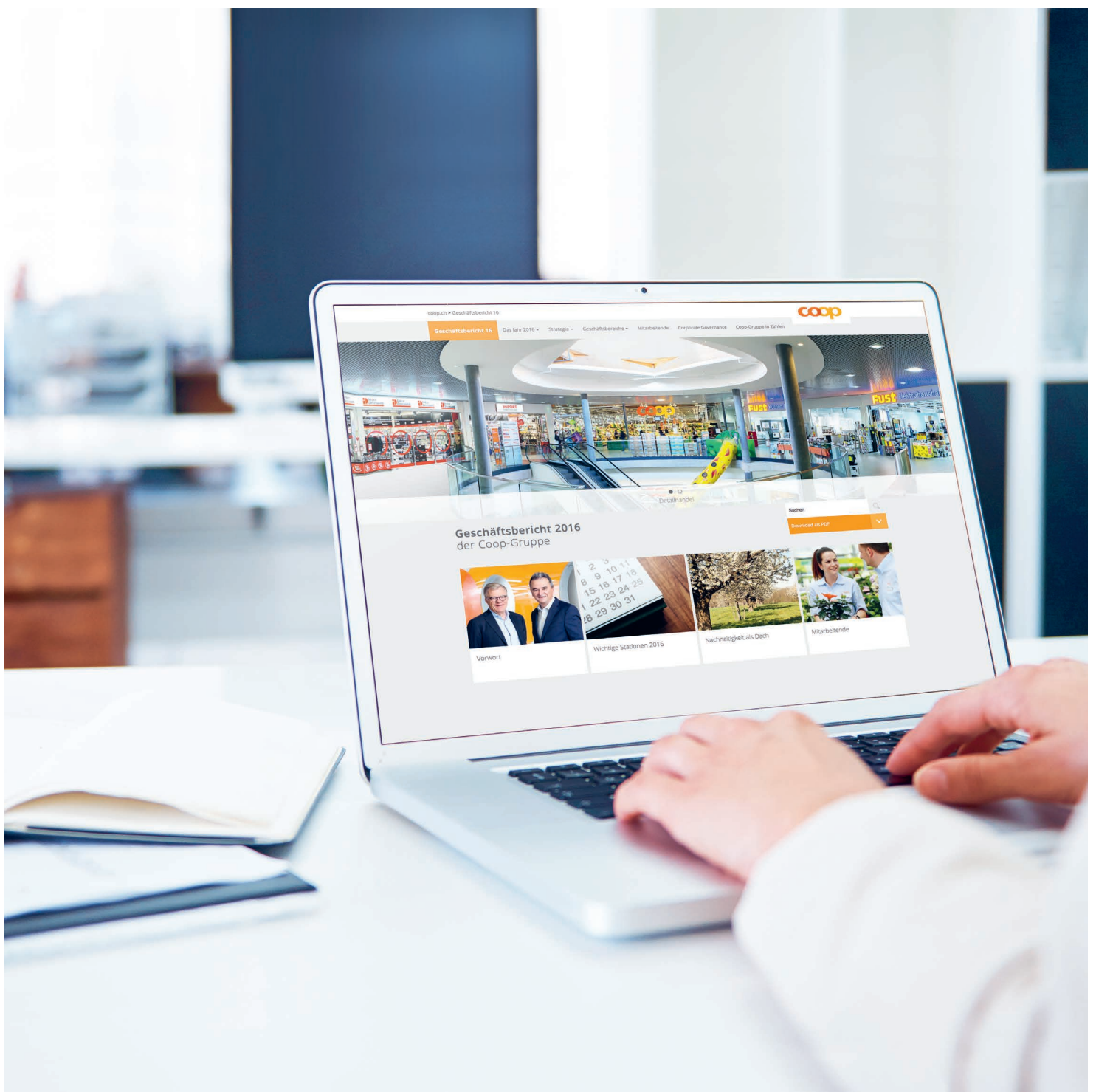


GESCHÄFTSBERICHT DER COOP-GRUPPE 2016



Geschäftsbericht der Coop-Gruppe 2016

Geschäftsbereiche der Coop-Gruppe	4
Wichtige Kennzahlen auf einen Blick	5
Vorwort	6
Wichtige Stationen 2016	8
Strategie und Umfeld	10
Unternehmensprofil	10
Strategien und Ziele	10
Wirtschaftliches und politisches Umfeld	12
Nachhaltigkeit als Dach	13
Geschäftsbereich Detailhandel	17
Verkaufsformate und Angebot	17
Logistik, Informatik und Immobilien	27
Mehrleistungen	29
Geschäftsbereich Grosshandel / Produktion	33
Transgourmet-Gruppe	33
Produktion	37
Mitarbeitende	43
Attraktivität als Arbeitgeberin	43
Ausbildung und Personalentwicklung	44
Change-Management	46
Corporate Governance	47
Coop-Gruppe in Zahlen	65

Geschäftsbereiche der Coop-Gruppe

Stand 1. März 2017



Wichtige Kennzahlen auf einen Blick

Gesamtumsatz

28 322 Mio. CHF

Nettoerlös Gruppe

27 259 Mio. CHF

davon

19 251 Mio. CHF Schweiz

8 008 Mio. CHF Ausland

Nettoerlös Segmente

17 162 Mio. CHF Detailhandel

12 248 Mio. CHF Grosshandel/Produktion

Nettoerlös Online-Handel

565 Mio. CHF Detailhandel

824 Mio. CHF Grosshandel/Produktion

Anzahl Mitarbeitende am 31.12.

46 637 Detailhandel

38 364 Grosshandel/Produktion

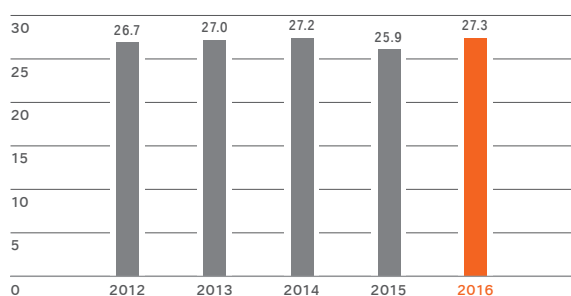
Anzahl Lernende am 31.12.

2 705 Detailhandel

800 Grosshandel/Produktion

Nettoerlös

in Mrd. CHF



Betriebsergebnis

2 044 Mio. CHF EBITDA

7,5 % des Nettoerlöses

763 Mio. CHF EBIT

2,8 % des Nettoerlöses

Jahresergebnis

475 Mio. CHF

1,7 % des Nettoerlöses

Eigenkapital

8 928 Mio. CHF

47,8 % Eigenkapitalanteil

Free Cash Flow

61 Mio. CHF

Investitionen in Sachanlagen

992 Mio. CHF Schweiz

517 Mio. CHF Ausland

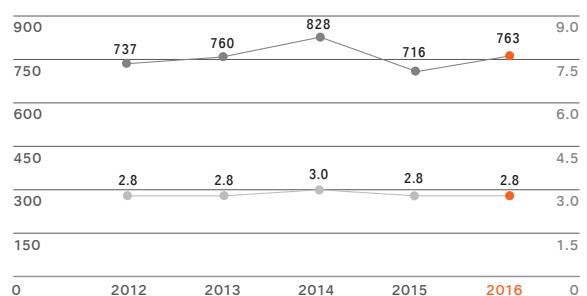
Anzahl Verkaufsstellen / Märkte

2 250 Detailhandel

226 Grosshandel/Produktion

Betriebsergebnis (EBIT)

— in Mio. CHF — in % des Nettoerlöses





Hansueli Loosli und Joos Sutter

Vorwort

Die Coop-Gruppe auf Wachstumskurs

Coop kann auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2016 zurückblicken. Dies, obwohl wir auch 2016 im Schweizer Detailhandel die Folgewirkungen der Aufhebung des Euro-Mindestkurses spürten. Die Stimmung bei den Konsumentinnen und Konsumenten blieb angespannt und der Einkaufstourismus verharrte auf hohem Niveau.

Die Coop-Gruppe erzielte mit den Geschäftsbereichen Detailhandel und Grosshandel/Produktion einen Gesamtumsatz von 28,3 Milliarden Franken, was einem beachtlichen Umsatzwachstum von 5,2 % entspricht. Der Nachhaltigkeitsumsatz der Coop-Gruppe wuchs um 8,8 % auf 3,9 Milliarden Franken.

Im Detailhandel betrug der Nettoerlös 17,2 Milliarden Franken und lag damit auf Vorjahresniveau. Coop konnte ihren Marktanteil in allen Bereichen halten beziehungsweise ausbauen und die Kundenfrequenz in den Supermärkten um 2,6 % deutlich steigern.

2016 brachte Coop insbesondere im Detailhandel viele Innovationen hervor. Wir überraschten mit neuen Schnellverpflegungskonzepten wie Zopf & Zöpfli und Marché Express und bauten Coop to go aus. Per Anfang Januar 2017 übernahmen wir zudem die schweizerische Aperto-Gruppe, die eine starke

Stellung an Bahnhofslagen hat. Mit der Übernahme der Standorte können wir unsere Position im Convenience-Markt weiter stärken. Innovativ und mit viel Marktstimmung und Frische präsentiert sich unser neues Ladenkonzept für den Supermarkt der Zukunft. Ende des Jahres haben wir die beiden ersten Läden im neuen Design eröffnet, bis Ende 2017 werden es bereits rund 45 sein. Mit der Inbetriebnahme der neuen Verteilzentrale in Schafisheim haben wir 2016 das grösste Bauvorhaben der Coop-Geschichte abgeschlossen und ökologische Massstäbe gesetzt. Einen weiteren Meilenstein in Sachen Nachhaltigkeit erreichten wir mit der Eröffnung der ersten öffentlichen Wasserstofftankstelle der Schweiz im November.

Das zweite Standbein der Coop-Gruppe, der Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion, entwickelte sich 2016 besonders erfreulich. Hier stieg der Nettoerlös um 15,4 % auf 12,2 Milliarden Franken. Hervorzuheben ist die Transgourmet-Gruppe, die um 14,5 % zulegte und ihre Position als zweitgrösstes Unternehmen im europäischen Abhol- und Belieferungsgrosshandel weiter ausbaute.

Für Transgourmet standen 2016 die gruppenweite Einführung einer Nachhaltigkeits-Eigenmarke sowie die Expansion nach Österreich im Zentrum. Mit der Übernahme des Marktführers in der Gastronomie-Versorgung fassten wir in einem neuen Land Fuss und trieben unsere Strategie massgeblich voran.

Auch die Bell-Gruppe, einer der führenden Fleisch- und Convenience-Verarbeiter in Europa, baute 2016 ihre Kompetenzen durch Akquisitionen weiter aus. Im Bereich Produktion wesentlich waren auch der Bau des neuen Swissmill-Getreidespeichers sowie die Inbetriebnahme der neuen Grossbäckerei und Konditorei in Schafisheim.

Wir haben 2016 massiv in den Ausbau unserer Online-Kompetenz investiert und konsequent auf die Verbindung des stationären mit dem Online-Handel gesetzt. Gruppenweit betrug der Nettoerlös im Online-Handel 1,4 Milliarden Franken und wuchs damit um 14,6 %.

Die Digitalisierung bietet viele neue Chancen und fordert uns und unsere Mitarbeitenden in besonderem Masse. Wir werden in Zukunft seltener auf Bekanntes setzen und stattdessen mehr in innovative und zukunftssträchtige Formate und Konzepte investieren. Mit unseren rund 85 000 engagierten Mitarbeitenden sind wir dafür bestens gerüstet. Ihnen gilt unser besonderer Dank.



Hansueli Loosli
Präsident des Verwaltungsrates



Joos Sutter
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Wichtige Stationen 2016



Januar

Transgourmet expandiert nach Österreich
Transgourmet übernimmt zu 100 % die österreichische C+C Pfeiffer. Das Unternehmen ist Marktführer im österreichischen Gastronomie-Grosshandel. Mit der Übernahme gründet Transgourmet die neue Ländergesellschaft Transgourmet Österreich und ist in insgesamt sieben Ländern tätig.



Februar

Mehrfach ausgezeichnetes Nachhaltigkeitsengagement
Coop erhält für ihre Energie-/CO₂-Vision den Watt d'Or 2016 Spezialpreis «Unternehmensstrategie». Der renommierte Schweizer Energiepreis wird jährlich vom Bundesamt für Energie vergeben.
Auch in Sachen Tierwohl ist Coop Vorreiterin: Beim Business Benchmark on Farm Animal Welfare schafft sie es unter 90 international führenden Unternehmen im Lebensmittelbereich in die Spitzengruppe – als einzige Anbieterin aus der Schweiz.



März

Bell übernimmt Hubers
Die Bell-Gruppe will auch in Zukunft nachhaltig wachsen und übernimmt das österreichische Unternehmen Hubers. Dieses ist auf die Produktion von hochwertigem Geflügelfleisch spezialisiert.

April

Mehrheitsbeteiligung an der Update Fitness-Gruppe
Die Coop-Gruppe geht mit 51 % eine Mehrheitsbeteiligung an der Update Fitness-Gruppe ein und fasst damit in einem zukunftssträchtigen Geschäftsfeld Fuss. Der Fitnessanbieter ist Marktführer in der Ostschweiz.



Mai

Bell übernimmt Eisberg
Durch die Übernahme des auf Convenience-Salate spezialisierten Unternehmens Eisberg mit Sitz in Däniken erweitert die Bell-Gruppe ihre eigenen Aktivitäten in diesem Produktbereich.

Nationaler Launch von Siroop.ch

Die seit November 2015 laufende regionale Testphase von Siroop.ch ist abgeschlossen. Der erste offene Online-Marktplatz der Schweiz ist nun in der gesamten Deutschschweiz online. Er entstand in einem Joint Venture von Coop und Swisscom.



Coop erweitert die Geschäftsleitung
Coop gründet die neue Direktion Informatik/Produktion/Services. Mit der Neuorganisation erhalten die drei Bereiche Einsitz in die Geschäftsleitung und eine noch stärkere strategische Bedeutung.

Einführung der Marke Veganz und Ausbau der Eigenmarke Karma

Coop schliesst eine exklusive Partnerschaft mit dem deutschen Unternehmen Veganz ab und baut das Sortiment der Eigenmarke Karma weiter aus. Damit stärkt Coop ihre Leaderrolle in der veganen und vegetarischen Ernährung.



Juni

Eröffnung des grössten Logistikstandorts
Das neue, hochmoderne Coop-Logistikzentrum in Schafisheim geht in Betrieb. Es besteht aus der grössten Bäckerei und Konditorei der Schweiz, einer neuen, nun nationalen Verteilzentrale für Tiefkühlprodukte sowie einer regionalen Verteilzentrale. Mit dem wegweisenden Bauprojekt setzt Coop bezüglich Logistik und Nachhaltigkeit neue Massstäbe.

Neugestaltung von vier Online-Shops

Coop baut ihre Kompetenz im Online-Handel weiter aus und gestaltet die E-Shops von Coop@home, Import Parfumerie, Toptip und Lumimart neu und topmodern.



Juli

Transgourmet Österreich: Zertifikat für Umweltmanagement

Der Marktführer im Gastronomie-Grosshandel wird als einziger österreichischer Lebensmittelhändler gesamtheitlich nach dem strengen Standard ISO 14001 für Umweltmanagement-Systeme zertifiziert.

August

Lehrabschluss mit Rekord-Erfolgsquote

1010 Jugendliche und damit 99 % der Coop-Lehrabgänger in der Schweiz schliessen ihre Ausbildung erfolgreich ab. Die Coop-Gruppe als zweitgrösste Lehrstellenanbieterin beschäftigte per Ende 2016 schweizweit insgesamt 2862 Lernende.



September

Drei Fachformate feiern Jubiläum

Die Dipl. Ing. Fust AG, Spezialist für Elektrohaushaltsgeräte, wird 50 Jahre alt, Coop Bau+Hobby, der führende Schweizer Baumarkt, zählt 40 Jahre und auch die Import Parfumerie feiert 2016 ihren 40. Geburtstag.

Neue Take-away-Konzepte Zopf & Zöpfli und Marché Express

Betty Bossi und die Marché Restaurants Schweiz AG lancieren das völlig neuartige Take-away-Konzept Zopf & Zöpfli mit frisch gebackenem Zopfbrot in unterschiedlichen Varianten. Kurz darauf realisiert Marché mit Schnellverpflegungskonzept.



Oktober

Bell Schweiz übernimmt Cher-Mignon und Geiser AG

Bell Schweiz übernimmt den Walliser Charcuteriespezialisten Cher-Mignon SA sowie die auf die Belieferung der Schweizer Gastronomie spezialisierte Geiser AG.

Hilfe für Hurrikan-Opfer

Coop spendet dem Schweizerischen Roten Kreuz 200 000 Franken für die Soforthilfe in Haiti.

Coop Presse baut Leserschaft aus

Die Coopzeitung in ihren drei Sprachausgaben gewinnt neue Abonnenten sowie Leser und bleibt damit das meistgelesene Konsummagazin der Schweiz.



November

Eröffnung der ersten öffentlichen Wasserstofftankstelle

Coop investiert in ein visionäres Mobilitätssystem und eröffnet in Hunzenschwil (AG) die erste öffentliche Wasserstofftankstelle der Schweiz. Der Wasserstoff wird CO₂- und schadstofffrei produziert. Gleichzeitig nimmt Coop einen ersten wasserstoffbetriebenen Lastwagen in ihre Flotte auf.



Dezember

Supermarkt der Zukunft

Coop eröffnet in Altstätten und Zumikon die ersten beiden Supermärkte nach dem neuen Ladenkonzept 2025+. Im Zentrum steht die Erzeugung von Marktstimmung und noch mehr Frische. Für die Ausgestaltung des Konzepts entwickelte Coop einen Laborladen, in dem Kundinnen und Kunden zum Testkauf eingeladen waren.



Transgourmet baut Weinkompetenz aus

Transgourmet Schweiz übernimmt per Anfang Januar 2017 die Weinkeller Riegger AG, die ein Vollsortiment mit fast tausend Weinen bietet. Bereits im Mai übernahm sie zudem die Casa del Vino SA, den Generalimporteur der Top-Bodegas Spaniens.

Übernahme der Aperto-Gruppe

Per Anfang Januar 2017 übernimmt Coop die schweizerische Aperto-Gruppe, die eine starke Stellung an Bahnhofsanlagen hat. Mit der Übernahme der Standorte kann Coop ihre Position im Convenience-Markt weiter stärken.

Strategie und Umfeld

Im Detailhandel konzentriert sich die Coop-Gruppe hauptsächlich auf ein organisches Wachstum in der Schweiz. Im Grosshandel strebt sie 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. Der Detailhandel macht rund zwei Drittel des Gesamtumsatzes der Coop-Gruppe aus. 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-Gruppe 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 über 2,5 Millionen Genossenschaftsmitglieder. Für die Coop-Gruppe stehen die Kundinnen und Kunden – die Genossenschafterinnen und Genossenschafter – im Zentrum. Auf sie ist das Wirken des Unternehmens ausgerichtet. Als Genossenschaft strebt die Coop-Gruppe keine Gewinnmaximierung an – so kann sie langfristig und nachhaltig planen.

Strategien und Ziele

Ausrichtung entlang des Leitbildes

Eine gemeinsame Vision, ein gemeinsames Leitbild und unternehmensspezifische Missionen prägen die tägliche Arbeit und die Unternehmenskultur der Coop-Gruppe. Für die insgesamt rund 85 000 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.

Expansion und Internationalisierung

Die Coop-Gruppe verfolgt bezüglich Expansion und Internationalisierung zwei Stossrichtungen. Im Detailhandel geht es darum, das Verkaufsstellennetz in der Schweiz gezielt zu optimieren und mittels Sortimentsanpassungen und der Lancierung neuer Formate aktuelle Trends aufzunehmen. 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 die Vertikalisierung – sei es bei Fleisch mit der Bell-Gruppe, bei Wasser mit Pearlwater, bei Getreide mit der Swissmill, bei Schokolade mit Chocolats Halba oder bei Reis mit der Reismühle Brunnen. Durch die Integration der Produktionsbetriebe in ihre Geschäftstätigkeit kann Coop zudem rasch auf neue Trends reagieren. So baute Coop unter anderem dank der Mehrheitsbeteiligung von Bell an Hilcona ihre führende Position im Bereich Convenience aus und entwickelte eine eigene Vegi-Linie. Die Geschäftsbereiche Detailhandel und Grosshandel/Produktion arbeiten generell eng zusammen und nutzen Synergien in der Beschaffung oder der Logistik. Zudem stellen die Produktionsbetriebe Produkte für den Detail- und den Grosshandel her. Ziel ist es, das vorhandene Synergiepotenzial auszuschöpfen und noch mehr Effizienz zugunsten günstigerer Konsumentenpreise zu erreichen.

Cross-Channel-Strategie

Während im Bereich Lebensmittel der stationäre Handel nach wie vor eine grosse Bedeutung hat, verlagert sich der Einkauf von Non-Food-Artikeln zunehmend ins Internet. Die Coop-Gruppe hat diesen Trend früh erkannt und setzt konsequent auf Cross-Channel, also auf die Verbindung des stationären mit dem Online-Handel. In diesem Sinne verfügen fast alle Fachformate über einen eigenen Online-Shop. Die online bestellte Ware wird wahlweise nach Hause geliefert oder kann in der Verkaufsstelle des jeweiligen Fachformats oder an einer Pick-up-Station 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 40 Online-Shops, davon 24 im Detailhandel und 16 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.

Da die Bedeutung internationaler Kooperationen in der Beschaffung laufend wächst, ist Coop Teil der internationalen Einkaufsallianz Alidis. Zu Alidis gehören auch Edeka (Deutschland), Groupement des Mousquetaires (Frankreich) – besser bekannt unter dem Namen Intermarché – und Eroski (Spanien). Alidis ist eine der bedeutendsten internationalen Einkaufsallianzen in Europa.

Qualitätsstrategie

Coop versteht ihr Qualitätsmanagement als Disziplin, die all jene Prozesse entlang der Warenkette umfasst, die einen Beitrag zur Produktqualität leisten. Die gesetzlichen und alle darüber hinausgehenden Coop-spezifischen Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen müssen lückenlos und auf jeder Stufe der Warenkette eingehalten werden. Dabei nehmen die Geschäftspartner von Coop und insbesondere die Coop-Mitarbeitenden eine zentrale Rolle ein. 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 Qualitätssicherungs-Experten 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

Schweizer Detailhandel verharrt im Minus

Auch 2016 blieben die nominalen Detailhandelsumsätze unter dem Vorjahr. Der Detailhandel spürte nach wie vor die Aufhebung des Euro-Mindestkurses. Die Konsumentenstimmung blieb angespannt und der Einkaufstourismus verharrte auf hohem Niveau. Auch die fehlenden ausländischen Gäste in den Bergregionen wirkten sich negativ auf die Umsätze aus. Der Preiszerfall nahm etwas ab, insbesondere im Non-Food-Bereich.

Neues Lebensmittelrecht: massvolle und wichtige Revision

Coop begrüsst die Lebensmittelrechtsrevision, die Ende 2016 vom Bundesrat verabschiedet wurde. Die Vorschläge hinsichtlich der Lebensmittelkennzeichnung, Produktionslandangabe, Kosmetikverordnung und Allergendecklaration im Offenverkauf sind mass- und sinnvoll. Die Regulierungen belasten die betroffenen Unternehmen finanziell nicht zu stark und garantieren gleichzeitig eine hohe Transparenz gegenüber den Kundinnen und Kunden. Coop begrüsst zudem, dass die Handelshemmnisse zur EU im Zuge dieser Revision weiter abgebaut werden.

Ernährungssicherheitsinitiativen sorgen für Diskussionen

2016 wurde auch das Thema Ernährungssicherheit stark diskutiert. Gleich drei Initiativen (Ernährungssicherheit, Fair Food und Uniterre) fordern eine möglichst hohe Selbstversorgung der Schweiz. Coop lehnt die Initiativen ab, da sie einen Preisanstieg sowie ein kleineres Sortiment zur Folge hätten und zu stark in die Wirtschaftsfreiheit eingreifen würden. Die Initiativen bedeuten einen Rückschritt in der Landwirtschaftspolitik, die durch die Agrarpolitik 2014 bis 2017 bereits einen geeigneten Rahmen erhielt. In diesem Rahmen kann eine nachhaltig produzierende, marktorientierte Landwirtschaft stetig gefördert werden.

Fokussieren auf kritische Rohstoffe und geschlossene Stoffkreisläufe

Auch in Bezug auf die Volksinitiative «Grüne Wirtschaft» positionierte sich Coop ablehnend, da diese nicht erreichbare Ziele gesetzt hätte. Grundsätzlich unterstützt Coop jedoch das Anliegen einer nachhaltigen Wirtschaft. Es gilt, das Augenmerk stärker auf die ökologisch kritischen Rohstoffe zu richten und einzelne Stoffkreisläufe gezielt zu schliessen.

Entwicklung im Grosshandel und in der Industrie

Auch der Grosshandel und die Industrie litten unter der schwachen Nachfrage in der Schweiz. Der Grosshandel mit Lebensmitteln spürte die rückläufigen Umsätze der Schweizer Gastronomie. Die Schweizer Industrie litt nach wie vor unter einem Kosten- und Margendruck. In Europa profitierten der Grosshandel und die Industrie von der wirtschaftlichen Erholung. Eine wesentliche Stütze war der private Konsum, der von der guten Beschäftigungslage, der sinkenden Arbeitslosigkeit und der Stärkung der Kaufkraft durch die niedrigen Ölpreise profitierte. Weiterhin schrumpfend war die Wirtschaft in Russland.

Nachhaltigkeit als Dach

Nachhaltigkeit ist Teil der Unternehmens-DNA von Coop und fliesst in alle relevanten Strategien mit ein. Im Fokus stehen die nachhaltige Sortimentsleistung, Ressourceneffizienz und Klimaschutz sowie das Engagement für die Mitarbeitenden und soziale Projekte.

Starke Verankerung der Nachhaltigkeit

Nach 25 Jahren intensiver Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit ist diese sinnbildlich Teil der Unternehmens-DNA von Coop geworden. Die Coop-Gruppe hat Nachhaltigkeit in ihren Statuten, ihrem Leitbild und ihren Missionen tief 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. Zudem stellt Coop damit sicher, dass die steigenden Anforderungen vonseiten Gesellschaft und Politik in der gesamten Geschäftstätigkeit effizient und glaubwürdig umgesetzt werden.

Über ihre zahlreichen Massnahmen im Bereich Nachhaltigkeit berichtet Coop insbesondere in der Coopzeitung, auf der Internetplattform taten-statt-woorte.ch, im jährlich erscheinenden Fortschrittsbericht Nachhaltigkeit sowie im vorliegenden Geschäftsbericht der Coop-Gruppe.

Konzentration auf wesentliche Bereiche

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. Es baut auf drei Säulen auf.



Säule 1: Nachhaltige Sortimentsleistung

Coop setzt sich entlang der gesamten Wertschöpfungskette für die Einhaltung von anspruchsvollen Mindestanforderungen ein. Darüber hinaus engagiert sie sich mit wegweisenden Beschaffungsprojekten und langjährigen Partnerschaften für den biologischen Landbau, den fairen Handel, die Förderung des Tierwohls und den Erhalt der Biodiversität. Mit verantwortungsvollen Produkten, einer bewussten Sortimentsgestaltung, einer zielgerichteten Kundeninformation und vielseitigen Werbemassnahmen fördert Coop den nachhaltigen Konsum.

Säule 2: Ressourceneffizienz 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 «CO₂-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 Gesellschaft

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

Coop Fonds für Nachhaltigkeit

Über den Coop Fonds für Nachhaltigkeit finanziert Coop Projekte aus allen drei Säulen. Zum einen werden innovative Lösungsansätze in wichtigen gesellschaftlichen und ökologischen Themenbereichen angestossen und so Pionierleistungen für die Nachhaltigkeit erbracht. Zum anderen stehen die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für einen nachhaltigen Konsum sowie die Unterstützung von Projekten für die Mitarbeitenden und die Gesellschaft im Vordergrund. Dem Coop Fonds für Nachhaltigkeit stehen jährlich mindestens 16,5 Millionen Franken zur Verfügung.

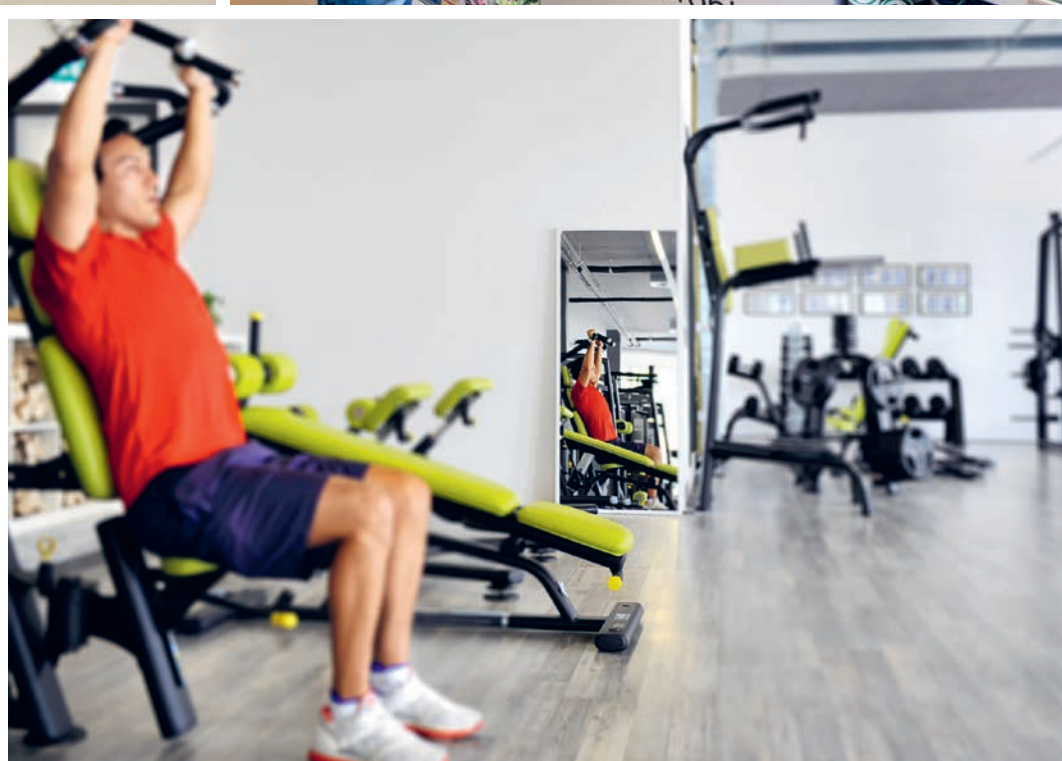
Strategische Verankerung im Grosshandel und in der Produktion

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.

Mehrjahresziele 2014 bis 2020

Im Jahr 2013 hat die Geschäftsleitung der Coop-Gruppe die Mehrjahresziele Nachhaltigkeit 2014 bis 2020 verabschiedet. Die darin festgelegten übergeordneten Themenfelder gelten für die gesamte Coop-Gruppe. Die konkreten und wo möglich quantifizierten Zielsetzungen bis 2020 fokussieren auf die wesentlichen Hebel der Nachhaltigkeit und sind jeweils auf die Bereiche Detailhandel, Grosshandel und Produktion ausgerichtet. 2016 wurden die Zielsetzungen für alle Bereiche grundlegend überprüft und wo nötig angepasst. Die quantitativen Mehrjahresziele sind in jährliche Zielvorgaben heruntergebrochen, die zusammen mit den ökonomischen Zielsetzungen in den etablierten jährlichen Zielsetzungsprozess der Coop-Gruppe einfließen. Die Erfolgsbeteiligung des Managements hängt teilweise von der Erreichung dieser Nachhaltigkeitszielsetzungen ab.

Der Stand der Umsetzung wird im Fortschrittsbericht Nachhaltigkeit kommuniziert, der jährlich im Mai auf www.coop.ch/nh-bericht online publiziert wird.





Geschäftsbereich Detailhandel

Coop stellt Familien ins Zentrum und entwickelt den Supermarkt der Zukunft. Sie will künftig noch nachhaltiger beschaffen und setzt sich dafür konkrete Ziele. Bei den Fachformaten steht der Ausbau der Online-Kompetenz im Zentrum und mit der Eröffnung der Verteilzentrale Schafisheim schliesst Coop das grösste Bauvorhaben der Coop-Geschichte ab.

2016 erzielte die Coop-Gruppe im Detailhandel einen Nettoerlös von 17,2 Milliarden Franken. Damit konnte der 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 2016 führte sie schweizweit 2 250 Verkaufsstellen, 52 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 Fachformate von Coop führen nebst ihren Verkaufsstellen einen eigenen Online-Shop. Die insgesamt 24 Online-Shops im Detailhandel erzielten 2016 ein Wachstum von 10,9 % gegenüber dem Vorjahr.

17,2 Mrd. CHF

**Nettoerlös
im Detailhandel**

Besondere strategische Bedeutung misst Coop ihren nachhaltigen Sortimenten bei. 2016 belief sich der Nachhaltigkeitsumsatz im Detailhandel auf erfreuliche 3,5 Milliarden Franken und lag damit 6,3 % über dem Vorjahr (Details siehe www.coop.ch/nh-bericht). Allein der Umsatz mit Bio-Produkten betrug 1,2 Milliarden Franken und damit 7,0 % mehr als im Vorjahr.

Supermärkte

Der Nettoerlös der Coop-Supermärkte lag 2016 bei 10,3 Milliarden Franken. Ende 2016 führte Coop schweizweit 876 Supermärkte mit einer Gesamtverkaufsfläche von 972 783 m². Im Berichtsjahr wurden 28 Verkaufsstellen eröffnet und acht geschlossen. Coop hat 2016 erneut zusätzliche Kundinnen und Kunden gewonnen: Die Kundenfrequenz in den Supermärkten nahm um 2,6 % zu. Zudem konnten die Supermärkte Marktanteile gewinnen, insbesondere im Bereich Frische.

Mit Coop to go führt Coop seit August 2015 ein Ladenkonzept, das ganz auf die frische und schnelle Verpflegung ausser Haus ausgerichtet ist. 2016 baute Coop to go das Angebot an frischen und hausgemachten Convenience-Produkten nochmals aus und eröffnete in der Neustadt-Passage in Zug und am Bahnhof Baden erste Standorte ausserhalb der Stadt Zürich. Per Ende 2016 zählte Coop to go insgesamt sieben Verkaufsstellen.

Zahlreiche Aktivitäten für mehr Familienfreundlichkeit

2016 stellte Coop erneut das Engagement für Familien ins Zentrum und setzte diverse Massnahmen für noch mehr Familien- und Kinderfreundlichkeit um. Im Fun-Cabrio, dem Kinder-Cabrio vorne am Einkaufswagen, können die Kleinen Mama oder Papa beim Einkaufen begleiten und an den neuen Familienkassen sogar selbst mit anpacken. Neben den herkömmlichen Kassen hat Coop in Bachenbülach, Silbern und Bern Wankdorf die ersten mit Jamadu-Bildern ausgestatteten Familienkassen auf Kinderhöhe installiert. Bis im Frühling 2017 will Coop in allen Megastores eine Familienkasse zur Verfügung stellen. Weiter setzt sich Coop dafür ein, das Parken speziell für Eltern einfacher zu gestalten. An Standorten mit grosszügigen Platzverhältnissen gibt es deshalb vermehrt breitere Parkfelder für Familienautos. Bis Ende 2017 sollen Familien-Parkfelder in über 50 % der Verkaufsstellen umgesetzt sein. In den Coop Restaurants wurden 2016 neue Kinderevents von Osterhasen- bis Lebkuchen-Dekorieren eingeführt. Zudem hat Coop in den ersten Restaurants neue Spielecken integriert.

Die grosse Bedeutung der Familien schlägt sich auch im Sponsoring-Engagement von Coop nieder. Beispielsweise entwickelte Coop 2016 zusammen mit dem Schweizerischen Turnverband einen «Muki-Hit» für das Mutter-Vater-Kind-Turnen. Einen neuen Besucherrekord erzielte Coop mit Coop Andiamo von schweiz.bewegt. Der Bewegungsanlass für die ganze Familie begeisterte 2016 insgesamt 22 000 Teilnehmende an fünf Standorten. Daneben unterstützt Coop neu die Familienplattform des Schweizerischen Roten Kreuzes, organisierte die Schwiizergoofe-Hello-Family-Tour, förderte Kindermusicals und führte mit 5 000 Teilnehmenden einen weiteren erfolgreichen Hello-Family-Tag im Verkehrshaus Luzern durch.

Der Hello Family Club baute seine Aktivitäten 2016 nochmals deutlich aus. Er gab zwei Hello-Family-Magazine heraus und ging neue Partnerschaften für exklusive Freizeitangebote ein. Ende 2016 zählte der Hello Family Club rund 1,5 Millionen registrierte Mitglieder, darunter 458 000 Familien, und erreichte damit ein deutliches Wachstum gegenüber dem Vorjahr.

Coop entwickelt den Supermarkt der Zukunft

Mit viel Innovationsgeist entwickelt Coop stetig neue Ideen, um den Kundenwünschen noch besser gerecht zu werden und den Supermarkt der Zukunft entsprechend zu gestalten. 2016 verabschiedete Coop das neue Ladenkonzept 2025+ und entwickelte in diesem Zusammenhang in Bern-Schönbühl einen Laborladen von rund 1 000 m². In wenigen Monaten entstand ein Supermarkt, in dem nahezu alles neu war – neue Gestaltung, neue Möbel und Geräte, neue Kennzeichnung und neue Kassenzone. Im Zentrum steht die Erzeugung von Marktstimmung und noch mehr Frische. Konkret hat Coop unter anderem die Fleisch-, Käse- und Fischtheken neu ausgestaltet und damit begonnen, die Anzahl an Hausbäckereien, in denen das Brot direkt vor Ort frisch gebacken wird, zu erhöhen.

Nach seiner Fertigstellung wurde der Laborladen von 450 ausgewählten Besucherinnen und Besuchern aus der ganzen Schweiz getestet. Kundinnen und Kunden konnten echte Einkäufe tätigen und ihre Erfahrungen danach schildern. Anhand der Ergebnisse hat Coop das Ladenkonzept 2025+ weiter ausgestaltet. Ende 2016 wurden bereits zwei erste Coop-Supermärkte, in Altstätten und in Zumikon, nach dem neuen Konzept umgesetzt, bis Ende 2017 sollen es rund 45 Läden sein.

Klare Ziele im Bereich nachhaltige Beschaffung

Coop hat 14 kritische Rohstoffe bestimmt, deren Produktion grosse Auswirkungen auf Mensch, Tier und Umwelt haben kann. Um diese Rohstoffe künftig noch nachhaltiger beschaffen zu können, analysierte Coop die jeweiligen Hauptrisiken, die bei der Beschaffung entstehen können. 2016 definierte sie zudem für alle 14 Rohstoffe klare Ziele und Kennzahlen, die bis 2020 erreicht werden sollen. Bei Kakao

100 %

**Fisch und Meeresfrüchte
aus nachhaltigen Quellen**

beispielsweise besteht das Hauptrisiko darin, dass der Preisdruck sich negativ auf die Arbeitsbedingungen der Kleinbauern auswirkt und die Abholzung sowie Kinderarbeit fördert. Durch die Zertifizierung mit Fairtrade Max Havelaar und der Knospe von Bio Suisse kann Coop garantieren, dass der Kakao ökologisch verträglich angebaut wird und die Kleinbauern faire Preise erhalten. Der Anteil an Bio- oder Fairtrade-Kakao in Coop-Eigenmarkenprodukten mit bedeutendem Kakaoanteil betrug per Ende Jahr 86 %. Bis 2020 soll der Anteil auf 100 % ansteigen.

Auch für Fleisch und Fisch definierte Coop klare Ziele. Da die Tierschutzgesetzgebung im Ausland deutlich weniger streng ist als in der Schweiz, baute Coop 2016 mit ausländischen Lieferanten eine Poulet-Produktion auf, die den Schweizer Anforderungen entspricht. Bereits heute ist der Grossteil der ausländischen Projektbetriebe auf BTS (Besonders tierfreundliche Stallhaltungssysteme) umgestellt. Auch bei Trutenfleisch hat Coop 2016 den Aufbau der ausländischen Trutenmast analog BTS weiter umgesetzt. Seit Februar 2016 stammt frisches Trutenfleisch der Coop Eigenmarke (exkl. Prix Garantie) aus BTS-analoger Haltung. Einen grossen Erfolg konnte Coop beim Fisch erzielen: Seit Dezember stammen 100 % des gesamten Sortiments an Fischen und Meeresfrüchten aus nachhaltigen Quellen. Das bedeutet, dass alle Fischarten vom WWF als akzeptabel oder empfehlenswert eingestuft wurden. 64 % der Fische aus Wildfang erfüllen zudem den MSC-Standard (Marine Stewardship Council) und rund 33 % der Zuchtfische erfüllen die Bio-Suisse-Richtlinien.

Die Coop-Produktionsbetriebe setzen sich hinsichtlich der nachhaltigen Beschaffung von kritischen Rohstoffen ebenfalls Ziele und die Transgourmet-Gruppe analysiert den IST-Zustand der Beschaffung.

Coop reduziert den Verbrauch von Plastiksäcken

Am 22. September 2016 hat der Ständerat die Motion zum Verbot von Wegwerf-Plastiksäcken abgeschrieben. Im Gegenzug hat sich Coop in einer freiwilligen Branchenlösung dazu verpflichtet, künftig auf die Gratisabgabe von Wegwerf-Plastiksäcken zu verzichten. In einem ersten Schritt führte Coop im Oktober 2016 kostenpflichtige Säcke in zehn Verkaufsstellen der Stadt Zürich ein. Das Pilotprojekt diente dazu, die neuen Abläufe an der Kasse zu analysieren und zu optimieren. Seit Mitte Februar 2017 gibt Coop die Plastiksäcke an der Kasse in rund 880 Supermärkten in der ganzen Schweiz für fünf Rappen ab. Coop hat sich zum Ziel gesetzt, den Verbrauch der Wegwerf-Plastiksäcke in den Supermärkten um 80 % zu reduzieren. Zudem bestehen die Säcke neu zu 100 % aus Recyclingmaterial. Der Erlös aus dem Verkauf der Plastiksäcke fliesst in den Coop Fonds für Nachhaltigkeit, mit dem Coop innovative und nachhaltige Projekte unterstützt.

Sortimentsvielfalt

Coop führt über alle Verkaufsformate hinweg nicht nur die grösste Auswahl an nationalen und internationalen Markenartikeln, sondern auch zahlreiche Eigenmarken für jedes Kundenbedürfnis. Allein im Lebensmittelhandel bietet sie mit über 40 000 Produkten im Food- 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.

Ausbau der Leaderposition mit nachhaltigen Produkten

Coop konnte 2016 ihre Leaderposition bei Produkten, die höchsten Nachhaltigkeitsstandards entsprechen, weiter ausbauen. Mit einem Wachstum von 6,3 % auf über 1 Milliarde Franken hat Coop den Umsatz der Bio-Eigenmarke Naturaplan deutlich gesteigert. Es wurden 81 Naturaplan-Neuheiten eingeführt, darunter neu ein kleines Sortiment an Schweizer Demeter-Produkten. Auch der Umsatz mit Oecoplan-Produkten ist gegenüber dem Vorjahr gestiegen. 91 % der Oecoplan-Produkte empfiehlt der WWF. Gut behaupteten sich zudem die Naturaline-Textilien sowie Naturaline-Cosmetics-Artikel. Melanie Winiger stellte die neue Kollektion für Junge und Junggebliebene mit ihrer Mutter vor. Viele Kosmetik-Produkte wurden von der Vegan Society als vegan zertifiziert. Unter Unique brachte Coop 2016 906 Tonnen nicht marktkonformes Gemüse und Obst ins Regal. Durch die Abnahme von 323 Tonnen Kartoffeln mit Wachstumsrissen hat

über **1 Milliarde** CHF
Umsatz mit Naturaplan

Coop die Schweizer Kartoffelbäuerinnen und -bauern stark unterstützt und Foodwaste vermieden. Ausserdem hat Coop weitere Sortimente auf Fairtrade umgestellt, darunter Glacés und Trockenfrüchte. Per Ende Jahr zählte Coop über alle Formate hinweg 730 zertifizierte Fairtrade-Produkte. Der Umsatz stieg um rund 19 % auf 397 Millionen Franken an.

Coop unterstützt Bauern bei der Umstellung auf Bio

Während sich der Absatz von Bio-Produkten seit Langem sehr dynamisch entwickelt, stagniert der Anteil der Bio-Landwirtschaft in der Schweiz seit einigen Jahren. Coop förderte daher auch 2016 aktiv die Umstellung von konventionellen Bauernbetrieben auf die biologische Landwirtschaft. So nimmt Coop beispielsweise Produkte von Bauern bereits während der zweijährigen Umstellungsphase auf Bio zu Bio-Konditionen ab. Diese Produkte bietet Coop mit der Umstellungsknospe von Bio Suisse und dem Vermerk «In Umstellung auf die biologische Landwirtschaft» im Naturaplan-Sortiment an. Zudem unterstützt Coop den jährlichen Ackerbautag von Bio Suisse finanziell. Dort können sich Bauern über den aktuellen Stand der Forschung und Technik im Bereich biologischer Ackerbau informieren und konventionelle Bauern können so zur Umstellung auf Bio motiviert werden. Dieses Projekt wird durch den Coop Fonds für Nachhaltigkeit finanziell unterstützt.

Sortimentserweiterungen bei den Standard- und Zielgruppen-Eigenmarken

Auch 2016 baute Coop das Angebot an Standard- und zielgruppenspezifischen Sortimenten weiter aus. Unter Prix Garantie führte Coop 2016 insbesondere bei Familien beliebte Produkte ein.

Unter der Eigenmarke Fine Food kamen 31 Neuheiten ins Regal, darunter erstmals zwei Spirituosen. Bereits 95 % der Fine-Food-Produkte waren per Ende Jahr im neuen Design verpackt.

Mit einer neuen zeitgemässen Verpackung mit Verwendungstipps und weiteren innovativen Produkten stärkte Coop unter dem Label Betty Bossi 2016 ihre Backkompetenz. Rund 80 Produkte wurden mit Kulinarikspezialisten systematisch geprüft und überarbeitet.

Weiterhin beliebt bleiben die Früchte und Gemüse unter Primagusto. Der Umsatz mit Primagusto wuchs um rund 8 % auf 95 Millionen Franken.

Im Bereich Non-Food überarbeitete und optimierte Coop 2016 das Sortiment an Haushaltselektrogeräten und sorgte für eine stärkere Gewichtung der Eigenmarken. Im Zuge dessen erfuhr die Eigenmarke Satrap eine komplette Neupositionierung. Beispielsweise gestaltete Coop die Verpackung und die Bedienungsanleitung moderner und familienfreundlicher. Insgesamt wurden rund 50 Satrap-Produkte überarbeitet und sukzessive in das Sortiment eingeführt.

Mehr Vielfalt bei vegetarischen, veganen und allergenfreien Produkten

Das Interesse an veganer und vegetarischer Ernährung ist in den letzten Jahren stark angestiegen. Als innovative und trendbewusste Detailhändlerin baute Coop 2016 das Sortiment an Produkten mit ernährungsrelevantem Mehrwert weiter aus. Unter der Eigenmarke Karma nahm Coop 20 Snack-Variationen sowie beispielsweise Produkte auf Kokosnuss- und Mandelmilch-Basis neu ins Regal auf. Die Anzahl an Karma-Produkten wurde damit per Ende Jahr verdoppelt und der Umsatz um rund 73 % gesteigert.

Coop lancierte zudem 34 vegane Produkte der deutschen Marke Veganz – darunter vegane Kekse, Soja-Schnitzel und aus Kokosnektar hergestellter Kokosblütenzucker. Insgesamt führte Coop Ende Jahr 560 Produkte mit dem offiziellen Vegi-Logo von Swissveg, darunter 372 vegane.

Neben dem vegetarischen und veganen entwickelte Coop 2016 auch das Angebot für Allergikerinnen und Allergiker unter der Eigenmarke Free From weiter. Eine Studie von Coop mit fachlicher Unterstützung des aha! Allergiezentrum Schweiz hat gezeigt, dass die Ansprüche an Transparenz, Vielfalt und Kulinarik bei Lebensmitteln stark gestiegen sind. Aus diesem Grund hat Coop ein neues Kennzeichnungssystem entwickelt: Mit dem grünen Free-From-Logo heben sich Produkte für Allergiker und Allergikerinnen im Regal ab und ergänzende Siegel weisen aus, welche Allergene nicht enthalten sind. Auch Eigenmarkenprodukte sowie einige Markenartikel, welche frei von Gluten, Lactose oder anderen Allergenen sind, werden gekennzeichnet. Per Ende 2016 zählte Coop 400 gekennzeichnete Artikel für Menschen mit Allergien oder Unverträglichkeiten – das breiteste Sortiment im Schweizer Detailhandel.

Engagement für faire Konsumentenpreise

Coop setzte sich auch 2016 wieder dafür ein, Preisabstände zum benachbarten Ausland kontinuierlich zu reduzieren. Hierfür verhandelte Coop hart mit ihren Lieferanten und griff wo nötig auf Parallelimporte zurück. Zudem erarbeitete sich Coop durch Investitionen in die Effizienz – insbesondere in der Logistik – Spielräume für Preissenkungen. Im Berichtsjahr senkte Coop bei über 1 741 Artikeln den Preis und investierte dafür insgesamt 31,5 Millionen Franken. Ein Schwerpunkt lag auf dem Bereich Gesichts- und Körperpflege: Allein hier reduzierte Coop den Preis von über 900 Artikeln um durchschnittlich 17 %.

31,5 Mio. CHF
in tiefere Preise investiert

Eine Herausforderung stellten 2016 die schwankenden Rohstoffpreise dar. Teurer wurden unter anderem Honig und Nüsse. Im Gegenzug gab es Warengruppen, bei denen Coop die Preise aufgrund von sinkenden Rohstoffpreisen nach unten korrigierte wie beispielsweise bei Milch oder Schweinefleisch. Sämtliche Preisanpassungen wurden in der Coopzeitung kommuniziert.

Fachformate

Die Fachformate der Coop-Gruppe erwirtschafteten 2016 einen Nettoerlös von insgesamt 6,9 Milliarden Franken. Erfreulicherweise konnte die Coop-Gruppe ihren Marktanteil in allen Bereichen halten beziehungsweise ausbauen. Besonders stark blieb Coop im Bereich Heimelektronik, zu dem die Fachformate Interdiscount, Microspot.ch, Dipl. Ing. Fust und Nettoshop.ch gehören. Der Nettoerlös der vier Formate lag bei insgesamt rund 2 Milliarden Franken und somit 11 Millionen über dem Vorjahr. Damit bleibt Coop unangefochtener Leader in diesem Markt.

Mit der Mehrheitsbeteiligung von 51 % an der Update Fitness-Gruppe erschloss sich Coop 2016 einen weiteren zukunftssträchtigen Markt. In den letzten zehn Jahren hat die Kundennachfrage nach modernen und gesundheitsorientierten Fitnesscentern in der Schweiz stark zugenommen. Die Akquisition der Update Fitness-Gruppe ist für Coop der ideale Einstieg in dieses Geschäftsfeld mit enormem Wachstumspotential.

Modernisierung der Verkaufsstellen in vollem Gange

Im stationären Handel konzentrierten sich die Fachformate auch 2016 auf die Modernisierung der Verkaufsstellen. Coop City baute drei weitere Warenhäuser nach dem neuen Ladenbaukonzept «Bellacasa» um. In den Restaurants der Filialen Pfauen Basel und Zürich St. Annahof kommt das neue Gastro-Konzept zum Einsatz. Dessen Herzstück ist die Frischeinsel mit einer tageszeitaktuellen Auswahl an saisonalen Köstlichkeiten.

Coop Bau+Hobby eröffnete im März in Volketswil die modernisierte Verkaufsstelle mit neuem Gartencenter; sieben weitere Märkte wurden modernisiert.

Bei Toptip wurden zwei Einrichtungshäuser modernisiert und Interdiscount gestaltete 63 Filialen heller und freundlicher.

Fust setzte die Modernisierung der Verkaufsstellen fort: Insgesamt wurden 62 Verkaufsstellen umgebaut.

Bei The Body Shop erstrahlen 32 von insgesamt 50 Filialen im neuen Kleid und die Import Parfumerie hat fünf Verkaufsstellen umgebaut sowie zwei neue eröffnet.

Coop bringt innovative Schnellverpflegungskonzepte auf den Markt

Mit dem Ausbau ihrer Take-away-Konzepte im 2016 kam die Coop-Gruppe dem wachsenden Kundenbedürfnis nach, sich unterwegs nicht nur schnell, sondern zugleich frisch und genussvoll zu verpflegen. Zum einen lancierten Betty Bossi und die Marché Restaurants Schweiz AG das neue Take-away-Konzept Zopf & Zöpfli. Dieses setzt voll auf den Schweizer Liebling, den Zopf. Das Angebot besteht aus frisch gebackenem Zopfbrot in unterschiedlichen Varianten, gefüllt und ungefüllt, warm und kalt, mit Fleisch oder vegetarisch. Die Zopfgebäcke sind von Hand geflochten und werden vor Ort laufend frisch aufgebacken und gefüllt. Ergänzt wird das Angebot mit Salaten, Müesli und Getränken. Das Konzept und alle Rezeptkreationen stammen von Betty Bossi, die operative Führung liegt bei der Marché Restaurants Schweiz AG. Der erste Zopf & Zöpfli-Take-away eröffnete Ende September 2016 in der Personenunterführung im Bahnhof Bern. Weitere Standorte sind in Planung.

Zum anderen eröffnete die Marché Restaurants Schweiz AG im Oktober 2016 am Zürcher Hauptbahnhof das erste Marché Express. Das Angebot des neuen Take-away-Konzepts richtet sich nach dem Saisonkalender und basiert auf hauseigenen Rezepturen. Marché hat grosse Erfahrung im Bereich der Schnellverpflegung und ist durch Marché Express neu nicht mehr nur an Autobahnen oder am Flughafen mit einem marktfrischen Angebot präsent. Bereits im November öffnete das zweite Marché Express am Bahnhof Zürich Oerlikon seine Türen, bis 2020 sollen acht weitere dazu kommen.

Zum Themenkreis Take-away und Convenience zählen auch die Coop-Pronto-Shops sowie das 2015 lancierte Ladenkonzept Coop to go. Zudem übernahm Coop per Anfang Januar 2017 die schweizerische Aperto-Gruppe. Aperto hat eine starke Stellung an Bahnhofslagen. Mit der Übernahme der Standorte kann Coop ihre Position im Convenience-Markt weiter stärken.

Investition in Online-Shops und Cross-Channel-Lösungen

2016 baute Coop ihre Kompetenz im Online-Handel erneut aus. Das Online-Format Coop@home sowie die Online-Shops von Import Parfumerie, Toptip und Lumimart überzeugen durch einen neu gestalteten, topmodernen Auftritt. Coop@home hat im Dezember die erste Online-Metzgerei des Schweizer Detailhandels eröffnet. Hier können sich Kundinnen und Kunden ihr Fleisch nach individuellen Wünschen

363

Pick-up-Stationen in Coop-Verkaufs- stellen

zuschneiden und nach Hause vor die Türe liefern lassen. Auf der Website von Toptip können Kundinnen und Kunden ihre Möbel neu mit digitalen Konfiguratoren zusammenstellen und sie in einer Toptip-Filiale ihrer Wahl abholen. Im Sinne der Cross-Channel-Strategie, also der Verbindung verschiedener Absatzkanäle als Bestell- und Abholstandorte, baute Coop die Anzahl an Pick-up-Stationen 2016 nochmals deutlich aus. In einem Pilotprojekt ist erstmals auch die Abholung von online bestellten Waren in einem Supermarkt möglich. Beispielsweise können Produkte des neuen Online-Marktplatzes Siroop bereits an 203 Pick-up-Stationen abgeholt werden. Diese befinden sich in Coop-Supermärkten, Coop-Pronto-Shops und Interdiscount-Filialen.

Die grössten Investitionen in den Online-Handel tätigte Coop im Bereich Logistik. So entsteht derzeit am Interdiscount-Hauptsitz in Jegenstorf ein neues vollautomatisches Logistikzentrum für Interdiscount und Microspot.ch. Ziel ist es, die Marktführerschaft in der Heimelektronik durch die stärkere Verzahnung von Online- und stationärem Handel weiter auszubauen. Das neue Logistikzentrum wird vorwiegend für die Lagerung und den Versand des Online-Angebots genutzt. Er bietet Platz für rund 26 000 Artikel – mehr als doppelt so viele wie vorher. Die Rohbauphase wurde Ende 2016 abgeschlossen, die Inbetriebnahme des Logistikzentrums erfolgt 2018. Die Investitionen belaufen sich auf 70 Millionen Franken.

Neben dem Neubau in Jegenstorf wird Coop auch das gemeinsame Logistikzentrum von Fust und Nettoshop.ch in Oberbüren auf insgesamt 72 000 m² erweitern. Dadurch können Fust und Nettoshop.ch 9 000 zusätzliche und insgesamt 22 500 Sortimentsartikel lagern. Die Bauarbeiten in Oberbüren beginnen 2017, die Fertigstellung des Baus ist auf Ende 2018 geplant.

Nationaler Launch des Online-Marktplatzes Siroop

Nach der regionalen Testphase im Herbst 2015 in der Stadt Bern erfolgte im Mai 2016 der nationale Launch von Siroop. Siroop ist der erste offene Online-Marktplatz der Schweiz, der ein Produktsortiment von lokalen, regionalen und nationalen Händlern aus einer Hand anbietet. Siroop verknüpft den Off- und den Online-Handel, indem Kundinnen und Kunden Produkte von stationären Händlern sowie Artikel von grossen Online-Händlern kaufen können. Siroop macht Online-Shopping einfach und verschreibt sich der Digitalisierung des Schweizer Handels. Der Marktplatz wird von der Siroop AG betrieben, einem im April 2015 von Coop und Swisscom gegründeten Joint Venture. Das Start-up tritt am Markt als unabhängiges und eigenständiges Unternehmen auf. Per Ende 2016 waren 305 Händler mit rund 500 000 Produkten auf Siroop präsent.

Coop eröffnet die erste öffentliche Wasserstofftankstelle der Schweiz

2016 investierte Coop in ein visionäres Mobilitätssystem und eröffnete im November in Hunzenschwil (AG) die erste öffentliche Wasserstofftankstelle der Schweiz. Gleichzeitig nahm Coop zwölf Wasserstoff-Personenwagen sowie den weltweit ersten mit Wasserstoff betriebenen Lastwagen mit Anhänger, der die Anforderungen der Coop-Logistik erfüllen kann, in die eigene Wagenflotte auf. Der für den Antrieb notwendige Wasserstoff wird am wenige Kilometer entfernten Laufwasserkraftwerk der IBAarau in Aarau CO₂- und schadstofffrei durch die H2 Energy AG produziert und an die Coop Mineraloel AG geliefert. Mit der Wasserstofftankstelle setzt Coop auf eine zukunftsweisende Technologie und macht einen weiteren grossen Schritt hin zu einer nachhaltigen Mobilität.

Highlights aus den Fachformaten

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.

 ▼ Factsheet	Die Schweizer Nummer eins im Unterhaltungselektronikmarkt	• Marktanteilsgewinne • Eröffnung von fünf neuen Standorten: Küsnacht, Frick, Bern, Hochdorf, Weinfelden • Erneuerung von 63 Filialen • Weiterentwicklung des Online-Shops: Ausbau auf über 25 000 Produkte und Einführung von Same-Day-Delivery aus Filialen in diversen Städten • Rund 39 % Umsatzwachstum bei den Online-Bestellungen • Bau des neuen Logistikzentrums in Jegenstorf
 ▼ Factsheet	Die zweitgrösste Warenhauskette der Schweiz	• Festigung der Marktposition • Umsetzung des neuen Ladenbaukonzepts «Bellacasa» in drei weiteren Warenhäusern (Fribourg, Thun Kyburg, Oerlikon) • Umsetzung des neuen Gastro-Konzepts in den Filialen Pfauen Basel und Zürich St. Annahof • Weiterentwicklung Dekoboutique-Konzept: alternierende themenspezifische Angebote für Dekoideen
 ▼ Factsheet	Der führende Schweizer Baumarkt	• Steigerung der Marktanteile • 40-Jahr-Jubiläum • Lancierung des neuen Werbeauftritts mit dem Claim «Wir helfen machen» • Eröffnung des neuen Gartencenters Giardino in Volketswil • Steigerung des Nachhaltigkeitsumsatzes und Ausbau des Oecoplan-Sortiments • Weiterentwicklung des Online-Shops: Ausbau des Sortiments auf über 50 000 Produkte, Integration neuer Dienstleistungen und Services sowie starkes Umsatzwachstum von 88 %



Das kompetente
Einrichtungshaus

- Stärkung der Marktposition
- Massiv steigende Umsatzentwicklung bei personalisierbaren Produkten
- Wiedereröffnung der umgebauten und modernisierten Filialen in Lyssach und St. Gallen
- Relaunch der Online-Shops toptip.ch und lumimart.ch: unter anderem Einführung von digitalen Möbel-Konfiguratoren
- Starkes Umsatzwachstum von rund 16 % bei den Online-Shops

Factsheet



Die führende
Parfümerie- und
Pflege-Kette der
Schweiz

- Marktanteilsgewinne
- 40-Jahr-Jubiläum
- Stärkung und Weiterentwicklung der eigenständigen Organisation
- Relaunch des Online-Shops inklusive Einführung der Marke Dior
- Einführung von Click & Collect: Sämtliche Artikel aus dem Online-Shop können in der Filiale abgeholt und bezahlt werden
- Umsatzwachstum von rund 111 % mit dem Online-Shop
- Eröffnung von zwei neuen Filialen in Weinfelden und Oerlikon und Modernisierung von fünf bestehenden

Factsheet



Die führende
Bijouteriekette

- Stärkung und Weiterentwicklung der eigenständigen Organisation
- Ausbau der Shop-in-Shop-Konzepte im Fashion- und Uhrenbereich
- Stärkung des echtschmucksortiments
- Rund 45 % Umsatzwachstum im Online-Geschäft

Factsheet



Mit einem weiten
Netz von Coop-
Tankstellen Markt-
führer in der Schweiz

- Marktanteilsgewinne
- Expansionspotenzial wird weiter konsequent ausgeschöpft
- Eröffnung der schweizweit ersten öffentlichen Wasserstoff-tankstelle in Hunzenschwil

Factsheet



Die Nummer eins
im schweizerischen
Convenience-Markt

- Systematischer Ausbau der Marktleistung zur Stärkung der Leaderposition
- Starke Erweiterung des vegetarischen, teilweise veganen Produktangebots unter Karma
- Ausbau der Kühlflächen an über 20 Standorten und damit auch des Sortiments an gekühlten Frischprodukten
- Zehn weitere Standorte mit Heissverkauf ausgestattet

Factsheet



Für Wärme und
Wohlbefinden

- Marktanteile im Heizölhandel gesteigert
- Kundenorientierte Festigung der Marke Coop Heizöl «Für Wärme und Wohlbefinden»
- Anteil der Kundschaft für schadstoffarmes Öko-Heizöl stieg auf 58 %

Factsheet



Und es funktio-
niert: Nummer eins
bei Elektrohaushalt
und beim Umbau
Ihrer Küche oder
Ihres Badezimmers

- Marktanteilsgewinne
- 50-Jahr-Jubiläum
- Nettoerlös überschreitet erneut die Milliarden-Grenze: 2 % Umsatzwachstum gegenüber Vorjahr
- Modernisierung der Fust-Sparkarten-App mit neu integrier-tem Ratgeber «Reparieren oder Neu-Kaufen»
- 12 weitere Verkaufsstellen modernisiert
- Stark wachsendes Online-Geschäft mit Direkt-Abholmög-lichkeit in allen Fust-Filialen

Factsheet

 ▼ Factsheet	Alles, was der Gesundheit gut tut: von rezeptpflichtigen Arzneimitteln bis zur Schönheitspflege	• Marktanteilsgewinne • Steigerung des Nettoerlöses um über 7 % • Eröffnung von fünf neuen Apotheken in Biberist, Wallisellen, Kriens, Weinfelden und Baden • Ergänzung der Eigenmarken-Linie mit acht Produkten, Einführung der Dienstleistung Gluten-Check und exklusive Einführung der natürlichen Dermokosmetikmarke A-Derma
 ▼ Factsheet	Für tägliche Gaumenfreuden zu fairen Preisen	• Marktanteilsgewinne und Umsatzwachstum in einem abnehmenden Markt • Umsetzung des neuen Gastro-Konzepts in 15 Restaurants und fünf Take-its • Übernahme des Personalrestaurants von Interdiscount in Jegenstorf • Lancierung des Coop-Thermobechers zur Reduktion des Pappbechergebrauchs
 ▼ Factsheet	Der frische Gastgeber an Hochfrequenzlagen	• Lancierung des Take-away-Konzepts Zopf & Zöpfli zusammen mit Betty Bossi • Eröffnung des neuen Take-away-Konzepts Marché Express am Hauptbahnhof Zürich und am Bahnhof Zürich Oerlikon • Eröffnung des Cindy's Burger Trailers vor dem Letzipark in Zürich • Umzug des Firmensitzes von Kemptthal nach Dietlikon
<i>Betty Bossi</i> ▼ Factsheet	Die Nummer eins in der Schweiz für Kochen und Geniessen	• Lancierung des Take-away-Konzepts Zopf & Zöpfli zusammen mit Marché Restaurants Schweiz • Lancierung der Blogger-Plattform «Dish Up» • Ausbau des internationalen Vertriebs von innovativen Küchenhilfern • Ausbau des Online-Sortiments im Bereich Küche und Haushalt
 ▼ Factsheet	Das natürliche und nachhaltige Kosmetikunternehmen	• Lancierung der neuen Werte «Enrich not Exploit – Es liegt in unseren Händen» • Modernisierung von sieben weiteren Verkaufsstellen • Eröffnung von zwei neuen Standorten an den Bahnhöfen Luzern und Baden • Übernahme der zwei Tessiner Franchise-Unternehmen in Chiasso und Lugano • Über 24 % Umsatzwachstum im Online-Geschäft
 ▼ Factsheet	Der Reiseveranstalter von Coop und Rewe – in der Schweiz die Nummer eins im Direktverkauf von Badeferien	• Marktanteilsgewinne in einem rückläufigen Markt • Steigerung des Nettoerlöses um 21 % trotz schwieriger Rahmenbedingungen aufgrund geopolitischer Einflüsse und Ereignisse • Ausserordentliches Wachstum bei Fernreisen • Verlagerung der Nachfrage mit Konzentration auf Ferienzele in Griechenland und Spanien
<i>BâleHotels</i> ▼ Factsheet	Die Hotelgruppe von Coop	• Steigerung der Marktanteile trotz des wachsenden Hotelzimmerangebots in Basel und der nahen Grenzregion • Teilnahme am Nachhaltigkeitsprojekt der Stiftung Sapocycle: Seife wird recycelt und Familien in Not zur Verbesserung der Hygiene zur Verfügung gestellt • Projekt Hotel Savoy in Bern: Start des umfassenden Umbaus und Vorbereitung auf die Eröffnung im Februar 2017

  Factsheet	Führender Fitness-anbieter der Ostschweiz	• Marktanteilsgewinne in der Ostschweiz • Das bisherige Mitgliederwachstum von durchschnittlich 10 % pro Jahr wird deutlich überschritten und liegt 2016 bei über 20 % • Eröffnung von sechs weiteren Standorten
  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: Steigerung des Nettoerlöses um rund 11 %; Umsatzwachstum von rund 27 % mit dem Verkauf von Fisch und Kaviar • Wolhusen: Steigerung des Nettoerlöses um rund 12 %; erfolgreiche Sonderausstellung «Karibik»
  Factsheet	Der führende Online-Anbieter für Unterhaltungselektronik und Haushalt	• Marktposition ausgebaut • Lancierung einer neuen Bestellplattform und Ausbau des Geschäftskundenbereichs • Weitere Festigung der Position als Preisführer im Online-Handel • Aufbau eines Education-Bereichs mit speziellen Angeboten für Schülerinnen und Schüler sowie Studierende • Eröffnung eines Showrooms im Hauptbahnhof Zürich • Bau des neuen Logistikzentrums in Jegenstorf
  Factsheet	Der Online-Supermarkt mit der grössten Auswahl und persönlicher Lieferung an die Wohnungstüre	• Marktanteilsgewinne • Steigerung des Nettoerlöses um rund 7 % • 15-Jahr-Jubiläum • Relaunch des Online-Shops • Eröffnung der ersten Online-Metzgerei im Schweizer Detailhandel • Ausbau der Pick-up-Stationen
  Factsheet	Der grösste Online-Shop für Haushaltsgeräte mit persönlicher Beratung und Service	• Marktanteilsgewinne • Steigerung des Nettoerlöses um über 12 % • Ausbau des Angebots in der Westschweiz und im Tessin • Stärkung der Markenbekanntheit mit neuer Kommunikationskampagne in allen Landesteilen
  Factsheet	Erster offener Online-Marktplatz der Schweiz	• Erfolgreiche Lancierung in der Deutschschweiz mit 305 Händlern und rund 500 000 Produkten • Aufbau eines Produktsortiments von lokalen, regionalen und nationalen Händlern aus einer Hand • Einrichten von schweizweit 203 Pick-up-Stationen

Logistik, Informatik und Immobilien

Logistik- und Bäckereistrategie 2015+: Grösstes Bauvorhaben der Coop-Geschichte vollendet

Die Logistik- und Bäckereistrategie 2015+ (LoBOS) basiert auf der Idee, die Strukturen und die Organisation der nationalen und regionalen Coop-Logistik sowie die der Coop-Bäckereien weiter zu konzentrieren. Die grundlegenden Ziele der Strategie beinhalten: die Optimierung der Kosten mit jährlich wiederkehrenden Einsparungen von 50 Millionen Franken, die Unterstützung der Coop-Vision «CO₂-neutral bis 2023» und die Verbesserung der Qualität der Coop-Backwaren. Im Rahmen von LoBOS will Coop den Produktions- und Logistikstandort in Pratteln (BL) ausbauen und den unbegleiteten kombinierten Verkehr (UKV) über die Coop-Tochtergesellschaft Railcare vorantreiben.

Das Herzstück jedoch und auch das grösste Bauprojekt in der Geschichte von Coop ist der Ausbau der regionalen Verteilzentrale im aargauischen Schafisheim inklusive des Neubaus der neuen nationalen

40%

aller Supermärkte werden
neu von Schafisheim aus
beliefert

Tiefkühlverteilzentrale und einer Grossbäckerei sowie Konditorei. Am 22. Juni 2016 wurde der Bau feierlich eingeweiht. Neu werden rund 40 % aller Coop-Supermärkte von Schafisheim aus beliefert. Das sind circa 350 Verkaufsstellen in der Nordwestschweiz, der Zentralschweiz und im Raum Zürich. 1 200 Coop-Supermärkte, Megastores und Coop-Pronto-Shops werden ab Schafisheim mit Tiefkühlprodukten beliefert. Die frühere regionale Verteilzentrale in Basel wurde geschlossen, die in Dietikon wird alternativ genutzt. Die bisherigen Tiefkühl-Verteilzentralen in Givisiez und Hinwil werden schrittweise zurückgefahren und geschlossen.

Verteilzentrale Schafisheim – ein Meilenstein in Sachen Automatisierung und Nachhaltigkeit

Das Grossprojekt Schafisheim setzt sowohl in Bezug auf innovative Automationslösungen als auch in Sachen Nachhaltigkeit neue Massstäbe. In der Leergutzentrale beispielsweise, welche bereits im Februar 2016 in Betrieb genommen wurde, werden die leeren Kisten aus den Verkaufsstellen von 14 Industrierobotern sortiert. Auch in der Tiefkühl-Verteilzentrale geschieht alles vollautomatisch: Vom Einlagern der Paletten mit Tiefkühlprodukten über das Depalettieren, Sortieren und Kommissionieren der Ware bis hin zur Bereitstellung an die Verladerampe. Dasselbe gilt für das Kühllager, wo sich Kisten mit Milchprodukten, Fleisch oder auch Convenience-Produkten befinden. Pro Stunde werden bis zu 6 500 Kisten automatisch auf Rollbehälter beladen und für die Auslieferung in die Verkaufsstellen bereitgestellt.

Auch ökologisch ist der neue Coop-Bau in Schafisheim wegweisend. Als erstes Schweizer Industriebäude seiner Art erhielt es das Minergie-Zertifikat. Weiter werden die Öfen der Grossbäckerei mit Energie von der Heizzentrale auf dem Areal versorgt. Die Heizzentrale produziert jährlich 20 Gigawattstunden an Wärme und Dampf. Rund 70 % davon stammen aus der Verbrennung von Biomasse, ein Gemisch aus Müllereinachprodukten der Coop-eigenen Getreidemühle Swissmill und Holzschnitzeln. Auf dem Dach des Hochregallagers der regionalen Verteilzentrale und der Bahnhofhalle ist zudem eine Photovoltaikanlage installiert, die für die Logistikzentrale rund 250 000 Kilowatt Solarstrom pro Jahr liefert. Beim Transport setzt Coop auf den unbegleiteten kombinierten Verkehr via Railcare und somit auf einen umweltschonenden Warentransport auf Strasse und Schiene. Tiefkühlprodukte für Supermärkte und Coop-Pronto-Shops, die weiter als 90 Kilometer von Schafisheim entfernt liegen, werden in einer Kombination aus Zug und Lastwagen befördert. Täglich werden dafür rund 120 Bahncontainer auf acht Zugverbindungen zu den Verkaufsstellen transportiert. Auch der Einsatz eines Elektro-Lastwagens in Schafisheim trägt zur CO₂-Reduktion bei. 2014 nahm Coop den ersten Elektro-Lastwagen in ihre Flotte auf. Aufgrund der guten Erfahrungen kamen 2016 sechs weitere dazu, zwei davon für Schafisheim. Auch ein wasserstoffbetriebener Lastwagen wurde im November in Schafisheim stationiert. Wie der Elektro-Lastwagen fährt er ohne Lärm und Abgas. Insgesamt reduziert Coop mit der Inbetriebnahme von Schafisheim ihren jährlichen CO₂-Ausstoss um über 10 000 Tonnen.

Transportunternehmen Railcare lanciert Weltneuheit

Die Coop-Tochter Railcare kombiniert den Strassen- und Schienentransport. Im sogenannten unbegleiteten kombinierten Verkehr (UKV) transportiert sie Waren von Lieferanten in die Verteilzentralen und von dort in die Verkaufsstellen. 2016 brachte das innovative Transportunternehmen eine weltweit neue Methode zur Energiegewinnung und -speicherung für den Gütertransport via Bahn auf den Markt:

ein modulares Powerpack, das über die Bewegung der Radachsen Strom generiert. Dadurch können Güter neu mit Strom statt Diesel gekühlt werden. Dank einem Energiespeicher wird der Strom zudem auch bei Stillstand geregelt abgegeben. Pro gekühltem Containertragwagen des Zuges spart Railcare mit dem Powerpack 75 % Diesel ein, was für die Coop-Logistik eine enorme Reduktion an CO₂-Emissionen bedeutet. Ausserdem ist der Betrieb der Kühlung über den Strom von Dynamos hörbar leiser als über Dieselmotoren.

Weiter nahm Railcare 2016 ihren neuen und grössten Umschlagplatz in Schafisheim in Betrieb. Nach nur zwei Monaten wurde der Vollbetrieb erreicht. Täglich fahren in Schafisheim zwölf Züge im kombinierten Verkehr ein und aus, und seit dem 5. September fährt täglich einer dieser Züge durch den Gotthard-Basis-

tunnel. Zudem wurde die Beschaffung der neuen, modernen Elektrolokomotiven beschlossen. Diese werden zusätzlich mit einem Dieselaggregat und mit einer Funkfernsteuerung ausgestattet sein. Damit können die Züge künftig im Einmannbetrieb und ohne zusätzliche Rangierlokomotive in einem Anschlussgleis oder Bahnhof rangiert werden.

75 %

weniger CO₂-Ausstoss
durch Railcare-Transporte

Durch den unbegleiteten kombinierten Verkehr sparte Coop 2016 rund 9,7 Millionen Lastwagen-Kilometer ein und vermied damit 8 400 Tonnen CO₂-Ausstoss.

Neue Informatiklösungen in den Verkaufsstellen

Bei Coop entscheiden die Kundinnen und Kunden, wie sie scannen und bezahlen möchten. Aufgrund der grossen Akzeptanz von Self-Check-out-Kassen, wurden im Berichtsjahr 386 weitere Stationen aufgebaut. Self-Scanning vereinfacht und beschleunigt den Ablauf an der Kasse. Lange Wartezeiten werden vermieden. Seit 2016 können die Kundinnen und Kunden ausserdem in allen Coop-Supermärkten und in den meisten Fachformaten mit Twint, dem digitalen Portemonnaie auf dem Mobiltelefon, bezahlen. Der Zahlvorgang ist schnell, bequem, einfach und sicher. Weiter erfolgte 2016 bei der Hälfte aller Verkaufsstellen die Umstellung auf die IP-Technologie, da Ende 2017 die Analog- und ISDN-Technologie schweizweit abgeschaltet wird.

Seit Sommer 2016 führt Coop in zwei Verkaufsstellen einen Test zur Verwendung von elektronischen Preisschildern an den Regalen durch. Für die Preisschilder wird dieselbe Technologie verwendet wie bei einem E-Paper. Dadurch sind sie auch schräg gut lesbar, und sie verbrauchen deutlich weniger Strom als die LCD-Variante. Die Erfahrungen der ersten Monate zeigen, dass die technische Umsetzung problemlos verläuft und die neue Beschilderung bei den Kundinnen und Kunden auf gute Akzeptanz stösst.

Direktion Immobilien schliesst zahlreiche Projekte ab

Coop unternahm 2016 im Portfoliomanagement diverse weitere Anstrengungen im Bereich Nachhaltigkeit. Um den Energieverbrauch zu reduzieren, wurde 2016 bei 57 Liegenschaften die Steuerung der Heizanlagen kontrolliert und optimiert. Bei fünf Liegenschaften setzte Coop dafür spezifische bauliche Massnahmen um. Im Berichtsjahr konnte die Direktion Immobilien die folgenden Projekte abschliessen: Am 17. März wurde das neue Gartencenter Giardino des Bau+Hobby-Marktes in Volketswil eröffnet. Am gleichen Tag öffnete auch das erweiterte Einkaufszentrum Thurmarkt in Weinfelden (TG) seine Türen. Hierin sind ein Supermarkt und ein Bau+Hobby-Markt im Kombiformat sowie die Formate Coop Vitality, Interdiscount, Import Parfumerie und ein Coop Restaurant integriert. Am 24. März fand die Eröffnung des modernisierten Coop-Supermarktes in Lugano Nord statt. Das renovierte Wohngebäude an der Flurstrasse in Zürich konnte am 1. April der Mieterschaft übergeben werden. Das grösste Bauprojekt in der Coop-Geschichte, der An- und Neubau der Verteilzentrale in Schafisheim, fand mit der Inbetriebnahme am 1. Juli seinen Abschluss. Am 28. August wurde der auf 365 m² erweiterte Supermarkt im Solothurn Westring eröffnet. Am 30. September konnte der 118 Meter hohe Swissmill-Tower in Zürich fertiggestellt werden. Am 15. Oktober schloss Coop die Modernisierung des Coop-City-Warenhauses in Thun Kyburg ab. Ein weiterer Höhepunkt war am 30. November nach drei Jahren Bauzeit die Neueröffnung des erweiterten und umstrukturierten Einkaufszentrums Le Cârô in Bulle (FR). Dieses beinhaltet einen Megastore mit 3 500 m², einen Bau+Hobby-Markt mit 4 560 m², die Formate Coop Restaurant, Import Parfumerie, Interdiscount und Fust sowie Verkaufsflächen für acht Drittmietler. Zusätzlich wurden 24 Wohnungen, Büroflächen und ein Fitnesscenter realisiert. Das Büro- und Wohnhochhaus mit Sockelgeschoss im «Grenchen Centro» wurde einer energetischen

Gebäudehüllensanierung inklusive Flachdach unterzogen. Bei laufendem Betrieb wurde während 18 Monaten eine ökologisch verbesserte Fassade mit vorfabrizierten Elementen errichtet und per 23. Dezember fertiggestellt.

Mehrleistungen

Umfassendes Qualitätsmanagement

2016 setzte Coop im Qualitätsmanagement zum ersten Mal das Instrument E-Learning national ein und schulte 30 000 Mitarbeitende im Verkauf im Hinblick auf die Prozesse Hygiene und Kühlkette. Ein wichtiges aktuelles Ziel des Qualitätsmanagements ist eine deutliche Verbesserung der Kundenwahrnehmung im Bereich Frische. So hat Coop 2016 für Früchte, Gemüse und Fleisch spezifische Campus-Programme für die Verkaufsmitarbeitenden lanciert. Bis Ende 2017 sollen bereits 80% der Mitarbeitenden eine solche Schulung absolviert haben mit dem Ziel, die Frische weiterhin deutlich zu steigern.

Neben der Schulung sind die Kontrollaktivitäten von zentraler Bedeutung. Auch 2016 wurden sämtliche Verkaufsstellen mit Bedienungsbereichen einem externen Zertifizierungsaudit unterzogen – zusätzlich zu den rund 2 500 Audits durch die Coop-interne Qualitätssicherung. Im Bereich Produktqualität intensivierte Coop das Risikomanagement im Hinblick auf Lebensmittelbetrug. Zudem definierte Coop Richtlinien zur Optimierung der Qualität von Non-Food-Produkten und verpflichtete die Lieferanten zu deren Einhaltung. Coop überprüfte im eigenen Labor an rund 32 000 Food- und Non-Food-Proben stichprobenweise die Einhaltung der Vorgaben.

Gesellschaftliches Engagement

Coop engagierte sich 2016 erneut mit zahlreichen Projekten für die Gesellschaft. Über den Coop Fonds für Nachhaltigkeit investierte Coop 18,7 Millionen Franken und unterstützte beispielsweise die «Schweizer Tafel» und «Tischlein deck dich». Die beiden sozialen Organisationen geben Lebensmittel an Bedürftige ab. Die «Schweizer Tafel» verteilt die Waren an schweizweit 500 soziale Institutionen wie Notunterkünfte, Hilfswerke oder Gassenküchen; «Tischlein deck dich» verteilt die Lebensmittel über 120 Abgabestellen in der ganzen Schweiz an rund 17 600 Armutsbetroffene.

Mit einem weiteren Fonds-Projekt engagierte sich Coop mit der Pflanzenaktion «Pro Bienen» für den Erhalt der Bienen und damit für eine produktive Landwirtschaft, eine gesunde Ernährung und eine vielfältige Natur. Gemeinsam mit Bio Suisse verschenkte Coop Bau+Hobby Bio-Kräuter und -Saatgut an über 680 Schulklassen und sorgte damit für blühende Pausenhöfe.

Zentral ist auch das Engagement über die Non-Profit-Organisation Coop Patenschaft für Berggebiete. Diese unterstützte 2016 145 Selbsthilfeprojekte mit insgesamt 5,8 Millionen Franken.

18,7 Mio. CHF

**Beiträge über
den Coop Fonds für
Nachhaltigkeit**

Mit der Vergabe unterschiedlicher Aufträge an geschützte Werkstätten fördert Coop zudem die Einbindung handicapierter Menschen in die Arbeitswelt. 2016 vergab Coop Aufträge im Wert von 3,2 Millionen Franken an solche Institutionen.

Als Partnerin des Schweizerischen Roten Kreuzes (SRK) spendete Coop ausserordentlich 200 000 Franken für die Hurrikan-Opfer in Haiti. Die Summe geht an das SRK vor Ort. Mit dem Spendenbetrag werden dringend benötigte Hilfsgüter wie Haushalts- und Hygieneartikel sowie Reparatursets und Blachen zur notdürftigen Reparatur der Unterkünfte finanziert.

Exklusive Zusatzleistungen: Supercard, Supercardplus, Coop Mobile und Mondovino

Coop bietet ihren Kundinnen und Kunden zahlreiche Dienstleistungen, Services und exklusive Angebote an. Mit der Supercard führt Coop das grösste Kundentreueprogramm der Schweiz. 2016 wurde die Karte von 3,2 Millionen Haushalten eingesetzt. Seit 2016 können Supercard-Besitzerinnen und -Besitzer auch an digitalen Sammelpromotionen teilnehmen. Kunden können diese bequem über die Supercard-App oder die Supercard-Website aktivieren. Die Sammelpromotionen sind dann auf der Supercard hinterlegt, und die Kundinnen sammeln beim Vorzeigen der Supercard nicht nur Super-

punkte, sondern auch für die Sammelpromotionen. Zudem wurde der Prämienshop einem Relaunch unterzogen und das Sortiment um handgemachte Produkte von ausgewählten lokalen Anbietern erweitert.

Die Gratiskreditkarte Supercardplus zählte per Ende 2016 über 35 000 Neukundinnen und Neukunden und damit insgesamt 425 000 Nutzerinnen und Nutzer. Und das Handyabo von Coop Mobile wurde von Dschungelkompass.ch zum günstigsten Abo der Schweiz gewählt.

Der Weinclub Mondovino zählte per Ende Jahr über 122 000 Mitglieder. Das Weinsortiment wurde 2016 um weitere Raritäten ausgebaut und umfasst über 1 200 Weine. Seit September 2016 können zusätzlich die rund 480 Weine der Weinmessen über den Online-Shop oder die Mondovino-App bestellt werden.

Werbung und Kommunikation

Coop setzte 2016 die gross angelegte Nachhaltigkeitsinitiative «Taten statt Worte» fort. Im Zentrum der Kommunikation standen die wöchentliche Rubrik «Taten statt Worte» in der Coopzeitung sowie die gleichnamige Internetplattform, welche die über 330 Taten im Bereich Nachhaltigkeit präsentiert. Ein 66-seitiges Magazin in Zusammenarbeit mit der «Schweizer Illustrierten», drei TV-Spots sowie zahlreiche Anzeigen und Online-Werbemittel haben die Initiative einem noch breiteren Publikum zugänglich gemacht.

Ein breites Publikum erreichte Coop auch am Eröffnungsfest des Gotthard-Basistunnels. Coop hat dieses Grossereignis als Partnerin unterstützt und war insbesondere für Familien mit Spiel und Spass präsent. Parallel zum grossen Volksfest am Gotthard trat Coop an den Bahnhoffesten in sechs Städten auf und war mit einer eigenen Gottardo-Loki in der ganzen Schweiz unterwegs.

Neben weiteren Kommunikations-, Werbe- und Verkaufsförderungskampagnen führte Coop Ende 2016 gemeinsam mit 13 ihrer Geschäftspartner erneut eine grosse Treueaktion durch. Knapp 500 000 treue Supercard-Kundinnen und -Kunden und die Coop-Mitarbeitenden erhielten ein Dankespaket mit beliebten Schweizer Markenartikeln und Coop-Eigenmarkenprodukten.

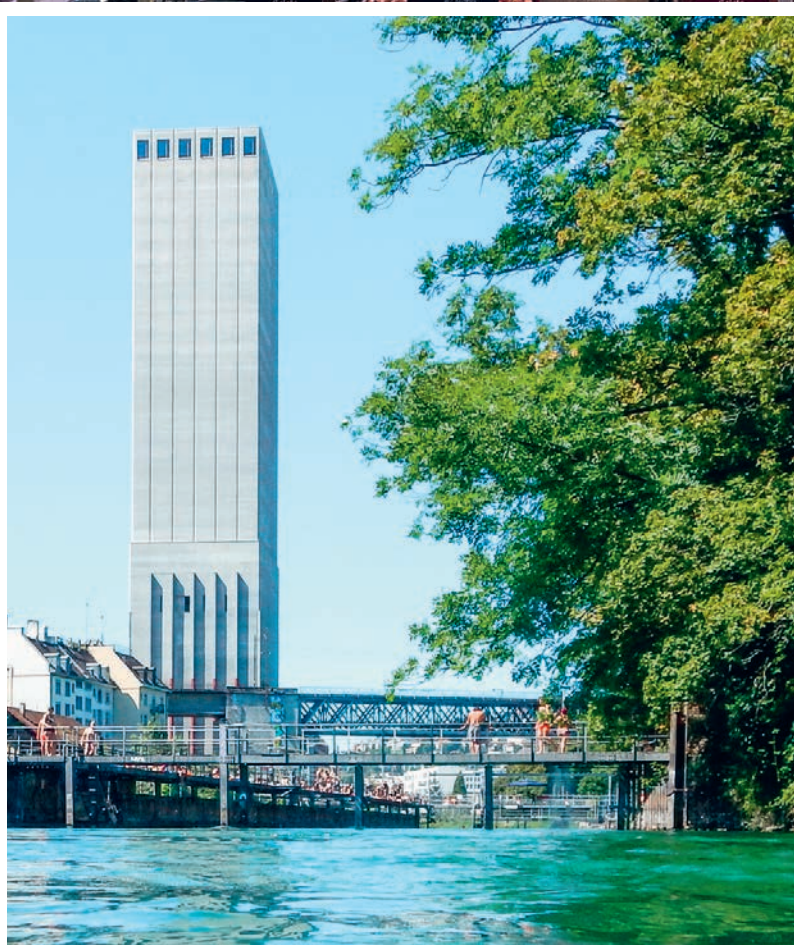
In einem Umfeld rückläufiger Printmediennutzung konnte die Coop Presse 2016 ihre Stellung als auflagenstärkste und meistgelesene Zeitung der Schweiz weiter ausbauen. Dies ergab die jährliche Erhebung des unabhängigen Schweizer Medienforschungsunternehmens Wemf AG. Mit einer Gesamtauflage von 2 559 079 Exemplaren werden die drei Wochenzeitungen Coopzeitung, Coopéation und Cooperazione von 3,5 Millionen Personen gelesen. Ende 2015 beschloss die Coop-Geschäftsleitung diverse Massnahmen zur Ausschöpfung des inhaltlichen Potenzials der Coop Presse, die im August 2016 zur Umsetzung kamen. Dazu gehört beispielsweise das neue Ressort «Begegnungen». Hier portraitiert die Coop Presse interessante Menschen, mit denen sich die Leserinnen und Leser identifizieren können.

3,5 Mio.
**Personen lesen
die Coop Presse**

Erfolgreicher Start der Social-Media-Aktivitäten

Im April 2016 startete Coop ihre ersten Aktivitäten im Bereich Social Media. War Coop bis anhin in den sozialen Medien eher zurückhaltend, wurden im Berichtsjahr innerhalb kurzer Zeit Accounts auf Facebook, Twitter und Instagram eröffnet und der bestehende YouTube-Kanal ausgebaut. Die Reaktionen hierauf waren durchwegs positiv. Auf Social Media reagiert Coop schnell und kompetent auf die Anliegen von Kundinnen und Kunden, platziert verschiedenste Beiträge zu Nachhaltigkeit, Schwerpunkten wie Wein und Familien sowie Kulinarik und betreibt Unternehmenskommunikation. Der Kundendienst von Coop ist seit April eng in die Beantwortung aller Fragen via Social Media eingebunden.





Geschäftsbereich Grosshandel / Produktion

Die Transgourmet-Gruppe expandiert nach Österreich und führt gruppenweit eine Nachhaltigkeits-Eigenmarke ein. Die Bell-Gruppe baut mit diversen Akquisitionen ihre Kompetenzen aus, und in Schafisheim wird die grösste Grossbäckerei und Konditorei der Schweiz eröffnet.

12,2 Mrd. CHF

**Nettoerlös im Grosshandel
und in der Produktion**

Im Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion erzielte die Coop-Gruppe 2016 einen Nettoerlös von 12,2 Milliarden Franken, was einem Plus von 15,4 % entspricht. Akquisitionsbereinigt wuchs der Bereich um 2,4 %.

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 2016 mit 139 Cash+Carry-Märkten und dem Belieferungsgrosshandel einen Nettoerlös von 8,6 Milliarden Franken, was einem Zuwachs von 14,5 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Akquisitionsbereinigt wuchs die Transgourmet-Gruppe um 2,9 %. Damit konnte sie ihre Position als Nummer zwei im europäischen Grosshandel weiter ausbauen.

Die Transgourmet-Gruppe erwirtschaftete 2016 mit nachhaltigen Sortimenten einen Umsatz von 193 Millionen Franken. Dies stellt eine grosse Leistung dar, da der Entwicklungsstand von nachhaltigen Sortimenten im Grosshandel bei Weitem nicht so hoch ist wie beispielsweise im Detailhandel.

Expansion nach Österreich

Per 1. Januar 2016 übernahm die Transgourmet-Gruppe die österreichische C+C Pfeiffer GmbH, ein Tochterunternehmen der Pfeiffer Handelsgruppe und Markführerin im österreichischen Gastronomie-Grosshandel. Zudem beteiligte sich Transgourmet mit 50 % an der Top Team Zentraleinkauf GmbH. Mit dem Markteinstieg in Österreich baute die Transgourmet-Gruppe ihre europaweite Top-Position aus. Sie gründete eine neue Ländergesellschaft und zählt seither vier strategische Standbeine: Transgourmet Central and Eastern Europe, Transgourmet France, Transgourmet Österreich und Transgourmet Schweiz. Im Februar 2016 erfolgte die Umfirmierung von C+C Pfeiffer in Transgourmet Österreich GmbH. Anschliessend startete das Rebranding, begleitet von einer umfassenden Kampagne unter dem Claim «C+C Pfeiffer wird Transgourmet. Wir bleiben das Beste für die Gastronomie!». Seither bietet Transgourmet den österreichischen Kunden an acht Transgourmet- und vier «Mein C+C»-Standorten eine Kombination aus Abholmarkt und Zustellservice an. Zu Transgourmet Österreich zählen zudem die Premiumkaffeerösterei Javarei, der Wein- und Getränkefachgrosshandel Trinkwerk sowie die Premiummarke Cook 2.0.

Vorzeigeprojekte im betrieblichen Umweltschutz

Transgourmet Österreich erhielt 2016 als erstes und einziges Unternehmen im Lebensmittelhandel in Österreich für seine acht Standorte inklusive Logistik das begehrte Zertifikat ISO 14001:2015. In dieser Norm werden die gesamten Umweltleistungen eines Unternehmens kontrolliert und Auflagen zum Thema Umweltmanagement festgelegt. Eine der wesentlichen Anforderungen ist das Prinzip der kontinuierlichen Verbesserung: Um zertifiziert zu werden, muss Transgourmet jedes Jahr einen Aktions- und Verbesserungsplan vorlegen.

Transgourmet Deutschland bezog ab November 2016 den neuen gemeinsamen Hauptsitz für die Sparten Abhol- und Belieferungsgrosshandel in Riedstadt. Der Bau setzt wichtige Akzente in Sachen Nachhaltigkeit. Beispielsweise wird die Abwärme aus dem eigenen Blockheizwerk für die Kühlung des Rechenzentrums in Riedstadt genutzt. Des Weiteren setzte Transgourmet auf nachhaltiges Baumaterial und verwendete unter anderem Teppichfliesen aus ausrangierten Fischernetzen sowie Schallschutzpaneele, die teilweise aus recycelten PET-Flaschen bestehen. Eine bedarfsabhängige Lichtsteuerung und Klimatisierung sowie energieeffiziente Händetrockner auf den Toiletten sorgen zudem für eine deutliche Senkung des Energieverbrauchs.

100 %

der Lastwagen von
Transgourmet Schweiz
entsprechen der
Abgasnorm Euro 6

Auch die anderen Unternehmen der Transgourmet-Gruppe setzten 2016 zahlreiche energieeffiziente Massnahmen um. Neu erfüllen sämtliche Lastwagen von Transgourmet Schweiz die strengste Abgasnorm Euro 6. Zudem nahmen Transgourmet Schweiz und Transgourmet Deutschland je einen Elektro-Lastwagen in ihre Flotte auf. Des Weiteren rüstete Transgourmet Schweiz das Kundenparking und den Aussenbereich an fünf Standorten auf LED-Beleuchtung um. Transgourmet Österreich traf 2016 den Entscheid, künftig in allen Märkten LED-Beleuchtung einzusetzen und bei Neu- und Umbauten ausschliesslich geschlossene Kühlmöbel zu installieren. Und in Frankreich traf Transgourmet die nötigen Vorbereitungen, um künftig Biogas aus eigenen Bio-Abfällen

gewinnen zu können und damit die Lieferwagen zu betreiben. Für Anfang 2017 ist ein Pilotprojekt geplant. Selgros Russland stattete im Berichtsjahr einen Markt mit einer energieeffizienten CO₂-Kühlung und LED-Beleuchtung aus. In Rumänien eröffnete Selgros zwei Märkte im neuen Format mit 100 % LED-Beleuchtung, CO₂-Kühlung und Wärmerückgewinnungsanlage. Auch der Spezialist Frischeparadies setzt auf eine nachhaltige Bauweise. So ist der Neubau des Frischeparadieses in Stuttgart CO₂-neutral.

Launch der gruppenweiten Nachhaltigkeits-Eigenmarke

In den letzten Jahren nahm der Stellenwert der Nachhaltigkeit in der Gastronomie und in der Gemeinschaftsverpflegung stetig zu. Die schon 2012 von Transgourmet Deutschland eingeführte Eigenmarke Transgourmet Ursprung wurde 2016 zu einer gruppenweiten Nachhaltigkeits-Eigenmarke weiterentwickelt. Transgourmet setzt damit Massstäbe und differenziert sich deutlich von der Konkurrenz. Im Februar 2016 kamen nun die ersten Produkte ausserhalb Deutschlands auf den Markt. Bei Transgourmet France und Transgourmet Schweiz läuft die nachhaltige Eigenmarke unter dem Namen Origine, in Österreich unter Vonatur. Alle Produkte zeichnen sich durch eine klar benannte Herkunftsregion und eine nachhaltige Herstellung aus und bieten den Gastronomen ein authentisches Kommunikationspaket, das eine emotionale Ansprache an seinen Tischgast ermöglicht. In Frankreich waren per Ende Jahr 104 Origine-Produkte erhältlich, darunter Poulet und Eier aus verschiedenen Regionen Frankreichs sowie Käse aus der Auvergne. In der Schweiz führt Transgourmet ebenfalls rund 100 Origine-Produkte, in Deutschland sind mittlerweile über 230 Artikel (inklusive saisonaler Produkte) der Eigenmarke Ursprung erhältlich. Bei Transgourmet Österreich erfolgt der Markteinstieg mit Vonatur voraussichtlich im Februar 2017.

Highlights aus den Ländergesellschaften der Transgourmet-Gruppe

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

 TRANSGOURMET Central and Eastern Europe  Factsheet	Deutschland   • Verschmelzung von Selgros Cash&Carry und Transgourmet Deutschland mit gemeinsamem Sitz in Riedstadt • Umstellung aller 42 Selgros-Märkte auf umweltfreundlichen «Grünstrom» • Teilnahme am Forschungsprojekt «Smart und gesund arbeiten» (SUGAR) vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) für eine verbesserte Gesundheit und Arbeitsqualität • Realisierung des Projekts «Vom Kostenfaktor zum Glücksfaktor» für eine höhere Lebensqualität für Seniorinnen und Senioren mit Seminaren zu innovativen Verpflegungskonzepten in stationären Einrichtungen • Whatseat-Siegel für diverse Convenience-Eigenmarkenprodukte, die sich für Kinder und Jugendliche als Schulverpflegung eignen • Anschaffung eines Elektro-Lastwagens
 	Polen • Abschluss des Modernisierungsprozesses aller Selgros-Märkte • Eröffnung des 17. Selgros-Marktes inklusive Installation nachhaltiger Kälteanlagen • Einführung der Transgourmet-Eigenmarken Economy und Quality für Selgros und im Foodservice-Geschäft • Start der Vertriebszusammenarbeit mit dem Frischeparadies in Berlin • Ausbau der Gastro-Kompetenz
	Rumänien • Einbau von Frischfisch-Abteilungen in allen Selgros-Märkten • Umstellung aller Selgros-Märkte auf LED-Beleuchtung • Eröffnung der ersten zwei Selgros-Märkte im kleinen Format (Târgu Mureș und Alba Iulia) • Auszeichnung des Programmes «Gesundheit beginnt im Teller» als beste Corporate-Social-Responsibility-Kampagne
	Russland • Modernisierung der Selgros-Märkte in Rjasan und Altufjevo • Start eines Projekts zur Förderung von Jungköchen • Ausstattung eines Marktes mit energieeffizienter CO₂-Kühlung und LED-Beleuchtung • Steigerung des Anteils an HoReCa-Kunden um 9 % • Start der Kundenbelieferung aus dem Markt in Vnukovo • Umsatzwachstum in der Belieferung von 43 %
Spezialisten      	• Transgourmet Seafood erhält an der Messe «Fish International» in Bremen den «Seafood Star 2016» für die beste überbetriebliche Seafood-Schulung • Sump & Stammer erzielt Umsatzwachstum im Bereich Hochsee-Kreuzfahrten von 20 % • EGV Unna AG erwirbt die mittelständige Milchbauer Grosshandels-gesellschaft in Thüringen • Frischeparadies übergibt die Aktivitäten am Standort Wien an Transgourmet Österreich • Eröffnung des Frischeparadieses in Stuttgart mit zweistelligem Umsatzwachstum; der Neubau ist CO₂-neutral • Neues Konzept: Eröffnung eines Frischeparadieses mit Einzelhandelskonzession im Selgros-Markt in Leipzig



Factsheet

Frankreich

- Qualicert-Zertifizierung von 15 Foodservice-Betrieben
- Lancierung der Transgourmet-App für Online-Bestellungen
- Lancierung der Nachhaltigkeits-Eigenmarke Origine mit 104 Produkten
- Gründung der Transgourmet Académie und des «Club des Chefs» zur Unterstützung der Einkäufer und zur Schulung der Kunden
- Ausweitung des Online-Services e-Quilibre auf die Bereiche Hygiene und Gastronomie
- Veranstaltung des Kochwettbewerbs «Les Chefs en Or» für Profiköche und Lernende aus allen sieben Transgourmet-Ländern

Spezialisten



- Transgourmet Fruits & Légumes erneuert ISO-Zertifikate 14001 und 22000 und investiert in zwei neue Biogas-Lastwagen
- Transgourmet Seafood schliesst exklusive Partnerschaft mit einem Produzenten von isländischem Lachs ab und erhält die ASC-Zertifizierung (Aquaculture Stewardship Council)
- Integration von Eurocash und Transgourmet Seafood in das gruppenweite Informationssystem
- Schaffung der neuen Business-Unit Transgourmet Solutions



Factsheet

Österreich

- Umsatzwachstum von 3,4 %
- Umfirmierung von C+C Pfeiffer und erfolgreiche Integration in die Transgourmet-Gruppe
- Umbranding der C+C-Pfeiffer-Märkte in Transgourmet
- Lancierung der Transgourmet-Eigenmarken Economy, Quality und Premium
- Zertifizierung aller acht Standorte nach ISO 14001 als erster und einziger Lebensmittelhändler in Österreich
- Definition ambitionierter Nachhaltigkeitsziele bis 2020
- Integration der Mitarbeitenden des Frischeparadieses Wien in Transgourmet Österreich

Spezialisten



- «Mein C+C» erzielt Umsatzwachstum von 3,2 %
- Umsatzwachstum von 21 % bei Java
- Lancierung einer eigenen Java-Kaffeemaschine
- Belieferung von mittlerweile 206 ausgezeichneten Hauben-Betrieben durch Cook 2.0
- Umsatzwachstum mit den Cook-2.0-Eigenmarken Prime Beef und Asaredo Beef von 15 %
- Rechtliche Verschmelzung der Schlacher GmbH mit Transgourmet Österreich unter Trinkwerk+Schlacher
- Trinkwerk erzielt Umsatzwachstum von 3,8 % und lanciert die Eigenmarke Schilee



Factsheet

Schweiz

- Marktanteilsgewinne sowohl im Abhol- als auch im Belieferungsgrosshandel
- Auszeichnung als einer der drei besten Arbeitgeber der Schweiz beim «Swiss Arbeitgeber Award 2016»
- Lancierung der Nachhaltigkeits-Eigenmarke Origine mit rund 100 Produkten
- Übernahme von Mitarbeitenden, Kundenstamm und Warenbestand des Tessiner Unternehmens Ipergros
- Anschaffung eines Elektro-Lastwagens
- Gesamte Flotte der Lastwagen erfüllt strengste Abgasnorm Euro 6

Spezialisten



- Valentin: Belieferung mit Früchten und Gemüse sowie mit Metzgereiprodukten erfolgt neu auch im Engadin
- Ausbau der Weinkompetenz durch die Übernahme der Casa del Vino SA, Generalimporteur der spanischen Top-Bodegas, sowie der Weinkeller Riegger AG

Produktion

Zum Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion zählen auch die zahlreichen Produktionsbetriebe der Coop-Gruppe, allen voran die Bell AG, an der Coop Mehrheitsaktionärin ist. Mit der Bell-Gruppe verfügt

25,4 %

**mehr Nachhaltigkeitsumsatz
in der Produktion**

Coop über ein starkes internationales Standbein. Der Nettoerlös der Produktionsbetriebe der Coop-Gruppe wuchs 2016 um 563 Millionen Franken. Akquisitionsbereinigt entspricht dies einem Wachstum von 1,0 %.

Der Gesamtumsatz mit nachhaltigen Sortimenten belief sich 2016 auf 760 Millionen Franken. Somit konnte Coop den Nachhaltigkeitsumsatz im Bereich Produktion um 25,4 % gegenüber dem Vorjahr steigern.

Bell-Gruppe

Die Bell-Gruppe als einer der führenden Fleisch- und Convenience-Verarbeiter in Europa sah sich 2016 mit einem schwierigen Umfeld und rückläufigen Märkten konfrontiert. Dennoch konnte die Bell-Gruppe den Nettoerlös um 20,3 % auf 3,3 Milliarden Franken steigern. Das Wachstum ist unter anderem durch die Konsolidierung der im Jahr 2016 getätigten Akquisitionen begründet. Zudem wurde erstmals der gesamte Jahresumsatz der Hilcona in der Rechnung konsolidiert. Bell hält seit Mai 2015 mit 51 % die Aktienmehrheit an der Hilcona-Gruppe. Akquisitionsbereinigt wuchs die Bell-Gruppe 1,3 %. Einen negativen Einfluss auf die Geschäftsentwicklung hatte 2016 die Teuerung bei den Rohmaterialpreisen. Das Absatzvolumen der Bell-Gruppe stieg um 50,5 % auf 414 260 Tonnen. Der Unternehmensgewinn nach Minderheitsanteilen liegt mit 100,6 Millionen Franken 6,1 % über dem Vorjahr.

Kompetenzausbau durch Akquisitionen

Die Bell-Gruppe setzte 2016 ihre Wachstums- und Differenzierungsstrategie fort. So übernahm die Bell AG per 1. März 2016 das auf Geflügelfleisch spezialisierte österreichische Unternehmen Hubers und per 1. Mai 2016 das auf Convenience spezialisierte Unternehmen Eisberg. Weiter übernahm Bell Schweiz per 1. Oktober 2016 den Walliser Charcuteriespezialisten Cher-Mignon SA sowie die auf die Gastronomie-Belieferung spezialisierte Geiser AG in Schlieren.

Zu Hubers gehören der österreichische Marktführer Hubers Landhendl in Pfaffstätt, die auf Putenfleisch spezialisierte Süddeutsche Truthahn AG in Ampfing sowie die Brüterei Schlierbach und das Logistikunternehmen Frisch Express. Hubers besitzt eine starke Marktposition in Österreich und Deutschland. Die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Geflügelprodukten steigt kontinuierlich. Durch die Übernahme von Hubers sicherte sich Bell den Zugang zum bedeutenden Rohstoff Geflügelfleisch aus der DACH-Region.

Eisberg ist Experte in der Herstellung von frischen Schnittsalaten und Blattsalatgerichten. Mit je einem Produktionsbetrieb in der Schweiz, Polen, Ungarn, Rumänien und einem Einkaufsbüro in Spanien bedient Eisberg Kunden aus Lebensmittelhandel, Foodservice und Systemgastronomie. Durch den Kauf stärkt die Bell-Gruppe den Bereich Convenience-Salate und kann Kapazitätsengpässe in der Schweiz überwinden. Für Eisberg eröffnen sich durch die Übernahme neue Absatz- und Wachstumschancen. Organisatorisch wird Eisberg mit dem zu Hilcona gehörenden Unternehmen Gastro Star zusammengeführt und bildet eine eigenständige Tochtergesellschaft der Hilcona.

Der Handwerksbetrieb Cher-Mignon stellt seit einem Jahrhundert Trockenfleischspezialitäten her. Für Bell Schweiz ist es die ideale Ergänzung des Sortiments an regionalen Charcuteriespezialitäten. Mit Betrieben in Basel, Gossau, Cheseaux-sur-Lausanne und Churwalden verfügt Bell bereits über ein regionales Sortiment an Basler, St. Galler, Waadtländer sowie Bündner Spezialitäten.

Mit der Übernahme der Geiser AG stärkt Bell Schweiz ihre Position in der Belieferung des Schweizer Gastronomie-Marktes. Im Produktionsbetrieb in Schlieren produziert die Geiser AG Fleisch und Charcuterie sowie verschiedene Spezialitäten hauptsächlich für die Gastronomie. Die Geiser AG wird unter dem Dach der Bell Schweiz als eigenständiges Unternehmen geführt und bearbeitet eigene Absatzmärkte.

Ausweitung der Nachhaltigkeitsstrategie

2016 überarbeitete Bell ihre Nachhaltigkeitsstrategie. Neu liegt der Fokus nicht mehr nur auf den Aktivitäten in der Schweiz: Die Strategie ist international ausgerichtet.

Eine der zahlreichen konkreten Massnahmen, die Bell 2016 im Bereich Nachhaltigkeit umsetzte, war der Aufbau der ausländischen Geflügel- und Trutenproduktion nach Schweizer Anforderungen. So konnten erstmals Geflügelprodukte aus dem Ausland nach der Schweizer Geflügelkennzeichnungsverordnung zertifiziert werden. Zur Reduktion des CO₂-Ausstosses und des Energieverbrauchs sowie zur Steigerung der Energieeffizienz führte Bell an mehreren Standorten in der Schweiz und in Polen Pinch-Analysen und Energie-Check-ups durch. Des Weiteren sammelt Bell neu das Etikettenträgerpapier an grösseren Standorten separat und führt es anschliessend dem Recycling zu.

Highlights aus den Ländergesellschaften der Bell-Gruppe

In der folgenden Tabelle finden Sie die Highlights aus dem Berichtsjahr zu den einzelnen Ländergesellschaften und Unternehmen der Bell-Gruppe. Weitere Informationen zur Bell-Gruppe finden Sie auch im unten stehenden Factsheet sowie auf www.bellfoodgroup.com.

▼ Factsheet

Bell Schweiz	• Unter schwierigen Rahmenbedingungen konnte Bell Schweiz das Absatzvolumen um 0,5 % auf 124 073 Tonnen und den Warenumsatz um 3,0 % auf 1,9 Milliarden Franken steigern • Akquisition der Cher-Mignon SA, eines Traditionsunternehmens für Walliser Spezialitäten • Übernahme des auf Gastro-Zulieferungen spezialisierten Unternehmens Geiser AG • Inbetriebnahme des Neubaus am Standort Zell mit Zerlegerei und Kühlsystem sorgt für eine Steigerung der Betriebskapazität
Bell Deutschland	• Positives Markengeschäft durch neue Markenkonzeppte und Fortschritte bei der Marktpenetration • Anspruchsvolle Wettbewerbsbedingungen und steigende Rohmaterialpreise sorgen für einen Rückgang des Warenumsatzes um 3,6 % auf 446 Millionen Franken und des Absatzvolumens um 0,2 % auf 67 808 Tonnen • Der Bau eines zusätzlichen Betriebs in Spanien für spanische Schinkenspezialitäten (Baustart Anfang 2017) eröffnet neue Perspektiven für die nationale und internationale Marktbearbeitung
Bell International	• Steigerung des Warenumsatzes um 168,3 % auf 525 Millionen Franken und des Absatzvolumens um 329,0 % auf 131 513 Tonnen, insbesondere durch die Übernahme des österreichischen Geflügelfleischspezialisten Hubers • Planmässiger Integrationsprozess und gute Entwicklung von Hubers • Bell Frankreich: Organisatorische Massnahmen und Konzentration auf wertschöpfungsstärkere Produkte zeigen erste Wirkung • Bell Polen: Erfreuliche Entwicklung von Warenumsatz und Absatzvolumen • Bell Ungarn behauptet sich gut in einem sehr schwierigen wirtschaftlichen und politischen Umfeld
Spezialist   Spezialisten   	• Erfolgreiches Jahr für die Hilcona-Gruppe dank erfolgreicher Produktinnovationen bei hochwertigen Fertigmahlzeiten und vegetarischen Produkten • Steigerung des Warenumsatzes um 59,9 % auf 577 Millionen Franken und des Absatzvolumens um 68,1 % auf 100 284 Tonnen • Inbetriebnahme einer eigenen Produktionsanlage für Tofu • Übernahme und planmässige Integration des auf Convenience-Salate spezialisierten Unternehmens Eisberg mit starker Marktposition in Ungarn, Rumänien, Polen und der Schweiz • Organisatorische Zusammenlegung von Eisberg und Gastro Star unter einer Leitung mit dem Ziel, die Marktposition weiter auszubauen • Übernahme der auf die Herstellung von Teigwaren und vegetarischen Produkten spezialisierten Frostag Food-Centrum AG in Landquart

Coop-Produktionsbetriebe

Swissmill eröffnet neues Kornhaus in Zürich

Zentrale Rohstoffe werden knapper und teurer. Deshalb setzt Coop bei strategisch besonders wichtigen Gütern auf die Vertikalisierung, also die Integration jener Produktionsstufen in den eigenen Wertschöpfungsprozess, die dem Handel vorgelagert sind. Mit der Swissmill, der grössten Getreidemühle der Schweiz, sichert sich Coop den Zugang zu Getreide und bleibt am Beschaffungsmarkt eine unabhängige Akteurin.

2016 hat die Swissmill ihren Getreidespeicher in Zürich auf 118 Meter aufgestockt und lagert das Getreide damit ökonomisch und ökologisch sinnvoll direkt am Ort der Verarbeitung. Die wachsende Produktvielfalt sowie die Beschaffung der nötigen Qualitäten und Quantitäten des Getreides verlangten eine höhere Lager- und Silokapazität. Vermehrt wird nun das Getreide in Ganzzügen nach Zürich geliefert. Rund 40 Millionen Franken hat Coop in den Bau des Kornhauses und damit in den Wirtschaftsstandort Zürich investiert.

Inbetriebnahme der neuen Grossbäckerei in Schafisheim

Im Rahmen der Bäckereistrategie 2015+ eröffnete Coop 2016 die neue Grossbäckerei und Konditorei in Schafisheim, wo auch die neue regionale Verteilzentrale und die nationale Tiefkühl-Verteilzentrale errichtet wurden. Mit 650 Mitarbeitenden, welche pro Jahr 40 000 Tonnen Mehl, 700 Tonnen Butter und 250 Tonnen Eier zu 60 000 Tonnen Brot und Backwaren verarbeiten, ist sie die grösste Bäckerei

60 000 Tonnen

**Brot und Backwaren entstehen
jährlich in Schafisheim**

und Konditorei der Schweiz. 24 Produktionslinien zählt der Betrieb, sechs davon für Torten und Patisserie, zwei für Wähen, Kuchen, Schnitten und Rouladen, drei für Verkaufsteige und 13 für die Bäckerei. Die Fläche dafür beträgt 48 000 m². Seit der Inbetriebnahme der Bäckerei und Konditorei in Schafisheim hat Coop die bisherigen Standorte in Basel und Wallisellen schrittweise zurückgefahren. Die Bäckerei in Chur wurde Ende 2016 geschlossen und in die Bäckerei in Gossau integriert.

Beim Bau der Produktionsanlagen legte Coop grössten Wert auf die Nachhaltigkeit. So werden die Öfen der Grossbäckerei/Konditorei mit Energie von der eigenen Heizzentrale auf dem Areal versorgt. Diese produziert jährlich 20 Gigawattstunden an Wärme und Dampf. Rund 70 % davon stammen aus der Verbrennung von Biomasse, ein Gemisch aus Müllerei-Nachprodukten der Coop-eigenen Getreidemühle Swissmill und Holzschnitzeln.

Fertigstellung des Logistik- und Produktionsstandorts in Pratteln

Mit dem neuen Produktionsstandort in Pratteln führt Coop die 2010 eingeschlagene Logistik- und Bäckereistrategie 2015+ der Coop-Gruppe fort und gibt ein weiteres klares Bekenntnis zum Produktionsstandort Schweiz ab. Das Gebäude des neuen Standorts in Pratteln wurde 2016 fertiggestellt. Um Synergien zu nutzen und CO₂ zu sparen, werden die Coop-Divisionen Cave, Chocolats Halba und Sunray sowie das neue Coop-Qualitätslabor an diesem Standort vereint. Der reguläre Betrieb der Schokoladenproduzentin Chocolats Halba sowie die Rohstoffbeschaffung und Nahrungsmittelherstellung von Sunray beginnen im Februar 2017. Im Qualitätslabor nimmt Coop die Arbeit im April 2017 auf. Ab Juli 2017 werden die Offenwein-Tanks der Weinkellerei Cave montiert und in Betrieb genommen, im August wird die Weinabfüllung gestartet.

Wie beim neuen Logistikstandort in Schafisheim zeigt Coop auch in Pratteln Initiative im Bereich Nachhaltigkeit. Die Installation der Holzschnitzel-Heizung für die Bereitstellung von Wärme und Dampf wie auch die Installation der 550 Kilowatt starken Photovoltaikanlagen auf dem Hochregallager und der Bahnhalle wurden bereits abgeschlossen. Mit Pratteln kann Coop ihren jährlichen CO₂-Ausstoss um 1 600 Tonnen reduzieren.

Coop-Produktionsbetriebe setzen auf Nachhaltigkeit

In der Hoffnung auf höhere Erträge bauen viele Kleinbauern Kakao in Monokulturen an. Diese zerstören die Bodenfruchtbarkeit und erhöhen die Krankheitsanfälligkeit der Bäume. Mit Agroforst-Projekten in

Honduras und Ecuador trieb Chocolats Halba 2016 einen ganzheitlichen Ansatz mit einer Kombination aus Land- und Waldwirtschaft voran. Chocolats Halba steigert so langfristig die Qualität des Kakaos sowie die Biodiversität und befähigt Bäuerinnen und Bauern zu mehr Unternehmertum. Der Kakao wird in Bio-Qualität angebaut und ist Fairtrade-zertifiziert. Mit Projekten wie diesem kann Chocolats Halba ihre Leaderposition in Sachen Nachhaltigkeit national und international beibehalten.

Auch Sunray engagierte sich 2016 für ein Fairtrade-Projekt in einem Ursprungsgebiet. Mit Mitteln aus dem Coop Fonds für Nachhaltigkeit und zusammen mit Gebana Afrika trieb der Coop-Produktionsbetrieb die Bio- und Fairtrade-Zertifizierung von Cashewnüssen in Benin voran. Diese zertifizierten Nüsse aus Afrika sind ab 2017 erhältlich.

Steinfels Swiss, der Produktionsbetrieb für Kosmetik, Wasch- und Reinigungsmittel sowie Hygieneprodukte, erhielt 2016 einen Award für seine innovative und nachhaltige BB-Cream unter der Coop-Eigenmarke Naturaline. Der Preis wurde von der Private Label Manufacturers Association (PLMA) im Rahmen der internationalen Fachmesse für Eigenmarken 2016 in Amsterdam verliehen. Ferner hat Steinfels Swiss die Verpackungen von Oecoplan-Produkten auf PET-Flaschen aus 100 % Recycling-Material umgestellt. Durch den Einsatz von leichteren PET-Flaschen für die Wasch- und Reinigungsmittel konnte bereits die Verpackungsmenge kontinuierlich reduziert werden. Mit recycelten PET-Flaschen wird das Engagement nun fortgeführt. Zudem konnte Steinfels Swiss durch die Einführung einer neuen Produktgeneration die ökologische Leistung der Linie Maya für das Waschen und Reinigen im professionellen Umfeld signifikant steigern. Sämtliche bekannte internationale Öko-Standards werden deutlich übertroffen.

Highlights aus den Coop-Produktionsbetrieben

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



Mehl, Mehlmischungen, Hartweizengriess, Polenta, Haferflocken, Extruderprodukte

- Wachstum im Kernsegment Weichweizen
- Entwicklung neuer Fertigbackmischungen für Betty Bossi
- Weitere Investitionen in die Hafer- und Dinkel-Kompetenz
- Umsatzverdoppelung mit der Kompetenzmarke Panflor für gewerbliche Bäckereien
- Ausbau der Bio-Kompetenz
- Inbetriebnahme des neuen Kornhauses in Zürich

▼ Factsheet



Tafelschokoladen, Confiserieartikel, Festtagssortimente, Industrieschokoladen

- Umsatzwachstum im Export von über 20%
- Erfreuliche Nachfrage nach zertifizierter koscherer Schokolade
- Marktanteilsgewinne dank zahlreicher Neuheiten, insbesondere im Saisongeschäft mit Coop
- Erfolgreiche Zusammenarbeit mit Kakaobauern in Honduras sorgt für eine Steigerung der Qualität und der Produktionsmengen
- Agroforst-Projekte führen zu deutlichen Produktivitäts- und Einkommenssteigerungen bei den Kakaobauern
- Fertigstellung des Neubaus in Pratteln inklusive Schoggihüsli und Vorbereitung auf die Inbetriebnahme im Februar 2017

▼ Factsheet



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

- Wachstum in den strategischen Warengruppen und im Export durch die Entwicklung einer Vielzahl an neuen Produkten in enger Zusammenarbeit mit den Kunden
- Ausbau der Beschaffung in den Ursprungsgebieten
- Erste Lieferung von Cashews aus einem Nachhaltigkeitsprojekt in Benin (Westafrika)
- Fertigstellung des Neubaus in Pratteln und Vorbereitung auf die Inbetriebnahme im Februar 2017

▼ Factsheet



Kosmetika, Wasch- und Reinigungsmittel, Hygieneprodukte

- Umsatzwachstum mit nachhaltigen Produkten für Retail- und Professional-Kunden
- Über 100 Produkt lancierungen mit Kunden im In- und Ausland
- Stärkung der nachhaltigen Sortimente im Bereich Professional Care durch Produktinnovationen wie einem Reinigungswagen aus recyceltem Kunststoff
- Akquisition neuer Retail-Kunden im Ausland für nachhaltige Wasch- und Reinigungsmittel
- Start mit dem Vertrieb der Marke Sherpa Tensing in Deutschland
- Investitionen in die Automatisierung der Abfüllerei

▼ Factsheet

Coop-Bäckereien

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

- Inbetriebnahme der grössten Grossbäckerei und Konditorei der Schweiz am neuen Standort Schafisheim
- Erfolgreiche Integration der bisherigen Bäckereien in Basel und Wallisellen sowie der Produktion von tiefgekühlten Backwaren in die Bäckerei Schafisheim
- Schliessung der Bäckerei in Chur per Ende 2016 und Integration in die Bäckerei Gossau
- Steigerung der Ausstossmenge der Grossbäckereien auf 44 300 Tonnen
- Ausbau der Anzahl an Hausbäckereien auf 46 mit einem Gesamtausstoss von 6 300 Tonnen

▼ Factsheet



Bio- und Fairtrade-Reis, Reisspezialitäten und Reismischungen

- Steigerung des Exportabsatzes um 4,4 %
- Umsatzwachstum von 5,8 % mit nachhaltigen Produkten; Anteil von Bio und Fairtrade am Gesamtausstoss beträgt neu 50,8 %
- Marktanteil für Fairtrade-Reis in der EU auf 53 % gestiegen
- Erfolgreiche Einführung neuer Bio- und Fairtrade-Mischungen
- Nachhaltige Beschaffungsprojekte in den Ursprungsgebieten mit bereits über 5 000 Bauern

▼ Factsheet



Essig und Essig-spezialitäten

- Umsatzwachstum von 7,7 %
- Schweizer Marktführerschaft mit Essig erlangt
- Steigerung des Umsatzanteils von Bio-Produkten auf 21 %
- Exportwachstum mit Bio-Produkten von 70 %
- Weitere Reduktion der Abfallmengen

▼ Factsheet



Mineralwasser und zuckerhaltige Limonaden

- Neue Mineralwasserquelle zur Nutzung freigegeben
- Infrastruktur zur Inbetriebnahme der neuen Quelle fertiggestellt
- Entwicklung eines Flaschenetiketts, basierend auf lösungsmittelfreien Wasserfarben

▼ Factsheet

Cave

Weissweine, Roséweine, Rotweine, Süssweine, Schaumweine

- Erhöhung der Vinifizierungskapazität
- Erarbeitung der Strategie Cave 2020+
- Fertigstellung des Neubaus in Pratteln und Vorbereitung auf die Inbetriebnahme im Februar 2017; neu ist dann die Herstellung von Schaumweinen möglich

▼ Factsheet

Bananen-reiferei

Bananen, exotische Früchte wie Ananas und Kiwi, Trockenfrüchte

- Übernahme neuer Sortimente im Bereich Südfrüchte

▼ Factsheet



Mitarbeitende

Mit dem Coop Campus schafft Coop die führende Bildungsstätte im Schweizer Detailhandel. In der Schweiz schliessen 1 010 Lernende der Coop-Gruppe ihre Lehre mit Erfolg ab, und über 40 000 Mitarbeitende profitieren von E-Learning. Transgourmet Deutschland erhält Auszeichnungen für ihre Attraktivität als Arbeitgeberin.

Die Coop-Gruppe beschäftigte 2016 insgesamt 85 001 Mitarbeitende in den Geschäftsbereichen Detailhandel und Grosshandel/Produktion, darunter 3 505 Lernende. 64,7 % der Arbeitsplätze befinden sich in der Schweiz, die restlichen im Ausland.

Die sich aus dem aktuellen Umfeld ergebenden Herausforderungen der Personalarbeit sind vielfältig: Der demografische Wandel stellt die Unternehmen insbesondere mit den geburtenschwachen Jahrgängen und der Pensionierung der Babyboomer vor grössere Herausforderungen. Die Bedeutung der Berufstätigkeit von Frauen hat stark zugenommen, die Arbeitswelt wird zunehmend multikultureller und die Arbeitsmodelle flexibler. Technologie-Trends verändern die Arbeitswelt, und die Digitalisierung des Detailhandels schreitet in grossem Tempo voran. In diesem Umfeld positioniert sich die Coop-Gruppe als vielfältige, attraktive und nachhaltige Arbeitgeberin. Laut einer Studie von Inrate, der grössten unabhängigen Nachhaltigkeits-Rating-Agentur der Schweiz, bietet Coop die besten Anstellungsbedingungen im Schweizer Detailhandel. Ein erstklassiges Arbeitgeberimage ist von zentraler Bedeutung, um bestens qualifizierte Stellensuchende als Mitarbeitende gewinnen und auch halten zu können.

85 001

Mitarbeitende
in der Coop-Gruppe

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

Attraktivität als Arbeitgeberin

Coop erhöht die Lohnsumme

Trotz des herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds beschloss Coop für 2017 eine Erhöhung der gesamten Lohnsumme um 0,5 %. Diese steht für individuelle Lohnerhöhungen bei Mitarbeitenden im Stunden- und Monatslohn zur Verfügung. Die Lohnrunde ist das Ergebnis konstruktiver Verhandlungen mit den Sozialpartnern KV Schweiz, Syna/OCST, Unia und dem Verein der Angestellten Coop (VdAC).

Pensionskasse CPV/CAP steht auf solidem Fundament

Die CPV/CAP Pensionskasse Coop wies per 31.12.2016 einen Deckungsgrad von 113,0 % aus. Dieser Wert ist leicht tiefer als im Vorjahr (113,1 %). Der Hauptgrund für die Reduktion des Deckungsgrades liegt darin, dass die Verpflichtungen vorsichtiger bewertet wurden. Zudem erhielten alle Mitarbeitenden ab 51 Jahren im Zusammenhang mit der Senkung des Umwandlungssatzes von 6,15 auf 5,50 % eine Einmaleinlage in ihr Altersguthaben. Als weitere Massnahme, um die künftigen Renten wieder zu erhöhen, wurden für alle Versicherten die Sparbeiträge um 2,0 % angehoben. Da weniger Leistungsfälle infolge

von Tod und Invalidität eintraten als erwartet, konnte die Risikoprämie um 2,0 % gesenkt werden. Somit bleiben die Beiträge an die Pensionskasse insgesamt unverändert. Neu ermöglicht die CPV/CAP ihren Versicherten die Auswahl zwischen drei Sparbeitragsplänen und damit die Einwirkung auf den Sparprozess und die spätere Rente.

Im Jahr 2016 erzielte die CPV/CAP – trotz des sehr schwierigen Umfelds – eine Rendite von 4,1 %. Dieses Resultat liegt über dem Benchmark. Die Altersguthaben der aktiven Versicherten wurden im Jahr 2016 mit 2,0 % verzinst. Damit lag der Zins 0,75 % über dem BVG-Mindestzinssatz. Der provisorische Zinssatz für das Jahr 2017 liegt bei 2,0 %. Die Renten blieben 2016 unverändert; dies gilt auch für das Jahr 2017. Der Bestand der aktiven Versicherten lag 2016 bei 36 796 Personen und damit leicht über dem Bestand des Vorjahres mit 36 440 Versicherten. Der Rentnerbestand erhöhte sich um 172 Personen auf 19 444 Rentenbezüger per Ende 2016. Aufgrund der neuen versicherungstechnischen Parameter und der veränderten Risikofähigkeit der Kasse wird der Stiftungsrat im Jahr 2017 die Anlagestrategie überprüfen.

Betriebliches Gesundheitsmanagement bei Coop@home und im Verkauf

Im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements setzte Coop 2016 in zwei ausgewählten Pilotbereichen verschiedene neue Massnahmen zur Erhöhung der physischen und psychischen Gesundheit der Mitarbeitenden um. In einem ersten Schritt liess Coop in Zusammenarbeit mit dem Versicherungspartner Swica die Ausgangslage in der Logistik von Coop@home mittels Umfragen grundlegend analysieren. Aufgrund der Ergebnisse fanden anschliessend Einzel- und Gruppencoachings statt, in welchen die Mitarbeitenden Empfehlungen zur Steigerung des Wohlbefindens erhielten. In neu geschaffenen Arbeitskreisen wurden zudem Massnahmen auf den Ebenen Führung, Verhalten und Organisation erarbeitet und implementiert. Begleitend dazu stellte Coop einen Ergonomie-Spezialisten, der monatlich bei Coop@home vor Ort war und Mitarbeitende mit Beschwerden am Bewegungsapparat behandelte und beriet.

Ein zweiter Schwerpunkt lag auf dem Bereich Verkauf. Hier startete Coop das Pilotprojekt «Gesundheitsbotschafter», für das sieben Mitarbeitende aus verschiedenen Verkaufsstellen zu diversen gesundheitsspezifischen Themen geschult wurden. Die neuen Botschafterinnen und Botschafter unterstützen und fördern nun das gesundheitsbewusste Verhalten ihrer Kolleginnen und Kollegen. Erste Rückmeldungen lassen darauf schliessen, dass sich die Interventionen positiv auswirken.

Auszeichnung und Zertifizierung von Transgourmet Deutschland

Transgourmet Deutschland erhielt 2016 gleich zwei Auszeichnungen, die ihre Attraktivität als Arbeitgeberin bestätigen. Zum einen gehört das Unternehmen laut einer aktuellen Studie von Focus und Focus Money zu den besten Ausbildungsbetrieben in Deutschland. Bewertet wurden unter anderem der Ausbildungserfolg, die strukturellen Daten der Ausbildung, die Anzahl der Ausbilder und Mentoren sowie die Ausbildungsentlohnung unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Branchenbedingungen.

Zum anderen erhielt Transgourmet Deutschland im Juni 2016 für die Sparte Abholgrosshandel unter Selgros Deutschland das Zertifikat «beruf und familie». Für die Sparte Belieferungsgrosshandel ist Transgourmet bereits seit 2013 zertifiziert. Mit der Zertifizierung stellt Selgros Deutschland ihre zahlreichen Massnahmen für eine familienfreundliche Personalpolitik und die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie unter Beweis. Darüber hinaus erarbeitet das Unternehmen gezielt weitere Massnahmen, um die Mitarbeitenden in ihren Familien- und Lebensphasen bestmöglich zu unterstützen.

Ausbildung und Personalentwicklung

45 Mio. CHF
**jährliche Investition in die
Aus- und Weiterbildung**

Coop Campus als führende Bildungsstätte im Schweizer Detailhandel

2016 fasste Coop ihr gesamtes Ausbildungsangebot unter dem Coop Campus zusammen und schaffte damit die führende Bildungsstätte im Schweizer Detailhandel. Die Mitarbeitenden profitieren von massgeschneiderten internen Ausbildungsprogrammen für jede Führungsstufe und über alle Fachthemen hinweg. Der Fokus liegt auf einer praxisnahen, verbindlichen und wirkungsvollen Ausbildung,

weshalb zahlreiche Kurse direkt vor Ort stattfinden, also beispielsweise in der Verkaufsstelle oder auch bei einem Lieferanten. Durch die klare Kursstruktur mit den vier Levels Profi, Experte, Master und Leader steigert Coop die Motivation der Mitarbeitenden, nacheinander sämtliche Stufen zu durchlaufen, und ermöglicht zudem Fachkarrieren. Um sicherzustellen, dass das Gelernte im Arbeitsalltag wirklich umgesetzt wird, fordert Coop einige Wochen nach dem jeweiligen Kursbesuch einen Kompetenznachweis.

Mit dem Coop Campus stehen den Mitarbeitenden mehr als 350 interne Kurse an 17 Standorten und unzählige externe Angebote zur Verfügung. Darüber hinaus bildete die Coop-Gruppe 2016 allein in der Schweiz 2 862 Lernende in 31 verschiedenen Berufen aus. Insgesamt investiert Coop jährlich über 45 Millionen Franken in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden und liegt damit branchenweit deutlich über dem Durchschnitt.

Verstärkte Wissensvermittlung mittels E-Learning

Bei der Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden nehmen elektronische Lernformen einen immer grösseren Stellenwert ein. 2016 profitierten bereits über 40 000 Coop-Mitarbeitende von E-Learning und erhielten Schulungen, beispielsweise zur Hygiene, zu Prozessanwendungen im Bereich Rechnungsverbuchung oder auch zu komplexeren Sachverhalten. Neu bietet Coop ein gruppenweites E-Learning-Programm für kartellrechtliche Compliance an. Mit dem Programm will Coop noch besser sicherstellen, dass sich alle exponierten Mitarbeitenden am Beschaffungs- und Absatzmarkt kartellrechtlich korrekt verhalten. 2016 schulte Coop gruppenweit bereits über 1 600 Mitarbeitende zum Kartell- und Wettbewerbsrecht.

Stärkung der Führungskräfte in anspruchsvollen Zeiten

Im Berichtsjahr bot Coop zum insgesamt sechsten Mal eine zweitägige Weiterbildung speziell für alle Mitglieder des mittleren und oberen Managements an. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer beschäftigten sich dieses Mal mit dem Thema Resilienz, also mit der Fähigkeit, herausfordernde Situationen zu bewältigen und diese mittels Rückgriff auf persönliche und soziale Ressourcen als Chance für die eigene Entwicklung zu nutzen. Coop möchte ihren Führungskräften gerade in anspruchsvollen Zeiten wie heute die Gelegenheit geben, sich der eigenen Stärken bewusst zu werden und diese im Führungsalltag gezielt einzusetzen.

Transgourmet Österreich: Führungskräfteentwicklung mittels 270-Grad-Feedback

Nach einem Pilotdurchgang am Standort Graz im Herbst 2015 führte Transgourmet Österreich das Entwicklungsinstrument 270-Grad-Feedback im Berichtsjahr auch an weiteren Standorten ein. Die Massnahme erlaubt es Führungskräften, durch eine anonyme Online-Befragung der eigenen Mitarbeitenden, des Vorgesetzten sowie der Kolleginnen und Kollegen ein umfassendes Feedback zur Weiterentwicklung des eigenen Führungsverhaltens zu erhalten. In einem persönlichen Gespräch mit einem externen Coach werden die Umfrageergebnisse besprochen, der individuelle Entwicklungsbedarf geklärt und daraus abgeleitet konkrete Massnahmen wie beispielsweise Trainings festgelegt.

Lernende schliessen mit Rekord-Erfolgsquote ab

Mit 2 862 Lernenden allein in der Schweiz war die Coop-Gruppe auch 2016 landesweit die zweitgrösste Ausbildungsstätte. Im Sommer schlossen 1 010 und damit 99 % der Lehrabgängerinnen und Lehrabgänger in der Schweiz ihre Grundbildung erfolgreich ab – ein Rekordergebnis. 66 % von ihnen erhielten im Anschluss eine Festanstellung innerhalb der Coop-Gruppe. Damit konnte Coop ihr internes Ziel, mindestens 65 % der Lehrabgängerinnen und Lehrabgänger zu übernehmen, einmal mehr übertreffen. Unter den insgesamt 1 151 Jugendlichen, die 2016 ihre Grundbildung bei Coop in der Schweiz starteten, befinden sich auch drei Auszubildende zur Fachfrau/zum Fachmann Kundendialog EFZ. Die neue Grundbildung wird bei Interdiscount angeboten. Sie stellt die Kommunikation in den Mittelpunkt und wird im Hinblick auf die Kundenbetreuung in den Online-Shops zunehmend an Bedeutung gewinnen. Seit 2016 kann man sich zudem bei Coop@home zur Strassentransportpraktikerin oder zum Strassentransportpraktiker ausbilden lassen. Gesamthaft bietet Coop Lehrstellen in 31 verschiedenen Berufen an.

99 %

der Schweizer Lernenden
schliessen erfolgreich ab

Grosse Managementtagung mit 3000 Teilnehmenden

Im Rahmen ihres einheitlichen, top-down-getriebenen Zielsetzungsprozesses definiert die Coop-Gruppe jedes Jahr übergeordnete Ziele, die für die gesamte Gruppe gelten. Alle vier Jahre veranstaltet Coop eine grosse Managementtagung, an der sich die Teilnehmenden einen Tag lang intensiv mit dem Gruppenziel des folgenden Jahres auseinandersetzen. 2016 fand erneut eine solche Tagung statt. Am 28. Juni trafen sich rund 3000 Kadermitarbeitende aus der ganzen Coop-Gruppe zur Managementtagung in Bern und beschäftigten sich mit den verschiedenen Aspekten des Ziels 2017 «Wir ergreifen Initiative». Die Erkenntnisse daraus wurden in den einzelnen Zielsetzungsseminaren im Herbst 2016 weiterbearbeitet.

Change-Management

Jobcenter unterstützt bei Stellenwechsel

Das 2013 geschaffene Coop-interne Jobcenter betreute auch 2016 die von diversen Standortverschiebungen betroffenen Mitarbeitenden und setzte zahlreiche Change-Massnahmen um. So konnte Coop allen 48 Mitarbeitenden, die von der Schliessung der Bäckerei Chur betroffenen waren, eine Anschlusslösung innerhalb der Coop-Gruppe anbieten.

Ein alternatives Stellenangebot erhielten auch all jene Mitarbeitenden, deren Arbeitsplatz sich aufgrund des administrativen Zusammenschlusses der beiden Verkaufsregionen Nordwestschweiz und Zentralschweiz-Zürich nach Schafisheim verlagerte und die den Umzug nicht mitmachen wollten.

Ein weiteres Projekt ergab sich aus der Inbetriebnahme der Logistik- und Produktionsanlagen am neuen Standort Schafisheim. Das Jobcenter begleitete die Logistik-Mitarbeitenden, die von den Standorten in Basel, Wallisellen, Dietikon und Hinwil nach Schafisheim gewechselt hatten, und sorgte für eine erfolgreiche Integration.

Organisatorische Änderungen führen zu mehr Agilität im Markt

Im Mai 2016 gründete Coop die neue Direktion Informatik/Produktion/Services. Die stärkere Gewichtung der Informatik ermöglicht es Coop, den Herausforderungen im Zuge der Digitalisierung noch dynamischer zu begegnen.

Weiter gab Coop 2016 die Neuorganisation der bestehenden Direktion Marketing/Beschaffung bekannt und führte per 1. Januar 2017 die Beschaffung, das Category Management und die Disposition auf allen Führungsebenen zusammen. Die Categorys sind neu in sechs Organisationsbereiche zusammengefasst, die jeweils spezifische strategische Ziele verfolgen. Die Entscheidungsgeschwindigkeit wird dadurch massiv erhöht und die Kundenorientierung weiter verstärkt. Mit der Umstrukturierung schafft Coop optimale Voraussetzungen, um sich noch agiler im Markt zu bewegen.

Corporate Governance

Konzernstruktur	48
Kapitalstruktur	49
Verwaltungsrat	50
Geschäftsleitung	55
Vergütungen	59
Mitwirkungsrechte	60
Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen	60
Revisionsstelle	60
Informationspolitik	61
Management Coop-Gruppe	62

Corporate Governance

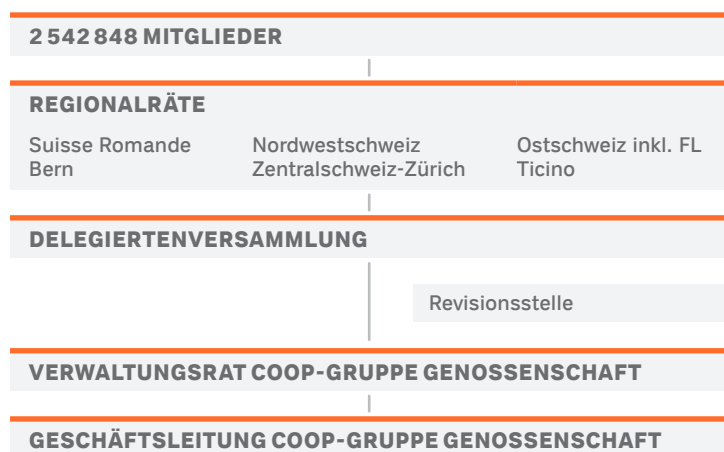
Corporate Governance basiert auf dem Prinzip der Transparenz und Offenheit der Unternehmensführung gegenüber den Mitarbeitenden und der Öffentlichkeit. Im Folgenden bietet Coop Einblick in die Unternehmensstruktur.

Die Coop-Gruppe Genossenschaft bekennt sich zu Offenheit und Transparenz in der Unternehmensführung und setzt sich im Interesse ihrer Mitglieder, ihrer Kundinnen und Kunden, ihrer Mitarbeitenden und weiterer Anspruchsgruppen für eine gute Corporate Governance ein. Bei der Ausgestaltung stützt sie sich weitgehend auf die Richtlinie der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange betreffend Informationen zur Corporate Governance. Diese gelten für Aktiengesellschaften und Gesellschaften mit Partizipations- oder Genussscheinen, zu denen Coop als Genossenschaft nicht zählt. Das einzige Unternehmen der Coop-Gruppe mit SIX-kotierten Beteiligungsrechten ist die Bell AG. Diese weist die spezifischen Angaben zu ihrer Corporate Governance in ihrem eigenen Geschäftsbericht sowie auf ihrer Website www.bellfoodgroup.com aus.

Konzernstruktur

Die Coop-Gruppe Genossenschaft ist eine Genossenschaft mit Sitz in Basel. Per Ende 2016 sind ihr über 2,5 Millionen Genossenschaftsmitglieder angeschlossen. Mitglied kann jede Person mit einem Wohnsitz in der Schweiz oder im Fürstentum Liechtenstein werden. Die Coop-Gruppe Genossenschaft ist an verschiedenen Unternehmen in der Schweiz sowie im Ausland beteiligt. Über die Konzernstruktur geben die Seiten 100 und 101 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 2013 bis 2017. 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

Per 31. Dezember 2016 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	Mauro Bazzi
Patrick Csikos	Patrick Bruni	Sibylle Bader Biland	Beatrice Bertschinger	Suzanne Blaser	Lucia Gianoli
Doris Grobéty	Chantal Gagnebin	Evelyn Borer	Renato Blum	Fridolin Eberle	Fiorenzo Robbiani
Nicole Hosseini	Sandra Ghisoni Schenk	Sandra Nicole Engeler	Kurt Feubli	Markus Eugster	Gabriella Rossetti
Zohra Ottoz	Fränzi Grunder	Susanne Jäger	Anna Maria Forlano	Christa Flückiger	Raffaele Sartori
Benoît Santschi	Therese Ischi	Peter Jossi	Ronald Hauser	Michael Fuhrer	
Catherine Stern	Mario Kaiser	Pascal Konrad	Willy Rüegg	Kurt Gansner	
Marc Vauthey	Jürg Kradolfer	Daniel Münger	Alex Rutz	Roberto Godenzi	
	Corinne Lehmann	Heidi Straumann	Beda Schlumpf	Richard Kübler	
	Sibylle Miescher	Charles Suter	Liliane Waldner	Leonardo Longaretti	
	Felix Truffer			Gabi Senn	
	Annette Wisler Albrecht				
	Zippora Wüthrich				

Kapitalstruktur

Die Kapitalstruktur der Coop-Gruppe geht aus der konsolidierten Bilanz (Seite 81 des Geschäftsberichts) und aus den entsprechenden Erläuterungen (Seiten 84–101) 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 2016 setzt sich der Verwaltungsrat der Coop-Gruppe Genossenschaft wie folgt zusammen:

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

¹ Präsidentin des Prüfungsausschusses

² Mitglied des Prüfungsausschusses

Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessensbindungen

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



Hansueli Loosli

Schweizer

Ausbildung:

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 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-Schwebebahn AG, Schwägalp

Weitere Funktionen und Ämter:

Dozent an der Executive School der Universität St. Gallen; 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



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 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 des Amis du Prix de Lausanne; 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 von 1992–2012 als Geschäftsführer 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; Lienhard Office Group AG, Degersheim; 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)



Giusep Valaulta

Schweizer

Ausbildung:

Lic. iur. Universität Freiburg/Fribourg

Beruflicher Werdegang:

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

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 2013 und endet im Frühling 2017.

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 2016 fanden vier Sitzungen des Prüfungsausschusses statt.

Arbeitsweise des Verwaltungsrates

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

Im Jahr 2016 traf sich der Verwaltungsrat zu sieben ein- bis zweitägigen Sitzungen. Darüber hinaus hat der Verwaltungsrat während einer dreitägigen Reise Standorte von Tochtergesellschaften im Ausland besucht. 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 2015 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 1. Mai 2016 wechselte der Leiter der Direktion Finanzen/Services, Reto Conrad, als Leiter zur neu gegründeten Direktion Informatik/Produktion/Services. Adrian Werren, früherer Leiter Controlling, übernahm die Führung der Direktion Finanzen und ist seit 1. Mai 2016 neues Mitglied der Geschäftsleitung Coop-Gruppe.

Jean-Marc Chapuis und Leo Ebnetter gehen Ende Juni 2017 in Pension. Per 1. Mai 2017 wird Christian Coppey sein Amt als neuer Leiter der Direktion Immobilien antreten. Zuvor arbeitete er zehn Jahre als Divisionsleiter bei Maus Frères SA in Genf im Real Estate & Shopping Center Management. Ebenfalls ab Mai wird Daniel Hintermann neuer Leiter der Direktion Logistik. Zuletzt war er verantwortlich für die Logistikregion Nordwestschweiz.

Per 31. Dezember 2016 setzt sich die Geschäftsleitung der Coop-Gruppe Genossenschaft wie folgt zusammen:

Name	Jahrgang	Aktuelle Funktion	Mitglied seit
Joos Sutter	1964	Vorsitzender der Geschäftsleitung	2010
Jean-Marc Chapuis	1954	Mitglied	2001
Reto Conrad	1966	Mitglied	2012
Leo Ebnetter	1954	Mitglied	2007
Daniel Stucker	1964	Mitglied	2011
Adrian Werren	1969	Mitglied	2016
Philipp Wyss	1966	Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung	2009

Ausbildung, berufliche Tätigkeiten und Interessensbindungen

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



Joos Sutter

Schweizer

Ausbildung:

Lic. oec. Hochschule St. Gallen; eidg. dipl. Wirtschaftsprüfer, Kammerschule der Schweizerischen Treuhandkammer, Zürich

Beruflicher Werdegang:

1991–1996 Wirtschaftsprüfer bei PricewaterhouseCoopers, Zürich; 1996–1999 Leiter Finanzen/Personal der Import Parfümerien AG, Zürich; 1999–2005 verschiedene Funktionen wie Leiter Finanzen/Service oder Leiter Verkauf 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:

Alliance Internationale de Distributeurs SA (Alidis), Vernier; Coop-ITS-Travel AG, Freienbach (Präsident); Palink UAB, Litauen; Transgourmet Holding AG, Basel

Weitere Funktionen und Ämter:

Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (Präsident)



Jean-Marc Chapuis

Schweizer

Ausbildung:

Lic. ès sciences économiques et sociales, Universität Genf

Beruflicher Werdegang:

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

Verwaltungsratsmandate:

Pearlwater Mineralquellen AG, Termen (Präsident)



Reto Conrad

Schweizer

Ausbildung:

Lic. oec. 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:

Bank Coop AG, Basel; 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 (Präsi-
dent); Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen (Präsident); Tropenhaus Wolhusen
AG, Wolhusen (Präsident); Update Fitness AG, Uzwil (Präsident)

Weitere Funktionen und Ämter:

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



Leo Ebnetter

Schweizer

Ausbildung:

Ausbildung zum Maschinenmechaniker; Handelsdiplom, Studienlehrgang
Betriebswirtschaft Hochschule St. Gallen

Beruflicher Werdegang:

seit 1978 bei Coop; 1978–1981 stv. Lagerleiter Allgemeine Waren, Gossau;
1981–1985 Leiter Logistik Allgemeine Waren und Leiter Transporte Coop
Ostschweiz, Gossau; 1985–1987 Leiter Logistik Coop-Verteilzentrale Gossau;
1987–1990 Leiter Bereich Food Warenbeschaffung, Produktion, Logistik Coop
Ostschweiz, Gossau; 1990–2000 stv. Geschäftsleiter Coop Ostschweiz und
Leiter Warenbeschaffung, Produktion, Logistik und Informatik Coop Ost-
schweiz, Gossau; 2001–2007 Leiter Coop-Logistikregion Ostschweiz-Ticino,
Gossau; seit 2007 Mitglied der Geschäftsleitung Coop-Gruppe Genossen-
schaft und Leiter Direktion Logistik der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate:

Bell AG, Basel; Kühlhaus Neuhof AG, Gossau; 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; 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 der Coop Genossenschaft, Basel

Verwaltungsratsmandate:

AgeCore SA, Genf (Präsident); Alliance Internationale de Distributeurs SA (Alidis), Vernier; 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; Retail Marketing Switzerland AG, Basel (Präsident); Transgourmet Holding AG, Basel

Weitere Funktionen und Ämter:

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 2016 1,3 Millionen Franken (Vorjahr: 1,4 Millionen Franken). Die Bruttosaläre der Geschäftsleitung betrugen im Jahr 2016 4,0 Millionen Franken bei 6,7 Personaleinheiten (Vorjahr: 3,8 Millionen Franken bei 6,0 Personaleinheiten). Die Honorare für die Verwaltungsrats-tätigkeit 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 PricewaterhouseCoopers (PwC) ausgeübt. Der verantwortliche leitende Revisor Herr Bruno Rossi trat sein Amt im Jahr 2016 an.

Prüfungshonorar

Die Revisionsstelle hat für die Erfüllung ihres gesetzlichen Auftrags für das Berichtsjahr 2016 Honorare von insgesamt 3,3 Millionen Franken (Vorjahr: 3,4 Millionen Franken) fakturiert.

Zusätzliche Honorare

Für zusätzliche Dienstleistungen, die über den gesetzlichen Auftrag hinausgehen, hat PwC während des Berichtsjahres 2016 insgesamt 0,9 Millionen Franken (Vorjahr: 1,0 Millionen Franken) in Rechnung gestellt.

Informationsinstrumente der externen Revisionsstelle

Der Prüfungsausschuss überwacht im Auftrag des Verwaltungsrates die Qualifikation, die Unabhängigkeit und die Leistung der externen Revisionsstelle und unterrichtet den Verwaltungsrat über die Ergebnisse seiner Beurteilung. Er gibt ausserdem zuhanden des Verwaltungsrates und der Delegiertenversammlung eine Empfehlung betreffend die Wahl respektive die Wiederwahl der externen Revisionsstelle ab.

Der leitende Revisor nahm 2016 an drei Sitzungen des Prüfungsausschusses teil. Dabei wurden die Planung der Prüfung, die Feststellungen der externen Revisionsstelle sowie die daraus resultierende Vorgehensweise besprochen. Zusätzlich rapportiert der leitende Revisor einmal jährlich allen Mitgliedern des Verwaltungsrates. Die externe Revisionsstelle und die Interne Revision besprechen zudem die Methodik und die Weiterentwicklung des Internen Kontrollsystems.

Informationspolitik

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

➔ report.coop.ch

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

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

➔ www.coop.ch/medien

Management Coop-Gruppe

Stand 1. März 2017

Coop Genossenschaft

Geschäftsleitung (GL)

Joos Sutter, Vorsitzender der GL
Jean-Marc Chapuis, Leiter Direktion Immobilien (bis 30.04.2017)
Reto Conrad, Leiter Direktion Informatik/Produktion/Services
Christian Coppey, Leiter Direktion Immobilien (ab 01.05.2017)
Leo Ebner, Leiter Direktion Logistik (bis 30.04.2017)
Daniel Hintermann, Leiter Direktion Logistik (ab 01.05.2017)
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 Gembler, Leiterin Personal/Ausbildung National
Alfred Hubler, Leiter Generalsekretariat
Jörg Ledermann, Leiter Kommunikation/Qualität/Nachhaltigkeit

Direktion Retail

Joos Sutter, Leiter Direktion Retail
Ivo Dietsche, Leiter Verkaufsregion OT
Sissigno Murgia, Leiter Verkaufsregion SR
Peter Schmid, Leiter Verkaufsregion BE
Roger Vogt, Leiter Verkaufsregion NWZZ
Herbert Zaugg, Leiter Total Store

Verkaufsregion Suisse Romande (SR)

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

Verkaufsregion Bern (BE)

Peter Schmid, Leiter Verkaufsregion BE
Stefano Alberucci, Verkaufschef Emmental/Thun
Bernhard Friedli, 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 Piller, Leiter Personal/Ausbildung

Verkaufsregion Nordwestschweiz-Zentralschweiz-Zürich (NWZZ)

Roger Vogt, Leiter Verkaufsregion NWZZ
André Aerne, Verkaufschef Zürichsee Nord
Urs Barmettler, Verkaufschef ZG/SZ
Angelo Durante, Leiter BW/Controlling
Besim Dushica, Verkaufschef AG West/Olten
Martin Fürst, Verkaufschef AG Ost
Markus Ingold, Verkaufschef Zürichsee Süd
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
Mario Colatrella, Verkaufschef TI
René Dörig, Verkaufschef SG Ost/AI/AR/FL/GL
Rolf Gurtner, Verkaufschef GR
Shenasi Haziri, Verkaufschef SG West/TG
Sven Herzog, Verkaufschef Winterthur/SH
Christine Noichl, Leiterin Personal/Ausbildung
Dominique Vela, Leiter BW/Controlling

Direktion Trading

Daniel Stucker, Leiter Direktion Trading
Markus Schärer, Leiter BW/Controlling
Patrick Schaller, Leiter Total Store/Expansion (ab 01.04.2017)
Martin von Bertrab, Leiter Personal/Ausbildung

Coop City

Felix Kubat, Leiter Coop City
Christian Jochberg, Leiter Verkauf Region Mitte
Daniel Tona, Leiter Verkauf Region West
Bruno Veit, Leiter Verkauf Region Ost

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
Roger Bühler, Leiter Logistik/IT/Services/Online
Martin Koncilja, Leiter Marketing
Peter Späni, Leiter Category Management/Beschaffung

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
Daniele Madonna, Vorsitzender der Geschäftsleitung

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
Yves Haid, Vorsitzender der Geschäftsleitung

The Body Shop Switzerland AG

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

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

Silvio Baselgia, Leiter CM/Beschaffung Frische 1
Andreas Allenspach, CM/Beschaffung Früchte+Gemüse /
Schnittblumen
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
Olivier Compagnon, CM/Beschaffung Wasch-/Reinigungsmittel /
Hygiene
Philipp Nyffenegger, CM/Beschaffung Frühstück/Backen
Michael Sieber, CM/Beschaffung Haltbare Convenience/Beilagen
Sarah Trümpy, CM/Beschaffung Süsswaren/Salzige Snacks

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
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

Leo Ebner, Leiter Direktion Logistik (bis 30.04.2017)
Daniel Hintermann, Leiter Direktion Logistik (ab 01.05.2017),
Leiter Logistikregion BE
Christoph Eigenmann, Leiter Logistikregion OT
Sébastien Jacquet, Leiter Logistikregion SR
Lorenzo Pelucchi, Leiter Logistik National Pratteln
Domenico Repetto, Leiter Logistikregion NWZZ
Beat Zaugg, Leiter Logistik National Wangen

Railcare AG

Leo Ebner, 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

Direktion Immobilien

Jean-Marc Chapuis, Leiter Direktion Immobilien (bis 30.04.2017)
Christian Coppey, Leiter Direktion Immobilien (ab 01.05.2017)
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 Bäle Hotels
Benedikt Pachlatko, Leiter Kooperationen/Kundendienst
Stephan Rupprecht, Leiter Projekte
Romeo Sciaranetti, Leiter Swissmill
Anton von Weissenfluh, Leiter Chocolats Halba

Update Fitness AG

Reto Conrad, Präsident des Verwaltungsrates
Michael Ammann, Geschäftsführer

Tropenhaus Frutigen AG

Reto Conrad, Präsident des Verwaltungsrates
Marcel Baillods, Geschäftsführer

Tropenhaus Wolhusen AG

Reto Conrad, Präsident des Verwaltungsrates
Pius Marti, 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 Pennedorf, Geschäftsführer Cash&Carry Deutschland

Transgourmet Polska

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

Selgros Rumänien

Alexandru Vlad, Vorsitz der Geschäftsführung
Herwig Arvay, Geschäftsführer Verwaltung

Selgros Russland

Michael Zipfel, Vorsitz der Geschäftsführung
Jens Frerichs, Geschäftsführer Einkauf & Category Management
Przemyslaw Switakowski, Geschäftsführer Verwaltung & Expansion

Transgourmet France

Eric Decroix, Vorsitz der Geschäftsführung
Caroline Besselièvre, Leiterin HR
Yves Cebon, Kaufmännischer Leiter und Angebotsleiter
Edith Hertz, stellvertretende Vorsitzende der Geschäftsführung
Serge Rey, Leiter Supply Chain

Transgourmet Österreich

Manfred Hayböck, Geschäftsführung Kaufmännisch
Thomas Panholzer, Geschäftsführung Vertrieb
Stefan Buczolich, Bereichsleitung Cook2.0
Manfred Edelbauer, Bereichsleitung Information-Technology
Elisabeth Feizelmeier, Bereichsleitung Human Resources
Georg Fersch, Geschäftsleitung «Mein C+C»
Bettina Fleiss, Bereichsleitung Marketing
Martina Kaffenda, Bereichsleitung Qualitätsmanagement
Christine Keszner, Bereichsleitung Beschaffungslogistik
Jürgen Krizmanich, Standortgeschäftsleitung National
Karin Meisel, Bereichsleitung Kunden-Services und
Entwicklungs-Management
Andreas Rendl, Bereichsleitung Controlling
Gerald Santer, Verkaufsleitung National
Georg Steibelmüller, Bereichsleitung Finanz- und Rechnungswesen
Michael Steinmair, Bereichsleitung Vertriebslogistik
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/Immobilien
Claude Schnider, Leiter IT
Ralph Zigerlig, Leiter Verkauf Schweiz

Bell 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
Josef Dähler, Leiter Unternehmensentwicklung/Projekte
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
Jens Günther Hillebrand, Leiter Bell Ungarn
Johannes Huber, Leiter Hubers
David Kureš, Leiter Novak Filialen
Eugeniusz Philip, Leiter Bell Polen

Bell Finanzen/Services

Marco Tschanz, Leiter Division Finanzen/Services

Hilcona

Martin Henck, Vorsitzender der Geschäftsleitung

Eisberg/Gastro Star

Christian Guggisberg, Vorsitzender der Geschäftsleitung

Coop-Gruppe in Zahlen

Kennzahlen	66
Wichtige Kennzahlen auf einen Blick	66
Entwicklung Coop-Gruppe	67
Nettoerlös	68
Verkaufsstellen / Märkte	69
Investitionen	70
Wertschöpfungsrechnung	71
Mitarbeitende	72
Nachhaltigkeit	76
 Bericht zum Geschäftsjahr	 78
 Konsolidierte Jahresrechnung	 80
Konsolidierte Erfolgsrechnung	80
Konsolidierte Bilanz	81
Konsolidierte Geldflussrechnung	82
Eigenkapitalnachweis	83
Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung	84
Bericht der Revisionsstelle	102

Alle Werte einzeln gerundet

Kennzahlen

Wichtige Kennzahlen auf einen Blick

Gesamtumsatz

28 322 Mio. CHF

Nettoerlös Gruppe

27 259 Mio. CHF

davon

19 251 Mio. CHF Schweiz

8 008 Mio. CHF Ausland

Nettoerlös Segmente

17 162 Mio. CHF Detailhandel

12 248 Mio. CHF Grosshandel/Produktion

Nettoerlös Online-Handel

565 Mio. CHF Detailhandel

824 Mio. CHF Grosshandel/Produktion

Anzahl Mitarbeitende am 31.12.

46 637 Detailhandel

38 364 Grosshandel/Produktion

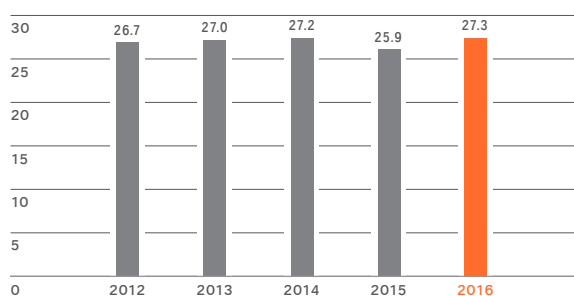
Anzahl Lernende am 31.12.

2 705 Detailhandel

800 Grosshandel/Produktion

Nettoerlös

in Mrd. CHF



Betriebsergebnis

2 044 Mio. CHF EBITDA

7,5 % des Nettoerlöses

763 Mio. CHF EBIT

2,8 % des Nettoerlöses

Jahresergebnis

475 Mio. CHF

1,7 % des Nettoerlöses

Eigenkapital

8 928 Mio. CHF

47,8 % Eigenkapitalanteil

Free Cash Flow

61 Mio. CHF

Investitionen in Sachanlagen

992 Mio. CHF Schweiz

517 Mio. CHF Ausland

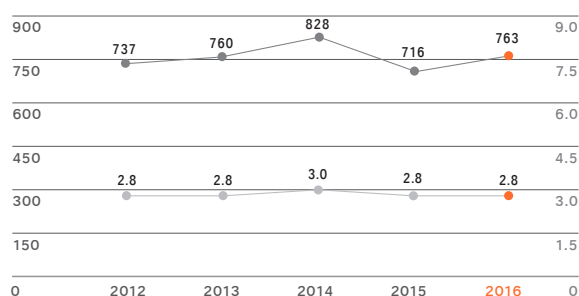
Anzahl Verkaufsstellen / Märkte

2 250 Detailhandel

226 Grosshandel/Produktion

Betriebsergebnis (EBIT)

— in Mio. CHF — in % des Nettoerlöses



Entwicklung Coop-Gruppe

in Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2012	2013	2014	2015	2016
Gesamtumsatz		27 950	28 174	26 932	28 322
Detailhandel		17 379	17 718	17 253	17 162
Grosshandel / Produktion		11 329	11 193	10 611	12 248
Konsolidierung		-1 741	-1 749	-1 969	-2 151
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	26 731	26 967	27 163	25 895	27 259
davon Nettoerlös Schweiz	19 241	19 489	19 822	19 252	19 251
in % des Nettoerlöses	72.0	72.3	73.0	74.3	70.6
davon Nettoerlös Ausland	7 490	7 478	7 341	6 643	8 008
in % des Nettoerlöses	28.0	27.7	27.0	25.7	29.4
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	1 930	1 937	2 038	1 933	2 044
in % des Nettoerlöses (EBITDA-Marge)	7.2	7.2	7.5	7.5	7.5
Betriebsergebnis (EBIT)	737	760	828	716	763
in % des Nettoerlöses (EBIT-Marge)	2.8	2.8	3.0	2.8	2.8
Jahresergebnis	452	462	470	416	475
in % des Nettoerlöses (Gewinnmarge)	1.7	1.7	1.7	1.6	1.7
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	1 711	1 667	1 551	1 653	1 582
in % des Nettoerlöses (Cash-Flow-Marge)	6.4	6.2	5.7	6.4	5.8
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-950	-965	-1 700	-1 477	-1 939
in % des Nettoerlöses	3.6	3.6	6.3	5.7	7.1
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-275	-116	-166	-301	238
Free Cash Flow¹	842	628	327	234	61
Bilanzsumme	16 880	17 317	17 441	17 654	18 663
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile	7 262	7 738	8 089	8 401	8 928
Eigenkapitalanteil inkl. Minderheitsanteile in %	Zielgrösse > 40.0	43.0	44.7	46.4	47.6
Finanzverbindlichkeiten	4 872	4 840	4 753	4 700	5 043
Nettofinanzschuld	3 855	3 305	3 560	3 614	4 061
Verschuldungsfaktor	Zielgrösse < 3.0	2.0	1.7	1.7	1.9
Zinsdeckungsfaktor	Zielgrösse > 8.0	21.8	21.7	23.7	26.7
FTE (inkl. Lernende) am 31.12.	64 458	64 498	66 124	69 039	73 451
Anzahl Mitarbeitende (inkl. Lernende) am 31.12.	75 309	74 955	77 087	79 954	85 001
Anzahl Lernende am 31.12.	3 221	3 265	3 271	3 410	3 505
Detailhandel Anzahl Verkaufsstellen / Märkte am 31.12.	1 917	1 933	1 978	2 198	2 250
Detailhandel Verkaufsfläche in m² am 31.12.	1 766 913	1 777 800	1 798 081	1 814 469	1 853 207
Grosshandel / Produktion Anzahl Verkaufsstellen / Märkte am 31.12.	211	229	212	214	226
Grosshandel / Produktion Verkaufsfläche in m² am 31.12.	915 734	924 591	938 283	938 768	1 004 458
Anzahl Mitglieder am 31.12.	2 595 065	2 537 859	2 500 036	2 536 800	2 542 848

Vorjahreswerte angepasst

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

Nettoerlös

in Mio. CHF	2016	2015
Coop-Supermärkte	10 274	10 290
Interdiscount	935	945
Coop City	778	806
Coop Bau+Hobby	622	633
Toptip / Lumimart	200	202
Import Parfumerie	149	147
Coop@home	129	120
Christ Uhren & Schmuck	87	91
Coop Mineraloel AG	2 159	2 247
Dipl. Ing. Fust AG	1 029	1 009
Coop Vitality AG	179	166
Coop Restaurant	254	252
Marché Restaurants Schweiz AG	114	114
Betty Bossi AG	84	83
The Body Shop Switzerland AG	33	35
Übrige Gesellschaften und Konsolidierungseffekte Segment	137	112
Fachformate	6 888	6 963
Detailhandel	17 162	17 253
Transgourmet Central and Eastern Europe	5 284	4 741
Transgourmet France	1 262	1 250
Transgourmet Österreich	536	
Transgourmet Schweiz	1 471	1 477
Transgourmet-Gruppe	8 551	7 468
Bell-Gruppe	3 346	2 781
Coop Genossenschaft Produktion	705	704
Übrige Gesellschaften und Konsolidierungseffekte Segment	-354	-342
Grosshandel / Produktion	12 248	10 611
Konsolidierung Coop-Gruppe	-2 151	-1 969
Nettoerlös	27 259	25 895
Andere betriebliche Erträge	1 063	1 037
Gesamtumsatz	28 322	26 932
davon Nettoerlös Online-Handel	1 389	1 212
Online-Handel Heimelektronik	344	308
– Microspot.ch	181	172
– Nettoshop.ch	81	72
– Sonstige	82	63
Coop@home	129	120
Übriger Online-Handel Detailhandel	93	82
Online-Handel Detailhandel	565	510
Online-Handel Grosshandel / Produktion	824	703
davon Nettoerlös Schweiz	19 251	19 252
davon Nettoerlös Ausland	8 008	6 643

Vorjahreswerte angepasst

Verkaufsstellen / Märkte

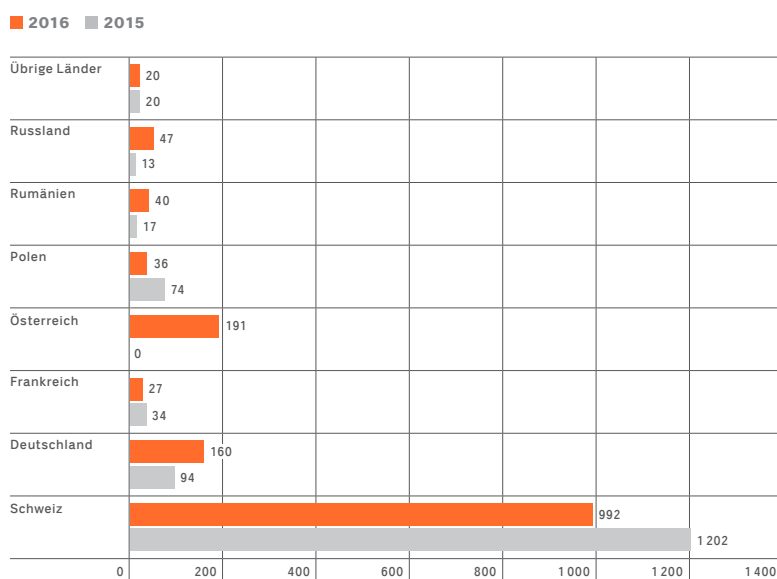
	2016	Anzahl am 31.12. 2015	Verkaufsfläche in m² am 31.12. 2016	2015
Coop-Supermärkte	876	856	972 783	957 905
Interdiscount	192	187	65 892	67 332
Coop City	31	31	127 692	127 454
Coop Bau+Hobby	74	74	305 786	303 519
Toptip / Lumimart	46	47	130 425	133 348
Import Parfumerie	123	124	10 151	10 163
Christ Uhren & Schmuck	70	72	5 652	5 776
Hotels	3	3		
Coop Mineraloel AG	298	294	34 723	33 843
Dipl. Ing. Fust AG	160	162	89 801	89 624
Coop Vitality AG	69	64	8 833	8 159
Coop Restaurant	201	202	58 621	58 644
Marché Restaurants Schweiz AG	32	30	15 276	15 782
The Body Shop Switzerland AG	50	50	2 949	2 920
Update Fitness AG	23		24 623	
Tropenhaus Frutigen AG	1	1		
Tropenhaus Wolhusen AG	1	1		
Fachformate	1 374	1 342	880 424	856 564
Detailhandel	2 250	2 198	1 853 207	1 814 469
Transgourmet Central and Eastern Europe	97	93	825 800	811 477
Transgourmet Österreich	12		51 655	
Transgourmet Schweiz	30	30	123 037	123 037
Transgourmet-Gruppe	139	123	1 000 492	934 514
Bell Tschechien	87	91	3 966	4 254
Bell-Gruppe	87	91	3 966	4 254
Grosshandel / Produktion	226	214	1 004 458	938 768
Coop-Gruppe	2 476	2 412	2 857 665	2 753 237

Vorjahreswerte angepasst

Investitionen

in Mio. CHF	2012	2013	2014	2015	2016
Schweiz	651	862	975	1 202	992
Deutschland	129	81	119	94	160
Frankreich	17	49	51	34	27
Österreich					191
Polen	38	26	38	74	36
Rumänien	11	8	12	17	40
Russland	20	52	12	13	47
Übrige Länder	0	4	2	20	20
Ausland	216	219	233	253	517
Investitionen Sachanlagen	867	1 081	1 209	1 455	1 509
Devestitionen Sachanlagen	37	92	41	105	107
Nettoinvestitionen Sachanlagen	829	989	1 167	1 350	1 402
Übrige Nettoinvestitionen	121	-24	533	127	537
Nettoinvestitionen	950	965	1 700	1 477	1 939

Investitionen Sachanlagen nach Ländern in Mio. CHF



Wertschöpfungsrechnung

in Mio. CHF	2016	2015	Index %
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	27 259	25 895	105.3
Sonstige betriebliche Leistungen	1 105	1 080	102.3
Warenaufwand und übrige Vorleistungen	20 832	19 790	105.3
Bruttowertschöpfung	7 532	7 185	104.8
Abschreibungen / Übriges	1 206	1 158	104.2
Unternehmenswertschöpfung	6 326	6 028	104.9
Mitarbeitende			
Löhne und Gehälter	3 410	3 189	106.9
Sozialleistungen / sonstige Leistungen	1 073	1 063	101.0
Öffentliche Hand	1 151	1 164	98.9
Kreditgeber	92	81	113.0
Minderheiten (Fremdgesellschafter)	125	115	109.0
Einbehaltene Gewinne (Selbstfinanzierung)	475	416	114.1
Verteilung der Wertschöpfung	6 326	6 028	104.9

Vorjahreswerte angepasst

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

Mit einem Anteil von 71% (Vorjahr 71%) geht der grösste Teil der neugeschaffenen Werte an die Mitarbeitenden der Coop-Gruppe. Die Coop-Gruppe zählte 73 451 FTE (Vorjahr: 69 039).

Die öffentliche Hand erhält über die Abgabe von Steuern, Zöllen und Gebühren 18% (Vorjahr 19%).

Die Beiträge an die Kreditgeber von 2% (Vorjahr 2%) 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

	2016	2015	Veränderung	Index %
Coop-Supermärkte	18 769	18 859	−90	99.5
Interdiscount	1 647	1 640	7	100.4
Coop City	2 054	2 090	−36	98.3
Coop Bau+Hobby	1 607	1 614	−7	99.6
Toptip / Lumimart	573	569	4	100.7
Import Parfumerie	515	512	3	100.6
Coop@home	333	318	15	104.7
Christ Uhren & Schmuck	303	314	−11	96.5
Coop Mineraloel AG	100	94	6	106.2
Dipl. Ing. Fust AG	2 156	2 133	23	101.1
Coop Vitality AG	577	554	23	104.1
Coop Restaurant	1 642	1 627	15	100.9
Marché Restaurants Schweiz AG	672	674	−2	99.7
Betty Bossi AG	100	95	6	105.9
The Body Shop Switzerland AG	193	200	−7	96.7
Übrige Gesellschaften	809	600	209	134.8
Logistik / Zentralbereiche	5 226	5 041	185	103.7
Detailhandel	37 277	36 934	342	100.9
Transgourmet Central and Eastern Europe	18 926	17 913	1 013	105.7
Transgourmet France	3 150	3 212	−62	98.1
Transgourmet Österreich	1 487		1 487	
Transgourmet Schweiz	1 623	1 633	−10	99.4
Transgourmet-Gruppe	25 186	22 758	2 428	110.7
Bell Schweiz	4 474	4 211	263	106.3
Bell Ausland	4 799	3 497	1 303	137.3
Bell-Gruppe	9 273	7 707	1 566	120.3
Coop Genossenschaft Produktion	1 700	1 625	75	104.6
Übrige Gesellschaften	16	14	2	114.3
Grosshandel / Produktion	36 174	32 104	4 070	112.7
Anzahl FTE (inkl. Lernende) am 31.12.	73 451	69 039	4 412	106.4

Vorjahreswerte angepasst

Anzahl Mitarbeitende

	2016	2015	Veränderung	Index %
Coop-Supermärkte	24 789	24 891	-102	99.6
Interdiscount	1 729	1 716	13	100.8
Coop City	2 571	2 616	-45	98.3
Coop Bau+Hobby	1 998	2 000	-2	99.9
Toptip / Lumimart	659	659		100.0
Import Parfumerie	694	699	-5	99.3
Coop@home	344	329	15	104.6
Christ Uhren & Schmuck	414	424	-10	97.6
Coop Mineraloel AG	101	95	6	106.3
Dipl. Ing. Fust AG	2 239	2 248	-9	99.6
Coop Vitality AG	795	757	38	105.0
Coop Restaurant	2 091	2 052	39	101.9
Marché Restaurants Schweiz AG	916	918	-2	99.8
Betty Bossi AG	127	122	5	104.1
The Body Shop Switzerland AG	238	223	15	106.7
Übrige Gesellschaften	1 238	744	494	166.4
Logistik / Zentralbereiche	5 694	5 506	188	103.4
Detailhandel	46 637	45 999	638	101.4
Transgourmet Central and Eastern Europe	20 134	18 928	1 206	106.4
Transgourmet France	3 269	3 344	-75	97.8
Transgourmet Österreich	1 571		1 571	
Transgourmet Schweiz	1 818	1 823	-5	99.7
Transgourmet-Gruppe	26 792	24 095	2 697	111.2
Bell Schweiz	4 831	4 557	274	106.0
Bell Ausland	4 950	3 591	1 359	137.8
Bell-Gruppe	9 781	8 148	1 633	120.0
Coop Genossenschaft Produktion	1 773	1 699	74	104.4
Übrige Gesellschaften	18	13	5	138.5
Grosshandel / Produktion	38 364	33 955	4 409	113.0
Anzahl Mitarbeitende (inkl. Lernende) am 31.12.	85 001	79 954	5 047	106.3

Vorjahreswerte angepasst

Anzahl Lernende

	2016	2015	Veränderung	Index %
Coop-Supermärkte	1 490	1 475	15	101.0
Interdiscount	347	346	1	100.3
Coop City	164	169	-5	97.0
Coop Bau+Hobby	126	130	-4	96.9
Toptip / Lumimart	38	38		100.0
Import Parfumerie	44	44		100.0
Coop@home	1		1	
Christ Uhren & Schmuck	31	32	-1	96.9
Coop Mineraloel AG	3	3		100.0
Dipl. Ing. Fust AG	97	103	-6	94.2
Coop Vitality AG	115	111	4	103.6
Coop Restaurant	28	32	-4	87.5
Marché Restaurants Schweiz AG	20	30	-10	66.7
The Body Shop Switzerland AG	2	4	-2	50.0
Übrige Gesellschaften	28	27	1	103.7
Logistik / Zentralbereiche	171	167	4	102.4
Detailhandel	2 705	2 711	-6	99.8
Transgourmet Central and Eastern Europe	428	388	40	110.3
Transgourmet France	93	105	-12	88.6
Transgourmet Österreich	88		88	
Transgourmet Schweiz	74	77	-3	96.1
Transgourmet-Gruppe	683	570	113	119.8
Bell Schweiz	61	69	-8	88.4
Bell Ausland	34	33	1	103.0
Bell-Gruppe	95	102	-7	93.1
Coop Genossenschaft Produktion	22	27	-5	81.5
Grosshandel / Produktion	800	699	101	114.4
Anzahl Lernende am 31.12.	3 505	3 410	95	102.8

Vorjahreswerte angepasst

Diversität Mitarbeitende

in %	2016	Detailhandel 2015	Grosshandel / Produktion 2016	2015	2016	Coop-Gruppe 2015
Anstellungsverhältnis						
Vollzeitbeschäftigte	57.1	57.2	82.7	85.5	68.6	69.2
Teilzeitbeschäftigte	42.9	42.8	17.3	14.5	31.4	30.8
Anteil Frauen	62.6	62.9	43.6	43.9	54.0	54.8
an Vollzeitbeschäftigten	44.8	45.4	39.3	39.8	41.8	42.5
an Teilzeitbeschäftigten	86.3	86.3	64.2	68.0	80.8	82.6
im Management	40.9	40.4	31.0	30.4	36.7	36.4
in VR und GL der Coop-Gruppe Genossenschaft					21.1	22.2
Anteil Beschäftigte über 50 Jahren	25.7	25.6	24.3	24.3	25.0	25.0
Lernende						
Verkauf	86.9	86.8	33.9	27.2	74.8	74.6
Kaufmännisch	4.4	4.9	37.9	36.9	12.1	11.4
Gewerbe / andere	8.7	8.3	28.2	35.9	13.1	14.0
Arbeitsland						
Schweiz	99.8	99.8	22.0	23.8	64.7	67.5
Deutschland			29.0	31.0	13.1	13.1
Polen			12.2	12.6	5.5	5.4
Rumänien			11.3	11.4	5.1	4.8
Frankreich			9.6	11.1	4.3	4.7
Österreich			6.7	0.2	3.0	0.1
Andere	0.2	0.2	9.2	9.9	4.3	4.4
Nationalität						
Schweiz	69.4	69.7	45.1	45.5	65.8	66.2
Ausland	30.6	30.3	54.9	54.5	34.2	33.8

Nachhaltigkeit

Nachhaltige Sortimente

	2012	2013	2014	2015	2016
Nachhaltigkeitsumsatz					
in Mio. CHF					
Nachhaltigkeitsumsatz Coop-Gruppe				3 543	3 855
davon Bio ¹	934	1 061	1 082	1 174	1 255
davon Fairtrade ¹	187	219	260	373	476

¹ 2012–2014 nur Detailhandel

Verpackungen

in Tonnen					
Verpackungsreduktion/-optimierung Detailhandel	530	1 285	1 045	85	230
Verpackungsreduktion/-optimierung Grosshandel / Produktion			1 306	145	334

Ressourceneffizienz und Klimaschutz

	2012	2013	2014	2015	2016
Energieverbrauch					
in Megawattstunden					
Detailhandel	1 157 428	1 146 711	1 116 389	1 127 499	1 134 156
Grosshandel / Produktion ¹	1 043 461	1 252 099	1 255 910	1 441 986	1 527 834
Gesamtenergieverbrauch	2 200 889	2 398 810	2 372 299	2 569 485	2 661 990

¹ ab 2013 inkl. Bell International, ab 2015 inkl. Hilcona

Erneuerbare Energieträger

Anteil in %					
Detailhandel	64.2	65.0	66.6	66.8	68.0
Grosshandel / Produktion ¹	36.8	32.8	33.2	37.0	36.3
Anteil erneuerbare Energieträger	51.2	48.2	48.9	50.1	49.8

¹ ab 2013 inkl. Bell International, ab 2015 inkl. Hilcona

Kohlendioxid-Ausstoss (CO₂)

in Tonnen					
Detailhandel	116 045	112 541	106 356	107 135	103 849
Grosshandel / Produktion ¹	252 610	331 881	338 992	350 062	367 049
Gesamtausstoss Kohlendioxid (CO ₂)	368 655	444 422	445 348	457 197	470 898

¹ ab 2013 inkl. Bell International, ab 2015 inkl. Hilcona

	2012	2013	2014	2015	2016
Wasserverbrauch					
in Tsd. Kubikmeter					
Detailhandel	1 086	1 118	1 154	1 060	1 282
Grosshandel / Produktion ¹	2 510	2 476	3 030	5 632	5 902
Gesamtwasserverbrauch	3 596	3 594	4 184	6 692	7 184

¹ ab 2014 inkl. Bell International, ab 2015 inkl. Hilcona

Abfall Verwertungsquote

in %

Detailhandel	77.6	79.5	80.8	80.0	80.2
Grosshandel / Produktion	68.8	73.0	68.2	70.1	73.4

Abfallmenge

in Tonnen

Detailhandel	124 956	125 494	126 595	129 875	134 065
Grosshandel / Produktion ¹	58 294	57 527	64 207	65 409	84 080
Gesamtabfallmenge	183 250	183 021	190 802	195 284	218 145

¹ ab 2016 inkl. Bell International und Hilcona

Gesellschaftliches Engagement

	2012	2013	2014	2015	2016
Gesellschaftliches Engagement					
in Tsd. CHF					
Coop-Gruppe: Coop Fonds für Nachhaltigkeit	15 871	15 309	16 550	17 000	18 655
Detailhandel: Coop Patenschaft für Berggebiete	981	1 088	939	860	827
Detailhandel: Weitere Beiträge für gesellschaftliche Projekte	6 770	7 983	6 306	6 477	5 486

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 2016 nominal um 5,3% und währungsbereinigt um 4,9% auf total 27259 Mio. CHF (Vorjahr: 25895 Mio. CHF). Dieser Anstieg ist zu einem Grossteil auf die Entwicklung im Segment Grosshandel/Produktion zurückzuführen. Mit ihren Online-Shops erzielte die Gruppe einen Nettoerlös von 1389 Mio. CHF (Vorjahr: 1212 Mio. CHF). Dies entspricht einem Anstieg um 14,6%, wozu beide Segmente mit jeweils zweistelligen Wachstumsraten beitrugen.

Betriebsergebnis (EBIT)

Der Personalaufwand betrug 4440 Mio. CHF und der übrige Betriebsaufwand 2759 Mio. CHF. Das Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug 2044 Mio. CHF (Vorjahr 1933 Mio. CHF) bei einer gegenüber dem Vorjahr unveränderten EBITDA-Marge von 7,5%. Die Abschreibungen in Höhe von 1282 Mio. CHF setzten sich aus Abschreibungen auf Grundstücke und Bauten sowie Installationen von 583 Mio. CHF, auf weiteren Sachanlagen von 366 Mio. CHF, auf Goodwill von 249 Mio. CHF und auf sonstigen immateriellen Anlagen von 83 Mio. CHF zusammen. Das Betriebsergebnis (EBIT) lag mit 763 Mio. CHF über dem Vorjahreswert von 716 Mio. CHF bei einer gegenüber dem Vorjahr unveränderten EBIT-Marge von 2,8%.

Jahresergebnis

Das Ergebnis assoziierter Organisationen betrug wie im Vorjahr 12 Mio. CHF. Das Ergebnis aus Fremdwährungen und das Finanzergebnis haben sich mit einem Verlust von 75 Mio. CHF (Vorjahr: Verlust von 72 Mio. CHF) nur geringfügig verändert. Nach der Berücksichtigung eines betriebsfremden Ergebnisses von 46 Mio. CHF, der Ertragssteuern von 146 Mio. CHF und der Minderheitsanteile von 125 Mio. CHF ergab sich ein im Vergleich zum Vorjahr um 59 Mio. CHF höheres Jahresergebnis von 475 Mio. CHF.

Segmentrechnung

Detailhandel

Der Nettoerlös im Detailhandel belief sich auf 17162 Mio. CHF (Vorjahr: 17253 Mio. CHF). Dies entspricht einem Rückgang von 0,5%, unter anderem bedingt durch Preissenkungen auf Treib- und Brennstoffen.

Coop erzielte mit ihren insgesamt 876 Coop-Supermärkten (Vorjahr: 856) einen Nettoerlös von 10274 Mio. CHF (Vorjahr: 10290 Mio. CHF), was einem leichten Rückgang von 0,2% entspricht. Coop City erreichte einen Nettoerlös von 778 Mio. CHF (Vorjahr: 806 Mio. CHF), der Rückgang um 3,5% ist vor allem preisbedingt. Coop Bau+Hobby erwirtschaftete einen Nettoerlös von 622 Mio. CHF (Vorjahr: 633 Mio. CHF). Bei Interdiscount ging der Nettoerlös um 1,0% auf 935 Mio. CHF (Vorjahr: 945 Mio. CHF) zurück. Positiv ist die Entwicklung bei Import Parfumerie mit einem Nettoerlös von 149 Mio. CHF (Vorjahr: 147 Mio. CHF) und einem Wachstum von

1,3%. Dipl. Ing. Fust AG mit Nettoshop.ch und Schubiger erreichten einen Nettoerlös von 1029 Mio. CHF (Vorjahr: 1009 Mio. CHF) und damit ein Wachstum von 2,0%. Mit einem Nettoerlös von 2159 Mio. CHF (Vorjahr: 2247 Mio. CHF) musste die Coop Mineraloel AG aufgrund der tieferen Treibstoffpreise einen Umsatzrückgang von 3,9% hinnehmen. Real betrug der Rückgang lediglich 0,1%. Die Coop Vitality AG erzielte mit einem Nettoerlös von 179 Mio. CHF (Vorjahr: 166 Mio. CHF) ein Wachstum von 7,3%. Die Coop Restaurants konnten ein Wachstum von 0,8% auf 254 Mio. CHF (Vorjahr: 252 Mio. CHF) ausweisen, und Marché Restaurants Schweiz AG erreichte mit 114 Mio. CHF den Nettoerlös des Vorjahres.

Die Online-Shops im Detailhandel entwickelten sich besonders erfreulich. Sie zeigten eine Zunahme von 10,9% auf einen Nettoerlös von 565 Mio. CHF. Microspot.ch steigerte den Nettoerlös auf 181 Mio. CHF und legte damit um 4,7% zu. Coop@home erzielte mit einer Zunahme von 7,2% einen Nettoerlös von 129 Mio. CHF.

Das Betriebsergebnis (EBIT) des Segments Detailhandel nahm um 35 Mio. CHF auf 457 Mio. CHF ab (Vorjahr: 492 Mio. CHF). Die Anzahl der Verkaufsstellen im Segment (inkl. Restaurants) stieg um 52 auf 2250 an. Die Coop-Gruppe beschäftigte im Detailhandel 46637 Mitarbeitende (Vorjahr: 45999).

Grosshandel/Produktion

Im Segment Grosshandel/Produktion stieg der Nettoerlös auf 12 248 Mio. CHF (Vorjahr: 10 611 Mio. CHF). Dies entspricht einem Wachstum von 15,4% respektive währungsbereinigt 14,5%.

Die Transgourmet-Gruppe, welche im Abhol- und Belieferungsgrosshandel in Deutschland, Polen, Rumänien, Russland, Frankreich, Österreich und der Schweiz tätig ist, erwirtschaftete einen Nettoerlös von 8 551 Mio. CHF (Vorjahr: 7 468 Mio. CHF). Damit erreichte sie ein Wachstum von 14,5% beziehungsweise währungsbereinigt 13,5%. Darin enthalten ist die im Jahr 2016 neu zur Gruppe hinzugekommene Transgourmet Österreich, welche mit einem Nettoerlös von 536 Mio. CHF zum Wachstum beitrug. Transgourmet betrieb insgesamt 139 Cash+Carry-Märkte (Vorjahr: 123) und beschäftigte 26 792 Mitarbeitende (Vorjahr: 24 095).

Die Bell-Gruppe 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 3 346 Mio. CHF um 20,3% über dem Vorjahr (2 781 Mio. CHF). Währungsbereinigt liegt der Anstieg des Nettoerlöses bei 19,8%. Zum Wachstum beigetragen haben auch diverse Akquisitionen. Im Jahr 2016 beschäftigte die Bell-Gruppe 9 781 Mitarbeitende (Vorjahr: 8 148).

Das Betriebsergebnis (EBIT) des Segments Grosshandel/Produktion erhöhte sich um 23 Mio. CHF auf 306 Mio. CHF (Vorjahr: 283 Mio. CHF).

Finanz- und Vermögenslage

Bilanz

Die Bilanzsumme der Coop-Gruppe nahm im Vergleich zum Vorjahr um 1 009 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 333 Mio. CHF auf 5 797 Mio. CHF. Das Anlagevermögen erhöhte sich um 675 Mio. CHF auf 12 866 Mio. CHF. Dabei standen den Abschreibungen höhere Investitionen sowie Zugänge aus den getätigten Akquisitionen gegenüber. Das Fremdkapital erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 481 Mio. CHF auf 9 735 Mio. CHF. Dabei stieg das kurzfristige Fremdkapital um 84 Mio. CHF auf 4 555 Mio. CHF an und das langfristige Fremdkapital um 396 Mio. CHF auf 5 179 Mio. CHF. Im langfristigen Fremdkapital finanzierte sich die Coop-Gruppe über Anleihen und Depositen. Das Eigenkapital inklusive Minderheitsanteile stieg auf 8 928 Mio. CHF an. Damit lag der Eigenkapitalanteil mit 47,8% deutlich über der strategischen Zielgrösse von 40%. Er wuchs gegenüber dem Vorjahr um 0,2%-Punkte.

Geldflussrechnung

Der Geldzufluss aus Betriebstätigkeit betrug 1 582 Mio. CHF und reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 71 Mio. CHF. Der Geldabfluss aus Investitionstätigkeit betrug 1 939 Mio. CHF und lag damit 462 Mio. CHF über dem Vorjahr. Dies resultierte sowohl aus höheren Ausgaben für Akquisitionen als auch aus höheren Nettoinvestitionen in Sachanlagen und Immaterielle Anlagen. Bei den Sachanlagen und Immateriellen Anlagen wurden netto 1 521 Mio. CHF investiert sowie für Akquisitionen weitere 382 Mio. CHF. Bei den Finanzanlagen/Wertschriften wurden netto 36 Mio. CHF investiert. Daraus ergab sich ein Free Cash Flow von 61 Mio. CHF. Der Geldzufluss aus Finanzierungstätigkeit betrug 238 Mio. CHF. Die Coop-Gruppe Genossenschaft nahm zwei Anleihen über insgesamt 580 Mio. CHF auf und tätigte eine Anleihen-Rückzahlung von 500 Mio. CHF. Die Bell-Gruppe verzeichnete ebenfalls einen Mittelzufluss aus der Aufnahme einer Anleihe von 300 Mio. CHF. Die kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten verzeichneten einen Netto-Rückgang von 55 Mio. CHF. Zudem wurden Dividenden an Minderheiten in Höhe von 85 Mio. CHF bezahlt.

Konsolidierte Jahresrechnung

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	Erläuterungen	2016	2015
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	1	27 259	25 895
Andere betriebliche Erträge	2	1 063	1 037
Warenaufwand		19 078	18 191
Personalaufwand	3	4 440	4 208
Übriger Betriebsaufwand	4	2 759	2 600
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)		2 044	1 933
Abschreibungen auf Sachanlagen	5	950	886
Abschreibungen auf immateriellen Anlagen	5	332	331
Betriebsergebnis (EBIT)	1	763	716
Ergebnis assoziierter Organisationen		12	12
Ergebnis aus Fremdwährungen		0	0
Finanzergebnis	6	-75	-72
Ordentliches Ergebnis		700	655
Betriebsfremdes Ergebnis	7	46	39
Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT)		746	694
Ertragssteuern	8	146	163
Ergebnis nach Ertragssteuern		600	531
Minderheitsanteile		125	115
Jahresergebnis		475	416

Konsolidierte Bilanz

in Mio. CHF	Erläuterungen	31.12.2016	31.12.2015
Flüssige Mittel	9	972	1 080
Wertschriften		10	6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	10	1 084	893
Sonstige kurzfristige Forderungen	11	337	309
Aktive Rechnungsabgrenzungen		384	351
Vorräte	12	3 011	2 825
Umlaufvermögen		5 797	5 464
Sachanlagen	13	11 543	10 911
Finanzanlagen	14	196	185
Immaterielle Anlagen	15	1 126	1 095
Anlagevermögen		12 866	12 191
Aktiven		18 663	17 654
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		1 905	1 792
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	16	927	1 017
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	17	457	389
Kurzfristige Rückstellungen	18	315	358
Passive Rechnungsabgrenzungen		951	915
Kurzfristiges Fremdkapital		4 555	4 471
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	19	4 116	3 683
Langfristige Rückstellungen	20	1 063	1 100
Langfristiges Fremdkapital		5 179	4 783
Fremdkapital		9 735	9 254
Gewinnreserven		7 907	7 475
Jahresergebnis		475	416
Eigenkapital ohne Minderheitsanteile		8 382	7 891
Minderheitsanteile		547	510
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile		8 928	8 401
Passiven		18 663	17 654

Konsolidierte Geldflussrechnung

in Mio. CHF	2016	2015
Ergebnis nach Ertragssteuern	600	531
Abschreibungen	1 144	1 117
Verluste aus Wertbeeinträchtigungen	174	119
Wegfall von Wertbeeinträchtigungen	-5	-11
Gewinn (-)/Verlust aus Veräusserung Anlagevermögen	-53	-52
Nicht liquiditätswirksames Ergebnis	3	29
Ergebnis assoziierter Organisationen	-12	-12
Erhaltene Dividenden von assoziierten Organisationen	5	9
Zunahme/Abnahme (-) langfristige Rückstellungen	-39	11
Geldfluss vor Veränderung Nettoumlaufvermögen	1 817	1 741
Zunahme (-)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-89	-18
Zunahme (-)/Abnahme der sonstigen Forderungen und aktiven Rechnungsabgrenzungen	-46	48
Zunahme (-)/Abnahme der Vorräte	-124	-32
Zunahme/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	39	-75
Zunahme/Abnahme (-) sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen	49	-35
Zunahme/Abnahme (-) kurzfristige Rückstellungen	-64	24
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	1 582	1 653
Sachanlagen Investitionen	-1 509	-1 455
Sachanlagen Devestitionen	107	105
Finanzanlagen / Wertschriften Investitionen	-51	-30
Finanzanlagen / Wertschriften Devestitionen	15	43
Auszahlungen für den Erwerb konsolidierter Organisationen	-382	-71
Einnahmen aus dem Verkauf konsolidierter Organisationen	0	1
Immaterielle Anlagen Investitionen	-120	-72
Immaterielle Anlagen Devestitionen	0	3
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-1 939	-1 477
Aufnahme von Anleihen	880	500
Rückzahlung von Anleihen	-500	-500
Zunahme/Abnahme Anteile Dritter am Kapital	-2	1
Dividenden an Minderheiten	-85	-80
Zunahme/Abnahme (-) kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	24	-42
Zunahme/Abnahme (-) langfristige Finanzverbindlichkeiten	-79	-181
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	238	-301
Saldo Geldfluss	-118	-126
Flüssige Mittel zu Beginn der Berichtsperiode	1 080	1 178
Saldo Geldfluss	-118	-126
Währungseinfluss Flüssige Mittel	10	29
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	972	1 080

Eigenkapitalnachweis

in Mio. CHF

	Einbehaltene Gewinne	Kumulierte Währungs-differenzen	Jahresergebnis	Eigenkapital exkl. Minderheitsanteile	Minderheitsanteile	Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile
Eigenkapital am 01.01.2016	8 072	-597	416	7 891	510	8 401
Veränderungen im Konsolidierungskreis					-1	-1
Verwendung Vorjahresergebnis	416		-416			
Jahresergebnis			475	475	125	600
Dividenden					-85	-85
Währungseinfluss		16		16	-3	14
Eigenkapital am 31.12.2016	8 488	-581	475	8 382	547	8 928

Eigenkapital am 01.01.2015	7 607	-412	470	7 665	424	8 089
Veränderungen im Konsolidierungskreis	-5			-5	64	59
Verwendung Vorjahresergebnis	470		-470			
Jahresergebnis			416	416	115	531
Dividenden					-80	-80
Währungseinfluss		-185		-185	-12	-198
Eigenkapital am 31.12.2015	8 072	-597	416	7 891	510	8 401

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 2016 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.

Änderungen von Grundsätzen in der Rechnungslegung per 1. Januar 2016

*Swiss GAAP FER Rahmenkonzept, FER 3 und FER 6 –
Neuregelung zur Umsatzerfassung*

Aus den Änderungen geht hervor, dass ein Ertrag dann zu erfassen ist, wenn eine Dienstleistung erbracht oder ein Vermögenswert geliefert wurde und Nutzen und Risiken sowie die Verfügungsmacht auf den Käufer übergegangen sind. Weiter wird definiert, dass es sich bei Nettoerlösen aus Lieferungen und Leistungen um Erlöse aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit handelt, die den Wert der erbrachten Leistung nach Abzug von Erlösminderungen umfassen. Bei Vermittlungsgeschäften ist nur der Wert der selbst erbrachten Leistung auszuweisen. Bei Geschäftsvorfällen mit mehreren abgrenzbaren Bestandteilen sind diese separat zu erfassen und zu bewerten.

Die Änderungen haben keinen Einfluss auf die Berichterstattung der Coop-Gruppe, eine Anpassung der Vorjahreszahlen musste daher nicht vorgenommen werden.

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. Die konzerninternen Transaktionen und Beziehungen, das heisst Erträge und Aufwendungen sowie Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den konsolidierten Gesellschaften, werden gegenseitig verrechnet und eliminiert. Zwischengewinne auf konzerninternen Transaktionen werden – sofern wesentlich – eliminiert.

Assoziierte Organisationen

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

Fremdwährungsumrechnung

Die Umrechnung der lokalen Aktiven und Passiven in Schweizer Franken erfolgt zum Stichtagskurs. Die lokalen Erfolgsrechnungen und die Geldflussrechnungen werden zum Durchschnittskurs umgerechnet. Die Differenzen, die sich aus der Anwendung der oben erwähnten unterschiedlichen Umrechnungskurse ergeben, werden direkt im Eigenkapital berücksichtigt.

Währungsumrechnungskurse in CHF

		Durchschnittskurse		Stichtagskurse	
		2016	2015	31.12.2016	31.12.2015
1	EUR	1.090	1.067	1.074	1.084
1	CZK	0.040	0.039	0.040	0.040
1	HKD	0.127	0.124	0.131	0.128
100	HUF	0.350	0.344	0.347	0.343
1	PLN	0.250	0.255	0.243	0.254
1	RON	0.243	0.240	0.237	0.240
1	RUB	0.015	0.016	0.017	0.013
1	USD	0.989	0.964	1.019	0.995

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. 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. 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.

Leasing

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

Immaterielle Anlagen

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

Ein Goodwill aus Akquisitionen ergibt sich aus der Differenz zwischen dem für die Übernahme eines Unternehmens bezahlten Kaufpreis und dem Wert der Netto-Aktiven. Die Netto-Aktiven entsprechen der Summe der einzelnen Vermögenswerte des gekauften Unternehmens abzüglich der Verbindlichkeiten und Eventualverbindlichkeiten unter Swiss GAAP FER zum Zeitpunkt der Übernahme. Ein entstandener Goodwill wird grundsätzlich aktiviert und linear abgeschrieben. Die Abschreibungsdauer bemisst sich nach der voraussichtlichen Nutzungsdauer der angenommenen Markt- und Synergiepotentiale, welche zum Goodwill geführt haben.

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

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

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 Mittelaufzufluss 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

	Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	2016 Betriebsergebnis (EBIT)	Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	2015 Betriebsergebnis (EBIT)
Detailhandel	17 162	457	17 253	492
Grosshandel / Produktion	12 248	306	10 611	283
Konsolidierung	-2 151		-1 969	
a.o. Arbeitgeberbeitrag CPV/CAP				-60
Coop-Gruppe	27 259	763	25 895	716

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

Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen nach geographischen Märkten

	2016	2015
Schweiz	19 251	19 252
Ausland	8 008	6 643
Coop-Gruppe	27 259	25 895

2 Andere betriebliche Erträge

	2016	2015
Betriebliche Mietzinserträge	189	189
Veräusserungsgewinn auf betrieblichem Anlagevermögen	6	7
Aktivierete Eigenleistungen	22	20
Sonstige Dienstleistungserträge	846	820
Total	1 063	1 037

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

3 Personalaufwand

	2016	2015
Löhne / Gehälter	3 410	3 189
Sozialleistungen	773	808
Sozialleistungssatz in %	22.7	25.3
Übriger Personalaufwand	257	212
Total	4 440	4 208

4 Übriger Betriebsaufwand

	2016	2015
Werbeaufwand	500	494
Mietaufwand	705	679
Büro- und Verwaltungsaufwand	252	240
Abgaben und Sachversicherungen	80	76
Betriebliche Steuern	42	41
Unterhalt und Ersatz	389	360
Energieaufwand und Betriebsmaterial	412	395
Transportkosten	188	156
Diverse Aufwendungen	190	159
Total	2 759	2 600

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	2016	2015
Goodwill planmässig	211	250
Goodwill ausserplanmässig	38	4
Übrige immaterielle Anlagen planmässig	79	71
Übrige immaterielle Anlagen ausserplanmässig	4	7
Abschreibungen auf immateriellen Anlagen	332	331
Sachanlagen planmässig	852	795
Sachanlagen ausserplanmässig	100	102
Wertaufholung Sachanlagen	-3	-10
Abschreibungen auf Sachanlagen	950	886
Total	1 282	1 217

Ausserplanmässige Abschreibungen auf Sachanlagen und immateriellen Anlagen sowie Wertaufholungen auf Immobilien erfolgen aufgrund von Neu-einschätzungen betreffend die Ertragssituation oder von Marktpreisaneinandersetzungen. Bei der Überprüfung der Immobilienbestände wurden ausserplanmässige Abschreibungen von 73 Mio. CHF erfasst. Auf den übrigen Sachanlagen wurden ausserplanmässige Abschreibungen von 27 Mio. CHF erfasst.

6 Finanzergebnis	2016	2015
Dividenden und Kursgewinne auf Wertschriften	1	0
Übriger Finanzertrag	16	10
Finanzertrag	17	10
Kursverluste auf Wertschriften	0	1
Zinsaufwand und übrige Finanzkosten	61	76
Wertberichtigungen auf Finanzanlagen	31	5
Finanzaufwand	92	83
Total	-75	-72

7 Betriebsfremdes Ergebnis	2016	2015
Mietertrag	1	1
Veräusserungsgewinne auf nicht betrieblichem Anlagevermögen	49	46
Übrige nicht betriebliche Erträge	4	0
Nicht betrieblicher Ertrag	54	47
Nicht betrieblicher Liegenschaftsaufwand (inkl. Abschreibungen auf nicht betrieblichem Anlagevermögen)	6	4
Übriger nicht betrieblicher Aufwand	2	4
Nicht betrieblicher Aufwand	8	8
Total	46	39

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	2016	2015
Laufende Ertragssteuern	172	169
Veränderung latente Steuern	-26	-6
Total	146	163
Durchschnittlicher Steuersatz in %	19.6	23.5

	2016		2015	
	Steuersatz in %	Steuerbetrag in Mio. CHF	Steuersatz in %	Steuerbetrag in Mio. CHF
Durchschnittlich anzuwendender Steuersatz / Erwartete Ertragssteuern	20.6	153	20.0	139
Verluste im laufenden Jahr, für die keine latenten Steuern aktiviert wurden		14		10
Nutzung von nicht erfassten Verlustvorträgen		-17		-9
Durchschnittlich anzuwendender Ertragssteuersatz unter Berücksichtigung von Verlustvorträgen	20.1	150	20.2	140
Sonstige Effekte		-4		23
Effektiver Ertragssteuersatz / Effektive Ertragssteuern	19.6	146	23.5	163

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 867 Mio. CHF (31.12.2015: 931 Mio. CHF) wurden keine latenten Steuern aktiviert.

9 Flüssige Mittel	31.12.2016	31.12.2015
Kassenbestände, Postcheck- und Bankguthaben	894	974
Reka-Checks / Checks / Gutscheine	23	32
Festgelder	56	74
Total	972	1 080

10 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	31.12.2016	31.12.2015
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1 125	937
Wertberichtigung	-42	-44
Total	1 084	893

11 Sonstige kurzfristige Forderungen	31.12.2016	31.12.2015
Übrige Forderungen	333	307
Anzahlungen an Lieferanten	7	4
Wertberichtigung	-3	-2
Total	337	309

12 Vorräte	31.12.2016	31.12.2015
Handelswaren	2 600	2 466
Fertigfabrikate (Produktion)	192	162
Halbfabrikate, Produkte in Arbeit	143	137
Rohmaterial	129	119
Hilfs- und Verpackungsmaterial	49	39
Anzahlungen an Lieferanten	37	31
Wertberichtigung	-140	-130
Total	3 011	2 825

in Mio. CHF

13 Sachanlagen

	Unbebaute Grundstücke	Grundstücke und Bauten	Installationen	Möbilen, Ma- schinen und Informatik	Fahrzeuge	Finanzie- rungsleasing	Anlagen in Bau	Total
Sachanlagen 2016								
Ansaffungswerte 01.01.2016	152	9 766	5 234	4 535	441	22	1 087	21 237
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
Ansaffungswerte 31.12.2016	192	10 425	5 806	4 905	515	22	586	22 451
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2016	4	3 760	2 962	3 322	252	18	9	10 326
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
Kumulierte Abschreibungen 31.12.2016	4	3 981	3 217	3 396	290	18	2	10 908
Nettobuchwerte 31.12.2016	188	6 444	2 588	1 509	225	4	585	11 543
davon nicht betrieblich		34						34
davon Anzahlungen							45	45
Sachanlagen 2015								
Ansaffungswerte 01.01.2015	110	9 395	4 977	4 224	424	26	709	19 865
Veränderungen im Konsolidierungskreis	10	319	113	232	10		23	706
Investitionen	40	284	281	279	61		510	1 455
Devestitionen		-122	-98	-172	-38	-1	0	-430
Währungseinfluss	-4	-183	-76	-67	-19	-3	-6	-358
Reklassifikationen	-3	73	36	39	3	0	-149	-2
Ansaffungswerte 31.12.2015	152	9 766	5 234	4 535	441	22	1 087	21 237
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2015	4	3 537	2 727	3 074	244	20	10	9 615
Veränderungen im Konsolidierungskreis		102	47	170	7	0		327
Planmässige Abschreibungen		176	295	278	48	1		797
Ausserplanmässige Abschreibungen		65	21	16	0		0	103
Wertaufholung		-10						-10
Devestitionen		-73	-96	-170	-36	0	0	-375
Währungseinfluss	0	-40	-32	-46	-11	-2	0	-130
Reklassifikationen		2	0	-1	0	0	0	0
Kumulierte Abschreibungen 31.12.2015	4	3 760	2 962	3 322	252	18	9	10 326
Nettobuchwerte 31.12.2015	148	6 006	2 272	1 213	189	4	1 078	10 911
davon nicht betrieblich		29						29
davon Anzahlungen							18	18

Vorjahreswerte angepasst

Im Geschäftsjahr wurde eine weitergehende Aufteilung zwischen Gebäuden und den darin befindlichen Installationen vorgenommen. Der Ausweis innerhalb des Sachanlage spiegels wurde entsprechend angepasst, der zum 1.1.2015 von «Grundstücke und Bauten» in «Installationen» umgegliederte Nettobuchwert beträgt 1 923 Mio. CHF.

in Mio. CHF

14 Finanzanlagen

	Arbeitgeber- beitrags- reserve	Assoziierte Organi- sationen	Übrige Finanz- anlagen	Total
Finanzanlagen 2016				
Nettobuchwerte 01.01.2016	11	77	97	185
Veränderungen im Konsolidierungskreis		1	1	2
Investitionen	0	7	41	48
Devestitionen	-1		-14	-15
Zuschreibungen (+) / Wertberichtigungen (-)		7	-30	-22
Währungseinfluss		-1	0	-1
Reklassifikationen				
Nettobuchwerte 31.12.2016	10	91	95	196

Finanzanlagen 2015

Nettobuchwerte 01.01.2015	12	163	118	294
Veränderungen im Konsolidierungskreis			1	1
Investitionen	0	1	29	30
Devestitionen	-1	-8	-25	-35
Zuschreibungen (+) / Wertberichtigungen (-)		4	-4	0
Währungseinfluss		-2	0	-2
Reklassifikationen		-80	-22	-103
Nettobuchwerte 31.12.2015	11	77	97	185

Übrige Finanzanlagen

	31.12.2016	31.12.2015
Darlehen	64	36
Diverse Finanzanlagen	74	73
Wertberichtigungen auf übrigen Finanzanlagen	-43	-13
Total	95	97

in Mio. CHF

15 Immaterielle Anlagen	Goodwill	Marken / Patente / Lizenzen	Software	Übrige immaterielle Anlagen	Anlagen in Bau	Total
Immaterielle Anlagen 2016						
Anschaffungswerte 01.01.2016	3 285	604	432	41	29	4 390
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
Anschaffungswerte 31.12.2016	3 527	632	435	41	46	4 681
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2016						
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
Kumulierte Abschreibungen 31.12.2016	2 890	311	315	38		3 554
Nettobuchwerte 31.12.2016	636	321	120	3	46	1 126
Immaterielle Anlagen 2015						
Anschaffungswerte 01.01.2015	3 254	597	403	41	12	4 307
Veränderungen im Konsolidierungskreis	44	10	10	1	0	64
Investitionen		0	51	1	19	72
Devestitionen	-1	-1	-29	-1		-32
Währungseinfluss	-12	-3	-7	-1	0	-23
Reklassifikationen	0		4	0	-2	2
Anschaffungswerte 31.12.2015	3 285	604	432	41	29	4 390
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2015						
Veränderungen im Konsolidierungskreis	4	1	7	1		14
Planmässige Abschreibungen	250	29	40	1		321
Ausserplanmässige Abschreibungen	4		7	0		11
Devestitionen	-1	0	-27	-1		-29
Währungseinfluss	-10	-2	-5	-1		-18
Kumulierte Abschreibungen 31.12.2015	2 642	280	335	38		3 296
Nettobuchwerte 31.12.2015	642	324	96	3	29	1 095

in Mio. CHF

16 Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	31.12.2016	31.12.2015
Bankkontokorrente	4	0
Bankdarlehen	34	34
Übrige kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	55	20
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	200	200
Kurzfristiger Anteil langfristiger Finanzverbindlichkeiten	633	762
Total	927	1 017

Die Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen bestehen vollumfänglich gegenüber der CPV/CAP. Sie werden zu 0,25 % verzinst und sind jährlich kündbar.

17 Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	31.12.2016	31.12.2015
Gutscheine im Umlauf	64	66
Kundenanzahlungen	135	125
Übrige Steuern	132	88
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	126	110
Total	457	389

18 Kurzfristige Rückstellungen	Personal- vorsorge	Restruktu- rierungen	Supercard	Übrige Rück- stellungen	Total
Kurzfristige Rückstellungen 2016					
Buchwerte 01.01.2016	82	16	190	70	358
Veränderungen im Konsolidierungskreis				0	0
Bildung	21	17	179	79	296
Verwendung	-76	-13	-182	-68	-339
Auflösung	-8	-1	-3	-3	-15
Währungseinfluss	0	0		-1	-1
Reklassifikationen kurzfristig / langfristig	3	10		2	15
Buchwerte 31.12.2016	22	28	185	80	315
Kurzfristige Rückstellungen 2015					
Buchwerte 01.01.2015	23	19	192	93	327
Veränderungen im Konsolidierungskreis				1	1
Bildung	81	2	186	29	298
Verwendung	-18	-13	-183	-27	-241
Auflösung	-4	0	-6	-23	-33
Währungseinfluss	0	0		-3	-3
Reklassifikationen kurzfristig / langfristig	1	7		1	9
Buchwerte 31.12.2015	82	16	190	70	358

Die übrigen kurzfristigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen Rückstellungen für Personal von 32 Mio. CHF (31.12.2015: 28 Mio. CHF) und für Verkaufsstellen von 19 Mio. CHF (31.12.2015: 22 Mio. CHF).

in Mio. CHF

19 Langfristige Finanzverbindlichkeiten	Währung	Laufzeit	Zinssatz in % (gewichtet)		31.12.2016	31.12.2015
Depositenkonten			0.5		1 751	1 754
Kassenobligationen		2–8 Jahre	1.5		241	269
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Sep. 2010–2017	2.0	250		
Bell AG	CHF	Mai 2013–2018	1.0	175		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Juli 2012–2019	1.25	250		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Juli 2015–2020	0.25	300		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Juni 2014–2021	0.875	200		
Bell AG	CHF	Mai 2013–2022	1.75	175		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Sep. 2016–2022	0.25	200		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Sep. 2014–2023	1.0	200		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Juli 2015–2024	0.88	200		
Bell AG	CHF	März 2016–2025	0.625	300		
Coop-Gruppe Genossenschaft	CHF	Mai 2016–2026	0.5	380		
Anleihen					2 630	2 250
Bankdarlehen					3	15
Hypotheken			3.7		99	124
Finanzierungsleasing					0	1
Übrige Darlehen					26	32
Anteil kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten					–633	–762
Total					4 116	3 683

Von den Verbindlichkeiten aus Depositenkonten wurden zum Bilanzstichtag 17,4 % als kurzfristig eingestuft.

20 Langfristige Rückstellungen	Personal- vorsorge	Restruktu- rierungen	Latente Steuern	Übrige Rück- stellungen	Total
Langfristige Rückstellungen 2016					
Buchwerte 01.01.2016	97	41	789	172	1 100
Veränderungen im Konsolidierungskreis	4		8	5	17
Bildung	3	1		19	24
Verwendung	–3	–2		–5	–10
Auflösung	–7	–8		–6	–21
Veränderung latente Steuern			–25		–25
Währungseinfluss	0		–6	0	–6
Reklassifikationen kurzfristig / langfristig	–3	–10		–2	–15
Buchwerte 31.12.2016	90	22	767	184	1 063
Langfristige Rückstellungen 2015					
Buchwerte 01.01.2015	90	47	777	155	1 069
Veränderungen im Konsolidierungskreis	7		25	1	33
Bildung	4	1		40	44
Verwendung	–1	0		–16	–16
Auflösung	0			–6	–6
Veränderung latente Steuern			–10		–10
Währungseinfluss	–3		–3	0	–6
Reklassifikationen kurzfristig / langfristig	–1	–6		–2	–9
Buchwerte 31.12.2015	97	41	789	172	1 100

Die übrigen langfristigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen Rückstellungen für Personal von 71 Mio. CHF (31.12.2015: 63 Mio. CHF) und für Verkaufsstellen von 10 Mio. CHF (31.12.2015: 11 Mio. CHF).

in Mio. CHF

21 Vorsorgeeinrichtungen	Nominalwert AGBR 31.12.2016	Bilanz 31.12.2016	Bilanz 31.12.2015	Veränderungen AGBR im Personalaufwand 2016	2015
Arbeitgeberbeitragsreserve (AGBR)					
Patronale Fonds / Patronale Vorsorgeeinrichtungen			1	-1	-1
Vorsorgeeinrichtungen	10	10	10		
Total	10	10	11	-1	-1

Wirtschaftlicher Nutzen / wirtschaftliche Verpflichtung und Vorsorgeaufwand	Über- / Unter- deckung 31.12.2016	Wirtschaftlicher Anteil der Coop-Gruppe 31.12.2015	Vorsorgeaufwand im Personalaufwand 2016	2015
Vorsorgeeinrichtung ohne Über- / Unterdeckung			266	272
Vorsorgeeinrichtung mit Über- / Unterdeckung	1		0	
Total	1		266	272

Reglementarische Arbeitgeberbeiträge			266	272
--------------------------------------	--	--	-----	-----

Per 31.12.2016 weist die CPV/CAP einen Deckungsgrad von 113,0 % (Vorjahr 113,1%) aus. Aus Sicht FER 16 besteht keine Über- oder Unterdeckung, da die Zielgrösse der Wertschwankungsreserve noch nicht erreicht ist.

22 Ausserbilanzgeschäfte	31.12.2016	31.12.2015
Bürgschaften, Garantieverpflichtungen	63	88
Weitere quantifizierbare Verpflichtungen mit Eventualcharakter	119	121
Weitere, nicht zu bilanzierende Verpflichtungen	5	10
Buchwert der zur Sicherung eigener Verpflichtungen verpfändeten Aktiven	235	272

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 erachtet und sich mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln dagegen wehren wird. Es wird mit einer mehrjährigen Verfahrensdauer gerechnet. Die Eventualverpflichtung ist unter «Weitere quantifizierbare Verpflichtungen mit Eventualcharakter» erfasst.

23 Verpflichtungen aus nicht bilanziertem operativem Leasing	31.12.2016	31.12.2015
Fällig innerhalb eines Jahres	9	9
Fällig innerhalb von 1 bis 5 Jahren	36	29
Fällig nach über 5 Jahren	34	32

24 Verpflichtungen aus langfristigen Miet- und Baurechtsverträgen	31.12.2016	31.12.2015
Fällig innerhalb eines Jahres	729	723
Fällig innerhalb von 1 bis 5 Jahren	2 508	2 574
Fällig nach über 5 Jahren	3 789	3 793

in Mio. CHF

25 Offene derivative Finanzinstrumente		Kontraktwerte		Aktive Werte		Passive Werte	
Basiswert	Zweck	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2015
Devisen	Absicherung	750	714	5	2	4	6
Total bilanzierte Werte				5	2	4	6
Devisen	Absicherung	267	637	2	2	1	5
Zinssätze	Absicherung	8	28		0	0	1
Eigenkapitalinstrumente	ohne Absicherung	10	4	0		0	0
Total nicht bilanzierte Werte				2	2	2	6

Es bestehen Kaufoptionen für Minderheitsanteile vollkonsolidierter Gesellschaften, welche bei den Eigenkapitalinstrumenten ausgewiesen sind.

26 Transaktionen mit nahestehenden Personen

Transaktionen mit assoziierten Organisationen	2016	2015
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	25	27
Andere betriebliche Erträge	5	2
Warenaufwand	152	191
Büro- und Verwaltungsaufwand	2	0
Mietaufwand	2	2
Diverse Aufwendungen	1	1
	31.12.2016	31.12.2015
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3	1
Aktive Rechnungsabgrenzungen	3	20
Darlehen	44	13
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9	12
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	5	5
Passive Rechnungsabgrenzungen	0	0
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1	1

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

27 Wesentliche Veränderungen im Konsolidierungskreis

2016

Name der Gesellschaft			Änderung	Datum	31.12.2016 in %	31.12.2015 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 (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	

2015

Name der Gesellschaft			Änderung	Datum	31.12.2015 in %	31.12.2014 in %
Eurogroup Far East Ltd.	CN-Hong Kong	Erhöhung Beteiligungsquote und Vollkonsolidierung	01/2015	100.00	33.33	
Sump & Stammer GmbH	DE-Hamburg	Kauf	01/2015	75.00		
International Food Supply						
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Kapitalerhöhung / Erhöhung Beteiligungsquote	02/2015	99.74	72.88	
Bell Nederland B.V.	NL-Dr Houten	Erhöhung Beteiligungsquote	02/2015	66.29	50.38	
siroop AG	CH-Zürich	Gründung	04/2015	50.00		
Hilcona AG	FL-Schaan	Erhöhung Beteiligungsquote und Vollkonsolidierung	05/2015	33.81	32.48	
Abraham France SARL	FR-Bussy-Saint-Georges	Fusion in Bell France SAS	06/2015	66.29	66.29	
Transgourmet Seafood GmbH	DE-Bremerhaven	Fusion in OHG Transgourmet GmbH & Co.	07/2015	100.00	100.00	
EGV Lebensmittel für Gross-verbraucher AG	DE-Unna	Kauf	08/2015	100.00		
siroop trading AG	CH-Basel	Gründung	09/2015	100.00		
Transgourmet Polska Sp. z o.o.	PL-Poznan	Umfirmierung (bisher: SELGROS Sp. z o.o.)	10/2015	100.00	100.00	
Alifresca AG	CH-Basel	Gründung	10/2015	100.00		
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Praha-Holesovice	Erhöhung Beteiligungsquote	10/2015	66.29	59.66	
FrischeParadies GmbH & Co. KG	DE-Frankfurt	Kauf	11/2015	100.00		
Eurogroup SA	BE-Bruxelles	Verkauf	12/2015		50.00	

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

in Mio. CHF

28 Wichtigste Bestandteile beim Erwerb von Organisationen

2016	Transgourmet Österreich GmbH	Huber Gruppe	Eisberg Gruppe	Geiser AG	Übrige Orga- 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
2015	Hilcona AG	OOO Eurogroup Immobilien	EGV Lebens- mittel für Grossver- braucher AG	FrischePara- dies GmbH & Co. KG	Richard Sump GmbH
Flüssige Mittel	23		4	3	
Forderungen und Aktive Rechnungsabgrenzungen	61		24	12	5
Vorräte	42		10	16	5
Sachanlagen	284	8	31	57	
Finanzanlagen	1				
Immaterielle Anlagen (ohne Goodwill)				9	
Verbindlichkeiten und Passive Rechnungsabgrenzungen	61	6	26	19	8
Finanzverbindlichkeiten	140		5	41	5
Rückstellungen			4	4	

29 Wichtigste Bestandteile beim Verkauf von Organisationen

2015	Hygedis SAS
Forderungen und Aktive Rechnungsabgrenzungen	14
Vorräte	12
Sachanlagen	3
Verbindlichkeiten und Passive Rechnungsabgrenzungen	20
Finanzverbindlichkeiten	16

30 Konsolidierungskreis (wesentliche Gesellschaften)

Coop-Gruppe Genossenschaft	CH-Basel	Beteiligungsgesellschaft	Kapitalanteil ¹		Grundkapital	Ein- bezug
			31.12.2016 in %	31.12.2015 in %	31.12.2016 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	50.06	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	□
Soc. Coopération de Collaboration Intern.	BE-Bruxelles	Einkaufsgesellschaft	25.00	25.00	EUR	●
The Body Shop Switzerland AG	CH-Uster	Schönheits- und Kosmetik- produkte	100.00	100.00	0.4 CHF	□
Tropenhaus Frutigen AG	CH-Frutigen	Tropische Produkte, Aquakultur	100.00	99.74	28.2 CHF	□
Tropenhaus Wolhusen AG	CH-Wolhusen	Tropische Produkte, Aquakultur	94.31	94.31	2.6 CHF	□
Alifresca AG	CH-Basel	Einkaufsgesellschaft	100.00	100.00	0.1 CHF	□
Bell 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	□
Sanchez Alcaraz S.L.U.	ES-Casarrubios del Monte	Rohschinken	100.00	100.00	0.6 EUR	□
ZIMBO Czechia s.r.o.	CZ-Praha-Holesovice	Einzelhandel	100.00	100.00	30.0 CZK	□
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	HU-Perbal	Fleisch und Wurstwaren	99.75	99.74	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, Geflügel, Meeresfrüchte	100.00	100.00	20.0 CHF	□
Cher-Mignon SA	CH-Chermignon	Charcuterie	100.00	0.00	1.5 CHF	□
Geiser AG	CH-Schlieren	Charcuterie	100.00	0.00	0.5 CHF	□
Centravo Holding AG ²	CH-Zürich	Verarbeitung Nebenprodukte	30.10	29.80	CHF	●
Hilcona AG	FL-Schaan	Frischconvenience	51.00	51.00	27.0 CHF	□
Eisberg Holding AG	CH-Dänikon	Subholding	100.00	0.00	0.7 CHF	□
H.L. Verwaltungs-GmbH	AT-Pfaffstätt	Subholding	100.00	0.00	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-Hong Kong	Einkaufsgesellschaft	100.00	100.00	0.1 HKD	□

			Kapitalanteil ¹		Grundkapital	Ein- bezug
			31.12.2016 in %	31.12.2015 in %	31.12.2016 in Mio.	
HiCoPain AG	CH-Dagmersellen	Tiefkühlbackwaren	40.00	40.00	CHF	●
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	□
railCare AG	CH-Härkingen	Betrieb Eisenbahnunternehmung	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	□
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	□
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- gesellschaft mbH	DE-St. Gangloff	Belieferungsgrosshandel	100.00	0.00	0.0 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 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	0.00	1.0 EUR	□
Transgourmet Schweiz AG	CH-Basel	Grosshandel	100.00	100.00	66.5 CHF	□
Casa del Vino SA	CH-Zürich	Getränkhandel	100.00	0.00	0.3 CHF	□
update Beteiligungen AG	CH-Uzwil	Beteiligungsgesellschaft	51.00	0.00	0.1 CHF	□

□ = Vollkonsolidierte Gesellschaft

● = Gesellschaft nach der Equity-Methode konsolidiert

¹ Anteil der haltenden Gesellschaft

² Anteil am Kapital der im Umlauf befindlichen Aktien

31 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

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

- Die Coop-Gruppe übernimmt per Anfang Januar 2017 die Aperto-Gruppe mit Sitz in Ebikon, Schweiz. Die Gruppe ist im Detailhandel tätig und betreibt Bahnhof- und Tankstellenshops in der Schweiz.
- Die Transgourmet-Gruppe übernimmt per Anfang Januar 2017 die Weinkeller Riegger AG, die Riegger Holding AG und die Domaines Châteaux Vins Birrhard SA mit Sitz in Birrhard, Schweiz. Die Unternehmensgruppe ist im Weinhandel tätig.
- Die Bell-Gruppe übernimmt per Anfang Januar 2017 die Frostag Food-Centrum AG mit Sitz in Landquart, Schweiz. Das Unternehmen ist auf die Herstellung von Teigwaren und vegetarischen Produkten spezialisiert.

Der Verwaltungsrat hat am 9. Februar 2017 die konsolidierte Jahresrechnung der Coop-Gruppe genehmigt. Sie unterliegt der Abnahme durch die Delegiertenversammlung vom 6. April 2017.



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 2016, der konsolidierten Erfolgsrechnung, der konsolidierten Geldflussrechnung und dem Eigenkapitalnachweis für das dann endende Jahr sowie dem Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, einschliesslich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsgrundsätze – geprüft.

Nach unserer Beurteilung vermittelt die konsolidierte Jahresrechnung (Seiten 80 bis 101) ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gruppe zum 31. Dezember 2016 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-Gruppe und 4 Gruppengesellschaften in der Schweiz Prüfungen („full scope audit“) durchgeführt. Zudem haben wir bei der Transgourmet-Gruppe zusammen mit einem anderen Prüfer einen „full scope audit“ vorgenommen. Unsere Prüfungen decken 95% der Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen und 94% der Aktiven der Gruppe ab. Zusätzlich wurden Prüfungshandlungen bei weiteren 3 Gruppengesellschaften durchgeführt.

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

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 die Geschäftsleitung 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.

Gesamtwesentlichkeit	CHF 130 Millionen
Herleitung	0.5% der Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen (gerundet)
Begründung für die Bezugsgrösse zur Bestimmung der Wesentlichkeit	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>
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: • Der Goodwill stellt in der Bilanz mit CHF 636 Millionen per 31. Dezember 2016 einen wesentlichen Betrag dar. Die grössten Positionen resultierten aus Akquisitionen in den jüngeren Jahren. • Zudem kommen Ermessensspielräume bei der Festlegung von Annahmen im Zusammenhang mit künftigen Geschäftsergebnissen und den angewandten Diskontierungssätzen auf prognostizierte Geldflüsse zur Anwendung. Wir verweisen auf die Konsolidierungs- und Rechnungslegungsgrundsätze (Seite 86) und Erläuterung 15 Immaterielle Anlagen (Seite 93).	Wir haben die Ergebnisse und Zukunftsaussichten der einzelnen Geschäftsteile mit Goodwill-Positionen mit dem Management besprochen und die relevanten Protokolle des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung eingesehen. So verschafften wir uns ein Bild über die Genehmigung der Mehrjahresplanung der Gruppe und allfällige Indikatoren für Wertbeeinträchtigungen. 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. 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. 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. Wir erachten das Bewertungsverfahren und die verwendeten Annahmen des Managements als eine angemessene und ausreichende Grundlage für die Überprüfung der Werthaltigkeit des Goodwills.



Werthaltigkeit von Marken

<i>Besonders wichtiger Prüfungssachverhalt</i>	<i>Unser Prüfungsvorgehen</i>
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: • Der Bilanzwert der Marken, Patente und Lizenzen beläuft sich auf CHF 321 Millionen per 31. Dezember 2016 und stellt einen wesentlichen Betrag dar. • Zudem kommen Ermessensspielräume bei der Festlegung von Annahmen im Zusammenhang mit künftigen Geschäftsergebnissen und angewandter Diskontierungssinnsätze auf prognostizierte Geldflüsse zur Anwendung. Wir verweisen auf die Konsolidierungs- und Rechnungslegungsgrundsätze (Seite 86) und Erläuterung 15 Immaterielle Anlagen (Seite 93).	Wir haben die Ergebnisse und Zukunftsaussichten der einzelnen Marken mit dem Management besprochen und die relevanten Protokolle des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung eingesehen. So verschafften wir uns ein Bild über allfällige Indikatoren für Wertbeeinträchtigungen. 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. Die Ergebnisse unserer Prüfungen bekräftigen die Einschätzung des Managements zur Werthaltigkeit der Markenwerte im Berichtsjahr.

Werthaltigkeit von Vorräten

<i>Besonders wichtiger Prüfungssachverhalt</i>	<i>Unser Prüfungsvorgehen</i>
Die Beurteilung der Werthaltigkeit der Vorräte sehen wir aufgrund deren Bilanzwert von CHF 3.0 Milliarden per 31. Dezember 2016 als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt an. Wir fokussierten uns auf das Risiko einer Überbewertung von Vorräten aufgrund nicht mehr verwendbarer oder schwer verkäuflicher Waren. Wir verweisen auf die Konsolidierungs- und Rechnungslegungsgrundsätze (Seite 85) und Erläuterung 12 Vorräte (Seite 90).	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 Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung haben wir zur Überprüfung der Identifikation allfälliger Indikatoren für Wertbeeinträchtigungen eingesehen. 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. Unsere Prüfungsergebnisse stützen die Beurteilung des Managements zu den Wertberichtigungen der Vorräte auf den 31. Dezember 2016.

Verantwortlichkeiten des Verwaltungsrats 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 Rechnungslegungsgrundsätze 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 Verwaltungsrats ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der konsolidierten Jahresrechnung existiert.

Wir empfehlen, die vorliegende konsolidierte Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG

A blue ink signature of Bruno Rossi, written in a cursive style, next to a small red circular stamp with a white cross.

Bruno Rossi
Revisionsexperte
Leitender Revisor

A blue ink signature of Pascal Bucheli, written in a cursive style, next to a small red circular stamp with a white cross.

Pascal Bucheli
Revisionsexperte

Basel, 9. Februar 2017