

# GESCHÄFTSBERICHT DER COOP-GRUPPE 2017





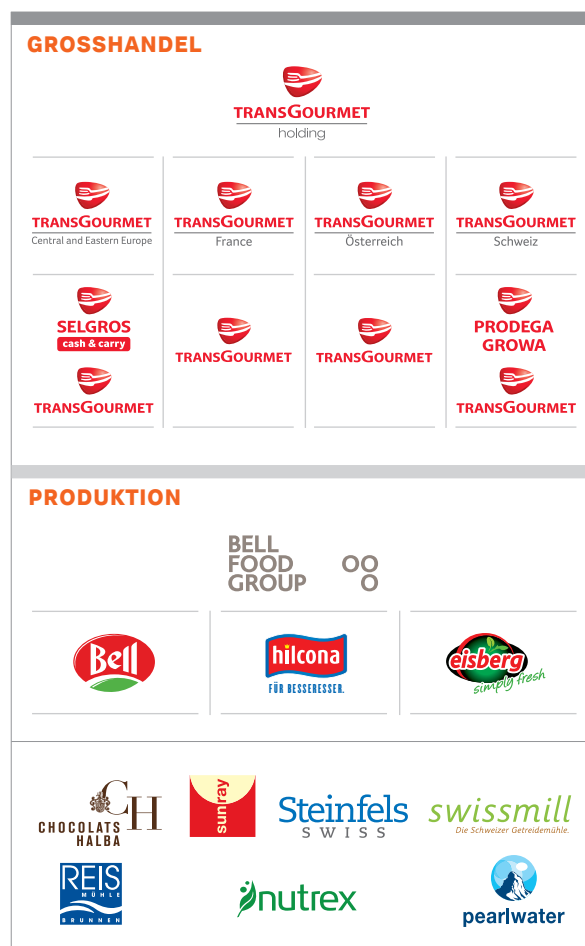
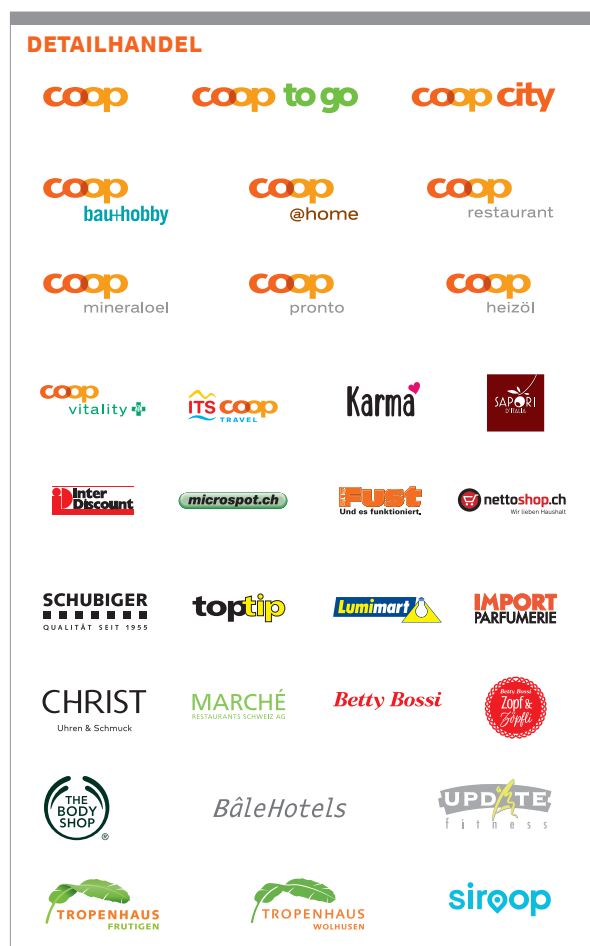
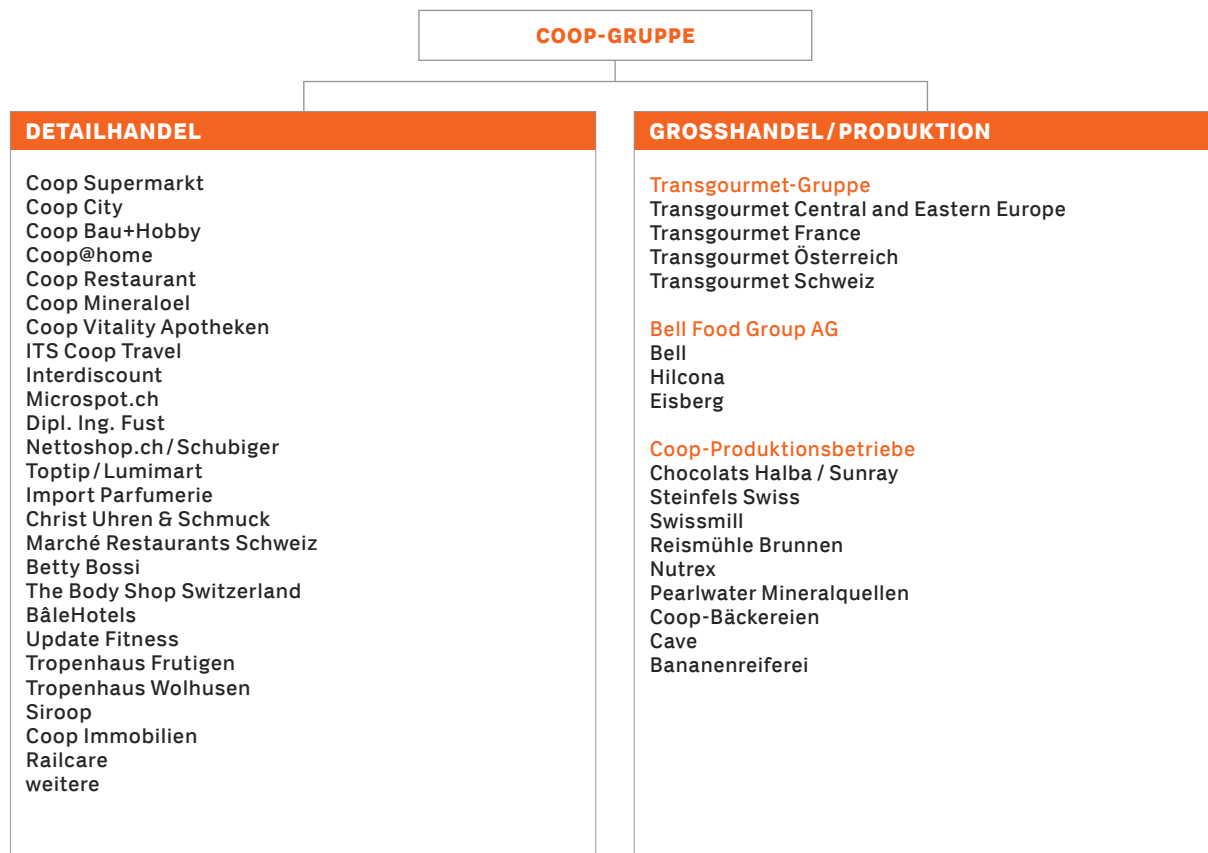


# Geschäftsbericht der Coop-Gruppe 2017

|                                                  |           |
|--------------------------------------------------|-----------|
| <b>Geschäftsbereiche der Coop-Gruppe</b>         | <b>4</b>  |
| <b>Wichtige Kennzahlen auf einen Blick</b>       | <b>5</b>  |
| <b>Vorwort</b>                                   | <b>6</b>  |
| <b>Wichtige Stationen 2017</b>                   | <b>8</b>  |
| <b>Strategie und Umfeld</b>                      | <b>10</b> |
| Unternehmensprofil                               | 10        |
| Strategien und Ziele                             | 10        |
| Wirtschaftliches und politisches Umfeld          | 12        |
| <b>Mit Nachhaltigkeit an die Spitze</b>          | <b>14</b> |
| <b>Geschäftsbereich Detailhandel</b>             | <b>17</b> |
| Verkaufsformate und Angebot                      | 18        |
| Logistik, Informatik und Immobilien              | 31        |
| Mehrleistungen                                   | 32        |
| <b>Geschäftsbereich Grosshandel / Produktion</b> | <b>36</b> |
| Transgourmet-Gruppe                              | 37        |
| Produktion                                       | 44        |
| <b>Mitarbeitende</b>                             | <b>49</b> |
| Attraktivität als Arbeitgeberin                  | 50        |
| Ausbildung und Personalentwicklung               | 52        |
| Change-Management                                | 53        |
| <b>Corporate Governance</b>                      | <b>54</b> |
| <b>Coop-Gruppe in Zahlen</b>                     | <b>73</b> |

# Geschäftsbereiche der Coop-Gruppe

Stand 1. März 2018



## Wichtige Kennzahlen auf einen Blick

### Gesamtumsatz

**29 207** Mio. CHF

### Nettoerlös Gruppe

**28 152** Mio. CHF

davon

**19 476** Mio. CHF Schweiz

**8 676** Mio. CHF Ausland

### Nettoerlös Segmente

**17 405** Mio. CHF Detailhandel

**13 006** Mio. CHF Grosshandel/Produktion

### Nettoerlös Online-Handel

**676** Mio. CHF Detailhandel

**1 036** Mio. CHF Grosshandel/Produktion

### Anzahl Mitarbeitende am 31.12.

**46 604** Detailhandel

**39 714** Grosshandel/Produktion

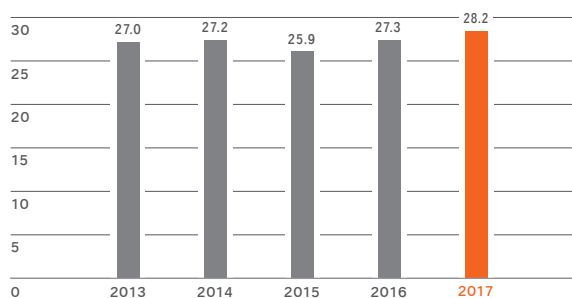
### Anzahl Lernende am 31.12.

**2 648** Detailhandel

**836** Grosshandel/Produktion

### Nettoerlös

in Mrd. CHF



### Betriebsergebnis

**1 994** Mio. CHF EBITDA

7,1 % des Nettoerlöses

**806** Mio. CHF EBIT

2,9 % des Nettoerlöses

### Jahresergebnis

**485** Mio. CHF

1,7 % des Nettoerlöses

### Eigenkapital

**9 339** Mio. CHF

47,9 % Eigenkapitalanteil

### Free Cash Flow

**99** Mio. CHF

### Investitionen in Sachanlagen

**920** Mio. CHF Schweiz

**361** Mio. CHF Ausland

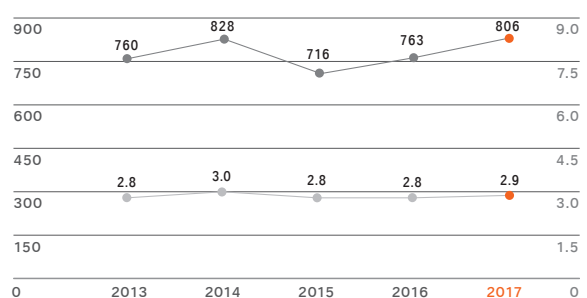
### Anzahl Verkaufsstellen / Märkte

**2 295** Detailhandel

**142** Grosshandel/Produktion

### Betriebsergebnis (EBIT)

— in Mio. CHF — in % des Nettoerlöses





Hansueli Loosli und Joos Sutter

## **Vorwort**

# **Coop wächst und gewinnt Marktanteile**

Die Coop-Gruppe entwickelte sich 2017 erfolgreich weiter und baute ihre Position kontinuierlich aus: Auf der einen Seite sorgten neue Formate und Produktinnovationen sowie ein organisches Wachstum dafür, dass Coop im Detailhandel ihre Marktposition auf dem Schweizer Markt weiter ausbauen konnte. Auf der anderen Seite konnten der Bereich Grosshandel / Produktion klar zulegen. Insgesamt erzielte die Coop-Gruppe einen Umsatz von 29,2 Milliarden Franken. Dies entspricht einem Umsatzwachstum von 3,1 %. Unser Nachhaltigkeitsumsatz stieg um 10,4 % auf 4,3 Milliarden Franken. Coop wurde Weltmeisterin der Nachhaltigkeit und konnte sich in über 100 Kategorien gegen 147 internationale Retailer durchsetzen.

Der Nettoerlös im Detailhandel stieg auf 17,4 Milliarden Franken. Sowohl Supermärkte als auch Fachformate legten zu. Damit verbunden war eine klare Verbesserung der Marktanteile: In unseren Supermärkten steigerten wir die Kundenfrequenz deutlich um 5,7 %.

Erneut konnten wir uns als Innovationsführerin im Schweizer Detailhandel klar behaupten. Mit dem Karma-Shop eröffneten wir einen Laden exklusiv für vegetarische und vegane Produkte mit höchster Kulinarik. Der beliebtesten Küche der Schweiz widmeten wir mit Saponi d'Italia ihren eigenen Laden. Mit Fooby schufen wir ein innovatives, plattformübergreifendes Format: Von der Verkaufsstelle bis zum mobilen Endgerät sind die neuesten Food-Trends jetzt jederzeit und überall greifbar. Mit dem Coop-Megastore in Seewen

haben wir den Einkauf mit Frische und Regionalität in marktähnlicher Atmosphäre zu einem neuen Erlebnis gemacht. Auch in den Bereichen Logistik und Produktion konnten wir 2017 ein starkes Zeichen setzen: Im Oktober eröffnete das Coop-Produktionszentrum Pratteln Salina Raurica, welches die Produktion von Cave und Chocolats Halba/Sunray sowie das modernste private Qualitätslabor der Schweiz beherbergt.

Der Nettoerlös des zweiten Standbeins Grosshandel/Produktion ist um 6,2 % auf 13 Milliarden Franken gestiegen und hat sich damit im Jahr 2017 ausserordentlich positiv entwickelt. Die Transgourmet-Gruppe erzielte einen Nettoerlös von 9,1 Milliarden Franken und verzeichnete ein Wachstum von 6,3 %. Damit setzte die Gastronomiegrosshändlerin ihren Weg an die Spitze des europäischen Abhol- und Belieferungsgrosshandels fort. Die Transgourmet-Gruppe widmete sich 2017 weiter dem Ausbau des Foodservice. Durch die Übernahme von Gastronovi, einem Anbieter für digitale Lösungen für die Gastronomie, sowie des Getränkedienstleisters Team Beverage bietet Transgourmet nun das ganze Leistungsspektrum im Gastronomiegrosshandel an. Mit der Einführung der Nachhaltigkeits-eigenmarke Vonatur in Österreich ist Transgourmet zudem die erste internationale Gastronomiegrosshändlerin, die flächendeckend nachhaltige Produkte anbietet.

Die Bell-Gruppe beschloss im April 2017 ihre Umfirmierung in Bell Food Group AG und konkretisierte damit ihre strategische Neuausrichtung der letzten Jahre. Die Bell Food Group hat sich vom Schweizer Fleischverarbeiter zum führenden Fleisch-, und Convenience-Spezialisten in Europa entwickelt und gliedert sich neu in die Bereiche Bell, Hilcona und Eisberg. Mit der Übernahme der Hügli Holding AG zum 15. Januar 2018 ergänzt die Bell Food Group ihre Geschäftstätigkeit mit dem Bereich haltbarer Convenience-Produkte.

Unsere E-Commerce-Offensive setzten wir 2017 fort und erzielten ein Umsatzwachstum von 18,5 % auf 1,7 Milliarden Franken. Mit einer digitalen Fleisch-, Fisch- und Käsetheke konnte Coop@home seine Servicepalette stark ausbauen. Die Online-Shops für Heimelektronik verzeichneten mit einem Wachstum von 25,8 % und einem Umsatz von 432 Millionen Franken einen starken Anstieg. Mit über 1 100 Pick-up-Stationen verfügt Coop zudem über das grösste plattformübergreifende Netz an Abholstationen in der Schweiz.

Mit ihren vielfältigen Innovationen macht Coop die Zukunft des Detailhandels bereits heute erlebbar. Die Digitalisierung und der Kompetenzausbau in den Bereichen Detailhandel und Grosshandel/Produktion sorgen dafür, dass unsere Produkte künftig noch frischer und schneller zu unseren Kundinnen und Kunden gelangen. Dafür sorgen unsere über 86 000 engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen wir hiermit herzlich danken.



Hansueli Loosli  
Präsident des Verwaltungsrates



Joos Sutter  
Vorsitzender der Geschäftsleitung



# Wichtige Stationen 2017



## Januar

### Coop zum vierten Mal weltweit auf Platz 1 beim Tierwohl

Zum vierten Mal in Folge belegt Coop den ersten Platz im internationalen Tierwohl-Rating «Business Benchmark on Farm Animal Welfare» (BBFAW). Für ihre hohen Basisstandards, ihr Tierwohlprogramm Naturafarm sowie ihr umfangreiches Bio-Sortiment wurde Coop vom BBFAW unter 99 internationalen Anbietern im Lebensmittelbereich als Spitzenreiterin ausgezeichnet.



## Februar

### Coop lanciert Kulinarik-Plattform Fooby

Mit der Kulinarik-Plattform Fooby führt Coop ein neues Angebot ein, das Kundinnen und Kunden regelmässig über die neuesten Rezept- und Ernährungstrends informiert. An ausgewählten Lebensmittelregalen sind passende Fooby-Rezepte erhältlich. Mittels einer App mit personalisierbarem Kochbuch lassen sich Einkaufslisten erstellen und die benötigten Lebensmittel direkt bei Coop@home bestellen.



## April

### 10 Jahre Pro Montagna

Mit einer Vielzahl von Massnahmen feierte Coop 2017 das zehnjährige Jubiläum von Pro Montagna, der Eigenmarke für authentische Produkte aus den Schweizer Bergen.

### Aus Bell wird Bell Food Group

Am 11. April 2017 beschloss die Generalversammlung der Bell AG die Umfirmierung in Bell Food Group AG, die sich nun in die Bereiche Bell, Hilcona und Eisberg untergliedert.

### Neues Ladenkonzept für Christ

Im April führte Christ Uhren & Schmuck am Flughafen Zürich ein neues Ladenkonzept ein, das nun auf die anderen Filialen übertragen wird.



## Mai

### Karma-Shop eröffnet in Zug

Mit dem ersten Karma-Shop eröffnet im Mai ein völlig neues Ladenkonzept: Der Karma-Shop im Bahnhof von Zug bietet die grösste Auswahl an ausschliesslich vegetarischen und veganen Produkten in der Schweiz an. Neben Frischeprodukten umfasst das Sortiment Grundnahrungsmittel, vegane oder vegetarische Kosmetikprodukte.

### Europas grösster Holzbackofen geht in Betrieb

Im Mai nimmt Coop in Schafisheim den grössten Holzbackofen Europas in Betrieb, um noch aromatischere und geschmacklich intensivere Brote herzustellen.



### 1 100 Pick-up-Stationen in der Schweiz

Das Netz der Pick-up-Stationen, über welche Kundinnen und Kunden Bestellungen aus diversen Coop-Online-Shops auch in die Läden anderer Verkaufsformate liefern lassen können, wächst im Mai auf 1 100 an.

### Transgourmet erwirbt Mehrheit an Team Beverage

Transgourmet Central and Eastern Europe erwirbt 70 Prozent der Anteile an Team Beverage und steigt so in den deutschen Getränkehandel ein. Mit über 1,5 Milliarden Euro Systemumsatz besetzt Team Beverage eine führende Rolle im deutschen Getränkengrosshandel.

## Juni

### Coop wird Weltmeisterin der Nachhaltigkeit

Die Ratingagentur Oekom Research zeichnet Coop wiederholt als nachhaltigste Detailhändlerin der Welt aus. In mehr als 100 Kategorien setzte sich Coop gegen 147 internationale Retailer durch und schnitt in allen Bereichen sehr gut ab. Die Besonderheit: In der aktuellen Untersuchung wurde erstmals nicht nur die Geschäftstätigkeit im Inland bewertet, sondern auch jene im Ausland.







## August

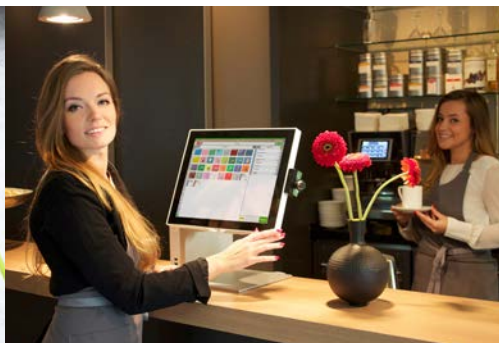
### Insekten-Produkte gehen in den Verkauf

Seit August 2017 bietet Coop in ausgewählten Coop Supermärkten und bei Coop@home die Produkte «Insect Burger» und «Insect Balls» der Marke Essento an. Damit ist Coop die erste Detailhändlerin in der Schweiz, die genussvolle und nachhaltige Lebensmittel auf Insektenbasis in ihr Sortiment aufnimmt.

## September

### Neubau des Interdiscount-Verteilzentrums in Jegenstorf fertiggestellt

Interdiscount schliesst den Bau eines neuen Verteilzentrums in Jegenstorf ab und nimmt Postversand und Wareneingang in Betrieb – die Automatisierungstechnik folgt 2018.



## Oktober

### Transgourmet übernimmt Gastronovi

Rückwirkend zum 1. Januar 2017 übernimmt Transgourmet die Mehrheit am deutschen Softwareanbieter für die Gastronomie Gastronovi. Damit reagiert die Gastronomiegrosshändlerin auf die steigende Nachfrage nach Komplettlösungen für Gastronomen, um diese künftig von der Auswahl bis zur Einführung neuer Technologien und Softwarelösungen zu begleiten und ganzheitlich zu betreuen.

### Russische Global Foods wird Teil der Transgourmet-Gruppe

Mit Global Foods übernimmt Transgourmet im Oktober eines der führenden Unternehmen im Bereich Gastronomiebelieferung in Russland.



### Coop eröffnet Produktionsstandort Pratteln

Am 26. Oktober 2017 eröffnete Coop in Pratteln ihren bisher grössten und modernsten Produktionsstandort. Neben der Produktion von Chocolats Halba und der Weinabfüllerei von Cave, der grössten in der Schweiz, werden hier die Nuss- und Gewürzmischungen von Sunray für die Coop-Eigenmarken hergestellt. Zudem beherbergt der Standort Pratteln das modernste private Qualitätslabor und ein hochmodernes Verteilzentrum. Die Zentralisierung an einem Standort vereinfacht Abläufe und leistet einen wichtigen Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Einsparung.



## November

### Delikatessenladen Saponi d'Italia eröffnet

Im November eröffnete Coop am Bahnhof Aarau mit Saponi d'Italia ihr erstes italienisches Spezialitätengeschäft und widmet der beliebtesten Küche der Schweiz damit ihren eigenen Laden. Italienische Spezialitäten wie Focaccia, Cornetti al cioccolato und Espresso mit goldbrauner Crema werden im Laden frisch zubereitet. Zudem bietet Saponi d'Italia viele Gaumenfreuden des südlichen Nachbarlandes: Von Antipasti, mit Frischkäse gefüllten Peperoncini über Pasta in allen Formen bis hin zu saisonalen Spezialitäten wie Panettone.



### Erster Coop-Megastore im Ladenbaukonzept 2025+ eröffnet in Seewen

Frischer, moderner, grösser: So zeigt Coop in Seewen auf 3 460 m<sup>2</sup> die Zukunft des Schweizer Detailhandels. In einer marktähnlichen Atmosphäre bietet der Coop-Megastore ab November neben einem Wein-Cave mit 900 Weinen und einem Käsehumidor auch eine neu gestaltete Hausbäckerei sowie eine an eine «Dorfmetzger» erinnernde Wursterei. Das Sortiment wurde auf über 50 000 Artikel ausgebaut, um noch stärker auf individuelle Kundenbedürfnisse einzugehen.



## Dezember

### Transgourmet übernimmt Zanini SA und Vinattieri Ticinesi SA

Im Dezember gibt Transgourmet Schweiz die Übernahme der Geschäftstätigkeit der Weinhandelsfirma Zanini SA und der Weinproduktion Vinattieri Ticinesi SA bekannt. Die Vinattieri Ticinesi SA gehört zu den renommiertesten Schweizer Weinherstellern. Beide Unternehmen gehen zum 5. Januar 2018 in die neu gegründete Gesellschaft Zanini Vinattieri SA über.

# Strategie und Umfeld

Neue Formate und Sortimentsinnovationen sowie die Nutzung der Digitalisierung für neue Cross-Channel-Angebote und Dienstleistungen stärken die Position von Coop im Schweizer Detailhandel. Im Grosshandel strebt die Coop-Gruppe mit Transgourmet sowohl ein organisches Wachstum als auch die Expansion in neue Märkte an. Mit der Produktion setzt Coop bei strategisch wichtigen Gütern auf Vertikalisierung.

## Unternehmensprofil

### Aktiv im Detailhandel sowie im Grosshandel und in der Produktion

Die Coop-Gruppe ist in den Geschäftsbereichen Detailhandel sowie Grosshandel und Produktion tätig. Im Detailhandel führt Coop neben den Supermärkten verschiedene Fachformate in der Schweiz. Mit vielen dieser Formate ist die Coop-Gruppe Marktführerin. Im Grosshandel ist die Coop-Gruppe mit Transgourmet in Deutschland, Polen, Rumänien, Russland, Frankreich, Österreich und der Schweiz tätig. Die Transgourmet-Gruppe ist Europas zweitgrösstes Cash & Carry- und Foodservice-Unternehmen. Im Bereich Produktion ist die international tätige Bell Food Group der grösste Betrieb der Coop-Gruppe. Neben Bell 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 seit jeher genossenschaftlich organisiert. Sie unterteilt sich organisatorisch in sechs Regionen und zählt rund 2,6 Millionen Genossenschaftsmitglieder. Für die Coop-Gruppe stehen die Kundinnen und Kunden – die Genossenschaftserinnen und Genossenschaftler – im Zentrum. Auf sie ist das Wirken des Unternehmens ausgerichtet. Als Genossenschaft strebt die Coop-Gruppe keine Gewinnmaximierung an – so kann sie langfristig und nachhaltig planen.

## Strategien und Ziele

### Ausrichtung entlang des Leitbildes

Eine gemeinsame Vision, ein gemeinsames Leitbild und unternehmensspezifische Missionen prägen die tägliche Arbeit und die Unternehmenskultur der Coop-Gruppe. Für die insgesamt über 86 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gilt dieselbe Gruppen-Vision: «Gemeinsam an die Spitze». Auch das Leitbild ist allen Verkaufsformaten und Unternehmen der Coop-Gruppe gemeinsam. Es drückt aus, wie wir unsere Arbeit verstehen: nah, vielfältig, profiliert, innovativ und partnerschaftlich. Die Missionen werden für jedes Unternehmen und jedes Format individuell festgelegt und widerspiegeln die Positionierung in der Branche sowie die strategische Ausrichtung. Mit ihren jeweiligen Missionen leisten die Unternehmen und die Formate ihren Beitrag zur gruppenweiten Vision und zum Leitbild.

### Wachstum und Internationalisierung

Die Coop-Gruppe verfolgt bezüglich Wachstum und Internationalisierung zwei Stossrichtungen. Im Detailhandel geht es darum, das Verkaufsstellennetz in der Schweiz gezielt zu optimieren. Dies geschieht mittels Sortimentsanpassungen und durch die Lancierung neuer Formate, über die Coop aktuelle Trends aufnimmt. Ausserdem unterstützt die Digitalisierung die Coop-Unternehmen dabei, neue Online-Shops und Dienstleistungen einzuführen und das Cross-Channel-Angebot weiter auszu-

bauen. 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-Gruppe auszubauen. Dies kann sowohl durch organisches Wachstum als auch durch Akquisitionen sichergestellt werden.

### Vertikalisierung

Bei strategisch besonders wichtigen Gütern setzt Coop auf Vertikalisierung – die Integration von Produktionsbetrieben in ihre Geschäftstätigkeit. Sei es bei Fleisch von der Bell Food Group, bei Wasser von Pearlwater, Getreide von Swissmill oder Reis von der Reismühle Brunnen: Durch die Vertikalisierung kann Coop rasch auf neue Trends reagieren und die Synergien zwischen den Geschäftsbereichen Detailhandel und Grosshandel/Produktion nutzen. Ein besonderes Zeugnis für die strategische Relevanz der Vertikalisierung ist die Inbetriebnahme der neuen Coop-Standorte in Pratteln (BL) und Schafisheim (AG). In Schafisheim konnte bereits im Jahr 2016 das bisher grösste Bauprojekt in der Geschichte von Coop vollendet werden: Neben einer Grossbäckerei und Konditorei mit Tiefkühlproduktion beherbergt der Gebäudekomplex eine Leergutanlage sowie eine Tiefkühlverteilzentrale. Im Rahmen der Logistik- und Bäckereistrategie LoBOS nahm Coop in Pratteln 2017 einen Standort mit Produktionsanlagen für Chococats Halba, Sunray und Cave in Betrieb. Diese enge Zusammenarbeit ermöglicht eine noch höhere Effizienz im Bereich der Beschaffung und der Logistik zugunsten günstiger Konsumentenpreise.

### 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 erfüllen und den Einkaufsprozess zu vereinfachen. Gleichzeitig soll sie die Prozesse im Hintergrund noch effizienter und kostengünstiger gestalten. Hier stehen die Themen «Verbesserung digitaler Bestellprozesse» und «Nutzung modernster Automatisierungstechnik durch Zentralisierung der Logistik» im Vordergrund. Coop versteht die Digitalisierung aber auch als Chance für den Einstieg in neue Geschäftsmodelle. So sammelt Coop derzeit wichtige Erfahrungen mit dem offenen Online-Marktplatz Siroop. Die Bedeutung des Themas Digitalisierung hat Coop auch dazu veranlasst, eine Hauptpartnerin von Digital Switzerland zu werden.

Besonders hervorzuheben ist auch der Cross-Channel-Ansatz, die Verbindung von Online-Handel und stationärem Handel. Die Coop-Unternehmen zählten 2017 zu den führenden Schweizer Unternehmen im Online-Handel. Fast alle Fachformate verfügen über einen Online-Shop. Die online bestellte Ware wird wahlweise nach Hause geliefert oder kann in der Verkaufsstelle des jeweiligen Fachformats oder an einer der über 1 100 Pick-up-Stationen selbst abgeholt werden. Mithilfe ihres breiten Verkaufstellennetzes baut die Coop-Gruppe die Anzahl an Pick-up-Stationen in der Schweiz konsequent aus. Insgesamt betreibt die Coop-Gruppe 42 Online-Shops, davon 24 im Detailhandel und 18 im Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion.

### Beschaffungsstrategie

Die Coop-Gruppe stärkt insbesondere in der Schweiz die regionale und lokale Beschaffung. Eine zentrale Bedeutung kommt der Nachhaltigkeit zu – sowohl bei der Beschaffung im Inland als auch im Ausland. So setzt Coop in Zusammenarbeit mit Produzenten insbesondere in Schwellen- und Entwicklungsländern eine Vielzahl von Projekten mit hohen Sozial- und Umweltstandards um. Mit den Projekten stabilisiert sie zudem die Einkommen und die Produktion in diesen Ländern.

Die Beschaffung von Food- und Non-Food-Produkten in Asien wickelt die Coop-Gruppe über ihre Tochtergesellschaft Eurogroup Far East Ltd. ab. Diese unterstützt auch die Geschäftspartner in Fernost bei der Umsetzung von Umwelt- und Sozialstandards. Für die Beschaffung von Früchten und Gemüse in Spanien und Italien ist die Coop-Tochtergesellschaft Alifresca verantwortlich. Die Kundinnen und Kunden profitieren nicht nur von der Qualitätssicherung durch Alifresca – das Unternehmen liefert die Ware an sämtliche Verteilstellen der Coop-Gruppe in ganz Europa und sichert dafür die entsprechenden Mengen auf den Märkten. Auch Agecore, die Einkaufsallianz zur Förderung der Entwicklung grenzüberschreitender Aktivitäten im Einzelhandelssektor, soll weitere Synergien im Einkauf freisetzen. Neben der Coop-Gruppe beteiligen sich Edeka Deutschland, Eroski Spanien, ITM (Mousquetaires/Intermarché) Frankreich sowie Conad Italien und Colruyt Belgien an der Allianz. Agecore ist eine der bedeutendsten internationalen Einkaufsallianzen in Europa.



### Qualitätsstrategie

Bereits seit über 110 Jahren betreibt Coop Labors, um ihren hohen Anforderungen an die Produktqualität gerecht zu werden. Risikoorientiert werden Produkte nicht nur nach den gesetzlichen Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen getestet – darüber hinaus ist es insbesondere die Einhaltung der strengen Coop-spezifischen Standards, die auf jeder Stufe der Warenkette überprüft wird. Aufgrund der strategischen Bedeutung des Themas Qualität für Coop wurde am neuen Coop-Produktionszentrum Pratteln 2017 ein neues Qualitätscenter mit dem modernsten privaten Labor in der Schweiz in Betrieb genommen. Auch Geschäftspartner von Coop und die Coop-Mitarbeitenden sind bei der Sicherstellung der Qualität von zentraler Bedeutung. Coop wählt verlässliche Geschäftspartner aus, die die Qualitätsanforderungen erfüllen und deren Herstellprozesse nach internationalen Standards zertifiziert sind. Für die Eigenmarken und Labels bestehen Kontrollkonzepte, mit deren Hilfe die Einhaltung der jeweiligen Vorgaben garantiert wird. Neben den eigenen Kontrolltätigkeiten durch Qualitätssicherungsexperten arbeitet Coop mit unabhängigen Kontrollstellen zusammen.

### Zielsetzungsprozess

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

## Wirtschaftliches und politisches Umfeld

### Aktuelle Entwicklung Schweizer Detailhandel

Von den steigenden Konsumausgaben in der Schweiz sowie von der Zuwanderung konnte der Schweizer Detailhandel nicht profitieren. Sowohl nominal als auch real gingen die Detailhandelsumsätze im Schweizer Markt zurück. Unerwartet rückläufig war die Nachfrage nach Lebensmitteln im vergangenen Jahr. Die insgesamt leicht höheren Preise konnten die fehlende Nachfrage nicht kompensieren. Erstmals seit 2010 stiegen die nominalen Non-Food-Umsätze im Schweizer Detailhandel wieder – und das trotz rückläufiger Preise. Auch real legten die Non-Food-Umsätze wieder zu, was zuletzt im Jahr 2014 der Fall gewesen war.

Im direkten Vergleich zwischen der Schweiz und der Europäischen Union war in den letzten zehn Jahren in der EU eine signifikante Erhöhung des Preisniveaus um knapp 20 % zu verzeichnen. Das Preisniveau in der Schweiz hingegen blieb fast unverändert, was langfristig auf eine Trendwende hoffen lässt. Dies hat auch dazu geführt, dass der Auslandseinkauf sich nicht weiter erhöht hat.

### Entwicklung im Grosshandel und in der Industrie

Auch der Grosshandel und die Industrie profitierten insgesamt nicht von der sich stabilisierenden Konsumnachfrage in der Schweiz. Der Grosshandel mit Lebensmitteln spürte die zunächst rückläufigen Umsätze in der Schweizer Gastronomie, bei Lebensmittelproduzenten machten sich die hohe Wettbewerbsintensität und der Druck auf die Margen bemerkbar. In Ländern wie Deutschland, Frankreich und besonders in Polen und Rumänien hielt die erfreuliche Wirtschaftsentwicklung an. Grosshandel und Industrie profitierten in diesen Ländern vom Wachstum des privaten Konsums. Auch Russland schaffte die Trendwende: Die Wirtschaft erholte sich langsam und auch der private Konsum kehrte auf den Wachstumspfad zurück.

### Coop tritt für eine leistungsfähige Verkehrsinfrastruktur und liberale Rahmenbedingungen ein

Für Coop ist es von zentraler Bedeutung, dass die Güter des täglichen Bedarfs den Menschen in der Schweiz stets zur rechten Zeit in ausreichender Menge und optimaler Qualität zur Verfügung stehen. Darum setzt sich Coop für ein funktionierendes und leistungsfähiges Transport- und Logistiksystem ein. Hierzu sind eine liberale und effiziente Ausgestaltung der regulatorischen Rahmenbedingungen sowie eine verursachergerechte, nachhaltige Finanzierung von Strasse und Schiene unabdingbar. Mit der Tochtergesellschaft Railcare betreibt Coop selbst ein innovatives Eisenbahnunternehmen und beteiligt sich an zukunftsweisenden Projekten wie «Cargo Sous Terrain», welches die Logistikzentren und Städte der Schweiz ab 2030 über ein vollautomatisiertes Netz unterirdisch verbinden soll.

**Coop fordert die konsequente Weiterentwicklung einer nachhaltigen, marktorientierten Landwirtschaft**  
Coop steht hinter der Schweizer Landwirtschaft und der «Agrarpolitik 2014–2017». Diese muss konsequent weiterentwickelt werden, damit die Schweizer Landwirtschaft ihren Vorsprung in Sachen nachhaltiger Produktion nicht verliert. Coop sorgt diesbezüglich selbst für hohe Standards und schafft Mehrwerte im Sinne ihrer Kundinnen und Kunden. Deshalb ist es entscheidend, dass sich die Schweizer Landwirtschaft ambitionierte Ziele in den Bereichen Nachhaltigkeit und Tierschutz setzt. So beispielsweise bezüglich des Aktionsplans Pflanzenschutzmittel oder im Bereich des Tierwohls.

**Bei Zuckerkonsum setzt Coop auf Wahlfreiheit und transparente Information**

In der Diskussion um ein neues Bundesgesetz über Zugangsbeschränkungen zu Lebensmitteln mit hohem Zucker- und Energiegehalt hat sich Coop klar für die Wahlfreiheit ihrer Kundinnen und Kunden ausgesprochen. Aus Sicht von Coop lässt sich ein verantwortungsvoller Umgang mit zuckerhaltigen Nahrungsmitteln nur durch transparente Kommunikation sicherstellen. Durch eine klare Nährwertdeklaration trägt Coop dazu bei, den Kundinnen und Kunden eine informierte Wahl zu ermöglichen. Zudem setzt sich Coop seit über zehn Jahren als Sponsorin für die Ernährungs- und Bewegungsinitiative «fit4future» ein, unterstützt die nationale Initiative «actionsanté» zur Reduktion des Zuckergehaltes in Produkten sowie das Projekt «Gorilla» zur Förderung eines gesunden Lebensstils bei Schülerinnen und Schülern. Eine aus dem Bundesgesetz resultierende Steuer, die direkt auf Produkte erhoben wird, lehnt Coop ab. Diese stellt einen empfindlichen Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit dar und könnte sich besonders belastend auf Haushalte mit geringeren Einkommen auswirken.

**Coop spricht sich für liberales und EU-kompatibles Datenschutzgesetz aus**

Der Werkplatz Schweiz konnte sich in den vergangenen Jahrzehnten dank eines hohen Digitalisierungsgrades der Wirtschaft erfolgreich positionieren. Auch für die Coop-Gruppe entwickelte sich die Digitalisierung mit ihren 42 Online-Shops und diversen Online-Angeboten im Cross-Channel-Bereich in den vergangenen Jahren zu einem zentralen und strategisch relevanten Thema. Coop hat sich im Rahmen der Vernehmlassung zur Totalrevision des Datenschutzgesetzes für eine EU-kompatible Lösung ausgesprochen. Die vorliegende Botschaft des Bundesrates lässt auf eine liberale, EU-kompatible Handhabe hoffen, die die Sicherheit der Daten ausreichend gewährleistet.

# Mit Nachhaltigkeit an die Spitze

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

## Starke Verankerung der Nachhaltigkeit

Nach 26 Jahren intensiven Engagements im Bereich Nachhaltigkeit ist diese zu einem wesentlichen Teil der Unternehmens-DNA von Coop geworden. Die Coop-Gruppe hat Nachhaltigkeit in ihren Statuten, ihrem Leitbild und ihren Missionen verankert und in alle relevanten Strategien und Prozesse integriert. Beispielsweise fliessen Nachhaltigkeitsziele in den umfassenden Zielsetzungsprozess, in die Ausbildung der Mitarbeitenden sowie in die betrieblichen Prozesse und Abläufe ein.

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

Über ihre zahlreichen Massnahmen im Bereich Nachhaltigkeit berichtet Coop insbesondere in der Coopzeitung, auf der Internetplattform taten-statt-worte.ch sowie im integrierten Geschäftsbericht der Coop-Gruppe. Erstmals wurde 2017 der Fortschrittsbericht Nachhaltigkeit veröffentlicht, der künftig jährlich detailliert über die Nachhaltigkeitsleistungen bei Coop informiert.

## Ganzheitlich und mit hoher Relevanz

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

Die wesentlichen Bereiche spiegeln sich im Strategiekonzept Nachhaltigkeit von Coop wider, welches 2017 überarbeitet wurde. Es beschreibt, wie das Thema Nachhaltigkeit bei Coop gesteuert wird und wie Nachhaltigkeit ganzheitlich in das bestehende Managementsystem integriert ist. Das überarbeitete Strategiekonzept orientiert sich an den drei Säulen des Nachhaltigkeitsstrategiekonzepts, das auf dem Fundament, der strategischen Basis, aufbaut. Die drei Säulen repräsentieren die Ansatzpunkte, welche die Unternehmen der Coop-Gruppe in ihr unternehmerisches Handeln integrieren. Das Zusammenspiel all dieser Elemente resultiert in der erfolgreichen Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele und spiegelt sich im Unternehmenserfolg und im Allgemeinwohl von Mensch, Tier und Natur wider.





### Die strategische Basis

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

#### Säule 1: Nachhaltige Produkte

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

#### Säule 2: Umwelt- und Klimaschutz

Der effiziente Umgang mit Ressourcen und Energie trägt auch zur Kostensenkung bei. Im Fokus der Anstrengungen von Coop stehen die Reduktion des Energieverbrauchs und die vermehrte Nutzung erneuerbarer Energien sowie die konsequente Umsetzung der Vision «CO<sub>2</sub>-neutral bis 2023». Weitere wichtige Themen sind Verpackungsoptimierung, Abfallvermeidung und Recycling sowie verantwortungsbewusstes Wassermanagement und nachhaltiges Bauen. Besondere Anstrengungen unternimmt Coop im Bereich Logistik und Warentransport.

#### Säule 3: Mitarbeitende und gesellschaftliches Engagement

Unter der Säule 3 fasst Coop ihr Engagement für die Mitarbeitenden und soziale Projekte mit Bedeutung für die Gesellschaft zusammen. Die Lehrlingsausbildung, ein schweizweit einheitlicher, fortschrittlicher Gesamtarbeitsvertrag, neu mit noch mehr Leistungen insbesondere für Familien, sowie eine grosszügig geregelte Altersvorsorge sind wichtige Leistungen von Coop als Arbeitgeberin. Durch die Unterstützung der Organisationen «Schweizer Tafel» und «Tischlein deck dich» leistet Coop einen wichtigen Beitrag zum verantwortungsbewussten Umgang mit Lebensmitteln. Zentral ist auch das Engagement über die Coop Patenschaft für Berggebiete sowie die Zusammenarbeit mit strategischen Partnern wie dem Schweizerischen Roten Kreuz (SRK).

#### Instrumente und Prozesse

Dieser Bereich fasst die unternehmerischen Werkzeuge für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele in der Coop-Gruppe zusammen. Die Instrumente und Prozesse leiten sich von der Basis, den Mehrjahreszielen und den drei Nachhaltigkeitssäulen ab. Ihr Zweck ist es, Nachhaltigkeitsziele möglichst integriert und effizient umzusetzen.

### **Coop Fonds für Nachhaltigkeit**

Über den Coop Fonds für Nachhaltigkeit finanziert Coop Projekte aus allen drei Säulen. Kundinnen und Kunden erleben das Ergebnis dieser Projekte nicht nur im Coop-Sortiment bei ihrem täglichen Einkauf: Im Rahmen von Aktionen und Veranstaltungen für die Mitarbeitenden und die Öffentlichkeit werden die innovativen Lösungsansätze des Fonds in wichtigen gesellschaftlichen und ökologischen Themen unmittelbar erlebbar. Durch Pionierleistungen in Sachen Nachhaltigkeit sensibilisiert Coop die Öffentlichkeit für einen nachhaltigen Konsum. Dem Coop Fonds für Nachhaltigkeit stehen für die Unterstützung solcher Projekte jährlich mindestens 17,5 Millionen Franken zur Verfügung.

### **Strategische Verankerung im Grosshandel und in der Produktion**

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

## **Übergeordnete Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit**

Auch in diesem Jahr überzeugten die Unternehmen der Coop-Gruppe in Sachen Nachhaltigkeit. Im Folgenden haben wir einen kurzen Überblick über gruppenübergreifende Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit für das Jahr 2017 erstellt. Die Neuigkeiten zu nachhaltigen Projekten aus den einzelnen Geschäftsbereichen sind den jeweiligen Kapiteln zugeordnet.

### **Coop wird zum zweiten Mal nachhaltigste Detailhändlerin der Welt**

Im April 2017 wurde Coop bereits zum zweiten Mal zur nachhaltigsten Detailhändlerin der Welt gekürt. Die international anerkannte Ratingagentur Oekom Research AG verglich in einer Studie 148 internationale Einzelhandelsketten auf Nachhaltigkeit im Hinblick auf soziale, ökologische und wirtschaftliche Gesichtspunkte. Dabei wurden mehr als 100 Kriterien abgefragt und beurteilt, wie nachhaltig die einzelnen Unternehmen arbeiten. Besonders erfreulich war das Ergebnis, weil die Coop-Gruppe ganzheitlich bewertet wurde: Das Rating bezog auch die Transgourmet-Gruppe mit ihren Ländergesellschaften sowie die Akquisitionen von Bell ausserhalb der Schweiz mit ein. Das gute Abschneiden der Coop-Gruppe in dieser Studie zeigt, dass Coop im Hinblick auf ihre Nachhaltigkeitsstandards auch im Ausland eine Spitzenposition belegt.

### **Neues Strategiekonzept verabschiedet**

Das bisherige Strategiekonzept aus dem Bereich Nachhaltigkeit wurde bereits im Jahr 2010 verabschiedet. In den vergangenen sieben Jahren hat sich gezeigt, dass sich die Nachhaltigkeitsstrategie als Grundlage für die Ausrichtung von Coop sehr gut bewährte. Doch nicht nur das Umfeld, sondern auch die Coop-Gruppe hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Aus diesem Grund wurde das Strategiekonzept im Berichtsjahr unter Einbezug der Stakeholder in einem umfassenden Prozess überprüft und angepasst. Der Fokus lag vor allem auf der sauberen Einbettung der Nachhaltigkeit als Querschnittsaufgabe in alle Management-Bereiche: Die Linienverantwortung wurde gestärkt, das Profil der Nachhaltigkeit als zentraler Bestandteil für die Steigerung des Unternehmenserfolges und als gesellschaftlicher Beitrag zum Allgemeinwohl geschärft. Zudem fand eine Überprüfung und Optimierung aller Instrumente auf diese Ziele hin statt.

Der Stand der Umsetzung wird im Fortschrittsbericht Nachhaltigkeit kommuniziert, der jährlich im Mai auf [www.coop.ch/nh-bericht](http://www.coop.ch/nh-bericht) online publiziert wird.

# Geschäftsbereich Detailhandel

|                                                                           |           |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Verkaufsformate und Angebot</b>                                        | <b>18</b> |
| <b>Supermärkte und Food-Formate</b>                                       | <b>18</b> |
| Neues Ladenbaukonzept: mehr Markt, mehr Handwerk, mehr Frische            | 18        |
| Neues eigenes Ladenformat für Karma                                       | 19        |
| Ladenformat Saponi d'Italia neu eingeführt                                | 19        |
| Kulinarik-Plattform Fooby erfolgreich lanciert                            | 19        |
| Coop setzt auf Kundendialog                                               | 19        |
| Die Familie im Fokus                                                      | 20        |
| Erfolgreich mit Coop Take-it und Coop Restaurants                         | 20        |
| <b>Sortimentsvielfalt</b>                                                 | <b>20</b> |
| Coop setzt sich für faire Konsumentenpreise ein                           | 21        |
| Coop führt als erste Detailhändlerin Insektenprodukte ein                 | 21        |
| Mehr vegetarische, vegane und allergenfreie Produkte im Sortiment         | 21        |
| Wachsender Fokus auf regionalem Bier                                      | 21        |
| Pro Montagna feiert zehnjähriges Jubiläum                                 | 21        |
| Coop baut Marktführerschaft bei nachhaltigen Produkten aus                | 22        |
| Jubiläum bei Nachhaltigkeits-Kooperationen                                | 22        |
| Neue Online-Frischetheken bei Coop@home                                   | 23        |
| Coop setzt auf textile Nachhaltigkeit                                     | 23        |
| Coop entwickelt Wasserstandard                                            | 23        |
| Soja-Fussabdruck ermittelt                                                | 23        |
| Highlights aus den Food-Formaten                                          | 24        |
| <b>Fachformate Non-Food</b>                                               | <b>26</b> |
| Modernisierung der Verkaufsstellen geht weiter                            | 26        |
| Digitalisierung: Omni-Channel-Services und Einführung von «Track & Trace» | 26        |
| Erster e-day@Coop in Zürich                                               | 27        |
| Highlights aus den Fachformaten Non-Food                                  | 27        |
| <b>Logistik, Informatik und Immobilien</b>                                | <b>31</b> |
| Eröffnung des Coop-Produktionszentrums Pratteln                           | 31        |
| Einsatz modernster Technologie in neuen Verkaufsstellen                   | 31        |
| Wohnbauprojekt Letzipark                                                  | 31        |
| Hotel Savoy in Bern startet erfolgreich                                   | 31        |
| Investitionen in schnellere Logistiklösungen                              | 31        |
| Filialen erhalten elektronische Preisschilder                             | 32        |
| Neuorganisation in der Verteilung steigert Effizienz                      | 32        |
| CO <sub>2</sub> -Einsparungen durch Einsatz von Wasserstoff und Biodiesel | 32        |
| <b>Mehrleistungen</b>                                                     | <b>32</b> |
| Umfassendes Qualitätsmanagement                                           | 32        |
| Gesellschaftliches Engagement                                             | 33        |
| Supercard, Supercardplus, Coop Mobile und Mondovino                       | 34        |
| Werbung und Kommunikation                                                 | 34        |
| Medienstelle: Insekten als Topthema                                       | 35        |
| Erfolgreich in den sozialen Medien                                        | 35        |

# Geschäftsbereich Detailhandel

Coop setzt in der Gestaltung von Produkten und Verkaufsstellen auf Innovation. Durch neue Ladenformate und die Verbindung von traditionellem Einkauf mit den Vorzügen des Online-Shoppings hebt sich die Detailhändlerin klar von ihren Wettbewerbern ab. Dabei bleibt sie ihrem Nachhaltigkeitsanspruch treu: Im Sortiment setzt Coop auf nachhaltige Ernährung, vegetarische und vegane Produkte sowie fairen Handel.

2017 erzielte die Coop-Gruppe im Detailhandel einen Nettoerlös von 17,4 Milliarden Franken. Damit konnte der Bereich Detailhandel ohne Treib- und Brennstoffe trotz zahlreicher Preisabschläge das Vorjahresniveau erreichen.

## Verkaufsformate und Angebot

Die Coop-Gruppe betreibt im Geschäftsbereich Detailhandel sowohl Supermärkte als auch zahlreiche Fachformate für jedes Kundenbedürfnis. Ende 2017 führte sie schweizweit 2 295 Verkaufsstellen, 41 mehr als im Vorjahr. Weiter zeichnet sich Coop durch ein grosses Angebot an Online-Shops und die konsequente Verzahnung von Online- und stationärem Handel (Cross-Channel) aus. Fast alle Fach-

formate von Coop führen nebst ihren Verkaufsstellen einen eigenen Online-Shop. Die insgesamt 24 Online-Shops im Detailhandel erzielten 2017 ein Wachstum von 19,7 % gegenüber dem Vorjahr.

---

**17,4** Mrd. CHF

**Nettoerlös  
im Detailhandel**

---

Besondere strategische Bedeutung misst Coop ihren nachhaltigen Sortimenten bei. 2017 belief sich der Nachhaltigkeitsumsatz im Detailhandel auf erfreuliche 3,8 Milliarden Franken und lag damit 8 % über dem Vorjahr (Details siehe [www.coop.ch/nh-bericht](http://www.coop.ch/nh-bericht)). Allein der Umsatz mit Bio-Produkten betrug 1,3 Milliarden Franken und damit 6,3 % mehr als im Vorjahr.

## Supermärkte und Food-Formate

Im Jahr 2017 konnten die Coop Supermärkte einen Nettoerlös von knapp 10,3 Milliarden Franken erzielen. Mit 908 Verkaufsstellen verfügt Coop über das dichteste Verkaufsstellennetz. Im Jahr 2017 wurden 39 Verkaufsstellen eröffnet und 6 geschlossen. Mit einer Zunahme der Kundenfrequenz um 5,7 % konnte Coop viele Kundinnen und Kunden dazugewinnen.

### Neues Ladenbaukonzept: mehr Markt, mehr Handwerk, mehr Frische

Im Jahr 2016 hat Coop ein neues Ladenkonzept für alle kleinen bis mittleren Supermärkte bis 2 500 m<sup>2</sup> entwickelt. Es macht Genuss und Kulinarik direkt erlebbar und zeichnet sich durch eine Mischung aus Regionalität, Handwerk, Nachhaltigkeit und guter Kundenführung aus. Auch Pick-up und Digitalisierung sind zentrale Bestandteile des Konzeptes. Bis Ende 2017 wurden bereits 32 Verkaufsstellen im neuen Ladenbaukonzept realisiert. Der erste Megastore im neuen Ladenbauformat eröffnete im November in Seewen (SZ). In einer Atmosphäre der Marktstimmung erhalten die Themen Handwerk, Marktplatz, Bedienung und Produktion auf einer Fläche von 3 460 m<sup>2</sup> klar mehr Raum. So sind die integrierte Kaffeerösterei, der Käsehumidor, die Weincave, die neu gestalteten Abteilungen Hausbäckerei, Frischeinsel sowie Fleisch und Fisch in Bedienung zu einem attraktiven Marktplatz zusammengefasst.



### Neues eigenes Ladenformat für Karma

Karma kann auf eine Erfolgsgeschichte zurückblicken: Im Jahr 2013 eingeführt, erzielte die Eigenmarke für vegetarische und vegane Produkte allein 2017 einen Umsatz von 71,1 Mio. Franken. Aufgrund des einschlägigen Erfolges eröffnete Coop am 30. Mai 2017 am Bahnhof Zug den ersten Karma-Shop der Schweiz. Die Eröffnung erfuhr eine hohe Resonanz in der nationalen Presse. In diesem neuen Verkaufsformat erhalten die Kundinnen und Kunden ein umfassendes Angebot vegetarischer und veganer Produkte. Highlight des Food-Sortiments ist neben den hausgemachten Take-away-Artikeln der offene Verkauf von Grundnahrungsmitteln wie Hülsenfrüchten, Nüssen und Granolas zum selbst Abfüllen sowie Kochinspirationen von Fooby. Damit kommt Karma dem Bedürfnis der Kunden nach einer Reduktion von Verpackungen entgegen. Rund ein Drittel der Lebensmittel ist biologisch oder Max-Havelaar-zertifiziert. Zudem bietet der Shop auch Non-Food-Produkte an – zum Beispiel Schreibwaren und Karten oder eine Auswahl an veganer Kosmetik. Über das Sortiment hinaus besticht das neue Format durch ein junges und trendiges Ladenbild: Nach ihrem Einkauf können die Kundinnen und Kunden an einer attraktiven Kaffeebar neben Trendgetränken wie dem Golden Kurkuma Latte auch einen veganen Hot Dog oder andere Gerichte geniessen.

### Ladenformat Saponi d'Italia neu eingeführt

Die italienische Küche zählt zu den beliebtesten Küchen in der Schweiz. Aus diesem Grund eröffnete Coop Anfang November 2017 den ersten Laden des Formats Saponi d'Italia am Bahnhof in Aarau. In einer marktähnlichen Atmosphäre bietet Saponi d'Italia ein breites Sortiment italienischer Delikatessen an, ergänzt durch Früchte und Gemüse aus dem südlichen Nachbarland, saisonal auch aus der Schweiz. Das Angebot zeichnet sich speziell durch den Genuss aus: Neben einer reichhaltigen Auswahl verschiedener Pastasorten, Saucen und Olivenöle gibt es feine Foccacia frisch aus dem Ofen. Passend zu typisch italienischen Süßigkeiten wie Amaretti und Biscotti mit Mandeln oder aromatischen Gelati können die Kundinnen und Kunden einen Espresso oder Cappuccino aus vor Ort gerösteten Kaffeebohnen geniessen, die in einer Kolbenmaschine frisch zubereitet werden. Dazu bietet Saponi d'Italia Höhepunkte der Charcuterie: Schinken und Salami, aber auch Käse werden im Ganzen präsentiert und vor Ort frisch vom Laib geschnitten. Zudem möchte Coop unter der Eigenmarke Saponi d'Italia auch in den Coop-Verkaufsstellen genussvolle italienische Artikel lancieren.

### Kulinarik-Plattform Fooby erfolgreich lanciert

Mit Fooby bietet Coop ihren Kundinnen und Kunden seit Februar 2017 ein 360-Grad-Angebot rund um das Thema Food an. Die Welt des Kochens, Essens und Geniessens wird mit Fooby sowohl online als auch offline erlebbar. Über wöchentliche Rezepte in der Coopzeitung und das Fooby-Magazin erhalten die Kundinnen und Kunden regelmässig Rezeptinspirationen direkt in ihren Briefkasten. In den Verkaufsstellen regen Rezeptkarten, Blitzrezepte und Foodfacts an den Regalen dazu an, neue Gerichte auszuprobieren und sich mit Lebensmitteln auseinanderzusetzen. An der «Food Zurich» war Fooby 2017 zudem mit diversen Kochevents als Presenting Partner beteiligt. Hier konnten die Kundinnen und Kunden Kulinarik hautnah miterleben und erschmecken. Fooby bietet auch diverse digitale Services an: von der App über Website und Newsletter bis hin zu eigenen Social-Media-Kanälen. Mit der App und auf Fooby.ch ist es zudem möglich, digitale Kochbücher anzulegen, Einkaufslisten zu erstellen und Zutaten für Lieblingsrezepte direkt bei Coop@home zu bestellen. Die Fooby-App wurde 2017 bereits 206 500 Mal heruntergeladen.

### Coop setzt auf Kundendialog

Die Meinung ihrer Kundinnen und Kunden steht für Coop an oberster Stelle. Dies zeigt sich nicht zuletzt an der schweizweiten Kundenumfrage «Ihre Meinung zählt», die im Herbst 2017 zum dritten Mal in den Coop Supermärkten und den Coop-City-Food-Filialen durchgeführt wurde. Zweimal jährlich werden Kundinnen und Kunden mit Supercard über einen Check-out-Coupon eingeladen, an einer Befragung im Internet teilzunehmen. Dabei erhalten diese die Möglichkeit, die besuchte Coop-Verkaufsstelle zu beurteilen und ihr persönliches Feedback abzugeben. Der Coupon wurde an mehr als 2,4 Millionen Kundinnen und Kunden ausgegeben. Über 30 000 Kundinnen und Kunden nahmen an der Umfrage teil und reichten knapp 14 000 Kommentare ein. Das erfreuliche Ergebnis: 93 % der Teilnehmenden waren mit ihrem Einkaufserlebnis zufrieden oder sehr zufrieden.

---

93 %

**Kundenzufriedenheit  
beim Einkaufserlebnis**

---

## Die Familie im Fokus

Als wichtige Zielgruppe stand die Familie in diesem Jahr wieder im Mittelpunkt vieler Coop-Projekte: Coop setzte den Ausbau der Familienkassen und Familienparkplätze fort und führte in weiteren Filialen den Einkaufswagen Fun-Cabrio ein. Mit der Unterstützung vielfältiger Sport- und Kulturveranstaltungen in der ganzen Schweiz ermöglichte Coop ihren Kundinnen und Kunden als Sponsorin attraktive Familienerlebnisse: so zum Beispiel den Bewegungsanlass Coop Andiamo mit insgesamt 34 500 Teilnehmern. Auch die Internetangebote rund um das Thema Familie wurden ausgebaut. Auf einem Blog auf der Website Hellofamily.ch schreiben vier Blogger seit 2017 über das Thema Familie. Ausserdem gibt es Rezepte für das Kochen für und mit Kindern, unter anderem in Zusammenarbeit mit Fooby. Der Facebook-Auftritt von Hello Family zählt über 35 000 Mitglieder.

## Erfolgreich mit Coop Take-it und Coop Restaurants

Im Jahr 2017 wurden von den 206 Coop-Gastronomiebetrieben 14 Coop Restaurants und eine Coop Take-it-Filiale nach dem neuen Gastronomiekonzept «Vista» umgebaut. Damit entsprechen bereits 32 Gastronomiebetriebe dem neuen Konzept. «Vista» setzt das Prinzip der marktfrischen Handelsgastronomie um. Dieses Konzept zeichnet sich vor allem durch Frische, einen hohen Grad an Kulinarik und intensiven Genuss aus – aber auch durch eine grosszügige Gestaltung der Räume mit ansprechender und moderner Beleuchtung sowie eine kinderfreundliche Ausstattung. Premiere feierte 2017 das Veranstaltungsformat «Kinder-Kochspass». An 27 Standorten durften Gruppen von je sechs bis neun Kindern unter professioneller Anleitung einkaufen, Küche und Lager besichtigen und gemeinsam ein gesundes und kinderfreundliches 3-Gang-Menü zubereiten. An sämtlichen modernisierten Standorten war ein beträchtliches Umsatzwachstum zu verzeichnen. Zudem konnten Coop Take-it und Coop Restaurants erneut stark Marktanteile gewinnen.

## Sortimentsvielfalt

Coop führt über alle Verkaufsformate hinweg nicht nur die grösste Auswahl an nationalen und internationalen Markenartikeln, sondern auch zahlreiche Eigenmarken für jedes Kundenbedürfnis. Allein im Lebensmittelhandel bietet sie mit über 50 000 Produkten im Food- und Non-Food-Bereich die grösste Sortimentsvielfalt in der Schweiz. Neben den Nachhaltigkeits-Eigenmarken und -Gütesiegeln führt Coop weitere Eigenmarken, mit welchen sie die vielfältigen Kundenbedürfnisse abdeckt und ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis bietet.

### NACHHALTIGKEITS-EIGENMARKEN UND -GÜTESIEGEL



### ZIELGRUPPEN-EIGENMARKEN



### STANDARD-EIGENMARKEN



➔ Mehr Informationen zu den Coop-Eigenmarken finden Sie auf [www.coop.ch/labels](http://www.coop.ch/labels).

### Coop setzt sich für faire Konsumentenpreise ein

Auch im Jahr 2017 hat sich Coop für günstige Konsumentenpreise engagiert. Neben Investitionen in die Effizienz machten sich harte Verhandlungsstrategien mit den Lieferanten bezahlt. Insbesondere in der Logistik konnte Coop im Berichtsjahr Spielräume für Preissenkungen identifizieren. Coop investierte 2017 über 40 Millionen Franken in niedrigere Verkaufspreise. Eine Herausforderung stellten 2017 die schwankenden Rohstoffpreise dar. Teurer wurden unter anderem Vanille und Milchprodukte. Günstiger wurden hingegen verschiedene Nussorten, beispielsweise Mandeln. Sämtliche Preisanpassungen wurden in der Coopzeitung kommuniziert.

### Coop führt als erste Detailhändlerin Insektenprodukte ein

In Sachen Sortimentsentwicklung stand das Jahr 2017 für Coop ganz klar im Zeichen der Produktinnovation. Im August konnte Coop als erste Detailhändlerin in der Schweiz mit der Einführung von Insektenprodukten wie «Insect Burger» und «Insect Balls» in ausgewählten Filialen einen wichtigen Impuls in Richtung nachhaltiger Ernährung für die Zukunft setzen. Das Start-up «Essento» stellt die Insektenprodukte in Zürich selbst her. Ein umfangreiches Medienecho und eine weltweite Berichterstattung sorgten dafür, dass die ersten Lieferungen der Produkte sofort ausverkauft waren. Für 2018 sind die Lieferung an weitere Filialen sowie eine Erweiterung der Produktpalette geplant.

### Mehr vegetarische, vegane und allergenfreie Produkte im Sortiment

Die bewusste Ernährung mit vegetarischen und veganen Produkten gewinnt immer stärker an Bedeutung. Darum führte Coop bereits im Jahr 2013 die natürlich vegetarische Eigenmarke Karma ein, die sich grosser Beliebtheit erfreut. Das Sortiment von Karma wurde mittlerweile auf rund 200 Artikel ausgebaut. Alle Produkte sind mit dem V-Label zertifiziert und somit garantiert vegetarisch, rund 70 % der Produkte vegan. Der Erfolg der Marke spricht für sich: Karma konnte im Jahr 2017 den Umsatz von 40,3 auf 71,1 Millionen Franken steigern. Das Jahr 2017 war dabei ganz von der Weiterentwicklung der Produktlinie und von Produktinnovationen geprägt. Auch die Nachfrage nach allergenfreien Produkten wächst mit dem allgemeinen Anstieg der Lebensmittelunverträglichkeiten und -allergien in der Gesellschaft kontinuierlich weiter. Um den Betroffenen einen kompromisslosen Genuss zu ermöglichen, führt Coop die Produktlinie «Free From» in ihrem Sortiment. Im Jahr 2017 konnte Coop den Umsatz der allergenfreien Produktlinie um über 10 % steigern. Das Sortiment an laktose- und glutenfreien Artikeln wurde auch bei den Marken ausgebaut. Um das Vertrauen in ihre Produkte zu steigern, liess Coop rund 180 Eigenmarkenprodukte durch die unabhängige Organisation Service Allergie Suisse (SAS) zertifizieren. Zudem veröffentlichte Coop erstmals die Broschüre «Wohlbefinden für die ganze Familie». Darin erhalten Betroffene Tipps und Tricks für ein beschwerdefreies Leben mit Lebensmittelunverträglichkeiten.

### Wachsender Fokus auf regionalem Bier

Der Fokus auf Regionalität hat bei Coop Tradition – denn kaum ein anderes Kriterium verkörpert in ähnlicher Weise die Vielfalt der Schweizer Produkte und die Nähe von Coop zu ihren Kundinnen und Kunden. Dies wurde im Jahr 2017 besonders am Beispiel Bier deutlich: Anlässlich der Erlebnispromotion Regiobier erschien die Ausgabe 30 der Coopzeitung im Juli mit 21 unterschiedlichen Titelbildern. Je nach Verkaufsregion zeigten diese Portraits von Braumeistern aus der jeweiligen Region mit ihrem Bier. Zudem fanden in ausgewählten Verkaufsstellen auch Degustationen und Promotionen mit regionalen Brauereien statt. Die regionalen Brauereien bieten bei Coop insgesamt rund 250 Biersorten an. Auch im Ladenbaukonzept 2025+ erfährt der Fokus auf Regionalität speziell beim Bier eine besondere Bedeutung.

### Pro Montagna feiert zehnjähriges Jubiläum

Unter der Eigenmarke Pro Montagna vertreibt Coop Produkte aus den Schweizer Bergen, um dort Arbeitsplätze zu schaffen und zu erhalten und Bergbauern und Produktionsbetriebe in den Berggebieten bei der

---

**48** Mio. CHF

**zur Unterstützung  
der Bergregionen**

---

Erhaltung der Kulturlandschaft zu unterstützen. Dabei stammen nicht nur die Zutaten aus den Schweizer Bergen – auch die Verarbeitung findet hier statt. Die mittlerweile rund 240 Spezialitäten umfassende Produktlinie wurde im Jahr 2007 mit anfänglich 50 Produkten in das Coop-Sortiment eingeführt und zeichnet sich durch Regionalität, Handwerk und Genuss aus. Mittlerweile tragen rund 250 Verarbeitungsbetriebe und Bauern zum Erfolg von Pro Montagna bei. Im Jahr 2017 feierte die Marke ihr zehnjähriges Jubiläum. Anlässlich des Jubiläums erlebten die Kundinnen und Kunden Pro Montagna sowohl in den Verkaufsstellen als

auch an zahlreichen Sponsoring-Events – dank des attraktiven Spiel- und Erlebnisbusses Pro Montagna. Im Jubiläumsjahr konnte die Solidaritätseigenmarke ihren Umsatz um 40,5 % steigern. Ein Highlight des Jubiläums war die SBB-Lokomotive im Pro-Montagna-Design, die Coop mit der Partnerin SBB auf eine 365-tägige Tournee durch die Schweiz schickte. Auch die Wengernalpbahn erhielt eine Sonderlackierung. Ausserdem fand das Jodlerfest Brig in diesem Jahr ganz im Zeichen von Pro Montagna statt.

Doch Pro Montagna steht nicht nur für fairen Handel mit Bergregionen: Die Eigenmarke ist eng mit der Coop Patenschaft für Berggebiete verknüpft – einer selbständigen Non-Profit-Organisation, die 2017 bereits ihr 75-jähriges Bestehen feiert. Mit dem Verkauf jedes Pro-Montagna-Produktes fliesst ein Betrag an diese Coop-Patenschaft. Seit 2006 sind über die Patenschaft sowie mit Mitteln aus Spenden insgesamt knapp 48 Millionen Franken zur Unterstützung diverser strukturfördernder Projekte zusammengekommen, um die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Schweizer Bergbauern nachhaltig zu verbessern.

### Coop baut Marktführerschaft bei nachhaltigen Produkten aus

Auch in diesem Jahr baute Coop ihre Leaderposition bei nachhaltigen Produkten weiter aus und setzt dabei auf die höchsten Nachhaltigkeitsstandards im Detailhandel. Mit ihrer Bio-Eigenmarke Naturaplan erzielte Coop 2017 einen Umsatz von rund 1,1 Milliarden Franken und erwirtschaftete ein deutliches Wachstum von 4,1 %. Dies gelang nicht zuletzt durch die Einführung von knapp 140 Naturaplan-Neuheiten, darunter Bio-Joghurts mit Früchten und Gemüse, einem zuckerfreien Bio-Eistee oder Bio-Fairtrade-Edelschokolade aus einem nachhaltigen Anbauprojekt in Ecuador. Inzwischen führt Coop fast 3 200 Bio-Produkte im Sortiment.

---

Rund **1,1** Mrd. CHF  
**Umsatz mit Naturaplan**

---

Auch die im Jahr 2016 begonnene strategische Partnerschaft mit Demeter Schweiz wurde weiter gestärkt. So erfüllt eine wachsende Auswahl an Naturaplan-Produkten neben den strengen Knospe-Richtlinien auch die Richtlinien von Demeter. Regional erweiterte Coop das Demeter-Sortiment 2017 um Produkte wie Milch, Butter, Joghurt, Fleisch, Brot, Gemüse oder Wein. Eine Premiere in Sachen Demeter gab es auch bei Coop@home: Ende Dezember wurde der Online-Shop um den virtuellen Wochenmarkt «Vom Markt» erweitert. Hier können

Kundinnen und Kunden per Subskription zum Beispiel vier verschiedene Demeter-Fleischpakete mit Stücken von jeweils einem Tier bestellen. So wird im Sinne des nachhaltigen Fleischkonsums nicht nur auf höchste Tierwohlstandards gesetzt, sondern auch das ganze Tier verwertet. Im Hinblick auf das 25-jährige Jubiläum von Naturaplan im Jahr 2018 wurde bereits im September 2017 eine neue Werbekampagne mit neuem Claim lanciert. Unter dem Motto «natürlich. richtig. gut.» wird die Detailhändlerin den langjährigen Erfolg der Bio-Eigenmarke mit zahlreichen Aktivitäten gemeinsam mit den Kundinnen und Kunden sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern feiern.

Auch die Nachhaltigkeitseigenmarken Oecoplan, Ünique und Pro Specie Rara erfreuen sich weiterhin grosser Beliebtheit. Oecoplan konnte im Jahr 2017 ein Umsatzwachstum von über 3,8 % an den Tag legen. Unter anderem ging dies auch auf eine breit angelegte Offensive bei den Brennholzmaterialien zurück, die Coop als umweltfreundliche und CO<sub>2</sub>-neutrale Alternative zu den fossilen Brennstoffen anbot. Im Rahmen der langjährigen strategischen Partnerschaft zwischen Coop und dem WWF fand in diesem Jahr zudem eine «Panda-Aktion» statt, bei der im Pandakostüm verkleidete Mitarbeitende in den Verkaufsstellen unterwegs waren. Der WWF unterstützt den nachhaltigen Lebensstil und empfiehlt Oecoplan-Produkte exklusiv. So sind die Oecoplan-Produkte mit dem WWF-Panda gekennzeichnet. Die Eigenmarke Pro Specie Rara, die sich wie die gleichnamige Non-Profit-Organisation für den Erhalt der Artenvielfalt in der Schweiz einsetzt, konnte mit Saatgut regionaler und gefährdeter Arten in fünf Jahren eine Umsatzsteigerung von 30 % erzielen. Die Marke Ünique konnte ihren Umsatz mit Früchten und Gemüse jenseits der Norm seit 2012 verdreifachen.

### Jubiläum bei Nachhaltigkeits-Kooperationen

Gleich zwei Jubiläen konnte Coop in diesem Jahr in ihrem nachhaltigen Sortiment feiern. Seit nunmehr 25 Jahren arbeitet Coop mit der Organisation Fairtrade Max Havelaar Hand in Hand. Die von Coop, WWF und anderen Partnern gegründete Seafood Group feierte ihr zehnjähriges Jubiläum.



Im Jahr 1992 nahm Coop mit Kaffee das erste von Fairtrade Max Havelaar zertifizierte Produkt in ihr Sortiment auf. Mittlerweile bietet die Detailhändlerin 875 Fairtrade-Produkte und damit das grösste Fairtrade-Angebot in der Schweiz an. Seit Beginn der Zusammenarbeit entrichtete Coop insgesamt 49,9 Millionen US-Dollar an Fairtrade-Prämien. Weltweit profitieren insgesamt 1,6 Millionen Kleinbauern und Kleinbäuerinnen, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer von Fairtrade. Zum 25-jährigen Jubiläum kündigte Coop 2017 an, mit dem Nachhaltigkeitsgütesiegel ein jährliches Wachstum von fünf Prozent und bis 2025 einen Umsatz von 545 Millionen Franken anzustreben.

Bereits seit 2007 besteht die Seafood Group, die Coop mit dem WWF und anderen Partnern gründete, um sich gemeinsam für Nachhaltigkeit bei Fang und Zucht von Fischen und Meeresfrüchten einzusetzen. Zusammen wollten die Projektpartner ein klares Signal an Fischereibetriebe, Züchter und Markt senden: Fisch und Meeresprodukte sollten künftig ausschliesslich aus nachhaltigen Quellen stammen. Zum zehnjährigen Jubiläum der Seafood Group hat Coop nun dieses Ziel erreicht.

#### **Neue Online-Frischetheken bei Coop@home**

Coop konnte das Angebot im Online-Supermarkt Coop@home im Jahr 2017 erfolgreich ausbauen und bietet nun einen vollwertigen Online-Supermarkt mitsamt allen aus den Supermärkten gewohnten Frische- und Non-Food Sortimenten. Die erste Online-Metzgerei der Schweiz hat sich etabliert. Mit dem Online-Chäs-Hüsli wurde die erste Online-Käsetheke der Schweiz geschaffen. Das Chäs-Hüsli bietet rund 90 verschiedene Käsesorten an. Im Oktober wurde das Frischesortiment durch die Online-Fischtheke ergänzt: Mit 65 Produkten aus 100 % nachhaltigen und WWF-zertifizierten Quellen bietet die Fischtheke ein reichhaltiges Angebot an Fisch und Meeresfrüchten an. Die Filialen Coop Silbern, Dietikon und Crissier verarbeiten die Ware und liefern diese ohne Unterbrechung der Kühlkette direkt zu den Kundinnen und Kunden nach Hause. Damit ist Frische bis zum Schluss garantiert. Ende Dezember ging der virtuelle Wochenmarkt «Vom Markt» online, in dem Kundinnen und Kunden verschiedene Demeter-Produkte, zum Beispiel Fleischpakete, bestellen können. Die Online-Theken wurden von den Kundinnen und Kunden sehr positiv aufgenommen.

#### **Coop setzt auf textile Nachhaltigkeit**

Gemeinsam mit Greenpeace lancierte Coop für ihre Textil-Eigenmarken im Jahr 2017 weitere Massnahmen zur Entgiftung der Lieferketten. Neben einer Offenlegung aller Vorlieferanten, Färbereien und Ausrüster mussten die direkten Geschäftspartner und Vorlieferanten ein intensives Trainingsprogramm mit Experten durchlaufen. Auch unangekündigte Betriebsprüfungen und Abwassertests fanden statt. Eine Produktprüfung im Herbst 2017 zeigte, dass Coop eine Vielzahl der Chemikalien auf der Detox-Liste von Greenpeace aus den Produkten eliminieren konnte. Damit geht Coop viel weiter, als es die gesetzlichen Anforderungen verlangen, und kommt dem Ziel einer giftfreien Textilkette einen wichtigen Schritt näher. Zudem liess Coop im Jahr 2017 durch das Ökobilanz-Büro Quantis eine Ökobilanz zu den verschiedenen Verwertungs- und Entsorgungsmassnahmen alter Textilien erstellen.

#### **Coop entwickelt Wasserstandard**

Rund 70 % des weltweiten Wasserverbrauchs fallen in der Landwirtschaft an. Darum tragen die Erzeuger und Vermarkter landwirtschaftlicher Produkte eine besondere Verantwortung. Als weltweit erste Detailhändlerin entwickelte Coop in diesem Jahr in Kooperation mit dem WWF und der Organisation GlobalG.A.P. einen eigenen Wasserstandard. Das Zertifizierungssystem regelt den nachhaltigen Umgang mit Wasser in der Produktion landwirtschaftlicher Erzeugnisse. Der Coop-Wasserstandard schreibt unter anderem vor, dass legale Quellen genutzt werden, der Wasserverbrauch dokumentiert und das Wassermanagement laufend verbessert wird. Coop setzt den Wasserstandard bei Früchte- und Gemüseproduzenten in Ländern und Regionen mit Wasserknappheit um. In einem ersten Schritt geschieht dies in Spanien und Marokko. Anschliessend wird die Umsetzung auf weitere Länder und Regionen wie Südafrika, Peru, Süditalien oder Mexiko ausgedehnt. Mit dieser Massnahme trägt Coop dazu bei, dass in diesen Anbaugebieten auch in Zukunft genügend Wasser für Haushalte, Industrie und Landwirtschaft zur Verfügung steht.

#### **Soja-Fussabdruck ermittelt**

Als Futtermittel für Nutztiere und zunehmend auch in der menschlichen Ernährung spielt Soja eine wichtige Rolle. Doch immer häufiger werden zur Gewinnung von Anbauflächen weltweit wertvolle Ökosysteme zerstört. Daher ist es umso wichtiger, die Herkunft und den Anbau von Soja zu kontrollieren. Um zu erheben, wie viel Soja im gesamten Food-Sortiment der Coop Supermärkte enthalten ist,

und ob im Hinblick auf die Nachhaltigkeit im Anbau Handlungsbedarf besteht, hat Coop als eine der ersten Detailhändlerinnen der Welt im Jahr 2017 ihren Soja-Fussabdruck ermittelt. Das erfreuliche Ergebnis: Knapp 70 % der im Coop-Food-Sortiment verwendeten 41 000 Tonnen Soja stammen bereits heute aus zertifiziertem, verantwortungsbewusstem Anbau. Dies bedeutet, dass die Soja-Produzenten sparsam mit Dünger und Pestiziden umgehen, keine Wälder oder Ökosysteme für Sojaplantagen gerodet oder zerstört und soziale Mindeststandards bei der Produktion eingehalten werden. Dieser Anteil soll nun kontinuierlich gesteigert werden.

### Highlights aus den Food-Formaten

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

|                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>Die Coop Supermärkte verfügen über das dichteste Verkaufsstellennetz in der Schweiz</p> <p>▼ Factsheet</p>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zehnjähriges Jubiläum von Pro Montagna mit starkem Umsatzwachstum</li> <li>• Karma-Sortiment auf über 200 Artikel ausgedehnt</li> <li>• 40 Mio. Franken in günstigere Preise und Frische-Knaller investiert</li> <li>• Erfolgreiche Einführung von Demeter-Produkten unter der Nachhaltigkeitseigenmarke Naturaplan</li> <li>• Holzofenbrote in der ganzen Schweiz lanciert</li> <li>• Erster Megastore im Ladenbaukonzept 2025+ eröffnet</li> <li>• Neue Kulinarikplattform Fooby in Supermärkte integriert</li> <li>• 93 % Kundenzufriedenheit in Umfrage «Ihre Meinung zählt»</li> <li>• Insektenprodukte eingeführt</li> <li>• Mehrwegbeutel für Früchte und Gemüse aus FSC-zertifizierter Zellulose eingeführt</li> </ul> |
|  <p>Die Nummer eins im schweizerischen Convenience-Markt</p> <p>▼ Factsheet</p>                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erweiterung des Angebotes hausgemachter Sandwiches</li> <li>• Neue Prontosshops an den Bahnhöfen Morges, Sargans, Sierre und Sion sowie an acht Tankstellen</li> <li>• Fruchtsortimente «Snacking on the go» ausgebaut</li> <li>• Sortiment der gekühlten Getränke auf innovative «Ready to drink»-Getränke mit wenig Zucker ausgerichtet</li> <li>• Ausbau der Kühlflächen an mehr als elf Standorten und damit Erweiterung des Sortiments gekühlter Frischprodukte</li> <li>• Frischsaftpresse an rund 20 Standorten eingeführt</li> </ul>                                                                                                                                                                                   |
|  <p>Coop to go bietet exklusive Take-away-Produkte, die es in keinem anderen Coop-Format gibt</p> <p>▼ Factsheet</p>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eröffnung von sieben Verkaufsstellen im Jahr 2017; damit insgesamt 14 Coop-to-go-Filialen</li> <li>• 60 exklusive Coop-to-go-Neuheiten lanciert</li> <li>• Über 20 Innovationen eingeführt</li> <li>• Spitzenumsatzwerte pro m<sup>2</sup> erreicht, mit stärkstem Standort bei über 70 000 CHF pro m<sup>2</sup></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|  <p>Der Online-Supermarkt mit der grössten Auswahl und persönlicher Lieferung an die Wohnungstüre</p> <p>▼ Factsheet</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung einer Fleischtheke im Januar 2017</li> <li>• Käsetheke im Juni 2017 eingeführt</li> <li>• Start mit 350 Pick-up-Stellen in der Schweiz im Juli 2017</li> <li>• Online-Fischtheke seit September 2017</li> <li>• Lancierung des Online-Marktformates «Vom Markt»</li> <li>• Einführung Tierwelt im Oktober 2017</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |



Das neue Ladenformat für vegetarische und vegane Produkte

- Erster Karma-Shop am 30.05.2017 am Bahnhof in Zug eröffnet; weitere Eröffnungen im Jahr 2018 geplant
- Offener Verkauf von Lebensmitteln wie Hülsenfrüchten, Nüssen und Granolas in Schüttbehältern zum selbst Abfüllen (Vermeidung von Verpackungen)
- Grosse Auswahl ausschliesslich vegetarischer und veganer Produkte in der Schweiz; Laden ermöglicht eine Vollversorgung mit veganen und vegetarischen Produkten (alle Food-Warengruppen sind vertreten).
- Grosses Angebot hausgemachter Convenience-Produkte (Salat und Zmorge-Bowls, Smoothies und Sandwiches)

Factsheet



Das italienische Delikatessen-Geschäft von Coop

- Erste Filiale Saponi d'Italia am 02.11.2017 am Bahnhof in Aarau eröffnet
- Italienische Spezialitäten auf 200 m<sup>2</sup>
- Frische Zubereitung von Focaccia, Cornetti al cioccolato und Espresso im Laden
- Sortiment der beliebtesten italienischen Spezialitäten und Produkte des täglichen Gebrauchs
- Eigenmarke Saponi für italienische Spezialitäten im Coop-Sortiment lanciert

Factsheet



Für tägliche Gaumenfreuden zu fairen Preisen

- Signifikante Marktanteilsgewinne in hart umkämpftem Markt
- Umsetzung des neuen Gastronomiekonzepts «Vista» in 14 Restaurants und einer Take-it-Filiale im Jahr 2017
- Akquisition der Gastronomie im Mercato Cattori, Losone
- Eröffnung der Personalgastronomie am neuen Coop-Standort Pratteln
- Lancierung neues Event-Format «Kinder-Kochspass»

Factsheet



Der frische Gastgeber an Hochfrequenzlagen

- Positive Umsatzentwicklung bei Filialen von Burger King und Marché Airport Zürich
- Marché Catering erhält Zuschlag für die Durchführung des Calanda Oktoberfestes in Chur von 2017 bis 2019
- Einführung des Getränks «Infused Water» aus Wasser, frischen Früchten und Kräutern
- Wiedereröffnung von Marché Bellinzona Sud, Hotel Bellinzona Sud (ehemals Mövenpick Albergo BenjamInn) und Marché Bellinzona Nord für 2018 geplant; dabei werden die Marché Restaurants komplett neu gebaut und das Hotel saniert
- Weiterentwicklung der Marken Marché und Cindy's

Factsheet



Das Take-away-Format für Zopf in allen Variationen

- Standort in Bern erhält grossen Zuspruch und zeigt grosses Potential für eine Expansion
- Bis 2020 weitere Standorte in der Schweiz geplant
- Schoggi-Chnopf erfolgreichstes Zöpfli-Produkt
- Saisonales Angebot eingeführt: Tomaten-Mozzarella-Zöpfli im Sommer, Raclette-Zöpfli im Winter
- Thematische Zöpfli für Samichlaus, Zibelemärit, Valentins- und Muttertag lanciert
- Spezieller Schoggidrink und kühle Kaffeespezialität für Zopf & Zöpfli entwickelt

Factsheet

## Betty Bossi

Die Nummer eins  
in der Schweiz  
für Kochen und  
Geniessen

- Lancierung des «Ready to cook»-Lieferservices «Betty bringt's» mit Zutaten und Rezept
- Lancierung des Kochmagazins «Betty Bossi mix» mit Rezepten speziell für die Küchenmaschine Thermomix
- Lancierung des Familienerlebnisses «Kochwerkstadt» im Rahmen des Kulinarik-Events «Food Zurich»
- Ausbau des internationalen Vertriebs von innovativen Küchenhilfern

▼ Factsheet

## Fachformate Non-Food

Für nahezu alle Fachformate stand das Geschäftsjahr 2017 ganz im Zeichen der Symbiose von stationärem Handel und Online-Handel. Die strategische Bedeutung dieser Entwicklung spiegelte sich im Erfolg der Fachformate wider: Allein mit ihren Fachformaten erwirtschaftete die Coop-Gruppe 2017 einen Nettoerlös von insgesamt über 7 Milliarden Franken. Ihren Marktanteil konnte die Coop-Gruppe in allen Bereichen halten beziehungsweise ausbauen. Besonders im Bereich Heimelektronik blieb Coop stark. Zu diesem Bereich gehören die Fachformate Interdiscount, Microspot.ch, Dipl. Ing. Fust und Nettoshop.ch. In den vier Formaten lag der Nettoerlös bei insgesamt rund 2 Milliarden Franken und damit 2,6 % über dem Vorjahr. Damit konnte die Coop-Gruppe auch hier ihre Marktführerschaft ausbauen.

### Modernisierung der Verkaufsstellen geht weiter

Auch im Jahr 2017 war die Modernisierung der Verkaufsstellen im stationären Handel ein zentrales Thema für die Fachformate. So wurden im Berichtsjahr die Coop-City-Filiale Zürich St. Annahof sowie das Erdgeschoss der Filiale in Winterthur nach dem Ladenbaukonzept «Bellacasa» umgestaltet. Damit entsprechen aktuell insgesamt sieben Coop-City-Filialen dem neuen Ladenbaukonzept. Im Rahmen der Umbaumassnahme in Winterthur wurde zudem erstmals ein Coop-to-go-Restaurant in ein Coop-City-Warenhaus integriert, was sich mit einer klar positiven Auswirkung auf die Frequenz bemerkbar machte. Die Abteilungen für Haushaltswaren, Kosmetik, Parfumerie und Körperpflege der Coop-City-Filialen Winterthur, Fribourg, Zürich St. Annahof und Zürich Bellevue erhielten Self-Check-out-Kassen. In Bern Ryfflihof wurde das «Konzept Hemdenkompetenz» lanciert. Es zeichnet sich durch eine grosse Auswahl verschiedener Marken und eine Konzentration auf starke Sortimentsbereiche aus. Christ baute im Rahmen ihrer Neuausrichtung die Filiale am Flughafen Zürich um und implementierte erstmals ihr neues Ladenbaukonzept. Die Neueröffnung am Bahnhof SBB Zürich Shopville und Umbauten in Zürich Sihlcity sowie Basel Pfauen folgten. Die Import Parfumerie entwickelte ihr Ladenkonzept weiter und präsentiert ihre Filialen hell und farblich auf die Kosmetik- und Duftwelt angepasst. Vier Filialen erstrahlten 2017 im neuen Kleid. Bau+Hobby führte ein neues Kundenleitsystem, Info-Points, ein neues Service-Konzept und neue Arbeitskleider ein. Fust modernisierte in diesem Jahr zehn und Interdiscount über 70 Filialen. In Villeneuve wurde eine neue Tiptip-Filiale eröffnet und in Spreitenbach eine modernisierte Filiale wiedereröffnet.

### Digitalisierung: Omni-Channel-Services und Einführung von «Track & Trace»

Die Kompetenz im Online-Handel baute Coop auch 2017 weiter aus. So überzeugten die neuen Online-Shops von Microspot, Christ Uhren & Schmuck und Coop Vitality durch einen modernisierten Auftritt. Die Online-Shops im Bereich Heimelektronik konnten so einen Umsatz von rund 432 mio. Franken generieren. Insbesondere Microspot wurde von einschlägigen Blogs für sein mutiges und richtungsweisendes Design gelobt, das sich durch sein plattformunabhängiges responsives Design, die Nutzung einer innovativen Navigationsstruktur und auffällig schnelle Ladezeiten auszeichnet. Im Vergleich zum Vorjahr konnte Microspot den Umsatz um 17,2 % steigern.

über **432** mio. CHF  
**Umsatz im Online-Handel  
mit Heimelektronik**

Auch die Verknüpfung von Online-Handel, stationärem Handel und über 1 100 Pick-up-Stationen erreicht bei Coop eine neue Dimension: Denn die Online-Shops von Coop Bau+Hobby, Import Parfumerie, Tiptip, Lumimart, Coop@home, Siroop, Coop Vitality, Christ Uhren & Schmuck und The Body Shop liefern



Bestellungen nun auch in die Ladengeschäfte anderer Formate. Kundinnen und Kunden können so beispielsweise ihr Parfum von der Import Parfumerie in einen Coop Supermarkt bestellen und während der Öffnungszeiten abholen. Im Verkauf bei Fust, Christ Uhren & Schmuck und Import Parfumerie wurden 2017 Tabletcomputer zur Unterstützung von Beratung und Verkauf eingeführt. Zudem können Kundinnen und Kunden bei Fust dank IT-gestützter Tourenplanung nun papierlos bedient und minutengenau über den Liefertermin ihrer Bestellung informiert werden.

Für noch mehr Transparenz beim Online-Shopping sorgt die App «Track & Trace»: So wurden im Jahr 2017 alle Pick-up-Verkaufsstellen eigens mit «Track & Trace»-Smartphones ausgestattet, um einzelne Bearbeitungsschritte in den Verkaufsstellen wie Paketeingang und -abgabe festzuhalten. Den Mitarbeitenden in der Filiale ist es so möglich, den Status einer Bestellung jederzeit einzusehen, die einzelnen Versandschritte nachzuverfolgen und die Kundinnen und Kunden besser zu informieren. Sobald das Paket in einer Verkaufsstelle abholbereit ist und gescannt wurde, erhält der Käufer oder die Käuferin eine Benachrichtigung per E-Mail oder SMS. Dies geschieht über einen Server im Hintergrund, mit dem die App in Echtzeit kommuniziert. Auch der Status auf der Pick-up-Website wird regelmässig über diesen Server aktualisiert. Mitarbeitenden von Coop bietet das System zusätzliche Informationen, damit diese die Kundinnen und Kunden bei Anfragen noch besser unterstützen können.

### Erster e-day@Coop in Zürich

Im Juni fand in Zürich der erste e-day@Coop mit rund 100 Verantwortlichen von Online-Shops und aus dem digitalen Marketing der Coop-Gruppe statt. Der Anlass startete bei Google in Zürich und wurde mit produktiven Workshops und anregenden Podiumsdiskussionen im Schloss Sihlberg fortgeführt. Im Vordergrund standen wichtigste Trends und Entwicklungen im E-Business, der Erfahrungsaustausch und das Kennenlernen von «best practices» in unterschiedlichen E-Commerce-Disziplinen.

### Highlights aus den Fachformaten Non-Food

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

|                                                                                                                                                                                          |                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br><br> Factsheet | <p>Die Schweizer Nummer eins im Unterhaltungselektronikmarkt</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erneut Marktanteilsgewinne</li> <li>• Rund 42 % Umsatzwachstum bei den Online-Bestellungen</li> <li>• Erneuerung von über 70 Filialen</li> <li>• Rundumerneuerung und Modernisierung des Werbeauftritts</li> <li>• Starkes Wachstum der Geschäftskundenumsätze</li> <li>• Ausbau im Serviceportfolio durch Zusammenarbeit mit Mila</li> <li>• Fertigstellung des neuen Logistikzentrums in Jegenstorf</li> <li>• Positive Kundenbewertung gemäss Mystery Shopping und Kundenbefragung (Net Promoter Score)</li> </ul>                                          |
| <br><br> Factsheet | <p>Die zweitgrösste Warenhauskette der Schweiz</p>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktanteilsgewinne</li> <li>• Umsetzung des neuen Ladenbaukonzepts «Bellacasa» in Zürich St. Annahof und Winterthur im Erdgeschoss</li> <li>• Relaunch der Eigenmarke Nulu</li> <li>• Erweiterung des Sortiments Naturkosmetik</li> <li>• Neuer Werbeauftritt und neues Beschriftungskonzept</li> <li>• Kunden bewerten Coop City gemäss Mystery Shopping positiv</li> <li>• Einführung von Self-Check-out-Kassen bei Kosmetik- und Pflegeprodukten in Zürich St. Annahof, Zürich Bellevue, Fribourg und Winterthur</li> <li>• Neues Hemdenkonzept</li> </ul> |



Der führende  
Schweizer  
Baumarkt

- Festigung der Marktposition als Nr. 1 unter den Schweizer Baumärkten
- Steigerung des Umsatzes
- Erweiterung des Online-Shops auf über 57 000 Produkte sowie starkes Umsatzwachstum von 47 %
- Rollout des neuen Verkaufsstellenauftrittes (neues Kundenleit- und -informationssystem, Info-Points und Service-Kommunikation)
- Einführung neuer Arbeitsbekleidung im Verkauf
- Realisierung eines Wettbewerbs zur Verschönerung einer Kindertagesstätte unter dem Claim «Wir helfen machen»
- Modernisierung/Vergrößerung der beiden Flagship-Stores Rickenbach und Heimberg; Neubau Verkaufsstelle Rümlang und Feuerthalen
- Positives Kundenfeedback über alle relevanten Positionen im Verkaufsgespräch gemäss Mystery Shopping

Factsheet



Das kompetente  
Einrichtungshaus

- Umsatzwachstum von 39 % bei den Online-Shops
- Massiv steigende Umsatzentwicklung bei personalisierbaren Produkten
- Einführung von digitalen Möbel-Konfiguratoren im Online-Shop Toptip.ch
- Neueröffnung Villeneuve und Wiedereröffnung der umgebauten und modernisierten Filiale Spreitenbach
- Lumimart feiert 25-jähriges Jubiläum
- Gemäss Marktforschung (Kundenzufriedenheitsumfrage) bewerten die Kunden Toptip/Lumimart positiv

Factsheet



Der führende  
Schweizer  
Duftanbieter in  
der Prestige-  
Parfumerie

- Marktführerin im Duftmarkt
- Umsatzwachstum von 63,9 % im Online-Shop
- Umsatzwachstum bei Pflege und Maquillage: Sortiments-erweiterung (Lancôme) und neue Marke (Estée Lauder)
- Etablierung des Multi-Channel-Konzeptes mit Online-Bestellung in Filialen durch Verkaufspersonal, Click & Collect und Pick-up; erweitertes Angebot in den Filialen (Line-Extensions)
- Tabletcomputer als elektronische Verkaufshilfe eingeführt
- Weiterentwicklung des Ladenbaukonzeptes in vier Filialen
- Neuer Werbeauftritt
- Kundenbefragung zeigt erfreuliche Bewertung

Factsheet



Die erste Adresse  
für Uhren und  
Schmuck

- 75,7 % Umsatzwachstum im Online-Geschäft
- Relaunch des Online-Shops und Einführung von Click & Collect und Click & Reserve in den Filialen
- Erfolgreiche Implementierung eines neuen Ladenbaukonzeptes am Flughafen Zürich
- Neueröffnung am Bahnhof SBB Zürich und Umbau der Filialen Zürich Sihlcity und Basel Pfauen
- Im Rahmen einer Befragung äusserten sich die Kunden positiv

Factsheet



Mit einem weiten  
Netz von Coop-Tank-  
stellen Marktführer  
in der Schweiz

- Weitere Marktanteilgewinne
- Baugesuche für Wasserstofftankstellen in Frenkendorf, Dietlikon und Bern Eymattstrasse eingereicht
- Installation der ersten Photovoltaikanlagen in Frenkendorf, Root und Magliaso als Vorbereitung auf mögliche Energieauflagen im Hinblick auf die Energiestrategie 2050

Factsheet



Für Wärme und Wohlbefinden

- Einführung eines neuen Webshops; Anzahl der Online-Bestellungen um 7,4 % auf 34,9 % gesteigert
- Anteil der Abnehmer für schadstoffarmes Öko-Heizöl steigt auf 58,6 %
- Neue Dienstleistungen durch Kooperationen in den Bereichen Tankreinigung und Sanierung

Factsheet



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

- Marktanteilsgewinne
- Nettoerlös überschreitet erneut die Milliarden-Grenze: 1,1 % Umsatzwachstum gegenüber Vorjahr
- Stark wachsendes Online-Geschäft von 69,5 % mit Abholmöglichkeit in allen Fust-Filialen
- Einführung einer digitalen Tourenplanung im Heimservice
- Neubau der IT-Infrastruktur auf der Basis von SAP
- Baubeginn der Erweiterung des Logistikzentrums in Oberbüren
- Zehn weitere Verkaufsstellen modernisiert
- Positive Kundenbewertung gemäss Marktforschung GfK und eigener Kundenumfrage (Net Promoter Score)

Factsheet



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

- Marktanteilsgewinne
- Steigerung des Nettoerlöses um 4,1 %
- Über 129,5 % Umsatzwachstum im Online-Geschäft
- Einführung von Click & Collect auch für OTC-Medikamente
- Erweiterung des Apothekennetzes mit sechs neuen Standorten in Winterthur, Rorschach, Wohlen, Mendrisio, Flims und Lenzburg
- Einführung der Dienstleistung Ohrcheck
- Exklusive Lancierung der Marken Phyto und Lierac
- Aus Kundenumfrage resultiert positive Kundenbewertung

Factsheet



Das natürliche und nachhaltige Kosmetikunternehmen

- Über 25 % Umsatzwachstum im Online-Geschäft
- Lancierung des «#LYB25»-Kundenclubs für unter 25-Jährige
- L'Oréal veräussert britische Tochter The Body Shop International an Natura Cosméticos SA
- Modernisierung einer weiteren Verkaufsstelle
- Start der «Forever Against Animal Testing»-Kampagne
- Lancierung der «World Bio Bridges»-Mission
- 25-jähriges Jubiläum Bodybutter
- Bei Kundenzufriedenheitsbefragung erzielt The Body Shop Schweiz gesamthaft sehr gute Werte

Factsheet

*BâleHotels*

Die Hotelgruppe von Coop

- Eröffnung des umfassend modernisierten Hotels Savoy in Bern nach 16 Monaten Umbauzeit
- Rezertifizierung aller drei Hotels zur Norm ISO 9001:2015 und Erstzertifizierung des Hotels Savoy im Juni 2017
- Umsetzung der Investitionstätigkeiten in Parkhaus Europe/ Brandschutzmassnahmen an der Fassade des Hotels Victoria
- Teilnahme am Nachhaltigkeitsprojekt der Stiftung Sapocycle: Seife wird rezykliert und Familien in Not zur Verbesserung der Hygiene zur Verfügung gestellt

Factsheet



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

- Steigerung des Nettoerlöses um 6,5 %
- Relaunch der «Ferienhits» mit Ausbau von Rundreisen und Kreuzfahrten
- Lancierung der neuen Website mit Responsive Design für mobile Endgeräte
- Einführung der dynamischen Produktion, der elektronischen Anbindung eines breiten Flug- und Hotelportfolios

Factsheet



Führender Fitnessanbieter der Deutschschweiz

- Marktanteilsgewinne
- Eröffnung von acht weiteren Standorten
- Filialen in zehn Kantonen
- Mitgliederzuwachs in Höhe von 23,7 % auf über 32 100
- 200 neue Mitarbeitende

Factsheet



Tropenhäuser mit Restaurants

- Auszeichnung der Restaurants in den Tropenhäusern Wolhusen und Frutigen mit je 14 Gault-Millau-Punkten, Wolhusen erhält vom Guide Michelin zudem den Bib Gourmand
- Frutigen: 15 % Umsatzsteigerung mit Fischprodukten und Kaviar; Steigerung des Nettoerlöses um 3 %; Bau einer neuen Quarantäneanlage für die ankommenden Fingerlinge (Jungfische); Austausch der Halogenleuchtmittel durch LED-Leuchtmittel
- Wolhusen: Erfolgreiche Sonderausstellung «Jambo Afrika»; Positionierung als exotische Eventlocation gefestigt; Weiterentwicklung der Produkte: Relaunch erfolgreich umgesetzt, Sortiment weiterentwickelt, erstes Fine-Food-Produkt

Factsheet



Der führende Online-Anbieter für Unterhaltungselektronik und Haushalt

- Marktposition ausgebaut
- Steigerung des Online-Umsatzes um 17,2 %
- Erfolgreiche Lancierung des neuen Webshops mit optimierten Funktionen und hervorragender Geschwindigkeit
- Weitere Festigung der Position als Preisführer im Online-Handel
- Integration des Angebots auf Siroop.ch unter microspot.ch
- Fertigstellung des neuen Logistikzentrums in Jegenstorf
- Positives Kundenfeedback gemäss Kundenbefragung

Factsheet



Der grösste Online-Shop für Haushaltsgeräte mit persönlicher Beratung und Service

- Marktanteilsgewinne
- Steigerung des Nettoerlöses um über 10,5 %
- Einführung Heimlieferung am Abend und am Samstag
- Ausbau des Angebots in der Westschweiz und im Tessin
- Gemäss Marktforschung GfK bewerten die Kunden NettoShop positiv

Factsheet



Erster offener Online-Marktplatz der Schweiz

- Marktposition in der Deutschschweiz ausgebaut
- 500 Händler und rund 1 Mio. Produkte auf Siroop.ch verfügbar
- Das breiteste Produktsortiment von lokalen, regionalen und nationalen Händlern in der Schweiz
- Erweiterung des Angebots in der Westschweiz
- Stärkung der Markenbekanntheit
- Positive Kundenbewertung gemäss Kundenbefragung (Net Promoter Score)

Factsheet

## Logistik, Informatik und Immobilien

### Eröffnung des Coop-Produktionszentrums Pratteln

Mit der Inbetriebnahme des Coop-Produktionszentrums Pratteln hat Coop 2017 nach nur drei Jahren Bauzeit eines der grössten Bauprojekte ihrer Geschichte fertiggestellt: Der neue Produktionsstandort in Pratteln Salina Raurica umfasst die Produktionsanlagen von Cave, Chocolats Halba und Sunray, das nationale Verteilzentrum für Wein und Spirituosen mit einem Hochregallager für die Lagerung von über 40 000 Paletten sowie das modernste Qualitätscenter in der Schweiz. Das Produktionszentrum Pratteln umfasst knapp 870 000 m<sup>3</sup> Raumvolumen und 108 000 m<sup>2</sup> Nutzfläche. Zu diesem Zweck wurden 200 000 Tonnen Beton, 9 200 Tonnen Stahl, 56 km Rohrleitungen für Heizung und Kältetechnik sowie 36 km Sprinklerleitungen verbaut. An der Fassade hängt das grösste Coop-Logo der Schweiz mit 21 Metern Breite und 5,5 Tonnen Gewicht. Das Dach erhielt eine Photovoltaikanlage mit 3 500 m<sup>2</sup>.

Bereits Ende Januar 2017 begann die Detailkommissionierung von Wein und Spirituosen für die Coop Supermärkte, Pronto-Shops und für den Direktabsatz Wein an Dritte (unter anderem an die Fluggesellschaft Swiss sowie an Besteller aus dem Coop-Weinclub Mondovino) von der Verteilzentrale aus. Der Grossteil des Wareneinsatzs für die Coop Supermärkte und Pronto-Shops soll in Zukunft mit der Bahn sowie im unbegleiteten kombinierten Verkehr (UKV) über die Coop-Tochter Railcare erfolgen. Dafür wurde in der nationalen Verteilzentrale eigens eine Bahnhalle mit zwei Gleisen und Platz für je sechs Bahnwagen errichtet. Die feierliche Eröffnung des Produktions- und Verteilzentrums fand am 26. Oktober mit einem Festakt statt.

---

# 40 000

Paletten passen in  
das neue Hochregallager  
in Pratteln

---

### Einsatz modernster Technologie in neuen Verkaufsstellen

Im Jahr 2017 standen Baumassnahmen zur Modernisierung und Steigerung der Energieeffizienz im Mittelpunkt. Durch den Einsatz qualitativ hochwertiger Gebäudehüllen und effizienter Gewerke-Kälteanlagen sowie die Nutzung von LED-Leuchtmitteln konnte der Strombedarf um 50 % reduziert werden. Mit der Nutzung erneuerbarer Energieträger wie Holz sowie durch den Einsatz von Anlagen zur Wärmerückgewinnung und Wärmepumpen reduzieren sich die CO<sub>2</sub>-Emissionen um fast 100 %. Die neuen Verkaufsstellen in Savièse und Kleinandelfingen, die zusammen mit Photovoltaik-Panels auf einer Fläche von circa 1 400 m<sup>2</sup> ausgerüstet wurden, stechen als Beispiele hervor. Allein diese Panels produzieren knapp 230 000 kWh pro Jahr, was dem durchschnittlichen Energie-Jahresverbrauch von 65 Schweizer Haushalten entspricht. Trotz strengerer Anforderungen wird Coop weiterhin alle Neu- und Umbauten nach dem neuen Minergie-Standard errichten.

### Wohnbauprojekt Letzipark

Nach knapp drei Jahren Bauzeit konnte Anfang Februar der Letzipark-Komplex in Zürich in unmittelbarer Nachbarschaft des Einkaufszentrums eröffnet werden. Das Wohnbauprojekt umfasst 176 Mietwohnungen, eine Altersresidenz mit 45 zusätzlichen Wohnungen, ein McDonald's-Restaurant mit McDrive, eine Coop-Tankstelle und 19 Ateliers.

### Hotel Savoy in Bern startet erfolgreich

Nach 16 Monaten Umbauzeit wurde das Vier-Sterne-Hotel-Garni Savoy der BâleHotel-Gruppe in der Altstadt von Bern neu eröffnet. Das Hotel verfügt über 64 Zimmer, weist eine kumulierte Zimmerbelegung von 88 % aus und ist somit eines der gefragtesten Hotels in Bern. Zu den BâleHotels gehören das Hotel Pullman Basel Europe, das Hotel Victoria sowie das Hotel Baslertor in Muttens.

### Investitionen in schnellere Logistiklösungen

Interdiscount und Microspot haben im Rahmen der Digitalisierungsstrategie ein hochmodernes und vollautomatisiertes Lager in Jegenstorf mit einem Investitionsvolumen von knapp 70 Millionen Franken fertiggestellt. Im Neubau des Verteilzentrums wird im April 2018 ein auf Omni-Channel-Handel ausgerichtete Logistiksystem auf über 22 000 m<sup>2</sup> in Betrieb genommen. Herzstück der Anlage ist eines der europaweit führenden und leistungsfähigsten automatischen Shuttlelager mit 65 000 Behältern und knapp 30 000 Artikeln. Dank der Sortimentserweiterung im Bereich der Heimelektronik um über 15 000 Artikel profitieren Kundinnen und Kunden von der grösstmöglichen Convenience. Bestellungen bis 20 Uhr werden bereits am nächsten Tag geliefert. Fust hat mit der Erweiterung des



Logistikzentrums in Oberbüren begonnen. Das Sortiment wird um das Dreifache des aktuellen Umfangs ausgebaut. Die stufenweise Inbetriebnahme des neuen Logistikzentrums von Fust und Nettoshop.ch ist für Frühjahr 2019 geplant.

#### Filialen erhalten elektronische Preisschilder

Mithilfe elektronischer Etiketten auf E-Paper-Basis wird die Bewirtschaftung der Preisschilder für die Mitarbeitenden einfacher – und die Preissicherheit für Kundinnen und Kunden gesteigert. Bisher mussten Preisänderungen abgerufen, ausgedruckt und die Etiketten dann manuell am Gestell angebracht werden. Mit elektronischen Etiketten entfällt dieser Aufwand und die Aktualität der Preise kann sichergestellt werden.

#### Neuorganisation in der Verteilung steigert Effizienz

Die schweizweite Belieferung von über 850 Coop Supermärkten und 300 Pronto-Shops mit Tiefkühlprodukten wurde in Schafisheim zentralisiert. Als Regel gilt, dass alle Verkaufsstellen, die weiter als 90 Kilometer von Schafisheim entfernt sind, im System des unbegleiteten kombinierten Verkehrs (UKV) aus Zug und Lastwagen von Railcare beliefert werden. Gegenüber der Belieferung mit Lastwagen vermeidet Coop auf diese Weise jährlich über zwei Millionen Lastwagen-Kilometer und 2 000 Tonnen CO<sub>2</sub>. Die Coop-Tochter Railcare erhielt 2017 eine erste neue Elektrolokomotive, die sich durch hohe Geschwindigkeiten und eine signifikante Senkung des Energieverbrauchs auszeichnet.

Die Belieferung der Pronto-Shops findet neu über die regionalen Verteilzentren statt. Durch die Organisation nach Vorbild der Coop Supermärkte werden die Prozesse vereinfacht. Seit 12. September 2017 werden die Pronto-Shops daher analog zu den Supermärkten von den regionalen Verteilzentren aus beliefert. Frischprodukte und Produkte mit hoher Umschlagrate werden in den regionalen Verteilzentren für die Verteilung an die Verkaufsstellen kommissioniert. Die Artikel anderer Warengruppen sowie Pronto-spezifische Artikel werden in einer Pronto-Plattform in der Verteilzentrale Dietikon für die Verteilung an die Filialen kommissioniert und über die regionalen Verteilzentren an die Pronto-Shops geliefert.

---

**2 000** Tonnen  
**weniger CO<sub>2</sub>-Ausstoss  
durch Tiefkühltransporte  
im kombinierten Verkehr**

---

#### CO<sub>2</sub>-Einsparungen durch Einsatz von Wasserstoff und Biodiesel

Durch den Einsatz von Wasserstoff in zwölf PKW sowie einem LKW mit Brennstoffzelle konnten im Jahr 2017 rund 55 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart werden. Insbesondere wurden diese Einsparungen durch den Einsatz der Brennstoffzellen-PKW erzielt, die im Berichtsjahr knapp 330 000 Kilometer ohne nennenswerte Probleme zurücklegten. Der Brennstoffzellen-LKW bestach im Testbetrieb durch einfache und intuitive Handhabung. Die ersten Fahrten zeigten, dass das Leistungsniveau des Elektroantriebes den Bedürfnissen der Logistik entspricht. Zudem kann das Fahrzeug in knapp zehn Minuten betankt werden. Sowohl die Wasserstoffproduktion als auch die Verfügbarkeit der Wasserstofftankstelle waren problemlos. Im Testbetrieb konnten diverse Verbesserungspotenziale identifiziert werden.

Im Jahr 2017 nahm der Einsatz von Biodiesel in der Flotte der Coop-Lastwagen weiter zu. Insgesamt wurden über 3,6 Millionen Liter Biodiesel eingesetzt – knapp eine Million Liter mehr als im Vorjahr. Gemessen am gesamten Treibstoffverbrauch der Coop-LKW entspricht dies einem Anteil von 40 %. Durch die Nutzung von Biodiesel konnte der Ausstoss von rund 8 300 Tonnen CO<sub>2</sub> vermieden werden.

## Mehrleistungen

#### Umfassendes Qualitätsmanagement

Am Standort Pratteln eröffnete Coop ein neues Kapitel in ihrer über 110-jährigen Geschichte in der Qualitätssicherung. Im April nahm das modernste private Lebensmittellabor in der Schweiz den Betrieb auf, damit sich die Kundinnen und Kunden weiterhin auf einwandfreie Produkte von hoher Qualität verlassen können. Mit Methoden wie der Massenspektrometrie überprüfen die Mitarbeitenden des Labors jährlich über 40 000 Lebensmittelproben mit Hilfe externer Labore und risikobasierten Prüfungen, um die Qualität vom Rohstoff bis zum Endprodukt zu gewährleisten.

Zum 1. Mai 2017 wurde in der Schweiz das neue Lebensmittelrecht in Kraft gesetzt. Ein Schwerpunkt für das Qualitätsmanagement in diesem Jahr lag daher in der Implementierung der neuen Gesetzgebung, die nun im Rahmen einer vierjährigen Übergangsfrist umgesetzt werden muss. Die neue Gesetzgebung beinhaltet, dass die Kennzeichnungen sämtlicher Produkte angepasst werden müssen. Die besondere Herausforderung liegt darin, dass die Angaben im Online-Handel bereits ab dem 1. Mai 2018 mit den neuen Angaben auf den Produkten übereinstimmen müssen. Diese Aufgabe erfordert umfassende Anpassungen im Stammdatenmanagement.

---

# 34 000

**Lebensmittelproben  
werden jährlich im Labor  
in Pratteln ausgewertet**

---

Auch 2017 wurden sämtliche Verkaufsstellen mit Bedienungsbe-  
reichen einem externen Zertifizierungsaudit unterzogen – zusätz-  
lich zu den rund 2 500 Audits durch die interne Qualitätssiche-  
rung von Coop. Im Bereich Produktqualität intensivierte Coop das  
Risikomanagement hinsichtlich der Absicherung der Lieferkette,  
Lebensmittelbetrug und Verpackungskonformität. In Bezug auf  
die Coop-Richtlinie für Lieferanten zur Optimierung der Qualität  
im Bereich Non-Food konkretisierte Coop die Anforderungen an  
kritische Warengruppen. Coop überprüfte im eigenen Labor rund  
34 000 Proben aus den Bereichen Food und Non-Food in Stich-  
proben auf die Einhaltung der Vorgaben. Dabei wurden über  
729 000 Kriterien geprüft.

## Gesellschaftliches Engagement

Coop engagierte sich 2017 wieder mit zahlreichen Projekten für die Gesellschaft. Über 17,5 Millionen Franken investierte Coop über den Coop Nachhaltigkeitsfonds in gemeinnützige Projekte und unter-  
stützte so zum Beispiel die «Schweizer Tafel» und «Tischlein deck dich». Die sozialen Organisationen  
geben Lebensmittel an Bedürftige ab. Die «Schweizer Tafel» verteilt die Waren an schweizweit 500 sozi-  
ale Institutionen wie Notunterkünfte, Hilfswerke oder Gassenküchen; «Tischlein deck dich» gibt Lebens-  
mittel in über 120 Abgabestellen in der ganzen Schweiz an rund 18 000 Armutsbetroffene ab.

Zum zweiten Mal in Folge wurde von Coop und Bio Suisse die «Pflanzaktion» für den Erhalt der Bienen  
und Biodiversität durchgeführt. Mit dem Schulprojekt des Coop Fonds für Nachhaltigkeit setzt sich Coop  
zusammen mit Bio Suisse für eine vielfältige Natur ein. Gemeinsam mit Bio Suisse verschenkte Coop  
Bio-Kräuter und -Saatgut an über 1 600 Schulklassen in der ganzen Schweiz. 25 000 Schülerinnen und  
Schüler gestalteten mit dem Pflanzgut Bienengärten sowie blühende Pausenhöfe und haben sich damit  
intensiv mit den Themen Bienen und Biodiversität auseinandergesetzt. Neben dem Pflanzset, bestehend  
aus 24 Bio-Setzlingen und einer Saatguttüte mit einer Bio-Wildblumenmischung, wurde den Klassen  
Unterrichtsmaterial zum Thema «Bienen und Biodiversität» zur Verfügung gestellt, das gemeinsam mit  
der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) erstellt wurde. Die sehr erfolgreiche Pflanzaktion wird  
auch im 2018 und 2019 weitergeführt.

Im Rahmen des «Company Programme» von Young Enterprise Switzerland (YES) vergab Coop in  
diesem Jahr zum vierten Mal einen Nachhaltigkeitsaward an ein Schülerprojekt. Zur Teilnahme am  
Award erarbeiten Jugendliche eine innovative Projektidee und entwickeln daraus mit Hilfe von Experten  
ein reales Unternehmen. Im Jahr 2017 konnte sich das Upcycling-Projekt «Watarproof» gegen mehr  
als 200 Mitbewerber durchsetzen.

Auch das Engagement über die Non-Profit-Organisation Coop Patenschaft für Berggebiete ist für Coop  
von zentraler Bedeutung. Im Jahr 2017 feierte die Organisation ihr 75-jähriges Jubiläum. Im Jubiläums-  
jahr konnte Coop 140 Selbsthilfeprojekte mit insgesamt 5,7 Millionen  
Franken unterstützen. Besondere Aufmerksamkeit genoss in diesem Jahr  
die Aktion 1.-August-Weggen zum Nationalfeiertag. Seit 16 Jahren fliesst  
von jedem bei Coop verkauften 1.-August-Weggen und jeder 1.-August-Cer-  
velat ein Teil des Verkaufserlöses an die Coop Patenschaft für Berggebiete.  
Im Jahr 2017 kam auf diese Weise ein Betrag von 150 000 Franken zusam-  
men, den Coop kurzerhand auf 300 000 Franken verdoppelte. Mit diesem  
Betrag unterstützte die Detailhändlerin den dringend benötigten Neubau des  
Alp- und Wohngebäudes auf der Alp Stafelschwand im Kanton Obwalden.

---

# 75

Jahre

**Coop Patenschaft  
für Berggebiete**

---

Im Rahmen einer interaktiven Ausstellung im Schloss Wildegg setzte sich Coop gemeinsam mit der Non-Profit-Organisation Pro Specie Rara für Biodiversität in der Schweiz ein. Mit knapp 200 000 Franken unterstützte Coop eine interaktive Ausstellung, in der Besucher seit Juni mehr über die Gartenanlage des Schlosses und Pro Specie Rara erfahren können. Mit der Vergabe unterschiedlicher Aufträge an geschützte Werkstätten fördert Coop zudem die Einbindung handicapierter Menschen in die Arbeitswelt. 2017 vergab Coop Aufträge im Wert von über drei Millionen Franken an solche Institutionen. Im September 2017 konnte Coop auf den Vorschlag eines Coop-Delegierten hin die Spendenaktion «Papiertaschen» in den Verkaufsstellen im Tessin durchführen. Für einen Franken konnten die Kundinnen und Kunden Papiertaschen erwerben, die mit Zeichnungen von Bewohnern des Behindertenheims Fondazione Provvida Madrein in Balerna bedruckt waren. Bei der Aktion wurden knapp 20 000 Franken zugunsten des Heims gesammelt.

Im Jahr 2018 führt Coop das Label «Solidarité» ein. Das Label soll die Kooperation von Coop mit Institutionen und Werkstätten aufzeigen, die Behinderte betreuen und beschäftigen. Heute stammen bereits 200 Produkte aus solchen Kooperationen.

Coop ist Partnerin des Schweizerischen Roten Kreuzes (SRK). Im Berichtsjahr intensivierte Coop zusammen mit dem SRK und anderen Partnern ihr Engagement für das Projekt «2 x Weihnachten» für Solidarität mit benachteiligten Menschen. Zudem unterstützt Coop seit 2016 die Familienplattform des SRK als Hauptpartner. Die Familienplattform bietet Familien eine Vielzahl an Kursen und Entlastung in Form von Babysittervermittlung und ähnlichen Leistungen.

#### **Supercard, Supercardplus und Mondovino**

Coop belohnt die Treue ihrer Kundinnen und Kunden mit zahlreichen Dienstleistungen, Services und exklusiven Angeboten. Mit der Supercard bietet die Detailhändlerin das schweizweit grösste Kundentreueprogramm. Darum wurde die Karte im Jahr 2017 wieder von über 3,2 Millionen Haushalten genutzt. Das Einlösen der Superpunkte wurde im Jahr 2017 noch attraktiver. Supercard-Nutzer können ihre Superpunkte nun jederzeit an den Kassen der Coop Supermärkte, Coop-City-Warenhäuser und Filialen von Coop Bau+Hobby, Toptip/Lumimart, Import Parfumerie, Christ, Interdiscount oder Fust sowie in den Coop Restaurants direkt in eine Treue-Geschenkkarte umwandeln. Mit diesem Guthaben kann in allen erwähnten Verkaufsstellen bezahlt werden. Die Beträge werden dabei in Geschenkkarten im Wert zwischen 10 und 100 Franken, jeweils in Zehnerschritten, umgewandelt. Auch in der Supercard-App können die Treuepunkte direkt in Guthaben auf der digitalen Zahlkarte umgewandelt und damit bezahlt werden.

Die Gratiskreditkarte Supercardplus zählte per Ende 2017 32 000 Neukundinnen und Neukunden und damit insgesamt rund 442 000 Nutzerinnen und Nutzer.

Mondovino, der Weinclub von Coop, zählt 2017 über 138 000 Mitglieder. Dabei setzt Mondovino auf eine Cross-Channel-Strategie: Kundinnen und Kunden können den Club im Internet, in über 870 Coop-Verkaufsstellen, auf den jährlichen Mondovino-Weinmessen und, zeitlich beschränkt, in den Mondovino-Pop-up-Stores Wettingen Tägipark und Zürich Letzipark erleben. Um das individuelle Einkaufserlebnis zu steigern, führte der Weinclub Ende 2017 auf der Internetplattform mondovino.ch einen Chatbot ein. Mit Casa del Vino und Riegger konnten zudem erstmals zwei Brand-Shops innerhalb des Online-Shops gelauncht werden. Das Weinsortiment von Mondovino zählt mittlerweile über 1 800 Weine, darunter mehr als 100 Raritäten. Der Club erzeugt bei seinen Mitgliedern auch 2017 Begeisterung: Dies zeigen positive Ergebnisse aus der Marktforschung.

#### **Werbung und Kommunikation**

Für positive Resonanz sorgte 2017 der Online-Auftritt Coop.ch: Um künftig noch gezielter auf die Bedürfnisse unterschiedlicher Zielgruppen wie Kundinnen und Kunden, Stellensuchende oder Medienschaffende einzugehen, wurde die Internetpräsenz von Coop 2017 neu gestaltet. Insbesondere im Bereich der Responsivität setzt die Website neue Massstäbe. In einem Ranking der internationalen Beratungsfirmen Lundqvist und Comprend erreichte Coop den Platz 1 unter den 40 wichtigsten nicht börsenkotierten Unternehmen der Schweiz. Besonders hervorgehoben wird die Transparenz im Bereich Nachhaltigkeit mit der Rubrik «Taten statt Worte». Im Jahr 2017 baute Coop die Nachhaltigkeitsinitiative «Taten statt Worte» erfolgreich aus. Das umfassende Engagement für Mensch, Tier und Natur zählte zum Ende seines dritten Jahres 355 Taten im Bereich Nachhaltigkeit. Im Zentrum der Kommunikation standen die wöchentliche Rubrik «Taten statt Worte» in der Coopzeitung sowie die gleichnamige Internetplattform.

Zum dritten Mal in Folge erschien auch im Jahr 2017 die Sonderpublikation «SI Green» der «Schweizer Illustrierten» mit einem Umfang von 66 Seiten. Über TV-Spots, zahlreiche Print-Anzeigen und Online-Werbemittel erreichte die Nachhaltigkeitsinitiative zudem ein breites Publikum.

Im Mittelpunkt des Coop-Sponsorings stand 2017 das Thema Familie. Insgesamt unterstützt Coop rund 60 Familien-Projekte in der ganzen Schweiz. Zum Beispiel nahmen mehr als 34 000 Personen im Sommer an sieben Veranstaltungstagen der Bewegungsevent-Serie «Coop Andiamo von schweiz. bewegt» teil, die seit 2015 bereits zum dritten Mal stattfindet. Im Jahr 2017 fand zum ersten Mal das Coop Open Air Cinema (vormals Luna Open Air) an 20 Veranstaltungsorten statt. Mehr als 200 000 Besucherinnen und Besucher nahmen an 563 Coop-Kinoabenden teil.

Auch im Jahr 2017 konnte die Coop Presse in einem Umfeld rückläufiger Printmediennutzung ihre Stellung als auflagenstärkste und meistgelesene Zeitung der Schweiz behaupten. Dies ergab die jährliche Erhebung des unabhängigen Schweizer Medienforschungsunternehmens Wemf AG. Mit einer Gesamtauflage von 2 588 060 Exemplaren werden die drei Wochenzeitungen Coopzeitung, Coopération und Cooperazione von über 3,4 Millionen Personen gelesen. Das E-Paper der Coop Presse wurde komplett überarbeitet und erscheint seit Juli 2017 in neuer Gestalt. Nun sind auch die Prospektbeilagen für die jeweils aktuelle Woche als PDF zum Download verfügbar. Anlässlich der Erlebnispromotion Schweiz hat die Coopzeitung erstmals in ihrer Geschichte sowohl das Cover als auch die Titelgeschichte regionalisiert. Sie portraitierte in jeder der 21 Subregionen einen anderen Käser, der exklusiv für die jeweilige Region produziert. In einer Erhebung von Brand Predictor belegte die Coopzeitung nach der Tageszeitung «20 Minuten» den zweiten Platz in den Top 10 der beliebtesten Medien der Schweiz. Auch in den sozialen Medien war die Coopzeitung aktiv: Auf Facebook geben die Chefredaktoren der drei Coopzeitungen wöchentlich einen Videoüberblick über die aktuelle Ausgabe.

#### **Medienstelle: Insekten als Tophema**

Im Jahr 2017 berichteten nationale und internationale Medien darüber, dass Coop als erste europäische Detailhändlerin insektenhaltige Produkte in den Verkauf aufgenommen hat. Weiter haben die Medienkonferenzen zur Eröffnung von Karma, des Produktionsstandortes Pratteln und von Saporì d'Italia eine breite Berichterstattung ausgelöst. Die Coop-Medienstelle versandte im Berichtsjahr 47 Medienmitteilungen, lud zu 6 Medienkonferenzen ein, führte 11 Produktversände durch und beantwortete 2 308 Medienanfragen.

#### **Erfolgreich in den sozialen Medien**

Nach dem Start der Social-Media-Aktivitäten im Jahr 2016 konnte Coop in den sozialen Medien 2017 bereits beachtliche Erfolge verzeichnen. Die Interaktionsrate liegt sogar deutlich über dem Branchendurchschnitt. Besonders zu erwähnen sind in diesem Jahr die erfolgreiche Integration der sozialen Medien in grosse Kampagnen wie die Grillkampagne «Tsch, tsch». Mit dem selbstproduzierten «Toblerone Prank» gelang Coop zudem der erste virale Hit: Die Videoaktion erreichte auf den Coop-Kanälen über eine Million Nutzer und insgesamt sogar weit über 8,9 Millionen Views. Zudem konnten in diesem Jahr neue Social-Media-Kampagnen lanciert werden: Karma warb mit der Instagram-Kampagne «#StepOut» für das Verlassen der Komfortzone, während Lernende auf dem Snapchat-Kanal «coop.zukunft» ihren Alltag dokumentierten. Fooby, Hello Family und Mondovino sowie Coop@home, ITS Travel und das Coop Tagungszentrum bespielen seit 2017 ihre eigenen Social-Media-Kanäle.

# Geschäftsbereich Grosshandel / Produktion

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Transgourmet-Gruppe</b>                                           | <b>37</b> |
| Transgourmet expandiert weiter                                       | 37        |
| Transgourmet baut ihre Getränkekompetenz aus                         | 38        |
| Transgourmet legt mit Neubauprojekten den Grundstein für die Zukunft | 38        |
| Ausbau des Bereichs Foodservice bei Transgourmet                     | 38        |
| Vielfältige Online-Projekte bei Transgourmet                         | 39        |
| Engagement für nachhaltige Beschaffung                               | 39        |
| Transgourmet setzt auf Nachhaltigkeit in der Logistik                | 39        |
| Gesellschaftliches Engagement bei Transgourmet                       | 39        |
| Highlights aus den Ländergesellschaften der Transgourmet-Gruppe      | 40        |
| <b>Produktion</b>                                                    | <b>44</b> |
| <b>Bell Food Group</b>                                               | <b>44</b> |
| Vollständige Übernahme von Hilcona und Übernahme von Hügli           | 44        |
| Gruppenübergreifende Nachhaltigkeitsstrategie                        | 44        |
| Highlights aus der Bell Food Group                                   | 45        |
| <b>Coop-Produktionsbetriebe</b>                                      | <b>46</b> |
| Moderne Produktionsbetriebe – Eröffnung Standort Pratteln            | 46        |
| Zentrale Produktion von Tiefkühl-Teiglingen in Schafisheim           | 46        |
| Produkte aus dem Holzbackofen                                        | 46        |
| Coop Nachhaltigkeitsfonds fördert nachhaltigen Reisanbau             | 46        |
| Highlights aus den Coop-Produktionsbetrieben                         | 47        |



# Geschäftsbereich Grosshandel / Produktion

Die Transgourmet-Gruppe expandiert im Bereich Foodservice und bietet das volle Leistungsspektrum im Bereich Cross-Channel an. Aus der Bell AG wird die Bell Food Group, die durch diversen Akquisitionen ihre Kompetenzen im Frische- und Convenience-Bereich weiter ausbaut. Die Produktionsstätten von Chocolats Halba / Sunray gehen in Betrieb. In Schafisheim nimmt der grösste Holzbackofen Europas seinen Betrieb auf.

---

**13,0** Mrd. CHF

**Nettoerlös im Grosshandel  
und in der Produktion**

---

Der Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion der Coop-Gruppe erzielte im Jahr 2017 einen Nettoerlös von 13 Milliarden Franken, was einem Zuwachs von 6,2 % entspricht. Akquisitionsbereinigt konnte der Bereich um 4,9 % wachsen.

## Transgourmet-Gruppe

Mit der Tochtergesellschaft Transgourmet Holding AG ist die Coop-Gruppe im Abhol- und Belieferungsgrosshandel in Deutschland, Polen, Rumänien, Russland, Frankreich, Österreich und der Schweiz aktiv. Die Transgourmet-Gruppe erwirtschaftete 2017 mit 142 Cash & Carry-Märkten und dem Belieferungsgrosshandel einen Nettoerlös von 9,1 Milliarden Franken, was einem Zuwachs von 6,3 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Damit konnte sie ihre Position als Nummer zwei im europäischen Grosshandel weiter ausbauen. Transgourmet erwirtschaftete 2017 mit nachhaltigen Sortimenten einen Umsatz von 257 Millionen Franken. Dies war nur dank eines aussergewöhnlichen Engagements möglich, da der Entwicklungsstand von nachhaltigen Sortimenten im Grosshandel bei Weitem nicht so hoch ist wie beispielsweise im Detailhandel.

### Transgourmet expandiert weiter

Im Jahr 2017 konnte die Transgourmet-Gruppe durch Übernahmen und die Erschliessung neuer Märkte ihren Wachstumskurs weiter fortsetzen. Im Oktober übernahm Transgourmet Central and Eastern Europe das russische Unternehmen «OOO Targovy Dom Global Foods» mit Sitz in Moskau zu 100 %. Das Unternehmen mit 250 Mitarbeitenden beliefert Kundinnen und Kunden aus der Gastronomie und Hotellerie sowie Kantinen und ist in seinem Bereich führend. Transgourmet Schweiz verstärkte ihre Position im Tessin, indem sie zum 1. Januar 2017 das Unternehmen Ipergros mitsamt Kundenstamm übernahm. Im Januar 2018 übernimmt die Transgourmet Schweiz AG die Geschäftstätigkeit der Polar AG in Reinach (BL), die als Marke Polar eigenständig weitergeführt wird, sowie der Zanini SA und Vinattieri Ticinesi SA, die in die neu gegründete Gesellschaft Zanini Vinattieri SA übergehen. Transgourmet Central and Eastern Europe übernahm zum 1. Januar 2018 die Niggemann Food Frischemarkt GmbH in Bochum, um ihre Frischekompetenz in Zustellung und Abholung zu stärken.

### **Transgourmet baut ihre Getränkekompetenz aus**

Auch im Bereich Getränkekompetenz baute Transgourmet ihren Vorsprung weiter aus. Im Mai übernahm Transgourmet Deutschland 70 % der Anteile an der Team Beverage AG und stieg damit in den deutschen Getränkehandel ein. Mit 39 000 Distributionspunkten und einem Systemumsatz von mehr als 1,5 Milliarden Euro ist Team Beverage einer der führenden Dienstleister und Händler auf dem deutschen Getränkemarkt. Mit Team Beverage konnte Transgourmet Deutschland die Online-Plattform «Gastivo» mit digitalen Services rund um das Thema Gastrotrends gewinnen. Transgourmet Schweiz baute mit der Übernahme der Weinkeller Riegger AG zum 6. Januar 2017 ihre Weinkompetenz weiter aus. Das Unternehmen mit Sitz in Birrhard wird eigenständig weitergeführt und bietet ein Angebot von fast 1 000 ausgewählten Weinen. Transgourmet Österreich schloss einen Lizenzvertrag mit Keli Limonaden und füllt nun Keli Limonaden und Säfte ab, vermarktet und vertreibt sie.

### **Transgourmet legt mit Neubauprojekten den Grundstein für die Zukunft**

Im Jahr 2017 legte Transgourmet mit zahlreichen Immobilienprojekten den Grundstein für weiteres Wachstum. Am 7. Juli 2017 erfolgte in Schwarzach, Vorarlberg, der Spatenstich für den Bau des neunten Transgourmet-Standortes in Österreich. Mit dem neuen Markt, der im Mai 2018 eröffnet wird, schlägt Transgourmet Österreich eine Brücke in den Westen, um eine regional beinahe flächendeckende Präsenz weiter auszubauen. Bei Transgourmet Deutschland entstand in Eichenau, Grossraum München, ein neuer zentraler Standort mit einem modernen Logistikzentrum. Die Niederlassungen Chieming und Schweitenkirchen werden in die neue Verteilzentrale integriert. In Hamburg entsteht ein Neubau, den Transgourmet zusammen mit dem Tochterunternehmen Sump & Stammer im März 2018 beziehen wird. In Rumänien eröffnet mit dem Standort Bistrita der 22. rumänische Selgros-Markt. Auch die Nachhaltigkeit ist zentraler Bestandteil der Bauprojekte von Transgourmet. Der neue Standort in Hamburg wurde daher mit einer CO<sub>2</sub>-Kälteanlage und einer Photovoltaikanlage ausgestattet. Bei Transgourmet France fiel 2017 der Startschuss für den Bau eines neuen Lagers in Saint Loubès in der Region Bordeaux. Das Bauvorhaben dient als Pilotprojekt, um viele innovative Umweltsysteme zu testen. Dazu gehören die Rückgewinnung von Regenwasser für Toiletten, LED-Leuchtmittel mit Präsenzmelder und Dimmer für den Bürobereich, nachhaltige Kältemittel wie Ammoniak oder CO<sub>2</sub> und Ladestationen für Elektroautos.

### **Ausbau des Bereichs Foodservice bei Transgourmet**

Foodservice ist für Transgourmet von strategischer Bedeutung. Darum waren die Steigerung der Online-Kompetenz und der Ausbau von Serviceleistungen für Gastronomen im Jahr 2017 zentrale Themen für die Belieferungs- und Abholgrosshändlerin. Dies zeigt sich besonders am deutschen Softwareunternehmen Gastronovi, welches Transgourmet im Oktober rückwirkend zum 1. Januar 2017 übernahm. Das Bremer Unternehmen mit 40 Mitarbeitenden spezialisiert sich auf IT-Komplettslösungen für Gastronomen und bietet Kassensysteme sowie Systeme für Tischreservierung, Warenwirtschaft oder Marketing an. Gastronovi soll künftig in allen Ländergesellschaften angeboten werden. Mit dem «Menümanager» unterstützt Transgourmet Deutschland Grossküchen in der Gestaltung von Menüs zur Gemeinschaftsverpflegung mit über 10 000 Rezepten. Das Werkzeug ermöglicht kostensichere Planung, transparentes Controlling und tagesaktuelle Dokumentation.

Mit «e-Quilibre Gourmet» erweiterte Transgourmet France 2017 ihr innovatives Management-Tool für das Lebensmittelmanagement, «e-Quilibre», für die kommerzielle Gastronomie. Das System berechnet die exakten Mengenangaben für Rezepte, kalkuliert den Preis für die Einzelportion und gibt direkt die Angaben zu Nährwert und Allergenen aus. Über eine Schnittstelle im Kassensystem, die Transgourmet gemeinsam mit dem Start-up «Tiller» entwickelt hat, kann «e-Quilibre» zudem direkt eine Bestellung bei Transgourmet aufgeben. Mit Transgourmet Solutions möchte Transgourmet France die Gastronomen entlasten. Seit 2017 bietet das Unternehmen die drei Leistungspakete «Simplicité», «Urgence» und «Expert» an. Mit «Simplicité» erhalten Gastronomen eine individuelle Beratung in Sachen Optimierung und Digitalisierung, während das Paket «Urgence» in Notfällen Kapazitäten schafft: Transgourmet Solutions organisiert kurzfristig Personal oder Betriebsmittel und liefert Bestellungen innerhalb kürzester Zeit. Mit dem Paket «Expert» erhalten die Gastronomen Zugang zu Leistungen wie den «Tiller»-Systemen und «e-Quilibre Gourmet» sowie Open-Innovation-Leistungen von Start-up-Unternehmen.

In den Cook2.0 Studios von Transgourmet Österreich erhalten Gastronomen eine professionelle Beratung von Köchen und können sich an sogenannten «Cook's Tables»-Veranstaltungen gezielt

informieren. Der regionale Abholgrossmarkt «mein c+c» bietet in Österreich zudem einen umfangreichen Service für Gastronomen an – von der Einräumhilfe über den Eventservice bis hin zum Kühltankservice.

#### Vielfältige Online-Projekte bei Transgourmet

Transgourmet Deutschland und Transgourmet Schweiz können 2017 mit einem neuen Online-Shop, benutzerfreundlicheren Oberflächen, klaren Strukturen und verbesserten Suchfunktionen aufwarten. Im Online-Shop von Transgourmet Schweiz haben die Kundinnen und Kunden nun die Möglichkeit, auf eine Übersicht über ihre Bestellungen, Lieferscheine und Rechnungen zurückzugreifen. Mit dem Relaunch der Website von Transgourmet Österreich am 1. Oktober 2017 begann die länderübergreifende Umstellung aller Internetseiten von Transgourmet Central and Eastern Europe auf einen einheitlichen Stil.

#### Engagement für nachhaltige Beschaffung

Transgourmet Deutschland setzte im Jahr 2017 die Richtlinie «Nachhaltige Beschaffung» um, die sich mit der Verwendung kritischer Rohstoffe wie Fisch/Seafood oder Palmöl auseinandersetzt. Die Richtlinie orientiert sich an den Nachhaltigkeitsrichtlinien von Coop und wurde an die Rahmenbedingungen des deutschen Grosshandels angepasst. Im Rahmen der Umsetzung wurden Mitarbeitende aus den Bereichen Category Management und Einkauf geschult und Lieferanten schriftlich über die neue Richtlinie informiert. Transgourmet forderte die Lieferanten zudem auf, die Einhaltung der Richtlinie schriftlich zu bestätigen. Die Tochter- und Auslandsgesellschaften von Transgourmet Central and Eastern Europe erhielten die Möglichkeit, die Richtlinie von Transgourmet Deutschland zu übernehmen oder eine eigene Richtlinie zu erstellen. Transgourmet Österreich führte die Nachhaltigkeitseigenmarke Transgourmet Vonatur ein und setzte sich ebenfalls mit der nachhaltigen Beschaffung auseinander: Mit der Umstellung auf zertifiziertes Palmöl werden neue Eigenmarken bei Transgourmet Österreich seit 2017 nur mit RSPO-zertifiziertem Palmfett angeboten. Zudem wurde der Frisch-Fisch-Bereich MSC-zertifiziert. Transgourmet Schweiz baute das Sortiment mit nachhaltigem Mehrwert aus, insbesondere im Hinblick auf die Nachhaltigkeitseigenmarke Origine. Nebst diversen Molkerei- und Foodprodukten wurde 2017 Origine-Schweinefleisch neu ins Sortiment aufgenommen. Transgourmet France erweiterte ihr Sortiment um die Transgourmet-Origin-Produkte Perlhuhn, Truthahn, Fleur de Sel, Linsen sowie Reis aus der Camargue.

#### Transgourmet setzt auf Nachhaltigkeit in der Logistik

Im Jahr 2017 stellte Transgourmet Deutschland bei der Beschaffung neuer LKW auf rein elektrische Kühlung um und reagierte so auf die steigenden Anforderungen in Sachen Energieeffizienz und Klimaschutz. Transgourmet Frankreich begann mit der Umstellung der LKW-Flotte auf eine rein elektrische Kühlung und setzt seit Februar 2017 in der Region Midi-Pyrénées einen LKW mit Biogasantrieb ein, um Lärm und CO<sub>2</sub>-Emissionen zu vermeiden. Künftig möchte Transgourmet France aus Bioabfall mittels

---

# 31 %

weniger Energieverbrauch  
mit neuen Ladegeräten für  
Flurförderfahrzeuge von  
Transgourmet Österreich

---

anaerober Vergärung sein eigenes Biogas gewinnen, um damit LKW zu betreiben. Im Dezember 2017 wurde ein 16-Tonnen-LKW mit Biodieselantrieb in Betrieb genommen. Transgourmet Österreich tauschte alle 420 Ladegeräte für Flurförderfahrzeuge an ihren Standorten aus. Durch die Massnahme konnte der Energieverbrauch von circa 1430 Megawattstunden pro Jahr um 31 % auf knapp 991 Megawattstunden reduziert werden. Zudem setzte die österreichische Grosshändlerin auch auf die Weiterbildung der Fahrer. In E-Trainings können diese einen effizienten Fahrstil erlernen. Des Weiteren ist Transgourmet Österreich seit 2017 Partner der Initiative «klima:aktiv».

#### Gesellschaftliches Engagement bei Transgourmet

Auch gesellschaftlich engagierte sich Transgourmet 2017 für Nachhaltigkeit. Ein Beispiel dafür ist die Nachhaltigkeitswoche, die vom 29. Mai bis zum 5. Juni in den Standorten von Transgourmet Deutschland stattfand. Mit vielfältigen Aktionen warb Transgourmet für eine nachhaltigere Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung mit fair gehandelten Produkten. Transgourmet Frankreich unterstützt die Vereinigung «Tremplin», die Schülerinnen und Schüler mit Behinderung dabei unterstützt, eine höhere akademische Laufbahn einzuschlagen.

## Highlights aus den Ländergesellschaften der Transgourmet-Gruppe

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



## Transgourmet Central and Eastern Europe

▼ Factsheet

### Deutschland



- Mehrheit an Team Beverage AG übernommen
- Mehrheit an Gastronovi, einem Softwareanbieter für Kassenslösungssysteme für die Gastronomie, übernommen
- Relaunch des Online-Shops
- Erster E-LKW im Einsatz
- Umstellung auf rein elektrische Kühlmaschinen bei der Beschaffung neuer LKW
- Vereinheitlichung des Facebook-Auftrittes der Selgros Cash & Carry-Märkte
- Umsetzung einer CO<sub>2</sub>-Kälteanlage und einer Photovoltaikanlage am neuen Transgourmet-Standort Hamburg
- Nachhaltigkeitswoche für Mitarbeitende und Kunden mit vielfältigen Aktionen für eine «grünere» Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung
- Implementierung einer Richtlinie für nachhaltige Beschaffung
- Bezug eines Standortes in Eichenau, Grossraum München, mit Logistikzentrum; die Niederlassungen Chieming und Schweitenkirchen werden in die neue Verteilzentrale integriert
- Neubau für Transgourmet und Sump & Stammer in Hamburg

### Polen



- 20-jähriges Bestehen auf dem polnischen Markt
- Eröffnung des 18. Selgros-Marktes inklusive Installation einer nachhaltigen Kälte- und Wärmerückgewinnungsanlage (vierter Grosshandelsmarkt in Warschau)
- Errichtung der Brasserie nach Vorbild des Frischeparadieses in Warschau IV
- Sicherung der Grundstücke für weitere Expansion in Siedlce, Slupsk (Cash & Carry) und Gliwice (Foodservice)
- Umsetzung der Zusammenarbeit mit Markant in der Zahlungsabwicklung
- Weiterer Ausbau der Gastro-Kompetenz

### Rumänien



- Abschluss der Modernisierung aller Selgros Märkte
- Erweiterung der Zustellungsaktivitäten
- Eröffnung des dritten Selgros-Marktes im Kompaktformat (Bistrita); ausgestattet mit einer modernen CO<sub>2</sub>-Kühlung und Wärmerückgewinnungsanlage
- Einführung von elektronischen Etiketten im Markt Bistrita
- Weiterführung des Programmes «Gesundheit beginnt auf dem Teller»
- Einführung eines Loyalitätsprogrammes für Privatkunden

### Russland



- Eröffnung eines Cash & Carry-Marktes in Tula
- 30 % Umsatzwachstum in der Belieferung
- Baubeginn der Märkte in Odintsovo und Selenograd
- Übernahme eines der führenden russischen Hotel-, Restaurant- und Catering-Spezialisten, «Global Foods», zu 100 %
- Projekt «Duale Ausbildung im Beruf Metzger» in der Russischen Föderation in Zusammenarbeit mit der Aussenhandelskammer Deutschland
- LED-Beleuchtung im Markt Altufjevo und weiteren neuen Betrieben in Selenograd und Odintsovo eingeführt
- Einführung des SAP-Moduls SDM im Einkauf

## Spezialisten

- EGV AG: Erfolgreicher Frischfleischumsatz im ersten vollen Jahr der Frischfleischvermarktung mit der Fleischmanufaktur Hildesheim und Integration von Der Milchbauer
- Erneut positive Umsatzentwicklung für Frischeparadies-Gruppe sowie Wachstum im Bereich Zustellung beim Gastgewerbe
- Positive Ergebnisse im Privatkundengeschäft in den Frischeparadies-Abholmärkten
- Neues Konzept: Eröffnung eines Frischeparadieses mit Einzelhandelskonzession im Selgros-Markt in Fürth
- Sump & Stammer bezieht 2018 mit Transgourmet Hamburg modernen Neubau
- 25 % Umsatzwachstum im Bereich Hochsee-Kreuzfahrten bei Sump & Stammer
- Sump & Stammer geht mit neuer Website online
- Transgourmet Seafood gewinnt «Seafood Star 2017» in den Kategorien «Streetfood-Produkte» und «Zusatzpreis für das innovativste Produkt» auf dem vierten Fischwirtschaftsgipfel
- Transgourmet erwirbt Mehrheit an der Team Beverage AG
- Transgourmet erwirbt Mehrheit an Gastronovi
- Zum 01.01.2018 übernimmt Transgourmet die Niggemann Food Frischemarkt GmbH in Bochum







## Transgourmet France

▼ Factsheet

### Frankreich



- Exklusive Partnerschaft mit Vranken Pommery für den Vertrieb von Weinen und Champagner geschlossen
- Lancierung von Transgourmet-Premium-Vertrieben in Paris, Lyon, Nantes und Bordeaux
- Baubeginn der neuen Anlage Transgourmet Aquitaine im Juni 2017
- Einführung der digitalen Lösung «e-Quilibre Gourmet», um Lebensmittelmanagement zu unterstützen
- Zertifizierung nach ISO 22000 für Standorte in Coulommiers und Aquitaine
- Innovationszentrum für Gastronomie und Geschäftsmodelle «La Frégate» gemeinsam mit einem Start-up lanciert, das neue Geschäftsfelder und kulinarische Konzepte für Gastronomen erschliesst
- Einführung der Kampagne «e-move» und Unterzeichnung der Mobilitäts-Charta zur Förderung der internen Mobilität
- Einführung erster 7,5-Tonnen-LKW mit Biogasantrieb und mit Biodiesel betriebener 16-Tonner
- Nutzung organischer Abfälle zur Produktion von Biogas für den Betrieb von LKW
- Einführung der nachhaltigen Transgourmet-Origin-Produkte Perlhuhn, Truthahn, Fleur de Sel, Linsen sowie Reis aus der Camargue
- Umstellung der Kältemittel in den Kühleinheiten der Lagerhäuser am neuen Standort Aquitaine auf nachhaltige Gase, zum Beispiel Ammoniak

### Spezialisten

- Bereitstellung des Angebots von Transgourmet Seafood in ganz Frankreich
- Umbenennung des Unternehmens Eurocash in Transgourmet Cash & Carry
- Beginn einer neuartigen Kooperationspartnerschaft zwischen Transgourmet Fruits & Légumes und dem Produktionsbetrieb Jardins de Pays im «Freilandanbau»





## Transgourmet Österreich

▼ Factsheet

### Österreich



- Spatenstich am 07.07.2017 für den neunten Transgourmet Standort in Schwarzach, Vorarlberg
- Einführung der Nachhaltigkeitseigenmarke Transgourmet Vonatur
- Transgourmet Österreich ist Lizenznehmer der Marke Keli
- Erste Imagekampagne unter dem Namen Transgourmet Österreich
- Transgourmet Österreich ist zum ersten Mal mit einem Kinospot in österreichischen Kinos vertreten
- MSC-Zertifizierung im Frischfischbereich
- Austausch der Ladegeräte für Flurförderfahrzeuge an allen Standorten von Transgourmet Österreich; Energieersparnis 31 %
- Seit 01.01.2017 Einsatz elektronischer Lohnzettel, um Papier zu sparen und die Umwelt zu schonen

### Spezialisten

- Cook2.0 wird 10 Jahre alt
- Belieferung von 246 ausgezeichneten Hauben-Restaurants, betrieben durch Cook2.0
- Transgourmet Österreich wird Lizenznehmer von Keli
- Java führt Cafemobile ein
- Umbau mein c+c Hochsteiermark
- Integration der Schlacher-Shops Feldbach und Oberwart in mein c+c
- Eröffnung des Trinkwerk-Depots in Spielberg



## Transgourmet Schweiz

▼ Factsheet

### Schweiz



- Marktanteilsgewinne sowohl im Abhol- als auch im Belieferungsgrosshandel
- Spatenstich für den Neubau inklusive Regionallager in Kriens
- Sortimentsausbau im Bereich Care, Bäckerei und Nachhaltigkeit (Eigenmarke Origine)
- Ausbau des Eigenmarken-Sortiments
- Übernahme der Mitarbeitenden, des Kundenstammes und des Warenbestandes von Ipergros zum 01.01.2017
- Übernahme der Mitarbeitenden, des Kundenstammes und des Warenbestandes der Polar Comestibles AG zum 02.01.2018
- Übernahme der Zanini SA und Vinattieri Ticinesi SA zum 05.01.2018, die in die neu gegründete Gesellschaft Zanini Vinattieri SA übergehen

### Spezialisten

- Übernahme der Weinkeller Riegger AG mit einem Sortiment von fast 1 000 Weinen
- Die Zanini Vinattieri SA übernimmt den Geschäftsbetrieb von Zanini, einer renommierten Importeurin für italienische Weine, sowie Vinattieri, einem Produzenten für hochwertige Tessiner Weine
- Ausbau des Frischesortiments bei Valentin Pontresina



## Produktion

Zum Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion zählen auch die zahlreichen Produktionsbetriebe der Coop-Gruppe, allen voran die Bell Food Group, an der Coop Mehrheitsaktionärin ist. Mit der Bell Food Group verfügt Coop über ein starkes internationales Standbein.

# 41,2 %

**mehr Nachhaltigkeitsumsatz  
in der Produktion**

Der Nettoerlös der Produktionsbetriebe der Coop-Gruppe wuchs 2017 auf 759 Millionen, der Nettoerlös der Bell Food Group auf 3,5 Milliarden Franken. Der Gesamtumsatz in der Produktion mit nachhaltigen Sortimenten belief sich 2017 auf 1,1 Milliarden Franken. Somit konnte Coop den Nachhaltigkeitsumsatz im Bereich Produktion um 41,2 % gegenüber dem Vorjahr steigern.

## Bell Food Group

Als einer der führenden Fleisch- und Convenience-Verarbeiter in Europa sah sich Bell in der ersten Jahreshälfte 2017 mit einem starken Anstieg der Rohmaterialpreise bei Fleisch in ganz Europa sowie bei pflanzlichen Rohstoffen aus Spanien konfrontiert. Die Preisentwicklung übte Druck auf die Margen aus, da Preiserhöhungen nur sehr eingeschränkt an die Kunden weitergegeben werden konnten. Im zweiten Halbjahr entspannte sich die Situation. Insbesondere im Fleisch- und Charcuteriebereich wird sich diese Entwicklung jedoch teilweise erst verzögert auf die Margen auswirken. Dennoch konnte die Bell Food Group im Jahr 2017 erneut Nettoerlöse von mehr als 3,5 Milliarden Franken erzielen.

An der Generalversammlung vom 11. April 2017 wurde die Umfirmierung der Bell AG in Bell Food Group AG beschlossen. Damit trägt das Unternehmen der Strategie der vergangenen Jahre Rechnung, durch die sich das Unternehmen vom Schweizer Fleischverarbeiter zu einem der führenden Fleisch- und Convenience-Spezialisten in Europa entwickelt hat. Mittlerweile macht der Bereich Convenience fast ein Fünftel des Umsatzes der Bell Food Group aus. Mit der Namensänderung wurde ein neues Logo und ein neues Corporate Design für die Bell Food Group entwickelt. Die Bell Food Group gliedert sich nun in die Geschäftsbereiche Bell, Hilcona und Eisberg.

### Vollständige Übernahme von Hilcona und Übernahme von Hügli

Zum 1. Januar 2017 übernahm die Bell Food Group von der Toni Hilti Familientreuhänderschaft die restlichen 49 % des Aktienpaktes an Hilcona, die damit vollständig in die Bell Food Group übergeht. Rückwirkend zum 1. Januar hat Hilcona das auf die Herstellung von Teigwaren und vegetarischen Produkten spezialisierte Unternehmen Frostag vollständig übernommen. Hilcona arbeitet bereits seit Jahren eng mit Frostag zusammen und war zuvor bereits mit zehn Prozent am Unternehmen beteiligt. Am 15. Januar 2018 übernahm die Bell Food Group zudem die Mehrheitsbeteiligung an der Hügli Holding AG und kündigte ein Übernahmeangebot für die restlichen im Publikum befindlichen Aktien an.

### Gruppenübergreifende Nachhaltigkeitsstrategie

Aufgrund der geänderten Unternehmensstruktur wurde die seit 2013 bestehende Nachhaltigkeitsstrategie im April 2017 überarbeitet und vom Verwaltungsrat verabschiedet. Diese Strategie gilt nun erstmals für alle Unternehmen der Bell Food Group. Zudem wurden neu verbindliche Ziele mit konkreten Massnahmen zur Zielerreichung definiert. Die Nachhaltigkeitsstrategie umfasst die drei Säulen «Produkte und Beschaffung», «Umwelt und Ressourcen» sowie «Mitarbeitende und Gesellschaft» und spiegelt dabei die Unternehmensstrategie der Bell Food Group wider. Neben strategischen Zielen wie der Einsparung von CO<sub>2</sub> oder der Müllvermeidung sieht die Strategie auch eine «Don'ts-Liste» vor, mit Produkten und Produktformen, die das Unternehmen aktiv meidet.

Auch 2017 engagierte sich die Bell Food Group in Sachen Nachhaltigkeit und orientierte sich am Vorgehen von Coop, um auf die gestiegenen Erwartungen der Schweizer Konsumenten an das Tierwohl zu reagieren. In enger Zusammenarbeit mit den ausländischen Lieferanten sowie dem Schweizer Tierschutz (STS) startete Bell mehrere Projekte, damit auch die im Ausland gehaltenen Nutztiere der Lieferbetriebe unter vergleichbaren Bedingungen wie in der Schweiz gehalten werden. Bei Geflügel (Poulet und Truten) begann Bell mit dem Aufbau einer Tierhaltung nach Vorbild des Schweizer Bundes-

programms BTS (Besonders tierfreundliche Stallhaltungssysteme). Dieses Programm sieht mehr Platz, Tageslicht, erhöhte Sitzgelegenheiten in den Ställen sowie einen Auslauf an die frische Luft in einem Wintergarten vor. Nach der Umstellung des für Coop importieren frischen Trutenfleisches stammt seit Mai 2017 auch das importierte Pouletfrischfleisch aus Betrieben nach BTS-Standard (exklusive Prix Garantie und Aktionen). Mittelfristig sollen auch die Aktionen auf die Anforderungen des BTS-Programms umgestellt und entsprechend ausgelobt werden.

In der Schweiz ist die Auslobung von Geflügelfleischprodukten mit der Haltungsform durch die Geflügelkennzeichnungsverordnung geregelt. Mit der erfolgreichen Zertifizierung der ausländischen Truten- und Pouletfleischproduktion aus BTS-Haltung Anfang 2016 wurden im Frühling 2017 erstmals importierte Geflügelprodukte nach Schweizer Geflügelkennzeichnungsverordnung zertifiziert. Damit nimmt die Bell Food Group hier eine Vorreiterrolle ein.

### Highlights aus der Bell Food Group

In der folgenden Tabelle finden Sie die Highlights aus dem Berichtsjahr zu den einzelnen Geschäftsbereichen der Bell Food Group AG. Weitere Informationen zur Bell Food Group finden Sie auch im unten stehenden Factsheet sowie auf [www.bellfoodgroup.com](http://www.bellfoodgroup.com).

## BELL FOOD GROUP **Bell Food Group AG**

 Factsheet

### Geschäftsbereich Bell



- Grundsteinlegung für einen neuen Herstellungsbetrieb für Serrano-Schinken in Fuensalida nahe Madrid im April 2017; Investitionsvolumen 40 Millionen Euro
- Baubeginn für einen neuen Produktionsbetrieb in Marchtrenk (Oberösterreich); Produktion von Schnittsalaten, küchenfertig aufbereitetem Obst und Gemüse, Sandwiches und Convenience-Produkten mit einem Investitionsvolumen von 30 Millionen Euro
- Übernahme der Produktionsanlagen eines auf die Herstellung von Jamón Ibérico und spanischen Embutidos spezialisierten Betriebes im April 2017 in der spanischen Ibérico-Hochburg Extremadura
- Am 31.03.2017 Veräusserung des Filialgeschäfts in Tschechien per Management-Buy-out an den bisherigen Geschäftsführer; das Retailgeschäft in Tschechien ist kein strategisches Geschäftsfeld der Bell Food Group
- Positive Entwicklung des Geflügelspezialisten Hubers und Gewinn von Marktanteilen; Zuwachs sowohl im Retail als auch im Foodservice-Bereich; positive Entwicklung beim Absatz von Bio-Poulet und Bio-Truten
- Volumensteigerung bei Bell in Polen wurde 2017 fortgesetzt; positive Entwicklung sowohl im Retail- als auch im Gastronomie-Markt
- Neu- und Umbauprojekt an den beiden grössten Schweizer Standorten in Basel und Oensingen auf Kurs; Baubeginn eines Parkhauses in Basel; Planung in Oensingen weiter fortgeschritten

### Geschäftsbereich Hilcona



- Übernahme der auf die Herstellung von Teigwaren und vegetarischen Produkten spezialisierten Frostag Food-Centrum AG in Landquart per 01.01.2017
- Weiterhin erfreuliche Entwicklung der Nachfrage nach Convenience-Produkten in allen Absatzmärkten; Trend zu ultrafrischen Convenience-Sortimenten
- Erfolgreiche Zusammenarbeit mit Transgourmet im Bereich Food Service

### Geschäftsbereich Eisberg



- Erfolgreiches Geschäftsjahr 2017 in der Schweiz, Rumänien und Ungarn
- Stark gestiegene Preise und eingeschränkte Verfügbarkeit von Rohmaterial wegen schlechten Wetters in Spanien zu Jahresbeginn; Entspannung ab April
- Spatenstich für ein neues Werk für frische, regionale Convenience-Produkte in der Nähe von Linz in Österreich am 15.09.2017

## Coop-Produktionsbetriebe

### Moderne Produktionsbetriebe – Eröffnung Standort Pratteln

Das Jahr 2017 ist ein Meilenstein in der Geschichte der Coop-Produktionsbetriebe. Am 26. Oktober wurden die neuen Produktionsanlagen von Chocolats Halba, Sunray und Cave am neuen Coop-Produktionsstandort in Pratteln Salina Raurica offiziell eröffnet. Die Inbetriebnahme der neuen Produktionsanlagen in Pratteln ging schneller und besser als geplant. Neu erfolgt damit die Herstellung von Schokoladenprodukten, die Weinabfüllung der Weinkellerei Cave, die Herstellung von Gewürz-, Trockenfrucht- und Nussmischungen sowie die Röstung von Erdnüssen und die Abfüllung von Speiseöl in einem der modernsten Produktionsbetriebe in der Schweiz. Auf den Neuanlagen von Chocolats Halba konnten mit einem Vorsprung von rund sechs Monaten die ersten Schokoladen für den Export und für das Schweizer Saisongeschäft produziert werden. Die neuen Prozesse sind nun noch schlanker und effizienter. Das Exportwachstum von Chocolats Halba betrug in diesem Jahr 50 %. Neben bestehenden Kunden konnten auch neue Kunden, vor allem in Deutschland, in den USA oder auch in China und Japan gewonnen werden. Auch Pulvermischungen wie beispielsweise Kuchenmischungen oder Cremepulver werden am Standort Pratteln hergestellt. Mit dem im April 2017 in Betrieb genommenen Coop-Qualitätscenter – dem modernsten privaten Qualitätssicherungslabor in der Schweiz – vereint der Standort Pratteln Logistikzentrum, Produktionsbetriebe und Qualitätssicherung unter einem Dach und leistet so einen wichtigen Beitrag zur Vertikalisierung. Durch die Zusammenführung der drei Produktionsbetriebe an einem gemeinsamen neuen Standort entstehen Synergien in der Beschaffung, Produktion, Technik und Logistik, die eine Verdichtung zugunsten der Effizienz und günstigerer Konsumentenpreise ermöglichen.

### Zentrale Produktion von Tiefkühl-Teiglingen in Schafisheim

Bisher wurden Tiefkühl-Teiglinge, die in Coop Supermärkten und Pronto-Shops aufgebacken werden, bei externen Firmen an mehreren Standorten produziert, schockgefroren und anschliessend zur Verteilung an die Verkaufsstellen in die drei Tiefkühl-Verteilzentralen von Coop gebracht. Im Jahr 2017 wurde die zentrale Produktion am Coop-eigenen Grossbäckerei- und Logistikstandort Schafisheim nun hochgefahren. Von hier aus werden die über 70 verschiedenen Sorten vorgebackener und tiefgekühlter Teiglinge künftig ausgeliefert. Durch die Zentralisierung der Produktion können die Transporte zwischen mehreren Produktionsstandorten und Verteilzentralen per LKW und die damit einhergehenden CO<sub>2</sub>-Emissionen eingespart werden. Die Integration der Produktion aller tiefgekühlten Teiglinge markiert den Abschluss der Umsetzung der Bäckereistrategie 2015+.

### Produkte aus dem Holzbackofen

Mit der Installation und Inbetriebnahme des grössten Holzbackofens in Europa am Standort Schafisheim beginnt ein neues Kapitel in der industriellen Produktion traditioneller Brotspezialitäten. Rustikale Coop-Backwaren kommen ab 2017 direkt aus dem Holzbackofen. Im Holzbackofen werden zunächst die drei Coop-Spezialitäten Holzofen Pane Pugliese, Holzofen Landweggen dunkel und Holzofenbrot hell hergestellt. Das Sortiment soll kontinuierlich erweitert werden. Beheizt wird die aus Stein gefertigte Backfläche des Backofens mit Holzpellets aus Schweizer Waldholz. Mit dem Holzbackofen erschliesst Coop eine Möglichkeit, noch aromatischere und geschmacklich intensivere Brote mit einer einmaligen Kruste herzustellen.

### Coop Nachhaltigkeitsfonds fördert nachhaltigen Reisanbau

Die Zusammenarbeit der Reismühle Brunnen mit Helvetas wird weiterhin vom Coop Nachhaltigkeitsfonds gefördert. Dank dieses Projektes ist es gelungen, sämtlichen Coop-Reis aus Asien auf Bio und Fairtrade umzustellen und damit die Lebensbedingungen von Kleinbauern-Familien in Indien und Thailand nachhaltig zu verbessern. Die Sicherung der Beschaffung von Bio- und Fairtrade-Reis ist für Coop und die Reismühle Brunnen von strategischer Bedeutung. Darum soll das Projekt nun in der dritten Phase von 2018 bis 2021 weiter ausgebaut werden. Ziel ist es, 6 000 Tonnen Reis aus nachhaltiger Produktion von 5 200 Reisbauern zu beziehen. Auch Projektziele wie Diversifizierung des Anbaus, steigende Vermarktung von Fruchtfolgeprodukten wie zum Beispiel Hülsenfrüchten, eigene Saatgutproduktion, eine Verbesserung der Wasserproduktivität und höhere Effizienz im Anbau sind geplant.



## Highlights aus den Coop-Produktionsbetrieben

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



Mehl, Mehlmischungen, Hartweizengriess, Polenta, Haferflocken, Extruderprodukte

- Wachstum in den Kernsegmenten und Ausbau der Marktanteile
- Optimierung der Belieferungslogistik mit dem neuen Kornhaus Zürich
- Erfolgreiche Sanierung Silo 1962 sowie Abschluss der Ausbauarbeiten im Zwischenbau Silo 1924 und Kornhaus
- Zweistelliges Wachstum der Kompetenzmarke Panflor für gewerbliche Bäckereien
- Umsetzung weiterer Investitionen für Innovationen und Prozessoptimierungen im Hafer- und Dinkel-Segment
- Erneuerung der Kompressoren-Anlage mit positivem Effekt auf die CO<sub>2</sub>-Ziele von Coop

### Factsheet



Tafelschokoladen, Confiserieartikel, Festtagssortimente, Industrieschokoladen

- Inbetriebnahme Neubau Pratteln sechs Monate früher als geplant
- Organisatorische Zusammenführung von Chocolats Halba / Sunray erfolgreich gestartet
- 50 % Umsatzwachstum im Export bei Chocolats Halba
- Marktanteilsgewinne in der Schweiz bei nachhaltigen Produkten / Dadurch Marktführer im Bio / Fairtrade-Bereich
- Ausbau der direkten Beschaffung in den Ursprungsländern
- Steigerung von Qualität, Versorgung und Wertschöpfung
- Produktivität- und Einkommenssteigerung bei den Bauern durch innovative Anbau- und Agroforstprojekte



Trockenfrüchte, Nüsse, Kerne, Trockenpilze und -gemüse, Hülsenfrüchte, Gewürze und Kräuter, Zucker, Speiseöle, Backmischungen und Dessertprodukte, Backzutaten

### Factsheet



Kosmetika, Wasch- und Reinigungsmittel, Hygieneprodukte

- Ausbau der Naturaline-Sortimente bei Coop mit den Linien für Babys, Kids und Herren
- Erfolgreiche Lancierung von Naturaline Swiss Cosmetic in UK, Taiwan und Polen
- Sehr positive Umsatzentwicklung mit den Coop-Hauptkategorien dank Wachstum mit Naturaline und Winterscheibenreiniger für Autos
- Zwei Kunden mit hochwertigen, pflegenden Kosmetikprodukten akquiriert / Erstproduktion ist angelaufen
- Starkes Umsatzwachstum im Bereich Professional und Steigerung des Umsatzanteils mit nachhaltigen Produkten
- Gewinn von Marktanteilen im Professional-Geschäft
- Entwicklung und Einführung von über 100 neuen Produkten für Coop und Drittkunden
- Investitionen in die Automatisierung der Abfüllerei
- Verschiedene Testkunden im Ausland zur Vergrösserung des Kundenstamms für Naturkosmetik

### Factsheet

|                                                                                                               |                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Coop-Bäckereien</p> <p>▼ Factsheet</p>                                                                     | <p>Frischbrote (Brote, Kleinbrote, Zöpfe), Tiefkühlbrote, Kuchen und Gebäck, Torten und Patisserieartikel sowie Verkaufsteige</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Installation und Inbetriebnahme des grössten Holzbackofens in Europa</li> <li>• Erfolgreiches Insourcing der Produktion von 70 verschiedenen, vorgebackenen Tiefkühl-Teiglingen</li> <li>• Schliessung der Bäckereien Wallisellen und Basel; vollständige Integration der Produktion in neue Bäckerei Schafisheim</li> <li>• Start mit Produktion und Auslieferung von Frischteig von der Bäckerei Schafisheim an Verkaufsstellen</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                    |
| <p></p> <p>▼ Factsheet</p>   | <p>Bio- und Fairtrade-Reis, Reisspezialitäten und Reismischungen</p>                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coop Nachhaltigkeitsfonds verlängert Unterstützung der Reisprojekte in Indien und Thailand bis 2021</li> <li>• Erneutes Exportwachstum von Bio- und Fairtrade-Produkten gegenüber Vorjahr</li> <li>• Sushi Reis Koshihikari aus Japan und Sadri-Reis aus dem Iran ins Premiumsortiment aufgenommen</li> <li>• Erste Hülsenfrüchte aus Fairtrade-Projekten erhalten</li> <li>• Neuer Grosskunde aus den Niederlanden akquiriert</li> <li>• Erste Reismühle in der Schweiz, die ihre Reisprodukte in Verpackungen aus einem speziell für Lebensmittel entwickelten Recyclingkarton anbietet/ Jährliche Ersparnis von rund 178 Tonnen Frischfaserkarton</li> </ul> |
| <p></p> <p>▼ Factsheet</p>  | <p>Essig und Essig-spezialitäten</p>                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umsatzwachstum von 7 %</li> <li>• Schweizer Marktführer im Bereich Essigproduktion mit über 60 % Marktanteil</li> <li>• Neues Produkt im Bio-Segment umgesetzt, das eine Verdopplung des nachhaltigen Essiganteils für 2018 ermöglicht</li> <li>• Produktionsrückstände können verkauft und weiterverwendet werden/ Reduktion des Abfalls um bis zu 50 Tonnen</li> <li>• Neue Spezialität im Balsamico-Bereich/ Erster Bio-Fairtrade-Reisessig entwickelt</li> <li>• 75 Jahre Essigproduktion in Busswil</li> </ul>                                                                                                                                             |
| <p></p> <p>▼ Factsheet</p> | <p>Mineralwasser und zuckerhaltige Limonaden</p>                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktion der neuen Mineralwassermarke «Aquina» gestartet</li> <li>• Belieferung von Transgourmet mit Mineralwasser und Süssgetränken</li> <li>• Sortiment der Marke «Swiss Alpina» um 0,75-Liter-Sportflasche erweitert</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p>Cave</p> <p>▼ Factsheet</p>                                                                                | <p>Weissweine, Roséweine, Rotweine, Süssweine, Schaumweine</p>                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inbetriebnahme der grössten Weinkellerei der Schweiz am neuen Standort Pratteln Salina Raurica</li> <li>• Realisierung der Weinabfüllung in PET-Flaschen im Airline-Format (187 ml)</li> <li>• Einführung des neuen Drehverschlusses für Weinflaschen, beispielsweise für Waadtländerflaschen (375 ml) oder Bordeaux-Flaschen (100 cl)</li> <li>• Vinifizierung der Weinernte 2017 mit modernster Gärsteuerung im neuen Weinkeller</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                   |

# Mitarbeitende

|                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Attraktivität als Arbeitgeberin</b>                                   | <b>50</b> |
| Kommunikationskampagne zur Gewinnung von Fachkräften                     | 50        |
| Neuer Gesamtarbeitsvertrag mit vielen Verbesserungen und Lohnerhöhungen  | 50        |
| Pensionskasse CPV/CAP auf einem soliden Fundament                        | 51        |
| Mitarbeiterumfrage Veritas durchgeführt                                  | 51        |
| Coop-Kurse für gesundheitsfördernde Führung                              | 51        |
| Grosszügige Rabatte für Mitarbeitende, Pensionierte und ihre Angehörigen | 52        |
| Mitarbeitergesundheit und Kinderbetreuung bei Transgourmet               | 52        |
| <b>Ausbildung und Personalentwicklung</b>                                | <b>52</b> |
| Coop Campus: Praxisorientierte und wirksame Ausbildung                   | 52        |
| Zukunftsworkshop mit Lernenden inspiriert zu neuen Taten                 | 52        |
| E-Learning macht jeden Ort zum Ausbildungsplatz                          | 52        |
| Erster Studierendentag bei Coop                                          | 53        |
| Auf Snapchat zeigen Auszubildende die Coop-Zukunft                       | 53        |
| Transgourmet Österreich investiert in Aus- und Fortbildungs massnahmen   | 53        |
| <b>Change-Management</b>                                                 | <b>53</b> |
| Jobcenter unterstützt bei Stellenwechsel                                 | 53        |

# Mitarbeitende

Mitarbeiterumfrage Veritas bestätigt hohe Zufriedenheit und Identifikation der Mitarbeitenden mit Coop. Ein neuer Gesamtarbeitsvertrag bringt viele Verbesserungen für Mitarbeitende. Der modernisierte Kommunikationsauftritt zeigt Coop als vielfältige, attraktive und nachhaltige Arbeitgeberin.

Im Jahr 2017 zählte die Coop-Gruppe insgesamt 86 318 Mitarbeitende in den Geschäftsbereichen Detailhandel und Grosshandel/Produktion – darunter 3 484 Lernende. Von den Arbeitsplätzen befinden sich 64,1 % in der Schweiz, die restlichen im Ausland.

---

## 86 318

Mitarbeitende in  
der Coop-Gruppe

---

Die aktuellen Entwicklungen im Arbeitsmarkt machen die nachhaltige Personalarbeit zur Herausforderung. Im Zentrum stehen der Fachkräftemangel, ein zunehmender Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeitende und der rasante technische Fortschritt. Auch der demografische Wandel, insbesondere im Hinblick auf die geburten-schwachen Jahrgänge und die Pensionierung der Babyboomer, erfordern eine hohe Anpassungsfähigkeit bei den Unternehmen. Die Bedeutung der Berufstätigkeit von Frauen hat stark zugenommen, die Arbeitswelt wird zunehmend multikultureller und die Arbeitsmodelle werden flexibler. In diesem Umfeld positioniert sich

die Coop-Gruppe als vielfältige, attraktive und nachhaltige Arbeitgeberin. Dies ist besonders wichtig, um bestens qualifizierte Stellensuchende als Mitarbeitende gewinnen und auch halten zu können.

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

## Attraktivität als Arbeitgeberin

### Kommunikationskampagne zur Gewinnung von Fachkräften

Um qualifizierten Fachkräften die vielfältigen Möglichkeiten und guten Anstellungsbedingungen bei Coop verstärkt zu kommunizieren, lancierte Coop im Februar 2017 die Employer-Branding-Kampagne «Eine Welt voller Möglichkeiten». Im Rahmen der Kampagne wurde die Karriere-Plattform auf den Internetseiten von Coop neu gestaltet und ein neuer Messeauftritt entwickelt, mit dem Coop auf verschiedenen Karrieremessen auftrat. In der Facebook-Videokampagne «Hinter den Kulissen» stellte Coop verschiedene Berufsbilder in der Coop-Unternehmensfamilie vor: Freunde und Verwandte schildern im Interview, wie sie sich den Alltag der oder des Mitarbeitenden vorstellen – anschliessend wird der tatsächlich Alltag der oder des Mitarbeitenden gezeigt. Auch auf Snapchat war Coop aktiv. Lernende dokumentierten im Kanal «coop.zukunft» ihre Erfahrungen in der Ausbildung.

### Neuer Gesamtarbeitsvertrag mit vielen Verbesserungen und Lohnerhöhungen

Die Verhandlungen zum Gesamtarbeitsvertrag (GAV) wurden im Jahr 2017 erfolgreich abgeschlossen. Der neue GAV, welcher für weitere vier Jahre gültig ist, enthält zahlreiche Verbesserungen für die Mitarbeitenden. Der bezahlte Vaterschaftsurlaub wurde um zwei Wochen erhöht. Somit haben Mitarbeitende, die kürzlich Vater geworden sind, nun Anspruch auf drei Wochen bezahlten und zwei Wochen unbezahlten Vaterschaftsurlaub. Ebenso wird mit dem neuen GAV das Programm Coop Child Care

weiter ausgebaut. Dank dieses Programms können Mitarbeitende von einer wesentlichen finanziellen Unterstützung durch Coop profitieren, wenn sie während der Arbeit bei Coop ihr Kind von einer Tagesmutter oder in einer Kinderkrippe betreuen lassen. Der Maximallohn, welcher zur finanziellen Unterstützung berechtigt, wurde mit der GAV-Verankerung stark angehoben. Ebenso wurde der Mutterschaftsurlaub ausgebaut. Neu haben Mitarbeiterinnen schon ab dem dritten Anstellungsjahr 16 Wochen Mutterschaftsurlaub. Coop bietet den Müttern zudem einen Lohnausgleich in Höhe von 100 % und überschreitet mit beiden Massnahmen die gesetzlichen Anforderungen deutlich. Mit den drei Anpassungen im GAV werden die familienfreundlichen Arbeitsbedingungen von Coop weiter ausgebaut. Ebenfalls im neuen GAV verankert ist der Coop-Sozialdienst. Coop-Mitarbeitende können in allen Regionen der Schweiz eine vertrauliche, kostenlose Beratung durch professionelle Sozialarbeiterinnen und Sozialarbeiter in Anspruch nehmen, wenn sie private oder geschäftliche Sorgen haben. Diesen Anspruch hält der neue GAV nun verbindlich fest.

Mit dem neuen GAV wurde Ende Oktober auch die Lohnrunde für das Jahr 2018 kommuniziert, welche ebenfalls im Einvernehmen mit den Sozialpartnern abgeschlossen werden konnte. Coop erhöht die Lohnsumme zum 1. Januar 2018 um 1 % und garantiert, dass mindestens zwei Drittel der Mitarbeitenden in den Genuss einer Lohnerhöhung kommen. Sowohl die Lohn- als auch die GAV-Verhandlungen fanden in einer kooperativen Atmosphäre statt. Die gute Gesprächskultur, die Coop mit ihren Sozialpartnern pflegt, hat wesentlich zu den für beide Seiten sehr positiven Resultaten beigetragen.

#### **Pensionskasse CPV/CAP auf einem soliden Fundament**

Die CPV/CAP Pensionskasse Coop wies per 31. Dezember 2017 einen Deckungsgrad von 114 % aus, der somit um einen Prozentpunkt verbessert werden konnte. Er ist damit leicht höher als im Vorjahr (113 %). Dieses sehr erfreuliche Resultat ist vor allem den guten Anlageerträgen zu verdanken.

Im Jahr 2017 erzielte die CPV/CAP – trotz des weiterhin schwierigen Umfeldes – eine Rendite von 7,8 %. Dieses Resultat liegt sowohl über dem strategischen als auch über dem taktischen Benchmark. Die Altersguthaben der aktiven Versicherten wurden im Jahr 2017 mit 2,5 % verzinst. Damit lag der Zins um 1,5 % über dem BVG-Mindestzinssatz. Der provisorische Zinssatz für das Jahr 2018 liegt bei 2,0 %. Die Renten blieben 2017 unverändert; dies gilt auch für das Jahr 2018.

Der Bestand der aktiven Versicherten stieg von 36 796 Versicherten im Vorjahr auf 37 063 Versicherte im Jahr 2017. Die Zahl der Rentenbezügerinnen und Rentenbezüger erhöhte sich um 336 Personen auf 19 780 per Ende 2017. Im Berichtsjahr hat der Stiftungsrat die Anlagestrategie überprüft. Aufgrund der seit Jahren relativ guten Resultate hat er lediglich eine marginale Korrektur beschlossen: Die Anteile der Aktien und Immobilien im Ausland werden zulasten von Obligationen in Fremdwährungen um je zwei Prozentpunkte erhöht.

#### **Mitarbeiterumfrage Veritas durchgeführt**

Zum fünften Mal hat Coop unter dem Namen Veritas eine Mitarbeiterbefragung bei Coop durchgeführt. Um die Anonymität der Teilnehmenden zu gewährleisten, arbeitete Coop für Veritas 2017 eng mit einem externen Befragungsinstitut zusammen, das die Antworten der Mitarbeitenden auswertete. Insgesamt nahmen 21 745 Mitarbeitende an der Befragung teil. Die Rücklaufquote konnte im Vergleich zur letzten Befragung um 6,5 % gesteigert werden. Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden, gemessen mit einem Punktwert zwischen 0 und 100, fiel mit 71 Punkten insgesamt positiv aus. Im Vergleich zu 2013 blieb der Wert unverändert. Am höchsten bewerteten die Teilnehmenden mit 87 Punkten die Leistungsbereitschaft, also die Motivation am Arbeitsplatz. Ebenfalls legten die Mitarbeitenden eine besondere Treue zum Arbeitgeber an den Tag, die mit 79 Punkten bewertet wurde. Entsprechend positiv wurde mit 80 Punkten auch die Identifikation mit Coop bewertet. Auch die Themen Personalentwicklung (78 Punkte) und Arbeitsinhalt (77 Punkte) fielen positiv auf. Coop kommuniziert die Ergebnisse auf allen Stufen und definiert Massnahmen zu allen Punkten, die Handlungsbedarf aufzeigen.

#### **Coop-Kurse für gesundheitsfördernde Führung**

Im Jahr 2017 lancierte Coop ein Pilotprojekt in der Verkaufsregion Ostschweiz-Ticino: Aufbauend auf den internen Coop-Kursen zum Thema «Gesundheitsfördernde Führung» führen Trainer Workshops mit den Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern einer Verkaufsgruppe durch. Anhand von Fallbeispielen, die von den Teilnehmenden aus ihrem Führungsalltag vorbereitet und eingebracht werden, sind Lösungsideen erarbeitet und spezifische Fragestellungen erörtert worden. Zudem haben die Teilnehmenden anhand der Beispiele Gesprächsführungsmethoden entwickelt und Möglichkeiten der Früherkennung thematisiert.



### Grosszügige Rabatte für Mitarbeitende, Pensionierte und ihre Angehörigen

Coop gewährt den Mitarbeitenden zahlreiche Vergünstigungen in den Bereichen Retail, Trading und in ihren Tochterunternehmen. So erhalten die Mitarbeitenden sowie der oder die im gleichen Haushalt lebende Partner oder Partnerin bei jedem Einkauf in den Coop Supermärkten fünffache Superpunkte auf Lebensmittel und 10 % Personalrabatt auf das Non-Food-Sortiment. Rabatte zwischen 5 % und 20 % werden zudem auf Einkäufe in nahezu allen Trading-Formaten gewährt. Mit der Update Fitness AG ist im Berichtsjahr ein weiteres Tochterunternehmen dazugekommen, welches allen Mitarbeitenden der Coop-Gruppe einen Rabatt von 10 % auf das Jahresabonnement bietet. Zusätzlich profitieren die Mitarbeitenden von vergünstigten Angeboten bei Partnerfirmen. Ebenso können die Mitarbeitenden von Coop Reka-Checks mit einer Vergünstigung von 20 % beziehen.

### Mitarbeitergesundheit und Kinderbetreuung bei Transgourmet

Für Transgourmet France stand das Jahr 2017 ganz im Zeichen der Mitarbeitergesundheit. Von Mai bis August nahmen 329 Mitarbeitende an 20 Standorten der Ländergesellschaft erfolgreich an der sogenannten «Global Challenge» teil. Ziel der internationalen Gesundheitskampagne war es, täglich mindestens 10 000 Schritte zu gehen. Die 47 Teams konnten insgesamt 236 010 km oder 368 765 108 Schritte zurücklegen, was einem Tagesdurchschnitt von 13 198 Schritten entspricht. Transgourmet Österreich führte im August 2017 in Traun erstmals unter neuem Namen eine Kinderbetreuung für Kinder der Mitarbeitenden durch. Die Kinder im Alter von drei bis zehn Jahren wurden von Pädagogen betreut, wobei die Betreuungszeiten den Wünschen der Eltern angepasst wurden. Neben verschiedenen Beschäftigungen vor Ort und zahlreichen Ausflügen bekamen die Kinder täglich eine auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Mahlzeit aus dem Betriebsrestaurant «chilly». Das Projekt, das in Zusammenarbeit mit dem OÖ Familienbund stattfand, wird 2018 nach Bedarf an weiteren Standorten von Transgourmet Österreich angeboten.

## Ausbildung und Personalentwicklung

### Coop Campus: Praxisorientierte und wirksame Ausbildung

Mit dem Coop Campus betreibt Coop die führende Bildungsstätte im Schweizer Detailhandel: Mehr als 350 interne Kurse und zahlreiche externe Angebote stehen den Mitarbeitenden an 17 Standorten zur Verfügung. Um massgeschneiderte Ausbildungsprogramme für jede Führungsstufe und zu allen Fachthemen

---

**45** Mio. CHF

### jährliche Investition in die Aus- und Weiterbildung

---

bieten zu können, investiert Coop jährlich rund 45 Millionen Franken in den Coop Campus. Dabei finden zahlreiche Kurse direkt vor Ort statt, also beispielsweise in der Verkaufsstelle oder beim Lieferanten. Durch eine klare Kursstruktur mit den vier Levels Profi, Experte, Master und Leader steigert Coop die Motivation der Mitarbeitenden. Um sicherzustellen, dass das Gelernte im Arbeitsalltag umgesetzt wird, fordert Coop einige Wochen nach dem Kursbesuch einen Kompetenznachweis – für Kurse der Fachausbildung sowie seit 2017 auch für Kurse in der Führungsausbildung.

### Zukunftsworkshop mit Lernenden inspiriert zu neuen Taten

Auf einem Workshop im Juni 2017 trafen sich in Basel Lernende von Coop und Transgourmet, um gemeinsam neue Ideen für die Zukunft des nachhaltigen Detailhandels zu entwickeln. Ziel des Workshops war die gezielte Entwicklung von konkreten Zukunftsprojekten: Neben einem selbstgeschriebenen Nachhaltigkeits-Song entwickelten die Jugendlichen mit «Coop to chill» ein nachhaltiges Ladenformat für Jugendliche und schlugen wiederverwendbare Boxen für Karma-Läden sowie eine nachhaltige Modelinie für junge Leute vor.

### E-Learning macht jeden Ort zum Ausbildungsplatz

Lernen findet bei Coop vermehrt multimedial statt. Neben der täglichen Ausbildung am Arbeitsplatz werden die vielseitigen Angebote des Coop-Campus-Kursprogramms Schritt für Schritt durch moderne Lernmittel ergänzt. Allein im Jahr 2017 fanden über 55 000 Online-Trainings in unterschiedlichsten Themengebieten statt. Seien es komplexere Zusammenhänge wie Weiterbildungen im Bereich Hygiene, in der Rechnungsverbuchung oder praxisnahe Jugendschutzschulungen – durch E-Learning können die Lerninhalte schnell, einheitlich, ortsunabhängig und auf attraktive und methodisch durchdachte Weise vermittelt werden.

### **Erster Studierendentag bei Coop**

Auch Studierende spielen für die Coop-Gruppe eine wichtige Rolle. Um Ihnen einen Einblick in die Welt von Coop zu geben, fand 2017 bei Coop ein Ausbildungstag speziell für Studierende statt. An der ersten Auflage des Studierendentages am 6. Mai 2017, der im Coop-Ausbildungszentrum in Jongny stattfand, nahmen 100 Studierende teil. Die Studierenden setzten sich im Rahmen von Workshops mit den für Coop wichtigen Themen und Werten auseinander und informierten sich so initiativ über den Berufseinstieg bei Coop. Im Jahr 2017 fanden in der französischsprachigen Schweiz gleich drei Studierendentage statt. Auch andere Verkaufsregionen der Coop-Gruppe haben das Konzept übernommen.

### **Auf Snapchat zeigen Auszubildende die Coop-Zukunft**

Unter dem Namen «coop.zukunft» betreibt Coop seit Februar 2017 einen eigenen Snapchat-Kanal für Lernende. Denn das soziale Medium, das von rund 52 Prozent der 13- bis 25-Jährigen in der Schweiz regelmässig genutzt wird, erlaubt es Coop, auf Augenhöhe mit den Jugendlichen zu kommunizieren. Jeweils zwei Wochen lang erhält ein Auszubildender oder eine Auszubildende Zugang zu dem Account, um ungefiltert über seinen oder ihren Arbeitsalltag in Betrieb oder Schule zu berichten. Auf diese Weise erhält diese wichtige Zielgruppe Einblick in verschiedene Berufsbilder und Branchen. Eine Snap-Nachricht erreicht im Schnitt 2 000 Interessierte («Freunde»), welche auf diese Weise mehr über den Alltag bei Coop erfahren.

### **Transgourmet Österreich investiert in Aus- und Fortbildungsmassnahmen**

Auszubildende bei Transgourmet Österreich erhalten seit 2017 die Möglichkeit, einen Lehrlingscoach in Anspruch zu nehmen. Im Rahmen der Initiative «Lehre statt Leere» des Wirtschaftsförderungsinstitutes (WIFI) erhalten Jugendliche Unterstützung in schwierigen Lebenssituationen. Die Einzelcoachings sind anonym, vertraulich, persönlich und kostenlos. Transgourmet Österreich bietet sechs verschiedene Lehrausbildungen an, in denen, je nach Ausbildung, verstärkt auch auf Job-Rotation gesetzt wird, um den Auszubildenden einen Einblick in die verschiedenen Unternehmensbereiche von Transgourmet Österreich zu bieten. In der Ausbildung der Lernenden setzt Transgourmet Österreich auf speziell für Lernende abgestimmte Lehrlingsseminare unter dem Titel «Fit für Transgourmet – fit fürs Leben. Gemeinsam an die Spitze». Um zusätzlich die Qualität der Ausbildung zu verbessern, unterstützt die Transgourmet-Ländergesellschaft zudem die Ausbildung zertifizierter Ausbilder. In der Fortbildung der Mitarbeitenden setzt Transgourmet Österreich auf sogenannte «etrainings», die 2017 um drei weitere Trainings ergänzt wurden. Auch offline hat Transgourmet Österreich die Weiterbildung ausgebaut. So setzt die Ländergesellschaft beispielsweise auf das Training «Optimierung Kraftstoffverbrauch und wirtschaftliches Fahren», um die Fahrerinnen und Fahrer für eine noch umweltschonendere Fahrweise zu sensibilisieren. Für die Eröffnung der Transgourmet-Akademie in Traun, die Anfang 2018 eröffnet wird, wurden bereits 2017 die Grundsteine gelegt.

## **Change-Management**

### **Jobcenter unterstützt bei Stellenwechsel**

Auch im Jahr 2017 wurden die von Standortverschiebungen oder organisatorischen Veränderungen betroffenen Mitarbeitenden im Jobcenter betreut und verschiedene Change-Massnahmen umgesetzt. Die personelle Integration der Logistik-Mitarbeitenden, welche im Jahr 2017 von den Standorten Wallisellen, Dietikon und Hinwil nach Schafisheim oder Dietikon gewechselt hatten, verlief aufgrund der Betreuung durch das Jobcenter sehr erfolgreich.

Des Weiteren hat das Jobcenter im Rahmen des Umzuges der Chocolats Halba nach Pratteln kontinuierlich Unterstützung geleistet. Zudem wurden im Jahr 2017 auch Mitarbeitende aus administrativen Bereichen durch das Jobcenter unterstützt. Im Zuge des Shared Service Center Betriebswirtschaft, welches 2018 in Dietikon entsteht, wurden im Jobcenter vor allem Mitarbeitende beraten und begleitet, welche nicht an den neuen Standort wechseln wollen. Auch hier strebt Coop an, allen Mitarbeitenden ein alternatives Angebot innerhalb der Coop-Gruppe unterbreiten zu können.

# Corporate Governance

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Konzernstruktur</b>                                               | <b>55</b> |
| <b>Kapitalstruktur</b>                                               | <b>56</b> |
| <b>Verwaltungsrat</b>                                                | <b>57</b> |
| Mitglieder des Verwaltungsrates                                      | 57        |
| Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessensbindungen          | 57        |
| Wahl und Amtszeit des Verwaltungsrates                               | 61        |
| Interne Organisation                                                 | 61        |
| Kompetenzregelung                                                    | 61        |
| Informations- und Kontrollinstrumente gegenüber der Geschäftsleitung | 62        |
| <b>Geschäftsleitung</b>                                              | <b>63</b> |
| Mitglieder der Geschäftsleitung                                      | 63        |
| Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessensbindungen          | 63        |
| Managementverträge                                                   | 66        |
| <b>Vergütungen</b>                                                   | <b>67</b> |
| <b>Mitwirkungsrechte</b>                                             | <b>67</b> |
| <b>Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen</b>                          | <b>67</b> |
| <b>Revisionsstelle</b>                                               | <b>68</b> |
| <b>Informationspolitik</b>                                           | <b>68</b> |
| <b>Management Coop-Gruppe</b>                                        | <b>69</b> |
| Coop Genossenschaft                                                  | 69        |
| Weitere Tochtergesellschaften                                        | 71        |

# Corporate Governance

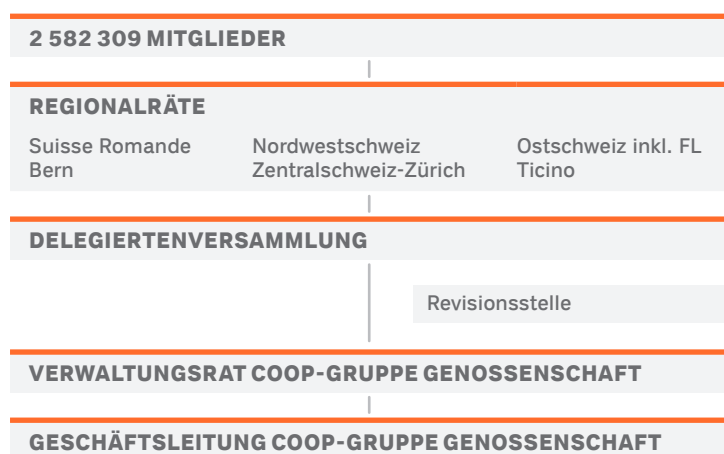
Corporate Governance basiert auf dem Prinzip der Transparenz und Offenheit der Unternehmensführung gegenüber den Mitarbeitenden und der Öffentlichkeit. Im Folgenden bietet Coop Einblick in die Unternehmensstruktur.

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

## Konzernstruktur

Die Coop-Gruppe Genossenschaft ist eine Genossenschaft mit Sitz in Basel. Per Ende 2017 sind ihr rund 2,6 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 108 und 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 dessen Ausschusses bekleidet. Die übrigen Mitglieder des Regionalratsausschusses bilden die Delegierten. Sie vertreten die Mitglieder der betreffenden Region in der Delegiertenversammlung der Coop-Gruppe Genossenschaft. Die aktuelle personelle Zusammensetzung der Delegiertenversammlung ist im Abschnitt «Delegiertenversammlung» wiedergegeben.

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

## Delegiertenversammlung

Der Delegiertenversammlung stehen die gesetzlichen Befugnisse der Generalversammlung sowie jene Aufgaben zu, die ihr von den Statuten zugewiesen worden sind. Sie ist insbesondere zuständig für die Festlegung der Statuten, die Wahl und die Abberufung des Verwaltungsrates und der Revisionsstelle, die Abnahme des Geschäftsberichtes, die Entlastung des Verwaltungsrates sowie die Auflösung der Gesellschaft. Ausserdem kann ihr der Verwaltungsrat weitere Geschäfte zum Entscheid unterbreiten.

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

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

Per 31. Dezember 2017 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           | Maria Bieri                                 | Lucia Gianoli      |
| Patrick Csikos        | Patrick Bruni           | Sibylle Bader Biland   | Stefan Baumann               | Suzanne Blaser                              | Fiorenzo Robbiani  |
| Yvan Délèze           | Chantal Gagnebin        | Evelyn Borer           | Beatrice Bertschinger        | Fridolin Eberle                             | Gabriella Rossetti |
| Olivier Grangier      | Sandra Ghisoni Schenk   | André Dalla Vecchia    | Kilian D'Alberto             | Markus Eugster                              | Raffaele Sartori   |
| Doris Grobéty         | Fränzi Grunder          | Sandra Nicole Engeler  | Anna Maria Forlano           | Christa Flückiger                           |                    |
| Nicole Hosseini       | Jürg Kradolfer          | Adrian Fankhauser      | Susanne Giger                | Michael Fuhrer                              |                    |
| Nadine Maier Vinas    | Corinne Lehmann         | Susanne Jäger          | Alexander Gossauer           | Kurt Gansner                                |                    |
| Zohra Ottoz           | Sibylle Miescher        | Peter Jossi            | Ronald Hauser                | Roberto Godenzi                             |                    |
| Benoît Santschi       | Felix Truffer           | Pascal Konrad          | Cornelia Luchsinger          | Richard Kübler                              |                    |
| Catherine Stern       | Annette Wisler Albrecht | Daniel Mürger          | Alex Rutz                    | Leonardo Longaretti                         |                    |
| Marc Vauthey          | Zippora Wüthrich        | Heidi Straumann        | Beda Schlumpf                | Gabi Senn                                   |                    |

## Kapitalstruktur

Die Kapitalstruktur der Coop-Gruppe geht aus der konsolidierten Bilanz (Seite 89 des Geschäftsberichts) und aus den entsprechenden Erläuterungen (Seiten 92–109) 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 2017 setzt sich der Verwaltungsrat der Coop-Gruppe Genossenschaft wie folgt zusammen:

| Name                         | Jahrgang | Aktuelle Funktion                                  | Erstes Amtsjahr | Gewählt bis |
|------------------------------|----------|----------------------------------------------------|-----------------|-------------|
| Hansueli Loosli <sup>2</sup> | 1955     | Präsident                                          | 2011            | 2021        |
| Peter Eisenhut               | 1955     | Mitglied, Vertreter Region Ostschweiz / FL         | 2009            | 2021        |
| Michela Ferrari-Testa        | 1963     | Mitglied, Vertreterin Region Ticino                | 2006            | 2021        |
| Petra Jörg Perrin            | 1964     | Mitglied, Vertreterin Region Bern                  | 2017            | 2021        |
| Hans-Jürg Käser              | 1956     | Mitglied, Personalvertreter                        | 2009            | 2021        |
| Irene Kaufmann <sup>1</sup>  | 1955     | Vizepräsidentin                                    | 2001            | 2021        |
| Beth Krasna <sup>2</sup>     | 1953     | Mitglied                                           | 2005            | 2021        |
| Roman Kuhn                   | 1955     | Mitglied, Vertreter Region Nordwestschweiz         | 2010            | 2021        |
| Lillia Rebsamen-Sala         | 1953     | Mitglied, Vertreterin Region Zentralschweiz-Zürich | 2009            | 2021        |
| Bernard Rüeger               | 1958     | Mitglied, Vertreter Region Suisse Romande          | 2009            | 2021        |

<sup>1</sup> Präsidentin des Prüfungsausschusses

<sup>2</sup> Mitglied des Prüfungsausschusses

### Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessensbindungen

(Stichtag 31.12.2017)

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



#### Hansueli Loosli

Schweizer

#### Ausbildung:

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

#### Beruflicher Werdegang:

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

#### Weitere Verwaltungsratsmandate:

Bell Food Group AG, Basel (Präsident); Coop Mineraloel AG, Allschwil (Präsident); Swisscom AG, Ittigen (Präsident); Transgourmet Holding AG, Basel (Präsident)

#### Weitere Funktionen und Ämter:

Beirat der Deichmann SE; Vorstandsausschuss Economiesuisse



---

**Peter Eisenhut**

Schweizer

**Ausbildung:**

Lic. oec. Hochschule St. Gallen

**Beruflicher Werdegang:**

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

**Weitere Verwaltungsratsmandate:**

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

**Weitere Funktionen und Ämter:**

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



---

**Michela Ferrari-Testa**

Schweizerin

**Ausbildung:**

Lic. iur. Universität Zürich, Rechtsanwältin und Notarin

**Beruflicher Werdegang:**

seit 1990 eigene Anwalts- und Notariatskanzlei in Capriasca

**Weitere Verwaltungsratsmandate:**

avanex Versicherungen AG, Dübendorf; Helsana AG, Dübendorf; Helsana Unfall AG, Dübendorf; Helsana Versicherungen AG, Dübendorf; Helsana Zusatzversicherungen AG, Dübendorf; Progrès Versicherungen AG, Dübendorf; sansan Versicherungen AG, Dübendorf

**Weitere Funktionen und Ämter:**

Stiftungsrat Fondation Sana



---

**Petra Jörg Perrin**

Schweizerin

**Ausbildung:**

Dr. rer. oec. Universität Bern

**Beruflicher Werdegang:**

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

**Weitere Funktionen und Ämter:**

Lehrbeauftragte an der Universität Bern



---

**Hans-Jürg Käser**

Schweizer

**Ausbildung:**

Lehre als Elektromonteur

**Beruflicher Werdegang:**

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

**Weitere Funktionen und Ämter:**

Unia Fachgruppe Coop; Verein der Angestellten Coop (Präsident)



---

**Irene Kaufmann**

Schweizerin

**Ausbildung:**

Dr. oec. publ. Universität Zürich

**Beruflicher Werdegang:**

1980–2002 Revisionsmandate und Beratungsaufträge für privatwirtschaftliche Unternehmen im Auftrag der Dr. Nabholz Treuhand AG, Zürich;

1985–2008 Nabholz Beratung, Zürich: Projektleitungen in der Beratung von öffentlichen Verwaltungen und Betrieben mit Schwergewicht Finanzen und Organisation; 2000–2009 Vizepräsidentin des Verwaltungsrates Coop Genossenschaft, Basel; 2009–2011 Präsidentin des Verwaltungsrates Coop Genossenschaft, Basel; seit 2011 Vizepräsidentin des Verwaltungsrates Coop-Gruppe Genossenschaft, Basel

**Weitere Verwaltungsratsmandate:**

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

**Weitere Funktionen und Ämter:**

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



---

**Beth Krasna**

Schweizerin und US-Amerikanerin

**Ausbildung:**

Dipl. Chem. Ing. ETH Zürich; MBA Sloan School at MIT, Cambridge, USA

**Beruflicher Werdegang:**

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

**Weitere Verwaltungsratsmandate:**

Alcosuisse AG, Bern; Raymond Weil SA, Grand-Lancy; Symbiotics SA, Genf

**Weitere Funktionen und Ämter:**

Mitglied ETH-Rat; Stiftungsrat Fondation pour l'institut de hautes études internationales et du développement; Stiftungsrat Fondation pour l'étude des relations internationales en Suisse (FERIS)



---

**Roman Kuhn**

Schweizer

**Ausbildung:**

Executive MBA Universität Zürich

**Beruflicher Werdegang:**

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

**Weitere Verwaltungsratsmandate:**

Circus Monti AG, Wohlen

**Weitere Funktionen und Ämter:**

Vorstand Förderverein Schloss Hallwyl; Verein Melodyaarau (Präsident); Stiftungsrat Stiftung Töpferhaus Aarau



---

**Lillia Rebsamen-Sala**

Schweizerin

**Ausbildung:**

Handelsschule mit Diplomabschluss

**Beruflicher Werdegang:**

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

**Weitere Verwaltungsratsmandate:**

Rebsamen Technocasa AG



---

**Bernard Rüeger**

Schweizer

**Ausbildung:**

MBA, Lausanne

**Beruflicher Werdegang:**

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

**Weitere Verwaltungsratsmandate:**

Alpsens Technologies S.A., Crissier (Präsident); CSS Holding AG, Luzern; Lyncée Tec S.A., Ecublens; Fondation Banque Cantonale Vaudoise deuxième pilier, Lausanne; Socorex Isba S.A., Ecublens

**Weitere Funktionen und Ämter:**

Economiesuisse (Vizepräsident); Stiftungsrat Fondation de Beaulieu; Waadtländer Handelskammer (Präsident); Vorstand des Vereins «Sion 2026. The Games in the Heart of Switzerland» (Vizepräsident)

## Wahl und Amtszeit des Verwaltungsrates

### Grundsätze des Wahlverfahrens

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

### Erstmalige Wahl und verbleibende Amtszeit

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

## Interne Organisation

### Aufgabenteilung im Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat konstituiert sich selbst, indem er aus seiner Mitte den Präsidenten und den Vizepräsidenten wählt. Die Mitglieder nehmen die Aufgaben in gleichgewichtiger Verantwortung wahr.

### Prüfungsausschuss

Zu seiner Unterstützung hat der Verwaltungsrat aus seinem Kreis einen Prüfungsausschuss gebildet. Er berät den Verwaltungsrat in Fragen der Rechnungslegung und Berichterstattung, bei Tätigkeiten der Internen und der externen Revision, beim Internen Kontrollsystem und beim Risikomanagement. Gegenstand des Internen Kontrollsystems und des Risikomanagements ist auch die Compliance. Mitglieder des Ausschusses sind Irene Kaufmann (Vorsitz), Hansueli Loosli und Beth Krasna.

Der Prüfungsausschuss tritt mindestens dreimal jährlich zusammen. Eine Sitzung dauert in der Regel einen halben Tag. An den Sitzungen nehmen in der Regel der Vorsitzende der Geschäftsleitung, der Leiter der Direktion Finanzen 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 2017 fanden fünf Sitzungen des Prüfungsausschusses statt.

### Arbeitsweise des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat tagt mindestens viermal jährlich und so oft es die Geschäfte erfordern. An den Sitzungen des Verwaltungsrates nehmen in der Regel der Vorsitzende und der stellvertretende Vorsitzende der Geschäftsleitung (bei allen Traktanden) und gegebenenfalls die übrigen Mitglieder der Geschäftsleitung mit beratender Stimme teil. Der Verwaltungsrat ist beschlussfähig, wenn die Mehrheit der Mitglieder anwesend ist. Ein gültiger Beschluss erfordert die Mehrheit der abgegebenen Stimmen. Bei Stimmengleichheit entscheidet der Verwaltungsratspräsident durch Stichentscheid.

Im Jahr 2017 traf sich der Verwaltungsrat zu sieben ein- bis zweitägigen Sitzungen. Es wurden keine externen Berater beigezogen.

## Kompetenzregelung

Dem Verwaltungsrat obliegen die oberste Leitung der Coop-Gruppe Genossenschaft und der Coop-Gruppe (strategische Führung) sowie die Überwachung der Geschäftsführung. Seine in Artikel 29 der Statuten umschriebenen Aufgaben und Befugnisse entsprechen den im Vergleich zum Genossenschaftsrecht strenger gefassten Vorschriften für die Aktiengesellschaft (OR 716a). Ein vom Verwaltungsrat erlassenes Organisationsreglement ordnet die Kompetenzverteilung zwischen Verwaltungsrat und Geschäftsleitung in allen wesentlichen Punkten, wie Finanzen, Unternehmensstrategien, Personalwesen und Organisation. Eine von der Geschäftsleitung erlassene Kompetenzregelung stellt die operativen Befugnisse der einzelnen Führungsstufen detailliert dar.

## Informations- und Kontrollinstrumente gegenüber der Geschäftsleitung

### Management-Informationssystem

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

### Planungs- und Zielsetzungsprozess/Balanced Scorecard

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

### Risikomanagement

Die Coop-Gruppe verfügt über ein standardisiertes Risikomanagement. Die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat identifizieren und analysieren alle drei Jahre – zuletzt im Jahr 2015 – 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 Deckungsbeitrag 2 der Coop-Gruppe mit mehr als 15 Millionen Franken innerhalb von drei Jahren negativ beeinflussen können.

### Internes Kontrollsystem

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

Die Qualität der unternehmensweiten Kontrollen wird alle zwei Jahre durch die Mitglieder der Geschäftsleitung überprüft. Turnusgemäss erfolgte im Jahr 2017 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).



## Geschäftsleitung

### Mitglieder der Geschäftsleitung

Zur unmittelbaren Leitung der Geschäfte (operative Führung) wählt der Verwaltungsrat eine Geschäftsleitung, die als geschäftsführendes Organ in eigener Verantwortung handelt, wobei Aufgaben und Kompetenzen vom Verwaltungsrat im Organisationsreglement geordnet werden. Der Geschäftsleitung steht ein Vorsitzender vor, der gegenüber den übrigen Geschäftsleitungsmitgliedern weisungsberechtigt ist.

Per 31. Dezember 2017 setzt sich die Geschäftsleitung der Coop-Gruppe Genossenschaft wie folgt zusammen:

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

### Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessensbindungen

(Stichtag 31.12.2017)

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



#### Joos Sutter

Schweizer

#### Ausbildung:

Lic. oec. Hochschule St. Gallen; eidg. dipl. Wirtschaftsprüfer, Kammerschule der Schweizerischen Treuhandskammer, 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 der Interdiscount AG, Jegenstorf; 2005–2009 Leiter Division Interdiscount; 2010–2011 Mitglied der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter Direktion Trading der Coop Genossenschaft, Basel;

seit September 2011 Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter Direktion Retail der Coop Genossenschaft, Basel

#### Verwaltungsratsmandate:

AgeCore SA, Genf; Palink UAB, Litauen; Transgourmet Holding AG, Basel

#### Weitere Funktionen und Ämter:

Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (Präsident)



---

**Reto Conrad**

Schweizer

**Ausbildung:**

Lic. oec. Hochschule St. Gallen; eidg. dipl. Wirtschaftsprüfer, Kammer-  
schule der Schweizerischen Treuhandkammer, Basel

**Beruflicher Werdegang:**

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

**Verwaltungsratsmandate:**

Bell Food Group AG, Basel; Coop-ITS-Travel AG, Freienbach (Präsident);  
Centre Commercial Moncor S.A., Villars-sur-Glâne (Präsident); Coop  
Mineraloel AG, Allschwil; Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren; Marché Restaurants  
Schweiz AG, Dietlikon; Panflor AG, Zürich; Nettoshop AG, St. Gallen; RS  
Vertriebs AG, St. Gallen; Siroop AG, Zürich; Siroop Trading AG, Basel; Société  
coopérative Centre de Formation du Léman, Jongny (Präsident); Update  
Fitness AG, Uzwil (Präsident)

**Weitere Funktionen und Ämter:**

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



---

**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 Projekt-  
leiter 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)

**Weitere Funktionen und Ämter:**

Interessengemeinschaft privater, professioneller Bauherren (IPB)



---

**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 der Interdiscount AG, Jegenstorf; 2005–2010 Leiter Logistik, Informatik, Service der Interdiscount AG; 2010–2016 Leiter Coop-Logistikregion Nordwestschweiz, Schafisheim; seit 2017 Mitglied der Geschäftsleitung der Coop-Gruppe Genossenschaft und Leiter der Direktion Logistik der Coop Genossenschaft, Basel

**Verwaltungsratsmandate:**

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



---

**Daniel Stucker**

Schweizer

**Ausbildung:**

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

**Beruflicher Werdegang:**

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

**Verwaltungsratsmandate:**

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



---

**Adrian Werren**

Schweizer

**Ausbildung:**

Lic. rer. pol. Universität Basel

**Beruflicher Werdegang:**

1995–1996 Revisionstelle 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; Railcare AG, Härkingen; The Body Shop Switzerland AG, Uster; Transcoop GmbH, Köln; Transgourmet Central and Eastern Europe AG, Basel; Transgourmet Holding AG, Basel; Transgourmet Österreich GmbH, Traun; Transgourmet Schweiz AG, Basel



---

**Philipp Wyss**

Schweizer

**Ausbildung:**

Kaufmännische Lehre und Lehre zum Metzger

**Beruflicher Werdegang:**

1990–1992 Verkaufsleiter Sempione Gehrig AG, Klus; 1993–1997 Senior Product Manager Migros-Genossenschafts-Bund, Zürich; 1997–2003 Category Manager Fleisch, Fisch, Frischconvenience bei Coop, Basel; 2004–2008 Leiter Category Management Frischprodukte bei Coop, Basel; 2008–2009 Coop-Verkaufschef der Region Zentralschweiz-Zürich; seit 2009 Mitglied der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossenschaft, Basel; 2009–2011 Leiter Direktion Retail sowie Leiter Verkaufsregion Zentralschweiz-Zürich der Coop Genossenschaft, Basel; seit 2012 Leiter Direktion Marketing/Beschaffung und stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung der Coop Genossenschaft, Basel

**Verwaltungsratsmandate:**

AgeCore SA, Genf; Betty Bossi AG, Zürich (Präsident); Casa del Vino SA, Zürich; Eurogroup Far East Ltd., Hongkong (Präsident); Hilcona AG, FL-Schaan; Marché Restaurants Schweiz AG, Dietlikon (Präsident); Palink UAB, Litauen; Peter Riegger Holding AG, Zug; Retail Marketing Switzerland AG, Basel (Präsident); Transgourmet Holding AG, Basel

**Weitere Funktionen und Ämter:**

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

## Managementverträge

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

## 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 betrugen im Jahr 2017 1,3 Millionen Franken (Vorjahr: 1,3 Millionen Franken). Die Bruttosaläre der Geschäftsleitung betrugen im Jahr 2017 4,4 Millionen Franken bei 7,6 Personaleinheiten (Vorjahr: 4,0 Millionen Franken bei 6,7 Personaleinheiten). Die Honorare für die Verwaltungsratsstätigkeit des Präsidenten und der Vizepräsidentin sowie der Mitglieder der Geschäftsleitung in den Tochtergesellschaften stehen der Coop-Gruppe Genossenschaft respektive der Coop Genossenschaft zu.

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

## Mitwirkungsrechte

### Stimmrecht

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

### Statutarische Quoren

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

### Einberufung der Delegiertenversammlung

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

### Traktandierung

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

## Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen

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

## Revisionsstelle

### Dauer des Mandats und Amtsdauer des leitenden Revisors

Da die Amtsdauer der Revisionsstelle auf ein Jahr beschränkt ist, wählt die Delegiertenversammlung die Revisionsstelle jährlich neu. Das Revisionsmandat für die Coop-Gruppe Genossenschaft und für die Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung der Coop-Gruppe wird seit 1994 von Pricewaterhouse-Coopers (PwC) ausgeübt. Der verantwortliche leitende Revisor Bruno Rossi trat sein Amt 2016 an.

### Prüfungshonorar

Die Revisionsstelle hat für die Erfüllung ihres gesetzlichen Auftrags für das Berichtsjahr 2017 Honorare von insgesamt 3 Millionen Franken (Vorjahr: 3,3 Millionen Franken) fakturiert.

### Zusätzliche Honorare

Für zusätzliche Dienstleistungen, die über den gesetzlichen Auftrag hinausgehen, hat PwC während des Berichtsjahres 2017 insgesamt 0,7 Millionen Franken (Vorjahr: 0,9 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 zuhänden des Verwaltungsrates und der Delegiertenversammlung eine Empfehlung betreffend die Wahl respektive die Wiederwahl der externen Revisionsstelle ab.

Der leitende Revisor nahm 2017 an vier Sitzungen des Prüfungsausschusses teil. Dabei wurden die Planung der Prüfung, die Feststellungen der externen Revisionsstelle sowie die daraus resultierende Vorgehensweise besprochen. Zusätzlich rapportiert der leitende Revisor einmal jährlich allen Mitgliedern des Verwaltungsrates. Die externe Revisionsstelle und die Interne Revision besprechen zudem die Methodik und die Weiterentwicklung des Internen Kontrollsystems.

## Informationspolitik

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

➔ [report.coop.ch](http://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](http://www.coop.ch/medien)



## Management Coop-Gruppe

Stand 1. März 2018

### Coop Genossenschaft

---

#### Geschäftsleitung (GL)

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

---

#### Direktion Vorsitz der Geschäftsleitung

Joos Sutter, Vorsitzender der GL  
Frank Bertisch, Leiter Interne Revision  
Nadine Gemblar, Leiterin Personal/Ausbildung National  
Alfred Hubler, Leiter Generalsekretariat  
Jörg Ledermann, Leiter Kommunikation/Qualität/Nachhaltigkeit

---

#### Direktion Retail

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

---

#### Verkaufsregion Suisse Romande (SR)

Sissigno Murgia, Leiter Verkaufsregion SR  
Stéphane Bossel, Leiter BW/Controlling  
Jean-Claude Chapuisat, Leiter Personal/Ausbildung  
Thierry Boudol, Verkaufschef VD/FR  
Claudio Marra, Verkaufschef GE  
Bertrand Pasteur, Verkaufschef VD/NE  
Franck Truchot, Verkaufschef VS/VD  
Laurent Voelin, Verkaufschef NE/JU/BE  
Philipp Ziörjen, Verkaufschef VD

---

#### Verkaufsregion Bern (BE)

Stefano Alberucci, Leiter Verkaufsregion BE  
André Wenger, Leiter BW/Controlling  
Frederik Heller, Verkaufschef Seeland/FR  
Peter Jacobian, Verkaufschef Bern/Burgdorf  
Willy Kuhn, Verkaufschef SO/Oberaargau  
Marcel Maurer, Verkaufschef Berner Oberland/Wallis  
Bruno Pillar, Leiter Personal/Ausbildung  
Vakant, Verkaufschef Emmental/Thun

---

#### Verkaufsregion Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich (NWZZ)

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

Luc Pillard, Leiter Personal/Ausbildung  
Jean-Claude Prosdocimo, Verkaufschef Zürich Nord  
Besim Ramadani, Verkaufschef Stadt Zürich  
Monika Zander, Verkaufschefin BS und Umgebung

---

#### Verkaufsregion Ostschweiz-Ticino (OT)

Ivo Dietsche, Leiter Verkaufsregion OT  
Johannes Hummel, Leiter BW/Controlling  
Patrick Wiler, Leiter Personal/Ausbildung  
Mario Colatrella, Verkaufschef TI  
Rolf Gurtner, Verkaufschef SG Ost/Al/AR/FL/GL  
Shenasi Haziri, Verkaufschef SG West/TG  
Sven Herzog, Verkaufschef Winterthur/SH  
Dario a Marca, Verkaufschef GR

---

#### Direktion Trading

Daniel Stucker, Leiter Direktion Trading  
Martin Meier, Leiter BW/Controlling i.P.  
Martin von Bertrab, Leiter Personal/Ausbildung  
Vakant, Leiter Total Store/Expansion

---

#### Coop City

Christian Staub, Leiter Coop City (ab 01.04.2018)  
Christian Jochberg, Leiter Verkauf Region Mitte  
Claudia Schreen, Leiterin Verkauf Region Ost (ab 01.04.2018)  
Daniel Tona, Leiter Verkauf Region West

---

#### Coop Bau+Hobby

Christoph Theler, Leiter Bau+Hobby  
Joe Wyss, Leiter CM/Beschaffung Bau+Hobby  
Marco Bertoli, CM Garten/Pflanzen  
Adrian Fuchs, CM Freizeit/Sport/Deko  
Robert Kronhofer, CM Heimwerker/Elektro  
Michael Renninger, CM Bauen/Inneneinrichtung  
Marc Rheia, CM Gartenhartwaren

---

#### Interdiscount

Pierre Wenger, Leiter Division Interdiscount  
Vito Armetta, Leiter Verkauf  
Martin Koncilja, Leiter Marketing  
Peter Späni, Leiter Category Management/Beschaffung  
Frederik Thomas, Leiter IT/Logistik/Services

---

#### Toptip/Lumimart

Oliver Roth, Leiter Division Toptip/Lumimart

---

#### Import Parfumerie

Michael Susta, Leiter Division Import Parfumerie

---

#### Christ Uhren & Schmuck

Nina Müller, Leiterin Division Christ Uhren & Schmuck

---

#### Coop Vitality AG

Daniel Stucker, Präsident des Verwaltungsrates  
Virginie Emmanuelle Pache Jeschka, Vorsitzende der  
Geschäftsleitung (ab 01.04.2018)

---

#### Dipl. Ing. Fust AG

Daniel Stucker, Präsident des Verwaltungsrates  
Thomas Giger, Vorsitzender der Geschäftsleitung,  
Leiter Verkauf Detailhandel  
Silvio Cioffi, Leiter Sparte GU Novacasa  
Giovanni De Mieri, Leiter Sparte Multimedia  
Peter Fankhauser, Leiter Finanzen & Dienste  
Marc Haselbach, Leiter Sparte Elektro  
Manfred Spiller, Leiter Sparte Küche/Bad

---

#### RS Vertriebs AG

Daniel Stucker, Präsident des Verwaltungsrates  
Reto Furrer, Vorsitzender der Geschäftsleitung

---

#### The Body Shop Switzerland AG

Daniel Stucker, Präsident des Verwaltungsrates  
Daniel Stucker, Vorsitzender der Geschäftsleitung a.i.

---

#### Siroop AG

Daniel Stucker, Vizepräsident des Verwaltungsrates  
Constantin Hilt, Vorsitzender der Geschäftsleitung

---

#### Direktion Marketing/Beschaffung

Philipp Wyss, Leiter Direktion Marketing/Beschaffung  
Kaspar Wittwer, Leiter Coop Gastronomie

---

#### CM/Beschaffung Frische 1

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

Vladimir Cob, Geschäftsführer Alifresca AG

---

#### CM/Beschaffung Frische 2

Roland Frefel, Leiter CM/Beschaffung Frische 2  
Yves Grüninger, CM/Beschaffung Milchprodukte/Eier  
Fabian Schneider, CM/Beschaffung Fleisch  
Pascal Seiler, CM/Beschaffung Tiefkühlprodukte/Fisch

---

#### CM/Beschaffung Grundnahrung/Reinigung

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

---

#### CM/Beschaffung Getränke/Spezialgeschäfte

Christian Rüttimann, Leiter CM/Beschaffung Getränke /  
Spezialgeschäfte  
Sylvia Berger, CM/Beschaffung Weine/Schaumweine  
Lukas Frey, CM/Beschaffung Tierbedarf  
Simon Grieder, CM/Beschaffung Erfrischungsgetränke/Bier /  
Spirituosen  
Daniel Vonach, CM/Beschaffung Spezialgeschäfte/Kiosk

---

#### CM/Beschaffung Near Food/Non Food

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

---

#### CM-/Beschaffungs-Services

Marc Muntwyler, Leiter CM-/Beschaffungs-Services  
Rico Bossi, Leiter SBO/SCM Verkaufsstellen  
Mauro Manacchini, Leiter Beschaffungs-Services

---

#### Marketing/Digitale Services

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

---

#### Betty Bossi AG

Philipp Wyss, Präsident des Verwaltungsrates  
Lars Feldmann, Geschäftsführer

---

#### Marché Restaurants Schweiz AG

Philipp Wyss, Präsident des Verwaltungsrates  
Mirko Schwarz, Vorsitzender der Geschäftsleitung

---

#### Eurogroup Far East Ltd.

Philipp Wyss, Präsident des Verwaltungsrates  
Peter Hauser, Geschäftsführer

---

#### Direktion Logistik

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

---

#### Railcare AG

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

---

#### Direktion Finanzen

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

---

#### Direktion Immobilien

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

---

#### Direktion Informatik/Produktion/Services

Reto Conrad, Leiter Direktion Informatik/Produktion/Services  
August Harder, Leiter Informatik  
Marc Haubensak, Leiter BâleHotels  
Benedikt Pachlatko, Leiter Kooperationen/Kundendienst  
Stephan Rupprecht, Leiter Projekte  
Romeo Sciaranetti, Leiter Swissmill  
Anton von Weissenfluh, Leiter Chocolats Halba/Sunray

---

#### Update Fitness AG

Reto Conrad, Präsident des Verwaltungsrates  
Michael Ammann, Geschäftsführer

---

#### Coop-ITS-Travel AG

Reto Conrad, Präsident des Verwaltungsrates  
Andi Restle, Geschäftsführer

---

### Coop Tagungszentrum

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

---

### Société coopérative Centre de Séminaires «du Léman»

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

---

## Weitere Tochtergesellschaften

---

### Coop Mineraloel AG

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

---

### Transgourmet Holding AG

Hansueli Loosli, Präsident des Verwaltungsrates

---

### Transgourmet Central and Eastern Europe

John Matthew, Vorsitz der Geschäftsführung,  
Geschäftsführer Osteuropa  
Frank Seipelt, Vorsitz der Geschäftsführung,  
Geschäftsführer Foodservice Deutschland,  
Geschäftsführer Transgourmet Seafood  
Xavier Buro, Geschäftsführer Finanzen  
Manfred Hofer, Geschäftsführer Beschaffung  
Holger Penndorf, Geschäftsführer Cash & Carry Deutschland

---

### Transgourmet Polen

Alexander Orlowski, Vorsitz der Geschäftsführung und  
Geschäftsführer Vertrieb Cash & Carry  
Piotr Kolodziejczak, Geschäftsführer Verwaltung  
Piotr Sklodowski, Geschäftsführer Einkauf &  
Category Management

---

### Selgros Rumänien

Alexandru Vlad, Vorsitz der Geschäftsführung  
Herwig Arvay, Geschäftsführer Finanzen/IT  
Robert Hellwagner, Geschäftsführer Einkauf/Marketing

---

### Selgros Russland

Michael Zipfel, Vorsitz der Geschäftsführung  
Jens Frerichs, Geschäftsführer Einkauf & Category Management  
Maximilian Von Blanquet, Geschäftsführer Verwaltung & Expansion

---

### Transgourmet France

Eric Decroix, Vorsitz der Geschäftsführung  
Caroline Besselièvre, Leiterin HR  
Yves Cebron, Leiter Marketing/Beschaffung  
Edith Hertz, Leiterin Finanzen/ Services  
Serge Rey, Leiter Supply Chain

---

### Transgourmet Österreich

Manfred Hayböck, Geschäftsführung Kaufmännisch  
Thomas Panholzer, Geschäftsführung Vertrieb  
Stefan Buczolic, Geschäftsfeldleitung Cook2.0  
Georg Fersch, Geschäftsleitung «mein c+c»  
Gerald Santer, Bereichsleitung Trinkwerk  
Manfred Edelbauer, Bereichsleitung Information-Technology  
Bettina Fleiss, Bereichsleitung Marketing

---

Markus Hinterplattner, Bereichsleitung Immobilien & Bau  
Martina Kaffenda, Bereichsleitung Qualitätsmanagement  
Christine Keszner, Bereichsleitung Beschaffungslogistik  
Jürgen Krizmanich, Standortgeschäftsleitung National  
Karin Meisel, Bereichsleitung Vertrieb National &  
Kundenservice und Entwicklungsmanagement  
Andreas Rendl, Bereichsleitung Controlling  
Petra Scherrer, Bereichsleitung Human Resources  
Georg Steibelmüller, Bereichsleitung Finanz- und Rechnungswesen  
Michael Steinmair, Bereichsleitung Logistik  
Michael Vogl, Bereichsleitung Category Management

---

### Transgourmet Schweiz

Philipp Dautzenberg, Vorsitzender der Geschäftsleitung  
Markus Heiniger, Leiter Marketing und Beschaffung  
Erich Joss, Leiter HR  
Andrea Pellizzari, Leiter Finanzen/Controlling/Bau/Immobilien  
Claude Schnider, Leiter IT  
Ralph Zigerlig, Leiter Verkauf Schweiz

---

### Bell Food Group AG

Hansueli Loosli, Präsident des Verwaltungsrates  
Lorenz Wyss, Vorsitzender der Gruppenleitung, CEO  
Daniel Böhny, Mitglied der Gruppenleitung  
Christian Schröder, Mitglied der Gruppenleitung  
Marco Tschanz, Mitglied der Gruppenleitung, CFO

---

### Bell Schweiz

Lorenz Wyss, Leiter Division Bell Schweiz  
Philipp Allemann, Leiter Produktion/Beschaffung  
Christoph Schatzmann, Leiter Qualitätsmanagement/  
Nachhaltigkeit/Tierproduktion  
Christine Schlatter, Leiterin Verkauf/Marketing  
Marco Tschanz, Leiter Finanzen/ Services

---

### Bell Deutschland

Christian Schröder, Leiter Division Bell Deutschland,  
Leiter Vertrieb/Marketing  
Gunnar Bauer, Leiter Strategische Beschaffung  
Nicolaj Steber, Leiter Bell Spanien  
Steven Van Parijs, Leiter Bell Benelux  
Markus von der Pütten, Leiter Produktion/Technik

---

### Bell International

Daniel Böhny, Leiter Division Bell International  
Stefano Bianchi, Leiter Bell Frankreich  
Johannes Huber, Leiter Hubers/SÜTAG  
Eugeniusz Philip, Leiter Bell Polen  
Hedvig Szakács, Leiterin Bell Ungarn

---

### Bell Finanzen/Services

Marco Tschanz, Leiter Division Finanzen/Services

---

### Hilcona

Martin Henck, Vorsitzender der Geschäftsleitung

---

### Eisberg

Christian Guggisberg, Vorsitzender der Geschäftsleitung

---

### Hügli

Thomas Bodenmann, Vorsitzender der Geschäftsleitung

---



# Coop-Gruppe in Zahlen

|                                          |               |
|------------------------------------------|---------------|
| <b>Kennzahlen</b>                        | <b>74</b>     |
| Wichtige Kennzahlen auf einen Blick      | 74            |
| Entwicklung Coop-Gruppe                  | 75            |
| Nettoerlös                               | 76            |
| Verkaufsstellen/Märkte                   | 77            |
| Investitionen                            | 78            |
| Wertschöpfungsrechnung                   | 79            |
| Mitarbeitende                            | 80            |
| Nachhaltigkeit                           | 84            |
| <br><b>Bericht zum Geschäftsjahr</b>     | <br><b>86</b> |
| <br><b>Konsolidierte Jahresrechnung</b>  | <br><b>88</b> |
| Konsolidierte Erfolgsrechnung            | 88            |
| Konsolidierte Bilanz                     | 89            |
| Konsolidierte Geldflussrechnung          | 90            |
| Eigenkapitalnachweis                     | 91            |
| Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung | 92            |
| Bericht der Revisionsstelle              | 110           |

Alle Werte einzeln gerundet

## Kennzahlen

### Wichtige Kennzahlen auf einen Blick

#### Gesamtumsatz

**29 207** Mio. CHF

#### Nettoerlös Gruppe

**28 152** Mio. CHF

davon

**19 476** Mio. CHF Schweiz

**8 676** Mio. CHF Ausland

#### Nettoerlös Segmente

**17 405** Mio. CHF Detailhandel

**13 006** Mio. CHF Grosshandel/Produktion

#### Nettoerlös Online-Handel

**676** Mio. CHF Detailhandel

**1 036** Mio. CHF Grosshandel/Produktion

#### Anzahl Mitarbeitende am 31.12.

**46 604** Detailhandel

**39 714** Grosshandel/Produktion

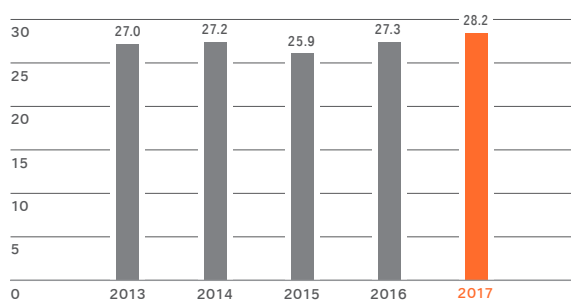
#### Anzahl Lernende am 31.12.

**2 648** Detailhandel

**836** Grosshandel/Produktion

#### Nettoerlös

in Mrd. CHF



#### Betriebsergebnis

**1 994** Mio. CHF EBITDA

7,1 % des Nettoerlöses

**806** Mio. CHF EBIT

2,9 % des Nettoerlöses

#### Jahresergebnis

**485** Mio. CHF

1,7 % des Nettoerlöses

#### Eigenkapital

**9 339** Mio. CHF

47,9 % Eigenkapitalanteil

#### Free Cash Flow

**99** Mio. CHF

#### Investitionen in Sachanlagen

**920** Mio. CHF Schweiz

**361** Mio. CHF Ausland

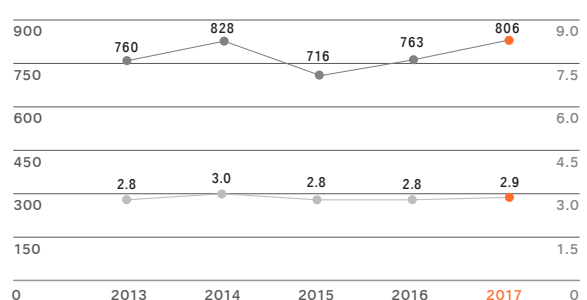
#### Anzahl Verkaufsstellen / Märkte

**2 295** Detailhandel

**142** Grosshandel/Produktion

#### Betriebsergebnis (EBIT)

— in Mio. CHF — in % des Nettoerlöses





## Entwicklung Coop-Gruppe

| in Mio. CHF bzw. wie angemerkt                                            | 2013                        | 2014      | 2015      | 2016      | 2017      |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Gesamtumsatz</b>                                                       | 27 950                      | 28 174    | 26 932    | 28 322    | 29 207    |
| <b>Detailhandel</b>                                                       | 17 379                      | 17 718    | 17 253    | 17 162    | 17 405    |
| <b>Grosshandel / Produktion</b>                                           | 11 329                      | 11 193    | 10 611    | 12 248    | 13 006    |
| <b>Konsolidierung</b>                                                     | -1 741                      | -1 749    | -1 969    | -2 151    | -2 259    |
| <b>Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen</b>                          | 26 967                      | 27 163    | 25 895    | 27 259    | 28 152    |
| davon Nettoerlös Schweiz                                                  | 19 489                      | 19 822    | 19 252    | 19 251    | 19 476    |
| in % des Nettoerlöses                                                     | 72.3                        | 73.0      | 74.3      | 70.6      | 69.2      |
| davon Nettoerlös Ausland                                                  | 7 478                       | 7 341     | 6 643     | 8 008     | 8 676     |
| in % des Nettoerlöses                                                     | 27.7                        | 27.0      | 25.7      | 29.4      | 30.8      |
| <b>Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b>   | 1 937                       | 2 038     | 1 933     | 2 044     | 1 994     |
| in % des Nettoerlöses (EBITDA-Marge)                                      | 7.2                         | 7.5       | 7.5       | 7.5       | 7.1       |
| <b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>                                            | 760                         | 828       | 716       | 763       | 806       |
| in % des Nettoerlöses (EBIT-Marge)                                        | 2.8                         | 3.0       | 2.8       | 2.8       | 2.9       |
| <b>Jahresergebnis</b>                                                     | 462                         | 470       | 416       | 475       | 485       |
| in % des Nettoerlöses (Gewinnmarge)                                       | 1.7                         | 1.7       | 1.6       | 1.7       | 1.7       |
| <b>Geldfluss aus Betriebstätigkeit</b>                                    | 1 667                       | 1 551     | 1 653     | 1 582     | 1 453     |
| in % des Nettoerlöses (Cash-Flow-Marge)                                   | 6.2                         | 5.7       | 6.4       | 5.8       | 5.2       |
| <b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>                                | -965                        | -1 700    | -1 477    | -1 939    | -1 473    |
| in % des Nettoerlöses                                                     | 3.6                         | 6.3       | 5.7       | 7.1       | 5.2       |
| <b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>                               | -116                        | -166      | -301      | 238       | -238      |
| <b>Free Cash Flow<sup>1</sup></b>                                         | 628                         | 327       | 234       | 61        | 99        |
| <b>Bilanzsumme</b>                                                        | 17 317                      | 17 441    | 17 654    | 18 663    | 19 482    |
| <b>Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile</b>                              | 7 738                       | 8 089     | 8 401     | 8 928     | 9 339     |
| <b>Eigenkapitalanteil inkl. Minderheitsanteile in %</b>                   | <b>Zielgrösse &gt; 40.0</b> | 44.7      | 46.4      | 47.6      | 47.8      |
| <b>Finanzverbindlichkeiten</b>                                            | 4 840                       | 4 753     | 4 700     | 5 043     | 5 096     |
| <b>Nettofinanzschuld</b>                                                  | 3 305                       | 3 560     | 3 614     | 4 061     | 4 368     |
| <b>Verschuldungsfaktor</b>                                                | <b>Zielgrösse &lt; 3.0</b>  | 1.7       | 1.7       | 1.9       | 2.0       |
| <b>Zinsdeckungsfaktor</b>                                                 | <b>Zielgrösse &gt; 8.0</b>  | 21.7      | 23.7      | 26.7      | 27.3      |
| <b>FTE (inkl. Lernende) am 31.12.</b>                                     | 64 498                      | 66 124    | 69 039    | 73 451    | 74 532    |
| <b>Anzahl Mitarbeitende (inkl. Lernende) am 31.12.</b>                    | 74 955                      | 77 087    | 79 954    | 85 001    | 86 318    |
| <b>Anzahl Lernende am 31.12.</b>                                          | 3 265                       | 3 271     | 3 410     | 3 505     | 3 484     |
| <b>Detailhandel Anzahl Verkaufsstellen / Märkte am 31.12.</b>             | 1 933                       | 1 978     | 2 198     | 2 254     | 2 295     |
| <b>Detailhandel Verkaufsfläche in m² am 31.12.</b>                        | 1 777 800                   | 1 798 081 | 1 814 469 | 1 852 653 | 1 870 025 |
| <b>Grosshandel / Produktion Anzahl Verkaufsstellen / Märkte am 31.12.</b> | 229                         | 212       | 214       | 226       | 142       |
| <b>Grosshandel / Produktion Verkaufsfläche in m² am 31.12.</b>            | 924 591                     | 938 283   | 938 768   | 1 004 472 | 1 007 102 |
| <b>Anzahl Mitglieder am 31.12.</b>                                        | 2 537 859                   | 2 500 036 | 2 536 800 | 2 542 848 | 2 582 309 |

Vorjahreswerte angepasst

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

## Nettoerlös

| in Mio. CHF                                              | 2017          | 2016          |
|----------------------------------------------------------|---------------|---------------|
| Coop Supermärkte                                         | 10 326        | 10 274        |
| Interdiscount                                            | 975           | 935           |
| Coop City                                                | 773           | 778           |
| Coop Bau+Hobby                                           | 625           | 622           |
| Toptip / Lumimart                                        | 192           | 200           |
| Import Parfumerie                                        | 145           | 149           |
| Coop@home                                                | 142           | 129           |
| Christ Uhren & Schmuck                                   | 81            | 87            |
| Coop Mineraloel AG                                       | 2 279         | 2 159         |
| Dipl. Ing. Fust AG                                       | 1 040         | 1 029         |
| Coop Vitality AG                                         | 186           | 179           |
| Coop Restaurant                                          | 249           | 254           |
| Marché Restaurants Schweiz AG                            | 110           | 114           |
| Betty Bossi AG                                           | 78            | 84            |
| The Body Shop Switzerland AG                             | 30            | 33            |
| Übrige Gesellschaften und Konsolidierungseffekte Segment | 174           | 137           |
| Fachformate                                              | 7 080         | 6 888         |
| <b>Detailhandel</b>                                      | <b>17 405</b> | <b>17 162</b> |
| Transgourmet Central and Eastern Europe                  | 5 668         | 5 284         |
| Transgourmet France                                      | 1 335         | 1 262         |
| Transgourmet Österreich                                  | 568           | 536           |
| Transgourmet Schweiz                                     | 1 518         | 1 471         |
| Transgourmet-Gruppe                                      | 9 087         | 8 551         |
| Bell Food Group                                          | 3 537         | 3 346         |
| Coop Genossenschaft Produktion                           | 759           | 705           |
| Übrige Gesellschaften und Konsolidierungseffekte Segment | -377          | -354          |
| <b>Grosshandel / Produktion</b>                          | <b>13 006</b> | <b>12 248</b> |
| Konsolidierung Coop-Gruppe                               | -2 259        | -2 151        |
| <b>Nettoerlös</b>                                        | <b>28 152</b> | <b>27 259</b> |
| Andere betriebliche Erträge                              | 1 055         | 1 063         |
| <b>Gesamtumsatz</b>                                      | <b>29 207</b> | <b>28 322</b> |
| davon Nettoerlös Online-Handel                           | 1 712         | 1 445         |
| Online-Handel Heimelektronik                             | 432           | 344           |
| – Microspot.ch                                           | 212           | 181           |
| – Nettoshop.ch                                           | 90            | 81            |
| – Sonstige                                               | 131           | 82            |
| Coop@home                                                | 142           | 129           |
| Übriger Online-Handel Detailhandel                       | 102           | 93            |
| Online-Handel Detailhandel                               | 676           | 565           |
| Online-Handel Grosshandel / Produktion                   | 1 036         | 880           |
| davon Nettoerlös Schweiz                                 | 19 476        | 19 251        |
| davon Nettoerlös Ausland                                 | 8 676         | 8 008         |

Vorjahreswerte angepasst

## Verkaufsstellen / Märkte

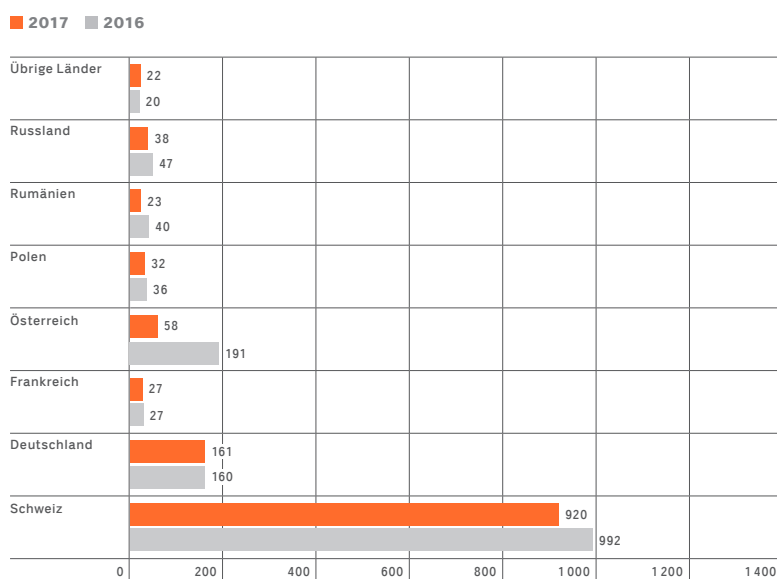
|                                         | 2017         | Anzahl am 31.12.<br>2016 | Verkaufsfläche in m² am 31.12.<br>2017 | 2016             |
|-----------------------------------------|--------------|--------------------------|----------------------------------------|------------------|
| Coop Supermärkte                        | 908          | 875                      | 984 119                                | 972 229          |
| Interdiscount                           | 188          | 192                      | 64 981                                 | 65 892           |
| Coop City                               | 31           | 31                       | 128 454                                | 127 692          |
| Coop Bau+Hobby                          | 74           | 74                       | 307 087                                | 305 786          |
| Toptip / Lumimart                       | 44           | 46                       | 122 650                                | 130 425          |
| Import Parfumerie                       | 121          | 123                      | 10 042                                 | 10 151           |
| Christ Uhren & Schmuck                  | 69           | 70                       | 5 549                                  | 5 652            |
| Hotels                                  | 4            | 3                        |                                        |                  |
| Coop Mineraloel AG                      | 305          | 298                      | 35 659                                 | 34 723           |
| Dipl. Ing. Fust AG                      | 156          | 160                      | 88 999                                 | 89 801           |
| Coop Vitality AG                        | 75           | 69                       | 9 567                                  | 8 833            |
| Coop Restaurant                         | 205          | 206                      | 59 965                                 | 58 621           |
| Marché Restaurants Schweiz AG           | 33           | 32                       | 15 481                                 | 15 276           |
| The Body Shop Switzerland AG            | 49           | 50                       | 2 881                                  | 2 949            |
| Update Fitness AG                       | 31           | 23                       | 34 591                                 | 24 623           |
| Tropenhäuser                            | 2            | 2                        |                                        |                  |
| Fachformate                             | 1 387        | 1 379                    | 885 906                                | 880 424          |
| <b>Detailhandel</b>                     | <b>2 295</b> | <b>2 254</b>             | <b>1 870 025</b>                       | <b>1 852 653</b> |
| Transgourmet Central and Eastern Europe | 100          | 97                       | 831 767                                | 825 814          |
| Transgourmet Österreich                 | 12           | 12                       | 51 915                                 | 51 655           |
| Transgourmet Schweiz                    | 30           | 30                       | 123 419                                | 123 037          |
| Transgourmet-Gruppe                     | 142          | 139                      | 1 007 102                              | 1 000 506        |
| Bell Tschechien                         |              | 87                       |                                        | 3 966            |
| Bell Food Group                         |              | 87                       |                                        | 3 966            |
| <b>Grosshandel / Produktion</b>         | <b>142</b>   | <b>226</b>               | <b>1 007 102</b>                       | <b>1 004 472</b> |
| <b>Coop-Gruppe</b>                      | <b>2 437</b> | <b>2 480</b>             | <b>2 877 127</b>                       | <b>2 857 125</b> |

Vorjahreswerte angepasst

## Investitionen

| in Mio. CHF                           | 2013         | 2014         | 2015         | 2016         | 2017         |
|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Schweiz                               | 862          | 975          | 1 202        | 992          | 920          |
| Deutschland                           | 81           | 119          | 94           | 160          | 161          |
| Frankreich                            | 49           | 51           | 34           | 27           | 27           |
| Österreich                            |              |              |              | 191          | 58           |
| Polen                                 | 26           | 38           | 74           | 36           | 32           |
| Rumänien                              | 8            | 12           | 17           | 40           | 23           |
| Russland                              | 52           | 12           | 13           | 47           | 38           |
| Übrige Länder                         | 4            | 2            | 20           | 20           | 22           |
| Ausland                               | 219          | 233          | 253          | 517          | 361          |
| <b>Investitionen Sachanlagen</b>      | <b>1 081</b> | <b>1 209</b> | <b>1 455</b> | <b>1 509</b> | <b>1 281</b> |
| Devestitionen Sachanlagen             | 92           | 41           | 105          | 107          | 59           |
| <b>Nettoinvestitionen Sachanlagen</b> | <b>989</b>   | <b>1 167</b> | <b>1 350</b> | <b>1 402</b> | <b>1 222</b> |
| Übrige Nettoinvestitionen             | -24          | 533          | 127          | 537          | 251          |
| <b>Nettoinvestitionen</b>             | <b>965</b>   | <b>1 700</b> | <b>1 477</b> | <b>1 939</b> | <b>1 473</b> |

### Investitionen Sachanlagen nach Ländern in Mio. CHF



## Wertschöpfungsrechnung

| in Mio. CHF                               | 2017         | 2016         | Index %      |
|-------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen | 28 152       | 27 259       | 103.3        |
| Sonstige betriebliche Leistungen          | 1 097        | 1 105        | 99.2         |
| Warenaufwand und übrige Vorleistungen     | 21 547       | 20 832       | 103.4        |
| Bruttowertschöpfung                       | 7 701        | 7 532        | 102.2        |
| Abschreibungen / Übriges                  | 1 150        | 1 206        | 95.3         |
| <b>Unternehmenswertschöpfung</b>          | <b>6 551</b> | <b>6 326</b> | <b>103.6</b> |
| Mitarbeitende                             |              |              |              |
| Löhne und Gehälter                        | 3 509        | 3 410        | 102.9        |
| Sozialleistungen / sonstige Leistungen    | 1 149        | 1 073        | 107.1        |
| Öffentliche Hand                          | 1 194        | 1 151        | 103.8        |
| Kreditgeber                               | 83           | 92           | 89.9         |
| Minderheiten (Fremdgesellschafter)        | 131          | 125          | 104.6        |
| Einbehaltene Gewinne (Selbstfinanzierung) | 485          | 475          | 102.2        |
| <b>Verteilung der Wertschöpfung</b>       | <b>6 551</b> | <b>6 326</b> | <b>103.6</b> |

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 71,1% (Vorjahr 70,9%) geht der grösste Teil der neugeschaffenen Werte an die Mitarbeitenden der Coop-Gruppe. Die Coop-Gruppe zählte 74 532 FTE (Vorjahr: 73 451).

Die öffentliche Hand erhält über die Abgabe von Steuern, Zöllen und Gebühren 18,2% (Vorjahr 18,2%).

Die Beiträge an die Kreditgeber von 1,3% (Vorjahr 1,5%) 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

|                                              | 2017          | 2016          | Veränderung  | Index %      |
|----------------------------------------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| Coop Supermärkte                             | 18 690        | 18 769        | -79          | 99.6         |
| Interdiscount                                | 1 626         | 1 647         | -21          | 98.7         |
| Coop City                                    | 2 071         | 2 054         | 17           | 100.8        |
| Coop Bau+Hobby                               | 1 597         | 1 607         | -10          | 99.4         |
| Toptip / Lumimart                            | 550           | 573           | -23          | 96.0         |
| Import Parfumerie                            | 507           | 515           | -8           | 98.4         |
| Coop@home                                    | 347           | 333           | 15           | 104.4        |
| Christ Uhren & Schmuck                       | 293           | 303           | -10          | 96.6         |
| Coop Mineraloel AG                           | 103           | 100           | 3            | 103.4        |
| Dipl. Ing. Fust AG                           | 2 153         | 2 156         | -3           | 99.9         |
| Coop Vitality AG                             | 629           | 577           | 53           | 109.1        |
| Coop Restaurant                              | 1 626         | 1 642         | -15          | 99.1         |
| Marché Restaurants Schweiz AG                | 601           | 672           | -72          | 89.4         |
| Betty Bossi AG                               | 97            | 100           | -3           | 96.7         |
| The Body Shop Switzerland AG                 | 170           | 193           | -23          | 88.2         |
| Übrige Gesellschaften                        | 887           | 809           | 78           | 109.6        |
| Logistik / Zentralbereiche                   | 5 258         | 5 226         | 32           | 100.6        |
| <b>Detailhandel</b>                          | <b>37 206</b> | <b>37 277</b> | <b>-71</b>   | <b>99.8</b>  |
| Transgourmet Central and Eastern Europe      | 20 024        | 18 926        | 1 098        | 105.8        |
| Transgourmet France                          | 3 131         | 3 150         | -19          | 99.4         |
| Transgourmet Österreich                      | 1 541         | 1 487         | 54           | 103.7        |
| Transgourmet Schweiz                         | 1 703         | 1 623         | 80           | 104.9        |
| <b>Transgourmet-Gruppe</b>                   | <b>26 400</b> | <b>25 186</b> | <b>1 214</b> | <b>104.8</b> |
| Bell Schweiz                                 | 4 613         | 4 474         | 139          | 103.1        |
| Bell Ausland                                 | 4 459         | 4 799         | -340         | 92.9         |
| Bell Food Group                              | 9 072         | 9 273         | -201         | 97.8         |
| Coop Genossenschaft Produktion               | 1 841         | 1 700         | 142          | 108.3        |
| Übrige Gesellschaften                        | 13            | 16            | -3           | 81.3         |
| <b>Grosshandel / Produktion</b>              | <b>37 326</b> | <b>36 174</b> | <b>1 152</b> | <b>103.2</b> |
| <b>Anzahl FTE (inkl. Lernende) am 31.12.</b> | <b>74 532</b> | <b>73 451</b> | <b>1 081</b> | <b>101.5</b> |



## Anzahl Mitarbeitende

|                                                        | 2017          | 2016          | Veränderung  | Index %      |
|--------------------------------------------------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| Coop Supermärkte                                       | 24 586        | 24 789        | -203         | 99.2         |
| Interdiscount                                          | 1 730         | 1 729         | 1            | 100.1        |
| Coop City                                              | 2 585         | 2 571         | 14           | 100.5        |
| Coop Bau+Hobby                                         | 2 004         | 1 998         | 6            | 100.3        |
| Toptip / Lumimart                                      | 632           | 659           | -27          | 95.9         |
| Import Parfumerie                                      | 689           | 694           | -5           | 99.3         |
| Coop@home                                              | 357           | 344           | 13           | 103.8        |
| Christ Uhren & Schmuck                                 | 391           | 414           | -23          | 94.4         |
| Coop Mineraloel AG                                     | 106           | 101           | 5            | 105.0        |
| Dipl. Ing. Fust AG                                     | 2 235         | 2 239         | -4           | 99.8         |
| Coop Vitality AG                                       | 869           | 795           | 74           | 109.3        |
| Coop Restaurant                                        | 2 078         | 2 091         | -13          | 99.4         |
| Marché Restaurants Schweiz AG                          | 849           | 916           | -67          | 92.7         |
| Betty Bossi AG                                         | 122           | 127           | -5           | 96.1         |
| The Body Shop Switzerland AG                           | 216           | 238           | -22          | 90.8         |
| Übrige Gesellschaften                                  | 1 445         | 1 238         | 207          | 116.7        |
| Logistik / Zentralbereiche                             | 5 710         | 5 694         | 16           | 100.3        |
| <b>Detailhandel</b>                                    | <b>46 604</b> | <b>46 637</b> | <b>-33</b>   | <b>99.9</b>  |
| Transgourmet Central and Eastern Europe                | 21 423        | 20 134        | 1 289        | 106.4        |
| Transgourmet France                                    | 3 240         | 3 269         | -29          | 99.1         |
| Transgourmet Österreich                                | 1 631         | 1 571         | 60           | 103.8        |
| Transgourmet Schweiz                                   | 1 873         | 1 818         | 55           | 103.0        |
| Transgourmet-Gruppe                                    | 28 167        | 26 792        | 1 375        | 105.1        |
| Bell Schweiz                                           | 4 947         | 4 831         | 116          | 102.4        |
| Bell Ausland                                           | 4 649         | 4 950         | -301         | 93.9         |
| Bell Food Group                                        | 9 596         | 9 781         | -185         | 98.1         |
| Coop Genossenschaft Produktion                         | 1 933         | 1 773         | 160          | 109.0        |
| Übrige Gesellschaften                                  | 18            | 18            | 0            | 100.0        |
| <b>Grosshandel / Produktion</b>                        | <b>39 714</b> | <b>38 364</b> | <b>1 350</b> | <b>103.5</b> |
| <b>Anzahl Mitarbeitende (inkl. Lernende) am 31.12.</b> | <b>86 318</b> | <b>85 001</b> | <b>1 317</b> | <b>101.5</b> |

## Anzahl Lernende

|                                         | 2017         | 2016         | Veränderung | Index %      |
|-----------------------------------------|--------------|--------------|-------------|--------------|
| Coop Supermärkte                        | 1 447        | 1 490        | -43         | 97.1         |
| Interdiscount                           | 344          | 347          | -3          | 99.1         |
| Coop City                               | 174          | 164          | 10          | 106.1        |
| Coop Bau+Hobby                          | 116          | 126          | -10         | 92.1         |
| Toptip / Lumimart                       | 37           | 38           | -1          | 97.4         |
| Import Parfumerie                       | 43           | 44           | -1          | 97.7         |
| Coop@home                               | 1            | 1            | 0           | 100.0        |
| Christ Uhren & Schmuck                  | 30           | 31           | -1          | 96.8         |
| Coop Mineraloel AG                      | 4            | 3            | 1           | 133.3        |
| Dipl. Ing. Fust AG                      | 87           | 97           | -10         | 89.7         |
| Coop Vitality AG                        | 130          | 115          | 15          | 113.0        |
| Coop Restaurant                         | 24           | 28           | -4          | 85.7         |
| Marché Restaurants Schweiz AG           | 15           | 20           | -5          | 75.0         |
| The Body Shop Switzerland AG            | 1            | 2            | -1          | 50.0         |
| Übrige Gesellschaften                   | 30           | 28           | 2           | 107.1        |
| Logistik / Zentralbereiche              | 165          | 171          | -6          | 96.5         |
| <b>Detailhandel</b>                     | <b>2 648</b> | <b>2 705</b> | <b>-57</b>  | <b>97.9</b>  |
| Transgourmet Central and Eastern Europe | 432          | 428          | 4           | 100.9        |
| Transgourmet France                     | 103          | 93           | 10          | 110.8        |
| Transgourmet Österreich                 | 77           | 88           | -11         | 87.5         |
| Transgourmet Schweiz                    | 78           | 74           | 4           | 105.4        |
| Transgourmet-Gruppe                     | 690          | 683          | 7           | 101.0        |
| Bell Schweiz                            | 70           | 61           | 9           | 114.8        |
| Bell Ausland                            | 48           | 34           | 14          | 141.2        |
| Bell Food Group                         | 118          | 95           | 23          | 124.2        |
| Coop Genossenschaft Produktion          | 28           | 22           | 6           | 127.3        |
| <b>Grosshandel / Produktion</b>         | <b>836</b>   | <b>800</b>   | <b>36</b>   | <b>104.5</b> |
| <b>Anzahl Lernende am 31.12.</b>        | <b>3 484</b> | <b>3 505</b> | <b>-21</b>  | <b>99.4</b>  |

## Diversität Mitarbeitende

| in %                                        | 2017 | Detailhandel<br>2016 | Grosshandel / Produktion<br>2017 | 2016 | 2017 | Coop-Gruppe<br>2016 |
|---------------------------------------------|------|----------------------|----------------------------------|------|------|---------------------|
| <b>Anstellungsverhältnis</b>                |      |                      |                                  |      |      |                     |
| Vollzeitbeschäftigte                        | 56.9 | 57.1                 | 81.9                             | 82.7 | 68.4 | 68.6                |
| Teilzeitbeschäftigte                        | 43.1 | 42.9                 | 18.1                             | 17.3 | 31.6 | 31.4                |
| <b>Anteil Frauen</b>                        | 62.3 | 62.6                 | 42.7                             | 43.6 | 53.3 | 54.0                |
| an Vollzeitbeschäftigten                    | 44.0 | 44.8                 | 38.3                             | 39.3 | 40.9 | 41.8                |
| an Teilzeitbeschäftigten                    | 86.4 | 86.3                 | 62.6                             | 64.2 | 80.1 | 80.8                |
| im Management                               | 41.4 | 40.9                 | 25.1                             | 31.0 | 35.3 | 36.7                |
| in VR und GL der Coop-Gruppe Genossenschaft |      |                      |                                  |      | 26.3 | 21.1                |
| <b>Anteil Beschäftigte über 50 Jahren</b>   | 26.3 | 25.9                 | 24.9                             | 24.3 | 25.6 | 25.2                |
| <b>Lernende</b>                             |      |                      |                                  |      |      |                     |
| Verkauf                                     | 81.6 | 86.9                 | 31.2                             | 33.9 | 69.5 | 74.8                |
| Kaufmännisch                                | 9.5  | 4.4                  | 38.0                             | 37.9 | 16.4 | 12.1                |
| Gewerbe / andere                            | 8.9  | 8.7                  | 30.8                             | 28.2 | 14.1 | 13.1                |
| <b>Arbeitsland</b>                          |      |                      |                                  |      |      |                     |
| Schweiz                                     | 99.8 | 99.8                 | 22.0                             | 22.0 | 64.0 | 64.7                |
| Deutschland                                 |      |                      | 30.1                             | 29.0 | 13.8 | 13.1                |
| Polen                                       |      |                      | 12.1                             | 12.2 | 5.6  | 5.5                 |
| Rumänien                                    |      |                      | 11.5                             | 11.3 | 5.3  | 5.1                 |
| Frankreich                                  |      |                      | 9.1                              | 9.6  | 4.2  | 4.3                 |
| Österreich                                  |      |                      | 6.7                              | 6.7  | 3.1  | 3.0                 |
| Andere                                      | 0.2  | 0.2                  | 8.5                              | 9.2  | 4.0  | 4.3                 |
| <b>Nationalität<sup>1</sup></b>             |      |                      |                                  |      |      |                     |
| Schweiz                                     | 68.6 | 69.4                 | 44.3                             | 45.1 | 64.9 | 65.8                |
| Ausland                                     | 31.4 | 30.6                 | 55.7                             | 54.9 | 35.1 | 34.2                |

Vorjahreswerte angepasst

<sup>1</sup> nur von Bereichen mit Firmensitz Schweiz

## Nachhaltigkeit

### Nachhaltige Produkte

|                                         | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  |
|-----------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>Nachhaltigkeitsumsatz</b>            |       |       |       |       |       |
| in Mio. CHF                             |       |       |       |       |       |
| Nachhaltigkeitsumsatz Coop-Gruppe       |       |       | 3 543 | 3 855 | 4 256 |
| davon Bio <sup>1</sup>                  | 1 061 | 1 082 | 1 174 | 1 255 | 1 389 |
| davon Fairtrade <sup>1</sup>            | 219   | 260   | 373   | 462   | 500   |
| Vorjahreswerte angepasst                |       |       |       |       |       |
| <sup>1</sup> 2013–2014 nur Detailhandel |       |       |       |       |       |

### Verpackungen

|                                                            |       |       |     |     |     |
|------------------------------------------------------------|-------|-------|-----|-----|-----|
| in Tonnen                                                  |       |       |     |     |     |
| Verpackungsreduktion/-optimierung Detailhandel             | 1 285 | 1 045 | 85  | 230 | 145 |
| Verpackungsreduktion/-optimierung Grosshandel / Produktion |       | 1 306 | 145 | 334 | 287 |

### Umwelt- und Klimaschutz

|                                  | 2013      | 2014      | 2015      | 2016      | 2017      |
|----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Energieverbrauch</b>          |           |           |           |           |           |
| in Megawattstunden               |           |           |           |           |           |
| Detailhandel                     | 1 146 711 | 1 116 389 | 1 127 499 | 1 134 156 | 1 167 296 |
| Grosshandel / Produktion         | 1 252 099 | 1 255 910 | 1 441 986 | 1 527 834 | 1 602 460 |
| Gesamtenergieverbrauch           | 2 398 810 | 2 372 299 | 2 569 485 | 2 661 990 | 2 769 756 |
| <b>Erneuerbare Energieträger</b> |           |           |           |           |           |
| Anteil in %                      |           |           |           |           |           |
| Detailhandel                     | 65.0      | 66.6      | 66.8      | 68.0      | 68.5      |
| Grosshandel / Produktion         | 32.8      | 33.2      | 37.0      | 36.3      | 39.6      |
| Anteil erneuerbare Energieträger | 48.2      | 48.9      | 50.1      | 49.8      | 53.5      |

### Kohlendioxid-Ausstoss (CO<sub>2</sub>)

|                                                |         |         |         |         |         |
|------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| in Tonnen                                      |         |         |         |         |         |
| Detailhandel                                   | 112 541 | 106 356 | 107 135 | 103 849 | 105 751 |
| Grosshandel / Produktion                       | 331 881 | 338 992 | 350 062 | 367 049 | 309 806 |
| Gesamtausstoss Kohlendioxid (CO <sub>2</sub> ) | 444 422 | 445 348 | 457 197 | 470 898 | 415 557 |

|  | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--|------|------|------|------|------|
|--|------|------|------|------|------|

#### Wasserverbrauch

in Tsd. Kubikmeter

|                          |       |       |       |       |       |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Detailhandel             | 1 118 | 1 154 | 1 060 | 1 282 | 1 300 |
| Grosshandel / Produktion | 2 476 | 3 030 | 5 632 | 5 902 | 6 115 |
| Gesamtwasserverbrauch    | 3 594 | 4 184 | 6 692 | 7 184 | 7 415 |

#### Abfall

Verwertungsquote

in %

|                          |      |      |      |      |      |
|--------------------------|------|------|------|------|------|
| Detailhandel             | 79.5 | 80.8 | 80.0 | 80.2 | 80.7 |
| Grosshandel / Produktion | 73.0 | 68.0 | 70.1 | 73.4 | 76.9 |

Vorjahreswerte angepasst

#### Abfallmenge

in Tonnen

|                          |         |         |         |         |         |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Detailhandel             | 125 494 | 126 598 | 129 896 | 134 145 | 139 445 |
| Grosshandel / Produktion | 57 527  | 65 610  | 65 409  | 84 085  | 109 551 |
| Gesamtabfallmenge        | 183 021 | 192 208 | 195 305 | 218 230 | 248 996 |

Vorjahreswerte angepasst

## Mitarbeitende und gesellschaftliches Engagement

|  | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--|------|------|------|------|------|
|--|------|------|------|------|------|

#### Gesellschaftliches Engagement

in Tsd. CHF

|                                                               |        |        |        |        |        |
|---------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Coop-Gruppe: Coop Fonds für Nachhaltigkeit                    | 15 309 | 16 550 | 17 000 | 18 655 | 17 511 |
| Detailhandel: Coop Patenschaft für Berggebiete                | 1 088  | 939    | 860    | 827    | 700    |
| Detailhandel: Weitere Beiträge für gesellschaftliche Projekte | 7 989  | 6 341  | 6 496  | 6 053  | 5 782  |

Vorjahreswerte angepasst

## 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 2017 um 3,3% auf total 28 152 Mio. CHF (Vorjahr: 27 259 Mio. CHF). Der Gesamtumsatz der Coop-Gruppe betrug 29 207 Mio. CHF (Vorjahr 28 322 Mio. CHF).

Mit ihrem Online-Handel erzielte die Gruppe einen Nettoerlös von 1712 Mio. CHF (Vorjahr: 1445 Mio. CHF). Dies entspricht einem Wachstum von 18,5%, wozu beide Segmente mit jeweils zweistelligen Wachstumsraten beitrugen.

#### Betriebsergebnis (EBIT)

Der Personalaufwand betrug 4616 Mio. CHF und der übrige Betriebsaufwand 2857 Mio. CHF. Das Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug 1994 Mio. CHF (Vorjahr: 2 044 Mio. CHF) bei einer gegenüber dem Vorjahr etwas geringeren EBITDA-Marge von 7,1%. Die Abschreibungen in Höhe von 1188 Mio. CHF setzten sich aus Abschreibungen auf Grundstücke und Bauten sowie Installationen von 498 Mio. CHF, auf weiteren Sachanlagen von 387 Mio. CHF, auf Goodwill von 180 Mio. CHF sowie auf sonstigen immateriellen Anlagen von 123 Mio. CHF zusammen. Das Betriebsergebnis (EBIT) lag mit 806 Mio. CHF über dem Vorjahrjahreswert von 763 Mio. CHF bei einer gegenüber dem Vorjahr leicht höheren EBIT-Marge von 2,9%.

#### Jahresergebnis

Das Ergebnis assoziierter Organisationen betrug 7 Mio. CHF (Vorjahr: 12 Mio. CHF). Das Ergebnis aus Fremdwährungen und das Finanzergebnis haben sich mit einem Verlust von 54 Mio. CHF (Vorjahr: Verlust von 75 Mio. CHF) verbessert. Nach der Berücksichtigung eines betriebsfremden Ergebnisses von 3 Mio. CHF, der Ertragssteuern von 145 Mio. CHF und der Minderheitsanteile von 131 Mio. CHF ergab sich ein im Vergleich zum Vorjahr um 10 Mio. CHF höheres Jahresergebnis von 485 Mio. CHF.

### Segmentrechnung

#### Detailhandel

Im Detailhandel wuchs Coop 2017 mit 1,4% überdurchschnittlich und erzielte einen Nettoerlös von 17 405 Mio. CHF.

Die Coop Supermärkte steigerten die Kundenfrequenz um 5,7% und übertrafen mit 10 326 Mio. CHF Nettoerlös das Vorjahresniveau. Erfreulicherweise konnten die Coop Supermärkte Marktanteile gewinnen, insbesondere im Bereich der Frische.

Die Fachformate legten im Nettoerlös um 2,8% auf 7 080 Mio. CHF zu. Interdiscount, Microspot.ch, Dipl. Ing. Fust und Nettoshop.ch erzielten einen Nettoerlös von 2 016 Mio. CHF. Dies entspricht einem Wachstum von 51 Mio. CHF. Damit festigten sie ihre Leader-Position im Heimelektronikmarkt.

Coop Bau+Hobby bleibt Leader im Baumarkt. Der Nettoerlös stieg um 0,5% auf CHF 625 Mio.

Die Nettoerlöse der Coop-City-Warenhäuser gingen um 0,6% zurück und erreichten CHF 773 Millionen. Im schwierigen Marktumfeld konnten Marktanteile gewonnen werden.

Die Coop Mineraloel AG bleibt Marktleaderin. Der Nettoerlös stieg um 5,5% auf 2 279 Mio. CHF. Die Pronto-Shops legten dabei um 2,2% zu.

Die Coop Vitality AG entwickelte sich erneut sehr erfreulich und konnte sowohl beim Nettoerlös als auch bei den Marktanteilen zulegen. Der Nettoerlös stieg um 4,1% auf 186 Mio. CHF.

Im Detailhandel stieg der Nettoerlös im Online-Geschäft um 19,7% auf CHF 676 Millionen an. Massgeblich haben Microspot.ch und Coop@home dazu beigetragen. Der Online-Supermarkt Coop@home gewinnt weiter Marktanteile und verzeichnete ein überdurchschnittliches Wachstum von 10,5%; der Nettoerlös betrug CHF 142 Millionen.

Das Betriebsergebnis (EBIT) des Segments Detailhandel nahm um 32 Mio. CHF auf 497 Mio. CHF zu (Vorjahr: 465 Mio. CHF).

Die Anzahl der Verkaufsstellen im Segment (inkl. Restaurants) stieg um 41 auf 2 295 an. Die Coop-Gruppe beschäftigte im Detailhandel 46 604 Mitarbeitende (Vorjahr: 46 637).



## Grosshandel/Produktion

Im Segment Grosshandel/Produktion stieg der Nettoerlös auf 13 006 Mio. CHF (Vorjahr: 12 248 Mio. CHF). Dies entspricht einem Wachstum von 6,2%. Akquisitionsbereinigt wuchs der Bereich Grosshandel/Produktion um 4,9%.

Die Transgourmet-Gruppe, welche im Abhol- und Belieferungsgrosshandel in Deutschland, Polen, Rumänien, Russland, Frankreich, Österreich und der Schweiz tätig ist, erwirtschaftete einen Nettoerlös von 9 087 Mio. CHF (Vorjahr: 8 551 Mio. CHF). Sie konnte damit um 6,3% zulegen und ihre Position als zweitgrösstes Unternehmen im europäischen Abhol- und Belieferungsgrosshandel weiter ausbauen.

Transgourmet betrieb insgesamt 142 Cash+Carry-Märkte (Vorjahr: 139) und beschäftigte 28 167 Mitarbeitende (Vorjahr: 26 792). Die Bell Food Group zählt zu den führenden Fleisch- und Convenience-Verarbeitern in Europa. Mit den Marken Bell, Hilcona und Eisberg deckt die Gruppe vielfältige Kundenbedürfnisse ab. Zu den Kunden zählen Handel, Foodservice und Lebensmittelindustrie. Der Nettoerlös lag mit 3 537 Mio. CHF um 5,7% über dem Vorjahr (3 346 Mio. CHF). Im Jahr 2017 beschäftigte die Bell Food Group 9 596 Mitarbeitende (Vorjahr: 9 781).

Das Betriebsergebnis (EBIT) des Segments Grosshandel/Produktion erhöhte sich um 11 Mio. CHF auf 309 Mio. CHF (Vorjahr: 298 Mio. CHF).

## Finanz- und Vermögenslage

### Bilanz

Die Bilanzsumme der Coop-Gruppe nahm im Vergleich zum Vorjahr um 819 Mio. CHF zu. Auf der Aktivseite erhöhte sich bei einer Abnahme der flüssigen Mittel und einer Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie der Vorräte das Umlaufvermögen um 261 Mio. CHF auf 6 058 Mio. CHF. Das Anlagevermögen erhöhte sich um 558 Mio. CHF auf 13 424 Mio. CHF. Dabei standen den Abschreibungen höhere Investitionen sowie Zugänge aus den getätigten Akquisitionen gegenüber. Das Fremdkapital erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 408 Mio. CHF auf 10 143 Mio. CHF. Dabei stieg das kurzfristige Fremdkapital um 372 Mio. CHF auf 4 927 Mio. CHF an und das langfristige Fremdkapital um 37 Mio. CHF auf 5 216 Mio. CHF. Im langfristigen Fremdkapital finanzierte sich die Coop-Gruppe über Anleihen und Depositen. Das Eigenkapital inklusive Minderheitsanteile stieg auf 9 339 Mio. CHF an. Damit lag der Eigenkapitalanteil per 31. Dezember 2017 mit 47,9% deutlich über der strategischen Zielgrösse von 40%. Er wuchs gegenüber dem Vorjahr um 0,1%-Punkte.

### Geldflussrechnung

Der Geldzufluss aus Betriebstätigkeit betrug 1 453 Mio. CHF und reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 129 Mio. CHF. Der Geldabfluss aus Investitionstätigkeit betrug 1 473 Mio. CHF und lag damit 466 Mio. CHF unter dem Vorjahr. Dies resultierte sowohl aus geringeren Ausgaben für Akquisitionen, als auch aus geringeren Nettoinvestitionen in Sachanlagen. Bei den Sachanlagen und Immateriellen Anlagen wurden netto 1 354 Mio. CHF investiert sowie für Akquisitionen weitere 179 Mio. CHF. Bei den Finanzanlagen/Wertschriften wurden netto 59 Mio. CHF devestiert. Daraus ergab sich ein Free Cash Flow von 99 Mio. CHF. Der Geldabfluss aus Finanzierungstätigkeit betrug 238 Mio. CHF. Die Coop-Gruppe Genossenschaft nahm eine Anleihe über 200 Mio. CHF auf und tätigte eine Anleihen-Rückzahlung von 250 Mio. CHF. Die kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten verzeichneten einen Netto-Anstieg von 66 Mio. CHF. Zudem wurden Auszahlungen für den Erwerb von Minderheitsanteilen in Höhe von 167 Mio. CHF getätigt und Dividenden an Minderheiten in Höhe von 86 Mio. CHF bezahlt.

## Konsolidierte Jahresrechnung

### Konsolidierte Erfolgsrechnung

| in Mio. CHF                                                             | Erläuterungen | 2017         | 2016         |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------|--------------|--------------|
| Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen                               | 1             | 28 152       | 27 259       |
| Andere betriebliche Erträge                                             | 2             | 1 055        | 1 063        |
| Warenaufwand                                                            |               | 19 740       | 19 078       |
| Personalaufwand                                                         | 3             | 4 616        | 4 440        |
| Übriger Betriebsaufwand                                                 | 4             | 2 857        | 2 759        |
| <b>Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b> |               | <b>1 994</b> | <b>2 044</b> |
| Abschreibungen auf Sachanlagen                                          | 5             | 885          | 950          |
| Abschreibungen auf immateriellen Anlagen                                | 5             | 303          | 332          |
| <b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>                                          | <b>1</b>      | <b>806</b>   | <b>763</b>   |
| Ergebnis assoziierter Organisationen                                    |               | 7            | 12           |
| Ergebnis aus Fremdwährungen                                             |               | 5            | 0            |
| Finanzergebnis                                                          | 6             | -59          | -75          |
| <b>Ordentliches Ergebnis</b>                                            |               | <b>758</b>   | <b>700</b>   |
| Betriebsfremdes Ergebnis                                                | 7             | 3            | 46           |
| <b>Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT)</b>                                |               | <b>762</b>   | <b>746</b>   |
| Ertragssteuern                                                          | 8             | 145          | 146          |
| <b>Ergebnis nach Ertragssteuern</b>                                     |               | <b>616</b>   | <b>600</b>   |
| Minderheitsanteile                                                      |               | 131          | 125          |
| <b>Jahresergebnis</b>                                                   |               | <b>485</b>   | <b>475</b>   |

## Konsolidierte Bilanz

| in Mio. CHF                                      | Erläuterungen | 31.12.2017    | 31.12.2016    |
|--------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Flüssige Mittel                                  | 9             | 722           | 972           |
| Wertschriften                                    |               | 5             | 10            |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen       | 10            | 1 236         | 1 084         |
| Sonstige kurzfristige Forderungen                | 11            | 334           | 337           |
| Aktive Rechnungsabgrenzungen                     |               | 523           | 384           |
| Vorräte                                          | 12            | 3 237         | 3 011         |
| <b>Umlaufvermögen</b>                            |               | <b>6 058</b>  | <b>5 797</b>  |
| Sachanlagen                                      | 13            | 12 163        | 11 543        |
| Finanzanlagen                                    | 14            | 120           | 196           |
| Immaterielle Anlagen                             | 15            | 1 141         | 1 126         |
| <b>Anlagevermögen</b>                            |               | <b>13 424</b> | <b>12 866</b> |
| <b>Aktiven</b>                                   |               | <b>19 482</b> | <b>18 663</b> |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen |               | 1 938         | 1 905         |
| Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten             | 16            | 937           | 927           |
| Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten          | 17            | 549           | 457           |
| Kurzfristige Rückstellungen                      | 18            | 304           | 315           |
| Passive Rechnungsabgrenzungen                    |               | 1 200         | 951           |
| Kurzfristiges Fremdkapital                       |               | 4 927         | 4 555         |
| Langfristige Finanzverbindlichkeiten             | 16            | 4 159         | 4 116         |
| Langfristige Rückstellungen                      | 18            | 1 056         | 1 063         |
| Langfristiges Fremdkapital                       |               | 5 216         | 5 179         |
| <b>Fremdkapital</b>                              |               | <b>10 143</b> | <b>9 735</b>  |
| Gewinnreserven                                   |               | 8 572         | 7 907         |
| Kapitalreserven                                  |               | -145          | 0             |
| Jahresergebnis                                   |               | 485           | 475           |
| Eigenkapital ohne Minderheitsanteile             |               | 8 912         | 8 382         |
| Minderheitsanteile                               |               | 427           | 547           |
| <b>Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile</b>     |               | <b>9 339</b>  | <b>8 928</b>  |
| <b>Passiven</b>                                  |               | <b>19 482</b> | <b>18 663</b> |

## Konsolidierte Geldflussrechnung

| in Mio. CHF                                                                                   | 2017          | 2016          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|
| Ergebnis nach Ertragssteuern                                                                  | 616           | 600           |
| Abschreibungen                                                                                | 1 167         | 1 144         |
| Verluste aus Wertbeeinträchtigungen                                                           | 92            | 174           |
| Wegfall von Wertbeeinträchtigungen                                                            | -36           | -5            |
| Gewinn (-)/Verlust aus Veräusserung Anlagevermögen                                            | -14           | -53           |
| Sonstiges nicht liquiditätswirksames Ergebnis                                                 | -77           | 3             |
| Ergebnis assoziierter Organisationen                                                          | -7            | -12           |
| Erhaltene Dividenden von assoziierten Organisationen                                          | 1             | 5             |
| Zunahme/Abnahme (-) langfristige Rückstellungen                                               | -10           | -39           |
| <b>Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen</b>                                          | <b>1 731</b>  | <b>1 817</b>  |
| Zunahme (-)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen                            | -83           | -89           |
| Zunahme (-)/Abnahme der sonstigen Forderungen und aktiven Rechnungsabgrenzungen               | -101          | -46           |
| Zunahme (-)/Abnahme der Vorräte                                                               | -142          | -124          |
| Zunahme/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen                      | -45           | 39            |
| Zunahme/Abnahme (-) sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen | 122           | 49            |
| Zunahme/Abnahme (-) kurzfristige Rückstellungen                                               | -30           | -64           |
| <b>Geldfluss aus Betriebstätigkeit</b>                                                        | <b>1 453</b>  | <b>1 582</b>  |
| Sachanlagen Investitionen                                                                     | -1 281        | -1 509        |
| Sachanlagen Devestitionen                                                                     | 59            | 107           |
| Finanzanlagen / Wertschriften Investitionen                                                   | -40           | -51           |
| Finanzanlagen / Wertschriften Devestitionen                                                   | 99            | 15            |
| Auszahlungen für den Erwerb konsolidierter Organisationen                                     | -178          | -382          |
| Einnahmen aus dem Verkauf konsolidierter Organisationen                                       | -1            | 0             |
| Immaterielle Anlagen Investitionen                                                            | -132          | -120          |
| Immaterielle Anlagen Devestitionen                                                            | 0             | 0             |
| <b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>                                                    | <b>-1 473</b> | <b>-1 939</b> |
| Aufnahme von Anleihen                                                                         | 200           | 880           |
| Rückzahlung von Anleihen                                                                      | -250          | -500          |
| Erwerb / Verkauf Minderheitsanteile                                                           | -167          | -2            |
| Dividenden an Minderheiten                                                                    | -86           | -85           |
| Zunahme/Abnahme (-) kurzfristige Finanzverbindlichkeiten                                      | 118           | 24            |
| Zunahme/Abnahme (-) langfristige Finanzverbindlichkeiten                                      | -52           | -79           |
| <b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>                                                   | <b>-238</b>   | <b>238</b>    |
| <b>Saldo Geldfluss</b>                                                                        | <b>-259</b>   | <b>-118</b>   |
| Flüssige Mittel zu Beginn der Berichtsperiode                                                 | 972           | 1 080         |
| Saldo Geldfluss                                                                               | -259          | -118          |
| Währungseinfluss Flüssige Mittel                                                              | 8             | 10            |
| <b>Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode</b>                                            | <b>722</b>    | <b>972</b>    |

## Eigenkapitalnachweis

| in Mio. CHF                           | Einbehaltene Gewinne | Kumulierte Währungs-differenzen | Kapital-reserven | Jahres-ergebnis | Eigenkapital exkl. Minder-heitsanteile | Minderheits-anteile | Eigenkapital inkl. Minder-heitsanteile |
|---------------------------------------|----------------------|---------------------------------|------------------|-----------------|----------------------------------------|---------------------|----------------------------------------|
| <b>Eigenkapital am 01.01.2017</b>     | <b>8 488</b>         | <b>-581</b>                     |                  | <b>475</b>      | <b>8 382</b>                           | <b>547</b>          | <b>8 928</b>                           |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis |                      |                                 |                  |                 |                                        | 3                   | 3                                      |
| Erwerb / Verkauf Minderheitsanteile   |                      |                                 | -145             |                 | -145                                   | -183                | -327                                   |
| Verwendung Vorjahresergebnis          | 475                  |                                 |                  | -475            |                                        |                     |                                        |
| Jahresergebnis                        |                      |                                 |                  | 485             | 485                                    | 131                 | 616                                    |
| Dividenden                            |                      |                                 |                  |                 |                                        | -86                 | -86                                    |
| Währungseinfluss                      |                      | 190                             |                  |                 | 190                                    | 15                  | 205                                    |
| <b>Eigenkapital am 31.12.2017</b>     | <b>8 963</b>         | <b>-391</b>                     | <b>-145</b>      | <b>485</b>      | <b>8 912</b>                           | <b>427</b>          | <b>9 339</b>                           |

|                                       |              |             |  |            |              |            |              |
|---------------------------------------|--------------|-------------|--|------------|--------------|------------|--------------|
| <b>Eigenkapital am 01.01.2016</b>     | <b>8 072</b> | <b>-597</b> |  | <b>416</b> | <b>7 891</b> | <b>510</b> | <b>8 401</b> |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis |              |             |  |            |              | 1          | 1            |
| Erwerb / Verkauf Minderheitsanteile   |              |             |  |            |              | -2         | -2           |
| Verwendung Vorjahresergebnis          | 416          |             |  | -416       |              |            |              |
| Jahresergebnis                        |              |             |  | 475        | 475          | 125        | 600          |
| Dividenden                            |              |             |  |            |              | -85        | -85          |
| Währungseinfluss                      |              | 16          |  |            | 16           | -3         | 14           |
| <b>Eigenkapital am 31.12.2016</b>     | <b>8 488</b> | <b>-581</b> |  | <b>475</b> | <b>8 382</b> | <b>547</b> | <b>8 928</b> |

Eine Erhöhung oder Reduktion der Beteiligungsquote an vollkonsolidierten Gesellschaften wird als Transaktionen mit Eigentümern betrachtet. Der Unterschiedsbetrag zwischen dem Transaktionspreis und dem entsprechenden Minderheitsanteil wird mit dem Eigenkapital verrechnet und in den Kapitalreserven ausgewiesen. 2017 wurden die Beteiligungsquoten an der Hilcona AG und der Service 7000 AG erhöht und der daraus resultierende Effekt in den Kapitalreserven erfasst.

## 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 2017 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

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

#### Konsolidierungskreis

Die konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe umfasst die Coop-Gruppe Genossenschaft und deren Beteiligungen. Die Beteiligungen (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 mit 20 bis 50 % beteiligt ist und einen massgeblichen Einfluss ausübt.

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

#### Konsolidierungsmethode

##### *Vollkonsolidierte Gesellschaften*

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

Kaufpreisanpassungen in Abhängigkeit von künftigen Ereignissen werden prognostiziert. Falls der definitive Kaufpreis von der Schätzung abweicht, wird der Goodwill entsprechend angepasst. Ein negativer Goodwill (Badwill) wird im Erwerbsjahr der Erfolgsrechnung gutgeschrieben. Verkaufte Gesellschaften werden bis zum Zeitpunkt des Kontrollverlustes, der in der Regel dem Verkaufszeitpunkt entspricht, berücksichtigt.

Minderheitsanteile am konsolidierten Eigenkapital sowie am Ergebnis werden in der Bilanz und der Erfolgsrechnung separat ausgewiesen. Eine Erhöhung oder Reduktion der Beteiligungsquote an vollkonsolidierten Gesellschaften wird als Transaktion mit Eigentümern betrachtet. Dementsprechend werden Gewinne und Verluste aus solchen Transaktionen direkt mit dem Eigenkapital verrechnet. Die konzerninternen Transaktionen und Beziehungen, das heisst Erträge und Aufwendungen sowie Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den konsolidierten Gesellschaften, werden gegenseitig verrechnet und eliminiert. Zwischengewinne auf konzerninternen Transaktionen werden – sofern wesentlich – eliminiert.

#### *Assoziierte Organisationen*

Die assoziierten Gesellschaften werden nach der Equity-Methode in die konsolidierte Jahresrechnung einbezogen, sofern diese wirtschaftlich relevant sind. Zur Bestimmung des anteiligen Eigenkapitals werden die Abschlüsse dieser Gesellschaften nach einem «true and fair view»-Grundsatz herangezogen.

#### Fremdwährungsumrechnung

Die Umrechnung der lokalen Aktiven und Passiven in Schweizer Franken erfolgt zum Stichtagskurs. Die lokalen Erfolgsrechnungen und die Geldflussrechnungen werden zum Durchschnittskurs umgerechnet. Die Differenzen, die sich aus der Anwendung der oben erwähnten unterschiedlichen Umrechnungskurse ergeben, werden direkt im Eigenkapital berücksichtigt. Bei der Veräusserung von ausländischen Tochtergesellschaften oder assoziierten Unternehmen werden die anteiligen kumulierten Währungsdifferenzen vom Eigenkapital in die Erfolgsrechnung übertragen.

#### Währungsumrechnungskurse in CHF

|     |     |       | Durchschnittskurse |       | Stichtagskurse |            |
|-----|-----|-------|--------------------|-------|----------------|------------|
|     |     |       | 2017               | 2016  | 31.12.2017     | 31.12.2016 |
| 1   | EUR | 1.111 | 1.090              | 1.170 | 1.074          |            |
| 1   | CZK | 0.042 | 0.040              | 0.046 | 0.040          |            |
| 1   | HKD | 0.126 | 0.127              | 0.125 | 0.131          |            |
| 100 | HUF | 0.358 | 0.350              | 0.377 | 0.347          |            |
| 1   | PLN | 0.261 | 0.250              | 0.280 | 0.243          |            |
| 1   | RON | 0.243 | 0.243              | 0.251 | 0.237          |            |
| 1   | RUB | 0.017 | 0.015              | 0.017 | 0.017          |            |
| 1   | USD | 0.982 | 0.989              | 0.976 | 1.019          |            |



### Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen

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

### Flüssige Mittel

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

### Wertschriften

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

### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige Forderungen

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

### Vorräte

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

### Finanzanlagen

Die Finanzanlagen enthalten die nach der Equity-Methode bewerteten Anteile an assoziierten Organisationen. Weiter werden die langfristigen Darlehen sowie die mit der Absicht der dauernden Anlage gehaltenen Wertschriften als Finanzanlagen ausgewiesen. Wertschriften 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.

### Abschreibungsdauer in Jahren

#### Grundstücke und Bauten

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

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

#### Mobilien, Maschinen und Informatik

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

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

Die Abschreibungsdauer bei den Bauten erstreckt sich von 40 Jahren bei betrieblichen Liegenschaften mit erhöhter Beanspruchung bis zu 67 Jahren bei gemischt genutzten Liegenschaften. Installationen werden in der Regel über 15 bis 20 Jahre abgeschrieben. In Produktionsbetrieben werden spezifische Produktionsinstallationen mit einer längeren Nutzungsdauer über bis zu 30 Jahre abgeschrieben.

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

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

Schwere Nutzfahrzeuge weisen eine Abschreibungsdauer von bis zu 10 Jahren auf.

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

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

### Abschreibungsdauer in Jahren

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

### Wertbeeinträchtigungen (Impairment)

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

### Fremdkapital

Als kurzfristiges Fremdkapital gelten alle innerhalb eines Jahres fälligen Verbindlichkeiten sowie Abgrenzungen und kurzfristige Rückstellungen. Im langfristigen Fremdkapital sind Verpflichtungen mit einer Laufzeit von über einem Jahr enthalten. Kurzfristige und langfristige Verbindlichkeiten werden zu Nominalwerten bilanziert.

### Rückstellungen

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

### Ertragssteuern

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

Die latenten Ertragssteuern werden auf sämtlichen temporären steuerbaren respektive steuerlich abzugsfähigen Bewertungsunterschieden zwischen steuerlichen und Swiss GAAP FER-Werten auf Basis einer bilanzorientierten Sichtweise abgegrenzt. Die jährlich abzugrenzenden latenten Ertragssteuern werden zum für das jeweilige Steuersubjekt per Bilanzstichtag gültigen zukünftigen Steuersatz berechnet.

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

### **Derivative Finanzinstrumente**

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

### **Vorsorgeverpflichtungen**

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

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

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

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

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

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

Bei den Gruppengesellschaften im Ausland bestehen keine rechtlich selbstständigen Vorsorgeeinrichtungen mit separat ausgewiesenen 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 und Betriebsergebnis (EBIT) nach Segmenten

|                          |                                           | 2017                    |                                           | 2016                    |
|--------------------------|-------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------|-------------------------|
|                          | Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen | Betriebsergebnis (EBIT) | Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen | Betriebsergebnis (EBIT) |
| Detailhandel             | 17 405                                    | 497                     | 17 162                                    | 465                     |
| Grosshandel / Produktion | 13 006                                    | 309                     | 12 248                                    | 298                     |
| Konsolidierung           | -2 259                                    |                         | -2 151                                    |                         |
| <b>Coop-Gruppe</b>       | <b>28 152</b>                             | <b>806</b>              | <b>27 259</b>                             | <b>763</b>              |

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.

Im Jahr 2016 wurden im EBIT CHF 8 Mio. zwischen den Segmenten «Detailhandel» und «Grosshandel / Produktion» umgegliedert. Grund ist eine organisatorische Verschiebung zwischen der Logistik Coop (Detailhandel) und den Produktionsbetrieben Coop (Grosshandel / Produktion).

## Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen nach geographischen Märkten

|                    | 2017          | 2016          |
|--------------------|---------------|---------------|
| Schweiz            | 19 476        | 19 251        |
| Ausland            | 8 676         | 8 008         |
| <b>Coop-Gruppe</b> | <b>28 152</b> | <b>27 259</b> |

# 2 Andere betriebliche Erträge

|                                                      | 2017         | 2016         |
|------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| Betriebliche Mietzinserträge                         | 194          | 189          |
| Veräusserungsgewinn auf betrieblichem Anlagevermögen | 6            | 6            |
| Aktivierete Eigenleistungen                          | 22           | 22           |
| Sonstige Dienstleistungserträge                      | 834          | 846          |
| <b>Total</b>                                         | <b>1 055</b> | <b>1 063</b> |

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

# 3 Personalaufwand

|                          | 2017         | 2016         |
|--------------------------|--------------|--------------|
| Löhne / Gehälter         | 3 509        | 3 410        |
| Sozialleistungen         | 815          | 773          |
| Sozialleistungssatz in % | 23.2         | 22.7         |
| Übriger Personalaufwand  | 292          | 257          |
| <b>Total</b>             | <b>4 616</b> | <b>4 440</b> |

# 4 Übriger Betriebsaufwand

|                                     | 2017         | 2016         |
|-------------------------------------|--------------|--------------|
| Werbeaufwand                        | 490          | 500          |
| Mietaufwand                         | 724          | 705          |
| Büro- und Verwaltungsaufwand        | 269          | 252          |
| Abgaben und Sachversicherungen      | 87           | 80           |
| Betriebliche Steuern                | 43           | 42           |
| Unterhalt und Ersatz                | 410          | 389          |
| Energieaufwand und Betriebsmaterial | 422          | 412          |
| Transportkosten                     | 200          | 188          |
| Diverse Aufwendungen                | 212          | 190          |
| <b>Total</b>                        | <b>2 857</b> | <b>2 759</b> |

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

in Mio. CHF

| 5 Abschreibungen                             | 2017         | 2016         |
|----------------------------------------------|--------------|--------------|
| Goodwill planmässig                          | 180          | 211          |
| Goodwill ausserplanmässig                    | 0            | 38           |
| Übrige immaterielle Anlagen planmässig       | 92           | 79           |
| Übrige immaterielle Anlagen ausserplanmässig | 31           | 4            |
| Abschreibungen auf immateriellen Anlagen     | 303          | 332          |
| Sachanlagen planmässig                       | 893          | 852          |
| Sachanlagen ausserplanmässig                 | 27           | 100          |
| Wertaufholung Sachanlagen                    | -35          | -3           |
| Abschreibungen auf Sachanlagen               | 885          | 950          |
| <b>Total</b>                                 | <b>1 188</b> | <b>1 282</b> |

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

| 6 Finanzergebnis                             | 2017       | 2016       |
|----------------------------------------------|------------|------------|
| Dividenden und Kursgewinne auf Wertschriften | 1          | 1          |
| Übriger Finanzertrag                         | 22         | 16         |
| Finanzertrag                                 | 23         | 17         |
| Kursverluste auf Wertschriften               | 0          | 0          |
| Zinsaufwand und übrige Finanzkosten          | 50         | 61         |
| Wertberichtigungen auf Finanzanlagen         | 33         | 31         |
| Finanzaufwand                                | 83         | 92         |
| <b>Total</b>                                 | <b>-59</b> | <b>-75</b> |

| 7 Betriebsfremdes Ergebnis                                                                             | 2017     | 2016      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|
| Mietertrag                                                                                             | 1        | 1         |
| Veräusserungsgewinne auf nicht betrieblichem Anlagevermögen                                            | 12       | 49        |
| Übrige nicht betriebliche Erträge                                                                      | 0        | 4         |
| Nicht betrieblicher Ertrag                                                                             | 13       | 54        |
| Nicht betrieblicher Liegenschaftsaufwand (inkl. Abschreibungen auf nicht betrieblichem Anlagevermögen) | 5        | 6         |
| Übriger nicht betrieblicher Aufwand                                                                    | 5        | 2         |
| Nicht betrieblicher Aufwand                                                                            | 9        | 8         |
| <b>Total</b>                                                                                           | <b>3</b> | <b>46</b> |

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                   | 2017       | 2016       |
|------------------------------------|------------|------------|
| Laufende Ertragssteuern            | 120        | 172        |
| Veränderung latente Steuern        | 26         | -26        |
| <b>Total</b>                       | <b>145</b> | <b>146</b> |
| Durchschnittlicher Steuersatz in % | 19.1       | 19.6       |

|                                                                                              | 2017               |                             | 2016               |                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------------|--------------------|-----------------------------|
|                                                                                              | Steuersatz<br>in % | Steuerbetrag<br>in Mio. CHF | Steuersatz<br>in % | Steuerbetrag<br>in Mio. CHF |
| Durchschnittlich anzuwendender Steuersatz / Erwartete Ertragssteuern                         | 18.7               | 142                         | 20.6               | 153                         |
| Verluste im laufenden Jahr, für die keine latenten Steuern aktiviert wurden                  |                    | 13                          |                    | 14                          |
| Nutzung von nicht erfassten Verlustvorträgen                                                 |                    | -26                         |                    | -17                         |
| Durchschnittlich anzuwendender Ertragssteuersatz unter Berücksichtigung von Verlustvorträgen | 17.1               | 130                         | 20.1               | 150                         |
| Sonstige Effekte                                                                             |                    | 15                          |                    | -4                          |
| <b>Effektiver Ertragssteuersatz / Effektive Ertragssteuern</b>                               | <b>19.1</b>        | <b>145</b>                  | <b>19.6</b>        | <b>146</b>                  |

Die Berechnung der erwarteten Ertragssteuern erfolgt unter der Prämisse, dass das betriebsfremde Ergebnis gleich besteuert wird wie das ordentliche Ergebnis. Die sonstigen Effekte resultieren im Wesentlichen aus nicht steuerbaren Aufwendungen und Erträgen, periodenfremden Ertragssteuern und Effekten aus Steuersatzänderungen.

Auf Verlustvorträgen in Höhe von 827 Mio. CHF (31.12.2016: 867 Mio. CHF) wurden keine latenten Steuern aktiviert.

| 9 Flüssige Mittel                           | 31.12.2017 | 31.12.2016 |
|---------------------------------------------|------------|------------|
| Kassenbestände, Postcheck- und Bankguthaben | 666        | 894        |
| Reka-Checks / Checks / Gutscheine           | 27         | 23         |
| Festgelder                                  | 29         | 56         |
| <b>Total</b>                                | <b>722</b> | <b>972</b> |

| 10 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 31.12.2017   | 31.12.2016   |
|-----------------------------------------------|--------------|--------------|
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen    | 1 289        | 1 125        |
| Wertberichtigung                              | -53          | -42          |
| <b>Total</b>                                  | <b>1 236</b> | <b>1 084</b> |

| 11 Sonstige kurzfristige Forderungen | 31.12.2017 | 31.12.2016 |
|--------------------------------------|------------|------------|
| Übrige Forderungen                   | 326        | 333        |
| Anzahlungen an Lieferanten           | 10         | 7          |
| Wertberichtigung                     | -2         | -3         |
| <b>Total</b>                         | <b>334</b> | <b>337</b> |

| 12 Vorräte                        | 31.12.2017   | 31.12.2016   |
|-----------------------------------|--------------|--------------|
| Handelswaren                      | 2 721        | 2 600        |
| Fertigfabrikate (Produktion)      | 213          | 192          |
| Halbfabrikate, Produkte in Arbeit | 183          | 143          |
| Rohmaterial                       | 146          | 129          |
| Hilfs- und Verpackungsmaterial    | 60           | 49           |
| Anzahlungen an Lieferanten        | 50           | 37           |
| Wertberichtigung                  | -136         | -140         |
| <b>Total</b>                      | <b>3 237</b> | <b>3 011</b> |



in Mio. CHF

### 13 Sachanlagen

|                                             | Unbebaute<br>Grundstücke | Grundstücke<br>und Bauten | Installationen | Möbilen, Ma-<br>schinen und<br>Informatik | Fahrzeuge  | Finanzie-<br>rungsleasing | Anlagen<br>in Bau | Total         |
|---------------------------------------------|--------------------------|---------------------------|----------------|-------------------------------------------|------------|---------------------------|-------------------|---------------|
| <b>Sachanlagen 2017</b>                     |                          |                           |                |                                           |            |                           |                   |               |
| <b>Ansaffungswerte 01.01.2017</b>           | <b>192</b>               | <b>10 425</b>             | <b>5 806</b>   | <b>4 905</b>                              | <b>515</b> | <b>22</b>                 | <b>586</b>        | <b>22 451</b> |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis       | 1                        | 27                        | 1              | 16                                        | 3          | 1                         | 0                 | 48            |
| Investitionen                               | 1                        | 125                       | 270            | 338                                       | 85         | 0                         | 461               | 1 281         |
| Devestitionen                               | 0                        | -150                      | -46            | -172                                      | -48        | 0                         | -3                | -420          |
| Währungseinfluss                            | 2                        | 177                       | 90             | 73                                        | 23         | 1                         | 8                 | 374           |
| Reklassifikationen                          | -15                      | 198                       | 206            | 149                                       | 4          | -10                       | -532              | 0             |
| <b>Ansaffungswerte 31.12.2017</b>           | <b>181</b>               | <b>10 803</b>             | <b>6 326</b>   | <b>5 308</b>                              | <b>582</b> | <b>15</b>                 | <b>521</b>        | <b>23 735</b> |
| <b>Kumulierte Abschreibungen 01.01.2017</b> | <b>4</b>                 | <b>3 981</b>              | <b>3 217</b>   | <b>3 396</b>                              | <b>290</b> | <b>18</b>                 | <b>2</b>          | <b>10 908</b> |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis       |                          | 4                         | 0              | 3                                         | 2          | 0                         |                   | 9             |
| Planmässige Abschreibungen                  |                          | 187                       | 323            | 323                                       | 61         | 1                         |                   | 895           |
| Ausserplanmässige Abschreibungen            |                          | 16                        | 9              | 2                                         | 0          |                           | 0                 | 28            |
| Wertaufholung                               |                          | -35                       |                |                                           |            |                           |                   | -35           |
| Devestitionen                               |                          | -116                      | -44            | -168                                      | -46        | 0                         | -1                | -375          |
| Währungseinfluss                            | 0                        | 42                        | 38             | 50                                        | 12         | 1                         | 0                 | 143           |
| Reklassifikationen                          |                          | 0                         | 4              | 3                                         | 0          | -7                        | 0                 | 0             |
| <b>Kumulierte Abschreibungen 31.12.2017</b> | <b>4</b>                 | <b>4 080</b>              | <b>3 547</b>   | <b>3 608</b>                              | <b>319</b> | <b>13</b>                 | <b>0</b>          | <b>11 572</b> |
| <b>Nettobuchwerte 31.12.2017</b>            | <b>177</b>               | <b>6 723</b>              | <b>2 778</b>   | <b>1 700</b>                              | <b>264</b> | <b>1</b>                  | <b>521</b>        | <b>12 163</b> |
| davon nicht betrieblich                     |                          | 52                        |                |                                           |            |                           |                   | 52            |
| davon Anzahlungen                           |                          |                           |                |                                           |            |                           | 65                | 65            |
| <b>Sachanlagen 2016</b>                     |                          |                           |                |                                           |            |                           |                   |               |
| <b>Ansaffungswerte 01.01.2016</b>           | <b>152</b>               | <b>9 766</b>              | <b>5 234</b>   | <b>4 535</b>                              | <b>441</b> | <b>22</b>                 | <b>1 087</b>      | <b>21 237</b> |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis       | 8                        | 100                       | 19             | 100                                       | 30         | 0                         | 5                 | 263           |
| Investitionen                               | 31                       | 310                       | 459            | 335                                       | 84         | 0                         | 289               | 1 509         |
| Devestitionen                               | -1                       | -108                      | -86            | -310                                      | -41        | 0                         | -4                | -549          |
| Währungseinfluss                            | 6                        | -2                        | -8             | -5                                        | -2         | 0                         | 3                 | -9            |
| Reklassifikationen                          | -5                       | 359                       | 188            | 249                                       | 3          | 0                         | -794              | 0             |
| <b>Ansaffungswerte 31.12.2016</b>           | <b>192</b>               | <b>10 425</b>             | <b>5 806</b>   | <b>4 905</b>                              | <b>515</b> | <b>22</b>                 | <b>586</b>        | <b>22 451</b> |
| <b>Kumulierte Abschreibungen 01.01.2016</b> | <b>4</b>                 | <b>3 760</b>              | <b>2 962</b>   | <b>3 322</b>                              | <b>252</b> | <b>18</b>                 | <b>9</b>          | <b>10 326</b> |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis       |                          | 28                        | 11             | 76                                        | 20         | 0                         |                   | 135           |
| Planmässige Abschreibungen                  |                          | 186                       | 320            | 291                                       | 57         | 1                         |                   | 854           |
| Ausserplanmässige Abschreibungen            |                          | 73                        | 10             | 16                                        | 0          |                           | 1                 | 101           |
| Wertaufholung                               |                          | -3                        | 0              |                                           |            |                           |                   | -3            |
| Devestitionen                               |                          | -69                       | -83            | -305                                      | -38        | 0                         |                   | -495          |
| Währungseinfluss                            | 0                        | -1                        | -4             | -5                                        | -1         | 0                         | 0                 | -11           |
| Reklassifikationen                          |                          | 7                         | 1              | 0                                         | 0          | 0                         | -9                | 0             |
| <b>Kumulierte Abschreibungen 31.12.2016</b> | <b>4</b>                 | <b>3 981</b>              | <b>3 217</b>   | <b>3 396</b>                              | <b>290</b> | <b>18</b>                 | <b>2</b>          | <b>10 908</b> |
| <b>Nettobuchwerte 31.12.2016</b>            | <b>188</b>               | <b>6 444</b>              | <b>2 588</b>   | <b>1 509</b>                              | <b>225</b> | <b>4</b>                  | <b>585</b>        | <b>11 543</b> |
| davon nicht betrieblich                     |                          | 34                        |                |                                           |            |                           |                   | 34            |
| davon Anzahlungen                           |                          |                           |                |                                           |            |                           | 45                | 45            |

in Mio. CHF

## 14 Finanzanlagen

|                                             | Arbeitgeber-<br>beitrags-<br>reserve | Assoziierte<br>Organi-<br>sationen | Übrige<br>Finanz-<br>anlagen | Total |
|---------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|------------------------------|-------|
| <b>Finanzanlagen 2017</b>                   |                                      |                                    |                              |       |
| Nettobuchwerte 01.01.2017                   | 10                                   | 91                                 | 95                           | 196   |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis       | 1                                    | 0                                  | 1                            | 2     |
| Investitionen                               |                                      |                                    | 40                           | 40    |
| Devestitionen                               |                                      | -18                                | -75                          | -93   |
| Zuschreibungen (+) / Wertberichtigungen (-) |                                      | 6                                  | -33                          | -27   |
| Währungseinfluss                            |                                      | 2                                  | 1                            | 3     |
| Nettobuchwerte 31.12.2017                   | 11                                   | 80                                 | 29                           | 120   |

## Finanzanlagen 2016

|                                             |    |    |     |     |
|---------------------------------------------|----|----|-----|-----|
| Nettobuchwerte 01.01.2016                   | 11 | 77 | 97  | 185 |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis       |    | 1  | 1   | 2   |
| Investitionen                               |    | 7  | 41  | 48  |
| Devestitionen                               | -1 |    | -14 | -15 |
| Zuschreibungen (+) / Wertberichtigungen (-) |    | 7  | -30 | -22 |
| Währungseinfluss                            |    | -1 | 0   | -1  |
| Nettobuchwerte 31.12.2016                   | 10 | 91 | 95  | 196 |

## Übrige Finanzanlagen

|                                              | 31.12.2017 | 31.12.2016 |
|----------------------------------------------|------------|------------|
| Darlehen                                     | 95         | 64         |
| Diverse Finanzanlagen                        | 9          | 74         |
| Wertberichtigungen auf übrigen Finanzanlagen | -75        | -43        |
| <b>Total</b>                                 | <b>29</b>  | <b>95</b>  |

in Mio. CHF

**15 Immaterielle Anlagen**

|                                             | Goodwill     | Marken /<br>Patente /<br>Lizenzen | Software   | Übrige<br>immaterielle<br>Anlagen | Anlagen in<br>Entwicklung | Total        |
|---------------------------------------------|--------------|-----------------------------------|------------|-----------------------------------|---------------------------|--------------|
| <b>Immaterielle Anlagen 2017</b>            |              |                                   |            |                                   |                           |              |
| <b>Anschaffungswerte 01.01.2017</b>         | <b>3 527</b> | <b>632</b>                        | <b>435</b> | <b>41</b>                         | <b>46</b>                 | <b>4 681</b> |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis       | 157          | 0                                 | 7          | 5                                 | 2                         | 172          |
| Investitionen                               |              | 0                                 | 65         | 6                                 | 60                        | 132          |
| Devestitionen                               | -1           | -1                                | -4         | -8                                |                           | -14          |
| Währungseinfluss                            | 32           | 2                                 | 7          | 1                                 | 0                         | 43           |
| Reklassifikationen                          |              | 4                                 | 3          | 0                                 | -7                        | 0            |
| <b>Anschaffungswerte 31.12.2017</b>         | <b>3 715</b> | <b>638</b>                        | <b>514</b> | <b>45</b>                         | <b>101</b>                | <b>5 014</b> |
| <b>Kumulierte Abschreibungen 01.01.2017</b> | <b>2 890</b> | <b>311</b>                        | <b>315</b> | <b>38</b>                         |                           | <b>3 554</b> |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis       |              | 0                                 | 4          | 2                                 |                           | 7            |
| Planmässige Abschreibungen                  | 180          | 37                                | 52         | 3                                 |                           | 272          |
| Ausserplanmässige Abschreibungen            |              |                                   | 1          | 0                                 | 30                        | 31           |
| Devestitionen                               |              | -1                                | -4         | -8                                |                           | -12          |
| Währungseinfluss                            | 12           | 2                                 | 6          | 1                                 |                           | 21           |
| <b>Kumulierte Abschreibungen 31.12.2017</b> | <b>3 082</b> | <b>349</b>                        | <b>376</b> | <b>36</b>                         | <b>30</b>                 | <b>3 873</b> |
| <b>Nettobuchwerte 31.12.2017</b>            | <b>633</b>   | <b>288</b>                        | <b>138</b> | <b>9</b>                          | <b>71</b>                 | <b>1 141</b> |

**Immaterielle Anlagen 2016**

|                                             |              |            |            |           |           |              |
|---------------------------------------------|--------------|------------|------------|-----------|-----------|--------------|
| <b>Anschaffungswerte 01.01.2016</b>         | <b>3 285</b> | <b>604</b> | <b>432</b> | <b>41</b> | <b>29</b> | <b>4 390</b> |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis       | 247          | 1          | 5          | 2         |           | 254          |
| Investitionen                               |              | 3          | 71         | 1         | 44        | 120          |
| Devestitionen                               |              | -1         | -72        | -3        | 0         | -77          |
| Währungseinfluss                            | -5           | 0          | -1         | 0         | 0         | -6           |
| Reklassifikationen                          |              | 26         | 1          | 0         | -27       | 0            |
| <b>Anschaffungswerte 31.12.2016</b>         | <b>3 527</b> | <b>632</b> | <b>435</b> | <b>41</b> | <b>46</b> | <b>4 681</b> |
| <b>Kumulierte Abschreibungen 01.01.2016</b> | <b>2 642</b> | <b>280</b> | <b>335</b> | <b>38</b> |           | <b>3 296</b> |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis       |              | 1          | 4          | 1         |           | 6            |
| Planmässige Abschreibungen                  | 211          | 32         | 45         | 1         |           | 290          |
| Ausserplanmässige Abschreibungen            | 38           | 0          | 3          | 1         |           | 42           |
| Devestitionen                               |              | -1         | -72        | -3        |           | -77          |
| Währungseinfluss                            | -1           | 0          | -1         | 0         |           | -2           |
| <b>Kumulierte Abschreibungen 31.12.2016</b> | <b>2 890</b> | <b>311</b> | <b>315</b> | <b>38</b> |           | <b>3 554</b> |
| <b>Nettobuchwerte 31.12.2016</b>            | <b>636</b>   | <b>321</b> | <b>120</b> | <b>3</b>  | <b>46</b> | <b>1 126</b> |

in Mio. CHF

## 16 Finanzverbindlichkeiten

|                                                   | Währung | Laufzeit       | Zinssatz in %<br>(gewichtet) | Nominalwert | 31.12.2017   | 31.12.2016   |
|---------------------------------------------------|---------|----------------|------------------------------|-------------|--------------|--------------|
| Bankkontokorrente                                 |         |                |                              |             | 3            | 4            |
| Depositenkonten                                   |         |                | 0.551                        |             | 1 755        | 1 751        |
| Kassenobligationen                                |         | 2–8 Jahre      | 1.269                        |             | 211          | 241          |
| Bell Food Group AG                                | CHF     | Mai 2013–2018  | 1.000                        | 175         |              |              |
| Coop-Gruppe Genossenschaft                        | CHF     | Juli 2012–2019 | 1.250                        | 250         |              |              |
| Coop-Gruppe Genossenschaft                        | CHF     | Juli 2015–2020 | 0.250                        | 300         |              |              |
| Coop-Gruppe Genossenschaft                        | CHF     | Juni 2014–2021 | 0.875                        | 200         |              |              |
| 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     | Sep. 2014–2023 | 1.000                        | 200         |              |              |
| Coop-Gruppe Genossenschaft                        | CHF     | Juli 2015–2024 | 0.880                        | 200         |              |              |
| Bell Food Group AG                                | CHF     | März 2016–2025 | 0.625                        | 300         |              |              |
| Coop-Gruppe Genossenschaft                        | CHF     | Mai 2016–2026  | 0.500                        | 380         |              |              |
| Coop-Gruppe Genossenschaft                        | CHF     | Sep. 2017–2027 | 0.500                        | 200         |              |              |
| Anleihen                                          |         |                |                              |             | 2 580        | 2 630        |
| Bankdarlehen                                      |         |                |                              |             | 127          | 37           |
| Hypotheken                                        |         |                | 3.430                        |             | 92           | 99           |
| Finanzierungsleasing                              |         |                |                              |             | 1            | 0            |
| Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen |         |                | 0.250                        |             | 200          | 200          |
| Übrige Finanzverbindlichkeiten                    |         |                |                              |             | 128          | 81           |
| <b>Total</b>                                      |         |                |                              |             | <b>5 096</b> | <b>5 043</b> |
| davon kurzfristige Finanzverbindlichkeiten        |         |                |                              |             | 937          | 927          |
| davon langfristige Finanzverbindlichkeiten        |         |                |                              |             | 4 159        | 4 116        |

## 17 Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten

|                                       | 31.12.2017 | 31.12.2016 |
|---------------------------------------|------------|------------|
| Gutscheine im Umlauf                  | 71         | 64         |
| Kundenanzahlungen                     | 146        | 135        |
| Übrige Steuern                        | 82         | 132        |
| Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten | 251        | 126        |
| <b>Total</b>                          | <b>549</b> | <b>457</b> |

Die übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten per 31.12.2017 enthalten den Restkaufpreis für die Übernahme des Minderheitsanteils von 49 % an der Hilcona AG.

in Mio. CHF

## 18 Rückstellungen

|                                                | Personal-<br>vorsorge | Restruktu-<br>rierungen | Supercard  | Latente<br>Steuern | Übrige Rück-<br>stellungen | Total        |
|------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|------------|--------------------|----------------------------|--------------|
| <b>Rückstellungen 2017</b>                     |                       |                         |            |                    |                            |              |
| <b>Buchwerte 01.01.2017</b>                    | <b>112</b>            | <b>51</b>               | <b>185</b> | <b>767</b>         | <b>263</b>                 | <b>1 378</b> |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis          | 0                     |                         |            | 3                  | 0                          | 3            |
| Bildung von Rückstellungen                     | 24                    | 11                      | 189        |                    | 44                         | 268          |
| Verwendung von Rückstellungen                  | -22                   | -18                     | -191       |                    | -63                        | -294         |
| Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen | -3                    | -11                     | -3         |                    | -15                        | -32          |
| Veränderung latente Steuern                    |                       |                         |            | 26                 |                            | 26           |
| Währungseinfluss                               | 3                     | 0                       |            | 3                  | 5                          | 11           |
| Reklassifikationen                             | -4                    |                         |            |                    | 4                          | 0            |
| <b>Buchwerte 31.12.2017</b>                    | <b>111</b>            | <b>33</b>               | <b>180</b> | <b>798</b>         | <b>238</b>                 | <b>1 360</b> |
| davon kurzfristige Rückstellungen              | 21                    | 25                      | 180        |                    | 78                         | 304          |
| davon langfristige Rückstellungen              | 89                    | 8                       |            | 798                | 160                        | 1 056        |
| <b>Rückstellungen 2016</b>                     |                       |                         |            |                    |                            |              |
| <b>Buchwerte 01.01.2016</b>                    | <b>179</b>            | <b>57</b>               | <b>190</b> | <b>789</b>         | <b>243</b>                 | <b>1 458</b> |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis          | 4                     |                         |            | 8                  | 5                          | 17           |
| Bildung von Rückstellungen                     | 24                    | 18                      | 179        |                    | 98                         | 320          |
| Verwendung von Rückstellungen                  | -80                   | -15                     | -182       |                    | -73                        | -349         |
| Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen | -15                   | -10                     | -3         |                    | -9                         | -36          |
| Veränderung latente Steuern                    |                       |                         |            | -25                |                            | -25          |
| Währungseinfluss                               | 0                     | 0                       |            | -6                 | -1                         | -7           |
| Reklassifikationen                             |                       |                         |            |                    |                            |              |
| <b>Buchwerte 31.12.2016</b>                    | <b>112</b>            | <b>51</b>               | <b>185</b> | <b>767</b>         | <b>263</b>                 | <b>1 378</b> |
| davon kurzfristige Rückstellungen              | 22                    | 28                      | 185        |                    | 80                         | 315          |
| davon langfristige Rückstellungen              | 90                    | 22                      |            | 767                | 184                        | 1 063        |

Die übrigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen Rückstellungen für Personal von 103 Mio. CHF (31.12.2016: 103 Mio. CHF) und für Verkaufsstellen von 24 Mio. CHF (31.12.2016: 29 Mio. CHF).

in Mio. CHF

## 19 Vorsorgeeinrichtungen

### Arbeitgeberbeitragsreserve 2017

|                                       | Nominalwert | Vorsorgeeinrichtungen<br>Verwendungs-<br>verzicht | Bilanzwert | Patronale Fonds / Vorsorgeeinrichtungen<br>Nominalwert | Verwendungs-<br>verzicht | Bilanzwert |
|---------------------------------------|-------------|---------------------------------------------------|------------|--------------------------------------------------------|--------------------------|------------|
| Buchwerte 01.01.2017                  | 10          |                                                   | 10         |                                                        |                          |            |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis | 1           |                                                   | 1          |                                                        |                          |            |
| Bildung                               | 0           |                                                   | 0          |                                                        |                          |            |
| Verwendung (Personalaufwand)          | 0           |                                                   | 0          |                                                        |                          |            |
| Buchwerte 31.12.2017                  | 11          |                                                   | 11         |                                                        |                          |            |

### Arbeitgeberbeitragsreserve 2016

|                                       |    |  |    |    |  |    |
|---------------------------------------|----|--|----|----|--|----|
| Buchwerte 01.01.2016                  | 10 |  | 10 | 1  |  | 1  |
| Veränderungen im Konsolidierungskreis | 0  |  | 0  | 0  |  |    |
| Bildung                               | 0  |  | 0  |    |  |    |
| Verwendung (Personalaufwand)          | 0  |  | 0  | -1 |  | -1 |
| Buchwerte 31.12.2016                  | 10 |  | 10 | 0  |  | 0  |

|                                                                             | Über- / Unter-<br>deckung | Wirtschaftlicher Anteil<br>der Coop-Gruppe | Veränderung zum Vorjahr | Auf die Periode<br>abgegrenzte<br>Beiträge | Vorsorgeaufwand<br>im Personalaufwand |      |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------|------|
|                                                                             | 31.12.2017                | 31.12.2017                                 | 31.12.2016              | erfolgsneutral <sup>1</sup><br>2017        | erfolgswirksam<br>2017                | 2017 |
| Wirtschaftlicher Nutzen / wirtschaftliche Verpflichtung und Vorsorgeaufwand |                           |                                            |                         |                                            |                                       | 2016 |
| Patronale Fonds / Vorsorgeeinrichtungen                                     |                           |                                            |                         |                                            |                                       | -1   |
| Vorsorgeeinrichtung ohne Über- / Unterdeckung                               |                           |                                            |                         |                                            | 262                                   | 262  |
| Vorsorgeeinrichtung mit Überdeckung                                         | 1                         |                                            |                         |                                            | 1                                     | 1    |
| Vorsorgeeinrichtung rückversichert                                          |                           |                                            |                         |                                            | 1                                     | 1    |
| Vorsorgepläne ohne eigene Aktiven                                           |                           | -111                                       | -112                    | -23                                        | 22                                    | 22   |
| Total                                                                       | 1                         | -111                                       | -112                    | -23                                        | 22                                    | 264  |
|                                                                             |                           |                                            |                         |                                            |                                       | 286  |
|                                                                             |                           |                                            |                         |                                            |                                       | 275  |

<sup>1</sup> Auszahlungen, Währungsumrechnung und Veränderung Konsolidierungskreis

Per 31.12.2017 weist die CPV/CAP einen Deckungsgrad von 114,0 % (Vorjahr 113,0 %) aus. Aus Sicht FER 16 besteht keine Über- oder Unterdeckung, da die Zielgrösse der Wertschwankungsreserve noch nicht erreicht ist.

## 20 Ausserbilanzgeschäfte

|                                                                         | 31.12.2017 | 31.12.2016 |
|-------------------------------------------------------------------------|------------|------------|
| Bürgschaften, Garantieverpflichtungen                                   | 27         | 63         |
| Weitere quantifizierbare Verpflichtungen mit Eventualcharakter          | 6          | 119        |
| Weitere, nicht zu bilanzierende Verpflichtungen                         | 127        | 5          |
| Buchwert der zur Sicherung eigener Verpflichtungen verpfändeten Aktiven | 128        | 235        |

Das deutsche Bundeskartellamt hat im Juli 2014 einen Bussgeldbescheid über rund 100 Mio. EUR wegen angeblich unerlaubter Preisabsprachen in den Jahren vor dem Kauf von Abraham und ZIMBO gegen Bell Deutschland ausgesprochen. Es wurde keine Rückstellung gebildet, da die Coop-Gruppe diese Busse weder sachlich noch materiell als gerechtfertigt erachtete. Bis 31.12.2016 war eine Eventualverpflichtung in entsprechender Höhe unter «Weitere quantifizierbare Verpflichtungen mit Eventualcharakter» erfasst. Im Juni 2017 hat das Bundeskartellamt das Verfahren eingestellt und den Bussgeldbescheid zurückgenommen.

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.



in Mio. CHF

## 21 Verpflichtungen aus nicht bilanziertem operativem Leasing

31.12.2017 31.12.2016

|                                     |       |       |
|-------------------------------------|-------|-------|
| Fällig innerhalb eines Jahres       | 750   | 738   |
| Fällig innerhalb von 1 bis 5 Jahren | 2 549 | 2 543 |
| Fällig nach über 5 Jahren           | 3 602 | 3 823 |

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

## 22 Offene derivative Finanzinstrumente

### Derivative Finanzinstrumente 2017

| Basiswert    | Zweck       | Kontraktwerte | Bilanzierte Werte |           | Nicht bilanzierte Werte |          |
|--------------|-------------|---------------|-------------------|-----------|-------------------------|----------|
|              |             |               | Aktiven           | Passiven  | Aktiven                 | Passiven |
| Devisen      | Absicherung | 1 368         | 0                 | 15        | 2                       | 0        |
| <b>Total</b> |             | <b>1 368</b>  | <b>0</b>          | <b>15</b> | <b>2</b>                | <b>0</b> |

### Derivative Finanzinstrumente 2016

| Basiswert    | Zweck       | Kontraktwerte | Bilanzierte Werte |          | Nicht bilanzierte Werte |          |
|--------------|-------------|---------------|-------------------|----------|-------------------------|----------|
|              |             |               | Aktiven           | Passiven | Aktiven                 | Passiven |
| Devisen      | Absicherung | 1 017         | 5                 | 4        | 2                       | 1        |
| Zinssätze    | Absicherung | 8             | 0                 | 0        | 0                       | 0        |
| <b>Total</b> |             | <b>1 025</b>  | <b>5</b>          | <b>4</b> | <b>2</b>                | <b>2</b> |

## 23 Transaktionen mit nahestehenden Personen

### Transaktionen mit assoziierten Organisationen

2017 2016

|                                           |    |     |
|-------------------------------------------|----|-----|
| Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen | 36 | 25  |
| Andere betriebliche Erträge               | 6  | 5   |
| Warenaufwand                              | 7  | 152 |
| Büro- und Verwaltungsaufwand              | 2  | 2   |
| Mietaufwand                               | 2  | 2   |
| Diverse Aufwendungen                      | 0  | 1   |

31.12.2017 31.12.2016

|                                                  |    |    |
|--------------------------------------------------|----|----|
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen       | 6  | 3  |
| Sonstige kurzfristige Forderungen                | 2  | 0  |
| Aktive Rechnungsabgrenzungen                     | 2  | 3  |
| Darlehen                                         | 76 | 44 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 3  | 9  |
| Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten             | 6  | 5  |
| Langfristige Finanzverbindlichkeiten             | 0  | 1  |

Zudem bestehen Verbindlichkeiten gegenüber der Personalvorsorgeeinrichtung CPV/CAP, welche in den kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen sind. Darüber hinaus bestehen keine anderen wesentlichen Transaktionen mit weiteren nahestehenden Personen.

## 24 Wesentliche Veränderungen im Konsolidierungskreis

2017

| Name der Gesellschaft                          |                             | Änderung                                                        | Datum   | 31.12.2017<br>in % | 31.12.2016<br>in % |
|------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------|--------------------|--------------------|
| Frostag Food-Centrum AG                        | CH-Landquart                | Kauf                                                            | 01/2017 | 66.29              |                    |
| Alimentana Sista Holding AG                    | CH-Ebikon                   | Kauf und Fusion in Coop Genossenschaft                          | 01/2017 | 100.00             |                    |
| Soc. Coopération de Collabo-<br>ration Intern. | BE-Bruxelles                | Liquidation                                                     | 01/2017 |                    | 25.00              |
| Peter Riegger Holding AG                       | CH-Zug                      | Kauf                                                            | 01/2017 | 100.00             |                    |
| Tropenhaus Frutigen AG                         | CH-Frutigen                 | Fusion in Coop Genossenschaft                                   | 01/2017 | 100.00             | 100.00             |
| Service 7000 AG                                | CH-Netstal                  | Erhöhung Beteiligungsquote                                      | 02/2017 | 75.00              | 50.06              |
| ZIMBO Czechia s.r.o.                           | CZ-Praha-Holesovice         | Verkauf                                                         | 03/2017 | 0.00               | 66.29              |
| HiCoPain AG                                    | CH-Dagmersellen             | Verkauf                                                         | 04/2017 | 0.00               | 40.00              |
| Bell Food Group AG                             | CH-Basel                    | Umfirmierung (bisher: Bell AG)                                  | 04/2017 | 66.29              | 66.29              |
| F&B – Food and Beverage<br>Services GmbH       | DE-Riedstadt                | Gründung                                                        | 07/2017 | 100.00             |                    |
| Team Beverage AG                               | DE-Wildeshausen             | Kauf                                                            | 07/2017 | 70.00              |                    |
| Hilcona AG                                     | FL-Schaan                   | Erhöhung Beteiligungsquote                                      | 09/2017 | 100.00             | 51.00              |
| Tropenhaus Wolhusen AG                         | CH-Wolhusen                 | Erhöhung Beteiligungsquote und Fusion in Coop<br>Genossenschaft | 09/2017 | 100.00             | 94.31              |
| OOO Torgovy Dom Global<br>Foods                | RU-Moskau                   | Kauf                                                            | 09/2017 | 100.00             |                    |
| Bell Espana Alimentacion<br>S.L.U.             | ES-Casarrubios del<br>Monte | Umfirmierung (bisher: Sanchez Alcaraz S.L.U.)                   | 11/2017 | 66.29              | 66.29              |
| gastronovi GmbH                                | DE-Bremen                   | Kauf                                                            | 12/2017 | 51.00              |                    |

2016

| Name der Gesellschaft                        |                 | Änderung                                              | Datum   | 31.12.2016<br>in % | 31.12.2015<br>in % |
|----------------------------------------------|-----------------|-------------------------------------------------------|---------|--------------------|--------------------|
| Valentin Pontresina AG                       | CH-Pontresina   | Fusion in Transgourmet Schweiz AG                     | 01/2016 | 100.00             | 100.00             |
| Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG      | DE-Mainz        | Umfirmierung<br>(bisher: OHG Transgourmet GmbH & Co.) | 01/2016 | 100.00             | 100.00             |
| Transgourmet Österreich GmbH                 | AT-Traun        | Kauf                                                  | 01/2016 | 100.00             |                    |
| OHG SELGROS C&C GmbH & Co.                   | DE-Neu-Isenburg | Fusion in Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG     | 01/2016 | 100.00             | 100.00             |
| H.L. Verwaltungs-GmbH                        | AT-Pfaffstätt   | Kauf                                                  | 03/2016 | 66.29              |                    |
| update Beteiligungen AG                      | CH-Uzwil        | Kauf                                                  | 04/2016 | 51.00              |                    |
| Eisberg Holding AG                           | CH-Dänikon      | Kauf                                                  | 05/2016 | 33.81              |                    |
| Casa del Vino SA                             | CH-Zürich       | Kauf                                                  | 05/2016 | 100.00             |                    |
| Der Milchbauer Grosshandels-gesellschaft mbH | DE-St. Gangloff | Kauf                                                  | 07/2016 | 100.00             |                    |
| Geiser AG                                    | CH-Schlieren    | Kauf                                                  | 10/2016 | 100.00             |                    |
| Cher-Mignon SA                               | CH-Chermignon   | Kauf                                                  | 10/2016 | 100.00             |                    |
| Tropenhaus Frutigen AG                       | CH-Frutigen     | Erhöhung Beteiligungsquote                            | 12/2016 | 100.00             | 99.74              |

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

in Mio. CHF

## 25 Wichtigste Bestandteile beim Erwerb von Organisationen

| 2017                                                | Team<br>Beverage<br>Gruppe | Frostag<br>Gruppe | Alimentana<br>Gruppe | Riegger<br>Gruppe | Übrige Orga-<br>nisationen |
|-----------------------------------------------------|----------------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------------|
| Flüssige Mittel                                     | 1                          | 0                 | 19                   | 13                | 1                          |
| Forderungen und Aktive Rechnungsabgrenzungen        | 20                         | 2                 | 6                    | 4                 | 7                          |
| Vorräte                                             | 1                          | 2                 | 3                    | 7                 | 3                          |
| Sachanlagen                                         | 2                          | 16                | 8                    | 5                 | 9                          |
| Finanzanlagen                                       | 1                          |                   | 0                    | 1                 | 0                          |
| Immaterielle Anlagen (ohne Goodwill)                | 6                          |                   | 0                    |                   | 1                          |
| Verbindlichkeiten und Passive Rechnungsabgrenzungen | 29                         | 3                 | 10                   | 4                 | 6                          |
| Finanzverbindlichkeiten                             | 0                          | 13                |                      | 0                 | 2                          |
| Rückstellungen                                      | 0                          | 0                 | 1                    | 2                 | 0                          |

| 2016                                                | Transgourmet<br>Österreich<br>GmbH | Huber<br>Gruppe | Eisberg<br>Gruppe | Geiser AG | Übrige Orga-<br>nisationen |
|-----------------------------------------------------|------------------------------------|-----------------|-------------------|-----------|----------------------------|
| Flüssige Mittel                                     | 10                                 | 14              | 2                 | 4         | 7                          |
| Forderungen und Aktive Rechnungsabgrenzungen        | 44                                 | 48              | 11                | 5         | 9                          |
| Vorräte                                             | 43                                 | 14              | 2                 | 3         | 12                         |
| Sachanlagen                                         | 16                                 | 59              | 22                | 8         | 23                         |
| Finanzanlagen                                       | 0                                  |                 | 1                 |           | 1                          |
| Immaterielle Anlagen (ohne Goodwill)                | 1                                  | 0               | 0                 |           | 1                          |
| Verbindlichkeiten und Passive Rechnungsabgrenzungen | 75                                 | 35              | 8                 | 4         | 15                         |
| Finanzverbindlichkeiten                             | 8                                  | 0               | 8                 |           | 3                          |
| Rückstellungen                                      | 6                                  | 6               | 1                 | 2         | 1                          |

## 26 Wichtigste Bestandteile beim Verkauf von Organisationen

| 2017                                                | ZIMBO<br>Czechia s.r.o. |
|-----------------------------------------------------|-------------------------|
| Flüssige Mittel                                     | 1                       |
| Forderungen und Aktive Rechnungsabgrenzungen        | 1                       |
| Vorräte                                             | 0                       |
| Sachanlagen                                         | 1                       |
| Verbindlichkeiten und Passive Rechnungsabgrenzungen | 2                       |
| Finanzverbindlichkeiten                             | 1                       |
| Rückstellungen                                      | 0                       |

Im Jahr 2016 wurden keine vollkonsolidierten Unternehmen veräussert.

27 Konsolidierungskreis (wesentliche Gesellschaften)

| Coop-Gruppe Genossenschaft       | CH-Basel                    | Beteiligungsgesellschaft                               | Kapitalanteil <sup>1</sup> |                    | Grundkapital          | Ein-<br>bezug |
|----------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------|----------------------------|--------------------|-----------------------|---------------|
|                                  |                             |                                                        | 31.12.2017<br>in %         | 31.12.2016<br>in % | 31.12.2017<br>in Mio. |               |
| Coop Genossenschaft              | CH-Basel                    | Handel, Produktion                                     | 100.00                     | 100.00             | 0.0 CHF               | □             |
| Betty Bossi AG                   | CH-Zürich                   | Zeitschriftenverlag                                    | 100.00                     | 100.00             | 0.2 CHF               | □             |
| Coop Immobilien AG               | CH-Bern                     | Immobilien                                             | 100.00                     | 100.00             | 200.0 CHF             | □             |
| Dipl. Ing. Fust AG               | CH-Oberbüren                | Elektrohaushalt, Multimedia                            | 100.00                     | 100.00             | 10.0 CHF              | □             |
| RS Vertriebs AG                  | CH-St. Gallen               | Online-Handel Elektrohaushalt, Multimedia              | 100.00                     | 100.00             | 1.0 CHF               | □             |
| Service 7000 AG                  | CH-Netstal                  | Reparaturservice                                       | 75.00                      | 50.06              | 1.6 CHF               | □             |
| Pearlwater Mineralquellen AG     | CH-Termen                   | Mineralquellen                                         | 100.00                     | 100.00             | 22.4 CHF              | □             |
| siroop AG                        | CH-Zürich                   | Online-Handel                                          | 50.00                      | 50.00              | CHF                   | ●             |
| siroop trading AG                | CH-Basel                    | Online-Handel                                          | 100.00                     | 100.00             | 0.1 CHF               | □             |
| The Body Shop Switzerland AG     | CH-Uster                    | Schönheits- und Kosmetik-<br>produkte                  | 100.00                     | 100.00             | 0.4 CHF               | □             |
| Alifresca AG                     | CH-Basel                    | Einkaufsgesellschaft                                   | 100.00                     | 100.00             | 0.1 CHF               | □             |
| Bell Food Group AG               | CH-Basel                    | Holding                                                | 66.29                      | 66.29              | 2.0 CHF               | □             |
| Bell Deutschland Holding GmbH    | DE-Seevetal                 | Subholding                                             | 100.00                     | 100.00             | 0.0 EUR               | □             |
| Bell Deutschland GmbH & Co. KG   | DE-Seevetal                 | Charcuterie                                            | 100.00                     | 100.00             | 1.0 EUR               | □             |
| Interfresh Food GmbH             | DE-Seevetal                 | Subholding                                             | 100.00                     | 100.00             | 0.1 EUR               | □             |
| Bell Polska Sp. z o.o.           | PL-Niepolomice              | Charcuterie                                            | 100.00                     | 100.00             | 10.0 PLN              | □             |
| Bell Benelux Holding N.V.        | BE-Zellik                   | Subholding                                             | 100.00                     | 100.00             | 5.3 EUR               | □             |
| Bell Benelux N.V.                | BE-Zellik                   | Handel mit Fleischwaren                                | 100.00                     | 100.00             | 0.6 EUR               | □             |
| Bell Nederland B.V.              | NL-AX Breda                 | Handel mit Fleischwaren                                | 100.00                     | 100.00             | 2.7 EUR               | □             |
| Bell Espana Alimentacion S.L.U.  | ES-Casarrubios<br>del Monte | Rohschinken                                            | 100.00                     | 100.00             | 0.6 EUR               | □             |
| ZIMBO Húsipari Termelő Kft.      | HU-Perbal                   | Fleisch und Wurstwaren                                 | 99.75                      | 99.75              | 400.0 HUF             | □             |
| Bell France Holding SAS          | FR-Teilhède                 | Subholding                                             | 100.00                     | 100.00             | 20.0 EUR              | □             |
| Salaïson Polette & Cie SAS       | FR-Teilhède                 | Rohwurst                                               | 100.00                     | 100.00             | 2.6 EUR               | □             |
| Bell Schweiz AG                  | CH-Basel                    | Frischfleisch, Charcuterie,<br>Geflügel, Meeresfrüchte | 100.00                     | 100.00             | 20.0 CHF              | □             |
| Cher-Mignon SA                   | CH-Chermignon               | Charcuterie                                            | 100.00                     | 100.00             | 1.5 CHF               | □             |
| Centravo Holding AG <sup>2</sup> | CH-Zürich                   | Verarbeitung Nebenprodukte                             | 30.10                      | 30.10              | CHF                   | ●             |
| Geiser AG                        | CH-Schlieren                | Charcuterie                                            | 100.00                     | 100.00             | 0.5 CHF               | □             |
| Hilcona AG                       | FL-Schaan                   | Convenience                                            | 100.00                     | 51.00              | 27.0 CHF              | □             |
| Eisberg Holding AG               | CH-Dänikon                  | Convenience                                            | 100.00                     | 100.00             | 0.7 CHF               | □             |
| Frostag Food-Centrum AG          | CH-Landquart                | Convenience                                            | 100.00                     | 0.00               | 1.5 CHF               | □             |
| H.L. Verwaltungs-GmbH            | AT-Pfaffstätt               | Subholding                                             | 100.00                     | 100.00             | 0.3 CHF               | □             |
| CapCo AG                         | FL-Vaduz                    | Versicherungsgesellschaft                              | 100.00                     | 100.00             | 5.0 CHF               | □             |
| Centre Commercial Moncor S.A.    | CH-Villars-sur-Glâne        | Immobilien                                             | 100.00                     | 100.00             | 1.2 CHF               | □             |
| Centre de formation «du Léman»   | CH-Jongny                   | Ausbildung                                             | 100.00                     | 100.00             | 0.0 CHF               | □             |
| Chocolats Halba S.A. de C.V.     | HN-San Pedro Sula           | Kakaoanbau                                             | 75.00                      | 75.00              | 0.1 USD               | □             |
| Coop-ITS-Travel AG               | CH-Freienbach               | Reisebüro                                              | 50.00                      | 50.00              | CHF                   | ●             |
| Coop Mineraloel AG               | CH-Allschwil                | Tankstellen mit Shopbetrieb                            | 51.00                      | 51.00              | 10.0 CHF              | □             |
| Coop Tagungszentrum              | CH-Muttenz                  | Ausbildung                                             | 100.00                     | 100.00             | 0.4 CHF               | □             |
| Coop Vitality AG                 | CH-Bern                     | Apotheken                                              | 51.00                      | 51.00              | 5.1 CHF               | □             |
| Elektronik Distribution AG       | CH-Basel                    | Einkaufskooperation                                    | 100.00                     | 100.00             | 0.1 CHF               | □             |
| Eurogroup Far East Ltd.          | CN-Hongkong                 | Einkaufsgesellschaft                                   | 100.00                     | 100.00             | 0.1 HKD               | □             |
| Marché Restaurants Schweiz AG    | CH-Dietlikon                | Restaurant                                             | 100.00                     | 100.00             | 8.0 CHF               | □             |
| Palink UAB                       | LT-Vilnius                  | Detailhandel                                           | 20.00                      | 20.00              | EUR                   | ●             |
| Panflor AG                       | CH-Zürich                   | Getreide und Mahlprodukte                              | 100.00                     | 100.00             | 0.1 CHF               | □             |

|                                                  |                   |                                    | Kapitalanteil <sup>1</sup> |                    | Grundkapital          | Ein-<br>bezug |
|--------------------------------------------------|-------------------|------------------------------------|----------------------------|--------------------|-----------------------|---------------|
|                                                  |                   |                                    | 31.12.2017<br>in %         | 31.12.2016<br>in % | 31.12.2017<br>in Mio. |               |
| railCare AG                                      | CH-Härkingen      | Betrieb Eisenbahnunter-<br>nehmung | 100.00                     | 100.00             | 1.0 CHF               | ☐             |
| Retail Marketing Switzerland AG                  | CH-Basel          | Einzelhandel                       | 100.00                     | 100.00             | 0.1 CHF               | ☐             |
| SC Swiss commercial GmbH                         | DE-Konstanz       | Vertriebsgesellschaft              | 100.00                     | 100.00             | 0.0 EUR               | ☐             |
| Steinfels Swiss GmbH                             | DE-Konstanz       | Vertriebsgesellschaft              | 100.00                     | 100.00             | 0.0 EUR               | ☐             |
| Transgourmet Holding AG                          | CH-Basel          | Holding                            | 100.00                     | 100.00             | 520.1 CHF             | ☐             |
| gastronovi GmbH                                  | DE-Bremen         | Software                           | 51.00                      |                    | 0.1 EUR               | ☐             |
| Transgourmet Beteiligungs GmbH                   | AT-Wiener Neudorf | Subholding                         | 100.00                     | 100.00             | 1.0 EUR               | ☐             |
| OOO Selgros                                      | RU-Moskau         | Abholgrosshandel                   | 100.00                     | 100.00             | 10.1 RUB              | ☐             |
| OOO Torgovy Dom Global Foods                     | RU-Moskau         | Belieferungsgrosshandel            | 100.00                     | 0.00               | 0.1 RUB               | ☐             |
| Transgourmet Central and Eastern Europe AG       | CH-Basel          | Subholding                         | 100.00                     | 100.00             | 0.1 CHF               | ☐             |
| Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG          | DE-Riedstadt      | Belieferungsgrosshandel            | 100.00                     | 100.00             | 0.1 EUR               | ☐             |
| EGV Lebensmittel für Grossverbraucher AG         | DE-Unna           | Belieferungsgrosshandel            | 100.00                     | 100.00             | 0.6 EUR               | ☐             |
| Der Milchbauer Grosshandels-<br>gesellschaft mbH | DE-St. Gangloff   | Belieferungsgrosshandel            | 100.00                     | 100.00             | 0.0 EUR               | ☐             |
| F&B – Food and Beverage Services GmbH            | DE-Riedstadt      | Subholding                         | 100.00                     | 0.00               | 0.1 EUR               | ☐             |
| Team Beverage AG                                 | DE-Wildeshausen   | Belieferungsgrosshandel            | 70.00                      | 0.00               | 1.0 EUR               | ☐             |
| FrischeParadies GmbH & Co. KG                    | DE-Frankfurt      | Grosshandel                        | 100.00                     | 100.00             | 0.0 EUR               | ☐             |
| Transgourmet Central and Eastern Europe GmbH     | DE-Riedstadt      | Subholding                         | 100.00                     | 100.00             | 17.7 EUR              | ☐             |
| Richard Sump GmbH                                | DE-Hamburg        | Subholding                         | 75.00                      | 75.00              | 1.0 EUR               | ☐             |
| Sump & Stammer GmbH International<br>Food Supply | DE-Hamburg        | Belieferungsgrosshandel            | 100.00                     | 100.00             | 2.5 EUR               | ☐             |
| SELGROS CASH & CARRY S.R.L.                      | RO-Brasov         | Abholgrosshandel                   | 100.00                     | 100.00             | 288.3 RON             | ☐             |
| Transgourmet Polska Sp. z o.o.                   | PL-Poznan         | Grosshandel                        | 100.00                     | 100.00             | 310.0 PLN             | ☐             |
| Transgourmet France SAS                          | FR-Valenton       | Belieferungsgrosshandel            | 100.00                     | 100.00             | 486.9 EUR             | ☐             |
| Transgourmet Österreich GmbH                     | AT-Traun          | Belieferungsgrosshandel            | 100.00                     | 100.00             | 1.0 EUR               | ☐             |
| Transgourmet Schweiz AG                          | CH-Basel          | Grosshandel                        | 100.00                     | 100.00             | 66.5 CHF              | ☐             |
| Casa del Vino SA                                 | CH-Zürich         | Getränkehandel                     | 100.00                     | 100.00             | 0.3 CHF               | ☐             |
| Peter Riegger Holding AG                         | CH-Zürich         | Getränkehandel                     | 100.00                     | 0.00               | 0.3 CHF               | ☐             |
| update Beteiligungen AG                          | CH-Uzwil          | Beteiligungsgesellschaft           | 51.00                      | 51.00              | 0.1 CHF               | ☐             |

☐ = Vollkonsolidierte Gesellschaft

● = Gesellschaft nach der Equity-Methode konsolidiert

<sup>1</sup> Anteil der haltenden Gesellschaft

<sup>2</sup> Anteil am Kapital der im Umlauf befindlichen Aktien

## 28 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Wesentliche Veränderungen im Konsolidierungskreis (vorbehältlich der Zustimmung der lokalen Wettbewerbsbehörden):

- Die Bell Food Group übernimmt im Januar 2018 die Mehrheitsbeteiligung an der international tätigen Hügli Gruppe mit Sitz in Steinach, Schweiz. Die Gruppe ist in der Nahrungsmittelherstellung tätig.
- Die Transgourmet-Gruppe übernimmt im Januar 2018 die Niggemann Food Frischemarkt GmbH mit Sitz in Bochum, Deutschland. Das Unternehmen ist vorwiegend in der Belieferung von Gastronomiekunden tätig.
- Die Transgourmet-Gruppe übernimmt im Januar 2018 die Immodevelop GmbH mit Sitz in Innsbruck, Österreich. Das Unternehmen ist in der Entwicklung und Verwaltung von Liegenschaften tätig.

Der Verwaltungsrat hat am 8. Februar 2018 die konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe genehmigt. Sie unterliegt der Abnahme durch die Delegiertenversammlung vom 12. April 2018.



## **Bericht der Revisionsstelle** **an die Delegiertenversammlung der Coop-Gruppe** **Genossenschaft, Basel**

### **Bericht zur Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung**

#### **Prüfungsurteil**

Wir haben die konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe Genossenschaft und ihrer Tochtergesellschaften (die Gruppe) – bestehend aus der konsolidierten Bilanz zum 31. Dezember 2017, der konsolidierten Erfolgsrechnung, der konsolidierten Geldflussrechnung und dem Eigenkapitalnachweis für das dann endende Jahr sowie dem Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, einschliesslich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft.

Nach unserer Beurteilung vermittelt die konsolidierte Jahresrechnung (Seiten 88 bis 109) ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gruppe zum 31. Dezember 2017 sowie deren Ertragslage und Geldflüsse für das dann endende Jahr in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz.

#### **Grundlage für das Prüfungsurteil**

Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards (PS) durchgeführt. Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt „Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung“ unseres Berichts weitergehend beschrieben.

Wir sind von der Gruppe unabhängig in Übereinstimmung mit den schweizerischen gesetzlichen Vorschriften und den Anforderungen des Berufsstands, und wir haben unsere sonstigen beruflichen Verhaltenspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

#### **Unser Prüfungsansatz**

##### **Überblick**



Gesamtwesentlichkeit: CHF 130 Millionen

Wir haben bei der Bell Food Group und vier Gruppengesellschaften in der Schweiz Prüfungen („full scope audits“) durchgeführt. Zudem haben wir bei der Transgourmet-Gruppe zusammen mit einem anderen Prüfer einen „full scope audit“ vorgenommen. Die auf diese Weise geprüften Gesellschaften tragen zu 95% der Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen der Gruppe bei. Zusätzlich erfolgten Prüfungshandlungen bei weiteren drei Gruppengesellschaften.

Als besonders wichtige Prüfungssachverhalte haben wir folgende Themen identifiziert:

- Werthaltigkeit von Goodwill
- Werthaltigkeit von Marken
- Werthaltigkeit von Vorräten

PricewaterhouseCoopers AG, St. Jakobs-Strasse 25, Postfach, 4002 Basel  
Telefon: +41 58 792 51 00, Telefax: +41 58 792 51 10, [www.pwc.ch](http://www.pwc.ch)

PricewaterhouseCoopers AG ist Mitglied eines globalen Netzwerks von rechtlich selbständigen und voneinander unabhängigen Gesellschaften.



### **Umfang der Prüfung**

Unsere Prüfungsplanung basiert auf der Bestimmung der Wesentlichkeit und der Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Darstellungen der konsolidierten Jahresrechnung. Wir haben hierbei insbesondere jene Bereiche berücksichtigt, in denen Ermessensentscheide getroffen wurden. Dies trifft zum Beispiel auf wesentliche Schätzungen in der Rechnungslegung zu, bei denen Annahmen gemacht werden und die von zukünftigen Ereignissen abhängen, die von Natur aus unsicher sind. Wie in allen Prüfungen haben wir das Risiko der Umgehung von internen Kontrollen durch das Management und, neben anderen Aspekten, mögliche Hinweise auf ein Risiko für beabsichtigte falsche Darstellungen berücksichtigt.

Zur Durchführung angemessener Prüfungshandlungen haben wir den Prüfungsumfang so ausgestaltet, dass wir ein Prüfungsurteil zur konsolidierten Jahresrechnung als Ganzes abgeben können, unter Berücksichtigung der Gruppenorganisation, der internen Kontrollen und Prozesse im Bereich der Rechnungslegung.

### **Wesentlichkeit**

Der Umfang unserer Prüfung ist durch die Anwendung des Grundsatzes der Wesentlichkeit beeinflusst. Unser Prüfungsurteil zielt darauf ab, hinreichende Sicherheit darüber zu geben, dass die konsolidierte Jahresrechnung keine wesentlichen falschen Darstellungen enthält. Falsche Darstellungen können beabsichtigt oder unbeabsichtigt entstehen und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden kann, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieser konsolidierten Jahresrechnung getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen können.

Auf der Basis unseres pflichtgemässen Ermessens haben wir quantitative Wesentlichkeitsgrenzen festgelegt, so auch die Wesentlichkeit für die konsolidierte Jahresrechnung als Ganzes, wie nachstehend aufgeführt. Die Wesentlichkeitsgrenzen, unter Berücksichtigung qualitativer Erwägungen, erlauben es uns, den Umfang der Prüfung, die Art, die zeitliche Einteilung und das Ausmass unserer Prüfungshandlungen festzulegen sowie den Einfluss wesentlicher falscher Darstellungen, einzeln und insgesamt, auf die konsolidierte Jahresrechnung als Ganzes zu beurteilen.

|                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Gesamtwesentlichkeit</b>                                              | CHF 130 Millionen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Herleitung</b>                                                        | 0.5% der Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen (gerundet)                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Begründung für die Bezugsgrösse zur Bestimmung der Wesentlichkeit</b> | Als Bezugsgrösse zur Bestimmung der Wesentlichkeit wählten wir die Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen, da die Gruppe nicht primär kapitalmarktorientiert ist und die Coop-Genossenschaftler kein Risikokapital zur Verfügung stellen. Zudem handelt es sich um eine allgemein anerkannte Bezugsgrösse zur Bestimmung der Wesentlichkeit. |

Wir haben mit dem Prüfungsausschuss vereinbart, diesem im Rahmen unserer Prüfung festgestellte, falsche Darstellungen über CHF 6.5 Millionen mitzuteilen; ebenso alle falschen Darstellungen unterhalb dieses Betrags, die aus unserer Sicht jedoch aus qualitativen Überlegungen eine Berichterstattung nahelegen.

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

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





## Werthaltigkeit von Goodwill

| <i>Besonders wichtiger Prüfungssachverhalt</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <i>Unser Prüfungsvorgehen</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Die Beurteilung der Werthaltigkeit des Goodwills, welcher einer Abschreibungsdauer von 8 bis zu maximal 20 Jahren unterliegt, sehen wir aus folgenden Gründen als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt an:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Goodwill stellt in der Bilanz mit CHF 633 Millionen per 31. Dezember 2017 einen wesentlichen Betrag dar. Die grössten Positionen resultierten aus Akquisitionen in den jüngeren Jahren.</li> <li>• Zudem kommen Ermessensspielräume bei der Festlegung von Annahmen im Zusammenhang mit künftigen Geschäftsergebnissen und den angewandten Diskontierungssätzen auf prognostizierte Geldflüsse zur Anwendung.</li> </ul> <p>Wir verweisen auf die Konsolidierungs- und Rechnungslegungsgrundsätze (Seite 94) und Erläuterung 15 Immaterielle Anlagen (Seite 101) im Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung.</p> | <p>Wir haben die Ergebnisse und Zukunftsaussichten der einzelnen Geschäftsteile mit Goodwill-Positionen mit dem Management besprochen und die relevanten Protokolle des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung eingesehen. So verschafften wir uns einen Überblick über die Genehmigung der Mehrjahresplanung der Gruppe und allfällige Indikatoren für Wertbeeinträchtigungen.</p> <p>Ausgehend von Risiko- und Wesentlichkeitsüberlegungen haben wir Bewertungsexperten aus unserem Hause beigezogen, die uns bei der Prüfung der Wertbeeinträchtigungstests unterstützten. Wir haben uns insbesondere auf die Beurteilung der Richtigkeit und mathematischen Korrektheit der angewendeten Bewertungsmethoden und der Plausibilität der wichtigsten Annahmen (Diskontierungssatz und Wachstumsraten) konzentriert. Mittels Vergleich der Geschäftsergebnisse des Berichtsjahres mit den Vorjahresprognosen haben wir zudem die Angemessenheit der letztjährigen Annahmen beurteilt.</p> <p>Die vom Management verwendeten Annahmen zur Umsatz- und Margenentwicklung haben wir darüber hinaus mit wirtschaftlichen und branchenspezifischen Prognosen verglichen. Für die Berechnung der gewichteten Kapitalkosten wurde das Capital Asset Pricing Model verwendet. Wir haben den Diskontierungssatz mit demjenigen von vergleichbaren Unternehmen, unter Berücksichtigung von länderspezifischen Besonderheiten, verglichen. Die vorhergesagte Veränderung des Nettoumlaufvermögens sowie der Investitionen haben wir auf Plausibilität hin untersucht.</p> <p>Wir überprüften ausserdem die vom Management erstellten Sensitivitätsanalysen zu den wichtigsten Annahmen. Diese Analysen dienten uns zur Überprüfung allfälligen Wertbeeinträchtigungspotenzials des Goodwills. Wir besprachen die Ergebnisse unserer Überprüfungen mit dem Management und dem Prüfungsausschuss.</p> <p>Wir erachten das Bewertungsverfahren und die verwendeten Annahmen des Managements als eine angemessene und ausreichende Grundlage für die Überprüfung der Werthaltigkeit des Goodwills.</p> |



## Werthaltigkeit von Marken

| <i>Besonders wichtiger Prüfungssachverhalt</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <i>Unser Prüfungsvorgehen</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Die Beurteilung der Werthaltigkeit von Marken, die einer Abschreibungsdauer von bis zu 20 Jahren unterliegen, sehen wir aus folgenden Gründen als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt an:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Bilanzwert der Marken, Patente und Lizenzen beläuft sich auf CHF 288 Millionen per 31. Dezember 2017 und stellt einen wesentlichen Betrag dar.</li> <li>• Zudem kommen Ermessensspielräume bei der Festlegung von Annahmen im Zusammenhang mit künftigen Geschäftsergebnissen und angewandter Diskontierungssinnsätze auf prognostizierte Geldflüsse zur Anwendung.</li> </ul> <p>Wir verweisen auf die Konsolidierungs- und Rechnungslegungsgrundsätze (Seite 94) und Erläuterung 15 Immaterielle Anlagen (Seite 101) im Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung.</p> | <p>Wir haben die Ergebnisse und Zukunftsaussichten der einzelnen Marken mit dem Management besprochen und die relevanten Protokolle des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung eingesehen. So verschafften wir uns einen Überblick über allfällige Indikatoren für Wertbeeinträchtigungen.</p> <p>Ausgehend von unseren Risiko- und Wesentlichkeitsüberlegungen haben wir mittels Ertragswertberechnungen die Werthaltigkeit der Marken aufgrund vom Verwaltungsrat genehmigten Mehrjahresplänen und Lizenzverträgen geprüft. Wir besprachen die Ergebnisse dieser Überprüfungen mit dem Management und dem Prüfungsausschuss.</p> <p>Die Ergebnisse unserer Prüfungen bekräftigen die Einschätzung des Managements zur Werthaltigkeit der Markenwerte im Berichtsjahr.</p> |

## Werthaltigkeit von Vorräten

| <i>Besonders wichtiger Prüfungssachverhalt</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <i>Unser Prüfungsvorgehen</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Die Beurteilung der Werthaltigkeit der Vorräte sehen wir aufgrund deren Bilanzwert von CHF 3.2 Milliarden per 31. Dezember 2017 als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt an.</p> <p>Wir fokussierten uns auf das Risiko einer Überbewertung von Vorräten aufgrund nicht mehr verwendbarer oder schwer verkäuflicher Waren.</p> <p>Wir verweisen auf die Konsolidierungs- und Rechnungslegungsgrundsätze (Seite 93) und Erläuterung 12 Vorräte (Seite 98) im Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung.</p> | <p>Wir haben die Grundsätze zur Bestimmung der Werthaltigkeit von Vorräten beurteilt und mit dem Management die Ergebnisse der Analysen bezüglich der erforderlichen Wertberichtigungen besprochen. Die relevanten Protokolle des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung haben wir zur Überprüfung der Identifikation allfälliger Indikatoren für Wertbeeinträchtigungen eingesehen.</p> <p>Wir haben stichprobenweise die Einhaltung des Altwaren-Management-Prozesses sowie die Kalkulationen hinsichtlich der korrekten Warenbewertung geprüft. Es wurden darüber hinaus selektive Inventurbeobachtungen unter dem Aspekt der Altwarenidentifikation und -abschreibung durchgeführt.</p> <p>Unsere Prüfungsergebnisse stützen die Beurteilung des Managements zu den Wertberichtigungen der Vorräte auf den 31. Dezember 2017.</p> |



#### **Verantwortlichkeiten des Verwaltungsrates für die konsolidierte Jahresrechnung**

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

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

#### **Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung**

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

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

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



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

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

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

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

### ***Bericht zu sonstigen gesetzlichen und anderen rechtlichen Anforderungen***

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

Wir empfehlen, die vorliegende konsolidierte Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG

Bruno Rossi  
Revisionsexperte  
Leitender Revisor

Pascal Bucheli  
Revisionsexperte

Basel, 8. Februar 2018