minimum drücken.

Logistik

Integration der Jumbo-Verteilzentralen

Infolge Übernahme der 41 Jumbo-Verkaufsstellen übernahm Coop zugleich drei Logistik-Verteilzentralen in Dagmersellen, Oensingen und Oberbuchsiten, die bisher die Warenversorgung der Jumbo-Märkte organisiert haben. 2022 wurden die logistischen Prozesse von Jumbo mit den Prozessen der Coop-Welt zusammengeführt. So wurden zum Beispiel neue Tourenpläne erarbeitet, die Lagerhaltung angepasst, Bestell- und Lieferrhythmen harmonisiert und eine gemeinsame Verwertung und Entsorgung organisiert. Bei Jumbo werden über das Jahr 2022 hinaus weiterhin sukzessive Coop-Prozesse eingeführt, so zum Beispiel auch das Lagerverwaltungssystem WAMAS.

Railcare bekommt neue, eigene Güterwagen für den Wagenladungsverkehr

Das Coop-eigene Bahnunternehmen Railcare hat im Jahr 2022 105 eigene Tragwagen mit insgesamt 210 passenden 45-Fuss-Containern in Betrieb genommen. Diese werden genutzt, um die täglichen Transporte auf der Schiene zwischen den nationalen und regionalen Verteilzentralen von Coop durchzuführen. Durch diesen Schritt kann Railcare auf die bisher gemieteten konventionellen Bahnwagen verzichten. Die weissen Container sind analog der Strassenflotte mit Coop-Logo und frischem Obst und Gemüse eindeutig als Coop-Transportmittel erkennbar. Positiver Mehrwert der Container ist auch, dass diese isoliert sind, bei Bedarf gekühlt werden können und somit die Temperaturanforderungen erfüllen.

Maximierung Kundennutzen durch Überarbeitung des Service Level Agreement

Im Sinne des maximalen Kundennutzens wurde das intern bestehende Service Level Agreement (SLA) von Grund auf durchleuchtet und überarbeitet. Das SLA regelt die Zusammenarbeit zwischen Verkauf (Retail) und Logistik. Ziel ist es, den Endkunden die Ware in ausreichender Menge und in bester Qualität präsentieren zu können. Um das zu erreichen, braucht es vorgelagert eine ausgetüftelte Logistik mit entsprechenden IT-Prozessen. So wurden zum Beispiel Bestellzeitpunkte an das Einkaufsverhalten der Kundinnen und Kunden angepasst oder Touren optimiert, um noch mehr Frische vor Ladenöffnung ausliefern zu können. Weiterhin werden engere Anlieferfenster definiert, um eine bessere Verzahnung mit den Verkaufsstellenprozessen zu gewährleisten.

Coop unterstützt "Cargo sous terrain" auch in der Baubewilligungsphase

Das visionäre Projekt "Cargo sous terrain" wird immer konkreter. Coop hat sich gemeinsam mit zehn weiteren Investoren schon früh bereit erklärt, sich massgeblich an der Baubewilligungsphase zu beteiligen, sofern die definierten Bedingungen dafür erfüllt sind. "Cargo sous terrain" ist auf Kurs und konnte den grossen Meilenstein in die Baubewilligungsphase Ende August einleiten. Im nächsten Schritt wird der Baubeginn ab 2026 vorbereitet sowie das Systemdesign konkretisiert.

Informatik

Migration SAP S/4HANA

Um für die Herausforderungen der Digitalisierung gerüstet zu sein und die Wartungssicherheit für die nächsten Jahre zu erhalten, wurden die zentralen IT-Retail-Systeme auf das aktuelle SAP-Produkt S/4HANA migriert. Nach rund 1.5 Jahren intensiver Projektarbeit wurde die Migration der beiden SAP-Systeme am Osterwochenende 2022 erfolgreich abgeschlossen. Das neue Release zeichnet sich durch ein schlankeres Datenmanagement sowie durch eine verbesserte Performance aus.

Integration Jumbo

Das Beste aus zwei Welten: Bau+Hobby und Jumbo bilden seit Anfang September den neuen Online-Auftritt [jumbo.ch](https://www.jumbo.ch). Nach intensiver Projektarbeit konnte der Zusammenschluss erfolgreich abgeschlossen werden. Im gleichen Zeitraum wurden alle bestehenden Jumbo-E-Shop-Prozesse auf die Coop-Warenwirtschaftsprozesse und -systeme migriert. Ab Oktober wurde in einem zweiten Schritt der Rollout für alle 41 Jumbo-Verkaufsstellen erfolgreich gestartet. Die Umstellung wird bis Mitte Februar 2023 dauern.

Immobilien

Immobilienprojekte

Im Jahr 2022 konnte Coop insgesamt neun Immobilienprojekte starten und 24 Immobilienprojekte fertigstellen, darunter zwei Neubauten, eine Erweiterung und 21 Modernisierungen/Sanierungen.

Eröffnungen

Nach 13-monatiger Bauzeit wurde die neue *Fust*-Filiale in *St. Gallen* am *20. Januar 2022* erfolgreich eröffnet. Die Kundenzone erstreckt sich vom Erdgeschoss mit dem Elektrofachgeschäft über das erste Obergeschoss, wo sich eine Bad- und Küchenausstellung befinden. Ergänzend finden sich im zweiten Ober- und Attikageschoss vier Wohnungen. Im Sinne der angestrebten Nachhaltigkeit wurde auf Minerergie-Standard mittels bivalenter Wärmepumpe in Kombination mit Erdsonden und einer Photovoltaik-Anlage gesetzt. Mit der Umgebungsbepflanzung wird für die Erhaltung von Mikroorganismen und Wildbienen und gleichzeitig für ein optisches Highlight gesorgt.

In *Tenero* wurde 2020 das 1. Obergeschoss im *Einkaufscenter Centro* revitalisiert und 2021 startete die Revitalisierung des Erdgeschosses inklusive Terrasse und der beiden Parkgeschosse. Parallel zu den Bauarbeiten erstellte das Retail in Etappen den ersten Megastore im Konzept 2025+ im Tessin. Das Coop Restaurant und Coop Vitality realisierten einen Komplettumbau. Am *31. März 2022* fand die Center-Einweihung statt.

Nach 10 Monaten Bauzeit erstrahlt das 53-jährige *Wohnhaus* an der *Austrasse 1* in *Reinach (BL)* seit dem *31. März 2022* wieder in seinem ursprünglichen 60er-Jahre-Charme. In intensiver Zusammenarbeit mit der Stadtentwicklung der Gemeinde Reinach wurde die komplette, originale Gebäudehülle inklusive Dächer entfernt und die gesamte Gebäudekonstruktion statisch, energetisch und brandschutztechnisch ertüchtigt.

Das *Einkaufscenter Ilfis Center* in *Langnau im Emmental (BE)* ist im Eigentum von Coop und wurde 2010 eröffnet. Im Sommer 2021 wurde mit den Revitalisierungsarbeiten gestartet und der komplette Innenraum modernisiert. Im Spätsommer wurde die bestehende Dachkuppel mit einer grossen Verglasung ausgetauscht und die Arbeiten konnten am *31. Oktober 2022* abgeschlossen werden.

Am *16. November 2022* erfolgte die termingerechte Eröffnung der neuen *Verkaufsstelle* in *Courroux (JU)*. Die Verkaufsfläche mit 660 m² bieten ein attraktives Angebot für die Kundschaft. Der Neubau erfüllt die energetischen sowie gestalterischen Anforderungen von Coop, mit dem Einbau einer Heizung mit Wärmerückgewinnung durch ein Integralsystem, einer neuen Gebäudehülle und einer Photovoltaik-Anlage auf dem Dach. Die Tragstruktur und die Fassade bestehen aus Holz und breite Fensterfronten sorgen für maximales Tageslicht.

Mittels Revitalisierung wurde das *Einkaufscenter Bärenmarkt* in *Reinach (AG)* attraktiv und kundenfreundlich umgestaltet. Die Haustechnik wurde optimiert und den neuen Vorschriften angepasst. Die ursprüngliche Ölheizung wurde neu durch eine Pelletheizung ersetzt und auf dem Dach eine Photovoltaik-Anlage installiert. Die Mall wurde mittels eines grossen Oblichts mit Sicht ins Freie und Tageslichteinfall aufgewertet. Die Gesamteröffnung erfolgte per *24. November 2022*.

Der in den 80er Jahren erstellte *Grüzemarkt* in *Winterthur* wurde 2022 einer Gesamtsanierung unterzogen, bei welcher das Gebäude von aussen neu gedämmt und mit einer zeitgemässen Holzfassade verkleidet wurde. Zusätzlich wurde die Haustechnik vollumfassend ersetzt und das Dach komplett erneuert und mit einer Photovoltaik-Anlage ergänzt. Der Megastore mit 5 300 m² und das Coop Restaurant wurden modernisiert und zusätzliche Mietflächen für Drittmietler geschaffen. Die Gesamteröffnung erfolgte am *24. November 2022*.

Das Einkaufscenter *Aarepark* in *Würenlingen (AG)* wurde attraktiv und kundenfreundlich modernisiert. Die Haustechnik wurde optimiert und den neuen Vorschriften angepasst. Auf dem Dach wurde eine Photovoltaik-Anlage realisiert. Die Verkaufsstelle Coop sowie das Coop Restaurant wurden umgebaut. Die Gesamteröffnung erfolgte am *24. November 2022*.

Im Bau

Aufgrund des stetigen Wachstums in den letzten Jahren konnte die *Leergutzentrale* der *Verteilzentrale* in *Bern* nicht der Notwendigkeit entsprechend angepasst und optimiert werden. Damit eine grosse zusammenhängende Fläche erreicht wird, soll das bestehende Gebäude der Leergutzentrale mit einem zweigeschossigen Anbau und zusätzlichen fünf Rampen erweitert und das bestehende Garagengebäude ab dem Erdgeschoss zurückgebaut werden. Die Inbetriebnahme ist für 2024 vorgesehen.

In *Villars-sur-Glâne (FR)* im *Einkaufszentrum Fribourg Sud* haben die Bauarbeiten Ende November 2019 begonnen und 2020 konnte ein Provisorium in Betrieb genommen werden. Anschliessend starteten die Abbrucharbeiten und der Neuaufbau des Teils Einkaufszentrum, in welchem vor Weihnachten 2021 der erste Verkaufstag stattfand. Ab 2022 fanden die Abbrucharbeiten vom Provisorium statt und anschliessend begann der Neuaufbau des Fachmarkt-Teils, welcher am *23. März 2023* mit einem Jumbo und einem Livique inklusive Lumimart eröffnet wird.

Im 1936 erbauten und denkmalgeschützten Gebäude, in welchem sich das *Einkaufszentrum Centre Bahnhof* in *Biel (BE)* befindet, bot sich aufgrund der Bebauung und Entwicklung der Nachbarparzellen eine Umplatzierung der Gastronomieflächen an die Fassade Seite Robert-Walser-Platz an. Das Coop Restaurant wurde im Dezember 2021 eröffnet. Für Interdiscount, Fust und Import Parfumerie wurden neue Verkaufsflächen geschaffen und modernisiert und die gesamte Fassade der Verkaufsfläche Livique zur Energieoptimierung ersetzt. Mit der Revitalisierung des Centers wurden die gesamten Boden- und Deckenbeläge und die Shop-Fronten ersetzt und neue Event- und Ruhezone mit Lounges und viel Tageslicht geschaffen. Der Megastore, die Vitality-Apotheke und das Take-away werden 2023 umgebaut.

Die Arbeiten am *Einkaufszentrum Riviera Center* in *Rennaz (VD)* laufen, im Hinblick auf die offizielle Eröffnung vom 8. März 2023, termingerecht. In diesem Projekt wird ein Megastore mit 3 700 m² inklusive Kiosk, Coop Restaurant mit 500 m² und Verkaufsflächen mit 3 000 m² für Drittmieter umgesetzt. Die Energieerzeugung ist mittels Abwärme-Nutzungssystem gesichert und die Produktion eines Teils des Strombedarfs erfolgt mittels Photovoltaik-Anlage auf dem Dach.

Baustart

Mit den Rückbauarbeiten für den *Ersatzneubau der Verkaufsstelle* in *Bachenbülach (ZH)* konnte per Ende Januar 2022 gestartet werden. Die lange Zeit der Auflagenerledigung konnte für die Vorfabrikation vieler Bauelemente genutzt werden, um die anstehende Realisierung möglichst zu optimieren und zeitlich zu verkürzen. Die Eröffnung ist auf den *8. März 2024* geplant.

Steinfels Swiss in *Winterthur (ZH)* hat sich in den letzten Jahren erfolgreich am Markt behauptet und sowohl Marktanteile als auch Umsätze kontinuierlich gesteigert. Aufgrund der veralteten Gebäude und Betriebseinrichtungen wurde eine Teilerneuerung von Anlagen erforderlich, um die Zukunft der Produktion weiterhin sicherstellen zu können. Der Baustart erfolgte am *30. März 2022* und das Projekt kann voraussichtlich im September 2023 beendet werden.

In *Allaman (VD)* begannen am 19. April 2022 die Bauarbeiten für die Revitalisierung des *Einkaufszentrums Littoral Centre*. In einer ersten Bauphase wurden der Bau+Hobby wie auch der Livique, welcher heute in Etoy (VD) präsent ist, geschlossen. Das Projekt wird in Bauetappen und unter laufendem Betrieb realisiert. Ab März 2024 wird das Center laufend mit Mietern ergänzt und die Sanierungsarbeiten sollen gegen Ende *Oktober 2024* abgeschlossen werden.

Mit der Revitalisierung des *Einkaufszentrums Telli* in *Aarau (AG)* soll die zwischenzeitlich veraltete Bausubstanz, vor allem mit Fokus auf die Gebäudehülle und Haustechnik, bis 2026 bedarfsgerecht erneuert und instand gestellt werden. Mit diesem Projekt soll die Werterhaltung der Immobilie sichergestellt und die Attraktivität gesteigert werden. Das Erscheinungsbild innen und aussen soll modernisiert werden. Der Baustart erfolgte am *22. August 2022*.

EKZ National

Mit über 400 nationalen, lokalen und regionalen Events überrascht Coop ihre Kundinnen und Kunden in den Einkaufszentren stetig aufs Neue. 2022 wurden als nationale Events “Harry Potter”, “Swiss Voice Tour”, “Selfie World” und “Viva Montagna” durchgeführt. Mittels Neuheiten hält Coop die Innovation in den Einkaufszentren hoch. So beispielsweise mit dem Eintauchen in eine virtuelle Welt, verschiedenen digitalen Wettbewerben oder exklusiven Partnern. Im Fokus stehen immer die Steigerung der Kundenfrequenz und -zufriedenheit sowie auch der Bekanntheitsgrad der Einkaufszentren und deren Umsätze. Durch Einbezug lokaler Vereine und Organisationen, einzigartiges Storytelling oder Zusammenarbeiten mit VIPs generierte Coop über 500 positive Medienberichterstattungen.

Gas- und Strommangellage

Als Grossverbraucher ist Coop vorbereitet, auf die verschiedenen Massnahmen in Zusammenhang mit einer Mangellage zu reagieren. Im Zentrum der umzusetzenden Massnahmen steht der Versorgungsauftrag an die Bevölkerung. Freiwillige Sparmassnahmen, wie zum Beispiel der Verzicht auf Logo- und Schaufensterbeleuchtungen ausserhalb der Öffnungszeiten, wurden schweizweit bereits umgesetzt. Auch der bundesrätlichen Empfehlung zur Umschaltung von Erdgas auf Heizöl wurde Folge geleistet. Weiter sind Vorbereitungen getroffen worden, dass Massnahmen im Falle einer Kontingentierung ergriffen werden können.

Als Mitglied verschiedener Wirtschaftsverbände engagiert sich Coop bei der Definition der Energiespar-Massnahmen mit den kleinsten gesamtwirtschaftlichen Schäden im Falle einer Mangellage. Die aktuelle Lage wird auch als Anlass genommen, fossile Heizungen und industrielle Wärmeeerzeugungssysteme früher als bereits geplant zu ersetzen.

Qualitätsmanagement

Umfassende Qualitätssicherung

Das Qualitätsmanagement von Coop ist auf die Kernprozesse Beschaffung, Produktion, Logistik und Verkauf ausgerichtet. Alle Mitarbeitenden tragen dazu bei, dass die Qualität stimmt. Auch 2022 lag für das Qualitätsmanagement ein Schwerpunkt auf der Gewährleistung der Konformität hinsichtlich gesetzlicher Vorgaben und Label-Anforderungen im gesamten Eigenmarkensortiment. Dazu zählt als Beispiel auch die Umsetzung der Kennzeichnung bei in der Verkaufsstelle produzierten und verpackten Artikeln inklusive der Angabe der Nährwerte. Sämtliche Verkaufsstellen mit Bedienungsverkauf werden seit 2012 durch die unabhängige Kontrollstelle q.inspecta bezüglich der Einhaltung der Qualitätsvorgaben überprüft und zertifiziert. 2022 wurden insgesamt 409 Verkaufsstellen erfolgreich auditiert. Diese Audits fanden zusätzlich zu den rund 1 200 Audits der internen Qualitätssicherung von Coop statt. Im eigenen Labor überprüfte Coop mit insgesamt rund 40 000 Stichproben aus den Bereichen Food und Non-Food die Einhaltung der Vorgaben. Dabei wurden über 1 Mio. Kriterien geprüft. Aufgrund des zunehmenden Angebotes der im Verkauf hergestellten Frischprodukte gewinnt das Hygienemonitoring auch in diesem Bereich weiter stark an Bedeutung.

Um diese gesteigerten Anforderungen erfüllen zu können, wurde im Labor die Automatisierung zur Verbesserung der Prozesse weiter vorangetrieben. Es konnte gezeigt werden, dass die Qualität den höchsten Ansprüchen gerecht wurde. Im Rahmen des Risikomanagements im Bereich Produktqualität setzte sich Coop 2022 intensiv mit der Absicherung der Lieferkette von kritischen Rohwaren in verarbeiteten Produkten auseinander. Es wurde ein wegweisendes Konzept für ein wertebasiertes Lieferkettenmanagement entwickelt und die Organisation für deren Umsetzung angepasst. Im Bereich Non-Food hat Coop die Anforderungen an kritische Warengruppen weiter konkretisiert und den potenziellen Lieferanten in automatisierter Form zur Verfügung gestellt. Zudem wurden das Qualitätsmanagement-System und die QM-Organisation von Jumbo und Coop Bau+Hobby zusammengeführt. Die Kompetenz der Mitarbeitenden in den Qualitätsprozessen im Verkauf und in der Beschaffung wurde mit aktualisierten E-Learning-Kursen weiter gesteigert.

Kommunikation und Werbung

Kundendienst beantwortet fast 640 000 Anfragen

2022 haben die Kundendienste Coopzeitung, Supercard und Coop insgesamt 640 000 Kundenanfragen beantwortet. Die Umstellung auf den digitalen Kassenbeleg im Frühjahr führte zu positiven wie auch zu wenigen kritischen Kundenstimmen. Mittlerweile ist der Verzicht auf den Ausdruck des Kassenbelegs bei den Kundinnen und Kunden akzeptiert und wird unterstützt. Der Konflikt zwischen Russland und der Ukraine führte auch beim Kundendienst zu vielen Anfragen im Bereich Boykottentscheid und Spendenanfragen. Die Hauptanliegen über das ganze Jahr sind weiterhin in den Bereichen Geschenkkarten, Preis- und Sortimentsgestaltung angesiedelt.

Coop rollt die neue Supercard App aus

Im Oktober wurde die neue Supercard-App lanciert. Das Layout wurde aufgefrischt und erlaubt einen schnelleren Überblick über die Funktionen. Die überarbeitete App enthält nun auch einen direkten Zugang zu den Trading-Formaten, zu den Kundenclubs und zum Prämienshop der Supercard. In den Bereichen der Formate finden Kundinnen und Kunden aktuelle Aktionsangebote, Inspiration über Social-Media-Inhalte und einen direkten Zugang zu den jeweiligen Webshops. Auch sind in der App neu die digitalen Kassenzettel und Garantiescheine einsehbar. Digitale Bons, Sammelpässe und Gewinnspiele sind wie bisher in der neuen Version enthalten.

Familien profitieren von Loyalitätsprogrammen

Coop belohnt die Kundentreue 2022 bei insgesamt vier Sammelaktivitäten. Im Fokus standen dabei Familien mit Kindern, welche von verschiedenen Gratisprodukten profitierten. Die Aktivität "Das grosse Zwitschern" im Frühling thematisierte dabei die faszinierende Vogelwelt. Für einen besonders entspannten sowie abwechslungsreichen Sommer sorgte das Faultier bei der "Let's chill"-Kampagne. Im Herbst bot die Kampagne "Baumfreunde" passende Produkte für die entsprechende Jahreszeit. Der Igel "Charly" sorgte im Rahmen der Weihnachtsaktivität "Zeit zu träumen" für eine behagliche Weihnachtszeit. Das Kundenfeedback zu allen Aktivitäten fiel positiv aus.

Beliebte Trophy-Loyalitätsprogramme

Im Berichtsjahr hat Coop mit drei attraktiven Trophy-Loyalitätsprogrammen ihre Kundinnen und Kunden begeistert. Bis Ende Februar lief die Kuhn Rikon Trophy mit Töpfen und Pfannen der bekannten Schweizer Marke. Diese war ausserordentlich beliebt und schloss als erfolgreichste Trophy seit 15 Jahren ab. Von März bis August überraschte Coop die Kundinnen und Kunden mit einer Outdoor Trophy. Die 15 Artikel der Marke Rewind, von der Stirnlampe bis hin zu einem Schlauchboot, wurden eigens für Coop konzipiert. Der Anteil der digitalen Teilnehmer war mit einem Viertel so hoch wie noch nie in der Geschichte der Coop Trophy. Im Herbst lancierte Coop zusammen mit Interdiscount und Fust die Sound Trophy mit Kopfhörern und Lautsprechern von JBL.

Coopzeitungen gewinnen Leserinnen und Leser und bauen Leaderposition aus

Die Coopzeitung (d/f/i), mit über 3.3 Millionen Leserinnen und Lesern (WEMF MACH Basic 2022-2) die meistgelesene und reichweitenstärkste Wochenzeitung der Schweiz, baut ihre Leaderposition in allen Landesteilen weiter aus. Zusammen mit der "Coopzeitung Weekend" wird sie von insgesamt 4.6 Millionen Leserinnen und Lesern (WEMF MACH Basic 2022-2) gelesen. Gegenüber dem Vorjahr konnten in einem rückläufigen Printmarkt 60 000 Leserinnen und Leser gewonnen werden.

Coopzeitung Weekend weiter etabliert

Die "Coopzeitung Weekend" (d/f/i), die seit August 2020 jeweils am Freitag mit einem Umfang von 16 Seiten als Zeitung in der Zeitung in der Bundmitte von "20 Minuten" erscheint, hat sich im Leser- und Werbemarkt etabliert. Sie wird von 1.3 Millionen Pendlerinnen und Pendlern gelesen und ist gemäss einer repräsentativen Studie bei diesen sehr beliebt.

Mit Sponsoring nahe bei den Kundinnen und Kunden

2022 waren die Auswirkungen von Corona für das Coop Sponsoring vor Ort nicht mehr spürbar. Die Kundinnen und Kunden und deren Familien schätzten die Engagements Coop Openair Cinema, Coop Gemeinde Duell, Coop Andiamo, Coop Kinderland Openair, Coop Kindermusical, Coop Märchentheater Fidibus und die Shows von Bliss sowie weitere Projekte. Neben dem Sponsoring-Schwerpunkt Familie standen 2022 viele lokale Projekte, die bis in die Verkaufsstellen erfolgreich umgesetzt wurden, im Zentrum. 2022 gewannen auch die Lagerrabattkarten für Kinder- und Jugendlager an Bedeutung.

Mitarbeitenden-Magazin Forte ausgezeichnet

Mit einer Auflage von über 75 000 Exemplaren erscheint viermal im Jahr das Magazin Forte, das alle Mitarbeitenden und Pensionierten der Coop-Gruppe direkt nach Hause geschickt bekommen. In acht verschiedenen Ausgaben, die je nach Sprache und Arbeitsgebiet zugeschnittene Inhalte enthalten, informieren Hintergrundberichte über Neuigkeiten, Entscheide und Unternehmensziele. Im Jahr 2022 wurde das moderne und leserfreundliche Mitarbeitermagazin am International Creative Media Award (ICMA) mit dem "Award of Excellence" in der Kategorie "Employee media print" ausgezeichnet.

Coop neu auf TikTok

Mit "scoop!" wurde im Mai 2022 ein Digitalmagazin ins Leben gerufen, das sich vollends den Konsumentinnen und Konsumenten von morgen widmet. Auf Instagram und TikTok konnten über die ersten fünf Monate bereits über 4.7 Mio. junge Erwachsene erreicht werden – mehr als die Hälfte von ihnen (2.8 Mio.) interagiert regelmässig mit den Beiträgen und bekundet so ihr Interesse an den Inhalten. Das Konzept ist frisch, jung und mutig und setzt stark auf Kollaborationen mit Influencerinnen und Influencern. Thematisch richtet sich "scoop!" nach den Interessen der Generation Z und bieten wöchentlich einen direkten Bezug zur Coop-Gruppe. Inspiration, Storytelling und Unterhaltung stehen hierbei an erster Stelle.

Social Media

Das Jahr 2022 startete auf den Social Media ebenfalls mit dem Veganuary. Zum ersten Mal wurde die Kampagne mit insgesamt 8 Influencern begleitet, welche ihrerseits eine Reichweite mit 2.1 Mio. Kontakten erzeugten, bei insgesamt 8.9 Mio. Impressionen. Im Mai 2022 folgte ein Tool-Wechsel von Salesforce auf Khoros im Community Management. Pro Monat laufen hier etwa 13 000 Posts und Erwähnungen zusammen, davon sind knapp 300 pro Monat Kundendienst-Fälle. Auf der immer stärker werdenden Plattform TikTok wurden die 1 Million Likes von Coop geknackt und die Zahl der Follower ist von 60 000 im Vorjahr auf über 80 000 gewachsen. Dieser TikTok-Boom hat sich auch auf alle anderen Social-Media-Kanäle ausgewirkt, weshalb der Fokus für Coop seit Anfang 2022 verstärkt auf Bewegtbild-Inhalten liegt.

Medienstelle: Coop mit hoher Relevanz in den Schweizer Medien

Als eine der gefragtesten Pressestellen der Schweiz hat die Coop-Medienstelle auch 2022 den Dialog mit den Medienschaffenden durch die Vertiefung des persönlichen Kontakts und verschiedene Medienanlässe weiter intensiviert. Dadurch war im Berichtsjahr erneut eine Vielzahl aktueller Themen rund um Coop in den Medien vertreten. Ein besonders grosses mediales Interesse erfuhren das positive Jahresergebnis 2021, das neue Digitalmagazin "scoop!", der "Tag der guten Tat" sowie die neue Nachhaltigkeitsstrategie. Im Fokus der Journalistinnen und Journalisten stand zudem weiterhin der Vorsitzende der Geschäftsleitung, Philipp Wyss, der mit 22 Interviews in externen Medien noch präsenter als im Vorjahr war. Diese Aufmerksamkeit bescherte ihm nicht nur den dritten Rang im CEO-Image-Ranking der Sonntagszeitung, sondern auch den sechsten Platz in der "Handelszeitung" im Leader-Ranking der 100 erfolgreichsten Manager des Jahres. Kritische Themen rund um das Energiemanagement, die Teuerung und den Ukraine-Konflikt wurden durch die Medien verstärkt aufgenommen. So erfuhr die Meldung des Rückzugs von Transgourmet aus Russland eine hohe mediale Aufmerksamkeit. Die Corona-Pandemie rückte weiter in den Hintergrund und wurde zu einem medialen Alltagsthema. Die Coop-Medienstelle versandte im Berichtsjahr 25 Medienmitteilungen, platzierte über 80 exklusive Informationen, Primeure und proaktive Themen, gab und begleitete rund 50 Interviews und beantwortete 1 800 Medienanfragen.

Gesellschaftliches Engagement

Das Engagement der Coop Genossenschaft für die Gesellschaft basiert auf der Coop Nachhaltigkeitsstrategie. In Ergänzung zu den Beispielen auf Seite 16 engagierte sich das Unternehmen mit zahlreichen weiteren Projekten, die auf www.taten-statt-worte.ch zusammengefasst sind. Hier ausgewählte Projekte aus dem Berichtsjahr:

Coop Patenschaft für Berggebiete: 80 Jahre Solidarität mit den Berggebieten

1942, mitten in den Nöten des Zweiten Weltkriegs, hat der Verband Schweizerischer Konsumvereine, heute Coop, die Patenschaft für Berggebiete gegründet. Deren Ziel ist es, solidarisch als Genossenschaft Menschen in den Bergen zu helfen. Die Einnahmen der Patenschaft im Jahr 2022 liegen bei 5.3 Mio. Franken. Sie setzen sich zusammen aus vielen privaten Spenden, aus Erbschaften sowie Einnahmen aus der 1.-August-Weggen-Aktion und den Textilsammlungen bei Coop. Im Jubiläumsjahr hat die Patenschaft zudem über 1.25 Mio. Franken an Beiträgen aus dem Verkauf von Pro-Montagna-Produkten erhalten. Da Coop alle administrativen Kosten übernimmt, kommt jeder Rappen in den Berggebieten an. Im Berichtsjahr wurden mehr als 1 000 Menschen in den Schweizer Berggebieten durch 180 Projekte mit über 7.1 Mio. Franken unterstützt.

Coop unterstützt mit der 1.-August-Aktion vier Hilfsprojekte in den Schweizer Bergen

Im Jahr hilft Coop mit dem Erlös der 1.-August-Aktion erstmals vier Projekten in Schweizer Berggebieten zugleich. Mit 412 000 Franken ermöglicht Coop die dringend notwendigen Sanierungen und Neubauten auf der Alpage d'Onnaz im Wallis, der Wimmisalp in Bern, der Alp Oberflüe in Obwalden und bei einem Bauernhof in Obersaxen in Graubünden. 280 000 Franken kamen durch den Verkauf der 1.-August-Weggli, -Weggen und -Cervelats und den Beitrag von Coop zusammen. Die Coop Patenschaft für Berggebiete unterstützt mit weiteren finanziellen Mitteln zur Erreichung der gesamten Spendensumme von 412 000 Franken. So wird die Zukunft der Menschen in den Schweizer Bergen verbessert und die Bergregionen werden gestärkt.

Coop unterstützt die Betroffenen der Ukraine-Krise

Gemeinsam mit dem Eidgenössischen Departement für auswärtige Angelegenheiten schickt Coop Güter des täglichen Bedarfs im Wert von über 500 000 Franken in das polnisch-ukrainische Grenzgebiet, sammelt mit einer "Spendenwegge" 150 000 Franken für das Engagement des SRK und stellt Einkaufsgutscheine im Wert von 500 000 Franken für Menschen, die aus der Ukraine in die Schweiz flüchten mussten, zur Verfügung.

Unterstützung für Armutsbetroffene mit der Aktion "2x Weihnachten"

Auch in diesem Jahr unterstützte Coop die Aktion "2x Weihnachten" zugunsten des Schweizerischen Roten Kreuzes für Armutsbetroffene in der Schweiz. Coop verkaufte rund 11 500 Spendenpakete mit einem Warenwert von 230 000 Franken. Über Coop.ch wurden 1 124 Pakete mit einem Warenwert von 65 080 Franken abgesetzt. Zum ersten Mal war es möglich, die Pakete über den Supercard-Prämienshop zu beziehen, womit nochmals 1 625 Pakete verkauft werden konnten. Zudem unterstützte Coop die Aktion mit einer Warenspende im Wert von rund 350 000 Franken.

Nachhaltige Rohstoffbeschaffung bei Kokos- und Palmöl

In der Elfenbeinküste werden zwei Coop-Beschaffungsprojekte erfolgreich umgesetzt: Eines für Bio-Suisse-zertifiziertes Palmöl, das andere für Fairtrade- und Bio-Suisse-zertifiziertes Kokosöl. Die Projekte ermöglichen eine nachhaltige Rohstoffbeschaffung durch die Coop-Produktionsbetriebe aus klimafreundlichem Anbau nach Best Practice wie zum Beispiel durch die Produktion und Verwendung von Pflanzenkohle zur Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit. Aktivitäten umfassen die Unterstützung der Fairtrade- und Bio-Suisse-Zertifizierung sowie die Verbesserung des Bio-Managements bei den involvierten Kleinbauern und entlang der Wertschöpfungskette. Beim Kokos-Projekt wird zudem ein Projekt zur Förderung der dynamischen Agroförstwirtschaft, also der Mischanbau von Kokospalmen, Fruchtbäumen und Edelhölzern, initiiert. Die Kleinbauern profitieren durch die Projekte von längerfristigen sicheren Partnerschaften und Absatzkanälen und Coop von hochwertigen nachhaltig produzierten Rohstoffen.

Biolandbau-Förderung mit Transgourmet Deutschland

Wer in Deutschland ein Bio-Erzeuger werden will, braucht einen langen Atem und starke Partner. Richtige Finanzierung und ein starkes Netzwerk beim Vertrieb der Bio-Produkte führen zum Erfolg. Um den steigenden Bedarf an heimischer Bio-Ware decken zu können, initiierte Transgourmet Deutschland das Bio-Förderprogramm "Bio-Möglichmacher:innen". Dabei werden ausgewählte landwirtschaftliche Betriebe, die eine Umstellung von konventioneller auf Bio-Ware planen, mittels eines Wettbewerbs für eine finanzielle Unterstützung durch Transgourmet gefördert. Ziel ist es, eine "Win-win-win-Situation" zu schaffen. Zum einen erhalten die Umstellungsbetriebe eine feste Unterstützung für ihre Umstellungsphase. Zum anderen können neue verlässliche Partner für das Lieferantennetzwerk von Transgourmet identifiziert und der steigende Bedarf an Bio-Ware der Transgourmet-Kundinnen und -Kunden sichergestellt werden.

Agri-Photovoltaik-Himbeeren Spanien und Schweiz

In zwei Pilotprojekten werden durch Solarmodule auf Ackerflächen Strom produziert und gleichzeitig unter den Modulen Früchte angebaut. In der Schweiz bei Coop-Partner Beerenland sind es Himbeeren und Erdbeeren. In Huelva in Spanien sind es Himbeeren. Bei diesem Anbausystem, Agri-Photovoltaik genannt, ergänzen sich Stromproduktion und Nahrungsmittelproduktion. Knappe Flächen werden doppelt genutzt. Die Solarmodule schützen die Beerenkulturen auch vor immer häufigeren Extremwetterereignissen und die Landwirtschaft kann einen wichtigen Beitrag zur Stromversorgung der Bevölkerung leisten. Mit der Unterstützung der Projekte nimmt Coop ihre Verantwortung im Bereich Klimaschutz wahr und wird zusammen mit ihren Lieferanten Nachhaltigkeitspionierin in einem zukunftssträchtigen und innovativen Bereich der Landwirtschaft.

Geschäftsbereich Großhandel und Produktion

3

39

Transgourmet-Gruppe

40

Highlights aus den Ländergesellschaften der Transgourmet-Gruppe

40

Produktion

48

Bell Food Group

48

Highlights Bell Food Group

48

Coop-Produktionsbetriebe

49

Highlights aus den Food-Formaten

49

Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion

Transgourmet erholt sich gut von der Corona-Pandemie, baut seine Nachhaltigkeitsleistungen weiter aus und positioniert sich mit der Integration von Transgourmet Ibérica als einer der Marktführer im europäischen Belieferungs- und Abholgrosshandel. Die geopolitische Lage, höhere Energie- und Rohstoffpreise sowie klimatische Veränderungen wirken sich auch auf die Coop Produktionsbetriebe aus.

15.7 Mrd. CHF

Nettoerlös im Grosshandel und in der Produktion

Nach dem Ende der coronabedingten Restaurant-Schliessungen Anfang des Jahres stieg die Nachfrage bei der Transgourmet-Gruppe wieder rasant an. Auch die Integration von Transgourmet Ibérica, die mit Spanien einen der grössten Gastronomie-Märkte Europas bedient, wirkte sich sehr positiv auf die Entwicklung der Gruppe aus. Die internationale Lage hatte jedoch starken Einfluss auf die internationalen Beschaffungsmärkte, und auch Währungseinflüsse, Energiepreissteigerungen und punktuelle Export-

stopps stellten sowohl den Grosshandel als auch die Produktion vor grosse Herausforderungen. Trotz allem erzielte der Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion der Coop-Gruppe im Jahr 2022 einen Nettoerlös von über 15.7 Milliarden Franken. Das sind 14.6% mehr als im letzten Jahr.

Transgourmet-Gruppe

Mit der Tochtergesellschaft Transgourmet Holding AG ist die Coop-Gruppe im Abhol- und Belieferungsgrosshandel in Deutschland, Polen, Rumänien, Spanien, Frankreich, Österreich und der Schweiz aktiv. Transgourmet erwirtschaftete 2022 mit ihren Cash & Carry-Märkten und dem Belieferungsgrosshandel einen Nettoerlös von 11.1 Milliarden Franken, was einer Steigerung von rund 22% entspricht. Die Position als Nummer zwei im europäischen Grosshandel konnte Transgourmet auch im vergangenen Jahr weiter ausbauen. Mit nachhaltigen Sortimenten erwirtschaftete Transgourmet 2022 einen Umsatz von 847 Millionen Franken.

Mit der Integration von Transgourmet Ibérica ist die Coop-Gruppe nun auch in einem der grössten Gastronomie-Märkte Europas präsent. Aufgrund des Ukraine-Konflikts zog sich Transgourmet zudem vollständig aus den Geschäftstätigkeiten in Russland zurück. Die Geschäftsaktivitäten von Selgros und Global Foods wurden im Rahmen eines Management-Buy-outs vor Ort weitergeführt. Damit konnte den betroffenen Mitarbeitenden eine Perspektive gegeben werden.

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. Weitere Informationen zur Transgourmet-Gruppe finden Sie auch auf www.transgourmet.com.


TRANSGOURMET

Deutschland

Deutschland

Unter der Dachmarke Transgourmet Deutschland sind die Spezialisten Transgourmet für den Belieferungsgrosshandel und Selgros Cash & Carry für den Abholgrosshandel vertreten. Hinzu kommen weitere spezialisierte Unternehmen mit einem breiten Leistungsangebot.

Highlights 2022

- Transgourmet Deutschland inkl. Selgros und Transgourmet Foodservice verzeichnet Rekordumsatz
- Überdurchschnittliches Wachstum der Nachhaltigkeitssortimente um 39.8%, wobei Bio-Produkte (+82.8%) und Plant Based-Produkte (+46.1%) Spitzenreiter sind
- Eigenmarkenumsatz erstmals über der 500-Millionen-Euro-Marke
- Verdoppelung des Umsatzes im Webshop
- Klimaneutrale Belieferung der Kundinnen und Kunden seit dem 1. Oktober mit dem Konzept „Grüne Logistik“
- Erweiterung des Crowdfarming-Projekts „Ursprungs-Fischaktie“ mit einer Geflügelaktie
- Seit November Unterstützung von Landwirten bei der Umstellung von konventioneller auf ökologische Landwirtschaft mit den „Bio-Möglichmachern“
- Bronze-Medaille im Nachhaltigkeitsrating „Ecovadis“
- Umbau des Selgros-Marktes ein grosser Erfolg mit neuen Masstäben im stationären Grosshandel
- Einführung des „Feinkostshop light“ in den ersten Selgros-Märkten erweitert das bestehende Angebot an exklusiven Sortimenten auf besondere Art und Weise.



Spezialisten



Transgourmet Seafood

- Neuer Umsatzrekord
- Durchführung 1. Innovationsmesse in Bremerhaven
- Auszeichnung mit Branchenpreis „Seafood Star“

EGV

- Übernahme Geschäftsbetrieb der Bauer Frischdienst GmbH in Wasserburg am Inn
- Siebter Vollsortimentsstandort in Deutschland und erstmalig in Bayern ansässig

FrischeParadies

- Umsatzsteigerung auf Vor-Corona-Niveau
- Auszeichnung „Seafood Star“ des Fischmagazins für Niederlassung Frankfurt
- Erweiterung des Eigenmarken-Sortiments „FrischeParadies“ und „QSFP“ (QualitätsSiegelFrischeParadies)
- Go-live des FrischeParadies-B2B-Shops als neuer Bestellkanal
- Ausbau Zusammenarbeit mit Transgourmet Cook

Gastronovi

- Integration von Lieferplattformen wie beispielsweise Lieferando, Wolt oder Uber Eats ins Gastronovi Office
- Weiterentwicklung des Gastronovi-Selbstbedienungskonzeptes

Sump & Stammer

- Aufstieg zum Marktführer bei Lebensmittelversorgung von Kreuzfahrern in Europa
- Einstieg in Luxus- und Expeditionsmarkt mit Produkten der höchsten Qualität

TEAM BEVERAGE

- Umsatzstabilisierung in Grosshandel und Gastronomie auf Vor-Corona-Niveau
- Marktanteilsgewinne durch sechs neue Getränkefachgrosshandel-Partner
- Umsatzrekord Gastivo mit rund 179 Mio. Franken
- Roll-Out der neuen Website und App

GEVA Gastro

- Umsatzsteigerung von GEVA Gastro um fast 96% im Vergleich zum Vorjahr
- Implementierung der neuen Gastivo-App
- Neue GEVA-Gesellschafter Südstar, Westdeutscher Getränke Handel und Heurich

Sanalogic

- Positive Entwicklung: Kundenzuwachs in 2022 im zweistelligen Prozentbereich
- Pflege der Transgourmet-Artikeldaten durch Sanalogic Solutions

Niggemann

- Profitables Wachstum im Berichtsjahr
- Nachhaltige Verbrauchsreduzierung im Fuhrpark
- Logo-Relaunch und Roll-out neue Website

Märkte, Betriebe,
Zentralen

96

Mehr Informationen: www.transgourmet-deutschland.de



Rumänien

Selgros România mit Sitz in Brasov betreibt 23 Cash & Carry-Märkte mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 193 235 m². Das Unternehmen verfügt über ein Sortiment von über 44 000 Food- und Non-Food-Artikeln. Die Belieferung von Gastronomiekunden erfolgt aus den einzelnen Märkten. In Bukarest werden die Kunden über ein eigenes Zustelllager bedient.

Highlights 2022

- Marktanteile im Gastronomiesegment stabil
- Erweiterung Sortiment Frische, insbesondere Bio, aktuell 1 200 gelistete Artikel
- Erweiterung Eigenmarke Topseller im Preiseinstiegssegment, aktuell 311 Artikel
- Energiesparende Massnahmen und Reduktion CO₂e-Fussabdruck durch Austausch von Kälteanlagen und Kühlmöbeln im Markt Timisoara
- Photovoltaik-Anlagen auf den Märkten Cluj und Arad



Märkte

23

Mehr Informationen: www.selgros.ro


TRANSGOURMET

Polska

Polen

Transgourmet Polen ist mit Selgros Cash & Carry einer der grössten Abholspezialisten des Landes.

Highlights 2022

- Marktanteilsgewinne im Foodservice-Segment und Rekordnettoerlös seit Start im Jahr 2015 mit 41% Steigerung im Vergleich zum Vorjahr
- Steigerung von Gastro-Umsätzen im Cash&Carry-Segment im Vergleich zum Vorjahr von 37%
- Umsatzsteigerung beim Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Vorjahr um 17% trotz sinkender Anzahl Läden auf dem polnischen Handelsmarkt
- Erweiterung der Eigenmarke TopSeller um 40 neue Produkte auf insgesamt 119 – Umsatzsteigerung um 202% zum Vorjahr
- Stärkung der Eigenmarken mit einer Umsatzsteigerung von 7% zum Vorjahr
- Veranstaltungen und Jubiläumswettbewerbe für Kundinnen und Kunden und Mitarbeitende zum 25-Jahr-Jubiläum von Transgourmet Polen
- Start neuer Webshop für Hotel-, Restaurant- und Catering-Kunden
- Transgourmet Polen als Gastronomiepartner einer der grössten Musikveranstaltungen Polens sowie von "Lotto Triathlon Energy"
- Baubeginn der zwei Foodservice-Lager in Schlesien
- Eröffnung Transshipment Point in Stettin
- Pilotprojekt Photovoltaik-Anlage in Selgros-Markt
- Einführung Microsoft Office 365
- Unterstützung der Ukraine durch Transgourmet Polen mit Lebensmitteln für Einwohner in Charkiw in Zusammenarbeit mit der Partnerstadt Posen, Übergabe von Hygieneartikeln, Feldbetten, Decken, Matratzen, Schlafsäcken in Zusammenarbeit mit Caritas Polen, Geld und Geldgutscheinen für Kinder und Jugendliche aus der Ukraine in Warschau in Zusammenarbeit mit "Freunde des Warschauer Vereins", Warenspenden



TRANSGOURMET



SELGROS

Märkte



19

Mehr Informationen:

www.transgourmet.pl



Frankreich

Im französischen Belieferungsgrosshandel belegt Transgourmet den zweiten Platz.

Highlights 2022

- Ausbau der Marktanteile dank Entwicklung des “one-stop delivery”-Konzepts und den entsprechenden Kundenverträgen
- Entwicklung des Konzepts “Smart Cuisine” mit Einführung einer Lösung aus miteinander verbundenen Automaten und Kühlschränken, das ein schlüsselfertiges, qualitativ hochstehendes Catering-Angebot in Selbstbedienung rund um die Uhr ermöglicht
- Einführung eines neuen Sortiments mit frisch gekochten Mahlzeiten in Einmachgläsern, die das “Smart Cuisine”-Angebot ergänzen
- Erweiterung des Premiumangebots
- Lancierung und Weiterentwicklung des Konzepts Plant-based
- Einführung von 250 “tg Natura”-Produkten
- Die Eigenmarke Couvertures Legave aus dem Sortiment der Bäckerei- und Konditoreiprodukte neu als Fairtrade-Produkte
- Systematische Digitalisierung der Kataloge und Publikationen zu 100%, Reduzierung der Druckprodukte
- Teilnahme an der Europäischen Nachhaltigkeitswoche mit mehreren Veranstaltungen in den Niederlassungen
- Installation einer Photovoltaik-Anlage am Standort in Saint Loubès, einem ökologisch konzipierten Gebäude mit einer “very good”-Zertifizierung nach BREEAM
- Erneuerung der Lkw-Flotte mit Investitionen in neue, umweltfreundlichere Modelle (Biodiesel und Gas) und Versuche mit elektrisch betriebenen Lkw
- Partnerschaft mit dem Campus Hectar, dem grössten landwirtschaftlichen Campus der Welt, mit einer Pilotfarm für regenerative Landwirtschaft
- Lancierung eines Joghurt-Sortiments namens “tg Origine”, das aus der Milchproduktion der “Ferme des Godets” auf dem Campus Hectar hergestellt wird
- Partnerschaft mit der Köchin Nadia Sammut – Einführung eines Angebots an Produkten ohne Gluten, Eier und Laktose (Kom&Sal)
- Partnerschaft mit der FMS Food Management School, der ersten Hochschule, die sich auf die Lebensmittelindustrie spezialisiert hat
- Auszeichnung zum vierten Mal in Folge durch die Zeitschrift “Capital” als bester Arbeitgeber der Branche
- Platzierung unter den Top 10 der französischen Unternehmen aus allen Sektoren, die sich für Diversität engagieren, und erster Platz im Sektor “Grosshandel” (Ranking der Zeitschrift “Capital” in der Juni-Ausgabe von 2022)



Spezialisten



Lager

42

Mehr Informationen: www.transgourmet.fr


TRANSGOURMET

Ibérica

Spanien

Im spanischen Markt ist Transgourmet durch sein Cash & Carry- und Einzelhandelsgeschäft das führende Unternehmen im Lebensmittelgrosshandel.

Highlights 2022

- 153 Mio. CHF Umsatz im Bereich Food Service überschritten
- Neues Verkaufsteam für Food-Service-Projekt in den wichtigsten Städten
- Deutliches Wachstum im E-Commerce und Telesales
- Grosse Marktanteilsgewinne als Franchise-Anbieter im Einzelhandel von 25%
- Einführung der Marke Natura mit mehr als 100 Produkten in den Cash&Carry-Märkten und fast 300 Produkten bei den Franchisepartnern
- Umstellung auf Economy und Quality im gesamten Eigenmarkensortiment, begleitet von einer internen und externen Kommunikationskampagne
- Eröffnung von zwei neuen Tankstellen in Palamós und Vinarós
- Renovation von drei Cash&Carrys in Sant Boi, Terrassa und Mataró
- Neues Layout in elf Frischemärkten
- 84 neue Franchisenehmer im Retail
- Integrierte Verteilzentrale in Andalusien, die sowohl Cash&Carry- als auch Retail-Kundinnen und -Kunden mit gekühlten, tiefgekühlten und trockenen Produkten beliefert
- Investitionen von 4.2 Mio. CHF in Photovoltaik-Anlagen für Cash&Carry-Märkte
- Installation von LEDs in 24 Märkten
- Beschaffung von 116 Hybridfahrzeugen


GROS MERCAT

GM CASH

TRANSGOURMET

Spezialisten

suma
PROXIM
SPAR

Märkte


70

Mehr Informationen:

www.transgourmet.es



Österreich

In Österreich betreibt Transgourmet Standorte mit Abhol- und Zustellservice sowie Märkte mit ausschliesslich Abholservice und ist damit die führende Gastronomie-Grosshändlerin.

Highlights 2022

- Rekordumsatz im Berichtsjahr
- Vorsprung gegenüber Mitbewerbern ausgebaut und Marktanteile durch Expansion und Akquisitionen auf 28.9% gesteigert
- Eröffnung des vierzehnten Transgourmet-Standorts in Zell am See
- Übernahme des Gastrogrosshändlers Riedhart in Tirol
- Neueinführung der Konzept-Marke Transgourmet Plant-based
- Wachstum der Eigenmarke Transgourmet Natura auf über 300 Artikel
- TRINKWERK feiert als Getränkefachgrosshändler von Transgourmet sein 10-jähriges Bestehen
- Erwerb einer Mitbewerber-Immobilie in Klagenfurt (Kärnten)
- Vierte Auflage der Transgourmet-PUR-Veranstaltung mit über 4 500 Teilnehmenden und einer weiterentwickelten Transgourmet-App
- Wiederverwendbare, nachhaltige Sicherungsplatten für Rollcontainer in der Gastronomie und Hotellerie flächendeckend in ganz Österreich im Einsatz



Spezialisten



Märkte

14⁺¹

Mehr Informationen:

www.transgourmet.at




TRANSGOURMET

Schweiz

Schweiz

In der Schweiz ist Transgourmet/Prodega Marktführerin im Abhol- und Belieferungsgrosshandel.

Highlights 2022

- Neukunden im Bereich Altersheime und Spitäler aufgrund des Transgourmet-Care-Konzeptes
- Sicherung der Warenverfügbarkeit als Schwerpunkt 2022
- Weiterentwicklung der Eigenmarke Transgourmet Plant-based mit Ausbau des Sortimentes
- Weiterentwicklung der Bio-Eigenmarke Transgourmet Natura mit Ausbau des Sortimentes
- Breite Lancierung der Sous-vide-Produkte von Bell, welche sichere Qualität, schnelle Zubereitung und Kalkulationssicherheit bieten
- Inbetriebnahme der neuen Photovoltaikanlage in Givisiez per Mai, Abdeckung von 30 Prozent des Standort-Stromverbrauchs
- Weitere Anstrengungen, um direkt verursachte CO₂e-Emissionen bis 2026 im Vergleich zu 2021 um 21% zu senken
- Umstellung von Karton auf IFCO-Mehrweggebinde in der Belieferung per Juli, jährliche Einsparung von 200 Tonnen Karton und Reduktion des Wasserverbrauchs um 80 Prozent gegenüber Karton-Recycling
- Beschaffung von zwei neuen 2-Zonen-Elektrolastwagen für die Transgourmet-Flotte im Grossraum Zürich, Einsparung von rund 60–80 Tonnen CO₂e bei Tourenlängen von rund 150–200 km pro Tag
- Weitere Prodega-Märkte in Dietikon, Dübendorf und Bellach modernisiert
- Umstellung auf die elektronische Rechnungs-Eingangsverarbeitung für erleichterte Workflows, kürzere Wege und beschleunigte Prozesse


PRODEGA

TRANSGOURMET

Spezialisten



FRISCHE PARADIES



CASA del VINO



VINATTIERI

- Dritter, eigener stationärer Verkaufsladen von Casa del Vino seit Herbst im Frischeparadies Zürich, zusätzlich zu den Verkaufsstellen Birrhard und Lugano
- Vinattieri: Lancierung des Rosso del Ticino DOC “811” mit Jahrgang 2020 und des Weissweins “Vinattieri Bianco Reserva 2021” mit Trauben aus den Kalksteinböden des Monte San Giorgio (UNESCO-Kulturerbe) als Erweiterung für das Angebot an Spitzenweinen für die gehobene Gastronomie
- Frischeparadies: starkes Wachstum nach Corona, Gewinnung neuer Kundinnen und Kunden in Zürich, der Zentralschweiz und der Ostschweiz.
- Frischeparadies: Ausbau der Thunfisch-Kompetenz für Sushi-Kunden mit neuem Zuschnittservice und Superfreezer (–60°C)
- Stärkung der Frischeparadies-Eigenmarke QSFP (Qualité supérieure sélectionnée pour Frischeparadies) in Zusammenarbeit mit Frischeparadies Deutschland

Märkte


31

Mehr Informationen:

www.transgourmet.ch

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.

1.68 Mrd. Umsatz

mit nachhaltigen Produkten
in der Produktion

Der Nettoerlös des Bereichs Coop Genossenschaft Produktion betrug 2022 834 Millionen Franken. Hinzu kommt der Nettoerlös der Bell Food Group, der auf über 4.3 Milliarden Franken wuchs. Der Gesamtumsatz in der Produktion mit nachhaltigen Sortimenten belief sich 2022 auf rund 1.68 Milliarden Franken. Somit konnte Coop den Nachhaltigkeitsumsatz im Bereich Produktion um 7.6% gegenüber dem Vorjahr steigern.

Bell Food Group

In einem herausfordernden Geschäftsjahr 2022 erzielte die Bell Food Group ein sehr gutes Ergebnis und landete auf dem Niveau des Rekordvorjahres. Das ist insbesondere erfreulich, weil 2022 geprägt war von der Normalisierung der Corona-Situation und von deutlichen Kostensteigerungen, die einen erheblichen Einfluss auf den Geschäftsgang hatten. Einen wesentlichen Anteil am guten Ergebnis hatte das Geschäft mit internationalen Rohschinken und nachhaltigen Geflügelprodukten in Europa, das im Berichtsjahr nochmal deutlich zugelegt hat.

Die Normalisierung der Corona-Situation hatte den erwarteten Effekt, dass die Retailumsätze leicht zurückgegangen sind und sich der Absatzkanal Food Service erholt hat. Davon profitierte in erster Linie das stärker auf den Food Service und den To-go-Bereich ausgerichtete Convenience-Geschäft. Das Geschäft mit Fleisch und Charcuterie in der Schweiz konnte mit seinem starken Retail-Standbein hingegen nicht mehr ganz an die sehr hohen Volumen aus den Vorjahren anknüpfen.

Die Kostensteigerungen für Energie, tierische und pflanzliche Rohstoffe, Futtermittel sowie Hilfs- und Verpackungsmaterialien hatten im Berichtsjahr einen signifikanten Einfluss auf den Geschäftsgang. Auf dem Beschaffungsmarkt machten sich durch den heissen und trockenen Sommer neben höheren Preisen auch Qualitäts- und Verfügbarkeitsprobleme für tierische und pflanzliche Rohstoffe bemerkbar. Dies führte insgesamt zu einer signifikanten Erhöhung der Inputkosten, die nur durch Preisanpassungen aufgefangen werden konnten.

Im Verlauf des Jahres sind die Inflationsraten in Europa überall angestiegen. Dies beeinflusste neben den Produktionskosten gegen Ende des Jahres zunehmend auch das Konsumverhalten. Rezessionsängste und die Abnahme der Kaufkraft führten zu einer Verschiebung der Nachfragesituation. Der Absatz von teureren Markenartikeln und Produkten mit nachhaltigem Mehrwert ging zurück, dafür wurden vermehrt preisgünstigere Standardsortimente und Eigenmarken nachgefragt.

Highlights Bell Food Group

Die Bell Food Group gehört zu den führenden europäischen Herstellern von Fleisch und Convenience-Produkten und ist Marktführer in der Schweiz. In der folgenden Tabelle finden Sie die Highlights der Bell Food Group.

Highlights 2022

- In einem anspruchsvollen Marktumfeld erzielte die Bell Food Group ein erfreuliches Jahresergebnis und konnte an das hervorragende Vorjahr anschliessen.
- Von der Normalisierung der Corona-Situation profitierte der Absatzkanal Food Service, der im Berichtsjahr deutlich zugelegt hat.
- Der Geschäftsbereich Bell Schweiz verzeichnete ein gutes Geschäftsjahr. Wegen seiner starken Verankerung im Retail konnte dieser die pandemiebedingten hohen Volumen aus den Vorjahren zwar nicht ganz erreichen, legte aber im Food Service dafür deutlich zu.
- Dank der guten Marktposition in den strategischen Fokussegmenten Geflügel und Rohschinken konnte der Geschäftsbereich Bell International wachsen und das bereits sehr gute Vorjahr nochmal klar übertreffen.
- Der Geschäftsbereich Eisberg war im Food Service und bei den trendigen To-go-Sortimenten erfolgreich. Das klassische Geschäft mit Beutelsalaten litt aber unter den schwierigen Rahmenbedingungen.
- Der Geschäftsbereich Hilcona verzeichnete 2022 einen Rekordumsatz. Erfolgreich waren die Segmente Pasta und Sandwiches. Steigende Kosten und die schwache Konsumstimmung drückten aber auf die Ertragslage.
- Mit seinem starken Standbein im Food Service profitierte der Geschäftsbereich Eisberg von der Normalisierung der Corona-Situation. Allerdings führten höhere Preise und die schwierige Verfügbarkeit von Roh- und Hilfsstoffen zu steigenden Produktionskosten.
- Im Berichtsjahr ist die neue Nachhaltigkeitsstrategie der Bell Food Group mit einer Geltungsdauer bis 2026 in Kraft getreten. Es wurden acht strategische Handlungsfelder definiert. Zudem wurde erstmals auch die vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette berücksichtigt.
- Der neue Convenience-Produktionsbetrieb im österreichischen Marchtrenk konnte die Auslastung in den letzten beiden Jahren mehr als verdoppeln.
- Das Investitionsprogramm Schweiz befindet sich auf Kurs.
- Am Hilcona-Hauptsitz in Schaan (FL) wurde im Berichtsjahr die erste Etappe des schrittweisen Ausbaus fertiggestellt.
- Eisberg hat den Standort Villigen im Rahmen der Standortkonsolidierung geschlossen und die Aktivitäten auf andere Betriebe verlagert.
- Am Standort Oensingen wurde der Bau des Tiefkühlagers fertiggestellt.



Produktneuheiten



2 000

Mehr Informationen:

www.bellfoodgroup.com

Coop-Produktionsbetriebe

Highlights aus den Food-Formaten

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.

swissmill

Die Schweizer Getreidemühle.

Mehl, Mehlmischungen, Hartweizengriess, Polenta, Haferflocken, Extruderprodukte.

Highlights 2022

- Wachstum der Absatzvolumen um 1.3% auf über 220 000 Tonnen
- Herausforderungen der Rohwarenbeschaffung der schwierigen Ernten 2021 und 2022 hinsichtlich Mengen, Qualität und steigender Preise gut gemeistert
- Weiterer Ausbau der Marktanteile auf 35.6% der in der Schweiz verarbeiteten Getreide zur menschlichen Ernährung
- Nachhaltigkeitsvolumen Bio und IPS auf über 58 450 Tonnen
- Lancierung innovativer Produkte im Segment Hafer-Milchersatz
- Weitere positive Fortschritte im Pilotprojekt Zoï – Verwertung von Mühlennachprodukten für die Produktion von hochwertigen Insektenproteinen

Verarbeitungs-
menge



220 000 Tonnen

Mehr Informationen: www.swissmill.ch

HALBA

SWEET. SALTY. SWISS.

Schokolade: Tafeln, Confiserie- und Saisonartikel, Industrie.

Snacks: Nüsse, Trockenfrüchte, Kerne.

Back- und Kochzutaten: Zucker, Backzutaten, Hülsenfrüchte, Trockenpilze und -gemüse.

Highlights 2022

- Starkes Wachstum bei veganen Schokoladeprodukten
- Aufgrund wirtschaftlicher Entwicklungen anspruchsvolles Exportgeschäft, positive Ergebnisse von Messeauftritten in Singapur, Melbourne und Chicago
- Innovative Weiterentwicklung der Produktpalette in Richtung "Spezialitäten" wie beispielsweise Schokolade mit 100% Kakaoanteil, "sugar-free/sugar-reduced", vegane oder proteinhaltige Rezepturen
- Inbetriebnahme neuer Eintafel-Anlage und der Verpackungs-Erweiterung (Flowpack) zur Sicherstellung der Kapazitäten
- Minimierung der Preis- und Verfügbarkeitsrisiken durch frühzeitige Rohstoffabdeckung und Mehrlieferantenstrategie
- Ausbau Nachhaltigkeits-Projekte im Bereich dynamischer Agroforst und Einführung existenzsichernde Einkommen für Kakaobäuerinnen und Bauern in Ghana

Produktions-
menge



46 300 Tonnen

Mehr Informationen: www.halba.ch

Steinfels

S W I S S

Kosmetika, Wasch- und Reinigungsmittel, Hygiene-
produkte.

Highlights 2022

- Rekordumsatz nach Relaunch der Sherpa-Tensing-Produkte mit neuem Design und umweltfreundlicheren Rezepturen
- Deutliche Marktanteilsgewinne bei der professionellen Hygiene, auch aufgrund nachhaltiger Produkte und umfassenden Serviceangebots
- Erfolgreiche Einführung der digitalen Services für Hygiene HACCP
- Erstes Kreislaufprojekt mit Kunststoffpackungen erfolgreich lanciert, Kanister der Professional-Produkte rezykliert und zu Fox-Flaschen verarbeitet
- Projekt "WinTurbo" – Erneuerung der Kosmetikproduktion schreitet planmässig voran

Produktions-
menge



18 020 Tonnen

Mehr Informationen: www.steinfels-swiss.ch

Bananenreiferei

Bananen, exotische Früchte wie Ananas und Kiwi, Trockenfrüchte.

Highlights 2022

- Aufbau Automation der Reifegraderkennung
- Digitalisierung der Qualitätsprüfung im Wareneingang und -ausgang

Produktions-
menge



33 203 Tonnen

Coop Bäckereien

Frischbrote (Brote, Kleinbrote, Zöpfe), Tiefkühlprodukte, Kuchen und Gebäck, Torten und Patisserieartikel sowie Verkaufsteige.

Highlights 2022

- Ausbau der Anzahl Hausbäckereien um 4 auf total 61
- Weitere Expansion des sehr erfolgreichen Konzepts "Frischgemacht" auf insgesamt 90 Standorte
- Erfolgreiche Zertifizierungen der Bäckereien auf höheres IFS-Niveau
- Überarbeitung der "Best in Class" wie Zöpfe und Schenkeli
- Aufnahme der Schenkeli-Produktion in der Bäckerei Gossau
- Ausbau des Drittkundengeschäftes im Detailhandel mit Spezialprodukten
- Erfolgreicher Rollout der vorgebackenen Brote für die Verkaufsstellen in den Regionen Ostschweiz, Nordwestschweiz, Zentralschweiz und Zürich und Bern

Produktionsmenge

 **68 897** Tonnen

Mehr Informationen: www.coop.ch/baekerei

Cave

Weissweine, Roséweine, Rotweine, Perlweine, Schaumweine, aromatisierte weinhaltige Getränke

Highlights 2022

- Warenverfügbarkeit an Fertigerzeugnissen trotz erheblicher Einschränkungen in den Beschaffungsmärkten auf gutem Niveau sichergestellt
- Verfügbare Kapazität zur Vinifikation mit der Ernte 2022 vollumfänglich genutzt
- Ausbau des Produkt-Portfolios bei Transgourmet Schweiz mit positivem Trend
- Neuer Bio-Glühwein erfolgreich realisiert
- Verpackungsformat "Bag in Box" erfolgreich ausgebaut

Fülleistung  **35 300 000** Liter



pearlwater

Mineralwasser und zuckerhaltige Limonaden.

Highlights 2022

- Coop-Sortimenterweiterung Schnitzwasser Orange 1l, Swiss Alpina & Passionsfrucht 1l
- Photovoltaik-Freilandanlage Baugesucheingabe mit Umsetzung 2023, nach Umsetzung jede zweite Flasche aus Solarstrom
- Freigabe Projekt Reduzierung Ölheizung durch Einsatz Wärmepumpe/Quellwasser und Rückgewinnung Abwärme-Kompressoren
- Vier Sondierbohrungen ausgeführt für Erschließung einer neuen Quelle mit positivem Ergebnis, leicht mineralisiertes Wasser gefunden

Abfüllmenge

 **81 058 944** Liter

Mehr Informationen: www.pearlwater.ch

REISMÜHLE 
NUTREX

Bio- und Fairtrade-Reis, Reisspezialitäten und Reismischungen, Essig und Essigspezialitäten.

Highlights 2022

- Starkes Umsatzjahr im Detailhandel und wieder wachsender Absatz in der Gastronomie
- Neuer Firmenauftritt Reismühle Nutrex umgesetzt
- Werkseröffnung Essig in Brunnen inkl. Jubiläen 66 Jahre Reismühle und 80 Jahre Essigproduktion
- Neue Abfülllinie für "Mischungen/Kleinpäckungen" in Betrieb genommen
- Neuer Aceto Balsamico Ticino auf den Markt gebracht
- Ausbau des Demeter-Sortiments im Reis
- Export-Einschränkungen für Projektreis durch neue EU-Regelung für Rohstoffe aus Indien und Pakistan

Produktionsmenge

 **20 654** Tonnen

Mehr Informationen: www.reismuehle.ch

Mitarbeitende

4

Attraktivität als Arbeitgeberin 54

Employer Branding 54

Massnahmen zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität 54
Motivierende Managementtagung 2022 54

Frauen im Kader 54

Aufbau Netzwerk Kaderfrauen 54

Arbeitsbedingungen 54

Neuer GAV mit Verbesserungen für die Mitarbeitenden 54
Transgourmet Frankreich für seine Diversität ausgezeichnet 54

Unternehmertum und Führung 55

Markt- und gendergerechte Lohnstruktur 55

Zertifizierte Lohngleichheit 55

Führungskräfteentwicklung 55

Stark nachgefragte Kaderentwicklungsprogramme 55

Talentmanagement und Campus 55

Neue Kompetenzen mit E-Learnings 55
Start Pilotprojekt zur Förderung der Talente und Stärken der Lernenden 55

Change Management 56

Unternehmenskultur 56

Coop führt eine App für Mitarbeitende ein: myCoop 56

Digitale HR-Prozesse 56

Erleichterungen für Mitarbeitende dank Mobile-Tools 56

CPV/CAP Pensionskasse Coop 56

Herausforderndes Anlagejahr für die CPV/CAP Pensionskasse Coop 56

Mitarbeitende

Coop wächst weiter und investiert viel in die Weiterbildung und Entwicklung ihrer Angestellten. Das Thema Gleichstellung erlebt nochmals einen Schub und die rasch voranschreitende Digitalisierung erleichtert den Arbeitsalltag der Mitarbeitenden.

94 790

Mitarbeitende
in der Coop-Gruppe

Insgesamt zählte das Unternehmen im Berichtsjahr 94 790 Mitarbeitende in den Geschäftsbereichen Detailhandel und Grosshandel/Produktion.

Fast 63% der Arbeitsplätze befinden sich in der Schweiz. Coop tut viel für sichere und chancenreiche Arbeitsplätze und bietet ihren Mitarbeitenden im Schweizer Detailhandel in allen Landesteilen die besten Arbeitsbedingungen. Das Unternehmen ist der einzige grosse Detailhändler, der mit fünf verschiedenen Sozialpartnern einen Gesamtarbeitsvertrag abgeschlossen

hat. Dem Gesamtarbeitsvertrag Coop sind über 38 000 Mitarbeitende angeschlossen. Alle Mitarbeitenden erhalten marktgerechte Löhne und profitieren von diversen attraktiven Personalvergünstigungen. Unter anderem übernimmt Coop für ihre Mitarbeitenden in der Schweiz zwei Drittel der Versicherungsbeiträge bei der CPV/CAP Pensionskasse Coop.

Mit 2 670 Lernenden – allein in der Schweiz – ist Coop landesweit die zweitgrösste Lehrstellenanbieterin. Zur Auswahl stehen 32 verschiedene Berufe in Verkauf, Verwaltung, Logistik und Produktion. Rund 30 vollamtliche Lernendenbetreuende und mehr als 2 000 Berufsbildende begleiten und unterstützen die jungen Erwachsenen. Über 70% der Lernenden beschäftigt Coop nach Abschluss der Lehre weiter. Viele bringen aufgrund ihrer soliden und anspruchsvollen Basisausbildung ideale Voraussetzungen mit, um bald erste Führungsaufgaben zu übernehmen.

Neben der Rekrutierung neuer Kräfte sind die Qualifizierung und Begeisterung der Mitarbeitenden für den technologischen Wandel und die Digitalisierung eines der wichtigsten Ziele der Personalarbeit von Coop.

Den aktuellen Herausforderungen auf dem Arbeitsmarkt begegnet Coop mit folgenden strategischen Schwerpunkten:

Human Resources Management

Attraktivität als Arbeitgeberin

Employer-Branding
Frauen im Kader
Arbeitsbedingungen

Unternehmertum und Führung

Markt- und gendergerechte
Lohnstruktur
Führungskräfteentwicklung
Talentmanagement
und Campus

Change Management

Technologiewandel
im Detailhandel
Unternehmenskultur
HR als Business-Partner
Digitale HR-Prozesse

Attraktivität als Arbeitgeberin

Employer Branding

Massnahmen zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität

Um die Attraktivität von Coop als Arbeitgeberin noch weiter zu steigern, hat Coop im Berichtsjahr eine Marktforschungsstudie gestartet. Daraus werden entsprechende Massnahmen für die weitere Stärkung der Arbeitgebermarke abgeleitet. Auch der Rekrutierungsprozess gestaltet sich dank der pilotierten HR-Landingpage für Bewerbende jetzt noch einfacher. Durch die Präsenz von Coop an diversen Online- und Offline-Events und Hochschulmessen für Absolvierende konnte auch diese Zielgruppe noch nachhaltiger erreicht werden. Die wachsende Online-Präsenz auf LinkedIn mit zielgerichtetem Content für über 110 000 Followerinnen und Follower unterstützt Coop ebenfalls bei der Anwerbung von neuen Fachkräften.

Motivierende Managementtagung 2022

Am 22. Juni begeisterte die grosse Coop Managementtagung, die auf dem Attisholz-Areal stattfand, rund 3 400 Kadermitarbeitende. Die Wertschätzung und der Dank für die geleistete Arbeit während der anspruchsvollen Zeit der Corona-Pandemie standen im Zentrum.

Frauen im Kader

37.1%

Frauenanteil im Kader der Coop-Gruppe

Aufbau Netzwerk Kaderfrauen

Bereits heute beträgt der Frauenanteil im Kader der Coop-Gruppe 37.1%. Um diesen Anteil in Zukunft noch weiter zu erhöhen, hat eine Arbeitsgruppe aus verschiedenen Fachfrauen aus unterschiedlichen Formaten und Direktionen erstmalig einen nationalen Anlass für Coop-Kaderfrauen durchgeführt. Rund 450 Teilnehmerinnen waren im August 2022 beim Kick-off dabei. Ziel des Netzwerks ist es, möglichst vielen Frauen aus den eigenen Reihen Mut für einen nächsten Karriereschritt zu machen und sie dabei bestmöglich zu unterstützen. Das Netzwerk dient auch dem Erfahrungsaustausch und soll eine Inspirationsquelle sein. Erste regionale Netzwerkanlässe wurden anschliessend in den Regionen Ostschweiz, Nordwestschweiz/Zentralschweiz/Zürich und Bern durchgeführt.

Arbeitsbedingungen

Neuer GAV mit Verbesserungen für die Mitarbeitenden

Als erste Schweizer Detailhändlerin hat Coop 1914 einen Gesamtarbeitsvertrag (GAV) eingeführt. Dank den fünf Sozialpartnern ist der GAV so breit abgestützt wie kein anderer in der Branche. Der GAV regelt die Grundlage für gute Beziehungen und fortschrittliche Anstellungsbedingungen im Detailhandel. Am 1. Januar 2022 wurde der neue GAV mit verschiedenen Verbesserungen für Coop-Mitarbeitende eingeführt. Nebst der Lohngerechtigkeit unterstützt Coop beispielsweise Mitarbeitende mit einem Vaterchaftsurlaub von drei Wochen sowie mit finanziellen Beiträgen für die externe Kinderbetreuung (Coop Child Care).

Transgourmet Frankreich für seine Diversität ausgezeichnet

Das Magazin "Capital" hat Transgourmet Frankreich als bestes Unternehmen im Grosshandel in puncto Diversität ausgezeichnet. Über alle 300 im Rating berücksichtigten Unternehmen in Frankreich belegte das Unternehmen den sehr guten 8. Rang. Das Magazin zeichnet mit der Rangliste Unternehmen aus, die sich aktiv gegen Sexismus, Rassismus oder Homophobie engagieren.

Unternehmertum und Führung

Markt- und gendergerechte Lohnstruktur

Zertifizierte Lohngleichheit

Seit 2020 hat Coop von der Schweizerischen Vereinigung für Qualitäts- und Management-Systeme (SQS) für die Coop-Direktionen die Zertifizierung "Fair Compensation" erhalten. Das erhaltene Zertifikat "Fair Compensation" bestätigt, dass die Lohnpolitik von Coop die Kriterien zur Einhaltung von Lohngerechtigkeit erfüllt. Das beweist auch, dass bei Coop alle Mitarbeitenden unabhängig von Geschlecht oder Herkunft die gleichen Chancen haben. Im Jahr 2022 hat Coop auch das zweite Audit für das Zertifikat "Fair Compensation" erfolgreich bestanden.

Führungskräfteentwicklung

Stark nachgefragte Kaderentwicklungsprogramme

Bei Coop wurden im Jahr 2022 rund 1 400 Kandidatinnen und Kandidaten für die "Management & Leadership"-Entwicklungsprogramme gemeldet. Sowohl neue Führungskräfte als auch erfahrene Kadermitarbeitende finden im Coop Campus Anregung und Instrumente für ihren Führungsalltag. Für das CAS FH in "Management & Leadership" respektive CAS FH in "Kultur und Prozesse gestalten" haben sich 2022 40 Teilnehmende eingeschrieben. So kann Coop auch weiterhin rund 70% aller Kaderstellen erfolgreich und nachhaltig intern besetzen.

Talentmanagement und Campus

Neue Kompetenzen mit E-Learnings

Mitarbeitende von Coop haben die Möglichkeit, sich mit rund 200 E-Learning-Kursen neues Fachwissen anzueignen. Im Jahr 2022 wurden insgesamt über 100 000 E-Learnings erfolgreich absolviert. Neben unzähligen Überarbeitungen und Aktualisierungen wurde unter anderem auch das Selbstlernprogramm "go4pro" lanciert. Hier bearbeiten neu eintretende Verkaufsmitarbeitende vier Themen, welche für Coop relevant sind: Nachhaltigkeit, Coop im Markt, Verkaufsförderung und Bewirtschaftung. Aber auch für die Produktions- und Logistikmitarbeitenden stehen unzählige E-Learnings zur Verfügung. Und dank automatisierter Übersetzungsfunktion können sie neuerdings zum Beispiel auch in Tamil, Kroatisch, Ukrainisch oder einer von 70 weiteren Sprachen absolviert werden.

3 417
Lernende
in der Coop-Gruppe

Start Pilotprojekt zur Förderung der Talente und Stärken der Lernenden

Im Februar 2022 wurde mit den Lernenden im zweiten Lehrjahr der Grundbildung Detailhandelsfachleute das Pilotprojekt "Talentförderung bei Lernenden" gestartet. Ziel dieses neuen Prozesses ist es, die Lernenden individuell und nach ihren Talenten, Potentialen und Stärken zu fördern. Die Lernenden haben nach abgeschlossener Überprüfung ihrer Handlungskompetenz und der Identifikation ihrer Talente die Wahl, ob sie die definierten Fördermassnahmen im letzten Lehrjahr umsetzen möchten.

Change Management

Unternehmenskultur

Coop führt eine App für Mitarbeitende ein: myCoop

Gegen 95% der Mitarbeitenden in der Coop-Gruppe haben kein PC-Login. Um auch diese Mitarbeitenden rasch und direkt informieren zu können, führte Coop im Berichtsjahr eine App für Mitarbeitende ein, die auf das Smartphone heruntergeladen werden kann. Sie verfolgt zudem die Ziele, die Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen und den Zusammenhalt untereinander zu stärken. Die App – sie heisst myCoop – stösst auf einen erfreulich grossen Zuspruch. Die Mitarbeitenden tauschen sich in ihrem spezifischen Kanal rege aus, berichten dort über ihre Erfolgsprojekte und erzählen mit Beiträgen spannende Geschichten aus der Coop-Welt. Zudem ermöglicht die myCoop-App den Chat-Austausch untereinander, der insbesondere von Mitarbeitenden ohne Zugriff auf einen eigenen Computer sehr geschätzt wird.

Digitale HR-Prozesse

Erleichterungen für Mitarbeitende dank Mobile-Tools

2022 wurde die Digitalisierung im Bereich Human Resources wesentlich ausgebaut und vorangetrieben. Neben dem Arbeitsvertrags-Prozess für GAV-Mitarbeitende wurde die Zustellung sämtlicher Lohnabrechnungen an die Mitarbeitenden digitalisiert. Gleichzeitig wurden die Workflows im Bereich HR massiv ausgebaut: Heute bietet Coop rund 40 verschiedene Workflows an, welche neu auch direkt über das Handy via Coop Access App gestartet und bearbeitet werden können. Die Nutzungsquote der Coop Access App lag 2022 bei erfreulichen 70%. Zudem verzeichnet Coop pro Monat rund 450 000 Aufrufe auf die mobile Personaleinsatzplanung.

CPV/CAP Pensionskasse Coop

Herausforderndes Anlagejahr für die CPV/CAP Pensionskasse Coop

2022 war ein herausforderndes Anlagejahr für die CPV/CAP. So verzeichneten nahezu alle Asset-Klassen Kursverluste, was sich negativ auf die erzielte Rendite auswirkte. Die Performance der CPV/CAP lag bei -5.8%. Gegenüber der strategischen Benchmark resultierte eine Überschussrendite von +1.1%. Trotz dem schwierigen Umfeld verzinste die CPV/CAP die Altersguthaben im Jahr 2022 mit 2.0%. Der provisorische Zinssatz für das Jahr 2023 liegt ebenfalls bei 2.0%. Die Renten blieben unverändert, dies gilt auch für das Jahr 2023. Der Bestand der aktiven Versicherten lag mit 40 328 über dem Bestand des Vorjahres (39 305 aktive Versicherte). Die Anzahl Rentenbezüger erhöhte sich um 909 Personen auf 22 049 Rentenbezüger per Ende 2022.

Corporate Governance



Konzernstruktur	58
Kapitalstruktur	59
Verwaltungsrat	60
Mitglieder des Verwaltungsrates	60
Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessenbindungen	60
Wahl und Amtszeit des Verwaltungsrates	64
Interne Organisation	64
Kompetenzregelung	64
Informations- und Kontrollinstrumente gegenüber der Geschäftsleitung	65
Geschäftsleitung	66
Mitglieder der Geschäftsleitung	66
Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessenbindungen	66
Managementverträge	68
Vergütungen	69
Mitwirkungsrechte	69
Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen	69
Revisionsstelle	70
Informationspolitik	70

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 2022 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 106 bis 109 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 2021 bis 2025. Die Statuten legen eine Amtszeitbeschränkung auf 20 Jahre sowie eine Altersbeschränkung fest (70. Altersjahr).

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 (> Über uns > Wer wir sind > Genossenschaft)

Per 31. Dezember 2022 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	Jolanda Bossert	Fridolin Eberle	Christian Broggi
Yvan Délèze	Chantal Gagnebin	Evelyn Borer	Stefan Baumann	Markus Eugster	Cristina Calderari
Olivier Grangier	Sandra Ghisoni Schenk	André Dalla Vecchia	Kilian D'Alberto	Christa Flückiger	Carlo Frigerio
Doris Grobéty	Fränzi Grunder	Adrian Fankhauser	Anna Maria Forlano	Remo Keller	Raffaele Sartori
Nicole Hosseini	Jürg Kradolfer	Susanne Jäger	Alexander Gossauer	Kurt Gansner	
Nadine von Büren-Maier	Corinne Lehmann	Peter Jossi	Ronald Hauser	Roberto Godenzi	
Catherine Sahy	Sibylle Miescher	Pascal Konrad	Evelyn Hofer	Hedwig Kohler	
Benoît Santschi	Felix Truffer	Daniel Münger	Cornelia Luchsinger	Richard Kübler	
Catherine Stern	Annette Wisler Albrecht	Karin Alder-Blaser	Alex Rutz	Leonardo Longaretti	
Marc Vauthey	Zippora Wüthrich		Beda Schlumpf	Gabi Senn	

Kapitalstruktur

Die Kapitalstruktur der Coop-Gruppe geht aus der konsolidierten Bilanz (Seite 85 des Geschäftsberichts) und aus den entsprechenden Erläuterungen (Seiten 88 bis 109) 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 2022 setzt sich der Verwaltungsrat der Coop-Gruppe Genossenschaft wie folgt zusammen:

Name	Jahrgang	Aktuelle Funktion	Erstes Amtsjahr	Gewählt bis
Joos Sutter ²	1964	Präsident	2021	2025
Markus Beer	1970	Mitglied, Personalvertreter	2021	2025
Michela Ferrari-Testa	1963	Mitglied, Vertreterin Region Ticino	2006	2025
Michael Fuhrer	1972	Mitglied, Vertreter Region Ostschweiz/FL	2021	2025
Susanne Giger	1970	Mitglied, Vertreterin Region Zentralschweiz-Zürich	2018	2025
Petra Jörg Perrin ²	1964	Mitglied, Vertreterin Region Bern	2017	2025
Doris Leuthard ¹	1963	Mitglied, Vizepräsidentin	2019	2025
Grégoire Ribordy	1971	Mitglied	2021	2025
Bernard Rüeger	1958	Mitglied, Vertreter Region Suisse Romande	2009	2025
Karim Twerenbold	1985	Mitglied, Vertreter Region Nordwestschweiz	2021	2025

¹ Präsidentin des Prüfungsausschusses

² Mitglied des Prüfungsausschusses

Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessenbindungen

(Stichtag 31.12.2022)

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



Joos Sutter

Schweizer

Ausbildung:

Lic. oec. HSG, Universität St. Gallen; eidg. dipl. Wirtschaftsprüfer, Kammerschule der Schweizerischen Treuhandkammer, 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;
2011–2021 Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter Direktion Retail der Coop Genossenschaft, Basel;
seit Mai 2021 Präsident des Verwaltungsrates Coop-Gruppe Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate:

AgeCore SA, Genf; Bell Food Group AG, Basel (Präsident); Coop Mineraloel AG, Allschwil (Präsident); Swiss Household Services AG, Oberbüren (Vizepräsident); Coop Patenschaft für Berggebiete Genossenschaft, Basel (Präsident); Transgourmet Holding AG, Basel (Vizepräsident); Two Spice AG, Zürich

Weitere Funktionen und Ämter:

CPV/CAP Pensionskasse Coop, Basel (Präsident); Stiftungsrat Pensionskasse Jumbo, Dietlikon (Präsident)



Markus Beer

Schweizer

Ausbildung:

Bäcker-Konditor, Marketingleiter mit ImBa-Zertifikat, Certified Board Member (Rochester-Bern Executive Programs)

Beruflicher Werdegang:

1989 Schichtbäcker Coop Mittelland; 1994–2000 Leiter Hausbäckerei Coop Zofingen; 2000/01 stv. Bäckereileiter Coop Mittelland; 2001–2010 Gruppenleiter regionales Category Management Backwaren; 2010–2015 Gruppenleiter regionales Category Management Grundnahrungsmittel/Tiefkühl; seit 2015 Leiter Produktmanagement/Innovation Bäckereien

Weitere Funktionen und Ämter:

Verein der Angestellten Coop (Präsident)



Michela Ferrari-Testa

Schweizerin

Ausbildung:

Lic. iur. Universität Zürich, Rechtsanwältin und Notarin

Beruflicher Werdegang:

seit 1990 eigene Anwalts- und Notariatskanzlei in Capriasca

Weitere Verwaltungsratsmandate:

Banca dello Stato del Cantone Ticino, Bellinzona; Schweizerische Mobiliar Genossenschaft, Bern



Michael Fuhrer

Schweizer

Ausbildung:

Eidg. dipl. Experte in Rechnungslegung und Controlling

Beruflicher Werdegang:

1996–2001 Geschäftskundenberater St. Galler Kantonalbank; 2001–2003 Kreditspezialist Firmenkunden bei der Credit Suisse St. Gallen; 2003–2004 Abteilungsleiter Finanz- und Rechnungswesen Häseler AG; seit 2005 Bereichsleiter Finanzen & Administration und Mitglied der Geschäftsleitung Häseler AG; seit 2021 stv. Geschäftsführer der Häseler AG

Weitere Verwaltungsratsmandate:

Wasserversorgung Herisau

Weitere Funktionen und Ämter:

Vorstand Verein IG Sport Region Herisau



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), Zollikon

Weitere Verwaltungsratsmandate:

Stiftungsrat Kartause Ittingen, Warth-Weiningen; Stiftungsrat Zewo, Zürich; Gemeinnützige Stiftung gegen die Mädchenbeschneidung, Hittnau (Vizepräsidentin); Stiftungsrat der Päpstlichen Schweizergarde im Vatikan, Fribourg

Weitere Funktionen und Ämter:

Delegierte Patria Genossenschaft; 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 Verwaltungsratsmandate:

Vorstand swissICT

Weitere Funktionen und Ämter:

Titularprofessur und Lehrbeauftragte Universität Bern; Mitglied Ausbildungsbeirat Berner Kantonalbank; Mitglied Strategic Advisory Board ZippSAFE



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 (Vizepräsidentin); Coop Mineraloel AG, Allschwil; Stadler Rail AG, Bussnang; Transgourmet Holding AG, Basel

Weitere Funktionen und Ämter:

Fondation Kofi Annan; Ulrico Hoeppli-Stiftung (Präsidentin); Stiftung Swiss Digital Initiative (Präsidentin); Steering Committee Europa Forum (Co-Präsidentin); Stiftungsrat ETH Zürich Foundation; Verein Landesausstellung Svizra27 (Co-Präsidentin)



Grégoire Ribordy

Schweizer

Ausbildung:

Dr. in Physik, Universität Genf

Beruflicher Werdegang:

seit 2001 Gründer und CEO ID Quantique SA, Carouge

Weitere Verwaltungsratsmandate:

Miraex SA, Ecublens

Weitere Funktionen und Ämter:

Vorstand Alumni Universität Genf; Association des parents d'élèves de l'école de Troinex



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; Gestion indépendante de patrimoines GIP SA, Granges-Paccot (Präsident); Groupe Orllati SA, Bioley-Orjulaz; Precitherm SA, Paudex; Socorex Isba SA, Ecublens



Karim Twerenbold

Schweizer

Ausbildung:

BSc International Management, Fachhochschule Nordwestschweiz

Beruflicher Werdegang:

2011–2013 Projektmanager/Assistent für den CEO Twerenbold Reisen Gruppe; 2013–2016 CEO Twerenbold Gruppe; seit 2016 Inhaber und Verwaltungsratspräsident der Twerenbold Gruppe

Weitere Verwaltungsratsmandate:

Rütihöfler Immobilien AG, Baden

Weitere Funktionen und Ämter:

Werner Twerenbold Stiftung; Vorstand Young Presidents Organization (YPO) Zürich Chapter

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 16 Jahre sowie eine Altersbeschränkung fest (Amtszeit bis zur ersten ordentlichen Delegiertenversammlung des Kalenderjahres, nachdem das 70. 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 2021 und endet im Frühling 2025.

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.

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 2022 fanden vier Sitzungen sowie eine Videokonferenz 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 Stimmengleichheit entscheidet der Verwaltungsratspräsident durch Stichentscheid.

Im Jahr 2022 traf sich der Verwaltungsrat zu sieben ein- bis zweitägigen Sitzungen sowie zu zwei ausserordentlichen Sitzungen. Zudem führte er eine viertägige Besichtigungsreise in Europa durch. 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 38 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

Coop wendet einen ausgebauten, rollenden Planungs- und Zielsetzungsprozess an, zu dem auch ein regelmässiges Reporting an den Verwaltungsrat gehört.

Risikomanagement

Die Coop-Gruppe verfügt über ein standardisiertes Risikomanagement. Die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat identifizieren und analysieren alle drei Jahre – zuletzt im Jahr 2021 – 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 2021 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 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.

Um den digitalen Wandel in der Organisation neu zu verankern, wurde per 01. Januar 2023 die Direktion 7 neu ausgerichtet. Sie heisst neu "Digital & Customer" und wird seit Anfang 2023 von Thomas Schwetje geleitet, zuvor verantwortlich für den Bereich Marketing/Digital Services. Reto Conrad, Leiter der Direktion 7 Informatik/Produktion/Services, schied im August 2022 aus der Geschäftsleitung aus.

Per 31. Dezember 2022 setzt sich die Geschäftsleitung der Coop-Gruppe Genossenschaft wie folgt zusammen:

Name	Jahrgang	Aktuelle Funktion	Mitglied seit
Philipp Wyss	1966	Vorsitzender der Geschäftsleitung	2009
Christian Coppey	1965	Mitglied	2017
Daniel Hintermann	1970	Mitglied	2017
Andrea Kramer	1969	Mitglied	2021
Daniel Stucker	1964	Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung	2011
Adrian Werren	1969	Mitglied	2016

Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessenbindungen

(Stichtag 31.12.2022)

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



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; seit Mai 2021 Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter Direktion Retail der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate:

AgeCore SA, Genf; Bell Food Group AG, Basel; Marché Restaurants Schweiz AG, Dietlikon (Präsident); Transgourmet Holding AG, Basel; Two Spice AG, Zürich

Weitere Funktionen und Ämter:

Steuerungsausschuss Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz



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, Basel (Präsident)

Weitere Funktionen und Ämter:

Stiftungsrat CPV/CAP Pensionskasse Coop, Basel; Stiftungsrat Pensionskasse Jumbo, Dietlikon



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:

Coop Mineraloel AG, Allschwil; Panflor AG, Zürich; Railcare AG, Härkingen (Präsident)



Andrea Kramer

Schweizerin

Ausbildung:

Lic. oec. publ. Universität Zürich

Beruflicher Werdegang:

1995–1998 Marketing-Projektleiterin Winterthur-Versicherungen, Winterthur; 1999–2001 Brand Manager Unilever; 2001–2005 Product Manager Lindt & Sprüngli (Schweiz) AG, Kilchberg; 2005–2010 Key Account Manager, dann Head National Sales und später Country Business Manager Switzerland Nestlé Suisse SA, Division Mövenpick Ice Cream; 2011–2013 Leiterin Business Unit “Hilcona Fresh Express”, Hilcona AG, Schaan; 2013–2014 Commercial Director “Gourmet Schweiz” Barry Callebaut Schweiz AG, Zürich; 2014–2021 Category Managerin, dann Leiterin Category Management/Beschaffung “Grundnahrung/Reinigung” Coop Genossenschaft, Basel; seit Mai 2021 Mitglied der Geschäftsleitung der Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiterin Direktion Marketing/Beschaffung der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate:

Alifresca AG, Basel (Präsidentin); Eurogroup Far East Ltd., Hongkong (Präsidentin)

Weitere Funktionen und Ämter:

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



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; zusätzlich stellvertretender Vorsitzender Coop-Gruppe Genossenschaft

Verwaltungsratsmandate:

Coop-ITS-Travel AG, Freienbach (Präsident); Coop Vitality AG, Bern (Präsident); Coop Vitality Health Care GmbH, Niederbipp (Vorsitzender der Geschäftsführung); Coop Vitality Management AG, Bern (Präsident); Swiss Household Services AG, Oberbüren (Präsident); Elektronik Distribution AG, Basel (Präsident); Eurogroup Far East Ltd., Hongkong; Retail Marketing Switzerland AG, Basel; Service 7000 AG, Netstal (Präsident); The Body Shop Switzerland AG, Uster (Präsident); Update Fitness AG, Müschwil (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; Swiss Household Services AG, Oberbüren; Marché Restaurants Schweiz AG, Dietlikon; Railcare AG, Härkingen; Retail Marketing Switzerland AG, Basel (Präsident); Service 7000 AG, Glarus; The Body Shop Switzerland AG, Uster; Transgourmet Central and Eastern Europe AG, Basel; Transgourmet Holding AG, Basel; Transgourmet Ibérica, S.A.U., Vilamilla; Transgourmet Österreich GmbH, Traun; Transgourmet Schweiz AG, Basel

Weitere Funktionen und Ämter:

Mitglied Regionaler Wirtschaftsbeirat der SNB

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 und die Vizepräsidentin des Verwaltungsrates, die eine feste Vergütung (Jahrespauschale) erhalten.

Die Vergütungen für die Mitglieder der Geschäftsleitung der Coop-Gruppe Genossenschaft bestehen aus einem vertraglich vereinbarten festen Bruttosalär und einer erfolgsabhängigen variablen Vergütung (Erfolgsbeteiligung) in bar. Diese beträgt maximal 20% des Bruttosalärs, wobei sich die Höhe nach dem Grad der Budgeterreichung bemisst.

Die Vergütungen für die Tätigkeiten des Verwaltungsrates der Coop-Gruppe Genossenschaft sowie der Coop Genossenschaft und der Coop Immobilien AG betragen im Jahr 2022 1.5 Millionen Franken (Vorjahr: 1.4 Millionen Franken). Die Bruttosaläre der Geschäftsleitung betragen im Jahr 2022 3.9 Millionen Franken bei 7 Personaleinheiten (Vorjahr: 4.2 Millionen Franken bei 7 Personaleinheiten). Die Honorare für die Verwaltungsrats­tätigkeit 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 2022 Honorare von insgesamt 3.9 Millionen Franken fakturiert.

Zusätzliche Honorare

Für zusätzliche Dienstleistungen, die über den gesetzlichen Auftrag hinausgehen, hat die Revisionsstelle während des Berichtsjahres 2022 insgesamt 0.8 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 2022 an drei ordentlichen Sitzungen und einer ausserordentlichen Sitzung 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

Coop-Gruppe in Zahlen

6

Kennzahlen 72

Wichtige Kennzahlen auf einen Blick	72
Entwicklung Coop-Gruppe	73
Nettoerlös	74
Verkaufsstellen/Märkte	75
Investitionen (Geldfluss)	76
Nachhaltigkeit	76
Wertschöpfungsrechnung	77
Mitarbeitende	78

Bericht zum Geschäftsjahr 82

Konsolidierte Jahresrechnung 84

Konsolidierte Erfolgsrechnung	84
Konsolidierte Bilanz	85
Konsolidierte Geldflussrechnung	86
Eigenkapitalnachweis	87
Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung	88
Bericht der Revisionsstelle	110

Alle Werte einzeln gerundet

Kennzahlen

Wichtige Kennzahlen auf einen Blick

Gesamtumsatz

34 206 Mio. CHF

Nettoerlös Gruppe

33 104 Mio. CHF

davon

22 231 Mio. CHF Schweiz
67.2% des Nettoerlöses Gruppe

10 873 Mio. CHF Ausland
32.8% des Nettoerlöses Gruppe

Nettoerlös Segmente

19 921 Mio. CHF Detailhandel
55.9% des Nettoerlöses Segmente

15 747 Mio. CHF Grosshandel/Produktion
44.1% des Nettoerlöses Segmente

Nettoerlös Online-Handel

4 952 Mio. CHF

Anzahl Mitarbeitende am 31.12.

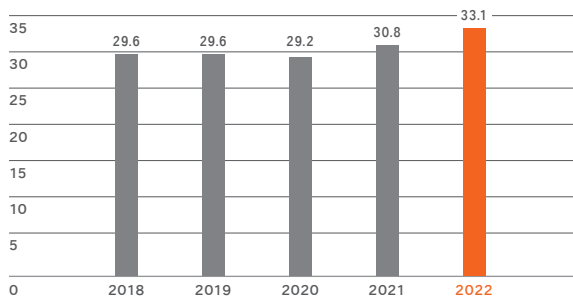
94 790

Anzahl Lernende am 31.12.

3 417

Nettoerlös

in Mrd. CHF



Betriebsergebnis

2 184 Mio. CHF EBITDA
6.6% des Nettoerlöses

843 Mio. CHF EBIT
2.5% des Nettoerlöses

Jahresergebnis

562 Mio. CHF
1.7% des Nettoerlöses

Eigenkapital

11 439 Mio. CHF
52.1% Eigenkapitalanteil

Geldfluss aus Betriebstätigkeit

1 696 Mio. CHF

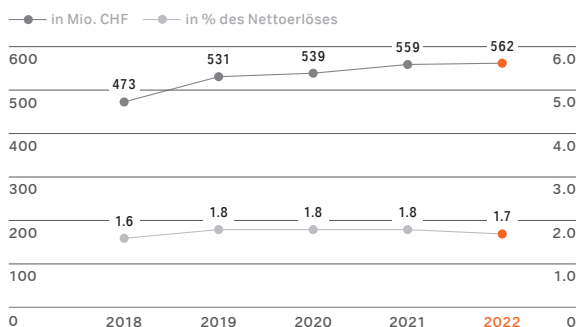
Investitionen

1 496 Mio. CHF

Anzahl Verkaufsstellen/Märkte

2 633

Jahresergebnis



Entwicklung Coop-Gruppe

in Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2018	2019	2020	2021	2022
Gesamtumsatz	30 662	30 669	30 173	31 872	34 206
Detailhandel	17 743	17 986	19 113	19 618	19 921
Grosshandel/Produktion	14 170	14 148	12 632	13 711	15 747
Konsolidierung	-2 348	-2 502	-2 592	-2 576	-2 564
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	29 565	29 633	29 153	30 752	33 104
davon Nettoerlös Schweiz	19 931	20 159	21 110	21 654	22 231
in % des Nettoerlöses	67.4	68.0	72.4	70.4	67.2
davon Nettoerlös Ausland	9 634	9 474	8 043	9 098	10 873
in % des Nettoerlöses	32.6	32.0	27.6	29.6	32.8
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	2 103	2 046	2 227	2 376	2 184
in % des Nettoerlöses (EBITDA-Marge)	7.1	6.9	7.6	7.7	6.6
Betriebsergebnis (EBIT)	772	782	838	905	843
in % des Nettoerlöses (EBIT-Marge)	2.6	2.6	2.9	2.9	2.5
Jahresergebnis	473	531	539	559	562
in % des Nettoerlöses (Gewinnmarge)	1.6	1.8	1.8	1.8	1.7
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	1 701	1 877	2 426	1 989	1 696
in % des Nettoerlöses (Cash-Flow-Marge)	5.8	6.3	8.3	6.5	5.1
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-1 792	-1 391	-1 293	-1 979	-1 496
in % des Nettoerlöses	6.1	4.7	4.4	6.4	4.5
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	325	-536	-180	-355	-448
Free Cash Flow¹	218	533	1 146	726	266
Bilanzsumme	20 364	20 456	20 646	21 569	21 951
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile	9 754	10 144	10 579	11 060	11 439
Eigenkapitalanteil inkl. Minderheitsanteile in %	47.9	49.6	51.2	51.3	52.1
Finanzverbindlichkeiten	5 781	5 348	5 288	5 199	4 883
Nettofinanzschuld	4 832	4 427	3 404	3 664	3 608
Verschuldungsfaktor	2.3	2.2	1.5	1.5	1.7
Zinsdeckungsfaktor²	42.7	49.9	47.4	53.8	53.0
FTE (inkl. Lernende) am 31.12.	77 448	78 118	78 574	82 688	82 054
Anzahl Mitarbeitende (inkl. Lernende) am 31.12.	89 579	90 520	90 819	95 410	94 790
Anzahl Lernende am 31.12.	3 449	3 457	3 364	3 413	3 417
Detailhandel Anzahl Verkaufsstellen/Märkte am 31.12.	2 313	2 331	2 352	2 396	2 425
Detailhandel Verkaufsfläche in m² am 31.12.	1 882 500	1 891 525	1 907 627	2 105 458	2 121 345
Grosshandel/Produktion Anzahl Verkaufsstellen/Märkte am 31.12.	145	148	149	219	209
Grosshandel/Produktion Verkaufsfläche in m² am 31.12.	1 008 731	1 021 119	1 026 269	1 204 221	1 113 605
Anzahl Mitglieder	2 547 851	2 536 702	2 537 294	2 505 578	2 503 439

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	2022	2021
Coop-Supermärkte (inkl. coop.ch)	11 568	12 103
Interdiscount	1 046	1 107
Coop City	779	751
Jumbo	1 206	948
Livique/Lumimart	219	236
Import Parfumerie	137	133
Christ Uhren & Schmuck	81	77
Dipl. Ing. Fust	984	1 022
Coop Vitality AG	267	261
The Body Shop Switzerland AG	22	24
Coop Mineraloel AG	2 932	2 496
Betty Bossi	73	83
Marché Restaurants Schweiz AG	105	72
Coop Restaurants	210	109
Two Spice	90	
Übrige Gesellschaften/Formate und Konsolidierungseffekte Segment	202	195
Fachformate	8 353	7 514
Detailhandel	19 921	19 618
Transgourmet France	1 595	1 227
Transgourmet Ibérica	1 274	526
Transgourmet Central and Eastern Europe	5 727	5 382
Transgourmet Schweiz	1 743	1 454
Transgourmet Österreich	707	506
Übrige Gesellschaften und Konsolidierungseffekte Transgourmet	5	6
Transgourmet-Gruppe	11 051	9 100
Bell Food Group	4 315	4 152
Coop Genossenschaft Produktion	834	820
Übrige Gesellschaften und Konsolidierungseffekte Segment	-453	-361
Grosshandel/Produktion	15 747	13 711
Konsolidierung Coop-Gruppe	-2 564	-2 576
Nettoerlös	33 104	30 752
Andere betriebliche Erträge	1 102	1 120
Gesamtumsatz	34 206	31 872
davon Nettoerlös Online-Handel	4 952	3 711
Online-Handel Heimelektronik	722	841
– Microspot.ch	349	358
– Nettoshop.ch	99	116
– Sonstige	273	367
coop.ch	288	266
Übriger Online-Handel Detailhandel	249	224
Online-Handel Detailhandel	1 259	1 331
Online-Handel Grosshandel/Produktion	3 694	2 380
davon Nettoerlös Schweiz	22 231	21 654
davon Nettoerlös Ausland	10 873	9 098

Vorjahreswerte angepasst

Verkaufsstellen/Märkte

	2022	Anzahl am 31.12. 2021	Verkaufsfläche in m ² am 31.12. 2022	Verkaufsfläche in m ² am 31.12. 2021
Coop-Supermärkte	960	955	1 021 447	1 012 157
Interdiscount	170	173	48 793	52 052
Coop City	31	31	129 087	128 600
Jumbo	113	112	494 982	490 697
Livique/Lumimart	45	45	121 818	128 420
Import Parfumerie	108	110	8 846	9 159
Christ Uhren & Schmuck	61	61	5 102	5 103
Dipl. Ing. Fust	153	153	86 064	85 999
Coop Vitality AG	86	87	10 235	10 491
The Body Shop Switzerland AG	41	43	2 326	2 473
Coop Mineraloel AG	326	328	39 218	39 331
Marché Restaurants Schweiz AG	45	39	17 090	16 197
Coop Restaurants	183	191	59 476	60 619
Two Spice	28		8 394	
BäleHotels	8	7		
update Fitness AG	65	59	63 696	59 389
Tropenhaus	1	1		
Fachformate	1 464	1 440	1 095 127	1 088 530
Detailhandel	2 424	2 395	2 116 574	2 100 687
Transgourmet Ibérica	70	70	178 346	178 346
Transgourmet Central and Eastern Europe	94	105	748 868	842 834
Transgourmet Schweiz	31	31	127 560	127 560
Transgourmet Österreich	14	13	58 831	55 481
Transgourmet-Gruppe	209	219	1 113 605	1 204 221
Grosshandel/Produktion	209	219	1 113 605	1 204 221
Coop-Gruppe	2 633	2 614	3 230 179	3 304 908

Vorjahreswerte angepasst

Investitionen (Geldfluss)

in Mio. CHF	2018	2019	2020	2021	2022
Schweiz	1 016	888	901	954	987
Ausland	527	360	280	256	336
Investitionen Sachanlagen	1 544	1 248	1 181	1 210	1 323
Devestitionen Sachanlagen	198	41	42	68	35
Nettoinvestitionen Sachanlagen	1 346	1 206	1 138	1 142	1 288
Übrige Nettoinvestitionen	446	184	154	837	208
Nettoinvestitionen	1 792	1 391	1 293	1 979	1 496

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitsumsatz

in Mio. CHF	2018	2019	2020	2021	2022
Nachhaltigkeitsumsatz Coop-Gruppe	4 671	4 711	5 449	5 858	6 240
davon Bio	1 653	1 793	2 003	2 113	2 050
davon Fairtrade	755	760	797	818	830

Alle weiteren Nachhaltigkeitskennzahlen der Coop-Gruppe gemäss GRI-Standard finden Sie ab dem 6. Juni 2023 hier: <https://sustainable.coop.ch/>



Wertschöpfungsrechnung

in Mio. CHF	2022	2021	Index %
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	33 104	30 752	107.6
Sonstige betriebliche Leistungen	1 145	1 161	98.6
Warenaufwand und übrige Vorleistungen	25 400	23 125	109.8
Bruttowertschöpfung	8 849	8 788	100.7
Abschreibungen/Übriges	1 337	1 459	91.6
Unternehmenswertschöpfung	7 512	7 329	102.5
Mitarbeitende			
Löhne und Gehälter	4 160	3 947	105.4
Sozialleistungen/sonstige Leistungen	1 436	1 360	105.6
Öffentliche Hand	1 166	1 274	91.5
Kreditgeber	41	44	93.3
Minderheiten (Fremdgesellschafter)	147	144	102.1
Einbehaltene Gewinne (Selbstfinanzierung)	562	559	100.5
Verteilung der Wertschöpfung	7 512	7 329	102.5

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 74.5% (Vorjahr 72.4%) geht der grösste Teil der neugeschaffenen Werte an die Mitarbeitenden der Coop-Gruppe. Die Coop-Gruppe zählte 82 054 FTE (Vorjahr: 82 688).

Die öffentliche Hand erhält über die Abgabe von Steuern, Zöllen und Gebühren 15.5% (Vorjahr 17.4%).

Die Beiträge an die Kreditgeber von 0.5% (Vorjahr 0.6%) 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

	2022	2021
Coop-Supermärkte (inkl. coop.ch)	19 840	20 287
Interdiscount	1 559	1 606
Coop City	1 983	1 946
Jumbo	2 799	2 942
Livique/Lumimart	625	654
Import Parfumerie	475	463
Christ Uhren & Schmuck	279	269
Dipl. Ing. Fust	2 156	2 244
Coop Vitality AG	746	731
The Body Shop Switzerland AG	130	137
Coop Mineraloel AG	130	124
Betty Bossi	103	104
Marché Restaurants Schweiz AG	649	555
Coop Restaurants	1 446	1 431
Two Spice	589	
Übrige Gesellschaften und Formate	1 155	1 063
Logistik/Zentralbereiche	5 750	5 607
Detailhandel	40 414	40 163
Transgourmet France	2 970	2 784
Transgourmet Ibérica	2 374	2 208
Transgourmet Central and Eastern Europe	19 195	20 983
Transgourmet Schweiz	1 852	1 777
Transgourmet Österreich	1 906	1 605
Transgourmet-Gruppe	28 296	29 356
Bell Schweiz	4 835	4 770
Bell Ausland	6 748	6 583
Bell Food Group	11 583	11 353
Coop Genossenschaft Produktion	1 752	1 806
Übrige Gesellschaften	8	11
Grosshandel/Produktion	41 640	42 526
Anzahl FTE (inkl. Lernende) am 31.12.	82 054	82 688

Vorjahreswerte angepasst

Anzahl Mitarbeitende

	2022	2021
Coop-Supermärkte (inkl. coop.ch)	25 617	26 370
Interdiscount	1 624	1 683
Coop City	2 452	2 413
Jumbo	3 383	3 570
Livique/Lumimart	716	748
Import Parfumerie	604	606
Christ Uhren & Schmuck	378	364
Dipl. Ing. Fust	2 231	2 319
Coop Vitality AG	1 059	1 022
The Body Shop Switzerland AG	189	198
Coop Mineraloel AG	136	130
Betty Bossi	125	126
Marché Restaurants Schweiz AG	910	807
Coop Restaurants	1 859	1 847
Two Spice	826	
Übrige Gesellschaften und Formate	2 071	1 916
Logistik/Zentralbereiche	6 236	6 087
Detailhandel	50 416	50 206
Transgourmet France	3 055	2 882
Transgourmet Ibérica	2 495	2 312
Transgourmet Central and Eastern Europe	20 794	22 551
Transgourmet Schweiz	2 046	1 943
Transgourmet Österreich	2 077	1 727
Transgourmet-Gruppe	30 467	31 415
Bell Schweiz	5 131	5 100
Bell Ausland	6 935	6 781
Bell Food Group	12 066	11 881
Coop Genossenschaft Produktion	1 830	1 897
Übrige Gesellschaften	11	11
Grosshandel/Produktion	44 374	45 204
Anzahl Mitarbeitende (inkl. Lernende) am 31.12.	94 790	95 410

Vorjahreswerte angepasst

Anzahl Lernende

	2022	2021
Coop-Supermärkte (inkl. coop.ch)	1 210	1 248
Interdiscount	298	290
Coop City	169	156
Jumbo	160	164
Livique/Lumimart	36	35
Import Parfumerie	42	38
Christ Uhren & Schmuck	17	16
Dipl. Ing. Fust	100	97
Coop Vitality AG	163	152
The Body Shop Switzerland AG	1	1
Coop Mineraloel AG	4	4
Betty Bossi	2	2
Marché Restaurants Schweiz AG	14	14
Coop Restaurants	9	13
Two Spice	10	
Übrige Gesellschaften und Formate	32	27
Logistik/Zentralbereiche	182	174
Detailhandel	2 449	2 431
Transgourmet France	87	48
Transgourmet Ibérica		1
Transgourmet Central and Eastern Europe	508	570
Transgourmet Schweiz	95	91
Transgourmet Österreich	78	76
Transgourmet-Gruppe	768	786
Bell Schweiz	97	91
Bell Ausland	68	66
Bell Food Group	165	157
Coop Genossenschaft Produktion	35	39
Grosshandel/Produktion	968	982
Anzahl Lernende am 31.12.	3 417	3 413

Vorjahreswerte angepasst

Diversität Mitarbeitende

in %	2022	Detailhandel 2021	Grosshandel/Produktion 2022	2021	2022	Coop-Gruppe 2021
Anstellungsverhältnis						
Vollzeitbeschäftigte	56.7	56.5	80.7	80.4	67.9	67.8
Teilzeitbeschäftigte	43.3	43.5	19.3	19.6	32.1	32.2
Anteil Frauen	61.3	61.6	40.5	42.1	51.6	52.4
an Vollzeitbeschäftigten	43.1	43.1	35.8	37.5	39.0	40.0
an Teilzeitbeschäftigten	85.2	85.6	60.2	60.9	78.2	78.5
im Management	43.0	42.8	27.7	26.9	37.1	36.5
in VR und GL der Coop-Gruppe Genossenschaft					29.4	29.4
Anteil Beschäftigte über 50 Jahren	26.8	26.6	29.8	29.9	28.2	28.1
Lernende						
Verkauf	84.9	85.9	25.9	27.8	68.2	69.2
Kaufmännisch	4.5	4.6	38.1	39.4	14.0	14.6
Gewerbe/andere	10.6	9.5	36.0	32.8	17.8	16.2
Arbeitsland						
Schweiz	99.6	99.5	20.3	19.8	62.5	61.7
Deutschland			31.4	30.5	14.7	14.4
Polen			11.1	11.0	5.2	5.2
Rumänien			11.1	10.7	5.2	5.1
Spanien			6.2	5.7	2.9	2.7
Frankreich			7.7	7.2	3.6	3.4
Österreich			8.5	7.5	4.0	3.6
Andere	0.4	0.5	3.7	7.7	1.9	3.9
Nationalität¹						
Schweiz	66.9	68.3	42.8	43.3	63.2	64.5
Ausland	33.1	31.7	57.2	56.7	36.8	35.5

Vorjahreswerte angepasst

¹ nur von Bereichen mit Firmensitz Schweiz

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 2022 um 7.6% auf total 33 104 Mio. CHF (Vorjahr: 30 752 Mio. CHF). Der Gesamtumsatz der Coop-Gruppe betrug 34 206 Mio. CHF (Vorjahr: 31 872 Mio. CHF). Mit ihrem Online-Handel erzielte die Gruppe einen Nettoerlös von 4 952 Mio. CHF (Vorjahr: 3 711 Mio. CHF).

Betriebsergebnis (EBIT)

Der Personalaufwand betrug 5 553 Mio. CHF und der übrige Betriebsaufwand 3 790 Mio. CHF. Das Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug 2 184 Mio. CHF (Vorjahr: 2 376 Mio. CHF) und führt zu einer EBITDA-Marge von 6.6%.

Die Abschreibungen in Höhe von 1 341 Mio. CHF setzten sich aus Abschreibungen auf Grundstücke und Bauten sowie Installationen von 613 Mio. CHF, auf weiteren Sachanlagen von 462 Mio. CHF, auf Goodwill von 89 Mio. CHF sowie auf sonstigen immateriellen Anlagen von 177 Mio. CHF zusammen. Das Betriebsergebnis (EBIT) lag mit 843 Mio. CHF unter dem Vorjahrjahreswert von 905 Mio. CHF bei einer EBIT-Marge von 2.5%.

Jahresergebnis

Aus dem Einbezug der assoziierten Organisationen resultierte ein Gewinn von 9 Mio. CHF. Der Verlust aus Fremdwährungen und dem Finanzergebnis beträgt 48 Mio. CHF (Vorjahr: Verlust von 41 Mio. CHF). Nach der Berücksichtigung eines betriebsfremden Gewinnes von 2 Mio. CHF, den Ertragssteuern von 96 Mio. CHF (Vorjahr: 169 Mio. CHF) und der Minderheitsanteile von 147 Mio. CHF (Vorjahr: 144 Mio. CHF) ergab sich ein im Vergleich zum Vorjahr um 3 Mio. CHF höheres Jahresergebnis von 562 Mio. CHF.

Segmentrechnung

Detailhandel

Im Detailhandel wuchs Coop um 1.6% und erzielte einen Nettoerlös von 19 921 Mio. CHF.

Der Nettoerlös der Coop-Supermärkte inklusive coop.ch betrug CHF 11 568 Mio. CHF und ist damit tiefer als in den coronabedingten Rekord-Vorjahren.

Die Fachformate erreichten gegenüber dem Vorjahr ein Wachstum von 11.2% und erzielten einen Nettoerlös von 8 353 Mio. CHF. Der Bereich Heimelektronik erzielte einen Nettoerlös von 2 030 Mio. CHF und hält weiterhin die Leader-Position im Heimelektronikmarkt.

Livique/Lumimart erreichte einen Nettoerlös von 219 Mio. CHF und lag damit um 7.1% unter dem Vorjahreswert.

Jumbo hat die Leader-Position im Baumarkt ausgebaut. Der Nettoerlös lag mit 1 206 Mio. CHF um 27.3% über dem Niveau des Vorjahres.

Die Nettoerlöse der Coop-City-Warenhäuser stiegen um 3.7% und erreichten 779 Mio. CHF.

Die Coop Mineraloel AG bleibt Marktleaderin. Der Nettoerlös lag mit 2 932 Mio. CHF um 17.5% über Vorjahresniveau. Der Anstieg resultierte aus gestiegenen Brenn- und Treibstoffverkäufen, auch die Pronto-Shops legten um 6.7% zu.

Die Coop Vitality AG entwickelte sich erneut erfreulich und konnte beim Nettoerlös um 2.2% auf 267 Mio. CHF zulegen.

Der Bereich Gastronomie mit den Coop Restaurants, Marché und neu Two Spice erreichte nach den schwierigen, durch Corona eingeschränkten Vorjahren einen Nettoerlös von 405 Mio. CHF, was einem Anstieg von 123.9% gegenüber 2021 entspricht.

Im Detailhandel sank der Nettoerlös im Online-Geschäft um 5.4% auf 1 259 Mio. CHF. Der Rückgang resultiert vor allem aus dem Online-Verkauf von Heimelektronik, dieser erreichte 722 Mio. CHF nach 841 Mio. CHF im Vorjahr. Der Online-Supermarkt coop.ch verzeichnete dagegen ein Wachstum von 8.5% und erzielte einen Nettoerlös von 288 Mio. CHF.

Die Anzahl der Verkaufsstellen stieg um 29 auf 2 424 an. Die CoopGruppe beschäftigte im Detailhandel 50 416 Mitarbeitende (Vorjahr: 50 206).

Grosshandel/Produktion

Das Segment Grosshandel/Produktion erzielte einen Nettoerlös von 15 747 Mio. CHF (Vorjahr: 13 711 Mio. CHF). Dies ist einerseits auf die Erholung des Grosshandels nach den pandemiebedingten Einschränkungen und andererseits auf die Integration von Transgourmet Ibérica zurückzuführen.

Die Transgourmet-Gruppe, welche im Abhol- und Belieferungsgrosshandel in Deutschland, Polen, Rumänien, Frankreich, Österreich, Spanien und der Schweiz tätig ist, steigerte ihren Nettoerlös um 21.4% auf 11 051 Mio. CHF (Vorjahr: 9 100 Mio. CHF).

Transgourmet betrieb insgesamt 209 Cash+Carry-Märkte (Vorjahr: 219) und beschäftigte 30 467 Mitarbeitende (Vorjahr: 31 415). Dieser Rückgang resultiert hauptsächlich aus der Dekonsolidierung von Transgourmet Russland.

Der Nettoerlös der Produktionsbetriebe stieg um 3.6% auf 5 157 Mio. CHF (Vorjahr: 4 980 Mio. CHF).

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 4 315 Mio. CHF um 3.9% über dem Vorjahr (4 152 Mio. CHF). Die Bell Food Group beschäftigte 12 066 Mitarbeitende (Vorjahr: 11 881).

Finanz- und Vermögenslage

Bilanz

Die Bilanzsumme der Coop-Gruppe nahm im Vergleich zum Vorjahr um 382 Mio. CHF zu. Auf der Aktivseite erhöhte sich das Umlaufvermögen um 467 Mio. CHF auf 7 724 Mio. CHF bei einer Abnahme der flüssigen Mittel und einer Zunahme der Forderungen sowie der Vorräte. Das Anlagevermögen nahm um 85 Mio. CHF auf 14 227 Mio. CHF ab. Die Investitionen und Zugänge aus getätigten Akquisitionen waren geringer als die planmässigen und ausserplanmässigen Abschreibungen. Das Fremdkapital erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 4 Mio. CHF auf 10 512 Mio. CHF. Dabei stieg das kurzfristige Fremdkapital um 142 Mio. CHF auf 5 204 Mio. CHF, während das langfristige Fremdkapital um 138 Mio. CHF auf 5 308 Mio. CHF abnahm. Im langfristigen Fremdkapital finanziert sich die Coop-Gruppe über Anleihen und Depositen. Das Eigenkapital inklusive Minderheitsanteilen stieg auf 11 439 Mio. CHF an, die Eigenkapitalquote liegt somit bei 52.1%.

Geldflussrechnung

Der Geldzufluss aus Betriebstätigkeit lag mit 1 696 Mio. CHF um 293 Mio. CHF unter dem des Vorjahres. Der Geldabfluss aus Investitionstätigkeit betrug 1 496 Mio. CHF und war damit 483 Mio. CHF geringer als im Vorjahr. Dies resultierte vor allem aus gesunkenen Ausgaben für Akquisitionen. Für Sachanlagen und immaterielle Anlagen wurden netto 1 430 Mio. CHF investiert, für Akquisitionen konsolidierter Organisationen 64 Mio. CHF. Aus dem Abgang konsolidierter Organisationen entstand ein Geldabfluss von 9 Mio. CHF. Bei den Finanzanlagen/Wertschriften wurden netto 7 Mio. CHF deinvestiert. Daraus ergab sich ein Free Cash Flow von 266 Mio. CHF. Der Geldabfluss aus Finanzierungstätigkeit betrug 448 Mio. CHF. Neben der Aufnahme einer Anleihe von 300 Mio. CHF, wurden Anleihen in Höhe von 375 Mio. CHF zurückgezahlt. Die kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten verzeichneten eine Abnahme von zusammen 241 Mio. CHF. Zudem gab es einen Mittelzufluss von 18 Mio. CHF aus dem Anteil von Minderheitsaktionären an einer Kapitalerhöhung sowie einen Mittelabfluss von 33 Mio. CHF aufgrund der Erhöhung von Beteiligungsquoten an vollkonsolidierten Gesellschaften. Es wurden Dividenden an Minderheiten in Höhe von 117 Mio. CHF bezahlt.

Konsolidierte Jahresrechnung

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	Erläuterungen	2022	2021
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	1	33 104	30 752
Andere betriebliche Erträge	2	1 102	1 120
Warenaufwand		22 679	20 905
Personalaufwand	3	5 553	5 266
Übriger Betriebsaufwand	4	3 790	3 325
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)		2 184	2 376
Abschreibungen auf Sachanlagen	5	1 075	1 119
Abschreibungen auf immateriellen Anlagen	5	267	352
Betriebsergebnis (EBIT)	1	843	905
Ergebnis assoziierter Organisationen		9	6
Ergebnis aus Fremdwährungen		-17	-8
Finanzergebnis	6	-31	-33
Ordentliches Ergebnis		803	870
Betriebsfremdes Ergebnis	7	2	3
Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT)		806	873
Ertragssteuern	8	96	169
Ergebnis nach Ertragssteuern		709	703
Minderheitsanteile		147	144
Jahresergebnis		562	559

Konsolidierte Bilanz

in Mio. CHF	Erläuterungen	31.12.2022	31.12.2021
Flüssige Mittel	9	1 275	1 532
Wertschriften		0	3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	10	1 426	1 198
Sonstige kurzfristige Forderungen	11	443	293
Aktive Rechnungsabgrenzungen		709	648
Vorräte	12	3 871	3 583
Umlaufvermögen		7 724	7 257
Sachanlagen	13	13 158	13 119
Finanzanlagen	14	133	165
Immaterielle Anlagen	15	936	1 028
Anlagevermögen		14 227	14 312
Aktiven		21 951	21 569
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		1 991	1 899
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	16	778	929
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	17	416	409
Kurzfristige Rückstellungen	18	307	301
Passive Rechnungsabgrenzungen		1 711	1 524
Kurzfristiges Fremdkapital		5 204	5 062
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	16	4 105	4 270
Langfristige Rückstellungen	18	1 203	1 176
Langfristiges Fremdkapital		5 308	5 446
Fremdkapital		10 512	10 508
Gewinnreserven		10 445	10 076
Kapitalreserven		-245	-241
Jahresergebnis		562	559
Eigenkapital ohne Minderheitsanteile		10 762	10 395
Minderheitsanteile		676	665
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile		11 439	11 060
Passiven		21 951	21 569

Konsolidierte Geldflussrechnung

in Mio. CHF	2022	2021
Ergebnis nach Ertragssteuern	709	703
Abschreibungen	1 186	1 228
Verluste aus Wertbeeinträchtigungen	161	254
Wegfall von Wertbeeinträchtigungen	-6	-10
Gewinn (-)/Verlust aus Veräusserung Anlagevermögen	-10	-26
Sonstige nicht liquiditätswirksame Aufwendungen/Erträge	179	75
Ergebnis assoziierter Organisationen	-9	-6
Erhaltene Dividenden von assoziierten Organisationen	1	1
Zunahme (-)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-261	-125
Zunahme (-)/Abnahme der sonstigen Forderungen und aktiven Rechnungsabgrenzungen	-226	-112
Zunahme (-)/Abnahme der Vorräte	-357	-273
Zunahme/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	139	71
Zunahme/Abnahme (-) sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen	163	153
Zunahme/Abnahme (-) kurzfristige Rückstellungen	-3	19
Zunahme/Abnahme (-) langfristige Rückstellungen	28	37
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	1 696	1 989
Sachanlagen Investitionen	-1 323	-1 210
Sachanlagen Devestitionen	35	68
Finanzanlagen/Wertschriften Investitionen	-7	-8
Finanzanlagen/Wertschriften Devestitionen	14	9
Netto-Geldfluss aus Erwerb konsolidierter Organisationen	-64	-717
Netto-Geldfluss aus dem Abgang konsolidierter Organisationen	-9	0
Immaterielle Anlagen Investitionen	-142	-121
Immaterielle Anlagen Devestitionen	0	1
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-1 496	-1 979
Aufnahme von Anleihen	300	
Rückzahlung von Anleihen	-375	-200
Kapitalerhöhung/-herabsetzung	18	
Dividenden an Minderheiten	-117	-112
Erwerb/Verkauf Minderheitsanteile	-33	0
Zunahme/Abnahme (-) kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	-452	-265
Zunahme/Abnahme (-) langfristige Finanzverbindlichkeiten	211	223
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-448	-355
Saldo Geldfluss	-248	-345
Flüssige Mittel zu Beginn der Berichtsperiode	1 532	1 880
Saldo Geldfluss	-248	-345
Währungseinfluss Flüssige Mittel	-9	-3
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	1 275	1 532

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 01.01.2022	10 870	-793	-241	559	10 395	665	11 060
Kapitalerhöhung/-herabsetzung						18	18
Veränderungen im Konsolidierungskreis						4	4
Erwerb/Verkauf Minderheitsanteile			-4		-4	-29	-33
Verwendung Vorjahresergebnis	559			-559			0
Jahresergebnis				562	562	147	709
Dividenden						-117	-117
Währungseinfluss		-191			-191	-12	-203
Eigenkapital am 31.12.2022	11 429	-984	-245	562	10 762	676	11 439

Eigenkapital am 01.01.2021	10 331	-695	-241	539	9 934	645	10 579
Kapitalerhöhung/-herabsetzung							
Veränderungen im Konsolidierungskreis							
Erwerb/Verkauf Minderheitsanteile							
Verwendung Vorjahresergebnis	539			-539			
Jahresergebnis				559	559	144	703
Dividenden						-112	-112
Währungseinfluss		-98			-98	-12	-110
Eigenkapital am 31.12.2021	10 870	-793	-241	559	10 395	665	11 060

Eine Erhöhung oder Reduktion der Beteiligungsquote an vollkonsolidierten Gesellschaften wird als Transaktion mit Eigentümern betrachtet. Der Unterschiedsbetrag zwischen dem Transaktionspreis und dem entsprechenden Minderheitsanteil wird mit dem Eigenkapital verrechnet und in den Kapitalreserven ausgewiesen.

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 2022 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. Währungseffekte, die sich aus der Umrechnung von Bilanz und Erfolgsrechnung von in Fremdwährung erstellten Abschlüssen in Schweizer Franken ergeben, werden ausschliesslich erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst. Bei der Veräusserung von ausländischen Tochtergesellschaften oder assoziierten Unternehmen verbleiben die anteiligen kumulierten Währungsdifferenzen im Eigenkapital und werden nicht in die Erfolgsrechnung übertragen.

Währungsumrechnungskurse in CHF

		Durchschnittskurse		Stichtagskurse	
		2022	2021	31.12.2022	31.12.2021
1	EUR	1.001	1.081	0.985	1.033
1	GBP	1.184	1.258	1.110	1.229
1	HKD	0.125	0.118	0.118	0.117
100	HUF	0.257	0.302	0.246	0.280
1	PLN	0.215	0.237	0.210	0.225
1	RON	0.204	0.220	0.199	0.209
1	RUB	0.013	0.012	0.013	0.012
1	USD	0.950	0.914	0.923	0.912

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 sowie 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 planmässige Abschreibung
Bauten	30–67

Installationen	10–30
----------------	-------

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 30 Jahren bei betrieblichen Liegenschaften mit erhöhter Beanspruchung bis zu 67 Jahren bei gemischt genutzten Liegenschaften. Installationen werden in der Regel über 10 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. Vollständig abgeschriebener Goodwill wird in der Folgeperiode ausgebucht.

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

Goodwill	bis 20
Marken	bis 20
Patente/Lizenzen	5–8
Übrige immaterielle Anlagen	3–10

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. Latente Ertragssteueransprüche aus steuerlichen Verlustvorträgen werden nicht aktiviert.

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 Mitarbeitenden 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.

in Mio. CHF

1 Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen nach Segmenten	2022	2021
Detailhandel	19 921	19 618
Grosshandel/Produktion	15 747	13 711
Konsolidierung	-2 564	-2 576
Coop-Gruppe	33 104	30 752

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.

Abweichend zur ergänzenden Fachempfehlung für kotierte Unternehmen (Swiss GAAP FER 31) verzichtet die Coop-Gruppe bis auf weiteres auf die Veröffentlichung der Segmentergebnisse, da es bei diesen wegen Covid-19 zu Verwerfungen kam, welche zu Wettbewerbsnachteilen gegenüber Konkurrenten sowie zu wirtschaftlichen Nachteilen ausgelöst durch Kunden und Lieferanten führen könnten.

Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen nach geographischen Märkten	2022	2021
Schweiz	22 231	21 654
Ausland	10 873	9 098
Coop-Gruppe	33 104	30 752

2 Andere betriebliche Erträge	2022	2021
Betriebliche Mietzinserträge	189	176
Veräusserungsgewinn auf betrieblichem Anlagevermögen	14	23
Aktiviert Eigenleistungen	27	49
Sonstige Dienstleistungserträge	873	872
Total	1 102	1 120

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

3 Personalaufwand	2022	2021
Löhne/Gehälter	4 160	3 947
Sozialleistungen	1 022	971
Übriger Personalaufwand	371	347
Total	5 553	5 266

Sozialleistungssatz in %	24.6	24.6
--------------------------	------	------

4 Übriger Betriebsaufwand	2022	2021
Werbeaufwand	524	483
Mietaufwand	798	756
Büro- und Verwaltungsaufwand	350	338
Abgaben und Sachversicherungen	100	86
Betriebliche Steuern	42	45
Unterhalt und Ersatz	565	513
Energieaufwand und Betriebsmaterial	585	471
Transportkosten	487	425
Diverse Aufwendungen	338	208
Total	3 790	3 325

Die Position "Betriebliche Steuern" umfasst Kapital- und Handänderungssteuern, Emissions- sowie andere fiskalische Abgaben.

in Mio. CHF

5 Abschreibungen	2022	2021
Goodwill planmässig	80	111
Goodwill ausserplanmässig	10	15
Übrige immaterielle Anlagen planmässig	102	122
Übrige immaterielle Anlagen ausserplanmässig	75	105
Abschreibungen auf immateriellen Anlagen	267	352
Sachanlagen planmässig	1 005	994
Sachanlagen ausserplanmässig	76	134
Wertaufholung Sachanlagen	-6	-10
Abschreibungen auf Sachanlagen	1 075	1 119
Total	1 341	1 471

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

6 Finanzergebnis	2022	2021
Dividenden und Kursgewinne auf Wertschriften	0	1
Übriger Finanzertrag	11	11
Finanzertrag	11	12
Kursverluste auf Wertschriften	0	
Zinsaufwand und übrige Finanzkosten	41	44
Wertberichtigungen auf Finanzanlagen	0	0
Finanzaufwand	42	45
Total	-31	-33

7 Betriebsfremdes Ergebnis	2022	2021
Veräusserungsgewinne auf nicht betrieblichem Anlagevermögen	5	6
Übrige nicht betriebliche Erträge		2
Nicht betrieblicher Ertrag	5	8
Nicht betrieblicher Liegenschaftsaufwand (inkl. Abschreibungen auf nicht betrieblichem Anlagevermögen)	2	1
Übriger nicht betrieblicher Aufwand	1	4
Nicht betrieblicher Aufwand	3	6
Total	2	3

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	2022	2021
Laufende Ertragssteuern	120	146
Veränderung latente Steuern	-24	23
Total	96	169

	2022		2021	
	Steuersatz in %	Steuerbetrag in Mio. CHF	Steuersatz in %	Steuerbetrag in Mio. CHF
Durchschnittlich anzuwendender Steuersatz/Erwartete Ertragssteuern	17.9	145	15.7	137
Verluste im laufenden Jahr, für die keine latenten Steuern aktiviert wurden		41		33
Nutzung von nicht erfassten Verlustvorträgen		-15		-7
Durchschnittlich anzuwendender Ertragssteuersatz unter Berücksichtigung von Verlustvorträgen	21.2	171	18.8	164
Sonstige Effekte		-74		5
Effektiver Ertragssteuersatz/Effektive Ertragssteuern	12.0	96	19.4	169

Die Berechnung der erwarteten Ertragssteuern erfolgt unter der Prämisse, dass das betriebsfremde Ergebnis gleich besteuert wird wie das ordentliche Ergebnis. Die sonstigen Effekte ergeben sich im Wesentlichen aus nicht steuerbaren Aufwendungen und Erträgen und periodenfremden Ertragssteuern. Zudem enthalten sind Auswirkungen von zeitlich nicht befristeten Differenzen zwischen Swiss GAAP FER und den Steuerwerten, auf welche keine latenten Steuern gebildet werden.

Ein latenter Ertragssteueranspruch in Höhe von 300 Mio. CHF (31.12.2021: 297 Mio. CHF) für noch nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge wurde nicht aktiviert.

9 Flüssige Mittel	31.12.2022	31.12.2021
Kassenbestände, Postcheck- und Bankguthaben	1 217	1 509
Checks	2	2
Festgelder	55	22
Total	1 275	1 532

10 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	31.12.2022	31.12.2021
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1 481	1 264
Wertberichtigung	-55	-66
Total	1 426	1 198

11 Sonstige kurzfristige Forderungen	31.12.2022	31.12.2021
Übrige Forderungen	437	289
Anzahlungen an Lieferanten	11	11
Wertberichtigung	-4	-7
Total	443	293

12 Vorräte	31.12.2022	31.12.2021
Handelswaren	3 287	3 021
Fertigfabrikate (Produktion)	220	263
Halbfabrikate, Produkte in Arbeit	283	174
Rohmaterial	209	191
Hilfs- und Verpackungsmaterial	127	108
Anzahlungen an Lieferanten	55	141
Wertberichtigung	-310	-315
Total	3 871	3 583

in Mio. CHF

14 Finanzanlagen	Arbeitgeber- beitrags- reserve	Assoziierte Organi- sationen	Übrige Finanzanlagen	Total
Finanzanlagen 2022				
Nettobuchwerte 01.01.2022	10	82	73	165
Veränderungen im Konsolidierungskreis		-3	-22	-25
Investitionen/Kaufpreisanpassungen		0	7	7
Devestitionen	-9	-1	-10	-20
Zuschreibungen (+)/Wertberichtigungen (-)		8	0	8
Währungseinfluss		0	-1	-1
Reklassifikationen		-1	1	0
Nettobuchwerte 31.12.2022	2	84	47	133
davon Goodwill assoziierte Organisationen		0		0
Finanzanlagen 2021				
Nettobuchwerte 01.01.2021	10	73	68	150
Veränderungen im Konsolidierungskreis		3	9	12
Investitionen/Kaufpreisanpassungen	0	1	7	8
Devestitionen			-7	-7
Zuschreibungen (+)/Wertberichtigungen (-)		5	0	5
Währungseinfluss		-1	-1	-2
Reklassifikationen		1	-1	-1
Nettobuchwerte 31.12.2021	10	82	73	165
davon Goodwill assoziierte Organisationen		0		0
Übrige Finanzanlagen				
			31.12.2022	31.12.2021
Darlehen			30	55
Diverse Finanzanlagen			24	25
Wertberichtigungen auf übrigen Finanzanlagen			-7	-7
Total			47	73

in Mio. CHF

15 Immaterielle Anlagen	Goodwill	Marken/ Patente/ Lizenzen	Software	Übrige immaterielle Anlagen	Anlagen in Entwicklung	Total
Immaterielle Anlagen 2022						
Anschaffungswerte 01.01.2022	1 232	685	888	71	60	2 936
Veränderungen im Konsolidierungskreis	53	0	1	2	0	57
Investitionen/Kaufpreisanpassungen		0	71	3	58	132
Devestitionen/Ausbuchungen	-359	-3	-72	-2	-1	-437
Währungseinfluss	-10	-2	-13	-2	-1	-28
Reklassifikationen		0	46	1	-46	0
Anschaffungswerte 31.12.2022	916	681	922	73	69	2 660
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2022						
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2022	676	519	650	59	3	1 908
Veränderungen im Konsolidierungskreis	-3	0	1	2		0
Planmässige Abschreibungen	80	23	74	5		182
Ausserplanmässige Abschreibungen	10	43	26	0	6	85
Devestitionen/Ausbuchungen	-359	-3	-71	-2	-1	-436
Währungseinfluss	-4	-1	-8	-2	0	-15
Reklassifikationen			0		0	0
Kumulierte Abschreibungen 31.12.2022	399	580	673	63	9	1 724
Nettobuchwerte 31.12.2022	517	101	249	10	60	936
Immaterielle Anlagen 2021						
Anschaffungswerte 01.01.2021	988	654	713	68	211	2 635
Veränderungen im Konsolidierungskreis	284	35	50			368
Investitionen/Kaufpreisanpassungen		0	21	5	106	132
Devestitionen/Ausbuchungen	-31	-3	-141	-1	-1	-177
Währungseinfluss	-9	-1	-8	-2	-1	-22
Reklassifikationen		1	253	1	-256	0
Anschaffungswerte 31.12.2021	1 232	685	888	71	60	2 936
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2021						
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2021	586	467	514	54	80	1 700
Veränderungen im Konsolidierungskreis		3	41			44
Planmässige Abschreibungen	111	30	86	6		233
Ausserplanmässige Abschreibungen	15	23	37	2	43	120
Devestitionen/Ausbuchungen	-31	-3	-141	-1	0	-176
Währungseinfluss	-4	-1	-6	-1		-13
Reklassifikationen			120		-120	0
Kumulierte Abschreibungen 31.12.2021	676	519	650	59	3	1 908
Nettobuchwerte 31.12.2021	556	167	238	12	56	1 028

in Mio. CHF

16 Finanzverbindlichkeiten	Zinssatz in % (gewichtet)	31.12.2022	31.12.2021
Bankkontokorrente		1	0
Depositenkonten	0.52	1 879	1 828
Kassenobligationen	0.61	353	383
Anleihen		2 550	2 625
Bankdarlehen	0.78	15	57
Hypotheken	1.77	11	8
Finanzierungsleasing		0	1
Übrige Finanzverbindlichkeiten		73	296
Total		4 883	5 199
davon kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		778	929
davon langfristige Finanzverbindlichkeiten		4 105	4 270
davon Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	0.00		207

Die Aufteilung der Verbindlichkeiten aus Depositenkonten erfolgt aufgrund von Erfahrungswerten vergangener Mittelabflüsse. Vom Bestand in Höhe von 1 879 Mio. CHF (31.12.2021: 1 828 Mio. CHF) sind 194 Mio. CHF (31.12.2021: 210 Mio CHF) als kurzfristig und 1 685 Mio. CHF (31.12.2021: 1 618 Mio. CHF) als langfristig bilanziert.

Anleihen	Währung	Laufzeit	Zinssatz in % (gewichtet)	31.12.2022	31.12.2021
Bell Food Group AG	CHF	Mai 2013–2022	1.750		175
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Sep. 2016–2022	0.250		200
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Mai 2020–2023	0.750	320	320
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Sep. 2014–2023	1.000	200	200
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Juli 2015–2024	0.875	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
Bell Food Group AG	CHF	Mai 2022–2029	1.550	300	
Total				2 550	2 625

17 Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	31.12.2022	31.12.2021
Gutscheine im Umlauf	103	97
Kundenanzahlungen	168	166
Übrige Steuern	84	94
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	61	53
Total	416	409

in Mio. CHF

18 Rückstellungen	Personal- vorsorge	Restrukturierungs- rungen	Supercard	Latente Steuern	Übrige Rück- stellungen	Total
Rückstellungen 2022						
Buchwerte 01.01.2022	265	4	165	762	281	1 477
Veränderungen im Konsolidierungskreis	1			4	2	8
Bildung von Rückstellungen	59	1	200		100	359
Verwendung von Rückstellungen	-25	-2	-205		-46	-278
Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen	-3	0	-1		-20	-25
Veränderung latente Steuern				-24		-24
Währungseinfluss	-2			-2	-3	-7
Buchwerte 31.12.2022	296	2	159	740	313	1 510
davon kurzfristige Rückstellungen	25	2	159		121	307
davon langfristige Rückstellungen	271			740	192	1 203
Rückstellungen 2021						
Buchwerte 01.01.2021	255	4	165	694	267	1 385
Veränderungen im Konsolidierungskreis	0			46	6	52
Bildung von Rückstellungen	40	2	221		84	346
Verwendung von Rückstellungen	-23	-1	-217		-62	-302
Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen	-4	-1	-4		-12	-20
Veränderung latente Steuern				23		23
Währungseinfluss	-2			-1	-3	-6
Buchwerte 31.12.2021	265	4	165	762	281	1 477
davon kurzfristige Rückstellungen	24	4	165		108	301
davon langfristige Rückstellungen	241			762	173	1 176

Die übrigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen Rückstellungen für Personal von 140 Mio. CHF (31.12.2021: 131 Mio. CHF) und für Verkaufsstellen von 35 Mio. CHF (31.12.2021: 38 Mio. CHF).

in Mio. CHF

19 Vorsorgeeinrichtungen

Arbeitgeberbeitragsreserve 2022	Nominalwert	Verwendungs- verzicht	Bilanzwert
Buchwerte 01.01.2022	10	0	10
Verwendung (Personalaufwand)	-9	0	-9
Buchwerte 31.12.2022	2	0	2

Arbeitgeberbeitragsreserve 2021

Buchwerte 01.01.2021	10	0	10
Verwendung (Personalaufwand)	0	0	0
Buchwerte 31.12.2021	10	0	10

Wirtschaftlicher Nutzen/wirtschaftliche Verpflichtung	Freie Mittel		Wirtschaftlicher Anteil der Coop-Gruppe	
	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2022	31.12.2021
Vorsorgeeinrichtung mit freien Mitteln	2	232	0	0
Vorsorgepläne ohne eigene Aktiven			-296	-265
Total	2	232	-296	-265

Vorsorgeaufwand	Veränderung Bilanzposition 2022		Auf die Periode abgegrenzte Beiträge 2022	Vorsorgeauf- wand im Personal- aufwand 2022	Veränderung Bilanzposition 2021		Auf die Periode abgegrenzte Beiträge 2021	Vorsorgeauf- wand im Personal- aufwand 2021
	erfolgsneutral ¹	erfolgswirksam			erfolgsneutral ¹	erfolgswirksam		
Vorsorgeeinrichtung ohne freie Mittel			306	306			15	15
Vorsorgeeinrichtung mit freien Mitteln			1	1			296	296
Vorsorgepläne ohne eigene Aktiven	-26	57	0	57	-25	36	0	36
Vorsorgeeinrichtung rückversichert			4	4			3	3
Verwendung Arbeitgeberbeitrags- reserven		9		9				
Total	-26	65	311	376	-25	36	314	350

¹ Auszahlungen, Währungsumrechnung und Veränderung Konsolidierungskreis

in Mio. CHF

20 Ausserbilanzgeschäfte	31.12.2022	31.12.2021
Bürgschaften, Garantieverpflichtungen	9	9
Weitere quantifizierbare Verpflichtungen mit Eventualcharakter	7	7
Weitere, nicht zu bilanzierende Verpflichtungen	131	56
Buchwert der zur Sicherung eigener Verpflichtungen verpfändeten Aktiven	8	15

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	31.12.2022	31.12.2021
Fällig innerhalb eines Jahres	712	713
Fällig innerhalb von 1 bis 5 Jahren	2 182	2 290
Fällig nach über 5 Jahren	2 321	2 469

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

22 Offene derivative Finanzinstrumente

Derivative Finanzinstrumente 2022		Kontraktwerte		Bilanzierte Werte		Nicht bilanzierte Werte	
Basiswert	Zweck		Aktiven	Passiven	Aktiven	Passiven	
Devisen	Absicherung	1 586	3	14	1	11	

Derivative Finanzinstrumente 2021		Kontraktwerte		Bilanzierte Werte		Nicht bilanzierte Werte	
Basiswert	Zweck		Aktiven	Passiven	Aktiven	Passiven	
Devisen	Absicherung	1 552	42	-1	0	5	

23 Transaktionen mit nahestehenden Personen

Transaktionen mit assoziierten Organisationen	2022	2021
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	39	21
Andere betriebliche Erträge	2	1
Finanzertrag	0	1
Warenaufwand	8	8
Büro- und Verwaltungsaufwand	0	1
Mietaufwand	3	3
	31.12.2022	31.12.2021
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1	1
Sonstige kurzfristige Forderungen	4	4
Darlehen	15	40
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4	3
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	0	1
Passive Rechnungsabgrenzungen	0	1

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

2022

Name der Gesellschaft	Änderung	Datum	31.12.2022 in %	31.12.2021 in %	
Two Spice AG	CH-Dietlikon	Erhöhung Beteiligungsquote und Vollkonsolidierung	01/2022	50.4	32.8
Interkauf AG	CH-Oftringen	Fusion in Coop Genossenschaft	01/2022	100.0	100.0
Bell Logistics N.V.	BE-Zellik	Fusion in Abraham Benelux S.A.	01/2022	68.4	66.3
TAP – die neutrale Handelsplattform GmbH	DE-Frechen	Kauf	01/2022	13.0	
Brand Views GmbH	DE-Hamburg	Liquidation	01/2022		22.3
Gastro Tracking GmbH	DE-Nürnberg	Liquidation	01/2022		17.9
Transgourmet Beteiligungs GmbH	AT-Wiener Neudorf	Dekonsolidierung	03/2022		100.0
OOO Basa	RU-Moskau	Dekonsolidierung	03/2022		100.0
OOO Mikotrans	RU-Moskau	Dekonsolidierung	03/2022		100.0
OOO Selgros	RU-Moskau	Dekonsolidierung	03/2022		100.0
OOO Selgros Immobilien	RU-Moskau	Dekonsolidierung	03/2022		100.0
OOO Torgovy Dom Global Foods	RU-Moskau	Dekonsolidierung	03/2022		100.0
Riedhart Handels GmbH	AT-Wörgl	Kauf	06/2022	100.0	
ZIMBO Perbal Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbál	Verkauf	06/2022		66.3
General Markets Food Service Ibérica SLU	ES-Vilamilla	Fusion in Transgourmet Ibérica SAU	06/2022	100.0	100.0
General Markets Food Service Canarias SLU	ES-Ingenio	Fusion in General Markets Food Canarias SLU	06/2022	100.0	100.0
SCI Mittelfeld-Knoderer	FR-Valenton	Fusion in Transgourmet Immobilier France SAS	06/2022	100.0	100.0
HOLDI CRENO SA	FR-Châteaurenard	Verringerung Beteiligungsquote	07/2022	15.4	30.8
Team Beverage Einzelhandel Süd GmbH	DE-Eggenfelden	Fusion in Team Beverage Einzelhandel GmbH	09/2022	35.7	35.7
Brütere Stöckli AG	CH-Ohmstal	Kauf	10/2022	68.4	
Bell Food Group AG	CH-Basel	Erhöhung Beteiligungsquote	12/2022	68.4	66.3

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

2021

Name der Gesellschaft	Änderung	Datum	31.12.2021 in %	31.12.2020 in %	
Coop Tagungszentrum	CH-Muttenz	Dekonsolidierung	01/2021		100.0
Betty Bossi AG	CH-Zürich	Fusion in Coop Genossenschaft	01/2021	100.0	100.0
Centre de formation "du Léman"	CH-Jongny	Fusion in Coop Genossenschaft	01/2021	100.0	100.0
transCoop GmbH	DE-Riedstadt	Fusion in Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	01/2021	100.0	100.0
Hilcona Holding AG	CH-Zug	Fusion in Eisberg Holding AG	01/2021	66.3	66.3
Domaines & Châteaux Vins Birrhard SA	CH-Birrhard	Umbenennung in Vini Zanini SA	02/2021	100.0	100.0
Salaison Polette & Cie SAS	FR-Teilhède	Fusion in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Maison de Savoie SAS	FR-Aime	Fusion in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Le Saloir de Mirabel SARL	FR-Riom	Fusion in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Le Saloir de Virieu SAS	FR-Virieu-le-Grand	Fusion in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Val de Lyon SAS	FR-St-Symphorien-sur-Coise	Fusion in Bell France SAS	03/2021	66.3	66.3
Bell Benelux Holding N.V.	BE-Zellik	Fusion in Abraham Benelux S.A.	04/2021	66.3	66.3
Mantes Primeurs SAS	FR-Mantes-la-jolie	Fusion in SPEIR SAS	06/2021	100.0	100.0
AgeCore SA	CH-Genf	Erhöhung Beteiligungsquote	06/2021	25.0	16.7
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Hamburg	Fusion in Richard Sump GmbH	07/2021	100.0	100.0
Richard Sump GmbH	DE-Hamburg	Umbenennung in Sump & Stammer GmbH International Food Supply	07/2021	100.0	100.0
Jumbo-Markt AG	CH-Dietlikon	Kauf und Fusion in Coop Genossenschaft	08/2021	100.0	
RS Vertriebs AG	CH-St. Gallen	Fusion in Dipl. Ing. Fust AG	08/2021	100.0	100.0
Bright Food Group Spain SAU	ES-Vilamilla	Kauf	08/2021	100.0	
General Markets Food Ibérica SAU	ES-Vilamilla	Kauf	08/2021	100.0	
General Markets Food Service Ibérica SLU	ES-Vilamilla	Kauf	08/2021	100.0	

General Markets Food Canarias SLU	ES-Ingenio	Kauf	08/2021	100.0	
General Markets Food Service Canarias SLU	ES-Ingenio	Kauf	08/2021	100.0	
GM Food Andorra SL	AD-Andorra la Vella	Kauf	08/2021	100.0	
MISERVI de Supermercats SL	ES-Girona	Kauf	08/2021	50.0	
update akademie GmbH	CH-Uzwil	Erhöhung Beteiligungsquote	08/2021	44.0	40.0
Marché Valocto SA	CH-Martigny	Kauf und Fusion in Coop Genossenschaft	09/2021	100.0	
Transgourmet Service GmbH	DE-Riedstadt	Gründung	09/2021	100.0	
Interkauf AG	CH-Oftringen	Kauf	10/2021	100.0	
A.HOII! networking unit GmbH	DE-Hamburg	Erhöhung Beteiligungsquote	11/2021	17.8	9.0
Dipl. Ing. Fust AG	CH-Oberbüren	Umbenennung in Swiss Household Services AG	11/2021	100.0	100.0
General Markets Food Ibérica SAU	ES-Vilamalla	Umbenennung in Transgourmet Ibérica SAU	11/2021	100.0	
Bright Food Group Spain SAU	ES-Vilamalla	Fusion in Transgourmet Ibérica SAU	12/2021	100.0	

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

25 Wichtigste Bestandteile beim Erwerb konsolidierter Organisationen

2022

in Mio. CHF

	Riedhart Handels GmbH	Two Spice AG	Übrige Organi- sationen
Flüssige Mittel	1	13	
Forderungen und Aktive Rechnungsabgrenzungen	6	4	
Vorräte	6	4	2
Sachanlagen	23	26	7
Verbindlichkeiten und Passive Rechnungsabgrenzungen	14	10	2
Finanzverbindlichkeiten		23	3
Rückstellungen	4	4	1

2021

in Mio. CHF

	Interkauf AG	Jumbo-Markt AG	Transgourmet Ibérica Gruppe
Flüssige Mittel	3	113	40
Forderungen und Aktive Rechnungsabgrenzungen		22	66
Vorräte		101	109
Sachanlagen	110	353	65
Finanzanlagen		2	10
Immaterielle Anlagen (ohne Goodwill)		31	9
Verbindlichkeiten und Passive Rechnungsabgrenzungen	1	77	190
Finanzverbindlichkeiten	36	61	43
Rückstellungen	10	41	1

26 Wichtigste Bestandteile beim Abgang konsolidierter Organisationen

2022

in Mio. CHF

	Transgourmet Russland Gruppe
Flüssige Mittel	9
Forderungen und Aktive Rechnungsabgrenzungen	12
Vorräte	17
Sachanlagen	95
Verbindlichkeiten und Passive Rechnungsabgrenzungen	15
Finanzverbindlichkeiten	85
Rückstellungen	1

Im Jahr 2021 wurden keine vollkonsolidierten Unternehmen veräussert.

27 Konsolidierungskreis

		Kapitalanteil ¹		Einbezug
		31.12.2022 in %	31.12.2021 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	●
Autoparking Schützenmatte AG	CH-Altendorf	22.9	22.9	●
CapCo AG	FL-Vaduz	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 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	□
Parking Centre Ville SA	CH-Morges	31.2	31.2	●
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-Dietlikon	50.4	32.8	□
update Fitness AG	CH-Münchwilen	80.0	80.0	□
update akademie GmbH	CH-Münchwilen	44.0	44.0	●
Coop Genossenschaft	CH-Basel	100.0	100.0	□
AgeCore SA	CH-Genf	25.0	25.0	●
Coop Immobilien AG	CH-Bern	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	□
Service 7000 AG	CH-Netstal	100.0	100.0	□
Swiss Household Services AG	CH-Oberbüren	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	□
Transgourmet Central and Eastern Europe AG	CH-Basel	100.0	100.0	□
Transgourmet Central and Eastern Europe GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
A.HOII! networking unit GmbH	DE-Hamburg	17.8	17.8	●
EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG	DE-Unna	100.0	100.0	□
F&B – Food and Beverage Services GmbH	DE-Riedstadt	51.0	51.0	□
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	35.7	□

		Kapitalanteil ¹		Einbezug
		31.12.2022 in %	31.12.2021 in %	
gastronovi GmbH	DE-Bremen	51.0	51.0	□
Geo-Marketing GmbH	DE-Köln	25.0	25.0	●
GEVA Gesellschaft für Einkauf, Verkaufsförderung und Absatz von Gütern mbH	DE-Frechen	26.0	26.0	□
GEVA Gesellschaft für Einkauf, Verkaufsförderung und Absatz von Gütern mbH & Co. KG	DE-Frechen	26.0	26.0	□
Hamburger Feinfrost GmbH	DE-Hamburg	100.0	100.0	□
MVF Markenvertriebs- und Förderungsgesellschaft mbH	DE-Frechen	26.0	26.0	□
Niggemann Food Frischemarkt GmbH	DE-Bochum	100.0	100.0	□
Sanologic Solutions GmbH	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
SELGROS CASH & CARRY S.R.L.	RO-Brasov	100.0	100.0	□
Sump & Stammer GmbH International Food Supply	DE-Hamburg	100.0	100.0	□
TAP – die neutrale Handelsplattform GmbH	DE-Frechen	13.0		●
Team Beverage AG	DE-Bremen	35.7	35.7	□
Team Beverage Category Management und Vermarktung GmbH	DE-Bremen	35.7	35.7	□
Team Beverage Convenience GmbH	DE-Rostock	35.7	35.7	□
Team Beverage Dienstleistungen GmbH	DE-Rostock	35.7	35.7	□
Team Beverage Einzelhandel GmbH	DE-Bremen	35.7	35.7	□
Team Beverage Großhandel GmbH	DE-Bremen	35.7	35.7	□
Team Beverage Marken und Systeme GmbH	DE-Bremen	35.7	35.7	□
Team Business IT GmbH	DE-Stralsund	35.7	35.7	□
Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG	DE-Riedstadt	100.0	100.0	□
Transgourmet Service 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	□
BSP SAS	FR-Valenton	100.0	100.0	□
COFIDA SAS	FR-Rungis	100.0	100.0	□
Locagroup SAS	FR-Rungis	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	□
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 Ibérica SAU	ES-Vilamilla	100.0	100.0	□
General Markets Food Canarias SLU	ES-Ingenio	100.0	100.0	□
GM Food Andorra SL	AD-Andorra la Vella	100.0	100.0	□
MISERVI de Supermercats SL	ES-Girona	50.0	50.0	●
Transgourmet Österreich GmbH	AT-Traun	100.0	100.0	□
Gastro Profi GmbH	AT-Alkoven	100.0	100.0	□
immodevelop GmbH	AT-Innsbruck	100.0	100.0	□
Riedhart Handels GmbH	AT-Wörgl	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	□
Grossopanel AG	CH-Stans	33.3	33.3	●
Vinattieri Ticino SA	CH-Ligornetto	100.0	100.0	□
Vini Zanini SA	CH-Birrhard	100.0	100.0	□
wine AG Valentin & Von Salis	CH-Pontresina	50.0	50.0	●

		Kapitalanteil ¹		Einbezug
		31.12.2022 in %	31.12.2021 in %	
Bell Food Group				
Bell Food Group AG	CH-Basel	68.4	66.3	□
Bell Schweiz AG	CH-Basel	68.4	66.3	□
Brüterei Stöckli AG	CH-Ohmstal	68.4		□
Geiser AG	CH-Schlieren	68.4	66.3	□
Bell Deutschland Holding GmbH	DE-Seevetal	68.4	66.3	□
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	68.4	66.3	□
Bell Production Services GmbH & Co. KG	DE-Seevetal	68.4	66.3	□
Bell Schwarzwälder Schinken GmbH	DE-Schiltach	68.4	66.3	□
Bell España Alimentación S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	68.4	66.3	□
Abraham Benelux S.A.	BE-Libramont-Chevigny	68.4	66.3	□
Bell Verwaltungs GmbH	DE-Seevetal	68.4	66.3	□
Interfresh Food GmbH	DE-Seevetal	68.4	66.3	□
Bell Benelux N.V.	BE-Zellik	68.4	66.3	□
Bell Nederland B.V.	NL-Breda	68.4	66.3	□
Bell France Holding SAS	FR-Teilhède	68.4	66.3	□
Bell France SAS	FR-Teilhède	68.4	66.3	□
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	68.4	66.3	□
Hubers Landhendl GmbH	AT-Pfaffstätt	68.4	66.3	□
Süddeutsche Truthahn AG	DE-Ampfing	68.4	66.3	□
Brüterei Schlierbach GmbH	AT-Pettenbach	64.9	63.0	□
Frisch Express GmbH	AT-Pfaffstätt	68.4	66.3	□
VTE-Beteiligungs GmbH + Co. KG	DE-Ampfing	68.4	66.3	□
Bell Polska Sp. z o.o.	PL-Niepolomice	68.4	66.3	□
Hilcona AG	FL-Schaan	68.4	66.3	□
Hilcona Gourmet SA	CH-Orbe	68.4	66.3	□
Hilcona Feinkost GmbH	DE-Leinfelden-Echterdingen	68.4	66.3	□
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	68.4	66.3	□
Eisberg AG	CH-Dällikon	68.4	66.3	□
Eisberg Österreich GmbH	AT-Marchtrenk	68.4	66.3	□
Eisberg Hungary Kft.	HU-Gyál	68.4	66.3	□
Eisberg Spolka z o.o.	PL-Legnica	68.4	66.3	□
Eisberg srl	RO-Pantelimon	68.4	66.3	□
E.S.S.P. España 2000 SL	ES-Aguilas	68.4	66.3	□
Sylvain & CO SA	CH-Champvent	68.4	66.3	□
Hügli Holding AG	CH-Steinach	68.4	66.3	□
Hügli Nahrungsmittel AG	CH-Steinach	68.4	66.3	□
Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung Ges.mBH	AT-Hard	68.4	66.3	□
Hügli Nahrungsmittel GmbH	DE-Radolfzell	68.4	66.3	□
Granovita S.A.	ES-La Vall d'Uixó	68.4	66.3	□
Hügli UK Ltd.	GB-Redditch	68.4	66.3	□
Bresc B.V.	NL-Sleeuwijk	68.4	66.3	□
Ali-Big Industria Alimentare s.r.l.	IT-Brivio	68.4	66.3	□
Hügli Food s.r.o.	CZ-Zásmuky u Kolína	68.4	66.3	□
Hügli Food Kft.	HU-Budapest	68.4	66.3	□
Hügli Food Polska sp. z o.o.	PL-Lódz	68.4	66.3	□
Hügli Food Slovakia s.r.o.	SK-Trnava	68.4	66.3	□

		Kapitalanteil ¹		Einbezug
		31.12.2022 in %	31.12.2021 in %	
Centravo Holding AG	CH-Zürich	20.3	19.7	●
GVFI AG	CH-Basel	17.8	17.2	●
Baltic Vianco OÜ	EE-Sänna, Rõuge Vald	22.8	22.1	●

□ = Vollkonsolidierte Gesellschaft

● = Gesellschaft nach der Equity-Methode konsolidiert

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

28 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Wesentliche Veränderungen im Konsolidierungskreis:

Die Transgourmet-Gruppe erhöht die Beteiligungsquote an der Team Beverage AG per Januar 2023 von 35.7% auf 45.9%.

Der Verwaltungsrat hat am 7. Februar 2023 die konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe genehmigt. Sie unterliegt der Abnahme durch die Delegiertenversammlung vom 23. März 2023.



Bericht der Revisionsstelle

An die Delegiertenversammlung der Coop-Gruppe Genossenschaft, Basel

Bericht zur Prüfung der Konzernrechnung

Prüfungsurteil

Wir haben die Konzernrechnung der Coop-Gruppe Genossenschaft und ihrer Tochtergesellschaften (der Konzern) – bestehend aus der Konzernbilanz zum 31. Dezember 2022, der Konzernerfolgsrechnung, dem Konzern Eigenkapitalnachweis und der Konzerngeldflussrechnung für das dann endende Jahr sowie dem Konzernanhang, einschliesslich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft.

Nach unserer Beurteilung vermittelt die Konzernrechnung (Seiten 84 bis 109) ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der konsolidierten Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2022 sowie dessen konsolidierter Ertragslage und Cashflows für das dann endende Jahr in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Standards zur Abschlussprüfung (SA-CH) durchgeführt. Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt "Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Konzernrechnung" unseres Berichts weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Konzern 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 eine Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte



UMSATZLEGUNG

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemässen Ermessen am bedeutsamsten für unsere Prüfung der Konzernrechnung des Berichtszeitraums waren. Diese Sachverhalte wurden im Kontext unserer Prüfung der Konzernrechnung als Ganzes und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu adressiert, 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 entsprechende Kontrollen geprüft (Abgleich Grundlegendokumente mit SAP).
- Im Bereich des Frontumsatzes haben wir das korrekte Funktionieren der Kassen nachvollzogen, indem wir die Systemeinstellungen geprüft haben. Zudem haben wir stichprobenweise die Kontrolle der Verkaufsstellenabrechnung geprüft (Abgleich Umsatz mit erhaltenen Geldmitteln).
- 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 Konzernrechnung enthalten:

- Konsolidierungs- und Rechnungslegungsgrundsätze



Sonstige Informationen

Der Verwaltungsrat ist für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die im Geschäftsbericht enthaltenen Informationen, aber nicht die Konzernrechnung und unseren dazugehörigen Bericht.

Unser Prüfungsurteil zur Konzernrechnung erstreckt sich nicht auf die sonstigen Informationen, und wir bringen keinerlei Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu zum Ausdruck.

Im Zusammenhang mit unserer Abschlussprüfung haben wir die Verantwortlichkeit, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen wesentliche Unstimmigkeiten zur Konzernrechnung oder unseren bei der Abschlussprüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Falls wir auf Grundlage der von uns durchgeführten Arbeiten den Schluss ziehen, dass eine wesentliche falsche Darstellung dieser sonstigen Informationen vorliegt, sind wir verpflichtet, über diese Tatsache zu berichten. Wir haben in diesem Zusammenhang nichts zu berichten.

Verantwortlichkeiten des Verwaltungsrates für die Konzernrechnung

Der Verwaltungsrat ist verantwortlich für die Aufstellung einer Konzernrechnung, 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 Konzernrechnung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung der Konzernrechnung ist der Verwaltungsrat dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Geschäftstätigkeit zu beurteilen, Sachverhalte im 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 den Konzern zu liquidieren oder Geschäftstätigkeiten einzustellen, oder hat keine realistische Alternative dazu.

Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Konzernrechnung

Unsere Ziele sind, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die Konzernrechnung als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern 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 SA-CH durchgeführte Abschlussprüfung eine wesentliche falsche Darstellung, falls eine solche vorliegt, stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich gewürdigt, wenn von ihnen einzeln oder insgesamt vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie die auf der Grundlage dieser Konzernrechnung getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen.

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

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher falscher Darstellungen in der Konzernrechnung aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern, 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 kollusives Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen oder das Ausserkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Abschlussprüfung 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 des Konzerns abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der dargestellten geschätzten Werte in der Rechnungslegung und damit zusammenhängenden Angaben.



- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des vom Verwaltungsrat angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Geschäftstätigkeit sowie auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die erhebliche Zweifel an der Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Geschäftstätigkeit aufwerfen können. Falls wir die Schlussfolgerung ziehen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, in unserem Bericht auf die dazugehörigen Angaben in der Konzernrechnung 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 des Konzerns von der Fortführung der Geschäftstätigkeit zur Folge haben.
- beurteilen wir Darstellung, Aufbau und Inhalt der Konzernrechnung insgesamt einschliesslich der Angaben sowie, ob die Konzernrechnung 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 des Konzerns, um ein Prüfungsurteil zur Konzernrechnung abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Beaufsichtigung und Durchführung der Prüfung der Konzernrechnung. Wir tragen die Alleinverantwortung für unser Prüfungsurteil.

Wir kommunizieren mit dem Verwaltungsrat bzw. dessen zuständigem Ausschuss unter anderem über den geplanten Umfang und die geplante zeitliche Einteilung der Abschlussprüfung sowie über bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschliesslich etwaiger bedeutsamer Mängel im Internen Kontrollsystem, die wir während unserer Abschlussprüfung identifizieren.

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

Von den Sachverhalten, über die wir mit dem Verwaltungsrat bzw. dessen zuständigem Ausschuss kommuniziert haben, bestimmen wir diejenigen Sachverhalte, die bei der Prüfung der Konzernrechnung des Berichtszeitraums am bedeutsamsten 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 PS-CH 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrates ausgestaltetes Internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Konzernrechnung existiert.

Wir empfehlen, die vorliegende Konzernrechnung zu genehmigen.

KPMG AG

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mei'.

Jürg Meisterhans
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'ML'.

Martin Löber
Zugelassener Revisionsexperte

Basel, 7. Februar 2023

KPMG AG, Grosspeteranlage 5, CH-4002 Basel

© 2023 KPMG AG, eine Schweizer Aktiengesellschaft, ist eine Tochtergesellschaft der KPMG Holding AG. KPMG Holding AG ist Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Firmen, die mit KPMG International Limited, einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung englischen Rechts, verbunden sind. Alle Rechte vorbehalten.

