



2020

Volg Konsumwaren AG Geschäftsbericht

*frisch und
fründlich*



Inhalt



Ein ausserordentliches Jahr gemeinsam gemeistert

Seiten 4 bis 8



Verkaufskanäle und Umsätze 2020

Seiten 12 und 13



Nachhaltigkeitsprojekte und -massnahmen

Seiten 14 und 15

Organe 3

Vorwort 4

**Highlights aus den
Geschäftsbereichen** 10

**Verkaufsstellenstruktur
und Kennzahlen** 12

Unsere Verantwortung 14

**Im Gespräch mit
Daniel Härter** 16

Finanzieller Bericht 18

Impressum und Kontakt 31

Vision Volg-Gruppe

Wir begeistern unsere Kunden jeden Tag in gepflegten Dorfläden an attraktiven Standorten mit Freundlichkeit, persönlicher Nähe, frischen Sortimenten sowie nützlichen Dienstleistungen.

Mittels einer schlanken, dezentralen Organisation mit hoher Eigenverantwortung arbeiten wir nachhaltig zur Zufriedenheit aller Mitarbeitenden.

Wir schaffen langfristig einen angemessenen finanziellen und sozialen Beitrag für unsere Anspruchsgruppen.

Organe

VERWALTUNGSRAT

Präsident	Dr. Martin Keller, Innerberg
Delegierter	Philipp Zraggen, Staufen
Mitglieder	Reinhard Gloor, Seon Bernhard Keusch, Muri Daniel Strebel, Unterlunkhofen Daniel Zurlinden, Oberbipp

REVISIONSSTELLE

Ernst & Young AG, Bern

GESCHÄFTSLEITUNG

Vorsitz	Philipp Zraggen	Unternehmensentwicklung
Mitglieder	Werner Baumgartner Engelbert Dähler Dieter Krähenbühl Stefan Näf	Rechnungswesen / Controlling Beschaffung Verkauf LANDI / Private Detaillisten Logistik / Informatik / Dienste
Erweiterte Geschäftsleitung	Marcella Meister Myriam Rogl Tamara Scheibli David Krummenacher	Convenience / TopShop Academy Kommunikation / Werbung Verkauf Volg Detailhandels AG

Stand: 31. Dezember 2020

Ein ausserordentliches Jahr gemeinsam gemeistert



Dr. Martin Keller, Präsident des Verwaltungsrates,
und Philipp Zraggen, Vorsitzender der Geschäftsleitung

Sehr geehrte Damen und Herren

Sechs Buchstaben prägten das Jahr 2020: Corona. Sechs Buchstaben, die die Gesellschaft vor grosse Herausforderungen in vielen Bereichen stellten, für viele Menschen sehr belastend waren und für zahlreiche Familien gar mit traurigen Verlusten verbunden waren. Das Virus hatte unseren Alltag fest im Griff: Herr und Frau Schweizer blieben auf Distanz, arbeiteten vermehrt im Homeoffice und machten Ferien in den heimischen Bergen. Der nahe Laden im Dorf – dort, wo Volg seit jeher stark verankert ist – gewann damit noch mehr an Bedeutung und Beliebtheit. Die Aufrechterhaltung der Versorgungssicherheit hatte oberste Priorität. Dazu leisteten die Läden der Volg-Gruppe im ländlichen Raum einen wichtigen Beitrag. Mehr Kundinnen und Kunden, die mehr einkauften: Das erforderte mehr Kapazität und Leistung. Es galt die Warenverfügbarkeit sicherzustellen, ein deutlich höheres Bestellvolumen zu bewältigen und die Produkte speditiv bis in die entlegensten Schweizer Täler zu transportieren. Dabei war auf die bewährte Volg-Logistik mit ihren drei Verteilzentralen Landquart, Oberbipp und Winterthur sowie unseren Logistikpartner Traveco stets Verlass. Der Mehraufwand konnte professionell bewältigt und die Lieferbereitschaft aller Verkaufsstellen jederzeit sichergestellt werden.

Sprachwissenschaftler wählten «systemrelevant» zum Wort des Jahres der deutschsprachigen Schweiz. Dieses sorgte für Gesprächsstoff und warf auch die Frage auf: Sind wir nicht alle systemrelevant? Aus Sicht des «Systems Volg» ist die Antwort klar: Ja, es braucht jede Mitarbeiterin und jeden Mitarbeiter! Unsere ausgezeichnete Infrastruktur wäre nutzlos ohne die vielen engagierten Menschen dahinter, die sie mit ihrem Können und ihrer Tatkraft betreiben. Der Volg wäre kein attraktiver Einkaufsort ohne die Mitarbeitenden, die ihn «frisch und freundlich» führen, stets für volle Regale sorgen und mit ihrem Einsatz bewirken, dass man gerne im Volg einkauft.

**«Unsere Mitarbeitenden sind über
sich hinausgewachsen und haben damit
massgeblich zum guten Ergebnis der
Volg-Gruppe beigetragen.»**

Philipp Zraggen,

Vorsitzender der Geschäftsleitung

Wir dürfen uns sehr glücklich schätzen, auf hoch motivierte und verlässliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zählen zu können, die mit ganzem Herzen für Volg da sind. Besonders im Frühling 2020 waren Höchstleistungen in allen Bereichen gefordert – von der Beschaffung über die Lieferanten, die Kommissionierung, den Transport, den Verkauf und die Verwaltung bis hin zu unseren lokalen Produzenten. Dabei zeigte sich, wie gross der Zusammenhalt in der Volg-Familie ist. Die Zusammenarbeit war geprägt von enormer gegenseitiger Hilfsbereitschaft, vorbildlicher Solidarität und einem familiären Teamgeist. Das starke Gemeinschaftsgefühl ging weit über die Volg-Gruppe hinaus. Wir konnten uns auf unser bewährtes Umfeld jederzeit verlassen. Dabei übertraf der Einsatz jeder und jedes einzelnen Mitarbeitenden nochmals alle Erwartungen. Dieses hoch geschätzte Engagement aller unserer Mitarbeitenden und Partner in sämtlichen Bereichen verdient unseren höchsten Respekt und trug massgeblich dazu bei, dass die Volg-Gruppe in diesem herausfordernden Jahr über sich hinauswachsen und das Geschäftsjahr 2020 überdurchschnittlich abschliessen konnte.

Wir sind stolz darauf, dass die Volg-Gruppe mit 924 Verkaufsstellen ihren Detailhandelsumsatz im Berichtsjahr um 16,1 Prozent auf 1,768 Milliarden Franken steigern konnte. Alle Verkaufskanäle trugen massgeblich zu diesem guten Ergebnis bei. Die 586 Volg-Dorfläden als unser wichtigster Absatzkanal steigerten den Umsatz um 16,6 Prozent auf 1,360 Milliarden Franken. Der Umsatz der 107 belieferten TopShops an AGROLA-Tankstellen wuchs um 13,5 Prozent auf 328 Millionen Franken. Die von der Volg Konsumwaren AG belieferten 231 Freien Detaillisten, die mehrheitlich unter dem Namen «Prima» auftreten, erzielten einen Umsatz von 80 Millionen Franken.



«Unser nachhaltiges Handeln wurde noch sichtbarer, beispielsweise beim Agri-Natura-Fleisch mit einer neuen, umweltfreundlichen Verpackung.»

Dr. Martin Keller,
Präsident des Verwaltungsrates

Volg ist seit vielen Jahren ein wichtiger Nahversorger in vorwiegend ländlichen Regionen und wird auch in Zukunft weiterhin investieren, damit der Laden im Dorf bleiben kann. Dazu wurden im Geschäftsjahr über 30 Millionen Franken für Neu- und Umbauten sowie für Prozess- und Infrastrukturoptimierungen eingesetzt. Wichtige Neuerungen gab es auch für unsere Kundinnen und Kunden: Die Volg-Kundenmagazine «Öise Lade» für die Deutschschweiz und «frais&sympa» für die Westschweiz erschienen ab März in neuer, moderner Aufmachung. Diese stösst bei der Leserschaft auf Begeisterung, sodass wir uns Monate später noch über viel Lob zum neuen Design, zu den tollen Rezepten und den spannenden Inhalten aus der Volg-Welt freuen. Das deutschsprachige Kindermagazin «hey» erhielt ab März ebenfalls einen neuen, noch zielgruppengerechteren Auftritt. Im Juni wurde in allen Volg-Läden erstmals das Gewinnspiel «Volg Treffer» durchgeführt, bei dem es über eine Million glückliche Gewinner gab. Einkaufsglück kann man seit Oktober auch verschenken: mit der neuen, digitalen «Volg Geschenkkarte».

Ebenfalls wurde unser nachhaltiges Denken und Handeln noch sichtbarer: Seit Januar 2020 sind alle in den Volg-Läden erhältlichen Bananen aus fairem Handel und die Frischfische stammen ausnahmslos aus der Schweiz. Statt von weither aus dem Meer gelangen sie fangfrisch aus dem nahen Thurgau in die Dorfläden. Bei den Rüebli, Kartoffeln und Zwiebeln setzt Volg ebenfalls auf Nähe und Nachhaltigkeit. Sie werden seit diesem Herbst zu 100 Prozent nach den strengen Richtlinien von IP-Suisse produziert oder sind – je nach Saison und Verfügbarkeit – direkt vom Bauern aus dem Dorf oder Nachbardorf als «Feins vom Dorf»-Spezialitäten im Angebot. Wer möchte, packt Früchte und Gemüse in den seit Frühling erhältlichen ökologischen und mehrfach verwendbaren «Veggie-Bag». Auch das Fleisch des exklusiv in den Läden der Volg-Gruppe geführten Tierwohllabels Agri Natura stammt aus IP-Suisse-Produktion. Seit Frühsommer wird dieses Sortiment in einer neuen, umweltfreundlichen Verpackung angeboten. Die neuen Verpackungen enthalten bis zu 80 Prozent weniger Plastik. Nachhaltig ist auch, wie diese und andere Ware in einen Teil der Volg-Läden kommt: Emissionslos und klimaneutral fährt seit Oktober ein erster Wasserstoff-Lkw von der Verteilzentrale Oberbipp in rund 25 Läden der Nordwest- und Zentralschweiz. Dass wir mit ei-

**«Dass wir mit einem der weltweit ersten
Wasserstoff-Lkws zukunftsweisende
Mobilität für die Belieferung von
Volg-Läden nutzen, macht uns stolz.»**

Dr. Martin Keller,
Präsident des Verwaltungsrates

nem der weltweit ersten Wasserstoff-Lkws zukunftsweisende Mobilität für die Belieferung unserer Dorfläden nutzen, macht uns stolz. An die Zukunft denken wir auch, wenn es um unsere Verkaufstalente von morgen geht: Jedes Jahr absolvieren rund 400 junge Menschen ihre Ausbildung mit verschiedenen Karrieremöglichkeiten in einem Volg-Laden. Damit schafft Volg zahlreiche naheliegende Ausbildungsmöglichkeiten direkt im Dorf. Für die verschiedenen Berufsbildungen wurde eine neue, moderne Kampagne mit Kurzfilmen, Bewerbungstipps und Flyern lanciert.

Volg ist geografisch und emotional nah. Dazu gehört für uns auch, gesellschaftliche Verantwortung ausserhalb unseres Kerngeschäfts zu übernehmen. Seit 2019 unterstützen wir in einer mehrjährigen Partnerschaft die Stiftung Theodora, die Kindern in Schweizer Spitälern mit ihren Traumdoktoren Abwechslung und Freude schenkt. Mit diversen Aktivitäten wie der Märkli-Sammelaktion oder dem Verkauf des «Brot mit Herz» führten wir diese Partnerschaft 2020 erfolgreich fort, wenn auch diverse Anlässe auf den Volg NATURENA Erlebnishöfen wegen Covid-19-Schutzmassnahmen leider nicht durchgeführt werden durften.

**«Volg ist seit jeher in ländlichen Regionen
verankert und wird weiterhin investieren,
damit der Laden im Dorf bleiben kann.»**

Philipp Zraggen,
Vorsitzender der Geschäftsleitung



Ausblick 2021

Wir freuen uns sehr, die Partnerschaft mit der Stiftung Theodora auch im Jahr 2021 mit diversen Aktivitäten in den Volg-Läden und verschiedensten Anlässen auf den Volg NATURENA Erlebnishöfen fortsetzen zu dürfen. Ebenfalls eine Fortsetzung erfährt die Volg-Werbekampagne «Aus Liebe zum Dorf». Sie geht wortwörtlich mit vereinten Kräften in eine Neuauflage: Vereine gehören zum Dorf wie der Volg und prägen das Leben in den Schweizer Dörfern auf vielfältigste Weise. Einige davon stellen wir in unserer Werbekampagne vor. Hinter den Kulissen gehen wir unseren Volg-Weg konsequent weiter, werden angestossene Projekte umsetzen und dabei den Fokus weiterhin auf die Logistik und Infrastruktur sowie die Erweiterung unserer digitalen Kompetenz richten. Am Hauptsitz in Winterthur wird das Hochregallager der Verteilzentrale ausgebaut und erhält im Zuge der Erweiterung und der Dachsanierung zwei zusätzliche Photovoltaik-Anlagen. Des Weiteren wird das erste Stockwerk teilsaniert und bekommt neue IT-Schulungsräume und mehrere Sitzungszimmer. Neues bietet sich auch beim Einkaufen im Volg. Die Eigenmarken «Volg» und «Volg Familienpreis» erhalten einen neuen Auftritt. Die ersten Produkte in neuer Verpackung, auf der auch der Nutri-Score aufgeführt ist, werden seit Ende 2020 in den Läden angeboten; die vollständige Umstellung der Produktlinien erfolgt rollierend im Laufe des Jahres. Und sollte ein Produkt aus dem Sortiment einmal nicht rechtzeitig verkauft werden, sind die Überraschungspäckli von «Too Good To Go» die perfekte Möglichkeit, solche Lebensmittel davor zu bewahren, weggeworfen zu werden. Nach einem Testlauf im Jahr 2020 bieten wir diese Dienstleistung über die gleichnamige App ab Frühling in einem Grossteil der Volg-Läden an und leisten damit einen weiteren wichtigen Beitrag, um der Lebensmittelverschwendung entgegenzuwirken.

Herzlichen Dank!

Volg-Läden sind klein und haben viel zu bieten! Gerade ihre Kleinflächigkeit machen wir zu unserer grössten Stärke, indem man in jedem noch so kleinen Volg-Laden alles findet, was es im Alltag braucht. Klein ist der Zeitaufwand, der für das Einkaufen im überschaubaren Laden benötigt wird. Gross ist der Mehrwert, direkt im Dorf einen Laden mit vielen Dienstleistungen zu haben, wo man sich trifft und wo das Einkaufen etwas persönlicher ist. Mit diesen Mehrwerten wollen wir unsere geschätzten Kundinnen und Kunden heute wie morgen für das Einkaufen im Volg begeistern. Für das «frisch und fründliche» Einkaufserlebnis sorgen unsere über 3 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich mit viel Herzblut und hoher Einsatzbereitschaft in den Läden sowie hinter den Ladenkulissen für die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden und den Erfolg der Volg-Gruppe engagieren. Ohne unsere treuen Kundinnen und Kunden und unsere engagierten Mitarbeitenden wäre die Volg-Geschichte klein – und nicht grossartig! Ihnen gebührt daher unser herzlichster Dank.



Dr. Martin Keller
Präsident des Verwaltungsrates



Philipp Zraggen
Vorsitzender der Geschäftsleitung



Wir fahren grün
mit Wasserstoff

CO₂-neutral | zukunftsweisend | klimafreundlich

TRAVECO

ZERO EMISSION
GREEN HYDROGEN

Volg

TRAVECO

HYUNDAI

XCENT



ACROLA

«Wir fahren grün mit Wasserstoff.» Seit Herbst 2020 ist einer der weltweit ersten Wasserstoff-Lastwagen für die Belieferung von rund 25 Volg-Läden und TopShop-Verkaufsstellen im Einsatz.

Highlights aus den Geschäftsbereichen



VERKAUF VOLG / TOPSHOP

Wirksames Schutzkonzept: Die Coronapandemie und die Massnahmen zu ihrer Eindämmung, insbesondere der Lockdown von Mitte März bis Mitte Mai, hatten zahlreiche neue Herausforderungen für Logistik und Beschaffung und insbesondere auch für die Volg-Läden zur Folge. Der Schutz der Mitarbeitenden und Kunden in den Verkaufsstellen hatte von Beginn an oberste Priorität und entsprechend wurden die Schutz- und Hygienevorschriften des Bundesamts für Gesundheit früh und konsequent umgesetzt. Hervorzuheben sind unter anderem Massnahmen wie Plexiglas-Vorrichtungen, kontaktlose Bezahlprozesse, Abstandsmarkierungen und regelmässige Oberflächendesinfektion. Dadurch waren die Ladenmitarbeitenden deutlich unterdurchschnittlich von Infektionen betroffen. Das Schutzkonzept bewährte sich somit sehr gut und bot einen hohen Grad an Sicherheit für Kunden und Mitarbeitende.



ACADEMY

Auf- und Ausbau digitaler Kompetenzen: Die gezielte Förderung der digitalen Kompetenz der Verkaufsmitarbeitenden und Lernenden stand im Berichtsjahr im Zentrum des internen Aus- und Weiterbildungsangebots der Volg Academy. Zwei neue, praxisorientierte Kurse, die Basiswissen und darauf aufbauend vertiefte Kenntnisse zu den in der Verkaufsstelle verwendeten PC-Programmen vermitteln, wurden von rund 300 Verkaufsmitarbeitenden besucht. Im Bereich Berufsbildung wurden ergänzend zum bewährten Präsenzunterricht der Einsatz digitaler Lernmethoden und das selbstorganisierte Lernen weiter ausgebaut. Alle teilnehmenden Lernenden schlossen die acht E-Learning-Kurse erfolgreich ab. Im August wurde ausserdem eine neue Lehrstellenkampagne lanciert, die Volg als modernen Lehrbetrieb mit attraktiven Mehrwerten präsentiert und interessierte Jugendliche über verschiedene Print- und Onlinekanäle anspricht. Volg-Lernende und -Führungspersonen fungieren dabei als Testimonials und bieten mit unterhaltsamen Videoporträts und -interviews interessante Einblicke in die Ausbildung bei Volg. Daneben wurde die Digitalisierungsstrategie im Bereich Aus- und Weiterbildung um ein neues digitales Rekrutierungstool erweitert.

300



BESCHAFFUNG

Neues Verpackungsdesign «Volg-Marke»: Die im Jahr 2003 lancierte Eigenmarkenlinie «Volg» bildet einen wichtigen strategischen Eckpfeiler im Volg-Sortiment, das sich aus Markenartikeln, Eigenmarken und lokalen «Feins vom Dorf»-Produkten zusammensetzt. Die «Volg-Marke» umfasst ein Sortiment von rund 300 Food- und Nearfood-Artikeln und bietet Qualitätsprodukte zu einem günstigen Preis. Nach einem umfassenden gestalterischen Relaunch präsentieren sich die ersten Produkte seit Ende 2020 in einem neuen, einheitlichen Verpackungsdesign. Die neue Gestaltung transportiert die Eigenschaften der Linie in optimaler Weise und unterscheidet sich klar von den Verpackungen konventioneller Marken. Das charakteristische Kreismotiv ermöglicht eine schnelle Wiedererkennung im Regal.



LOGISTIK / INFORMATIK

Neue Kälteanlage: In der Verteilzentrale Winterthur konnte die in die Jahre gekommene Kälteanlage termingerecht durch ein neues, umweltfreundliches System, das mit dem natürlichen Kältemittel CO₂ betrieben wird, abgelöst werden. Die Umstellung auf die neue Kälteversorgung erfolgte ab Januar während des laufenden Betriebs und konnte im September abgeschlossen werden. Dank der neuen Anlage konnte die Energieeffizienz weiter optimiert und der Energieverbrauch deutlich reduziert werden. Gleichzeitig wurden an sämtlichen 28 Rampentoren Luftschottanlagen installiert, um in den Sommermonaten den Kälteverlust weiter zu minimieren.



KOMMUNIKATION / WERBUNG

Relaunch Kundenmagazine: Das Kundenmagazin «Öise Lade» und seine französischsprachige Ausgabe «frais&sympa» wurden gestalterisch und inhaltlich umfassend überarbeitet und an die heutigen Lesegewohnheiten angepasst, ohne dass das Magazin seinen Charakter verliert. Seit März 2020 erscheint es in neuer, zeitgemässer Aufmachung, bleibt aber im Kern das beliebte Ideenmagazin mit Geschichten aus der Volg-Welt sowie kreativen, saisonalen Rezeptideen. «Öise Lade» erscheint seit über 30 Jahren 12-mal im Jahr in einer Auflage von 800 000 Exemplaren, während «frais&sympa» 4-mal im Jahr in einer Auflage von 200 000 Exemplaren erscheint. Auch das Volg-Kindermagazin «hey» hat eine neue Aufmachung erhalten und überzeugt seit Frühling 2020 mit neuem, noch kindgerechterem Design.

800 000



Verkaufsstellenstruktur und Kennzahlen

VOLG



2020	2019
586 LÄDEN	587 LÄDEN

UMSATZ 2020
1 360 Mio. Fr.
 (2019 1 166 Mio. Fr.)

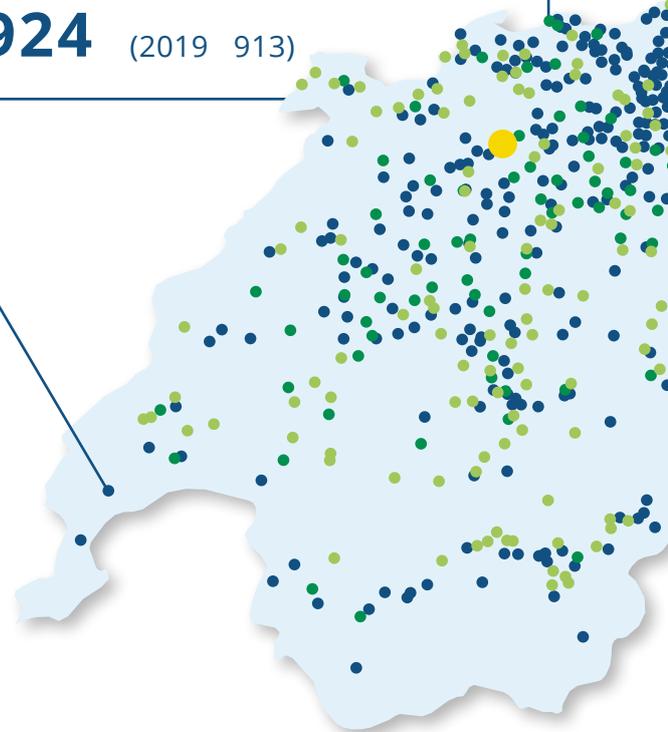
DETAILHANDELSUMSATZ 2020

1 768 Mio. Fr.

(2019 1 523 Mio. Fr.)

TOTAL VERKAUFSSTELLEN 2020

924 (2019 913)



POSTAGENTUREN

2020	2019
Volg 383	Volg 368
Partner 63	Partner 60

TOPSHOP



2020	2019
107 SHOPS	100 SHOPS

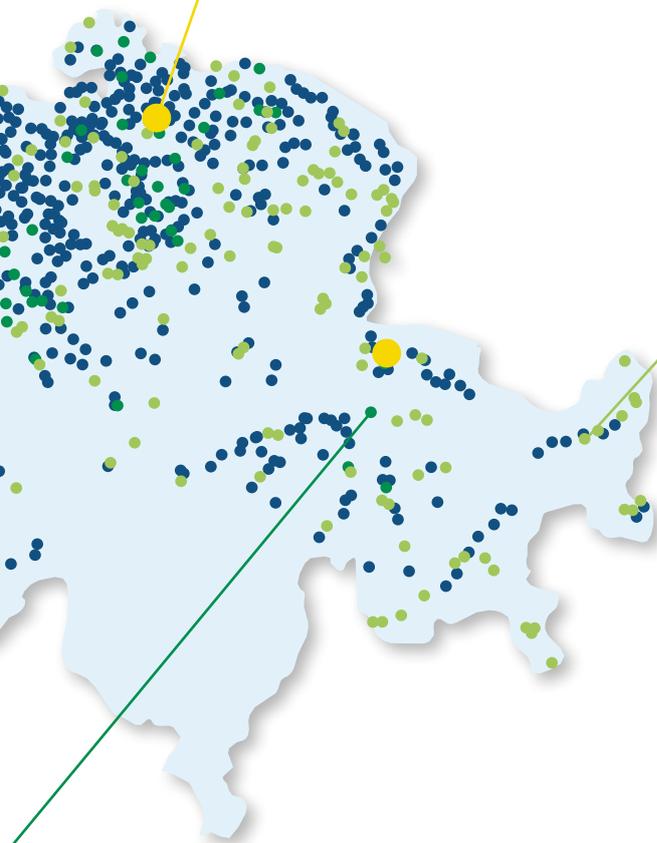
UMSATZ 2020
328 Mio. Fr.
 (2019 289 Mio. Fr.)

VERTEILZENTRALEN UND VERWALTUNG



ANZAHL MITARBEITENDE

	2020	2019
Winterthur	436	402
Landquart	95	89
Oberbipp	174	158
Total	705	649



PRIMA*



2020	2019
231 LÄDEN	226 LÄDEN

UMSATZ 2020

80 Mio. Fr.

(2019 68 Mio. Fr.)

* einschliesslich Freie Detaillisten

UMSATZANTEILE

in Mio. Fr.	2020	2019
Volg Detailhandels AG	677	566
LANDI-Genossenschaften	630	553
Private Detaillisten	53	47
Total Volg-Läden	1 360	1 166
Prima / Freie Detaillisten	80	68
Total Dorfläden	1 440	1 234
TopShops	328	289
Total Volg-Gruppe	1 768	1 523

ANZAHL VERKAUFSSTELLEN

	2020	2019
Volg Detailhandels AG	332	324
LANDI-Genossenschaften	220	228
Private Detaillisten	34	35
Total Volg-Läden	586	587
Prima / Freie Detaillisten	231	226
Total Dorfläden	817	813
TopShops	107	100
Total Volg-Gruppe	924	913

Unsere Verantwortung

Wichtige Nachhaltigkeitsprojekte und -massnahmen im Jahr 2020

Sortiment

Mitarbeitende

Umwelt

Gesellschaft



100%
AUS FAIREM HANDEL

Volg setzt bei der meistverkauften Frucht – der Banane – ausschliesslich auf das Fair-Trade-Label Max Havelaar und trägt so dazu bei, die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Kleinbauern in den Anbauländern nachhaltig zu verbessern. Über 2 Millionen Kilogramm Bananen werden jährlich in den rund 600 Volg-Läden verkauft.

MÄRKLI-SAMMELAKTION FÜR KINDERLACHEN

Im Herbst 2020 konnten Volg-Kunden die Volg-Märkli, die sie für jeden Einkauf erhalten, zugunsten der Stiftung Theodora spenden und diese so dabei unterstützen, Kindern im Spital durch Besuche der Traumdoktoren Abwechslung und Freude zu schenken. Insgesamt kamen während der fünfwöchigen Sammelaktion Märkli im Gegenwert von über 107 000 Franken für diesen guten Zweck zusammen.

Mit diesem Betrag können die Traumdoktoren über 5 300 individuelle Kinderbesuche realisieren.



SONDERPRÄMIE FÜR MITARBEITENDE



Die Mitarbeitenden aus dem Verkauf und der Logistik leisteten während der Coronakrise unermüdlich und unter stark erschwerten Bedingungen Herausragendes. Für diesen ausserordentlichen und nicht selbstverständlichen Einsatz bedankte sich Volg im Juni 2020 mit einer Prämie von bis zu 500 Franken. Insgesamt haben rund 2 000 Mitarbeitende diese erhalten. Hinzu kam eine Sonderprämie des Mutterhauses fenaco im Wert von 500 Franken, die als Zeichen der Anerkennung für das erfolgreiche Geschäftsjahr 2019 und den grossen Einsatz während der Coronapandemie an die Mitarbeitenden ausgerichtet wurde.



100% AUS
HEIMISCHER
ZUCHT

Die im Volg erhältlichen frischen weissen und braunen Champignons stammen zu 100 Prozent aus der Schweiz. Damit setzt Volg nicht nur auf ökologisch sinnvolle kurze Transportwege, sondern stärkt auch den Produktionsstandort Schweiz. Die Pilze wachsen auf einem natürlichen Substrat und werden einzeln gepflückt.



100% IP-SUISSE

Der Anteil IP-Suisse-zertifizierter Produkte konnte im Geschäftsjahr weiter ausgebaut werden: Seit Herbst 2020 setzt Volg im Gemüsesortiment bei Kartoffeln, Zwiebeln und Rübli zu 100 Prozent auf Produkte, die nach den Nachhaltigkeitsrichtlinien von IP-Suisse produziert werden und damit das Gütesiegel von IP-Suisse, den Marienkäfer, tragen. Mit dieser konsequenten Umstellung im Frischebereich erweitert Volg sein Sortiment an nachhaltigen Produkten und unterstützt so gleichzeitig all jene Bauern in der Schweiz, die sich für eine ganzheitliche, umweltschonende Landwirtschaft einsetzen.



WENIGER PLASTIK BEIM EINKAUFEN

Um den Verbrauch von Plastik weiter zu reduzieren, sind in allen Volg-Läden seit Frühling 2020 nachhaltige «Veggie-Bags» für den Einkauf von Früchten und Gemüse im Offenverkauf erhältlich. Die praktischen und wiederverwendbaren Beutel vermeiden nicht nur unnötigen Plastikabfall, sondern sind selbst ein wertvoller Beitrag zur Ressourcenschonung, da sie zu 100 Prozent aus rezyklierten PET-Flaschen hergestellt werden.



100% EMISSIONSLOS UNTERWEGS

Ganz ohne klimaschädlichen CO₂-Ausstoss werden seit Herbst 2020 rund 25 Volg-Läden und TopShop-Verkaufsstellen in der Nordwest- und Zentralschweiz von der Verteilzentrale Oberbipp aus mit einem der weltweit ersten Wasserstoff-Lastwagen beliefert. Volg leistet damit einen weiteren nachhaltigen Beitrag zur Reduktion von CO₂-Emissionen.



100% FRISCHFISCH AUS DER SCHWEIZ

Einheimische Produkte haben bei Volg seit jeher einen hohen Stellenwert. So sind zum Beispiel in den Volg-Läden ausschliesslich Schweizer Eier und Zucker erhältlich. Seit Frühling 2020 stammen auch sämtliche Frischfische des Volg-Sortiments ausnahmslos aus heimischer Zucht. Seesaibling, Forelle und Lachsforelle wachsen alle auf dem Kundelfingerhof im Kanton Thurgau in Quellwasser heran und haben so einen denkbar kurzen Transportweg in die Läden.



SUTTERO



«Agri Natura ist nach den strengen Richtlinien von IP-Suisse zertifiziert und garantiert somit naturnah und tierfreundlich hergestellte Qualitätsprodukte aus der Schweiz.»

Im Gespräch mit Daniel Härter:

«Wir schätzen den partnerschaftlichen Umgang miteinander»

Das Fleischlabel Agri Natura steht für naturnah und tierfreundlich produzierte Fleischprodukte, die exklusiv in den Läden der Volg-Gruppe erhältlich sind. Daniel Härter, Leiter des Geschäftsbereichs Fleischwaren bei der Ernst Sutter AG, über die Zusammenarbeit mit Volg, ökologische Verpackungsinnovationen und genussreiche Neuheiten.

Herr Härter, was verbindet die Ernst Sutter AG mit Volg?

Die Ernst Sutter AG und Volg verbindet neben der Zugehörigkeit zur fenaco Gruppe eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Wir dürfen Volg bereits seit vielen Jahren zu unseren treuen Kunden zählen. In dieser Zeit haben wir gemeinsam mit Volg wegweisende Projekte realisiert wie beispielsweise die Einführung der Marke Agri Natura oder die Entwicklung innovativer, nachhaltiger Verpackungen. Wir teilen dieselben Werte und schätzen den partnerschaftlichen Umgang miteinander.

Die Gründung des Fleischlabels Agri Natura vor über 30 Jahren war eine Pioniertat. Wodurch zeichnet sich das Label aus? Für welche Mehrwerte steht es?

Beim Label Agri Natura legen wir Wert darauf, ausschliesslich Fleisch und Fleischwaren aus umwelt- und tiergerechter Schweizer Landwirtschaft anzubieten. Dabei spielen Aspekte wie das Tierwohl und die Biodiversität eine wichtige Rolle. Agri Natura ist nach den strengen Richtlinien von IP-Suisse zertifiziert und garantiert somit naturnah und tierfreundlich hergestellte Qualitätsprodukte aus der Schweiz.

Die Ernst Sutter AG hat 2020 in Zusammenarbeit mit Volg neue, nachhaltige Verpackungen für das Agri-Natura-Sortiment lanciert. Welches sind die Vorteile?

Die neuen Verpackungstypen enthalten zwischen 60 und 80 Prozent weniger Kunststoff. Sie bestehen zu einem Grossteil aus recycelbarem Karton, wodurch Volg den jährlichen Kunststoffverbrauch um rund 40 Tonnen reduziert. Für die entsprechende Kommunikationskampagne erhielt die Ernst Sutter AG den



Kommunikationspreis 2020 des Schweizer Fleisch-Fachverbands, was uns sehr freut. Die Jury würdigte damit unter anderem die effektive Zusammenarbeit zwischen Produzent und Detailhandelsunternehmen mit dem Ziel, die Ökologie im Verpackungsbereich entscheidend zu verbessern. Und dies ist uns auch gemeinsam gelungen.

Ein Blick in die Volg-Läden: Auf welche Neuheiten im Fleischsortiment dürfen sich die Kunden im kommenden Grillsummer freuen?

Die Kunden erwarten im Sommer 2021 ein Poulet-brust-Festival mit unterschiedlichen Marinaden wie Bärlauch, Curry-Sesam, BBQ oder Sweet & Sour. Ausserdem dürfen sich Grillfans auf den «Nature Beef Burger» freuen, einen ungewürzten Rindsburger mit purem Fleischgeschmack.

Finanzieller Bericht

Finanzkennzahlen 2020	19
Bilanz	20
Erfolgsrechnung	22
Anhang zur Jahresrechnung	23
Erläuterungen	25
Gesetzliche Angaben nach Art. 959c Abs. 2 OR	28
Verwendung des Bilanzgewinns	29
Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung	30

20
20

Finanzkennzahlen 2020

Nachfolgende Finanzkennzahlen sind als Resümee der Jahresrechnung 2020 zu verstehen und geben Auskunft über die Finanz-, Vermögens- und Ertragslage der Volg Konsumwaren AG.

1029 Mio.
Franken

WARENVERKAUFSERLÖS

34,1
Prozent

**EIGEN-
FINANZIERUNGSGRAD**

18,3
Prozent

UMSATZWACHSTUM

13,2 Mio.
Franken

JAHRESGEWINN

270 Mio.
Franken

BILANZSUMME

6
Prozent

DIVIDENDE

Bilanz per 31. Dezember

AKTIVEN

in CHF	Anhang	2020	2019
Flüssige Mittel		10 989	5 409
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1	139 790 012	96 436 818
Übrige kurzfristige Forderungen	2	5 692 322	6 784 242
Vorräte		31 223 233	30 961 230
Aktive Rechnungsabgrenzungen		4 844 190	3 760 968
Umlaufvermögen		181 560 746	137 948 667
Finanzanlagen		53 201	45 164
Beteiligungen		59 300	59 300
Sachanlagen	3	87 862 380	89 891 362
Anlagevermögen		87 974 881	89 995 826
Total Aktiven		269 535 627	227 944 493

Aufgrund der Zunahme des Umlaufvermögens und bei leicht tieferem Anlagevermögen ist die Bilanzsumme der Volg Konsumwaren AG per Bilanzstichtag um 41,6 Mio. CHF und somit um 18,2 % auf 269,5 Mio. CHF angestiegen.

Sowohl die verschiedenen Auswirkungen der Coronapandemie als auch die feiertagsbedingte Konstellation der Verkaufstage führten zu einem erhöhten Bestell- und Liefervolumen der belieferten Verkaufsstellen an den Tagen um Weihnachten und den Jahreswechsel.

	2020	2019
Liquiditätskennzahl ¹	142,1 %	126,4 %

¹ Umlaufvermögen / kurzfristiges Fremdkapital x 100 %

Die Liquiditätskennzahl, anhand deren die Liquiditätslage bestimmt wird, hat sich aufgrund des betrieblichen Cashflows um beachtliche 15,7 Prozentpunkte erhöht.

PASSIVEN

in CHF	Anhang	2020	2019
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4	41 301 555	59 283 036
Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten		1	85
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	5	26 073 523	1 935 155
Passive Rechnungsabgrenzungen		54 789 749	42 369 471
Kurzfristige Rückstellungen	6	5 638 743	5 524 168
Kurzfristiges Fremdkapital		127 803 571	109 111 915
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten		33 529 274	33 434 274
Übrige langfristige Verbindlichkeiten		900 000	886 000
Langfristige Rückstellungen	6	15 453 872	4 636 931
Langfristiges Fremdkapital		49 883 146	38 957 205
Total Fremdkapital		177 686 717	148 069 120
Aktienkapital		20 000 000	20 000 000
Gesetzliche Gewinnreserven		9 575 000	9 555 000
Freiwillige Gewinnreserven		42 400 000	37 000 000
Vortrag vom Vorjahr		6 700 373	6 589 285
Jahresgewinn		13 173 537	6 731 088
Total Bilanzgewinn		19 873 910	13 320 373
Total freiwillige Gewinnreserven		62 273 910	50 320 373
Total Eigenkapital		91 848 910	79 875 373
Total Passiven		269 535 627	227 944 493

Auf der Passivseite erhöhte sich das kurzfristige Fremdkapital um 18,7 Mio. CHF. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich um 18,0 Mio. CHF, während sich die übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten sowie die passiven Abgrenzungen deutlich erhöhten.

Aufgrund des Gebäudesanierungsbedarfs in den Verteilzentralen Winterthur und Oberbipp wurden die langfristigen Rückstellungen im Umfang von 10,8 Mio. CHF erhöht.

Das buchmässige Eigenkapital stieg aufgrund der Zunahme des Bilanzgewinns sowie der freiwilligen Gewinnreserven um 12,0 Mio. CHF an.

	2020	2019
Anlagedeckungsgrad ²	118,9 %	98,2 %
Eigenfinanzierungsgrad ³	34,1 %	35,0 %

² (Eigenkapital + langfristiges Fremdkapital) / (Anlagevermögen + Vorräte) × 100 %

³ Eigenkapital / Total Passiven × 100 %

Die Finanzierungssituation der Volg Konsumwaren AG entwickelte sich positiv und ist somit sehr solide.

Erfolgsrechnung vom 1. Januar bis 31. Dezember

ERFOLGSRECHNUNG

in CHF	Anhang	2020	2019
Warenverkaufserlös	7	1 028 996 144	870 103 718
Dienstleistungserlös		20 614 156	21 133 302
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen		1 049 610 300	891 237 020
Warenaufwand		-883 417 134	-749 708 864
Betriebsertrag		166 193 166	141 528 156
Personalaufwand		-54 921 771	-48 607 673
Übriger betrieblicher Aufwand	8	-84 945 576	-77 267 569
Total Betriebsaufwand		-139 867 347	-125 875 242
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)		26 325 819	15 652 914
Abschreibungen		-7 068 839	-6 530 810
Verluste aus Abgang mobiler Sachanlagen		-36 299	-208 668
Gewinne aus Abgang mobiler Sachanlagen		18 566	17 961
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)		19 239 247	8 931 397
Finanzaufwand		-458 235	-509 437
Finanzertrag		125 295	117 566
Ergebnis vor Steuern (EBT)		18 906 307	8 539 526
Direkte Steuern		-5 732 770	-1 808 438
Jahresgewinn		13 173 537	6 731 088

Die Volg Konsumwaren AG verzeichnete ein Umsatzwachstum von 18,3 %, was der Zunahme der Anzahl beliefeter Verkaufsstellen und insbesondere der pandemiebedingten Verlagerung der inländischen Nachfrage zu verdanken ist. Der Betriebsertrag jedoch wuchs unterproportional, was auf die gestiegenen Warenaufwendungen sowie auf die Reduktion der Dienstleistungserträge zurückzuführen ist.

Nebst der Pandemie geschuldeten logistischen Mehraufwendungen führten auch höhere Unterhalts- und Reparaturkosten dazu, dass der Betriebsaufwand um 14,0 Mio. CHF anstieg. Für das Wachstum der Personalkosten war neben der jährlichen Lohnrunde der temporäre Anstieg des Personalbestands im Logistikbereich während der Lockdown-Phasen verantwortlich.

Die Investitionen in die Verteilzentrale Oberbipp aus dem Geschäftsjahr 2019 führten zu höheren buchmässigen Abschreibungen, während die Entwicklung der Finanzsituation das Finanzergebnis positiv beeinflusste. Der hohe Anstieg der Steueraufwendungen liegt einerseits im positiven Geschäftsverlauf begründet und andererseits wurde ein grosser Teil der 2020 gebildeten Rückstellung für Gebäudesanierung zum steuerbaren Ergebnis dazugezählt.

In diesem ausserordentlichen Geschäftsjahr stieg der Jahresgewinn um 6,4 Mio. CHF auf 13,2 Mio. CHF.

Anhang zur Jahresrechnung

BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

Die für die vorliegende Jahresrechnung angewendeten Grundsätze der Rechnungslegung erfüllen die Anforderungen des schweizerischen Rechnungslegungsrechts. Die wesentlichen Abschlusspositionen sind wie nachstehend bilanziert. Dabei ist zu berücksichtigen, dass zur Sicherung des dauernden Gedeihens des Unternehmens die Möglichkeit zur Bildung und Auflösung von stillen Reserven wahrgenommen wird. Auf die Erstellung des Lageberichts wird verzichtet (Erleichterung nach Art. 961d OR). Weitere Informationen finden Sie im Geschäftsbericht der fenaco Genossenschaft. Details zum Geschäftsgang können den Erläuterungen zur Geschäftstätigkeit (Seiten 4 bis 17) entnommen werden. Auf die Erstellung einer Mittelflussrechnung wird ebenfalls verzichtet und stattdessen auf die konsolidierte Rechnung der fenaco verwiesen.

FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und die übrigen kurzfristigen Forderungen werden zu Nominalwerten ausgewiesen. Auf Forderungen gegenüber Dritten werden betriebsnotwendige Einzelwertberichtigungen und auf dem Restbestand Pauschalwertberichtigungen in Abzug gebracht.

VORRÄTE

Die Vorräte werden zum tieferen Wert aus Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten und Nettoveräusserungswert bewertet. Zur Ermittlung der Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten wird die FIFO-Methode angewendet. Auf dem Bestand der Vorräte (tieferer Wert aus Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten und Nettoveräusserungswert) werden nebst Pauschal- auch Einzelwertberichtigungen vorgenommen.

AKTIVE RECHNUNGSABGRENZUNGEN

In den aktiven Rechnungsabgrenzungen sind nebst nicht verrechneten Guthaben aus im Jahr 2020 erbrachten Lieferungen und Leistungen auch bereits von Lieferanten fakturierte Leistungen enthalten, die das Geschäftsjahr 2021 betreffen.

FINANZANLAGEN

Darlehen, Finanzanlagen und Beteiligungen sind höchstens zu Anschaffungskosten abzüglich allfälliger Wertberichtigungen bewertet.

SACHANLAGEN

Die Sachanlagen, mit Ausnahme von Land, werden degressiv abgeschrieben. Bei Anzeichen einer Überbewertung werden die Buchwerte überprüft und gegebenenfalls wertberichtigt.

VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und die übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten werden zu Nominalwerten ausgewiesen.

VERZINSLICHE VERBINDLICHKEITEN

Die verzinslichen Verbindlichkeiten werden zum Nominalwert ausgewiesen und sind somit nicht diskontiert.

PASSIVE RECHNUNGSABGRENZUNGEN

In den passiven Rechnungsabgrenzungen sind einerseits Aufwände ausgewiesen, die das abgelaufene Geschäftsjahr betreffen, jedoch noch nicht als Verpflichtung abgerechnet wurden. Andererseits werden Erträge abgegrenzt, die im abgelaufenen Geschäftsjahr vereinnahmt wurden, aber zeitlich das Folgejahr betreffen respektive im Folgejahr erbracht werden.

RÜCKSTELLUNGEN

In den kurz- und langfristigen Rückstellungen sind Verpflichtungen enthalten, die innerhalb eines Jahres (kurzfristig) oder später als in einem Jahr (langfristig) zu einer Verbindlichkeit führen können.

FREMDWÄHRUNGEN

Transaktionen in Fremdwährungen werden zum jeweiligen Tageskurs der Transaktion umgerechnet. Bilanzpositionen in Fremdwährungen werden per Bilanzstichtag zu Stichtagskursen umgerechnet. Fremdwährungsverluste auf offenen Terminkontrakten per 31.12. werden erfolgswirksam in der Erfolgsrechnung verbucht.

DEFINITION NAHESTEHENDE PERSONEN

Beteiligte: fenaco Genossenschaft und Gesellschaften, an denen die fenaco Genossenschaft eine Mehrheitsbeteiligung hält.

Beteiligungen: Gesellschaften, an denen mindestens 20 % direkt oder indirekt gehalten werden.

LANDI: Gesellschaften der fenaco-LANDI Gruppe, die nicht von der fenaco Genossenschaft direkt oder indirekt kontrolliert werden.

FORDERUNGEN UND VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER ORGANEN

Gegenüber Organen (VR, Revisionsstelle) bestehen keine Forderungen und Verbindlichkeiten, ausser solchen, die im geschäftsüblichen Ausmass als Kunde und / oder Lieferant entstanden sind.

NETTOERLÖS AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Der Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen wird bei Übergang von Nutzen und Gefahr der Warenlieferung bzw. bei Erbringung der Dienstleistung erfasst.

Erläuterungen

1. FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in CHF	2020	2019
Dritte	8 491 506	7 931 777
Beteiligte	131 033 555	88 219 530
LANDI	264 951	285 511
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	139 790 012	96 436 818

Hauptgrund für die Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ist nebst dem gesteigerten Volumen des Umsatzes mit Beteiligten (u. a. Volg Detailhandels AG) im Monat Dezember auch das Cash-Management unserer Kunden während der Feiertage.

2. ÜBRIGE KURZFRISTIGE FORDERUNGEN

in CHF	2020	2019
Dritte	5 624 987	6 710 472
Beteiligte	67 335	73 770
Total übrige kurzfristige Forderungen	5 692 322	6 784 242

Die Abnahme der kurzfristigen Forderungen gegenüber Dritten steht zu einem grossen Teil im Zusammenhang mit der Reduktion der Forderungen gegenüber der Eidgenössischen Steuerverwaltung um 1,6 Mio. CHF, wohingegen die debitorischen Kreditoren um 0,5 Mio. CHF zunahmen.

3. SACHANLAGEN

in CHF	2020	2019
Techn. Anlagen, Maschinen und Mobilien	9 043 563	7 734 324
Fahrzeuge	1 915 237	1 478 437
Anlagen im Bau	403 073	952 037
Immobilien	76 500 507	79 726 564
Total Sachanlagen	87 862 380	89 891 362

Die Volg Konsumwaren AG tätigte im Geschäftsjahr 2020 Investitionen im Umfang von 5,2 Mio. CHF, wobei der Einbau einer neuen, energieeffizienteren und ökologischeren Kühlanlage in der Verteilzentrale Winterthur mit 2,8 Mio. CHF zu Buche schlug.

4. VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in CHF	2020	2019
Dritte	24 716 495	48 346 932
Beteiligte	16 551 738	10 918 669
LANDI	33 322	17 435
Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	41 301 555	59 283 036

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen nahmen zum Bilanzstichtag um 23,6 Mio. CHF ab. Dies steht im Zusammenhang mit den Zeitpunkten der letzten Zahlaufträge der jeweiligen Geschäftsjahre.

5. ÜBRIGE KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN

in CHF	2020	2019
Dritte	4 138 900	1 933 636
Beteiligte	21 927 542	349
LANDI	7 081	1 170
Total übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	26 073 523	1 935 155

Bei der Position kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten handelt es sich v. a. um kreditorische Debitoren im Umfang von 3,0 Mio. CHF, die um 1,1 Mio. CHF anstiegen, wohingegen die Position Beteiligte eine Kontokorrent-Verbindlichkeit gegenüber der fenaco Genossenschaft darstellt, deren Hauptzweck in der Zahlungsregulierung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen mit fenaco-Mitgliedsgenossenschaften und dem Cash-Pooling besteht.

6. KURZFRISTIGE UND LANGFRISTIGE RÜCKSTELLUNGEN

in CHF	2020	2019
Personal	4 063 489	4 048 918
Renovationen	11 311 503	647 463
Gebinde	966 819	932 715
Sonstige Rückstellungen	4 750 804	4 532 003
Total Rückstellungen	21 092 615	10 161 099

Die Rückstellungen wurden gegenüber dem Vorjahr um 10,9 Mio. CHF erhöht. Im Hinblick auf anstehende umfassende Gebäudesanierungen in den Verwaltungs- und Lagertrakten der Verteilzentralen Winterthur und Oberbipp wurde die Rückstellung für Renovationen auf 11,3 Mio. CHF erhöht. Die übrigen Positionen veränderten sich nur unwesentlich.

7. WARENVERKAUFSERLÖS

in CHF	2020	2019
Frischprodukte	401 873 796	346 143 811
Food	170 985 938	152 952 526
Nearfood	321 546 393	270 286 557
Getränke	120 078 166	89 100 445
Diverses inkl. Economat	14 511 851	11 620 378
Total Warenverkaufserlös	1 028 996 144	870 103 718

Mit der Belieferung der 924 Verkaufsstellen (Vorjahr 913) erzielte die Volg Konsumwaren AG einen Warenverkaufserlös von 1 029 Mio. CHF, was einem Wachstum von 18,3 % entspricht. Die Umsatzentwicklung nach Sparten ist sehr unterschiedlich. Den grössten Beitrag an das Umsatzwachstum lieferte die Sparte Getränke (+ 34,8 %), gefolgt von Nearfood (+ 19,0 %). Aber auch bei den übrigen klassischen Lebensmittelsparten wie Frischprodukte (+ 16,1 %) und Food (+ 11,8 %) wurde ein Umsatzwachstum im zweistelligen Bereich verbucht.

8. ÜBRIGER BETRIEBLICHER AUFWAND

in CHF	2020	2019
Mietaufwand	1 786 820	1 875 559
Unterhalt und Reparaturen	14 598 493	3 931 766
Ausgangsfrachten	34 126 711	32 385 936
Energieaufwand	1 069 981	1 035 785
Übriger Betriebsaufwand	2 338 096	2 425 052
Verwaltungsaufwand	11 070 791	11 492 631
Werbung	19 954 684	24 120 840
Total übriger betrieblicher Aufwand	84 945 576	77 267 569

Der übrige betriebliche Aufwand stieg gegenüber dem Vorjahr um 7,7 Mio. CHF an. Der Anstieg von Unterhalt und Reparaturen um 10,7 Mio. CHF ist auf die Bildung einer Rückstellung für umfangreiche Gebäudesanierungen in den Verteilzentralen Winterthur und Oberbipp zurückzuführen.

Ungeachtet tieferer Treibstoffpreise erhöhten sich die Ausgangsfrachten um 5,4 % auf 34,1 Mio. CHF, was im Zusammenhang mit dem an die Verkaufsstellen ausgelieferten Mehrvolumen steht.

Trotz der Weiterentwicklung der Werbekampagne «Aus Liebe zum Dorf» und der damit verbundenen einmaligen Konzept- und Produktionskosten reduzierten sich die Werbeaufwendungen um 4,2 Mio. CHF. Diese Reduktion ist auf die im Vorjahr durchgeführte Umrüstung sämtlicher Volg-Läden auf den modernisierten Aussenauftritt und auf die pandemiebedingte Absage diverser Events und Aktivitäten zurückzuführen.

Gesetzliche Angaben nach Art. 959c Abs. 2 OR

9. ANZAHL VOLLZEITSTELLEN IM JAHRESDURCHSCHNITT

	2020	2019
Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	552	522

10. BETEILIGUNGEN

Die Volg Konsumwaren AG ist weder direkt noch indirekt an Firmen wesentlich beteiligt.

11. LEASINGVERBINDLICHKEITEN

Die Volg Konsumwaren AG ist keine ausweispflichtigen Verbindlichkeiten aus kaufvertragsähnlichen Leasinggeschäften oder anderen Leasingverpflichtungen eingegangen.

12. VERPFLICHTUNGEN AUS LANGFRISTIGEN MIETVERHÄLTNISSEN / BAURECHTEN

in CHF	2020	2019
1 - 5 Jahre	2 734 051	2 886 716
Länger als 5 Jahre	30 240 000	30 720 000
Total Verpflichtungen aus langfristigen Mietverhältnissen / Baurechten	32 974 051	33 606 716

13. VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER PERSONALVORSORGE EINRICHTUNGEN

Es bestehen keine Verbindlichkeiten gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen.

14. EVENTUALVERBINDLICHKEITEN

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.

Die Wettbewerbskommission (WEKO) hat im September 2020 wegen vermuteter unzulässiger Wettbewerbsabreden eine Untersuchung gegen die Markant Syntrade Schweiz AG sowie deren Handelspartner eröffnet. In diesem Zusammenhang wurde auch eine Untersuchung gegen die Volg Konsumwaren AG eingeleitet. Es ist davon auszugehen, dass diese Untersuchung mehrere Jahre dauern wird. Die Volg Konsumwaren AG sieht in ihrem Verhalten keinen Verstoss gegen wettbewerbsrechtliche Bestimmungen. Deshalb wurden im Jahresabschluss 2020 keine entsprechenden Rückstellungen gebildet.

15. DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE

in CHF	Kontraktvolumen	Positiver Wiederbeschaffungswert	Negativer Wiederbeschaffungswert
Zinsen			
Interest Rate SWAP	600 000	0	20 248

Der Einsatz derivativer Finanzinstrumente dient der Volg Konsumwaren AG zur Absicherung geschäftsmässig begründeter Zinsänderungsrisiken.

Verwendung des Bilanzgewinns

Der Verwaltungsrat beschloss an seiner Sitzung vom 24. März 2021, der Generalversammlung folgenden Antrag zur Gewinnverwendung zu unterbreiten:

in CHF		2020	2019
Vortrag vom Vorjahr		6 700 373	6 589 285
Jahresgewinn		13 173 537	6 731 088
Total Bilanzgewinn		19 873 910	13 320 373
Dividendenauszahlung	6 %	-1 200 000	-1 200 000
Zuweisung an gesetzliche Gewinnreserven		-20 000	-20 000
Zuweisung an freiwillige Gewinnreserven		-5 542 000	-5 400 000
Vortrag auf neue Rechnung		-13 111 910	-6 700 373
Total Verwendung Bilanzgewinn		-19 873 910	-13 320 373

Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung



Ernst & Young AG
Schanzenstrasse 4a
Postfach
CH-3001 Bern

Telefon: +41 58 286 61 11
Fax: +41 58 286 68 18
www.ey.com/ch

An die Generalversammlung der
Volg Konsumwaren AG, Winterthur

Bern, 24. März 2021

Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung der Volg Konsumwaren AG, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung, Geldflussrechnung und Anhang (Seiten 20 bis 28), für das am 31. Dezember 2020 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 Prüfungshandlungen 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 2020 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.

Ernst & Young AG

Michael Bugs
Zugelassener Revisionsexperte
(Leitender Revisor)

Marc Aeberhard
Zugelassener Revisionsexperte

Impressum und Kontakt

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.

Herausgeber

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

Konzept und Redaktion

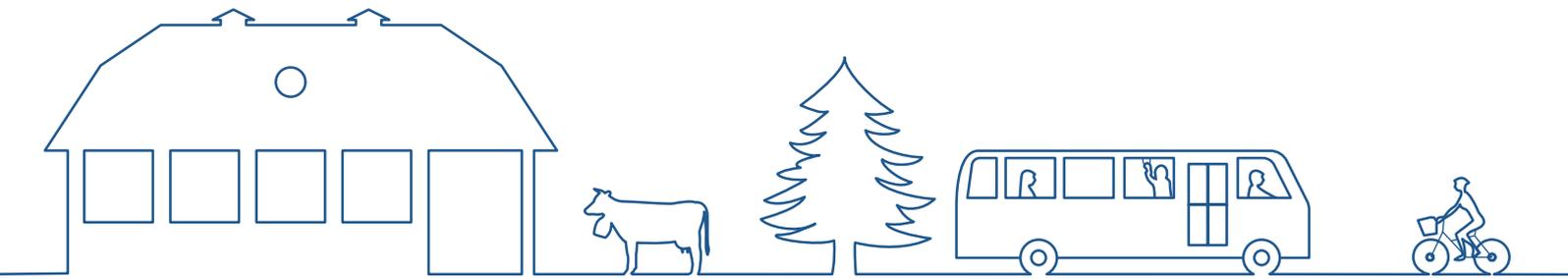
Volg Konsumwaren AG
Unternehmenskommunikation

Fotografien und Druck

Mattenbach AG, Winterthur



gedruckt in der
schweiz



*frisch und
fründlich*

Volg