

Volg Konsumwaren AG
Geschäftsbericht
2013

Inhalt

- 1** Organe
- 2** Gute Entwicklung fortgesetzt
- 4** Geschäftstätigkeit
- 4** Verkauf
- 6** Beschaffung
- 9** Logistik, Informatik und Personal
- 11** Finanzieller Bericht
- 12** Umsatz
- 13** Erfolgsrechnung
- 14** Bilanz
- 16** Anhang
- 17** Entwicklung 2009–2013
- 18** Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung
- 19** Verwendung des Bilanzgewinns
- 20** Drehscheiben für über 900 Dorfläden und Shops
- 21** Impressum



Über 300 Dorfläden und Tankstellenshops werden vom Frischdienst Winterthur aus täglich mit Frischprodukten beliefert.

Organe

Verwaltungsrat

Präsident	Dr. Martin Keller, Nidau
Delegierter	Ferdinand Hirsig, Bellach
Mitglieder	Hans Bellmont, Oberägeri Daniel Bischof, Mörschwil Reinhard Gloor, Seon Daniel Strebel, Waltenschwil Martin Wolf, Ebertswil Daniel Zurlinden, Oberbipp

Revisionsstelle

Ernst & Young AG, Bern

Geschäftsleitung

Vorsitz	Ferdinand Hirsig	Unternehmensentwicklung, Marketing
Mitglieder	Engelbert Dähler Dieter Krähenbühl Stefan Näf	Beschaffung Verkauf Logistik, Informatik, Dienste
Erweiterte GL	Marcel Gisler Myriam Rogl Tamara Scheibli	Controlling Academy Kommunikation/PR

Bereichsleiter

Ruedi Abderhalden	Beschaffung Food/Nearfood
Erich Ackermann	Verteilzentrale Oberbipp
Hansruedi Bachmann	Werbung
Marcel Baggenstos	Beschaffung Frischprodukte
André Brodard	Verkauf Region Romandie
Hanspeter Bühler	Verkauf Region Nord
Andreas Eisenring	Prozess- und Projektmanagement
Mark Greub	Verkauf Landi/Private Detaillisten Ost
Caspar Hohl	Expansion
David Krummenacher	Verkauf Volg Detailhandels AG
Karl Kühne	Verteilzentrale Landquart
Marcella Meister	TopShop
Andreas Reusser	Verkauf Landi/Private Detaillisten West
Werner Schmocker	Frontservice
Christoph Schönmann	Verkauf Region West
Andrea Sutter	Verkauf Region Ost
André Vogler	Verteilzentrale Winterthur
Roger Wegmüller	Rechnungswesen

(Stand 31. Dezember 2013)

Gute Entwicklung fortgesetzt

Nach den turbulenten Vorjahren gestaltete sich das Jahr 2013 für den Schweizer Detailhandel etwas ruhiger als zunächst prognostiziert. Zwar verliefen die ersten Monate erwartungsgemäss noch harzig, doch zum Jahresende konnten die meisten Detailhändler ein durchaus positives Fazit ziehen. Dazu beigetragen hat unter anderem, dass sich der Einkaufstourismus im Verlauf des Jahres – wenn auch auf einem hohen Niveau – stabilisierte. Auch die extremen Preisschlachten der letzten beiden Jahre scheinen, zumindest was den Lebensmittelbereich anbelangt, inzwischen geschlagen zu sein.

In diesem dynamischen Marktumfeld kann die Volg-Gruppe erneut auf ein gutes Geschäftsjahr zurückblicken, obwohl 2013 auch für uns nicht optimal begonnen hat. Dies hing insbesondere mit der nasskalten Witterung im Frühling zusammen, die sich negativ auf die wettersensitiven Warengruppen wie Getränke, Glace und Grillfleisch auswirkte. Die Umsätze im ersten Halbjahr lagen denn auch deutlich unter den Erwartungen. Nach dem verregneten Frühling zeigten sich die Sommermonate erfreulicherweise von ihrer sonnigsten Seite, was für den gewünschten Ausgleich sorgte: Im Vergleich zum Vorjahr lieferten wir im Juli beispielsweise 20 000 Rollcontainer mehr an die Verkaufsstellen aus.

Der Detailhandelsumsatz der Volg-Gruppe stieg 2013 um 3,5 Prozent auf 1,406 Milliarden Franken. Die positive Entwicklung der Volg-Gruppe umfasst erfreulicherweise alle von der Volg Konsumwaren AG belieferten Verkaufskanäle (Volg, Tankstellenshops, Freie Detaillisten).

Die von der Volg Konsumwaren AG belieferten 77 Agrola TopShops (Vorjahr 70) steigerten den Umsatz um 13,3 Prozent auf 204 Millionen Franken. Wie die durchwegs positive Entwicklung der letzten Jahre zeigt, ist dieser Verkaufskanal für die Grossistin Volg Konsumwaren AG von stetig wachsender Bedeutung. Ebenfalls gut entwickelt haben sich die Freien Detaillisten. Die 294 Verkaufsstellen (Vorjahr 293) erreichten einen Umsatz von 116 Millionen Franken (Vorjahr 114 Millionen Franken). Sie treten in der Deutschschweiz meist unter dem Namen „frisch-nah-günstig“, im Oberwallis und in der Westschweiz unter der Bezeichnung „visavis“ und im Jura als „Mini-Marché“ im Markt auf.

Der klar wichtigste Umsatzträger der Gruppe bleibt nach wie vor der Volg-Kanal: Die 559 Volg-Läden (Vorjahr 553) erzielten einen Umsatz von 1,086 Milliarden Franken (Vorjahr 1,065 Milliarden Franken). Zugenommen hat auch die Zahl der Kunden in den Volg-Läden: Die Steigerung um 3,2 Prozent zeigt uns, dass wir dank vieler kleiner und grosser Verbesserungen noch kundennäher geworden sind.

Einen wesentlichen Teil zur gestiegenen Kundenzahl beigetragen haben beispielsweise die Öffnungszeiten, die in vielen Volg-Läden weiter an die Bedürfnisse der Konsumenten angepasst, d.h. verlängert wurden. Denn wie die Erfahrungen zeigen, schätzen die Kunden das schnelle und bequeme Einkaufen im Dorfladen vermehrt auch in den Abendstunden, über Mittag oder frühmorgens. Die Attraktivität der Dorfläden erhöhen und so neue Kundengruppen erschliessen konnten wir zudem auch mit dem im Frühjahr lancierten Frisch-Convenience-Sortiment „BonApp!“.



Im neuen Erweiterungsbau der Verteilzentrale Winterthur stehen acht zusätzliche Camion-Anlieferampen zur Verfügung.

Mit der Fertigstellung unserer erweiterten Verteilzentrale in Winterthur, der Erneuerung unseres Lagerverwaltungs- und Rüstsystems „LogisOnline“ sowie der Eröffnung der neuen Getränkeplattform in Hägendorf ist der Ausbau unserer Kapazitäten und Infrastrukturen abgeschlossen. Damit sind wir für die in den kommenden Jahren weiter voranschreitende Expansion unseres Verkaufstellennetzes – sei es mit Volg-Läden oder mit der Belieferung von Agrola TopShops und Freien Detaillisten in der Deutsch- und der Westschweiz – optimal gerüstet.

Wir blicken auf ein erfreuliches Jahr zurück, in dem wir erneut ein gesundes Wachstum verzeichnen und unsere Kompetenz als Spezialist für den kleinflächigen Lebensmitteldetailhandel weiter verbessern konnten. Dies haben wir insbesondere unseren engagierten und flexiblen Mitarbeitenden zu verdanken. Mit ihrem Leistungs-

willen und ihrem grossen Einsatz haben sie massgeblichen Anteil am guten Geschäftsergebnis. Dafür bedanken wir uns herzlich.

Dr. Martin Keller
Präsident des Verwaltungsrates

Ferdinand Hirsig
Delegierter des Verwaltungsrates und
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Geschäftstätigkeit

Verkauf

Verkaufsförderung

Die bewährten Konzepte und Massnahmen wurden im Geschäftsjahr punktuell weiter verfeinert. 33 Regionale Verkaufsleiter und 6 Bereichsleiter haben die Verkaufsstellen umfassend betreut und bei ihren Verkaufsaktivitäten unterstützt. Verschiedene Arbeitsschwerpunkte, unter anderem zu den Themen Brot, Convenience sowie Begrüssung von Neuzuzüglern, trugen zusätzlich dazu bei, dass die Läden ihre Dienstleistungen weiter verbessern konnten. Nach wie vor ein zentrales Thema war auch die in den letzten Jahren vorangetriebene Erweiterung der Öffnungszeiten in den Volg-Läden. Zahlreiche Verkaufsstellen erzielten so beachtliche Umsatz- und Kundenfrequenzsteigerungen. Weiteres Potenzial ist aber noch vorhanden.

Das praktische Arbeits-, Hilfs- und Kontrollmittel MOTIVO wurde vollständig überarbeitet und aktualisiert. Mit MOTIVOplus haben die Mitarbeitenden in den Volg-Verkaufsstellen ein noch effizienteres Instrument für die Ladenführung erhalten.

Das unkomplizierte Rabattsystem „Volg-Märkli“ bleibt eine Erfolgsgeschichte: Insgesamt 669 000-mal zahlten die Volg-Läden für ein volles Markenbüchli eine Zehnernote an die Kunden aus.

Expansion

Im Berichtsjahr wurden insgesamt 930 Verkaufsstellen (Vorjahr 916) von der Volg Konsumwaren AG beliefert. Bei den Volg-Läden erhöhte sich die Zahl um 6 Einheiten auf 559 Verkaufsstellen. Den 12 neuen Standorten standen 6 Schliessungen gegenüber. Die Zahl der belieferten TopShops an Agrola-Tankstellen betrug 77 Shops (Vorjahr 70).

Im Verkaufskanal der Freien Detaillisten belieferten wir insgesamt 294 Läden (Vorjahr 293). Davon haben sich über 200 Detaillisten für die Partnerschaftskonzepte „frisch-nah-günstig“ (Deutschschweiz) oder „visavis“ (Westschweiz und Oberwallis) entschieden. Die übrigen Freien Detaillisten haben einen individuellen Marktauftritt.

In der Westschweiz (Romandie und Oberwallis) betrieben wir per Ende 2013 insgesamt 16 Volg-Läden. 2014 sind weitere Verkaufsstellen geplant.

Frontservice

Der Bereich Frontservice mit den Ressorts Ladenbau, Sortiment/Layout, Service/Unterhalt, Zentraleinkauf und Dekoration bearbeitete insgesamt 352 Projekte. Um- oder Neubauten erfolgten in 99 Verkaufsstellen. Das Ressort Service/Unterhalt führte in über 570 Verkaufsstellen kleinere Reparaturen oder Unterhaltsarbeiten aus.

In 24 Läden wurden Postagenturen nach dem bewährten Konzept Ymago integriert. Bis Ende 2013 konnten die Kunden in insgesamt 170 Volg-Verkaufsstellen und 30 Läden von Freien Detaillisten ihre Postgeschäfte erledigen.

Inventuren

Die Inventurequipe führte 148 Kontroll- oder Übergabeinventuren in Volg-Verkaufsstellen von Landi-Genossenschaften und Privaten Detaillisten durch.

Academy

Insgesamt 3 310 Mitarbeitende des Verkaufs, davon 1 022 Lernende, besuchten die 268 angebotenen praxisorientierten Veranstaltungen. 45 Referenten brachten ihr Fachwissen in der Aus- und Weiterbildung ein.



Die moderne Lastwagenflotte der Traveco AG gewährleistet eine rasche und sichere Belieferung der Verkaufsstellen.

Erneut sehr gut besucht waren die Frischprodukte-Workshops. Insgesamt 615 Teilnehmende befassten sich mit den Themen Backwaren, Früchte und Gemüse, Fleischwaren, Käse sowie Molkerei- und Tiefkühlprodukte. Im Wallis wurden erstmals Workshops zu den Themen Früchte und Gemüse, Backwaren, Saisonwechsel und Aktionsaufbau durchgeführt.

22 Ladenleiterinnen absolvierten den mehrteiligen Diplomaltehrgang und erhielten das Volg-Ladenleiterinnen-Diplom.

Im Sommer 2013 schlossen 158 Lernende ihre Lehre erfolgreich ab. 164 Jugendliche – 12 mehr als im Vorjahr – begannen ihre Ausbildung zu Detailhandelsfachleuten oder Detailhandelsassistenten. An den beiden Begrüssungstagen sowie an der Lehrabschlussfeier nahmen insgesamt 871 Lernende teil.

Kommunikation

Die seit Jahren erfolgreiche Volg-Imagewerbung mit Testimonials wurde 2013 vollständig überarbeitet und weiterentwickelt: Unter dem Motto „Volg. Im Dorf daheim.“ stellten wir unsere wichtigsten Mehrwerte – die persönliche und geografische Nähe zu unseren Kunden sowie die starke lokale Verwurzelung der Volg-Läden – in den Mittelpunkt. In Inseraten, auf Plakaten und in Kurzfilmen wurden sechs Schweizer Dörfer, ihre Sehenswürdigkeiten und ihre Bewohner vorgestellt: Adelboden (BE), Elm (GL), Tenna (GR), Unterstammheim (ZH), Vitznau (LU) sowie Morgins (VS).

Das Label „Typisch Schweiz – Typisch Volg“ wurde wiederum in verschiedenen Publikumszeitschriften und Sonntagszeitungen beworben. Die neuen Kampagnensujets zeigten typisch schweizerische „Klischees“ und brachten diese mit einem Augenzwinkern mit Volg in Verbindung. Auch die wöchentlich in rund 70 Tageszeitungen und Anzeigern publizierte Aktionsinserate wurden überarbeitet und wirken nun noch moderner und übersichtlicher.

Erstmals wurde im Geschäftsjahr die Werbung für die Freien Detaillisten („frisch-nah-günstig“, „visavis“, „Mini-Marché“) vollständig in Eigenregie produziert. Bei gleich bleibender Ausführungsqualität und dank der Automatisierung der Abläufe konnten die Aufwände reduziert und gleichzeitig die Druck- und Verteilkosten gesenkt werden.

Auf eine weiterhin sehr gute Resonanz stiess das Kundenmagazin „Öise Lade“, das monatlich in einer Auflage von 770 000 Exemplaren im gesamten deutschsprachigen Wirtschaftsgebiet verteilt wird. Das beliebte Heft erhielt zum Jahresbeginn ein neues Design und präsentiert sich nun in einem luftigeren und übersichtlicheren Layout. Ebenfalls grosser Beliebtheit erfreuten sich das sechsmal jährlich erscheinende Kindermagazin „HEY“ sowie die monatlich im TV-Sender 4+ ausgestrahlte Kochsendung „Öisi Chuchi“.

Geschäftstätigkeit

Im Bereich Onlinekommunikation wurde Ende November erfolgreich die kostenlose Smartphone-App „Wein PickApp“ lanciert. Mithilfe dieser Applikation haben die Kunden die Möglichkeit, Aktionsweine aus den monatlich wechselnden Weinkampagnen mit ihrem Smartphone oder per PC unter www.wein.volg.ch zu bestellen und die Bestellung wenige Tage später im Volg-Laden ihrer Wahl abzuholen.

Die vier Volg NATURENA-Erlebniswelten mit Erlebnisbauernhof, Sinnespfad und Naturprojekt in den Regionen Fricktal, Seebachtal, Werdenberg und Zugerland wurden von mehreren Tausend interessierten Personen besucht. Die jeden Monat auf den Erlebnishöfen stattfindenden Kreativkurse waren erneut sehr beliebt und zählten insgesamt 834 Teilnehmer.

Das Interesse an den Betriebsbesichtigungen in den Verteilzentralen in Winterthur, Landquart und Oberbipp hielt unvermindert an: Über 2 000 Personen nahmen an den monatlich durchgeführten Rundgängen teil.

Beschaffung

Die Volg Konsumwaren AG steigerte 2013 den Umsatz um 3,9 Prozent. Dabei verteuerte sich das Volg-Sortiment um 0,4 Prozent, wobei insbesondere steigende Preise bei den Milchprodukten, Fleischwaren sowie im Bereich Früchte und Gemüse für diese Teuerung verantwortlich waren. Der Preisabstand zu den grossen Mitbewerbern hat sich dank harter Verhandlungen mit den Lieferanten nicht vergrössert. Dank des Ausbaus der Verteilzentrale Winterthur gelang es zudem, die Bestellvolumen bei verschiedenen Lieferanten zu bündeln und so die Einstandspreise zu senken. Auch die Warenbezüge aus Parallelimporten konnten weiter gesteigert werden.

Die Volg-Hausmarken als günstige Alternative zu den klassischen Markenartikeln legten weiter an Umsatz zu. Insgesamt erweiterten wir unser Sortiment mit 17 neuen Volg-Marken sowie zwei Produkten aus der Linie „Volg-Familienpreis“ und konnten so unsere Abhängigkeit von der Markenartikelindustrie weiter verringern.

Der Mitte des Jahres gestartete Rollout des Convenience-Sortiments „BonApp!“ verlief erfolgreich: Die vielen neuen Produkte für den Sofortverzehr fanden von Beginn an grossen Anklang bei den Kunden.

Frischprodukte

In der Schweiz wie auch im übrigen Europa kam es aufgrund des regenreichen und kalten Frühlings praktisch bei allen Früchte- und Gemüsekulturen zu einem verzögerten Erntebeginn und erheblich tieferen Erntemengen. Dies hatte steigende Preise zur Folge. Bei den inländischen Kartoffeln war der Ernteertrag ebenfalls sehr klein – gegenüber dem Vorjahr wurden rund 25 Prozent weniger Kartoffeln geerntet.



Der Frischdienst Oberbipp ist die Frischprodukte-Drehscheibe für rund 450 Verkaufsstellen im westlichen Teil des Wirtschaftsgebiets.

Die Warengruppe Milchprodukte lag analog zum Gesamtmarkt leicht über Vorjahr. Der höhere Rohstoffpreis führte bei verschiedenen Milch- und Molkereiprodukten zu Preiserhöhungen. Bei vorverpacktem Käse und Scheibenkäse in wiederverschliessbaren Verpackungen stellten wir eine steigende Nachfrage fest. Der neu eingeführte Schweizer Scheibenkäse „Edeldamer“ konnte sich erfolgreich neben dem ausländischen Marktleader etablieren.

Nach wie vor überdurchschnittliche Umsätze verzeichneten wir bei den Eiern. Entgegen der Marktentwicklung stieg die Nachfrage um über 10 Prozent.

Witterungsbedingt war die Glace-Nachfrage insbesondere in der ersten Jahreshälfte sehr verhalten. Die Umsätze der neu eingeführten Volg-Hausmarken-Glacen (Cornets Multipack, Almond Lutscher) entwickelten sich dennoch erfreulich.

Zum Jahresbeginn wurde bekannt, dass verschiedene Rindfleischprodukte von Hilcona nicht deklarierte Anteile von Pferdefleisch enthielten. Auch ein bei Volg und TopShop erhältliches Produkt war davon betroffen. Der Rückzug des Artikels aus den Verkaufsstellen wurde umgehend veranlasst. Aufgrund dieser Vorfälle kam es vorübergehend zu einem Nachfragerückgang bei Tiefkühlasagnen und -cannelloni von Findus, obwohl sie von diesem europäischen Fleischskandal nicht betroffen waren.

Die durch Medienrecherchen bekannt gewordenen tierquälerischen Vorfälle in ausländischen

Pferdeschlachtbetrieben veranlassten uns, den Verkauf von Pferdefleischprodukten unverzüglich zu stoppen. Volg führt seit Februar 2013 kein Pferdefleisch mehr im Sortiment.

Im Convenience-Bereich haben sich die „Big Shaker“-Salate sehr gut etabliert. Ebenfalls eine erfreuliche Umsatzentwicklung verzeichnete die neu lancierte Linie mit Gurken, Cherry-Tomaten und Radieschen im Becher. Verschiedene weitere Convenience-Neuheiten, wie beispielsweise Sandwichs, gekühlte Patisserie und Wähen, wurden von den Kunden stark nachgefragt. Gleiches galt auch für das im Herbst eingeführte „Cordonbleu des Monats“, das jeweils einem bestimmten Kanton gewidmet und mit dazu passenden Zutaten gefüllt ist.

Food

In der Warengruppe Schokolade verzeichneten wir ein überdurchschnittliches Umsatzwachstum. Dazu beigetragen haben neben verschiedenen Aktivitäten in den Volg-Läden auch die Landi-Verkaufsstellen, die wir seit Juni mit Süßwaren-Kioskartikeln beliefern.

Im Segment Fertigsuppen und -sauce büsste die Marke Maggi weiter an Umsatz ein. Das Sortiment wurde entsprechend angepasst und mit Bratensauce, Bouillonpulver sowie Bouillonwürfeln aus der Volg-Marken-Linie erweitert. Im Konservenbereich erzielten traditionelle Produkte wie Dosenkonserven und Beutlrösti gute Umsätze. Dank Parallelimporten konnten zudem bei verschiedenen Produkten günstigere Preise realisiert werden.

Geschäftstätigkeit

Zwei nespessokompatible Kapselsortimente – „Pressogno“ und „Jacobs Momente“ – wurden im Geschäftsjahr ins Kaffeesortiment aufgenommen. Im Teebereich stiess der im Herbst lancierte Volg-Marken-Biotee in vier unterschiedlichen Sorten auf sehr gute Nachfrage bei den Kunden. Auch das für den Dorfladen-Kanal traditionell wichtige Mehl- und Backzutatensortiment entwickelte sich erfreulich. Bei den Dörr- und Hülsenfrüchten wurde dank des Verpackungs-Relaunchs eine verbesserte Erkennbarkeit von Nüssen und Trockenfrüchten im Verkaufsregal erzielt.

Getränke

Der Schweizer Weinmarkt war erneut von teilweise aggressiven Aktionen geprägt. Auch im Volg-Kanal stieg der Aktionsanteil weiter an. Rund die Hälfte des Weinumsatzes erzielten wir mit Aktionen. Der Anteil an Schweizer Wein war mit über 45 Prozent auch im Berichtsjahr wieder überdurchschnittlich hoch. Das gute Preis-Leistungs-Verhältnis der Weine aus dem Volg-Sortiment bestätigte auch die aktuelle Ausgabe des „Weinseller“ von Chandra Kurt. Von allen bewerteten Detailhändlern erhielt Volg prozentual am meisten Sterne für ein herausragendes Preis-Leistungs-Verhältnis. An den Schweizer Schaumwein „Volgaz“ vergab Chandra Kurt hervorragende 19 von 20 möglichen Punkten. Die Neugestaltung von Etikette und Flaschenform sorgte zudem für positive Reaktionen bei den Kunden. Aufgrund seines ausgezeichneten Abschneidens im Kassensturz-Test (Testsieger bei den Schaumweinen) und der damit verbundenen erheblich gestiegenen Nachfrage kam es beim „Volgaz“ gegen Jahresende zu Out-of-Stock-Situationen.

Erfreulich verlief die Entwicklung bei den Spirituosen und bei den alkoholfreien Getränken. Auch die Warengruppe Bier konnte das Wachstum der vergangenen Jahre fortsetzen. Über die Hälfte des Umsatzes wurde dabei mit Dosen erzielt. Die Energydrinks legten ebenfalls weiter an Umsatz zu, das Wachstum war allerdings nicht mehr so stark wie in den Vorjahren.

Nearfood

Die Kategorie Nearfood war von Preissenkungen und starker Promotionstätigkeit der Mitbewerber geprägt, was gesamthaft betrachtet auf unsere Umsätze drückte. Im Bereich Tiernahrung führten Sortimentsanpassungen zu den erwünschten Umsatzsteigerungen. Ein starkes Wachstum von rund 30 Prozent verzeichneten wir beim Trendartikel Katzensnacks.

Aufgrund verschiedener Nichtraucher-Präventionskampagnen und gesetzlicher Rauchverbote ist der Schweizer Markt im Bereich Raucherwaren stark rückläufig. Entgegen der allgemeinen Entwicklung stiegen aber unsere Umsätze deutlich an. Eine Preisanpassung sowie die im Sommer gestartete Belieferung von Landi-Läden trugen zusätzlich zum Umsatzwachstum bei den Raucherwaren bei. In der Warengruppe Kleinhaushalt konnten die Umsätze auf Vorjahresniveau gehalten werden. Die im Oktober lancierte Aktivität „Volg Hit“ mit monatlich wechselnden Angeboten sorgte für zusätzlichen Schwung.

Die Umsätze mit Prepaid-Telefonkarten und Film-DVDs entwickelten sich sehr positiv. Der im Berichtsjahr lancierte Verkauf von iTunes-Karten in den Verkaufsstellen begann vielversprechend.



Im Frischdienst Landquart sorgen die Mitarbeitenden in Betrieb und Verwaltung dafür, dass die bestellten Produkte pünktlich in den Läden ankommen.

Logistik, Informatik und Personal

Logistik

Das erste ganze Betriebsjahr in der erweiterten Verteilzentrale Winterthur konnte erfolgreich abgeschlossen werden. Die Umstellung auf das neue Lagerverwaltungssystem verlief problemlos. Die Mitarbeitenden fanden sich schnell mit dem neuen System zurecht und nutzten die neuen Möglichkeiten bereits nach kurzer Zeit vollumfänglich aus.

Der Rüstbereich für das Kassenplatzsortiment wurde vergrössert und erhielt eine neue Infrastruktur. Neu können alle Artikel dieser Warengruppen kompakt gerüstet werden. Dank dieser Umstellung ist es möglich, auch grosse Volumen – insbesondere für die Tankstellenshops – in der Verteilzentrale Winterthur zu rüsten und auszuliefern.

Infolge der zusätzlichen räumlichen Möglichkeiten konnte im vergangenen Jahr erstmals das Weihnachtsschokoladensortiment hausintern eingelagert, kommissioniert und an die Verkaufsstellen ausgeliefert werden. Das gesamte Volumen konnte dabei in die bestehenden Food-/Nearfoodtours integriert werden.

Im Frischdienst Landquart wurde der Empfangsbereich neu gestaltet und das gesamte Gebäude mit einer modernen Zutrittskontrollanlage ausgerüstet.

Termingemäss nahm am 1. April 2013 in Hägen-dorf (SO) die zweite Getränkeplattform den Betrieb auf. Dank der neuen Plattform sind wir in der Lage, auch in den umsatzstarken Sommermonaten alle Kunden mit den benötigten Getränkevolumen zu beliefern.

Informatik

Die neue Kassensoftware (Release 18) wurde nach zwischenzeitlichen Verzögerungen erfolgreich in den Verkaufsstellen eingeführt und die Vernetzung der Verkaufsstellen mit Breitbandanschluss weiter ausgebaut. Auch die Einführung von EP2-fähigen EFTPOS-Kartenlesegeräten mit neuester Nearfield-Technologie schritt zügig voran. Der Evaluationsprozess zur Ablösung der heutigen Kassensoftwaregeneration konnte erfolgreich lanciert werden und befindet sich weiter in Bearbeitung.

Im Berichtsjahr wurden weitere Investitionen in die Reduktion von EDV-Risiken vorgenommen – beispielsweise in redundante Systeme, in Betriebskonzepte zur Verbesserung der Support- und Wartungsleistungen sowie in neue USV-Anlagen (unterbrechungsfreie Stromversorgung).

Geschäftstätigkeit

Personal

Ende 2013 beschäftigte die Volg Konsumwaren AG insgesamt 592 Mitarbeitende (Vorjahr 552), davon 374 (345) in Winterthur, 93 (95) in Landquart und 125 (112) in Oberbipp. Für den Betrieb der neuen Getränkeplattform im solothurnischen Hägendorf, die operativ dem Frischdienst Oberbipp unterstellt ist, war zusätzliches Personal erforderlich. Zudem wurden in Winterthur einige Fachbereiche personell verstärkt.

Eine Mutation ergab sich im Verwaltungsrat der Volg Konsumwaren AG: Im April 2013 trat Verwaltungsratspräsident Werner Beyer im Alter von 65 Jahren in den wohlverdienten Ruhestand. Er war in dieser Funktion insgesamt zehn Jahre lang für Volg tätig. Das Verwaltungsratspräsidium übernahm Dr. Martin Keller. Er ist seit Juli 2012 Vorsitzender der fenaco-Geschäftsleitung.

In der PET-Ballenpresse im Frischdienst Oberbipp werden jährlich 300 Tonnen PET-Material zu kompakten Ballen gepresst, die anschliessend zur Recyclingstelle transportiert werden.



Finanzieller Bericht

Erläuterungen zur Umsatzübersicht sowie zu einzelnen Positionen der Erfolgsrechnung und der Bilanz:

- Die Umsatzübersicht umfasst die Umsätze in CHF aus Lieferungen ab Eigenlager und Vertragslieferanten an die Läden der Genossenschaften, der Volg Detailhandels AG und der übrigen Kunden. Das Total entspricht dem in der Erfolgsrechnung ausgewiesenen Nettoverkaufserlös.
- Im Ertrag aus Dienstleistungen sind neben der Weiterverrechnung von Leistungen der Werbung und der Verkaufsfreie auch Pflichtlagerentschädigungen enthalten.
- Zum Personalaufwand zählen wir die Löhne und Gehälter sowie die Arbeitgeberbeiträge für AHV, EO, IV, ALV, FAK, Pensionskasse und Krankentaggeldversicherung.
- Unter Mietaufwand sind sowohl die Baurechtszinsen für das Land in Oberwinterthur wie auch die Mieten für die Verteilzentrale in Landquart sowie für die Getränkeplattform in Hägendorf erfasst.
- Der Betriebs-, Verwaltungs- und Vertriebsaufwand umfasst unter anderem die Beträge für die von der fenaco und deren Tochtergesellschaften erbrachten Leistungen für den Transport sowie die Administration. Darunter fallen aber auch Pflichtlagerhaltung, Versicherungen, laufende Projekte und Planungen.
- In den Rückstellungen und den passiven Rechnungsabgrenzungen sind nebst den Depotgebühren für die MDE-Geräte in den Verkaufsgeschäften auch Geschenkgutscheine und weitere betriebliche Verpflichtungen enthalten.
- Das Aktienkapital von 20 Mio. CHF ist eingeteilt in 20 000 auf den Namen lautende Aktien im Nominalwert von je 1 000 CHF.

Umsatz

Die Volg Konsumwaren AG steigerte den Nettoverkaufserlös (Umsatz) mit den 930 belieferten Verkaufsstellen (Vorjahr 916) um nominal 3,9 Prozent auf 830,4 Mio. CHF. Erfreulicherweise konnte das Wachstum vor allem über das Eigenlager abgewickelt werden. Das Volg-Sortiment verteuerte sich um 0,4 Prozent.

Umsätze nach Warengruppen

in CHF / 1. Januar bis 31. Dezember	2013	2012
Eigenlager Food/Nearfood/Getränke	437 481 689	417 137 554
Vertragslieferanten Food/Nearfood/Getränke	45 868 059	49 214 624
Eigenlager Frischprodukte	301 043 470	289 326 790
Vertragslieferanten Frischprodukte	40 323 543	38 293 634
Economat	5 713 254	5 506 451
Total Umsatz	830 430 015	799 479 053

Die Fotovoltaikanlage auf dem Dach des Erweiterungsbaus der Verteilzentrale Winterthur liefert rund 300 000 kWh Strom pro Jahr.



Erfolgsrechnung

Der Bruttogewinn liegt mit 105,1 Mio. CHF um 5,7 Mio. CHF über dem Vorjahr. Dank dem höheren Beschaffungsvolumen über Eigenlager sowie der Bündelung der Bestellmengen konnte die Bruttomarge leicht erhöht werden.

Die Reduktion des Dienstleistungsertrages ist auf geringere Weiterverrechnungen von IT-Supportleistungen zurückzuführen. Der Betriebsertrag stieg um 3,6 Mio. CHF auf 123,2 Mio. CHF.

Das erste ganze Betriebsjahr in der erweiterten Verteilzentrale Winterthur, die Inbetriebnahme der neuen Getränkeplattform Hägendorf, die personelle Verstärkung einiger Fachbereiche und die Lohnrunde 2013 führten zu einem Anstieg des Personalaufwandes.

Der höhere Mietaufwand ist hauptsächlich eine Folge der neu gemieteten Räumlichkeiten für die Getränkeplattform in Hägendorf.

Trotz des gestiegenen Volumens konnte der Betriebsaufwand sowie der Verwaltungs- und Vertriebsaufwand dank effizientem Kostenmanagement und Synergien in der Logistik auf der Höhe des Vorjahres gehalten werden.

Die Einführung von MOTIVOplus, die Lancierung der Smartphone-App „Wein PickApp“ sowie zusätzliche Werbemittel führten zu einer Erhöhung der Position Marketingleistungen.

Aus der Differenz zwischen Betriebsertrag und Aufwand resultiert ein Betriebsergebnis vor Zinsen, Abschreibungen und Steuern (EBITDA) von 13,1 Mio. CHF (Vorjahr 12,5 Mio. CHF).

Bei verbessertem Finanzergebnis und leicht höheren Abschreibungen kann ein erfreuliches Unternehmensergebnis vor Steuern von 6,7 Mio. CHF (Vorjahr 6,1 Mio. CHF) ausgewiesen werden.

Erfolgsrechnung		
in CHF	2013	2012
Nettoverkaufserlös	830 430 015	799 479 053
Warenaufwand	-725 289 802	-700 073 072
Bruttogewinn	105 140 213	99 405 981
Dienstleistungen	18 066 677	20 176 392
Total Betriebsertrag	123 206 890	119 582 373
Personalaufwand	40 391 380	38 271 234
Mietaufwand	2 202 488	1 945 115
Betriebsaufwand	7 194 636	7 094 809
Verwaltungs- und Vertriebsaufwand	41 648 213	41 820 603
Marketingleistungen	18 657 756	17 948 850
Total Aufwand	110 094 473	107 080 611
Betriebsergebnis vor Zinsen, Abschreibungen und Steuern	13 112 417	12 501 762
Finanzaufwand	-1 097 259	-1 360 178
Finanzertrag	267 441	142 756
Abschreibungen	-5 582 976	-5 147 965
Ordentliches Unternehmensergebnis vor Steuern	6 699 623	6 136 375
Steuern	-1 491 971	-1 492 804
Jahresgewinn	5 207 652	4 643 571

Bei einem gegenüber dem Vorjahr unveränderten Steueraufwand ergibt dies einen Jahresgewinn von rund 5,2 Mio. CHF.

Der aus Jahresgewinn plus Abschreibungen errechnete Cashflow stieg um rund 1,0 Mio. CHF auf 10,8 Mio. CHF.

Der Generalversammlung wird beantragt, nebst der Zuweisung an die allgemeine gesetzliche Reserve eine Dividende von 6 Prozent auf dem Aktienkapital auszurichten.

Bilanz per 31. Dezember

Aktiven		
in CHF	2013	2012
Flüssige Mittel	19 892	18 658
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
an Dritte	21 443 019	22 058 305
an nahestehende Unternehmen	51 297 170	42 873 298
Andere kurzfristige Forderungen		
an Dritte	1 578 323	1 430 715
Warenvorräte: Freie Lager	18 202 288	18 437 962
Aktive Rechnungsabgrenzung	2 673 792	1 693 721
Total Umlaufvermögen	95 214 484	86 512 659
Langfristige Forderungen		
gegenüber nahestehenden Unternehmen	0	2 000 000
Beteiligungen	59 300	59 300
Immobilien	73 150 000	75 250 000
Mobiliar und Betriebseinrichtungen	6 310 000	6 160 000
Total Anlagevermögen	79 519 300	83 469 300
Total Aktiven	174 733 784	169 981 959

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen an Dritte blieben gegenüber dem Vorjahr unverändert. Die Forderungen gegenüber nahestehenden Unternehmen wurden aufgrund des angestiegenen Kontokorrentstandes leicht höher ausgewiesen.

Trotz grösserer Lagerkapazitäten sind die Lagerbestände dank höherer Lagerrotation nicht angestiegen.

Tiefe Investitionen und angemessene Abschreibungen führten zu einer Abnahme des Anlagevermögens.

Passiven

in CHF	2013	2012
Schulden aus Lieferungen und Leistungen		
gegenüber Dritten	46 134 930	42 331 713
gegenüber nahestehenden Unternehmen	24 082 875	24 986 046
Andere kurzfristige Schulden		
gegenüber Dritten	18 869	18 753
Hypotheken	5 000 000	0
Passive Rechnungsabgrenzung	1 600 865	1 114 356
Langfristige Schulden		
gegenüber Dritten	3 163 348	3 248 746
gegenüber nahestehenden Unternehmen	35 000 000	35 000 000
Hypotheken	0	8 000 000
Rückstellungen	8 943 589	8 500 689
Total Fremdkapital	123 944 476	123 200 303
Aktienkapital	20 000 000	20 000 000
Allgemeine gesetzliche Reserven	6 935 000	6 435 000
Statutarische Reserven	100 000	100 000
Gewinnvortrag vom Vorjahr	18 546 656	15 603 085
Jahresgewinn	5 207 652	4 643 571
Bilanzgewinn	23 754 308	20 246 656
Total Eigenkapital	50 789 308	46 781 656
Total Passiven	174 733 784	169 981 959

2014 wird die letzte Tranche von 5,0 Mio. CHF der Hypothek fällig. Aus diesem Grund wurde der Betrag unter den anderen kurzfristigen Schulden ausgewiesen.

Das buchmässige Eigenkapital konnte absolut sowie ins Verhältnis zur Bilanzsumme gesetzt gesteigert werden.

Anmerkung: Bei den Forderungen und Schulden umfasst der Begriff „nahestehende Unternehmen“ die Genossenschaften sowie die fenaco und deren Tochtergesellschaften.

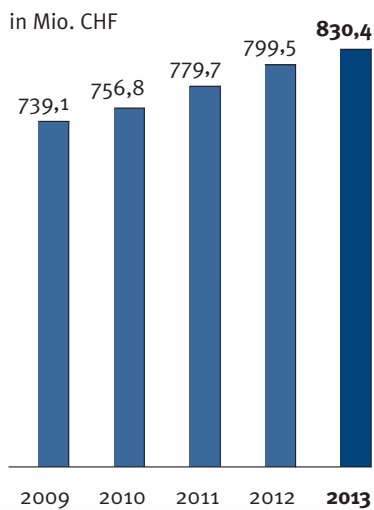
Anhang zur Jahresrechnung (Stichtag 31. Dezember 2013)

- 1.** Eventualverpflichtungen:
Ende 2013 und 2012 bestanden keine Bürgschaften, Garantieverpflichtungen oder Pfandbestellungen zugunsten Dritter.
- 2.** Zur Sicherung eigener Verpflichtungen verpfändete oder abgetretene Aktiven sowie Aktiven unter Eigentumsvorbehalt:
Grundpfandgesicherte Hypotheken von 5 000 000.– CHF (Vorjahr 8 000 000.– CHF) auf Liegenschaften mit einem Bilanzwert von 73 150 000.– CHF (Vorjahr 75 250 000.– CHF).
- 3.** Leasingverbindlichkeiten:
Es bestehen keine Leasingverbindlichkeiten.
- 4.** Brandversicherungswert der Sachanlagen:
Immobilien:
2013: 89 570 000.– CHF
2012: 84 961 100.– CHF
Mobile Sachanlagen:
In der Police der fenaco enthalten.
- 5.** Anleihenobligationen:
Es sind keine Anleihenobligationen ausstehend.
- 6.** Wesentliche Beteiligungen:
Es bestehen keine wesentlichen Beteiligungen.
- 7.** Auflösung stiller Reserven:
Es wurden keine stillen Reserven aufgelöst.
- 8.** Aufwertungen:
Es wurden keine Aufwertungen vorgenommen.
- 9.** Eigene Aktien bei der Gesellschaft und bei Tochtergesellschaften:
Es sind keine eigenen Aktien bei der Gesellschaft und bei Tochtergesellschaften bilanziert.
- 10.** Genehmigtes bzw. bedingtes Kapital:
Es besteht kein solches Kapital.
- 11.** Bedeutende Aktionäre:
Die fenaco ist im Besitz von 95 Prozent des Aktienkapitals. Die restlichen 5 Prozent besitzen die Kunden der Volg Konsumwaren AG.
- 12.** Zero Balance Cash Pooling:
Die Volg Konsumwaren AG ist Mitglied in einem Cash Pool der fenaco-Gruppe. Zur Sicherstellung aller bestehenden und künftig entstehenden Ansprüche der UBS aus dem Cash Pool haben die Poolteilnehmer der UBS ein Pfandrecht über die zukünftige Saldoforderung der Poolteilnehmer gegenüber der UBS gewährt.
- 13.** Angaben zur Risikobeurteilung:
Die Volg Konsumwaren AG ist in das Risikomanagement-System der fenaco-Gruppe eingebunden. Die Gesellschaft erfasst und bewertet in einem jährlich wiederkehrenden Prozess die wesentlichen Risiken, definiert Massnahmen und stellt deren Umsetzung sicher. Die Durchführung des Prozesses nach den Standards der fenaco-Gruppe wird durch einen Risikomanagement-Verantwortlichen koordiniert. Die Ergebnisse der Risikobeurteilung werden zusammengefasst und an die fenaco zur Beurteilung auf Gruppenebene weitergeleitet. Geschäftsleitung und Verwaltung der fenaco thematisieren die Hauptrisiken an Sitzungen.

Entwicklung 2009 – 2013

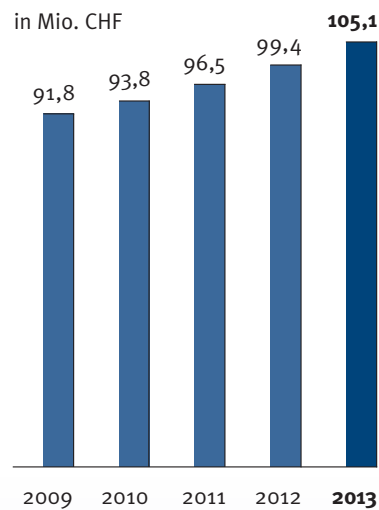
Nettoverkaufserlös (Umsatz)

Die gute Entwicklung in allen Kanälen – insbesondere bei den Tankstellen-Shops – führte hauptsächlich zu dieser Steigerung.



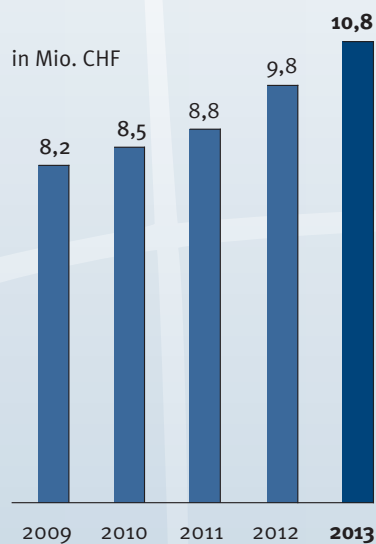
Bruttogewinn

Der Bruttogewinn stieg entsprechend den höheren Verkaufserlösen.



Cashflow

Der höhere Jahresgewinn, zusammen mit den ebenfalls gestiegenen Abschreibungen, führte zu einer Steigerung des Cashflows.



Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung

Als Revisionsstelle haben wir die auf Seite 13 bis 16 abgedruckte Jahresrechnung der Volg Konsumwaren AG, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang, für das am 31. Dezember 2013 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Verwaltungsrates:

Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Jahresrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

Verantwortung der Revisionsstelle:

Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Jahresrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Jahresrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Jahresrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Jahresrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Jahresrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prü-

fungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Jahresrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

Prüfungsurteil:

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2013 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften:

Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbaren Sachverhalte vorliegen.

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

Ferner bestätigen wir, dass der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht, und empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Bern, 7. März 2014

Ernst & Young AG

Marc Christen, Zugelassener Revisionsexperte
(Leitender Revisor)

Stefan Bissig, Zugelassener Revisionsexperte



Rund 1500 Frischprodukte, wie z.B. Früchte, Gemüse, Fleisch, Käse, Eier und Milchprodukte, werden im Frischdienst Oberbipp zwischengelagert, kommissioniert und für den Transport bereitgestellt.

Verwendung des Bilanzgewinns

Der Verwaltungsrat beschloss an seiner Sitzung vom 24. März 2014, der Generalversammlung folgenden Antrag zur Gewinnverwendung zu unterbreiten:

in CHF

Zuweisung an die allgemeine gesetzliche Reserve	500 000
Ausschüttung einer Dividende	1 200 000
Vortrag auf neue Rechnung	22 054 308
Total zur Verfügung der Generalversammlung	23 754 308

Drehscheiben für über 900 Dorfläden und Shops

Um den Volg-Kunden das bequeme Einkaufen im nahen Dorfladen zu ermöglichen, ist eine leistungsfähige und effiziente Logistik gefragt. Die Volg Konsumwaren AG hat in den letzten Jahren bedeutende Investitionen in den Ausbau ihrer Kapazitäten und Infrastrukturen getätigt und damit ihr Know-how als Spezialist für den kleinflächigen Lebensmitteldetailhandel weiter ausgebaut. Damit kann sie ihre Leistungen für die Verkaufsstellen – sei es für die Volg-Läden, die Freien Detaillisten oder für die TopShop-Tankstellenshops – stetig verbessern und ist gleichzeitig für die weitere Expansion des Verkaufsstellennetzes optimal gerüstet.

Die Illustrationen dieses Geschäftsberichts zeigen die vier Verteilzentralen in Winterthur, Landquart, Oberbipp und Hägendorf sowie einige der vielen engagierten Betriebsmitarbeitenden, die mit ihrem täglichen Einsatz dafür sorgen, dass die Dorfläden pünktlich mit frischen Produkten beliefert werden.

Der Frischdienst Landquart versorgt die Verkaufsstellen in den Regionen Graubünden, Rheintal und Glarnerland täglich mit Frischprodukten.





Im Frühling 2013 nahm im solothurnischen Hägendorf die neue Getränke-Distributionsplattform ihren Betrieb auf.

Impressum

In diesem Geschäftsbericht können gewisse Begriffe allein in der männlichen oder der weiblichen Form gehalten sein. Dies geschieht der sprachlichen Vereinfachung wegen und keinesfalls in diskriminierender Absicht.

Herausgeberin

Volg Konsumwaren AG
Postfach 344
CH-8401 Winterthur
Telefon 058 433 55 55
Telefax 058 433 55 00
info@volg.ch
www.volg.ch

