



2021

Volg Konsumwaren AG Geschäftsbericht

Inhalt



Einkaufen im Dorf entspricht dem Zeitgeist

Seiten 4 bis 8



Verkaufskanäle und Umsätze 2021

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 Otti Häfliger	16
Finanzieller Bericht	18
Impressum und Kontakt	31

Vision Volg-Gruppe

Wir begeistern unsere Kundinnen und 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 2021

Einkaufen im Dorf entspricht dem Zeitgeist



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

Sehr geehrte Damen und Herren

«Die Welt ist ein Dorf.» Das stellt man in Gesprächen mit flüchtigen Bekannten immer wieder fest, wenn man unerwartet auf Gemeinsamkeiten stösst. Gerade die letzten zwei Jahre haben gezeigt, dass diese Redewendung auch umgekehrt ihre Berechtigung hat: Das Dorf wurde für viele Menschen zur Welt. Zur Arbeitswelt im Homeoffice, zur Freizeitwelt während der Ferien und für einige durch einen Umzug sogar zur neuen Lebenswelt. Für Volg steht das Dorf seit jeher im Mittelpunkt. Rund 600-mal kann man in der Deutschschweiz und der Westschweiz «frisch und fründlich» respektive «frais et sympa» einkaufen. Trotz steigendem Angebot an Einkaufsmöglichkeiten ist der Einkauf im nahen Dorfladen noch beliebter geworden. Es entspricht dem nachhaltigen Zeitgeist, zu Fuss oder mit dem Velo einkaufen zu gehen. Im oft hektischen Alltag sind die Einkäufe in den kleinflächigen und überschaubaren Volg-Läden innert kurzer Zeit entspannt erledigt. Hinzu kommen attraktive Öffnungszeiten, die Pendlerinnen und Pendlern vor und nach der Arbeit ermöglichen, im Wohnort Besorgungen zu tätigen. Damit entsprechen die Volg-Läden rundum den Einkaufsbedürfnissen von heute. Der Dorfladen ist jedoch mehr als «nur» ein Einkaufsort; er ist oft auch ein wichtiger Treffpunkt. Im kleinen

Volg ist das «Poschten» ein grossartiges bisschen persönlicher. Für dieses unschätzbare Gefühl der Vertrautheit sorgen allem voran unsere engagierten Mitarbeitenden. Diese Faktoren sowie der grosse Einsatz aller Mitarbeitenden trugen massgeblich dazu bei, dass die Volg-Gruppe dieses erneut herausfordernde Geschäftsjahr mit einem guten Ergebnis abschliessen konnte.

**«Für das unschätzbare Gefühl der
Vertrautheit und das etwas persönlichere
Einkaufserlebnis sorgen unsere
engagierten Mitarbeitenden.»**

Philipp Zraggen,

Vorsitzender der Geschäftsleitung

Die Volg-Gruppe realisierte im Berichtsjahr mit 927 Verkaufsstellen (Vorjahr 924) einen Detailhandelsumsatz auf dem Niveau des Vorjahres, das pandemiebedingt ein Rekordjahr war. Sie erzielte einen Umsatz von 1,757 Milliarden Franken (Vorjahr 1,768 Milliarden Franken). Der Rückgang von lediglich 0,6 Prozent gegenüber 2020 und die Umsatzsteigerung von 15,4 Prozent gegenüber 2019 sind erneut bemerkenswerte Resultate. Bei den 586 Volg-Dorfläden (Vorjahr 586), dem wichtigsten Absatzkanal der Volg-Gruppe, lag der Umsatz bei 1,328 Milliarden Franken (Vorjahr 1,360 Milliarden Franken). Der Umsatz der 111 belieferten TopShops an Agrola-Tankstellen (Vorjahr 107) wuchs auf 343 Millionen Franken (Vorjahr 328 Millionen Franken). Die von der Volg Konsumwaren AG belieferten 230 Freien Detaillisten, die mehrheitlich unter dem Namen «Prima» auftreten, erzielten einen Umsatz von 86 Millionen Franken (Vorjahr 80 Millionen Franken). Für Erneuerungen und Umbauten von Läden wurden rund 30 Millionen Franken eingesetzt.

Volg ist als Nahversorger in Randregionen bis in die entlegensten Täler im Dorf daheim. Dieses dezentrale Verkaufstellennetz in ländlichen Gebieten bringt zahlreiche Herausforderungen mit sich. So stellt sich die Belieferung vieler Läden als sehr aufwändig dar; einige werden sogar per Seilbahn mit Produkten für den täglichen Bedarf versorgt. Damit die Kundinnen und Kunden im Laden stets vor vollen Regalen stehen, muss die Logistik funktionieren wie eine präzise Schweizer Uhr. Über das passende Räderwerk dazu verfügt unser Logistikpartner Traveco, auf den wir uns auch im vergangenen Jahr in jeder Situation verlassen konnten. Einen wichtigen Schritt zur Sicherstellung einer effizienten Logistik unternahmen wir in der Verteilzentrale Winterthur. Am Hauptsitz wurde das Hochregallager um 900 Quadratmeter und über 2000 Palettenplätze erweitert. Im Zuge der Dachsanierung wurde die bestehende Photovoltaik-Anlage vergrössert. Die neue Solaranlage mit 1900 Modulen ging im Herbst ans Netz. Damit decken die Solarstrom-Anlagen auf den Dächern der drei Verteilzentralen Winterthur, Landquart und Oberbipp nun fast die Hälfte des gesamten Stromverbrauchs aller Verteilzentralen. Im Winterthurer Verwaltungsgebäude konnten mit der Teilsanierung des ersten Stockwerks, das einen neuen Empfangs- und Kundendienstbereich sowie neue IT-Schulungsräume und Sitzungszimmer mit moderner Technologie erhielt, optimale Rahmenbedingungen für ein zeitgemässes Arbeiten geschaffen werden – für heute sowie für die Zukunft.

**«Das dezentrale Verkaufstellennetz
in den ländlichen Gebieten
stellt uns vor Herausforderungen.
Da muss die Logistik funktionieren
wie eine präzise Schweizer Uhr.»**

Dr. Martin Keller,
Präsident des Verwaltungsrates



Neues gab es auch in den Läden. Nach über einem Jahr intensiver Arbeit am Verpackungs-Redesign unserer Eigenmarken waren 2021 die ersten Produkte der «Volg-Marke» im neuen Auftritt in den Läden erhältlich. Nebst dem Äusseren haben auch die Inhalte Änderungen erfahren: Viele Rezepturen wurden verbessert und zum Teil auf IP-Suisse oder Bio umgestellt. Auch der Anteil an Schweizer Produkten ist nochmals gestiegen. Gegen Jahresende folgten die ersten Produkte der Eigenmarkenlinie für Budgetbewusste «Volg Familienpreis» im neuen Design. Die Umstellung der Verpackungen geschieht rollierend bis Ende 2022. Im Frische-Sortiment wurde unser nachhaltiges Denken und Handeln ebenfalls noch sichtbarer, auch bei den Produkten der Marke «Agri Natura», die exklusiv in den Läden der Volg-Gruppe erhältlich ist. Sie war lange Zeit Fleischspezialitäten vorbehalten und wurde nach und nach mit Freiland-eiern und Gemüse ergänzt. Mit der Einführung der «Agri Natura»-Wiesenmilch im Juni 2021 folgte ein weiterer Meilenstein: Damit stellte Volg das Frischmilch-Sortiment in allen Läden auf nachhaltige Schweizer Milch um. Ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit steht zudem die Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Too Good To Go. Seit Frühling 2021 leisten wir damit einen weiteren Beitrag zur Reduktion der Lebensmittelverschwendung, indem nicht rechtzeitig verkaufte Lebensmittel von unseren Kundinnen und Kunden zu einem günstigen Preis bezogen werden können.

Wie ein Dorfladen beleben Vereine das Dorfleben auf wertvolle Weise. Fast die Hälfte der Schweizer Bevölkerung engagiert sich in einem oder mehreren Vereinen. Aus Liebe zum Dorf war es naheliegend, die vielfältige lokale Schweizer Vereinswelt nochmals ins Zentrum unserer Imagewerbung zu stellen. Damit verbunden lancierten wir im Frühling 2021 erstmals einen Online-Wettbewerb, bei dem es Geld für die Vereinskassen zu gewinnen gab. Die Resonanz war überwältigend. Rund 1800 Vereine registrierten sich und sammelten Stimmen im sechsstelligen Bereich. Dieser grosse Zuspruch veranlasste uns, zusätzlich drei Sonderpreise zu vergeben. Digital unterwegs sind wir seit April 2021 auch auf Instagram. Zudem wurde die Volg-App überarbeitet, benutzerfreundlicher gestaltet und mit neuen Funktionen erweitert. Trotz

«Die Umstellung des Frischmilch-Sortiments auf nachhaltige Schweizer «Agri Natura»-Wiesenmilch war ein Meilenstein.»

Dr. Martin Keller,
Präsident des Verwaltungsrates

der fortschreitenden Digitalisierung sind nach wie vor viele gedruckte Erzeugnisse notwendig: von Werbemitteln wie Plakaten, Informationsbroschüren oder dem Märkli-Sammelheft bis hin zu Kundenmagazinen. Sämtliche Druck-Erzeugnisse lässt Volg aus Überzeugung in der Schweiz drucken. Für dieses Engagement wurden wir zu unserer grossen Freude im Oktober 2021 mit dem «Printed in Switzerland»-Award ausgezeichnet.

Ebenso wichtig wie unsere Verbundenheit mit dem Produktionsstandort Schweiz und das Bekenntnis zur Nachhaltigkeit ist unsere gesellschaftliche Verantwortung. Eine Herzensangelegenheit ist für uns die Partnerschaft mit der Stiftung Theodora, die Kindern im Spital Freude schenkt. 2021 unterstützten wir die Stiftung im Rahmen unserer mehrjährigen Partnerschaft erneut mit diversen Aktivitäten in den Läden und auf den Volg NATURENA Erlebnishöfen. Viel Herzblut tragen zudem die jährlich rund 400 Lernenden in sich, die ihre Ausbildung in einem Volg-Laden absolvieren. Dass wir im Berichtsjahr 123 Lernenden zu ihrer erfolgreich abgeschlossenen Ausbildung gratulieren durften, macht uns ausserordentlich stolz!

«Vereine beleben das Dorfleben wie der Volg. Die Resonanz auf unseren ersten Online-Vereinswettbewerb war überwältigend.»

Philipp Zraggen,
Vorsitzender der Geschäftsleitung



Ausblick 2022

Die Verkaufstalente von heute sind unsere Zukunft. In diese wollen wir weiter investieren und die Ausbildung noch attraktiver gestalten. Unter anderem mit einer Führungswoche in den Läden, bei der Lernende eine Woche lang die Chefinnen und Chefs sind. Auch die Partnerschaft mit der Stiftung Theodora werden wir mit grosser Freude fortsetzen. Eine ebenfalls langjährige, erfolgreiche Zusammenarbeit verbindet uns mit der Schweizerischen Post. Einen besonderen Moment dieser Kooperation feiern wir im Februar 2022, wenn die 400. Postagentur in einem Volg-Laden eröffnet wird. Wir freuen uns zudem darauf, die Gewinnerinnen und Gewinner des Volg-Vereinswettbewerbs im Rahmen unserer Werbekampagne «Aus Liebe zum Dorf» zu sehen. Hinter den Kulissen liegt der Fokus weiterhin auf der Erweiterung unserer digitalen Kompetenz, beispielsweise mit digitalen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten oder einem neuen Auftritt der «Agri Natura»-Website.

Herzlichen Dank!

Wir werden weiterhin in die Dorfläden investieren, sodass sie Mittelpunkte im Dorf bleiben können. Für Neu- und Umbauten ist 2022 ein Betrag von rund 30 Millionen Franken vorgesehen. Als typisch für ein traditionelles Dorf bezeichnet das «Historische Lexikon der Schweiz» die «enge Beziehung unter den Dorfbewohnern». Man kennt und grüsst sich. Ein freundliches «Grüezi» gehört auch im Volg dazu. Unsere geschätzten Kundinnen und Kunden wollen wir weiterhin «frisch und fründlich» für das Einkaufen im Dorf begeistern und ihnen dabei so viele Mehrwerte wie möglich bieten. Für das etwas persönlichere Einkaufserlebnis sorgen unsere über 3500 Mitarbeitenden, die mit hoher Einsatzbereitschaft für die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden da sind. Dank unserer treuen Kundschaft und unseren engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern durften wir im Jahr 2021 ein weiteres erfolgreiches Kapitel unserer Dorfladengeschichte schreiben. Ihnen gebühren unser grösster Dank und unsere höchste Wertschätzung.



Dr. Martin Keller
Präsident des Verwaltungsrates



Philipp Zraggen
Vorsitzender der Geschäftsleitung



Im Verwaltungsgebäude am Hauptsitz in Winterthur wurden der Eingangs- und Empfangsbereich sowie ein Teil der Büroräumlichkeiten modernisiert und damit optimale Bedingungen für ein zeitgemässes Arbeiten geschaffen.

Highlights aus den Geschäftsbereichen



BESCHAFFUNG

Neues Verpackungsdesign «Volg Familienpreis»: Die Eigenmarkenlinie «Volg Familienpreis» umfasst Produkte aus allen Bereichen des täglichen Bedarfs und bietet gute Qualität zu sehr günstigen Preisen. Nach einem kompletten Relaunch der im Jahr 2005 lancierten Günstig-Linie präsentieren sich die ersten Familienpreis-Produkte in einem neuen und modernen Verpackungsdesign. Der neue Auftritt ist geprägt vom blauen «Gut»-Zeichen, das als Logo-Element auf der Verpackungsvorderseite an das V im Namen «Volg» erinnert. Das neue Signet gewährleistet eine hohe Wiedererkennbarkeit am Verkaufsregal. Das Design präsentiert sich generell bewusst einfach, klar und aufgeräumt. Produkte mit Schweizer Herkunft werden mit einem Schweizerkreuz versehen. Nahrungsmittel sind zudem mit der Nährwert-Ampel «Nutri-Score» gekennzeichnet.



KOMMUNIKATION / WERBUNG

Ausbau digitale Medien: Seit Frühling 2021 ist Volg auch in den sozialen Medien präsent und bietet auf Instagram unter @volgch interessante Einblicke in die vielfältigen Themen aus der Volg-Welt. Ausserdem hat die Volg-App im Sommer ein modernes und übersichtlicheres Layout und zahlreiche neue Funktionen erhalten. Über die Funktion «Wein-Scanner» sind beispielsweise direkt auf dem Mobiltelefon nützliche Informationen zu den im Volg-Sortiment erhältlichen Weinen zu finden. Mit der digitalen Einkaufsliste kann der nächste Einkauf im Volg zudem einfach und schnell geplant werden.





VERKAUF VOLG / TOPSHOP

Gezielte Verkaufsunterstützung: Verschiedene Schwerpunkte standen im Berichtsjahr im Zentrum der Aktivitäten des Verkaufs. So vereinfacht beispielsweise die im April eingeführte neue Software, mit der sämtliche Volg- und TopShop-Verkaufsstellen ausgerüstet wurden, die Abläufe bei Lotto- und Swisslos-Transaktionen deutlich und gewährleistet eine schnellere und fehlerlose Gewinnermittlung. Der gezielte Ausbau des Sortiments an Schweizer Weinen wurde dank einer neuen, attraktiven Gestaltung des Weinregals mit dekorativen Paneelen auch in den Verkaufsstellen für die Kundinnen und Kunden auf den ersten Blick sichtbar.



LOGISTIK / INFORMATIK

Umfassender Um- und Ausbau: Am Standort Winterthur wurden verschiedene Sanierungen und Erweiterungen realisiert. Das Hochregallager der Verteilzentrale wurde um 900 Quadratmeter vergrössert, wodurch Platz für über 2000 zusätzliche Paletten geschaffen wurde. Auf der so gewonnenen Dachfläche wurde die bestehende Photovoltaik-Anlage um 1900 Module erweitert. Damit kann ein weiterer wesentlicher Beitrag zur Reduktion des CO₂-Ausstosses geleistet werden. Im Verwaltungsgebäude wurde der Empfangs- und Bürobereich im ersten Obergeschoss umfassend modernisiert. Er entspricht nun dem Bedürfnis nach einer zeitgemässen Arbeitsplatzgestaltung. Grosser Wert wurde dabei insbesondere auf die Digitalisierung gelegt. Die Mitarbeitenden ebenso wie Besucherinnen und Besucher erhalten Informationen nun auch auf digitalem Weg. Zusätzlich wurden neue Teamwork-Bereiche und flexibel nutzbare Arbeitsplätze geschaffen.



ACADEMY

Erweiterung des computergestützten Lernens: Die Volg Academy stellte auch 2021 die Förderung der digitalen Kompetenz aller Mitarbeitenden in den Mittelpunkt ihres Aus- und Weiterbildungsangebots. Erstmals konnten auch die Verwaltungsmitarbeitenden der Volg Konsumwaren AG von einem neuen digitalen Kursangebot profitieren. Insgesamt besuchten 450 Personen die verschiedenen Kurse. In der Berufsbildung hat die Volg Academy im Rahmen eines Pilotprojekts die Learning-Management-System-Plattform «easylearn» für alle Lernenden im ersten Lehrjahr erfolgreich eingeführt. Dieses zeitgemässe Tool ermöglicht eine sinnvolle Kombination von Präsenzkursen und selbstständigem, computergestütztem Lernen. Die Berufsbildnerinnen und -bildner erstellten dazu massgeschneiderte E-Learning-Einheiten.

Verkaufsstellenstruktur und Kennzahlen

VOLG



2021 586 LÄDEN	2020 586 LÄDEN
--------------------------	--------------------------

UMSATZ 2021
1 328 Mio. Fr.
(2020 1 360 Mio. Fr.)

DETAILHANDELSUMSATZ 2021

1 757 Mio. Fr.

(2020 1 768 Mio. Fr.)

TOTAL VERKAUFSTELLEN 2021

927 (2020 924)

POSTAGENTUREN

2021 Volg 398 Partner 67	2020 Volg 383 Partner 63
---------------------------------------	---------------------------------------

TOPSHOP



2021 111 SHOPS	2020 107 SHOPS
--------------------------	--------------------------

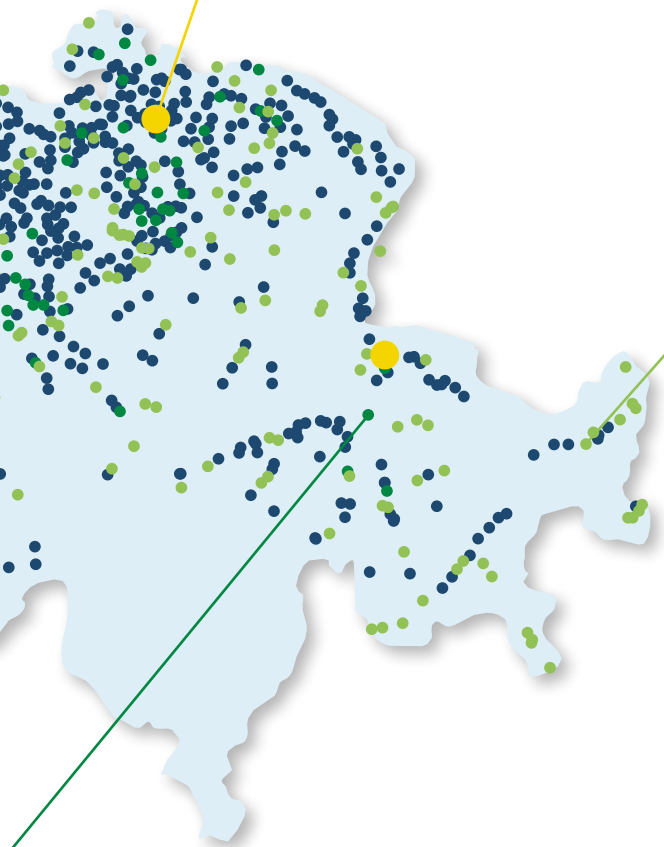
UMSATZ 2021
343 Mio. Fr.
(2020 328 Mio. Fr.)

VERTEILZENTRALEN UND VERWALTUNG



ANZAHL MITARBEITENDE

	2021	2020
Winterthur	435	436
Landquart	95	95
Oberbipp	189	174
Total	719	705



PRIMA*



2021	2020
230 LÄDEN	231 LÄDEN

UMSATZ 2021

86 Mio. Fr.

(2020 80 Mio. Fr.)

* einschliesslich Freie Detaillisten

UMSATZANTEILE

in Mio. Fr.	2021	2020
Volg Detailhandels AG	677	677
LANDI-Genossenschaften	606	630
Private Detaillisten	45	53
Total Volg-Läden	1 328	1 360
Prima / Freie Detaillisten	86	80
Total Dorfläden	1 414	1 440
TopShops	343	328
Total Volg-Gruppe	1 757	1 768

ANZAHL VERKAUFSSTELLEN

	2021	2020
Volg Detailhandels AG	337	332
LANDI-Genossenschaften	219	220
Private Detaillisten	30	34
Total Volg-Läden	586	586
Prima / Freie Detaillisten	230	231
Total Dorfläden	816	817
TopShops	111	107
Total Volg-Gruppe	927	924

Unsere Verantwortung

Wichtige Nachhaltigkeitsprojekte und -massnahmen im Jahr 2021

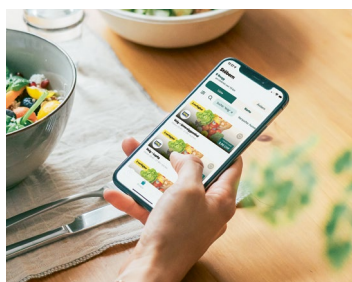
Sortiment

Mitarbeitende

Umwelt

Gesellschaft

GEMEINSAM LEBENSMITTEL RETTEN



Der Anteil von Lebensmitteln, die nicht mehr verkauft werden können, ist in Volg-Läden generell tief. In Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Too Good To Go engagiert sich Volg seit

Frühling 2021 dafür, der Lebensmittelverschwendung noch stärker entgegenzuwirken. Nutzerinnen und Nutzer der «Too Good To Go»-App können Lebensmittel, die am Folgetag in den Volg-Läden nicht mehr verkauft werden können, in Form von Überraschungspäckli über die App reservieren und kurz vor Ladenschluss für 5.90 Franken im Volg oder TopShop ihrer Wahl beziehen. Der Warenwert des Inhalts entspricht rund dem Dreifachen des Preises. Enthalten sind zum Beispiel Früchte, Gemüse, Sandwiches, Brot, Milchprodukte oder Fleischwaren. Aktuell werden monatlich durchschnittlich rund 6 000 Päckli abgegeben.

100% TIERFREUNDLICH



Seit April 2021 bietet Volg «Wundereier» an, bei deren Produktion keine männlichen Küken sterben müssen. Wer die in vielen Volg-Läden erhältlichen «Wundereier» kauft, unterstützt dabei ein Tierwohl-Programm, das männlichen Küken Leben schenkt. Die «Bruderhähne» – so nennt man die männlichen Junghähne – wachsen unter artgerechten Bedingungen in Schweizer Bauernbetrieben auf und werden später zu Geflügelfleisch verarbeitet. Die Legehennen haben täglich Auslauf auf die Weide, das Getreide im Futter stammt vollumfänglich aus der Schweiz.

100% NACHHALTIGE FRISCHMILCH

Das Sortiment der exklusiv in den Läden der Volg-Gruppe unter dem Label «Agri Natura» erhältlichen Produkte, die seit jeher nach den strengen Richtlinien von IP-Suisse hergestellt werden, hat im Geschäftsjahr Zuwachs erhalten: Seit Juni 2021 bildet



die «Agri Natura»-Wiesenmilch in allen Volg-Läden das Standard-Frischmilchangebot. Die nachhaltige Milch wird nach IP-Suisse-Richtlinien produziert und zeichnet sich allem voran durch die weidebasierte und grünfütterbetonte Milchproduktion aus. Die Tiere geniessen gemäss dem RAUS-Programm des Bundes viel Auslauf im Freien.

100% GEDRUCKT IN DER SCHWEIZ

printed in
switzerland

Das Herkunftslabel «Printed in Switzerland» garantiert, dass ein Druck-Erzeugnis zu

100 Prozent in der Schweiz gestaltet, gedruckt und gebunden wurde. Von den Kundenmagazinen «Öise Lade» und «frais & sympa» bis hin zu sämtlichen Promotions- und Werbepublikationen lässt Volg alle Printprodukte in der Schweiz herstellen. Die konsequente Erstellung aller Drucksachen im eigenen Land entspricht der grundsätzlichen Verbundenheit von Volg mit dem Produktionsstandort Schweiz. Dafür wurde Volg im Oktober 2021 von den Branchenverbänden Viscom und Print + Communication (P+C) als erstes Unternehmen mit dem «Printed in Switzerland»-Award ausgezeichnet.

100% ERNEUERBARE ENERGIEN

Volg setzt aus Überzeugung schon seit vielen Jahren auf erneuerbare Energien und die Kraft von Wasser und Sonne. So wird sowohl in den rund 600 Volg-Läden als auch in den drei Verteilzentralen in Winterthur, Landquart und Oberbipp Strom genutzt, der durch Sonnen- oder Wasserkraft erzeugt wird. Im Rahmen der Erweiterung des Hochregallagers am Standort Winterthur wurde die Photovoltaik-Anlage auf dem Dach vergrössert. Insgesamt beträgt die Fläche der Solarstrom-Anlagen in den drei Verteilzentralen 13 500 Quadratmeter, was in etwa der Grösse von zwei Fussballfeldern entspricht. Fast die Hälfte des gesamten Stromverbrauchs der Verteilzentralen kann so durch selbst produzierten Solarstrom gedeckt werden. Für den restlichen Bedarf wird Strom aus Wasserkraft von Schweizer Stauseen genutzt. Die Volg-Läden nutzen für den Betrieb 90 Prozent Wasser- und 10 Prozent Sonnenstrom.



LEBENSMITTELSPENDEN AN SOZIALE ORGANISATIONEN

Volg überlässt einen wesentlichen Teil der Lebensmittel, die nicht mehr verkauft werden können, jedoch qualitativ einwandfrei sind, den karitativen Organisationen «Schweizer Tafel» und «Tischlein deck dich», die sich um armutsbetroffene Menschen in der Schweiz kümmern. 2021 spendete Volg insgesamt rund 23 000 Kilogramm Esswaren an die beiden sozialen Einrichtungen und leistete damit einen weiteren Beitrag dazu, dass Lebensmittel sinnvoll weiterverwendet anstatt weggeworfen werden.



100% SCHWEIZERISCHES FRISCHBROT

Die in den Volg-Läden erhältlichen Frischbrote stammen zu 100 Prozent aus der Schweiz. Produziert und geliefert werden sie von kleinen bis mittelgrossen gewerblichen Bäckereien. Volg leistet damit einen wertvollen Beitrag zum Erhalt des Bäckerhandwerks in der Schweiz. Ausserdem sind kurze Transportwege garantiert, da die Bäckereien stets mit Volg-Läden in ihrer Nähe zusammenarbeiten. Die Hälfte aller im Volg erhältlichen Frischbrote wird zudem mit IP-Suisse-Mehl hergestellt.

ENGAGEMENT FÜR KINDERLACHEN



Seit Juli 2019 ist Volg Partner der Stiftung Theodora. Im Rahmen dieser Partnerschaft unterstützte Volg auch im Geschäftsjahr die wertvolle Tätigkeit der Stiftung, die Kindern im Spital durch Besuche von Traumdoktoren Abwechslung und Freude schenkt. Volg führte zugunsten der Stiftung unter anderem verschiedene Aktivitäten in den Volg-Läden durch, wie den Verkauf von «Brot mit Herz» oder die Märkli-Sammelaktion, und organisierte Anlässe für Familien auf den Volg NATURENA Erlebnishöfen.



Wir fahren grün
mit Wasserstoff

CO₂-neutral zukunftsweisend klimafreundlich

TRAVECO

ZERO EMISSION
GREEN HYDROGEN

Volg

Unterwegs mit Wasserstoff von
AGROLA

«Wir von Traveco sind sehr stolz,
dass wir im Auftrag von Volg die
Bevölkerung in der Deutschschweiz
und der Westschweiz mit Lebens-
mitteln des täglichen Bedarfs
beliefern dürfen.»

Im Gespräch mit Otti Häfliger:

«Uns verbindet eine weit über 100-jährige Erfolgsgeschichte»

Die Traveco Transporte AG beliefert über 900 Volg-, TopShop- und Prima-Verkaufsstellen in der Deutschschweiz und der Westschweiz. Otti Häfliger, Vorsitzender der Geschäftsleitung bei Traveco, über die Inbetriebnahme eines der weltweit ersten Wasserstoff-LKW, aktuelle und künftige Herausforderungen in der Transportlogistik und die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Volg.

Herr Häfliger, können Sie sich noch an Ihr allererstes eigenes Auto erinnern?

Ja natürlich, obwohl das schon einige Jahrzehnte her ist. Mein erstes Auto war ein Fiat 131 Racing und damals mein ganzer Stolz, denn mein jugendliches Herz schlug für italienische Automarken. Mobilität bedeutete für mich damals die grosse Freiheit und so war ich an Wochenenden öfters im Tessin anzutreffen.

Wie begann die Zusammenarbeit zwischen der Traveco Transporte AG und Volg?

Uns verbindet eine weit über 100-jährige Erfolgsgeschichte. In den alten Geschäftsbüchern lässt sich nachlesen, dass der Verband Ostschweizerischer Landwirtschaftlicher Genossenschaften (VOLG) im Jahr 1903 vom Pferdefuhrwerk zum Lastwagen gewechselt hat. Es war der erste Lastwagen des Kantons Zürich! Nach 117 Jahren erfolgreicher Partnerschaft durften wir 2020 gemeinsam wieder eine Premiere feiern: Im Herbst 2020 haben wir für die Belieferung von Volg- und TopShop-Verkaufsstellen in der Nordwest- und Zentralschweiz einen der weltweit ersten Wasserstoff-LKW, die ganz ohne klimaschädliche CO₂-Emissionen geräuscharm unterwegs sind, in Betrieb genommen. Wir sind sehr stolz, dass wir im Auftrag von Volg die Bevölkerung in der Deutschschweiz und der Westschweiz mit Lebensmitteln des täglichen Bedarfs beliefern dürfen.

Wie fällt Ihr Fazit zum H₂-LKW aus und werden bald weitere mit grünem Wasserstoff betriebene LKW Ihre Flotte ergänzen?

Natürlich gab es anfangs kleinere technische Herausforderungen, mit denen wir aber gerechnet hatten

und die wir zusammen mit dem Hersteller lösen konnten. Mittlerweile überzeugt das Fahrzeug mit einer sehr hohen Zuverlässigkeit. Der Einsatz weiterer H₂-LKW ist in Planung – die neue Generation wird drei Achsen haben und damit unserer Anforderung einer höheren Nutzlast gerecht werden.

Welchen Herausforderungen steht Traveco aktuell und in den nächsten Jahren gegenüber?

Eine der grössten Herausforderungen ist der Fachkräftemangel. Um als Arbeitgeber weiterhin attraktiv zu bleiben, begegnen wir dieser Herausforderung mit innovativen Arbeitszeitmodellen und Investitionen in die Ausbildung von zukünftigen Fachleuten. Ausserdem setzen wir auf zeitgemässe Marketingmassnahmen in den sozialen Medien und auf unseren neuen Online-Auftritt.

Zum Schluss ein Blick in die Zukunft: Was denken Sie, wie wird die Belieferung der Verkaufsstellen in der Schweiz in zehn Jahren aussehen?

Ganz gewiss werden wir in zehn Jahren für die Belieferung noch keine Drohnen oder führerlosen Lastwagen einsetzen. Auch in Zukunft bleiben daher engagierte Fahrerinnen und Fahrer unersetzlich. Ich gehe aber davon aus, dass in den nächsten Jahren weitere technische Fortschritte im Hinblick auf die emissionsfreie und lärmreduzierte Belieferung der Verkaufsstellen erfolgen. Mit dem Wasserstoff-LKW leisten Traveco und Volg schon heute einen nachhaltigen Beitrag zur Reduktion von CO₂-Emissionen.

Finanzieller Bericht

Finanzkennzahlen 2021	19
Bilanz	20
Erfolgsrechnung	22
Anhang zur Jahresrechnung	23
Erläuterungen	24
Gesetzliche Angaben nach Art. 959c Abs. 2 OR	28
Verwendung des Bilanzgewinns	29
Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung	30

20
21

Finanzkennzahlen 2021

Nachfolgende Finanzkennzahlen sind als Resümee der Jahresrechnung 2021 zu verstehen und geben Auskunft über die Finanz-, Vermögens- und Ertragslage der Volg Konsumwaren AG.

983 Mio.
Franken

WARENVERKAUFSERLÖS

39,1
Prozent

**EIGEN-
FINANZIERUNGSGRAD**

-4,4
Prozent

UMSATZRÜCKGANG

16,4 Mio.
Franken

JAHRESGEWINN

274 Mio.
Franken

BILANZSUMME

6
Prozent

DIVIDENDE

Bilanz per 31. Dezember

AKTIVEN

in CHF	Anhang	2021	2020
Flüssige Mittel		5 632	10 989
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1	148 573 446	139 790 012
Übrige kurzfristige Forderungen	2	3 945 282	5 692 322
Vorräte		26 422 777	31 223 233
Aktive Rechnungsabgrenzungen		4 192 221	4 844 190
Umlaufvermögen		183 139 358	181 560 746
Finanzanlagen		45 187	53 201
Beteiligungen		59 300	59 300
Sachanlagen	3	90 593 926	87 862 380
Anlagevermögen		90 698 413	87 974 881
Total Aktiven		273 837 771	269 535 627

Die Bilanzsumme der Volg Konsumwaren AG erhöhte sich zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2021 um 1,6 % auf 273,8 Mio. CHF. Neben dem Anstieg des Umlaufvermögens um 0,9 % war die Wertsteigerung des Anlagevermögens der Haupttreiber für diese Bilanzentwicklung.

Innerhalb des Umlaufvermögens fand eine Umschichtung der Bilanzpositionen statt, dabei erhöhte sich die Position Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, was auch in einem zusätzlichen Liefertag begründet liegt. Der Anstieg des Anlagevermögens ist auf den umfassenden Um- und Ausbau der Verteilzentrale und des Verwaltungsgebäudes in Winterthur zurückzuführen.

	2021	2020
Liquiditätskennzahl ¹	157,4 %	142,1 %

¹ Umlaufvermögen / kurzfristiges Fremdkapital x 100 %

Die Liquiditätskennzahl, anhand deren die Liquiditätslage bestimmt wird, hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr um markante 15,3 Prozentpunkte erhöht.

PASSIVEN

in CHF	Anhang	2021	2020
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4	48 557 926	41 301 555
Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten		520 000	1
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	5	5 842 112	26 073 523
Passive Rechnungsabgrenzungen		56 540 406	54 789 749
Kurzfristige Rückstellungen	7	4 893 455	5 638 743
Kurzfristiges Fremdkapital		116 353 899	127 803 571
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	6	33 099 274	33 529 274
Übrige langfristige Verbindlichkeiten		908 000	900 000
Langfristige Rückstellungen	7	16 401 972	15 453 872
Langfristiges Fremdkapital		50 409 246	49 883 146
Total Fremdkapital		166 763 145	177 686 717
Aktienkapital		20 000 000	20 000 000
Gesetzliche Gewinnreserven		9 595 000	9 575 000
Freiwillige Gewinnreserven		47 942 000	42 400 000
Vortrag vom Vorjahr		13 111 910	6 700 373
Jahresgewinn		16 425 716	13 173 537
Total Bilanzgewinn		29 537 626	19 873 910
Total freiwillige Gewinnreserven		77 479 626	62 273 910
Total Eigenkapital		107 074 626	91 848 910
Total Passiven		273 837 771	269 535 627

Auf der Passivseite sank das kurzfristige Fremdkapital um 11,4 Mio. CHF. Während die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 7,3 Mio. CHF anstiegen, nahmen die übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten um 20,2 Mio. CHF ab.

Der Anstieg des langfristigen Fremdkapitals ist auf die Erhöhung von Sanierungsrückstellungen um 0,8 Mio. CHF zurückzuführen. Die Thesaurierung der Gewinne aus dem Vorjahr einerseits und der hohe Jahresgewinn im abgelaufenen Geschäftsjahr andererseits führten zu einer Erhöhung des Eigenkapitals um 15,2 Mio. CHF.

	2021	2020
Anlagedeckungsgrad ²	134,5 %	118,9 %
Eigenfinanzierungsgrad ³	39,1 %	34,1 %

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

³ Eigenkapital / Total Passiven × 100 %

Die Kennzahlen zur Beurteilung der Finanzierungssituation verbesserten sich gegenüber dem Vorjahr wiederum deutlich. Die Eigenkapitalsituation ist robust.

Erfolgsrechnung vom 1. Januar bis 31. Dezember

ERFOLGSRECHNUNG

in CHF	Anhang	2021	2020
Warenverkaufserlös	8	983 235 295	1 028 996 144
Dienstleistungserlös		21 207 747	20 614 156
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen		1 004 443 042	1 049 610 300
Warenaufwand		-844 334 722	-883 417 134
Betriebsertrag		160 108 320	166 193 166
Personalaufwand		-55 717 759	-54 921 771
Übriger betrieblicher Aufwand	9	-74 819 329	-84 945 576
Total Betriebsaufwand		-130 537 088	-139 867 347
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)		29 571 232	26 325 819
Abschreibungen		-6 953 954	-7 068 839
Verluste aus Abgang mobiler Sachanlagen		-26 427	-36 299
Gewinne aus Abgang mobiler Sachanlagen		14 566	18 566
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)		22 605 417	19 239 247
Finanzaufwand		-413 968	-458 235
Finanzertrag		301 235	125 295
Ergebnis vor Steuern (EBT)		22 492 684	18 906 307
Direkte Steuern		-6 066 968	-5 732 770
Jahresgewinn		16 425 716	13 173 537

Die Volg Konsumwaren AG erzielte im zweiten Pandemiejahr einen Warenverkaufserlös von 983,2 Mio. CHF. Das Umsatzminus von 4,4 % gegenüber dem Vorjahr ist einerseits auf nachfragebedingte Faktoren, die der Pandemie geschuldet sind, und andererseits auf eine Änderung der Rechnungslegung im Zusammenhang mit dem Verkauf von Wertkarten (E-Loading) zurückzuführen. Die Warenaufwendungen reduzierten sich absatzbedingt, wohingegen die Dienstleistungserträge dank höheren Erlösen aus dem Verkauf von Werbepunkten um 2,9 % angestiegen sind.

Der Betriebsaufwand sank gegenüber dem Vorjahr um 9,3 Mio. CHF. Während die übrigen betrieblichen Aufwendungen um 10,1 Mio. CHF gesenkt werden konnten, stieg der Personalaufwand um 0,8 Mio. CHF, was auf die jährliche Lohnrunde zurückzuführen ist. Der Rückgang der übrigen betrieblichen Aufwendungen ist auf im Vorjahr gebildete Rückstellungen für umfangreiche Gebäudesanierungen im Betrag von 10,8 Mio. CHF zurückzuführen. Aus der Differenz zwischen Betriebsertrag und Betriebsaufwand resultiert ein gegenüber dem Vorjahr um 3,2 Mio. CHF besseres Ergebnis vor Zinsen, Abschreibungen und Steuern.

Die buchmässigen Abschreibungen lagen nur unwesentlich tiefer als im Vorjahr. Das Finanzergebnis verbesserte sich – begünstigt durch die solide Finanzsituation – um 0,2 Mio. CHF.

Der Jahresgewinn der Volg Konsumwaren AG wuchs um 3,3 Mio. CHF auf 16,4 Mio. CHF an, womit der Rekordgewinn des Vorjahres dank tieferen Betriebsaufwendungen übertroffen wurde.

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).

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.

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.

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.

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: Die fenaco Genossenschaft und Gesellschaften, an denen die fenaco Gruppe 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.

Erläuterungen

1. FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in CHF	2021	2020
Dritte	11 523 735	8 491 506
Beteiligte	136 736 378	131 033 555
LANDI	313 333	264 951
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	148 573 446	139 790 012

Die Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 8,8 Mio. CHF liegt vor allem im Geschäftsverkehr mit Beteiligten begründet, zu denen die Volg Detailhandels AG mit ihren Volg-Läden, aber auch die Verkaufsstellen von Mitgliedsgenossenschaften der fenaco zählen, für die die fenaco Genossenschaft die Finanzflüsse reguliert. Das Kontokorrent mit der fenaco belief sich am 31. Dezember 2021 auf 53,5 Mio. CHF. Der Hauptzweck des Kontokorrents mit dem Mutterhaus besteht in der Zahlungsregulierung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen mit Mitgliedern der fenaco Genossenschaft und im Cash-Pooling.

2. ÜBRIGE KURZFRISTIGE FORDERUNGEN

in CHF	2021	2020
Dritte	3 945 282	5 624 987
Beteiligte	0	67 335
Total übrige kurzfristige Forderungen	3 945 282	5 692 322

Die Abnahme der kurzfristigen Forderungen gegenüber Dritten steht zu einem grossen Teil im Zusammenhang mit Mehrwertsteuerguthaben gegenüber der Eidgenössischen Steuerverwaltung sowie debitorischen Kreditoren.

3. SACHANLAGEN

in CHF	2021	2020
Techn. Anlagen, Maschinen und Mobilien	8 869 635	9 043 563
Fahrzeuge	1 735 835	1 915 237
Anlagen im Bau	96 524	403 073
Immobilien	79 891 932	76 500 507
Total Sachanlagen	90 593 926	87 862 380

Die Volg Konsumwaren AG tätigte im Geschäftsjahr 2021 umfangreiche Investitionen in die Gebäudeinfrastruktur im Gesamtwert von 6,7 Mio. CHF. Am Standort Winterthur wurden verschiedene Vorhaben realisiert, für die im Einzelnen die folgenden Beträge aufgewendet wurden: für die Dachsanierung 1,1 Mio. CHF, für die Vergrösserung der Photovoltaik-Anlage 0,7 Mio. CHF, für die Erweiterung des Hochregallagers 3,8 Mio. CHF und für die Teilsanierung des Verwaltungsgebäudes 1,1 Mio. CHF.

4. VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in CHF	2021	2020
Dritte	35 067 030	24 716 495
Beteiligte	13 479 984	16 551 738
LANDI	10 912	33 322
Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	48 557 926	41 301 555

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen nahmen zum Bilanzstichtag um 7,3 Mio. CHF zu, was im Zusammenhang mit dem Kreditorenmanagement und dem Zeitpunkt der letzten Zahlungsaufträge im abgelaufenen Geschäftsjahr steht.

5. ÜBRIGE KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN

in CHF	2021	2020
Dritte	5 838 220	4 138 900
Beteiligte	109	21 927 542
LANDI	3 783	7 081
Total übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	5 842 112	26 073 523

In der Position kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten sind per 31. Dezember 2021 kreditorische Debitoren von 3,9 Mio. CHF enthalten (Vorjahr 3,0 Mio. CHF). In der Position Beteiligte war im Vorjahr die Kontokorrentverbindlichkeit gegenüber der fenaco Genossenschaft bilanziert.

6. LANGFRISTIGE VERZINSLICHE VERBINDLICHKEITEN

in CHF	2021	2020
Dritte	3 099 274	3 529 274
Beteiligte	30 000 000	30 000 000
Total langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	33 099 274	33 529 274
Davon fällig in 1 – 5 Jahren	30 000 000	30 000 000
Davon fällig nach 5 Jahren	3 099 274	3 529 274
Total langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	33 099 274	33 529 274

Die langfristigen verzinslichen Verbindlichkeiten veränderten sich gegenüber dem Vorjahr um 0,4 Mio. CHF. Dies steht im Zusammenhang mit der Umgliederung und dem Ausweis der Hypothekarschuld gegenüber der Credit Suisse als kurzfristige verzinsliche Finanzverbindlichkeit. Die Hypothek wird im 1. Quartal 2022 zur Rückzahlung fällig.

7. KURZFRISTIGE UND LANGFRISTIGE RÜCKSTELLUNGEN

in CHF	2021	2020
Personal	4 097 592	4 063 489
Renovationen	12 127 502	11 311 503
Gebinde	942 585	966 819
Sonstige Rückstellungen	4 127 748	4 750 804
Total Rückstellungen	21 295 427	21 092 615

Die Rückstellungen erhöhten sich gesamthaft um netto 0,2 Mio. CHF. Die bestehende Rückstellung für umfassende Gebäudesanierungen wurde um 0,8 Mio. CHF erhöht. Die Position sonstige Rückstellungen, die Rabattmarken und Papiergutscheine beinhaltet, reduzierte sich geschäftsverlaufsbedingt um 0,6 Mio. CHF.

8. WARENVERKAUFSERLÖS

in CHF	2021	2020
Frischprodukte	387 858 821	401 873 796
Food	163 423 974	170 985 938
Nearfood	297 934 293	321 546 393
Getränke	120 836 233	120 078 166
Diverses inkl. Economat	13 181 974	14 511 851
Total Warenverkaufserlös	983 235 295	1 028 996 144

Mit der Belieferung der 927 Verkaufsstellen (Vorjahr 924) erzielte die Volg Konsumwaren AG einen Warenverkaufserlös von 983,2 Mio. CHF, was einem ausgewiesenen Umsatzrückgang von 4,4 % entspricht. Mit Ausnahme der Sparte Getränke (+0,6 %) sanken die Umsätze aller Sparten. Der hohe Rückgang in der Sparte Nearfood ist auf die im Geschäftsjahr 2021 erfolgte Umstellung der Verbuchungspraxis bei E-Loading-Karten zurückzuführen, die seit 2021 nicht mehr als Umsatz ausgewiesen werden. Der Verrechnungsumsatz der E-Loading-Karten belief sich im Berichtsjahr auf 27,0 Mio. CHF (Vorjahr 26,0 Mio. CHF). Der bereinigte effektive Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahr beträgt somit nur noch 1,8 %.

9. ÜBRIGER BETRIEBLICHER AUFWAND

in CHF	2021	2020
Mietaufwand	1 809 635	1 786 820
Unterhalt und Reparaturen	5 497 308	14 598 493
Ausgangsfrachten	34 404 698	34 126 711
Energieaufwand	1 073 755	1 069 981
Übriger Betriebsaufwand	2 157 185	2 338 096
Verwaltungsaufwand	11 116 141	11 070 791
Werbung	18 760 607	19 954 684
Total übriger betrieblicher Aufwand	74 819 329	84 945 576

Der übrige betriebliche Aufwand reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 10,1 Mio. CHF.

Der Rückgang der Unterhalts- und Reparaturaufwendungen um 9,1 Mio. CHF ist auf die Bildung einer Rückstellung für umfangreiche Gebäudesanierungen im Vorjahr zurückzuführen.

Der Anstieg der Treibstoffpreise im Berichtsjahr bewirkte eine Erhöhung der Ausgangsfrachten um 0,3 Mio. CHF.

Die Reduktion der Werbeaufwendungen ist dem Umstand zuzurechnen, dass im Vorjahr einmalige Konzept- und Produktionskosten für die Lancierung des mit der Werbekampagne «Aus Liebe zum Dorf» zusammenhängenden Online-Wettbewerbs für Vereine anfielen. Die Ausgaben für Kommunikation, Sponsoring, Kundenbindung, Angebots- und Markenwerbung lagen im Rahmen des Vorjahres.

Gesetzliche Angaben nach Art. 959c Abs. 2 OR

10. ANZAHL VOLLZEITSTELLEN IM JAHRESDURCHSCHNITT

	2021	2020
Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	566	552

11. BETEILIGUNGEN

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

12. LEASINGVERBINDLICHKEITEN

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

13. VERPFLICHTUNGEN AUS LANGFRISTIGEN MIETVERHÄLTNISSEN / BAURECHTEN

in CHF	2021	2020
1 - 5 Jahre	2 534 960	2 734 051
Länger als 5 Jahre	29 760 000	30 240 000
Total Verpflichtungen aus langfristigen Mietverhältnissen / Baurechten	32 294 960	32 974 051

14. VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER PERSONALVORSORGE EINRICHTUNGEN

Es bestehen keine Verbindlichkeiten gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen.

15. 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.

16. DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE

in CHF	Kontraktvolumen	Positiver Wiederbeschaffungswert	Negativer Wiederbeschaffungswert
Zinsen			
Interest Rate SWAP	520 000	0	3 675

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

Verwendung des Bilanzgewinns

Der Verwaltungsrat beschloss an seiner Sitzung vom 31. März 2022, der Generalversammlung folgenden Antrag zur Gewinnverwendung zu unterbreiten:

in CHF		2021	2020
Vortrag vom Vorjahr		13 111 910	6 700 373
Jahresgewinn		16 425 716	13 173 537
Total Bilanzgewinn		29 537 626	19 873 910
Dividendenauszahlung	6 %	-1 200 000	-1 200 000
Zuweisung an gesetzliche Gewinnreserven		-405 000	-20 000
Zuweisung an freiwillige Gewinnreserven		-11 658 000	-5 542 000
Vortrag auf neue Rechnung		-16 274 626	-13 111 910
Total Verwendung Bilanzgewinn		-29 537 626	-19 873 910

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, 31. März 2022

Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung

Als Revisionsstelle haben wir die beiliegende Jahresrechnung der Volg Konsumwaren AG, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung, Geldflussrechnung und Anhang, für das am 31. Dezember 2021 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 2021 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)

Sabrina Mazzetto
Zugelassene Revisionsexpertin

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
info@volg.ch
www.volg.ch

Konzept und Redaktion

Volg Konsumwaren AG
Unternehmenskommunikation

Druck

Mattenbach AG, Winterthur

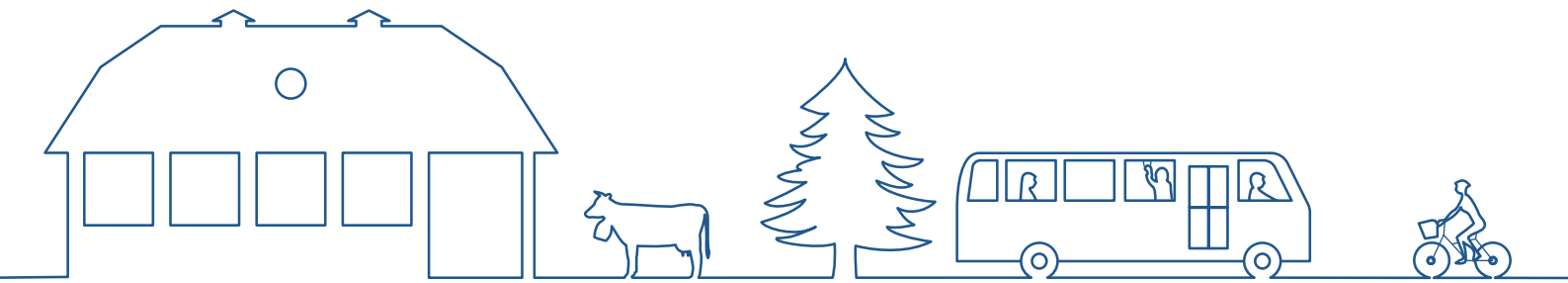
Fotografien

Esther Michel, Zürich
Enzo Lopardo, Winterthur
Mattenbach AG, Winterthur

www.instagram.com/volgch



gedruckt in der
schweiz



*frisch und
fründlich*

Volg