

# UNTERNEHMENSPROFIL DER COOP-GRUPPE 2023



# INHALTSVERZEICHNIS

- 1 Vorwort
- 2 Geschäftsbereiche der Coop-Gruppe
- 3 Coop-Gruppe in Kürze
- 4 Organisation
- 5 Geschichte
- 6 Gemeinsam an die Spitze
- 7 Detailhandel
- 23 Grosshandel und Produktion
- 37 Ökologie und Soziales

## 7

### Detailhandel



## 23

### Grosshandel und Produktion





## WILLKOMMEN IN DER COOP-WELT

Alle in der Schweiz kennen Coop. Kein Wunder, denn das Unternehmen blickt auf eine fast 160-jährige Geschichte zurück: Aus einer kleinen Konsumgenossenschaft entwickelte sich ein international tätiges Detail- und Grosshandelsunternehmen.

Stehen unsere Supermärkte und Fachformate für unsere Wurzeln im Schweizer Detailhandel, sind wir heute mit unserem zweiten Standbein – dem Grosshandel und der Produktion – auch international aktiv. Im Zentrum stehen immer die Bedürfnisse unserer Kund:innen. Wir sind da, wo sie sind – im Stadtquartier genauso wie im kleinen Bergdorf. Um ihnen nah zu sein, betreiben wir mit über 2 400 Supermärkten und Fachformaten das dichteste Verkaufsstellennetz im Schweizer Detailhandel. Wir bieten den Kund:innen vielfältige und innovative Sortimente, in denen jede und jeder eine Auswahl passender Produkte findet.

Ein respektvoller Umgang mit Mensch, Tier und Natur liegt uns am Herzen und Nachhaltigkeit gehört in der ganzen Coop-Gruppe zum Alltag. Als Pionierin setzen wir auf ein umfassendes Bio-Angebot und führen das grösste Fairtrade-Angebot weltweit. Wir sind Vorreiterin wie beispielsweise beim Aufbau eines vielfältigen veganen Sortiments oder beim Betrieb unserer eigenen Eisenbahn für nachhaltigen Gütertransport. Gemeinsam suchen wir stets nach innovativen Lösungen und nehmen Trends früh auf. Dies gilt gleichermassen für den Detailhandel, den Grosshandel und die Produktion.

Unser Tochterunternehmen Transgourmet gehört zu den führenden Grosshändlern Europas und ist in verschiedenen Ländern präsent. Gezielt verbinden wir verschiedene Angebote für unsere Kund:innen: Im Detailhandel kombinieren wir den stationären mit dem Online-Handel, im Grosshandel Abholung und Belieferung. Freundlichkeit und Service werden grossgeschrieben: gegenüber den Kund:innen und innerhalb unserer Coop-Familie. So schaffen wir gemeinsam besondere Einkaufserlebnisse, die Freude bereiten.

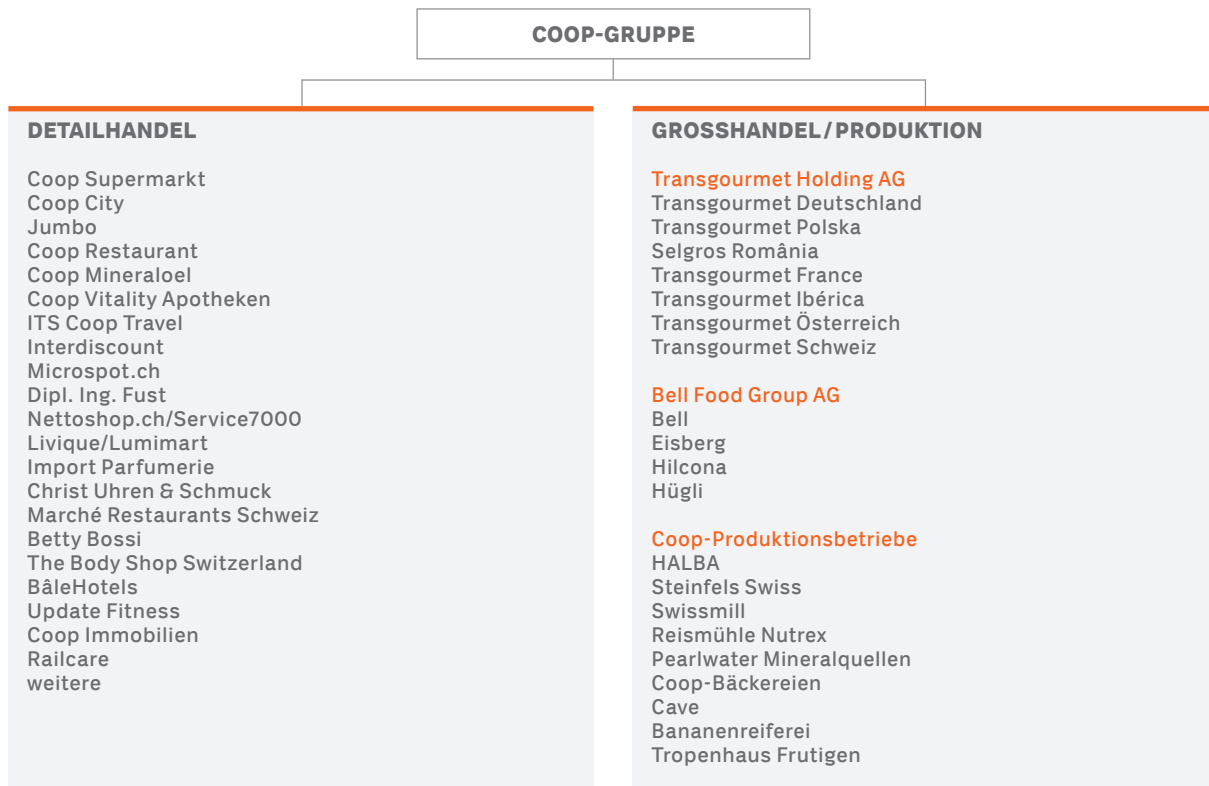
Viel Freude und Vergnügen wünsche ich Ihnen auch beim Lesen unseres Unternehmensprofils – willkommen in der Coop-Welt.

**Philipp Wyss**  
Vorsitzender der Geschäftsleitung



# GESCHÄFTSBEREICHE DER COOP-GRUPPE

Stand: 7. Mai 2023





# COOP-GRUPPE IN KÜRZE

Die Coop-Gruppe ist gut aufgestellt: Ein Standbein ist der Detailhandel mit den Coop-Supermärkten und zahlreichen Fachformaten in der Schweiz, das zweite bilden der internationale Grosshandel und die Produktion.

## Gesamtumsatz

**34 206** Mio. CHF

## Betriebsergebnis

**2 184** Mio. CHF EBITDA  
6.6% des Nettoerlöses

**843** Mio. CHF EBIT  
2.5% des Nettoerlöses

## Nettoerlös Gruppe

**33 104** Mio. CHF

davon

**22 231** Mio. CHF Schweiz

**10 873** Mio. CHF Ausland

## Jahresergebnis

**562** Mio. CHF  
1.7% des Nettoerlöses

## Nettoerlös Segmente

**19 921** Mio. CHF Detailhandel

**15 747** Mio. CHF Grosshandel/  
Produktion

## Eigenkapital

**11 439** Mio. CHF  
52.1% Eigenkapitalanteil

## Nettoerlös Online-Handel

**4 952** Mio. CHF

## Geldfluss aus Betriebstätigkeit

**1 696** Mio. CHF

## Anzahl Mitarbeitende am 31.12.

**94 790**

## Investitionen in Sachanlagen

**1 496** Mio. CHF

## Anzahl Lernende am 31.12.

**3 417**

## Anzahl Verkaufsstellen/Märkte

**2 633**

# ORGANISATION

## ÜBER 2.5 MILLIONEN MITGLIEDER

### REGIONALRÄTE

Suisse Romande  
Bern

Nordwestschweiz  
Zentralschweiz-Zürich

Ostschweiz inkl. FL  
Ticino

### DELEGIERTENVERSAMMLUNG

## VERWALTUNGSRAT COOP-GRUPPE



**PRÄSIDENT**  
Joos Sutter

**VIZEPRÄSIDENTIN**  
Doris Leuthard

Markus Beer

Michela Ferrari-Testa

Michael Fuhrer



Susanne Giger

Petra Jörg Perrin

Grégoire Ribordy

Bernard Rüeger

Karim Twerenbold

## GESCHÄFTSLEITUNG COOP-GRUPPE



**VORSITZENDER**  
Philipp Wyss

**STV. VORSITZENDER**  
Daniel Stucker

Christian Coppey

Daniel Hintermann

Andrea Kramer

Thomas Schwetje

Adrian Werren

### DETAILHANDEL

**Philipp Wyss**  
Vorsitzender der Geschäftsleitung  
Leiter Direktion Retail

**Daniel Stucker**  
Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung  
Leiter Direktion Trading

**Christian Coppey**  
Leiter Direktion Immobilien

**Daniel Hintermann**  
Leiter Direktion Logistik

**Andrea Kramer**  
Leiterin Direktion Marketing/Beschaffung

**Thomas Schwetje**  
Leiter Direktion Digital & Customer

**Adrian Werren**  
Leiter Direktion Finanzen

### GROSSHANDEL

**Frank Seipelt**  
Vorsitz der Geschäftsführung  
Transgourmet Deutschland

**Alexander Orlowski**  
Vorsitz der Geschäftsführung  
Transgourmet Polska

**Robert Hellwagner**  
Vorsitz der Geschäftsführung  
Selgros România

**Eric Decroix**  
Vorsitz der Geschäftsführung  
Transgourmet France

**Lluís Labairu**  
Vorsitz der Geschäftsführung  
Transgourmet Ibérica

**Manfred Hayböck, Thomas Panholzer**  
Vorsitz der Geschäftsführung  
Transgourmet Österreich

**Philipp Dautzenberg**  
Vorsitz der Geschäftsführung  
Transgourmet Schweiz

### PRODUKTION

Bell Food Group

**Lorenz Wyss**  
Vorsitzender der Gruppenleitung (CEO)

**Xavier Buro**  
Mitglied der Gruppenleitung (CFO)

**Marco Tschanz**  
Mitglied der Gruppenleitung, Leiter Geschäftsbereich  
Bell International, Leiter Geschäftsbereich Eisberg (i.P.)

**Martin Henck**  
Mitglied der Gruppenleitung,  
Leiter Geschäftsbereich Hilcona

**Thomas Bodenmann**  
Mitglied der Gruppenleitung,  
Leiter Geschäftsbereich Hügli

Die restlichen Produktionsbetriebe  
werden als Divisionen des Detail-  
handels geführt.

# GESCHICHTE

Coop blickt auf eine über 150-jährige Geschichte zurück. Hier die wichtigsten Stationen.



1864

Jean Jenny-Ryffel gründet in Schwanden den ersten Schweizer Konsumverein mit einer genossenschaftlichen Organisation.

1890

Zahlreiche Genossenschaften – darunter der Konsumverein Schwanden – schliessen sich zum Verband Schweizerischer Konsumvereine zusammen.



1902

Erstmalige Herausgabe des «Genossenschaftlichen Volksblatts», aus dem sich die heutige «Coopzeitung» entwickelt.

1914

Einführung der Marke «CO-OP».



1969

Aus dem Verband Schweizerischer Konsumvereine wird Coop Schweiz.

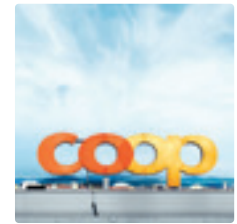
1989

Einführung der ersten Coop Nachhaltigkeits-Eigenmarke Oecoplan.



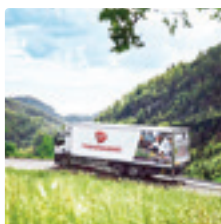
1993

Coop lanciert die Bio-Eigenmarke Naturaplan und verhilft Bio in der Schweiz zum Durchbruch.



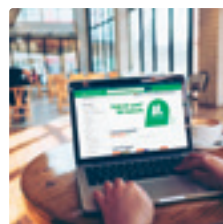
2001

Fusion der 14 regionalen Genossenschaften und der Zentrale Coop Schweiz zu einer Genossenschaft.



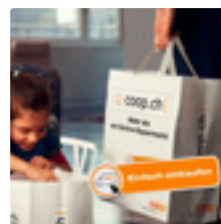
2011

Vollständige Übernahme der Transgourmet-Gruppe.



2019

Microspot.ch wird vom Heim- und Unterhaltungselektronikanbieter zum umfassenden Schweizer Online-Einkaufszentrum mit Marktplatzfunktion.



2020

Coop lanciert die Omni-Channel-Plattform Coop.ch. Die neue Website führt die bestehenden Online-Auftritte von Coop@home, Coop.ch und Mondovino zusammen.



2022

Durch die Übernahme von Jumbo und GM Food (Transgourmet Ibérica) wächst die Coop-Gruppe sowohl im Detail- als auch im Grosshandel.



# GEMEINSAM AN DIE SPITZE

Unsere Vision, ein gemeinsames Leitbild und unternehmensspezifische Missionen prägen unsere tägliche Arbeit und die Unternehmenskultur von Coop.

---

## Unser Leitbild

### Nah

Gemeinsam gehen wir aufeinander zu.

### Vielfältig

Gemeinsam realisieren wir überzeugende Leistungen.

### Profiliert

Gemeinsam erarbeiten wir Mehrwert.

### Innovativ

Gemeinsam gestalten wir unsere Zukunft.

### Partnerschaftlich

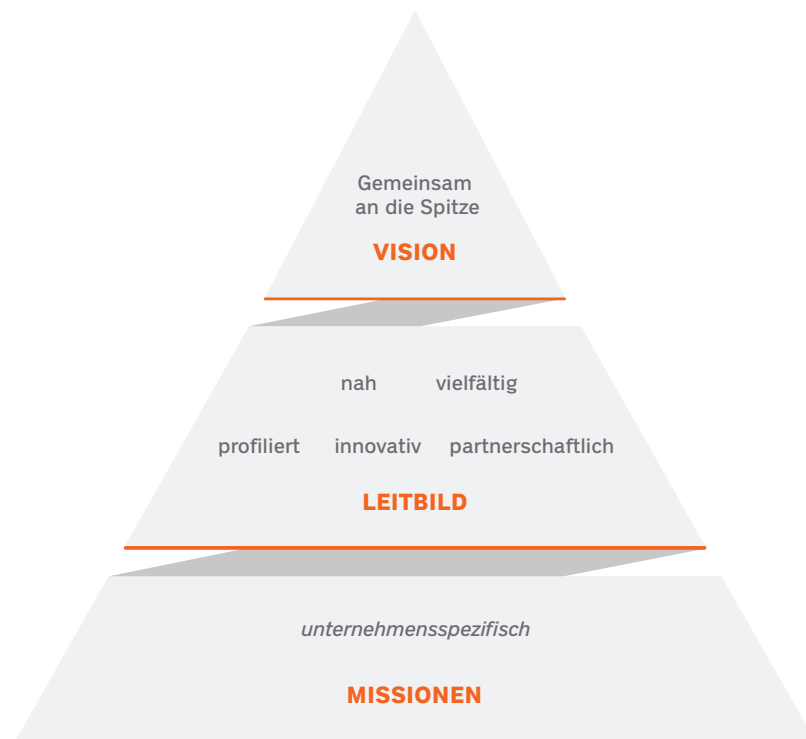
Gemeinsam schaffen wir Vertrauen.

---

Für die über 95 000 Mitarbeitenden gilt dieselbe Gruppenvision: «Gemeinsam an die Spitze».

Auch das Leitbild ist allen Verkaufsformaten und Unternehmen der Coop-Gruppe gemeinsam. Es drückt aus, wie wir unsere Arbeit verstehen und wie wir uns verhalten: 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.





# DETAILHANDEL





# DETAILHANDEL IN KÜRZE

Mit 2 425 Verkaufsstellen in der ganzen Schweiz ist Coop nahe bei ihren Kund:innen. In Supermärkten, Fachformaten und Online-Shops wird jeder Wunsch erfüllt.

Coop bietet ihren Kund:innen das dichteste Verkaufsstellennetz des Landes mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 2.1 Millionen m<sup>2</sup>. Dazu zählen Supermärkte ab 30 m<sup>2</sup> und Megastores mit über 8 000 m<sup>2</sup> sowie Fachformate wie Coop-City-Warenhäuser an kundenfreundlichen Lagen, Jumbo-Märkte, Coop Vitality Apotheken, Coop Restaurants und Pronto Shops sowie zahlreiche Fachgeschäfte wie Interdiscount oder Livique, die nicht das Coop-Logo tragen. Mit diesen Verkaufsformaten bietet Coop ihren Kund:innen für jedes Bedürfnis das passende Angebot – in puncto Sortiment sowie örtlich und zeitlich. Und sollte es einmal nicht reichen, während der grosszügigen Öffnungszeiten eine Filiale zu besuchen, kann in den Online-Shops von Coop rund um die Uhr bestellt werden.

# CHF

## DETAILHANDEL

# DETAIL

# GROSS

### Wichtige Kennzahlen zum Geschäftsbereich Detailhandel

Stand: 31. Dezember 2022

## 19 921

Mio. CHF

Nettoerlös

## 2 633

Verkaufsstellen

## 50 416

Anzahl Mitarbeitende

## 2 121 345

m<sup>2</sup>

Verkaufsfläche

## 1 259

Mio. CHF

Nettoerlös Online-Handel

# 2023



## DETAILHANDEL – FOOD-FORMATE



**Supermärkte** Hier finden Kund:innen die grösste Vielfalt der Schweiz zu attraktiven Preisen. Bei der Auswahl der Marken- und Eigenmarkenprodukte achtet Coop auf Qualität, Nachhaltigkeit, Transparenz und aktuelle Ernährungstrends. Die Supermärkte sind modern gestaltet, und viele verfügen über Bedienungsabteilungen im Fleisch-, Fisch-, Käse- und Traiteurbereich.

**Coop.ch** Egal wann oder wo sich mit dem Computer, dem Tablet oder dem Smartphone anmelden, Warenkorb füllen, Liefertermin wählen und bestellen: So einfach geht Einkaufen im Online-Supermarkt mit der grössten Auswahl. Die Ware wird persönlich an die Wohnungstüre geliefert oder kann beim Coop nach Wahl abgeholt werden. Leere PET-Flaschen vom letzten Einkauf nehmen die Coop-Fahrer:innen gerne wieder mit.

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

**coop**



Anzahl Mitarbeitende

**25 617**

Nettoerlös Mio. CHF

**11 568**

Verkaufsstellen

**960**



**Coop to go** ist ein Convenience-Konzept für Hochfrequenzstandorte. Das Sortiment umfasst eine eigene Coop to go-Produktlinie und Take-away-Produkte – vom Hot Panino bis hin zum Müesli, über frisch zubereitete Sandwiches und Salate, Coffee to go bis hin zu frisch gepresstem Orangensaft.

[www.cooptogo.ch](http://www.cooptogo.ch)

**coop to go**



Der **Karma-Shop** bietet vegetarische und vegane Produkte aus allen Sortimentsgruppen. Die im Laden produzierten Sandwichvariationen und Salat- und Müesli-Bowls lassen nicht nur Vegetarier:innen-Hezen höherschlagen. Nüsse, Hülsenfrüchte und Granola werden im Offenverkauf angeboten. Stark vertreten ist ebenfalls die Eigenmarke Karma, die auch in den Supermärkten zu finden ist.

[www.karmastore.ch](http://www.karmastore.ch)

**Karma**



**Coop Restaurant** Die Coop Gastronomie bildet eine der grössten Restaurantketten der Schweiz. Hier finden die Gäste eine grosse Auswahl an frisch zubereiteten, ausgewogenen Speisen. Dabei wird auf Zutaten aus nachhaltiger Produktion, die Verwendung von Schweizer Fleisch und Produkte aus fairem Handel gesetzt. Neben den Coop Restaurants und den Coop Take-it-Betrieben an hoch frequentierten Lagen gehören auch die Cafébar Ca'puccini, die Coop-Bistros sowie die Verpflegung der Mitarbeitenden in den Personalrestaurants zur Coop-Gastronomie.

[www.coop-restaurant.ch](http://www.coop-restaurant.ch)



Nettoerlös Mio. CHF

**210**

Betriebe  
**181**



**Sapori d'Italia** ist der Spezialist für italienische Produkte. Neben Delikatessen wie Antipasti, italienischen Käse- sowie Fleischvariationen, Pasta in allen Formen oder saisonalen Angeboten wie Panettone bietet Sapori d'Italia Spezialitäten an wie vor Ort produzierte Focaccia, frisch zubereitete Cornetti mit diversen Füllungen oder hausgerösteten Espresso mit goldbrauner Crema. Produkte von Sapori d'Italia sind auch in den Coop Supermärkten zu finden.

[www.saporiditalia.ch](http://www.saporiditalia.ch)



Im ersten **Fooby**-Concept-Store dreht sich alles um kulinarisches Handwerk, Regionalität und Nachhaltigkeit. Hier wird Fisch geräuchert, Kaffee geröstet, Brot gebacken, Wurst gemacht und Wein degustiert. Neben der ersten hier exklusiv erhältlichen Fooby-Produktlinie sind es auch die Spezialitäten von circa 40 regionalen Produzent:innen, die dazu inspirieren, Neues auszuprobieren.

[www.fooby.ch/bel-air](http://www.fooby.ch/bel-air)



Betriebe  
**28**

**Two Spice** Die Two Spice Gruppe ist ein innovatives Gastronomieunternehmen aus Zürich. Seit 1990 entstehen kreative Betriebskonzepte. Sie zählt heute zu einer festen Grösse in der Gastroszene mit neun verschiedenen Brands und insgesamt 28 Restaurants und Take-Out-Stores. Die Two Spice Trading Ltd. ist das zentrale Handelsunternehmen und zuständig für die Produktentwicklung und -beschaffung sowie den Verkauf innerhalb der Gruppe und an Drittkunden.

[www.twospice.ch](http://www.twospice.ch)







**Marché Restaurants Schweiz AG** führt Gastronomiebetriebe an Hochfrequenzlagen und steht für qualitativ hochwertige sowie schnelle Verpflegung unterwegs. Mit ihren Konzeptmarken Marché, Cindy's, Zopf & Zöpfli sowie den RBI-Lizenzmarken Burger King, Popeyes und Firehouse Subs bietet sie kulinarische Vielfalt für alle, die in der Schweiz unterwegs sind.

[www.marche-schweiz.ch](http://www.marche-schweiz.ch)

**Marché**  
Schweiz Suisse Svizzera

**POPEYES** LOUISIANA KITCHEN **BURGER KING** **Cindy's**

**Zopf & Zöpfli** **FIREHOUSE SUBS**

Anzahl Mitarbeitende

**910**

Nettoerlös Mio. CHF

**105**

Betriebe

**45**



**Betty Bossi** Wir sind das führende Schweizer Kulinarik-Unternehmen. Mit unserem vielfältigen Angebot rund ums Kochen, Backen und Geniessen prägen wir die Schweizer Küchen wie kaum jemand sonst. Unsere Vision lautet: Wir finden für alle den einfachsten Weg zum Genuss. Jederzeit und überall. Darum entwickeln wir mit grosser Passion Produkte und Dienstleistungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette: von der Rezeptidee über neue Küchenhelfer und Food-Produkte bis zur kulinarischen Inszenierung auf Bild und Video.

[www.bettybossi.ch](http://www.bettybossi.ch)

**Betty Bossi**

Anzahl Mitarbeitende

**125**

Nettoerlös Mio. CHF

**73**





## DETAILHANDEL – NON-FOOD-FORMATE

**Interdiscount** TV, Audio, Video, Haushaltsgeräte, Smartphones, Navigation, Computer oder Foto: Interdiscount ist die Nummer eins für Heim- und Unterhaltungselektronik in der Schweiz.

Bei Interdiscount findet man bekannte Brands, attraktive Preise, kompetente Beratung, eine riesige Auswahl und einen Topservice. Als führender Cross-Channel-Händler der Schweiz können Online-Bestellungen bis 20 Uhr bereits am nächsten Tag in der gewünschten Filiale abgeholt oder zu Hause entgegen genommen werden.

[www.interdiscount.ch](http://www.interdiscount.ch)



Anzahl Mitarbeitende

**1 624**

Nettoerlös Mio. CHF

**1 046**

Verkaufsstellen

**170**



**Microspot.ch** ist das Online-Einkaufszentrum der Coop-Gruppe und fokussiert sich auf die beliebtesten Produkte der Schweiz. Es besticht durch attraktive Angebote, schnelle Lieferleistungen und umfassende Serviceleistungen. Das Online-Einkaufszentrum 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.

[www.microspot.ch](http://www.microspot.ch)



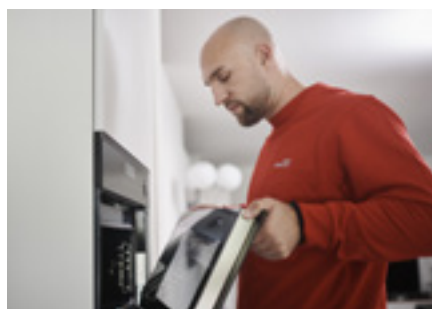
Nettoerlös Mio. CHF

**349**

Pick-up-Stationen

**525**





Anzahl Mitarbeitende

**2 231**

Nettoerlös Mio. CHF

**984**

Verkaufsstellen

**153**

davon:  
Nettoerlös Online-  
Handel Nettoshop Mio. CHF

**99**

**Dipl. Ing. Fust** ist Marktführerin in den Bereichen Elektro-Haushalt und Umbau von Küche und Bad. Die Service-Organisation bietet zusätzlich Heimlieferung sowie einen Installations- und Reparaturservice. Fust plant und baut zudem jährlich mehrere Tausend Küchen und Badezimmer. Im Geschäftsbereich Professional Solutions realisiert Fust Digital-Signage- und Video-Überwachungslösungen für professionelle Anwender:innen.

**Nettoshop.ch** ist der Online-Shop Nummer eins der Schweiz für Haushaltsgeräte. Das über 30 000 Artikel umfassende Sortiment enthält neben Waschmaschinen, Trocknern und Geschirrspülern auch Körperpflege- und Gesundheitsprodukte sowie Grills und Outdoor-Artikel. Kund:innen profitieren von Tagestiefstpreisen, telefonischer Fachberatung, kostenloser Lieferung sowie Topservice und Montage.

**Service 7000** ist die spezialisierte Haushaltsgeräte-Service-Organisation für professionelle Liegenschaftsverwaltungen.

[www.fust.ch](http://www.fust.ch)

[www.nettoshop.ch](http://www.nettoshop.ch)

[www.service7000.ch](http://www.service7000.ch)

**FUST**  
Und es funktioniert.

**nettoshop.ch**  
Wir lieben Haushalt

**7000**  
**SERVICE**



**Coop City** – Coop City ist das inspirierende Warenhaus von Coop und bietet seinen Gästen das grösste Nachhaltigkeitsortiment in 31 Verkaufsstellen in der Schweiz an. Das stationäre Einkaufserlebnis besticht durch die persönliche und kompetente Beratung und wird durch Dienstleistungen wie Ticket-Vorverkaufsstellen und an den meisten Standorten durch die Depositenkasse und das integrierte Coop Restaurant abgerundet. Das attraktive Sortiment aus der Welt von Beauty, Home, Fashion und Food wird durch den Coop City Online-Shop ergänzt.

[www.coop-city.ch](http://www.coop-city.ch)

**coop city**

Anzahl Mitarbeitende

**2 452**

Nettoerlös Mio. CHF

**779**

Verkaufsstellen

**31**



**Import Parfumerie** ist der führende Schweizer Duft-Anbieter in der Prestige-Parfumerie und steht für Markenprodukte zu attraktiven Preisen, gute Beratung und diverse Serviceleistungen. Kund:innen finden ein grosses Sortiment an Parfum, Make-up sowie Pflegeprodukten im Prestigebereich. Insgesamt gehören rund 19 000 Artikel zum Sortiment.

[www.impo.ch](http://www.impo.ch)

**IMPORT  
PARFUMERIE**



Anzahl Mitarbeitende

**604**

Nettoerlös Mio. CHF

**137**

Verkaufsstellen

**108**



**Christ Uhren & Schmuck** Von exklusiven Glanzstücken über zeitlose Klassiker bis zu trendigem Modeschmuck bietet Christ ein vielseitiges Angebot an Uhren- und Schmuckmarken.

[www.christ-swiss.ch](http://www.christ-swiss.ch)

**CHRIST**

Uhren & Schmuck

Anzahl Mitarbeitende

**378**

Nettoerlös Mio. CHF

**81**

Verkaufsstellen

**61**



### The Body Shop

Die Schönheits- und Kosmetikprodukte von The Body Shop pflegen, bereichern und beleben. Sie sind ethisch produziert, vollständig vegetarisch und von der Vielfalt der Natur inspiriert. The Body Shop setzt sich für Gleichberechtigung, Diversität, das Tierwohl und die Umwelt ein.

[www.thebodyshop.ch](http://www.thebodyshop.ch)



THE BODY SHOP



Anzahl Mitarbeitende

**189**

Nettoerlös Mio. CHF

**22**

Verkaufsstellen

**41**



**Coop Vitality Apotheken** Von rezeptpflichtigen Arzneimitteln bis zur Schönheitspflege – die Coop Vitality Apotheken bieten alles, was der Gesundheit guttut. Coop Vitality führt einen Webshop sowie eine Online-Apotheke. Die Eigenmarkenprodukte stehen für bewährte Qualität und attraktive Preise. In den Filialen profitieren Kund:innen zudem von Dienstleistungen wie Impfen oder Allergiecheck.

[www.coopvitality.ch](http://www.coopvitality.ch)



Anzahl Mitarbeitende

**1 059**

Nettoerlös Mio. CHF

**267**

Verkaufsstellen

**89**



**BâleHotels** Pullman Basel Europe, Victoria, Baslertor und das Boutique-Hotel Märthof am Marktplatz in Basel: Die Hotelgruppe hält in der Stadt Basel für jeden Gast das passende Zimmer bereit. Zur Hotelgruppe gehören auch das Hotel Savoy in Bern und das Holiday Inn Express in Aarburg Oftringen.

[www.balehotels.ch](http://www.balehotels.ch)

*BâleHotels*

Hotels

**8**



**ITS Coop Travel** organisiert Badeferien, Städtereisen, Rundreisen und Kreuzfahrten. Das Gemeinschaftsunternehmen von Coop und DER Touristik (Teil der deutschen Rewe Group) ist in der Schweiz die Nummer eins im Direktverkauf von Badeferien.

[www.itscoop.ch](http://www.itscoop.ch)





**Coop Mineraloel** ist als Betreiberin eines Netzes der Coop Pronto Shops mit oder ohne Tankstelle die Nummer eins auf dem Schweizer Convenience- und Treibstoffmarkt. Alle Coop Tankstellen mit Coop Pronto Shop werden von selbstständigen Shop-Unternehmer:innen im Franchisesystem geführt. Die Infrastruktur des Shops und das Sortiment werden national durch ein einheitliches Konzept gesteuert.

**Coop Pronto** steht für das Schnelle und Frische von früh bis spät. Die Convenience-Shops zeichnen sich durch attraktive Öffnungszeiten aus. Wo es die gesetzlichen Vorgaben ermöglichen, sind die Shops an 365 Tagen von 6 bis 23 Uhr geöffnet. Obst und Gemüse sind knackig, die Backwaren kommen direkt aus dem Ofen und auch die Molkerei- und Fleischprodukte sind stets topfrisch. Das Geheimnis hinter dem konkurrenzlos frischen Angebot bei Coop Pronto ist die ausgeklügelte Lieferlogistik: Alle Coop Pronto Shops werden von Montag bis Samstag täglich mit Frischprodukten beliefert.

Coop gehört zu den günstigsten Treibstoffanbietern auf dem Schweizer Markt. Kund:innen profitieren vom modernen Tankstellen-Netz in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein.

Ein weiterer Unternehmensbereich bildet der Heizölverkauf insbesondere über die Online-Plattform **Coop Heizöl**.

[www.coop-mineraloel.ch](http://www.coop-mineraloel.ch)

[www.coop-pronto.ch](http://www.coop-pronto.ch)

[www.coop-heizol.ch](http://www.coop-heizol.ch)



Anzahl Mitarbeitende

**136**

Nettoerlös Mio. CHF

**2 932**

Verkaufsstellen

**326**







**Jumbo** ist der führende Bau-, Garten- und Hobbymarkt der Schweiz. Alle wünschen sich ein schönes, gemütliches Daheim für sich und ihre Familien – gut, dass Jumbo mit 120 Verkaufsstellen immer in der Nähe ist, online sogar rund um die Uhr. Dank dieser Nähe, dem riesigen Sortiment und sympathischer Beratung hilft Jumbo Menschen, selbst anzupacken und ihr Daheim und ihre Freizeit kreativ zu gestalten. Bei Jumbo findet man alles: passende Auswahl und Qualität, super Angebote und einen bewussten Fokus auf Nachhaltigkeit.

[www.jumbo.ch](http://www.jumbo.ch)



Anzahl Mitarbeitende

**3 383**

Nettoerlös Mio. CHF

**1 206**

Verkaufsstellen

**113**

7 Verkaufsstellen zusätzlich integriert in einem Coop Supermarkt

**Livique** ist das kompetente Lifestyle-Einrichtungshaus und bietet stationär wie auch online Inspiration und geschmackvolle Einrichtungsideen in fünf verschiedenen Stilwelten. Nebst der hohen Beratungskompetenz setzt Livique auf Personalisierung – über 100 Millionen Möbelvarianten sind möglich.

**Lumimart** ist die Nummer eins im Schweizer Lichtmarkt und bietet die vielfältigste Leuchtauswahl – auch im Designbereich. Ausserdem ist Lumimart führend punkto Technologie.

[www.livique.ch](http://www.livique.ch)  
[www.lumimart.ch](http://www.lumimart.ch)

**LIVIQUE** 



Anzahl Mitarbeitende

**716**

Nettoerlös Mio. CHF

**219**

Verkaufsstellen

**45**





**Per Piedi** ist das grösste Fusspflege-Institut der Schweiz und unterstützt das Wohlbefinden und die Gesundheit der Füsse. Mit der Komfortschuhabteilung im Pfauen Basel und der podologischen Praxis steht Per Piedi für Fachkompetenz rund um den Fuss.

[www.per-piedi.ch](http://www.per-piedi.ch)



Anzahl Behandlungen  
**22 000**



**Update Fitness** Individuelles Kraft- und Ausdauertraining, Fitness inklusive Betreuung, Gruppenkursen und Kinderhort – das finden Kund:innen bei einem der führenden Fitnessanbieter der Schweiz. Coop hat eine Mehrheitsbeteiligung an der gesundheitsorientierten Fitness-Gruppe.

[www.update-fitness.ch](http://www.update-fitness.ch)

**UPDATE**  
fitness

Fitnesscenter  
**65**



# GRÖSSTE VIELFALT AN MARKEN UND EIGENMARKEN

Das Sortiment lässt keine Wünsche offen: Kund:innen finden bei Coop die grösste Auswahl an Markenartikeln und Eigenmarken. Und auch bei umweltschonenden, tierfreundlichen und sozialverträglichen Produkten hat Coop die Nase vorn. Immer zum bestmöglichen Preis-Leistungs-Verhältnis.

Alles über die Coop-Eigenmarken und -Gütesiegel erfahren Sie unter [www.coop.ch/labels](http://www.coop.ch/labels)

Für Geniesser:innen, Gesundheitsbewusste, Vegetarier:innen und Allergiker:innen, für Kinder und Familien, für besonders Kostenbewusste oder für Menschen, die nicht viel Zeit zum Kochen haben – das Supermarktangebot von Coop lässt keine Kundenwünsche offen. Mit einem Sortiment von über 40 000 Artikeln im Food- und Non-Food-Bereich bietet Coop die grösste Vielfalt im Schweizer Lebensmittelhandel. Coop führt zahlreiche Eigenmarken und die grösste Auswahl an nationalen und internationalen Markenartikeln in allen Preislagen.



## Standard-Eigenmarken



**Coop Qualité & Prix**  
Grosse Auswahl an Produkten mit hoher Qualität und sehr gutem Preis-Leistungs-Verhältnis.

## Zielgruppen-Eigenmarken



**Prix Garantie**  
Produkte mit guter Qualität zum Tiefpreis.

**Betty Bossi**

**Betty Bossi**  
Qualitativ hochstehende Convenience-Produkte für den kulinarischen Genuss im Alltag.



**Jamadu**  
Leckere Kinderprodukte für eine ausgewogene und altersgerechte Ernährung.

**Délic'corn**

**Délic'corn**  
Produkte für eine abwechslungsreiche und schmackhafte Alternative zu Fleisch.



**Sapori d'Italia**  
Authentische Produkte aus der Welt der italienischen Kulinarik.



**Fine Food**  
Kulinarische Köstlichkeiten in Premiumqualität für besondere Momente.



**Primagusto**  
Geschmacklich besonders hochstehende und genussvolle Früchte und Gemüse.












**Free From**  
Produkte für Genuss und Wohlbefinden – frei von Gluten, Laktose oder anderen Allergenen.

Kund:innen, denen Nachhaltigkeit ein besonderes Anliegen ist, finden bei Coop das umfassendste und attraktivste Angebot an umweltschonenden, tierfreundlichen und sozialverträglichen Produkten. Knapp jedes zweite in der Schweiz verkaufte Bio-Produkt geht bei Coop über den Ladentisch. Die Nachhaltigkeits-Eigenmarke Naturaplan ist 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 Leader und weltweit unter den führenden Detailhändlern.

Qualität hat einen hohen Stellenwert bei Coop – von der Rohstoffgewinnung bis zum Verkauf der Produkte. Das Qualitätsmanagement von Coop koordiniert sämtliche Aktivitäten, kontrolliert systematisch Prozesse, bewertet Risiken und schlägt entsprechende Massnahmen zur Lösung vor. Beim Einkauf von Waren aus Fernost kontrolliert die Coop-Tochtergesellschaft Eurogroup Far East Ltd. direkt vor Ort die Umsetzung der Anforderungen an Qualität und Nachhaltigkeit.



#### Auswahl an Nachhaltigkeits-Eigenmarken und -Gütesiegeln

 <p><b>Naturaplan</b> Bio-Lebensmittel mit der Knospe von Bio Suisse.</p>	 <p><b>Naturafarm</b> Schweizer Fleisch und Eier aus tierfreundlicher Auslaufhaltung.</p>	 <p><b>Oecoplan</b> Die grösste Auswahl ökologischer Produkte für gepflegte Haushalte und Gärten bietet Oecoplan, die älteste Nachhaltigkeitsmarke des Schweizer Detailhandels.</p>
 <p><b>Naturaline Textil</b> Faire Mode aus Bio-Baumwolle.</p>	 <p><b>Pro Montagna</b> Authentische Produkte aus den Schweizer Bergen.</p>	 <p><b>Miini Region</b> Miini Region bietet aktuell über 3200 regionale Produkte.</p>
 <p><b>Naturaline Kosmetik</b> Zertifizierte Naturkosmetik mit Bio-Inhaltsstoffen.</p>	 <p><b>Ünique</b> Früchte und Gemüse mit optischen Besonderheiten – einwandfrei für den Verzehr.</p>	 <p><b>Fairtrade Max Havelaar</b> Fairtrade stärkt Kleinbauern und Arbeiterinnen im globalen Süden.</p>
 <p><b>Pro Specie Rara</b> Seltene traditionelle Kulturpflanzen und Nutztierassen.</p>	 <p><b>Slow Food</b> Traditionelle, nachhaltig hergestellte Spezialitäten.</p>	 <p><b>Schweizer Pärke</b> Nachhaltige und authentische Genusslebnisse aus den Schweizer Pärken.</p>
 <p><b>Solidarité</b> Produkte aus der Zusammenarbeit mit Institutionen und Werkstätten für Menschen mit Behinderung.</p>	 <p><b>Hochstamm Suisse</b> Produkte mit 100 % Schweizer Obst von stolzen Hochstammbäumen.</p>	 <p><b>Eco-Score</b> Umweltindikator des unabhängigen Anbieters Beelong – für einen nachhaltigen Einkauf.</p>
 <p><b>Demeter</b> Produkte aus biologisch-dynamischer Landwirtschaft.</p>	 <p><b>Karma</b> Genussvolle, innovative und trendige Produkte – natürlich vegetarisch.</p>	



## DIENSTLEISTUNGEN UND EXKLUSIVE ANGEBOTE

Coop bietet ihren Kund:innen zahlreiche zusätzliche Dienstleistungen, Services und exklusive Angebote.

**Coopzeitung** Essen und Trinken, Familie, Gesellschaft, Lifestyle und Tourismus, Preissenkungen und Aktionen: Die «Coopzeitung» erscheint schweizweit in drei Sprachen. Zusammen mit «Coopération» und «Cooperazione» ist sie der meistgelesene Print-Titel der Schweiz. Jeden Freitag erscheint zudem die **Coopzeitung Weekend** in der Bundmitte von «20 Minuten» und bringt spannende Lifestyle- und Trend-Themen für Junge und Junggebliebene.

[www.coopzeitung.ch](http://www.coopzeitung.ch)



Leser:innen  
**4.5 Mio.**

**Hello Family Club** Der Club bietet Familien mit Kindern viele attraktive Angebote für Freizeit und Ferien, wöchentlich wechselnde Rabattaktionen, digitale Coupons, Sammelaktionen und Wettbewerbe. Über 670 000 Familien nutzen die zahlreichen Vorteile.

[www.hellofamily.ch](http://www.hellofamily.ch)



Clubmitglieder  
**2.1 Mio.**



**Coop Supercard** Superpunkte sammeln, Prämien bestellen, mit Punkten bezahlen und von exklusiven Rabatten profitieren – so funktioniert die Coop Supercard. Für jeden ausgegebenen Franken wird den Kund:innen gegen Vorweisen der Supercard ein Superpunkt gutgeschrieben. Über die Supercard-App ist sogar bargeldloses Bezahlen möglich. Die in der App integrierte Zahlkarte kann mit Bargeld und mit Superpunkten aufgeladen werden. Die Supercard ist das erfolgreichste Kundentreueprogramm der Schweiz und wird bei Coop und 33 Supercard Partnern akzeptiert.

[www.supercard.ch](http://www.supercard.ch)

Aktive Kartenkonten  
**3.3 Mio.**



**Supercard Kreditkarte** Die Gratis-Kreditkarte von Coop gibt es als Visakarte, Mastercard und Visa-Prepaidkarte und ist ein weltweit akzeptiertes Zahlungsmittel.



**Mondovino** Als grösste Weinhändlerin der Schweiz fasst Coop ihre vielfältige Weinwelt unter Mondovino zusammen. Mondovino bietet kostenlos spannende Inhalte für alle an – vom Weinnovizen bis zur Weinkennerin. So erklären Expert:innen beispielsweise die einzelnen Rebsorten und Weinländer und geben Tipps, wie man den passenden Wein zum richtigen Anlass auswählt. Dank des Mondovino Weinclubs profitieren Clubmitglieder von zusätzlichen Empfehlungen und Angeboten. Zur Plattform gehören auch ein umfassendes Online-Weinsortiment und exklusive Weinraritäten.

[www.mondovino.ch](http://www.mondovino.ch)



Mitglieder  
**286 000**





# GROSSHANDEL UND PRODUKTION



# GROSSHANDEL UND PRODUKTION IN KÜRZE

SCHWEIZ

CENTRAL AND EASTERN EUROPE

FRANCE

ÖSTERREICH

Mit dem Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion ist die Coop-Gruppe auch im Ausland aktiv. Die Transgourmet-Gruppe betreibt Abholmärkte und beliefert Grosskunden in Europa. In der Produktion verfügt Coop mit der Bell Food Group über ein starkes internationales Standbein.

Die Transgourmet-Gruppe ist das zweitgrösste Unternehmen im europäischen Abhol- und Belieferungsgrosshandel. Sie bedient Kund:innen aus der Gastronomie und dem Gewerbe und ist in Deutschland, Polen, Rumänien, Frankreich, Iberien, Österreich und der Schweiz tätig. Die Transgourmet Holding AG hat ihren Sitz in Basel.

Die Bell Food Group AG, an der Coop die Aktienmehrheit hält, ist der grösste Produktionsbetrieb der Coop-Gruppe. Der Fleischverarbeiter führt Produktionsstandorte in der Schweiz und in 15 europäischen Ländern. Neben der Bell Food Group führt Coop in der Schweiz weitere Produktionsbetriebe in den Bereichen Getreideverarbeitung, Brot- und Backwaren, Schokolade, Reisspezialitäten, Essigprodukte, Mineralwasser, Rohwarenveredelung, Weinabfüllung, Kosmetika sowie Reinigungsmittel. Sie werden im Unternehmen als Divisionen geführt. In den Produktionsbetrieben stellt Coop neben ihren Eigenmarkenprodukten auch Artikel für Drittkunden im In- und Ausland her. Im Zentrum stehen Nachhaltigkeit, Kulinarik und das Aufgreifen neuer Ernährungstrends.

GROSSHANDEL

## Wichtige Kennzahlen zum Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion

Stand: 31. Dezember 2022

PRODUKTION  
GROSSHANDEL
**15 747** Mio. CHF

Nettoerlös

**209**

Verkaufsstellen/Märkte

**44 374**

Anzahl Mitarbeitende

**1 113 605** m<sup>2</sup>

Verkaufsfläche

**3 694** Mio. CHF

Nettoerlös Online-Handel

m<sup>2</sup>

CENTRAL AND EASTERN EUROPE

FRANCE

ÖSTERREICH

2023

EIGENMARKEN

COOP



# TRANSGOURMET-GRUPPE

Die Transgourmet-Gruppe ist das zweitgrösste Unternehmen im Abhol- und Belieferungsgrosshandel in Europa. Sie ist in sieben Ländergesellschaften organisiert.

Anzahl Mitarbeitende  
**30 467**

Nettoerlös Mio. CHF  
**11 051**

Märkte  
**209**



## Deutschland

Unter der Dachmarke Transgourmet Deutschland sind die Spezialisten Transgourmet für den Belieferungsgrosshandel und Selgros für den Abhol-grosshandel vertreten. Hinzu kommen weitere spezialisierte Unternehmen mit einem breiten Leistungsangebot für die Kund:innen.

[www.transgourmet-deutschland.de](http://www.transgourmet-deutschland.de)



## Polen

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

[www.transgourmet.pl](http://www.transgourmet.pl)



## Rumänien

Selgros Rumänien gehört zu den führenden Unternehmen des rumänischen Handels. Die Belieferung der Gastronomiekunden erfolgt aus den einzelnen Märkten. In Bukarest werden die Kund:innen über ein eigenes Zustelllager bedient.

[www.selgros.ro](http://www.selgros.ro)



## Frankreich

Im französischen Belieferungsgrosshandel belegt Transgourmet den zweiten Platz.

[www.transgourmet.fr](http://www.transgourmet.fr)



## Iberien

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

[www.transgourmet.es](http://www.transgourmet.es)



## Österreich

In Österreich betreibt Transgourmet Abholgross-märkte mit Zustellservice und ist damit die führende Gastronomie-Grosshändlerin.

[www.transgourmet.at](http://www.transgourmet.at)

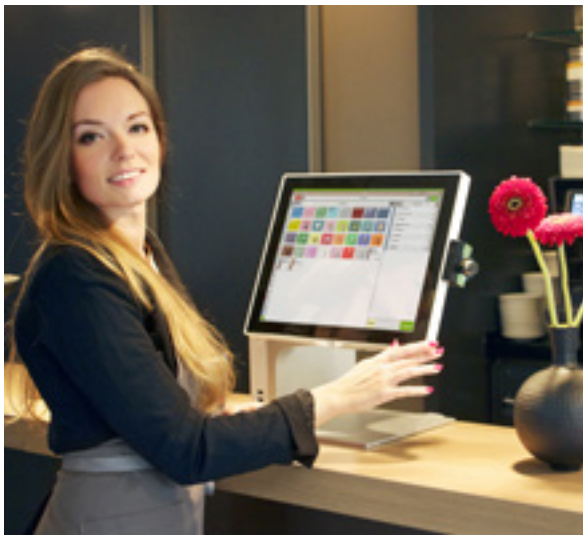


## Schweiz

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

[www.transgourmet.ch](http://www.transgourmet.ch)





DEUTSCHLAND

**713 000**  
Kund:innen

**11 163**  
Mitarbeitende

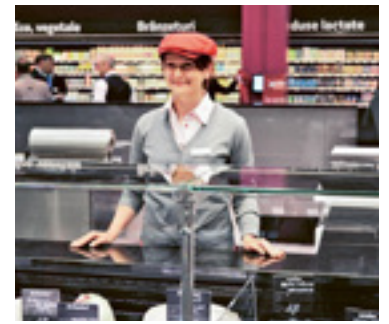
Transgourmet Deutschland mit Sitz in Riedstadt führt im Abholgrosshandel 38 Märkte unter den Vertriebsmarken Selgros und 3 unter Transgourmet Cash & Carry und bietet ein Sortiment von rund 78 000 Food- und Non-Food-Artikeln. Der Belieferungsgrosshandel bedient 34 500 Kund:innen aus der Gastronomie mit insgesamt 39 000 Artikeln.



Spezialisten







**POLEN**

**RUMÄNIEN**

**514 000**  
Kund:innen

**4 482**  
Mitarbeitende

**734 000**  
Kund:innen

**4 708**  
Mitarbeitende

Transgourmet Polska mit Sitz in Posen ist mit Selgros einer der grössten Abholspezialisten in Polen. Selgros Cash & Carry betreibt 19 Märkte mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 175 816 m<sup>2</sup> und bietet ein Sortiment von über 45 000 Food- und Non-Food-Artikeln.

Selgros România mit Sitz in Brasov betreibt im Abholgrosshandel 23 Märkte mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 193 235 m<sup>2</sup>. Das Unternehmen verfügt über ein Sortiment von mehr als 45 000 Food- und Non-Food-Artikeln. Die Belieferung von Gastronomiekund:innen erfolgt aus den einzelnen Märkten. In Bukarest werden die Kund:innen über ein eigenes Zustelllager bedient.







**FRANKREICH**

**IBERIEN**

**40 405**  
Kund:innen

**3 055**  
Mitarbeitende

**200 000**  
Kund:innen

**2 500**  
Mitarbeitende

Transgourmet France mit Sitz in Valenton bei Paris betreibt 22 Lager, 20 Plattformen und einen Cash & Carry-Markt. Im Belieferungsgrosshandel belegt Transgourmet Rang zwei auf dem französischen Markt. Das Sortiment umfasst über 30 000 Artikel. Der Transgourmet Cash & Carry-Markt in Schiltigheim stellt mehr als 13 000 Lebensmittel für Nahrungsmittelprofis bereit.

Transgourmet Ibérica mit Sitz in Vilamalla (Girona) bietet mit seinem Netz von 70 Cash & Carry-Märkten, seiner Food-Service-Linie und seinen sechs Logistikplattformen den Gastronomieprofis eine breite Palette von Produkten für ihren gesamten Bedarf. Darüber hinaus verfügt das Unternehmen über 25 GM-Oil-Tankstellen und mehr als 800 Franchise-Supermärkte der Marken Suma, Proxim und Spar.



**Spezialisten**

**Grosshandel Retail**





**ÖSTERREICH**

**SCHWEIZ**

**75 000**  
Kund:innen

**2 100**  
Mitarbeitende

**100 000**  
Kund:innen

**2 046**  
Mitarbeitende

Transgourmet Österreich GmbH ist der marktführende Grosshandelspartner für Gastronomie, Hotellerie und Gewerbetreibende. Das Unternehmen bietet seit 60 Jahren das Beste für die Gastronomie. Zehn Transgourmet-Standorte und der dazugehörige Grosshandelsspezialist Riedhart in Tirol bieten die bewährte Kombination aus Abholmarkt und Zustellservice an. Zusätzlich führt Transgourmet vier reine Cash & Carry-Abholgrossmärkte. Das Sortiment zählt 27 000 Artikel.

Transgourmet Schweiz mit Sitz in Moosseedorf bei Bern führt mit 31 Märkten im Abholgrosshandel von Prodega über 25 000 Artikel im Sortiment und bietet damit das breiteste Angebot im Schweizer Grosshandel. Die rund 25 000 Artikel des Sortiments werden auch im Belieferungsgrosshandel angeboten.



**Spezialisten**

**Spezialisten**





# GRUPPENWEITE EIGENMARKEN

Die Transgourmet-Gruppe hat den Anspruch, ihren Kund:innen eine möglichst grosse Produkt- und Dienstleistungsvielfalt von A bis Z aus einer Hand anzubieten: von Frische über Tiefkühlware bis Convenience, von günstig bis nachhaltig, von digitalen Einzellösungen bis hin zu massgeschneiderten Gesamtpaketen. Mit dem gruppenweiten Markenportfolio hält Transgourmet europaweit für jedes Kundenbedürfnis das passende Sortiment und die perfekte Dienstleistung bereit.



## Eigenmarkenprodukte in allen Preislagen



**Transgourmet Economy** umfasst Leader-Produkte zu dauerhaft günstigen Preisen.

**Deutschland, Frankreich, Iberien, Schweiz, Österreich, Polen, Rumänien**



**Transgourmet Quality** ist die Eigenmarke mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Das breite und tiefe Sortiment deckt jegliche Bedürfnisse professioneller Anwender ab.

**Deutschland, Frankreich, Iberien, Schweiz, Österreich, Polen, Rumänien**



**Transgourmet Natura** komplettiert das Eigenmarken-Portfolio mit klarem Fokus auf gesicherte, kontrollierte Bio-Qualität. Die neue Eigenmarke richtet sich an alle Gastroprofis und bietet ein Vollsortiment zu bezahlbaren Preisen.

**Deutschland, Frankreich, Iberien, Schweiz, Österreich**



**Transgourmet Premium** bietet hochwertige und exklusive Spezialitäten sowie grandiose Qualität für erlesene Gäste.

**Deutschland, Frankreich, Schweiz, Österreich, Rumänien**

## Für nachhaltigen Genuss



**Transgourmet Ursprung/Origine/Vonatur** Produkte von Ursprung (DE), Origine (FR, CH) beziehungsweise Vonatur (AT) stehen für eine klar benannte Herkunftsregion und eine nachhaltige Herstellung. Eine dreistufige Bewertung der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsleistungen mit «good», «better» und «best» sorgt gegenüber den Kund:innen für eine transparente und glaubwürdige Einordnung der Produkte. Mit der Entwicklung einer Nachhaltigkeits-Eigenmarke für den Grosshandel setzt Transgourmet Massstäbe und differenziert sich deutlich von den Mitbewerbern.

**Deutschland, Frankreich, Iberien, Schweiz, Österreich**





## UNSERE KUNDEN

Zu den Kunden der Transgourmet-Gruppe zählen ...

- Gastronomiebetriebe
- Hotels
- Betriebskantinen
- soziale Einrichtungen wie Alters- und Pflegeheime oder Spitäler
- Bäckereien und Patisseriegeschäfte
- Retail-Kund:innen
- Gewerbetreibende

... und viele weitere.







# UNSERE PRODUKTIONSBEREITBE

In den Produktionsbetrieben werden Coop-Eigenmarkenprodukte und Artikel für Drittkunden im In- und Ausland hergestellt. Die Coop-Gruppe will sich mit ihren Produktionsbetrieben immer mehr am internationalen Markt profilieren.

## BELL FOOD GROUP

Die Bell Food Group gehört zu den führenden Fleisch- und Convenience-Verarbeitern in Europa und ist Marktführerin in der Schweiz. Mit den Marken Bell, Eisberg, Hilcona und Hügli deckt die Bell Food Group vielfältige Kundenbedürfnisse ab. Das Unternehmen beliefert den Detail- und Grosshandel, die Gastronomie und die Lebensmittelindustrie jährlich mit rund 541 000 Tonnen Waren. Die Bell Food Group verfügt über Produktionsbetriebe in 15 Ländern. Das Unternehmen ist an der Schweizer Börse kotiert.

[www.bellfoodgroup.com](http://www.bellfoodgroup.com)

**BELL  
FOOD  
GROUP** 

### Standorte

Die Bell Food Group verfügt über Standorte in 15 europäischen Ländern.



**Hauptsitz**  
Basel

**Gründung**  
1869

**Produkte**  
Fleisch, Geflügel, Charcuterie, Seafood, Convenience-Produkte wie Salate, Sandwiches, Frischmenüs und Pasta

**Anzahl Mitarbeitende**  
**12 066**

**Nettoerlös** Mio. CHF  
**4 315**







Die **Bell Food Group** hat ihren Hauptsitz in Basel und ist in fünf operative Geschäftsbereiche sowie einen Service-Geschäftsbereich für Finanzen/Services gegliedert.

#### Geschäftsbereich Bell Schweiz

Die Schweiz ist der Kernmarkt der Bell Food Group. Hier werden alle Warengruppen der Bereiche Fleisch, Geflügel, Charcuterie, Seafood und Convenience in den eigenen Produktionsbetrieben hergestellt. Beim Schweizer Geflügel verfügt Bell über eine vollständig integrierte Produktion und kontrolliert vom Ei bis zum genussfertigen Produkt die gesamte Wertschöpfungskette.

#### Geschäftsbereich Bell International

Der Geschäftsbereich Bell International besteht aus den Divisionen Bell Deutschland, Bell Frankreich und Hubers/Sütag. Der Fokus liegt auf der Herstellung von internationalen Rohschinkenspezialitäten sowie auf der Schlachtung und Zerlegung von nachhaltigen Puten und Hähnchen in Österreich und Deutschland.

[www.bell.ch](http://www.bell.ch)  
[www.bell1869.com](http://www.bell1869.com)



#### Geschäftsbereich Eisberg

Eisberg verfügt über eine starke Marktposition in der Schweiz und in Osteuropa. Eisberg hat sich auf die Herstellung von frischen Schnittsalaten spezialisiert und bietet darüber hinaus eine breite Palette an Mischungen geschnittener Früchte und Gemüse an. Ergänzt wird das Angebot durch innovative Zusatzsortimente wie Smoothie-Mixes, Fruchtsäfte oder Salatsaucen.



#### Geschäftsbereich Hilcona

Hilcona produziert frische, tiefgekühlte und haltbare Convenience-Produkte wie Frischgerichte, Pasta, Sandwiches und zahlreiche weitere Produkte. Im Kompetenzzentrum für vegetarische und vegane Produkte in Landquart (CH) werden Tofu aus Schweizer Bio-Soja oder pflanzenbasierte Fleischalternativen hervorgebracht. Im deutschen Bad Wünnenberg produziert und vermarktet Hilcona Convenience-Produkte für den deutschen Markt. Hilcona ist in ihrem Segment Marktführerin in der Schweiz und zudem eine bedeutende Anbieterin für Frischpasta in Deutschland und in Österreich.

[www.hilcona.com](http://www.hilcona.com)



#### Geschäftsbereich Hügli

Hügli ist der Spezialist für haltbare Convenience-Produkte. Dazu zählen Suppen, Saucen, Bouillons, Würzmischungen, Dressings und Dips, Desserts, funktionale Nahrungsmittel, kühlfrische Kräuterprodukte, Menükomponenten sowie vegetarische und vegane Produkte. Hügli beliefert den Food Service, stellt Produkte für Markenunternehmen, den Retail sowie die Lebensmittelindustrie her und vertreibt eigene Markenprodukte, vorwiegend in Bio-Qualität. In den Heimmärkten Schweiz und Deutschland ist Hügli ein führender Anbieter von haltbaren Convenience-Produkten.

[www.huegli.com](http://www.huegli.com)



Die Bell Food Group gehört zu den führenden Fleisch- und Convenience-Verarbeitern in Europa und ist Marktführerin in der Schweiz.





## HALBA

HALBA produziert jährlich 20 000 Tonnen Schweizer Schokolade, 7 000 Tonnen innovative Snacks und 20 000 Tonnen hochwertige Back- und Kochzutaten für Handel und Industrie. HALBA lebt Nachhaltigkeit und engagiert sich mit innovativen Nachhaltigkeitsprojekten in den Ursprungsländern.

[www.halba.ch](http://www.halba.ch)



### Produkte

Schokolade, Snacks wie Nüsse und Trockenfrüchte, Back- und Kochzutaten



## TROPENHAUS FRUTIGEN

Das Tropenhaus Frutigen ist ein attraktives Ausflugsziel, das Wissensvermittlung und Genuss auf transparente Art und Weise erlebbar macht. Erneuerbare Energie, Fischzucht, Kaviarproduktion, ein Tropengarten und ein Restaurant unter Bananestauden sind Themen, die in der Erlebniswelt des Tropenhauses vereint sind.

[www.tropenhaus-frutigen.ch](http://www.tropenhaus-frutigen.ch)

[www.oona-caviar.ch](http://www.oona-caviar.ch)



### Produkte

Kaviar, Eglifilet



## SWISSMILL

Swissmill ist die grösste Getreidemühle der Schweiz und zählt europaweit zu den modernsten Unternehmen der Branche. Sie verarbeitet jährlich über 200 000 Tonnen Getreide und stellt mehr als 100 verschiedene Produkte her.

[www.swissmill.ch](http://www.swissmill.ch)



### Produkte

Mehl, Mehlmischungen, Hartweizengriess, Polenta, Haferflocken, Extruderprodukte



## STEINFELS SWISS

Steinfels Swiss entwickelt, fertigt und vermarktet jährlich mehr als 18 000 Tonnen an hochwertigen Reinigungsmitteln und Körperpflegeprodukten für private Haushalte, Gewerbe und Grossverbraucher. Mit ihrem Angebot an nachhaltigen Produkten ist Steinfels Swiss führend.

[www.steinfels-swiss.ch](http://www.steinfels-swiss.ch)



### Produkte

Naturkosmetik, Kosmetika, Wasch- und Reinigungsmittel, Hygieneprodukte, Desinfektion für Hände und Oberflächen, Systemlösungen für die professionelle Reinigung





## COOP-BÄCKEREIEN

Insgesamt produzieren die fünf Grossbäckereien jährlich rund 62 960 Tonnen Backwaren und Teiglinge. In den Hausbäckereien von schweizweit 56 Coop-Supermärkten werden weitere 6 740 Tonnen frische Brote und Konditoreiwaren hergestellt.

### Produkte

Frischbrote (Brote, Kleinbrote, Zöpfe), Tiefkühlbrote, Frischteig, Kuchen und Gebäck, Torten und Patisserie-Artikel, Saisongebäcke, Spezialgebäcke sowie Verkaufsteige



## REISMÜHLE BRUNNEN/NUTREX

Bio, Fairtrade – die Reismühle Nutrex veredelt über 75 Reissorten und produziert über 55 Essigsorten, es werden über 13 000 Tonnen Reis aus aller Welt und 10 Millionen Liter Essig produziert und verkauft. Im Bereich Fairtrade-Reis ist sie auf dem europäischen Markt führend und beim Essig Marktleader in der Schweiz.

[www.reismuehle.ch](http://www.reismuehle.ch)

### REISMÜHLE **NUTREX**

#### Produkte

Reissorten aus aller Welt, Reismischungen, Essig und Essigspezialitäten



## PEARLWATER MINERALQUELLEN

Pearlwater füllt jährlich rund 100 Millionen Liter Mineralwasser und Softdrinks ab, darunter die Coop-Eigenmarken «Swiss Alpina», «Aquina» und «Prix Garantie». Basis sind vier Walliser Alpenquellen mit unterschiedlicher Mineralisierung.

[www.pearlwater.ch](http://www.pearlwater.ch)



pearlwater

### Produkte

Mineralwasser mit und ohne Kohlensäure, zuckerhaltige Süssgetränke sowie aromatisierte Bio-Limonaden, abgefüllt in PET-Flaschen



## CAVE

Die Weinkellerei von Coop vinifiziert Most aus sieben Kantonen der Schweiz. Weine aus der ganzen Welt werden gepflegt, veredelt und abgefüllt sowie konfektioniert. Perlweine werden hergestellt. Mit der Méthode charmat werden Weine durch die 2. Gärung zu Spumante vergoren und ausgebaut. Aromatisierte weinhaltige Getränke runden das Sortimentsspektrum ab. Mit einer jährlichen Füllleistung von rund 40 Millionen Flaschen/Einheiten ist Cave die grösste Weinkellerei der Schweiz.

### Produkte

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



## BANANENREIFEREI

Die Bananenreiferei reift jährlich 28 000 Tonnen Bananen, konfektioniert diese zusammen mit rund 3 000 Tonnen Ananas und 1 400 Tonnen Kiwis sowie Trockenfrüchten und Nüssen. Der Betrieb gehört zu den technisch und ökologisch fortschrittlichsten in Europa.

### Produkte

Bananen, exotische Früchte wie Ananas und Kiwis, Trockenfrüchte und Nüsse



# ÖKOLOGIE UND SOZIALES





## MEHR ALS 400 TATEN STATT WORTE

Nach 35 Jahren intensiven Engagements in der Nachhaltigkeit ist diese zu einem wesentlichen Teil der Unternehmens-DNA von Coop geworden. Wir haben Nachhaltigkeit in der täglichen Arbeit tief verankert und erachten unser Engagement als wichtige Grundlage für den langfristigen Unternehmenserfolg.

Das schweizweit grösste Angebot an Fisch und Meeresfrüchten in Bio-Qualität, ein preisgekrönter umweltfreundlicher Warentransport mit einer Kombination aus Schiene und Strasse und eine offizielle Partnerschaft mit dem Schweizerischen Roten Kreuz – das sind drei von mehr als 400 nachhaltigen Taten, die Coop allein im Detailhandel entwickelt und umgesetzt hat. Und es kommen laufend neue dazu. Nachhaltigkeit hat in allen Geschäftsbereichen der Coop-Gruppe einen hohen Stellenwert in der Unternehmensstrategie.

**6 240** Mio. CHF

Nachhaltigkeitsumsatz  
Coop-Gruppe

**840** Mio. CHF

davon Fairtrade

**2 050** Mio. CHF

davon Bio

Jährlich **40** bis **100**

nachhaltige Projekte finanziert über  
den Coop Fonds für Nachhaltigkeit





## UNSERE VISION: FÜR MENSCH, TIER UND NATUR

Als Genossenschaft haben wir uns vor über 150 Jahren statutarisch verpflichtet, Produkte kostengünstig zu beschaffen und dabei die wirtschaftlichen und sozialen Interessen unserer Mitglieder zu wahren. Dazu gehört auch, nachhaltig zu wirtschaften. Seit 1973 ist der Umweltschutz in unseren Statuten verankert. Coop ist überzeugt, dass Nachhaltigkeit eine wichtige Grundlage für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens darstellt.

Unsere Strategie basiert auf drei Säulen und umfasst 26 Wirkungsfelder, die wir unter Einbezug unterschiedlicher Stakeholder und der Kund:innen-Bedürfnisse erarbeitet haben:



**Tat Nr. 27**



**Tat Nr. 14**





**Tat Nr. 12**

---

**SÄULE 1**  
**NACHHALTIGE**  
**PRODUKTE**

Wir fördern den nachhaltigen Konsum mit verantwortungsvollen Produkten, einer bewussten Sortimentsgestaltung, einer zielgerichteten Kundeninformation und vielseitigen Werbemassnahmen. Weil das Konsumverhalten erhebliche Auswirkungen auf Mensch, Tier und Natur hat, können wir hier über die Bereitstellung nachhaltiger Sortimente die grösste Wirkung erzielen. Die Förderung eines nachhaltigen Konsums ist auch das übergeordnete Ziel unserer strategischen Partnerschaft mit dem WWF Schweiz. Weiter engagieren wir uns mit wegweisenden Beschaffungsprojekten und langjährigen Partnerschaften für den biologischen Landbau, den fairen Handel, die Menschenrechte, die Förderung des Tierwohls und den Erhalt der natürlichen Ressourcen (Wasser, Boden, Biodiversität und Luft). Entlang der gesamten Wertschöpfungskette setzen wir uns zudem für die Einhaltung von anspruchsvollen Mindestanforderungen, entwaldungsfreie Lieferketten und mehr Transparenz ein.



**Tat Nr. 387**

---

**SÄULE 2**  
**UMWELT- UND**  
**KLIMASCHUTZ**

Im Fokus unserer Anstrengungen stehen die Umsetzung der Vision «Netto-Null-Emissionen bis 2050» und der Vision eines Zero-Waste-Unternehmens. Wir arbeiten konsequent daran, Emissionen zu verhindern und zu reduzieren, auch in unseren Lieferketten. Zudem engagieren wir uns für geschlossene und reduzierte Materialkreisläufe, optimieren Verpackungen, vermeiden Abfall oder recyceln ihn, gehen verantwortungsbewusst mit Wasser um und setzen uns für nachhaltiges Bauen ein. Beim Warentransport setzen wir mit dem stetigen Ausbau der Bahntransporte sowie mit innovativen Lösungen wie dem Elektro-Lastwagen oder wasserstoffbetriebenen Fahrzeugen Massstäbe.







**Tat Nr. 105**

### SÄULE 3 MITARBEITENDE UND GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Die Mitarbeiter:innen sind unser Kapital. Wir bieten deshalb die besten Anstellungsbedingungen im Schweizer Detailhandel mit einem einheitlichen Gesamtarbeitsvertrag, vielfältigen Aus- und Weiterbildungen sowie guten Karrierechancen und einer grosszügigen Altersvorsorge. Durch die Unterstützung der sozialen Organisationen «Schweizer Tafel» und «Tischlein deck dich» leisten wir wichtige Beiträge zum verantwortungsbewussten Umgang mit Lebensmitteln. Zentral sind auch das Engagement über die Non-Profit-Organisation «Coop Patenschaft für Berggebiete» sowie die Zusammenarbeit mit strategischen Partnern wie dem Schweizerischen Roten Kreuz (SRK).



**Tat Nr. 214**

### COOP FONDS FÜR NACHHALTIGKEIT

Über den Coop Fonds für Nachhaltigkeit finanzieren wir jährlich rund 70 bis 100 Nachhaltigkeitsprojekte. Damit stossen wir innovative Lösungsansätze in wichtigen gesellschaftlichen und ökologischen Themenbereichen an. Zusammen mit externen Partnern unterstützen wir die Forschung zu nachhaltigen Produktionsmethoden oder Produkten und erbringen so Pionierleistungen für die Nachhaltigkeit. Zudem unterstützen wir Ausstellungen, Events und Dienstleistungen, welche die Öffentlichkeit für einen nachhaltigen Konsum sensibilisieren. Weiter fördern wir Projekte, bei denen die Gesundheit, die Bewegung oder die Unterstützung Benachteiligter im Zentrum stehen. Bei den meisten Projekten engagieren wir uns über viele Jahre. Coop investiert über den Fonds für Nachhaltigkeit jährlich mindestens 16.5 Millionen Franken.

Mehr Informationen

[www.taten-statt-worte.ch](http://www.taten-statt-worte.ch)



## COOP ALS ARBEITGEBERIN: ATTRAKTIV UND SOZIAL

Unsere Mitarbeiter:innen sind unser wichtigstes Kapital. Coop tut deshalb viel für sichere und chancenreiche Arbeitsplätze und bietet ihren Mitarbeitenden die fairsten Arbeitsbedingungen im Schweizer Detailhandel.

# 94 790

Anzahl Mitarbeitende

# 3 417

Anzahl Lernende

# 71.3 %

intern besetzte Kaderstellen

Für die Coop-Gruppe arbeiten im Detailhandel, im Grosshandel und in der Produktion fast 95 000 Mitarbeitende, darunter 3 417 Lernende. Über 62% der Arbeitsplätze befinden sich in der Schweiz, die restlichen im Ausland. 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. Hier sind die Mitarbeitenden und ihre Angehörigen oder Hinterbliebenen gegen die wirtschaftlichen Folgen von Alter, Invalidität und Tod versichert.

**Coop Campus: das attraktivste Weiterbildungsprogramm im Detailhandel**  
Coop investiert jährlich über 45 Millionen Franken in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden. Unter dem Namen Coop Campus bietet Coop das attraktivste Weiterbildungsprogramm im Schweizer Detailhandel. Die Mitarbeitenden profitieren von massgeschneiderten internen Ausbildungsprogrammen für jede Führungsstufe und über alle Fachthemen hinweg. Es werden rund 350 interne Kurse angeboten – in den Coop-eigenen Tagungszentren in Muttenz und Jongny, an 17 weiteren Standorten oder direkt am Arbeitsplatz. Auch elektronische Lernformen kommen verbreitet zum Einsatz. Zudem unterstützt Coop die externen Aus- und Weiterbildungen der Mitarbeitenden zeitlich und finanziell.







## Meine Karriere verdanke ich Coop.

**Isabel Andueza**  
Ehemalige Coop-Lernende, heute  
Geschäftsführerin Import Parfumerie  
Volketswil

Alle Menschen haben unabhängig von ihrer Herkunft bei Coop die gleichen Karrierechancen. Mit ihrem umfassenden Talentmanagement fördert Coop die Arbeitsmarktfähigkeit aller Mitarbeitenden. Das Talentmanagement stellt systematische und einheitliche Instrumente zur Leistungsbeurteilung und Potenzialanalyse zur Verfügung und unterstützt die Karriereplanung innerhalb der Coop-Gruppe. Dank dem Talentmanagement gelingt es Coop, 71.3 % der freien Kaderstellen intern zu besetzen.

### Zeitgemässe Berufsbildung

Coop investiert viel in die Ausbildung der Lernenden. Mit rund 2 700 Lernenden allein in der Schweiz ist Coop landesweit die zweitgrösste Lehrstellenanbieterin. Zur Auswahl stehen 33 verschiedene Berufe in Verkauf, Verwaltung, Logistik und Produktion. 38 vollamtliche Lernendenbetreuende und rund 2 000 Berufsbildende begleiten und unterstützen die jungen Erwachsenen. Coop fördert zudem die Berufsmatura und unterstützt Einsätze in anderen Sprachregionen der Schweiz sowie im Ausland. Rund 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.

Hochschulabsolvent:innen bietet Coop neben dem Direkteinstieg auch attraktive Praktika sowie Traineeprogramme in unterschiedlichen Unternehmensbereichen an. Die Teilnehmenden des Traineeprogramms Verkauf zum Beispiel erleben während eines ganzen Jahres die Faszination und Vielfalt des Detailhandels und legen damit den Grundstein für eine vielversprechende Karriere bei Coop.



# MIT SPONSORING NAH BEI DEN MENSCHEN

Coop begeistert mit sympathischen Sponsoring-Projekten in der Schweiz Jung und Alt – sei es mit regionalen oder nationalen Engagements.





### **Impressum**

Herausgeber: Coop Genossenschaft, 4002 Basel,  
Jörg Ledermann (Leitung Kommunikation/Qualität/Nachhaltigkeit),  
Barbara Irniger Furtwängler (Leiterin PR/Interne Kommunikation)  
Redaktion/Koordination: Simon Tscherrig (Projektleiter)  
Konzept/Gestaltung: Phorbis Communications AG, Basel  
Fotografie: Klaus Andorfer, Julian Salinas und diverse weitere Fotografen  
Druck: Grempel AG, Basel/Pratteln  
Buchbinderei: Scherrer AG Buchbinderei, Urdorf  
Veröffentlichung: Juli 2023

### **Information/Kontakt/Bestellung**

Coop  
Kundendienst  
Postfach 2550  
CH-4002 Basel  
Telefon 0848 888 444  
[www.coop.ch](http://www.coop.ch)

