



2022

Volg Konsumwaren AG Geschäftsbericht

Inhalt



Der Dorfladen bereichert das Leben im Dorf

Seiten 4 bis 8



Verkaufskanäle und Umsätze 2022

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 Markus Hämmerli	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	Martin Keller
Delegierter	Philipp Zraggen
Mitglieder	Alice Brüscheiler Bernhard Keusch Daniel Strebel Daniel Zurlinden

REVISIONSSTELLE

Ernst & Young AG, Bern

GESCHÄFTSLEITUNG

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

Stand: 31. Dezember 2022

Der Dorfladen bereichert das Leben im Dorf



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

Sehr geehrte Damen und Herren

Im Volg einkaufen ist beliebt. Sich hier mit Produkten des täglichen Bedarfs zu versorgen steht im Vordergrund. Doch ist es alleiniger Zweck des Dorfladens? Mitnichten. Der nahe gelegene Volg bietet viel mehr als das: Er ist Ort der Begegnung, sozialer Treffpunkt und sympathische Anlaufstelle, bei der man so viel mehr erledigen kann, als «nur» einzukaufen. Sei es Bargeld an der Kasse beziehen, Postgeschäfte tätigen, sein Glück im Lottospielen versuchen oder einen Kaffee für unterwegs mitnehmen. Mehr noch: Beginnt es unverhofft zu regnen, stehen in jedem Volg Regenschirme zum Ausleihen bereit. Die Symbiose von täglichem Einkauf und zusätzlichen Dienstleistungen in Verbindung mit dem lebendigen Austausch der Dorfbewohnerinnen und -bewohner ist ein Mehrwert, der seinesgleichen sucht. Volg-Läden sind vielerorts der Schlüssel zum sozialen Leben auf dem Land, wo Gespräche beim Einkaufen noch dazugehören.

Wie wertvoll die Dienstleistungen im Angebot des Dorfladens sind, beweist ein Meilenstein, den wir zu Beginn des Berichtsjahres feiern durften: die Eröffnung der 400. Postagentur in einem Volg. Für die Schweizerische Post sind wir einer der wichtigsten Partner im Filialnetz, denn gut

ein Drittel aller Postagenturen befindet sich in einem Volg. Mit dieser Dienstleistung bieten wir unseren Kundinnen und Kunden einen besonderen Mehrwert zu attraktiven Öffnungszeiten, der sehr geschätzt wird.

«Mit dem Gesamtpaket von Einkaufen und diversen Dienstleistungen unter einem Ladendach bietet Volg einen Mehrwert, der seinesgleichen sucht. Diesen gilt es zu bewahren und wo sinnvoll auszubauen.»

Philipp Zraggen,

Vorsitzender der Geschäftsleitung

Die Volg-Gruppe realisierte mit 934 Verkaufsstellen (Vorjahr 927) einen Detailhandelsumsatz auf Vorjahresniveau: Sie erzielte einen Umsatz von 1,731 Milliarden Franken (Vorjahr 1,757 Milliarden Franken). Der Rückgang von 1,5 Prozent gegenüber 2021 ist erneut bemerkenswert – zieht man das noch nicht von der Pandemie geprägte Jahr 2019 als Vergleichswert heran, ergibt sich eine Umsatzsteigerung von 13,7 Prozent. Bei den 596 Volg-Dorfläden (Vorjahr 586), dem wichtigsten Absatzkanal der Volg-Gruppe, lag der Umsatz bei 1,301 Milliarden Franken (Vorjahr 1,328 Milliarden Franken). Der Umsatz der 115 belieferten TopShops an Agrola-Tankstellen (Vorjahr 111) wuchs auf 360 Millionen Franken (Vorjahr 343 Millionen Franken). Die von der Volg Konsumwaren AG belieferten 223 Freien Detaillisten (Vorjahr 230), die mehrheitlich unter dem Namen «Prima» auftreten, verzeichneten einen Umsatz von 70 Millionen Franken (Vorjahr 86 Millionen Franken). Über alle Verkaufskanäle hinweg investierte die Volg-Gruppe im Berichtsjahr überdurchschnittlich in die kontinuierliche Modernisierung der Verkaufsstellen und eine noch leistungsfähigere Infrastruktur. Für Erneuerungen und Umbauten von Läden wurden rund 30 Millionen Franken aufgewendet: Mehr als 100 Verkaufsstellen wurden teilweise oder komplett modernisiert. Dies erfolgte mit grossem Augenmerk auf die Nachhaltigkeit – zum Beispiel mit geschlossenen und energieeffizienten Kühlmöbeln, die den Stromverbrauch reduzieren. Auch sparsame LED-Beleuchtung als Ersatz für herkömmliche Leuchtmittel trägt massgeblich zur Senkung des Energieverbrauchs bei.

Der Energieverbrauch ist ein Thema, das Wirtschaft und Gesellschaft im Jahr 2022 massgeblich prägte und uns veranlasst hat, die Weichen frühzeitig zu stellen. Lange bevor eine Energiemangellage prognostiziert wurde, hat Volg eine Vielzahl von Massnahmen in die Wege geleitet, um nachhaltige Energiequellen auszubauen und gleichzeitig den Verbrauch zu senken.

Ein elementarer Bestandteil davon sind Photovoltaikanlagen auf den Dächern der drei Volg-Verteilzentralen in Winterthur, Landquart und Oberbipp, die laufend ausgebaut werden. Auf einer Fläche von insgesamt mehr als 4000 Quadratmetern erzeugen die Solarpanels pro Jahr rund 575 000 Kilowattstunden Strom. Somit werden mehr als 40 Prozent des gesamten Stromverbrauchs unserer Verteilzentralen durch eigene Anlagen gedeckt. Hinzu kommen bauliche Investitionen, die Anschaffung von Notstromaggregaten und konkrete Optimierungen in allen Läden, um den Energieverbrauch zu senken und eine sichere Energieversorgung zu gewährleisten.

«In Sachen Energieversorgung haben wir bereits frühzeitig die Weichen gestellt: mit Photovoltaikanlagen, Notstromaggregaten und vor allem mit baulichen Investitionen in eine nachhaltige Zukunft.»

Martin Keller,
Präsident des Verwaltungsrates



Die meisten dieser Massnahmen werden weitergeführt mit dem übergeordneten Leitziel einer zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung, die bestmöglich im Einklang steht mit der Natur und den Kostbarkeiten, die sie uns bietet.

Zu diesen Kostbarkeiten zählt auch, was auf Feldern gedeiht und an Bäumen wächst. Als Detailhändler erachten wir uns verantwortlich dafür, diese und andere Lebensmittel über die ganze Wertschöpfungskette hinweg sorgsam zu behandeln. Das impliziert unter anderem die Verringerung von Food Waste. Dazu hat sich Volg im Berichtsjahr im Rahmen einer Vereinbarung gegen Lebensmittelverschwendung verpflichtet: Bis 2030 soll die Menge von vermeidbaren Lebensmittelabfällen im Vergleich zu 2017 um die Hälfte verringert werden. Gelingen soll dies unter anderem durch gezielte Aufklärung über die Haltbarkeitsdauer bestimmter Produkte, durch das vermehrte Spenden von nicht rechtzeitig verkauften Lebensmitteln an gemeinnützige Organisationen und durch die Optimierung von Verpackungen. Erste Schritte sind bereits erfolgt: Seit Frühling 2022 informiert eine neue Broschüre darüber, wie lange Lebensmittel über das angegebene Haltbarkeitsdatum hinaus bedenkenlos konsumiert werden können. Neben dieser wichtigen Aufklärungsarbeit spendet Volg jährlich Lebensmittel im Wert von mehreren Hunderttausend Franken. Weiter ausgebaut haben wir die Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Too Good To Go. Mittlerweile bieten bereits rund 85 Prozent aller Volg-Läden sogenannte «Überraschungspäckli» an, mit denen Lebensmittel rechtzeitig gerettet werden.

Nachhaltigkeit spielt auch in der Sortimentsstrategie weiterhin eine bedeutende Rolle. So wurde das Angebot an Frischprodukten, die nach Richtlinien von IP-Suisse produziert werden, erweitert und bei der Eigenmarkenlinie «Volg-Marke» verstärkt auf Bio gesetzt. Nach rund 20 Jahren mit dem bisherigen Verpackungsdesign ist der umfassende Relaunch der Volg-Marke abgeschlossen. Nicht nur die Hülle tritt zeitgemäss auf, teils wurden neue Produkte aufgenommen und bestehende Rezepturen angepasst, um den geänderten Konsumbedürfnissen Rechnung zu tragen. Auch die preisgünstige Linie «Volg Familienpreis» erhielt einen neuen optischen Auftritt.

Wer im Volg einkauft, kommt in den Genuss einer Atmosphäre, die etwas persönlicher ist. Reger Austausch und sympathische Begegnungen sind Teil davon und charakterisieren das Bild des lebendigen Dorfladens, der das Leben auf dem Land bereichert. Wie wichtig der Bevölkerung Austausch und Begegnungen sind, zeigt die grosse Resonanz auf die Wiederaufnahme der ver-

«Der Entscheid für den Ausbau der Kapazitäten der Verteilzentrale Oberbipp ist wegweisend für die weitere Expansion des Verkaufstellennetzes im westlichen Teil unseres Wirtschaftsgebiets.»

Martin Keller,
Präsident des Verwaltungsrates

schiedenen Anlässe, die in den durch die Pandemie geprägten Jahren pausieren mussten. Und davon gab es einige. Die Kurse und Anlässe auf den Volg NATURENA Erlebnishöfen fanden grossen Anklang, darunter der beliebte Volg-Jass und der erstmals durchgeführte Familien-Grillplausch zugunsten der Stiftung Theodora. Das Volg-Dorfturnier, der Event für fussballbegeisterte Kinder von 7 bis 12 Jahren, kürte nach zwei Jahren Pause wieder einen «Schweizer Meister». Und in Appenzell Ausserrhoden wurde Urnäsch zum «Schweizer Dorf des Jahres» gewählt, was mit einem Dorffest für die ganze Bevölkerung gefeiert wurde, das Volg als Hauptsponsor dieses nationalen Wettbewerbs ausrichtete.

Das etwas persönlichere Einkaufserlebnis überhaupt erst möglich machen die engagierten Mitarbeitenden. Die kundenorientierte und arbeitsintensive Detailhandelsbranche ist mehr denn je gefordert, qualifizierte Fachkräfte zu rekrutieren und Talente zu fördern. Umso wichtiger ist die Rekrutierung, Bindung und Förderung bestehender Mitarbeitender, unter anderem durch vielfältige interne Weiterbildungsmöglichkeiten.

In diesem Bereich ist Volg auf gutem Weg. Das Talentmanagement wurde weiter ausgebaut und die neu eingeführten Projekt- und Führungswochen für Lernende zeigten den Verkaufstalente von morgen ihre Perspektiven auf. Bei der Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden im Verkauf gelang Volg 2022 ein Meilenstein: die Einführung des «Learning Management Systems» (LMS) für das umfangreiche Kursangebot. Von der Anmeldung über ergänzendes E-Learning bis



«Im Bereich IT-Projekte, Digitalisierung und Prozessoptimierung haben wir 2022 beachtliche Fortschritte erzielt, von denen wir die nächsten Jahre profitieren werden.»

Philipp Zraggen,
Vorsitzender der Geschäftsleitung

hin zur Nachbereitung werden damit die meisten Prozesse neu elektronisch abgewickelt. Diese Entwicklung geht einher mit weiteren Fortschritten im Bereich der Digitalisierung – auch in anderen Bereichen wurden im Berichtsjahr zahlreiche IT-Projekte angestossen, um für betriebliche Herausforderungen aller Art optimal gerüstet zu sein. Beim Ausbau digitaler Ressourcen, im Bereich übergreifender Projekte und hinsichtlich Nachfolgeregelungen im oberen Kader dürfen wir auf erfahrene Fachkräfte aus den eigenen Reihen zählen. Talente werden damit auch auf interner Ebene gefördert.

Ausblick 2023

Ebenso wichtig wie die gezielte Nachwuchsförderung und die Gewinnung qualifizierter Fachkräfte ist der Ausbau der Infrastruktur-Kapazitäten, um das Wachstum voranzutreiben. Die Verteilzentrale Oberbipp steht dabei im Fokus. Aus einem erfreulichen Grund: In den letzten zehn Jahren ist hier das Warenvolumen dank den steigenden Umsätzen der 550 belieferten Verkaufsstellen und der Expansion in die Westschweiz deutlich gewachsen. Da sich der Platzbedarf – insbesondere im Frischelager und im Getränkebereich – entsprechend erhöht hat und die Verteilzentrale an die Grenzen ihrer Kapazität stösst, möchten wir diese auf dem angrenzenden Grundstück erweitern.

Das anhaltende Wachstum in der Westschweiz ist mit ein Grund, unsere Kundinnen und Kunden ab Anfang 2023 noch intensiver zu informieren und zu inspirieren: Das französischsprachige Kundenmagazin «frais & sympa» erscheint ab 2023 mit zwei zusätzlichen Ausgaben neu sechsmal jährlich. Was sich bewährt hat, wird weitergeführt. Das gilt unter anderem für beliebte Anlässe und die mehrjährige Partnerschaft mit der Stiftung Theodora, die mit ihren Traumdoktoren Kindern im Spital Freude und Abwechslung schenkt. Die Präsenz in den Medien werden wir mit interaktiven Formaten wie dem Online-Gewinnspiel «Chörbli-Bingo» und neuen TV-Spots weiter ausbauen. Beim Sortiment werden wir die nachhaltigen Aspekte stärken, indem wir beispielsweise künftig ausschliesslich Bananen aus biologischem Anbau anbieten.

Herzlichen Dank!

Die Rahmenbedingungen im Detailhandel bleiben herausfordernd. Was 2022 massgeblich zum Erfolg beigetragen hat, wird daher 2023 noch wichtiger – dem persönlichen Austausch mit unseren geschätzten Kundinnen und Kunden, denen wir für ihre Treue herzlich danken, wird noch mehr Augenmerk geschenkt. Damit das Einkaufen im Volg auch künftig nicht nur wegen der geografischen Nähe, sondern auch aus Freude am «Poschten im Dorf» die naheliegendste Wahl ist, gilt es diese Mehrwerte täglich zu leben und stetig auszubauen. Dabei bleiben wir offen für neue Ideen, die das Gesamtpaket unserer Dorfläden als beliebte Einkaufs- und Begegnungsorte weiter stärken. Deren unschätzbare Grundpfeiler sind die engagierten Mitarbeitenden – sie sind das Gesicht von Volg in den Läden, sorgen für reibungslose Abläufe und lenken die Organisation im Hintergrund. Ihnen gebühren unser grösster Dank und unsere höchste Wertschätzung.



Martin Keller
Präsident des Verwaltungsrates



Philipp Zraggen
Vorsitzender der Geschäftsleitung



Im Rahmen seines gesellschaftlichen Engagements ist Volg Partner der Stiftung Theodora. Volg unterstützt die wertvolle Tätigkeit der Stiftung, die Kindern im Spital mit Besuchen von Traumdoktoren Abwechslung und Freude schenkt. Nebst verschiedenen Aktivitäten in den Volg-Läden veranstaltet Volg zugunsten der Stiftung Anlässe für Familien wie Jassturniere, Grillfeste oder Familienbrunchs auf den Volg NATURENA Erlebnishöfen.

Highlights aus den Geschäftsbereichen



VERKAUF VOLG / TOPSHOP

Gezielte Service-Erweiterungen: In Leuggern AG wurde am 17. Februar 2022 die 400. Postagentur in einem Volg-Laden eröffnet. Das Erfolgsmodell «Post im Dorfladen» gewährleistet, dass die Kundinnen und Kunden ihre Postgeschäfte während sehr attraktiven Öffnungszeiten weiterhin im Dorf tätigen können. Seit der Eröffnung der ersten Postagentur in einem Volg im Jahr 2005 wurden die Dienstleistungen schrittweise optimiert und erweitert. So wird das ursprüngliche Selbstbedienungsmodul durch ein Angebot ersetzt, bei dem die Kundinnen und Kunden an einer separaten Theke direkt bei der Kasse bedient werden. Diese Umstellung wird Ende 2023 abgeschlossen sein.



Im Rahmen eines Testbetriebs wurden 2022 in zwei TopShop-Tankstellenshops verschiedene digitale Hilfsmittel wie elektronische Regaletiketten, Informationsbildschirme sowie eine digitale Kassenassistenten eingeführt. Ziel ist es, den Mehrwert digitaler Entwicklungen für die Kundschaft zu evaluieren.



KOMMUNIKATION / WERBUNG

«Effie Award» für Werbekampagne 2022: Vereine gehören zum Dorfleben – wie Volg mit seinen rund 600 Dorfläden. Am Online-Vereinswettbewerb, den Volg zwischen Frühling und Sommer 2021 durchführte, nahmen über 1800 Schweizer Vereine verschiedenster Sparten teil, um Preisgelder in der Höhe von insgesamt 65 000 Franken für ihre Vereinskasse zu gewinnen. Für die darauf aufbauende Werbekampagne wurde Volg im November 2022 vom Verband der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz mit dem bronzenen «Effie Award» ausgezeichnet.





BESCHAFFUNG

Markantes Umsatzwachstum: Nach dem umfassenden Verpackungsrelaunch der Eigenmarkenlinien «Volg-Marke» und «Volg Familienpreis» präsentieren sich beide Linien in einem optisch modernisierten Verpackungsdesign und entwickeln sich sehr erfreulich. Beispielsweise stieg seit dem Relaunch der Umsatz sämtlicher Biere der Marke «Volg», die von der Volg-Schwesterfirma Ramseier hergestellt werden, entgegen dem allgemeinen Markttrend um durchschnittlich rund 7 Prozent. Die Umsatzsteigerung bei zahlreichen weiteren Eigenmarkenprodukten seit der Umstellung zeigt, dass die zwei Linien bei den Kundinnen und Kunden grosses Vertrauen geniessen.



ACADEMY

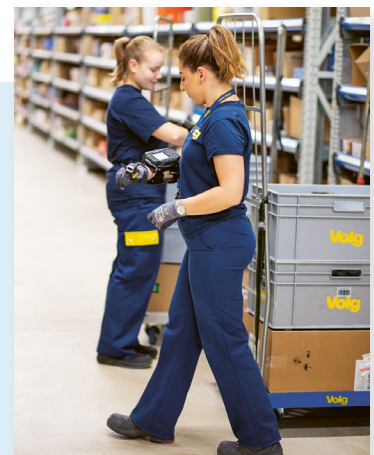
Start Umsetzung Grundbildungsreform: Die Ausbildungsgrundlagen der Berufe im Detailhandel wurden im Rahmen der «Grundbildungsreform 2022+» angepasst, um den aktuellen Entwicklungen in der Branche Rechnung zu tragen und unsere rund 400 Lernenden auf die zukünftigen Anforderungen und die zunehmende Digitalisierung in der Arbeitswelt vorzubereiten. Sämtliche neuen Lerninhalte konnten in der Volg Academy fristgerecht zum Ausbildungsbeginn 2022 eingeführt werden.

Insgesamt hat die Volg Academy an 640 Kurstagen 6250 Teilnehmende in verschiedenen Fach- und Führungskursen praxisorientiert aus- und weitergebildet. Die erfolgreich eingeführte LMS-Plattform («Learning Management System») bietet dabei in Verbindung mit der neuen personalisierten E-Mail-Adresse für Ladenleitende die optimale Grundlage für die vollständig digitalisierte Abwicklung aller Prozesse von der Anmeldung bis hin zur Nachbereitung der Kurse.



LOGISTIK / INFORMATIK

Optimierung der IT-Lösungen: Alle drei Verteilzentralen wurden im Berichtsjahr mit neuen MDE-Geräten zur Wareneingangskontrolle sowie zur Kommissionierung ausgestattet. Damit konnte eine deutliche Systemverbesserung im ERP-Softwaresystem, das die Abwicklung der unternehmensspezifischen Kernprozesse unterstützt, erzielt werden. Die neuen Geräte entsprechen in Leistung und Ressourceneffizienz dem neuesten Stand und stellen sicher, dass die Mitarbeitenden im Lagerbereich ihre Aufgaben optimal erledigen können.



Verkaufsstellenstruktur und Kennzahlen

VOLG



2022	2021
596 LÄDEN	586 LÄDEN

UMSATZ 2022
1 301 Mio. Fr.
(2021 1 328 Mio. Fr.)

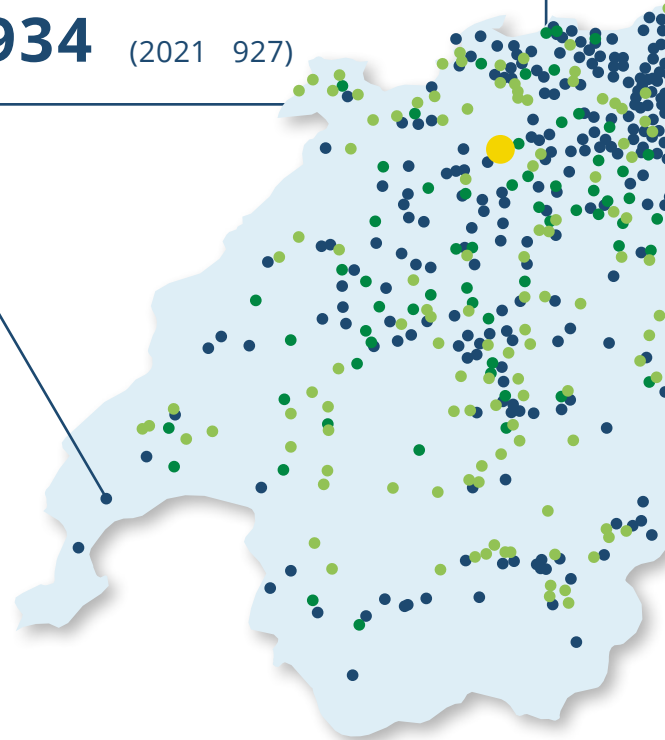
DETAILHANDELSUMSATZ 2022

1 731 Mio. Fr.

(2021 1 757 Mio. Fr.)

TOTAL VERKAUFSSTELLEN 2022

934 (2021 927)



POSTAGENTUREN

2022	2021
Volg 412	Volg 398
Partner 63	Partner 67

TOPSHOP



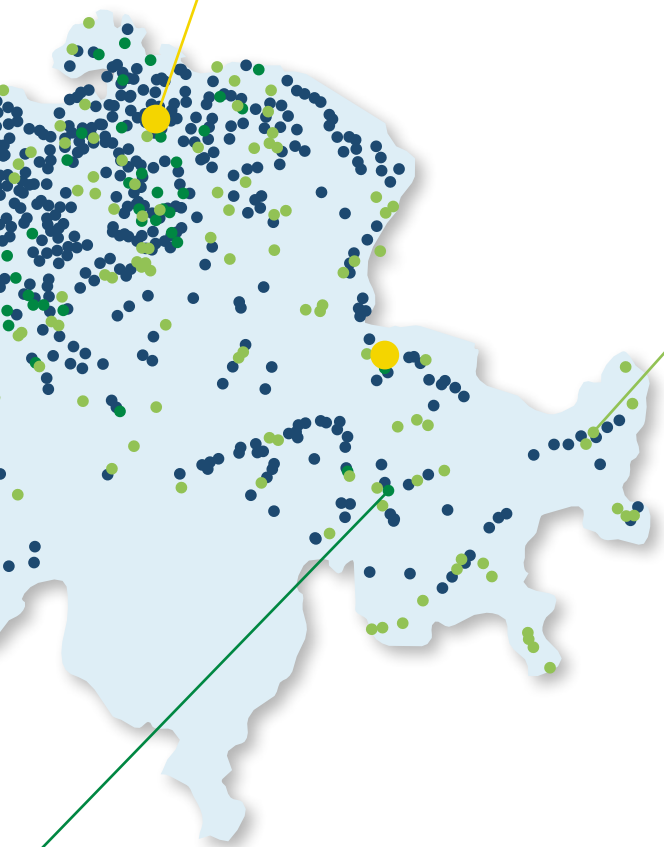
2022	2021
115 SHOPS	111 SHOPS

UMSATZ 2022
360 Mio. Fr.
(2021 343 Mio. Fr.)

VERTEILZENTRALEN UND VERWALTUNG



ANZAHL MITARBEITENDE	2022	2021
Winterthur	435	435
Landquart	94	95
Oberbipp	186	189
Total	715	719



PRIMA*



2022	2021
223 LÄDEN	230 LÄDEN

UMSATZ 2022
70 Mio. Fr.
 (2021 86 Mio. Fr.)

* einschliesslich Freie Detaillisten

UMSATZANTEILE

in Mio. Fr.	2022	2021
Volg Detailhandels AG	678	677
LANDI-Genossenschaften	574	606
Private Detaillisten	49	45
Total Volg-Läden	1 301	1 328
Prima / Freie Detaillisten	70	86
Total Dorfläden	1 371	1 414
TopShops	360	343
Total Volg-Gruppe	1 731	1 757

ANZAHL VERKAUFSSTELLEN

	2022	2021
Volg Detailhandels AG	346	337
LANDI-Genossenschaften	214	219
Private Detaillisten	36	30
Total Volg-Läden	596	586
Prima / Freie Detaillisten	223	230
Total Dorfläden	819	816
TopShops	115	111
Total Volg-Gruppe	934	927

Unsere Verantwortung

Wichtige Nachhaltigkeitsprojekte und -massnahmen im Jahr 2022

Sortiment

Mitarbeitende

Umwelt

Gesellschaft

MÄRKLI-SAMMELAKTION FÜR DIE UKRAINE



Im Rahmen der im April 2022 durchgeführten Sammelaktion konnten Volg-Kundinnen und -Kunden die Märkli, die sie für jeden Einkauf im Volg erhalten, zwei Wochen lang für die Menschen in der Ukraine spenden. Insgesamt wurden 46 Kilogramm Märkli und 790 volle Markenbüechli im Gegenwert von total 51 155 Franken in die Sammelboxen in den Volg-Läden gelegt. Der Wert der gespendeten Märkli wurde von Volg verdoppelt und der gesamte Erlös von 102 310

Franken an das Schweizerische Rote Kreuz SRK überwiesen. Die älteste Hilfsorganisation der Schweiz engagiert sich seit 1866 für Menschen in Not und unterstützt aktiv die humanitäre Hilfe für die Ukraine.



100% TRANSPARENZ

Die Verpackungen aller Produkte der beiden Eigenmarkenlinien «Volg-Marke» und «Volg Familienpreis» enthalten auf der Vorderseite die sogenannte Lebensmittel-Ampel «Nutri-Score». Der Index bewertet die Nährwerte der Produkte anhand einer farbigen Skala von A bis E. Volg ist der erste Detailhändler in der Schweiz, der auf freiwilliger Basis den «Nutri-Score» bei seinen Eigenmarkenlinien vollständig mit dem Ziel integriert hat, den Kundinnen und Kunden einen Mehrwert zu bieten und ihnen den schnellen Vergleich von Nährwerten ähnlicher Produkte zu ermöglichen.



ENGAGEMENT FÜR LÄNGEREN GENUSS



Mit verschiedenen Massnahmen engagiert sich Volg seit Jahren dafür, Food Waste zu reduzieren. Im Mai 2022 hat Volg gemeinsam mit weiteren Unternehmen und Verbänden der Lebensmittelbranche eine Vereinbarung zur Reduktion der Lebensmittelverluste unterzeichnet. Damit verpflichtet sich Volg, den vermeidbaren

Food Waste bis 2030 zu halbieren. Um die Kundinnen und Kunden aktiv für die längere Haltbarkeit von abgelaufenen Lebensmitteln zu sensibilisieren, wurde in allen Volg-Läden als freiwillige Massnahme eine Broschüre mit den wichtigsten Informationen zur Datierung und korrekten Lagerung von Lebensmitteln abgegeben.

100% SCHWEIZER MOZZARELLA



Der Anteil Schweizer Produkte ist im Volg überdurchschnittlich hoch. Über 98 Prozent aller Molkereiprodukte aus Milch – vom Joghurt bis zur Frischmilch – stammen aus der Schweiz. Auch die

typisch italienische Käsespezialität Mozzarella ist ein echter Schweizer. Jeder im Volg erhältliche Mozzarella – sei es die klassische Kugel, die Minikugel oder die Stangenform – wird in der Schweiz aus nachhaltiger Kuhmilch von Schweizer Tieren hergestellt.

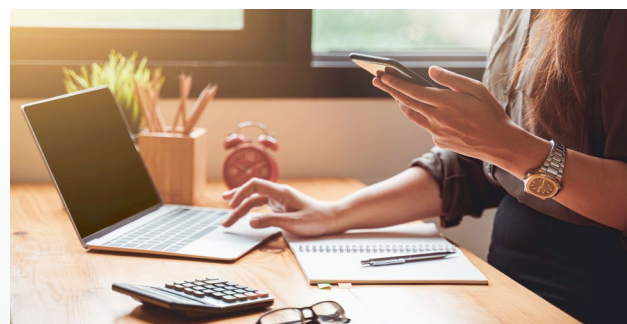




CARITAS Markt

HELFFEN, WO HILFE NOTTUT

Seit vielen Jahren pflegt Volg eine Partnerschaft mit karitativen Organisationen wie «Tischlein deck dich» oder der Stiftung Schweizer Tafel und spendet ihnen Lebensmittel, die nicht mehr verkauft werden können. Auch die 21 Caritas-Märkte in der Schweiz werden von Volg unterstützt. Dank der Caritas können Menschen in finanzieller Not Grundnahrungsmittel, Frischprodukte und Hygieneartikel zu stark ermässigten Preisen einkaufen. Volg überlässt der Caritas jährlich Produkte der Eigenmarkenlinien «Volg-Marke» und «Volg Familienpreis» im Wert von mehreren Hunderttausend Franken zum Selbstkostenpreis.



FLEXIBLES ARBEITEN IM HOMEOFFICE

Nach der Corona-Pandemie, während der viele Mitarbeitende im Homeoffice gearbeitet haben, hat Volg im Rahmen der Überarbeitung des Personalreglements beschlossen, ein flexibles Arbeitszeitmodell einzuführen und den Mitarbeitenden in der Verwaltung die vertraglich festgelegte Möglichkeit zu geben, weiterhin im Homeoffice zu arbeiten. Je nach Arbeitspensum und sofern die Arbeitstätigkeit auch im Homeoffice umsetzbar ist, kann so bis zu 2,5 Tage pro Woche von zu Hause aus gearbeitet werden.

BEITRAG ZUR NACHHALTIGEN MOBILITÄT

An allen drei Verteilzentralen in Winterthur, Landquart und Oberbipp wurden Tiefgaragenplätze bzw. Parkplätze für die Mitarbeitenden wie auch Besucherparkplätze mit Ladestationen für Elektrofahrzeuge ausgerüstet. So vereinfacht Volg den Umstieg auf zukunftsgerichtete Mobilität und leistet gleichzeitig einen wichtigen Beitrag zur Senkung des CO₂-Ausstosses im Verkehr.



NACHHALTIGE VERPACKUNGEN

Der Umwelt zuliebe engagiert sich Volg aktiv für die Reduktion von Plastik und stellt beispielsweise bei den Gemüseverpackungen Schritt für Schritt auf nachhaltigere Alternativen um. Agri-Natura-Kartoffeln und -Rüebli werden seit 2022 in FSC®-zertifiziertem Papier und Zellulosefolie verpackt. Dank dieser Massnahme spart Volg 21 Tonnen Plastik im Jahr ein. Die Verpackung kann mit dem Altpapier recycelt werden.



Inoverde

AGRIE NATURA

Raclette Kartoffeln

Raclette pommes de terre

1kg

Im Gespräch mit Markus Hämmerli:

«Mehr denn je wird darauf geachtet, woher Früchte und Gemüse stammen»

Als kompetenter Partner für Früchte, Gemüse und Kartoffeln ist Inoverde (ehemals fenaco Landesprodukte) ein wichtiges Bindeglied zwischen Produzenten, Händlern sowie Konsumentinnen und Konsumenten. Hier läuft alles zusammen: von der Anbauplanung über die Produktübernahme und Lagerung bis hin zum Abpacken und zur Logistik. Departementsleiter Markus Hämmerli blickt mit uns auf ein anspruchsvolles Jahr zurück.

Herr Hämmerli, über 85 Prozent der Erzeugnisse, die Inoverde anbietet, stammen aus der Schweiz. Wie bewerten Sie die langfristige Entwicklung in diesem Sortimentsbereich?

Als Unternehmen im Besitz der Schweizer Bäuerinnen und Bauern haben wir grösstes Interesse daran, den Detailhandel in erster Linie mit Früchten, Gemüse und Kartoffeln aus einheimischer Produktion zu versorgen. Die Nachfrage danach steigt laufend. Darum haben wir unter anderem in die Lagertechnik bei Äpfeln und Birnen investiert und können einzelne Sorten fast zwölf Monate hindurch anbieten. Zudem stellen wir fest, dass beim Einkauf heute mehr denn je darauf geachtet wird, woher die Produkte stammen. Die Schweizer Herkunft ist sozusagen ein Gütesiegel.

Gab es etwas, das Sie 2022 überrascht hat?

Tatsächlich war die ausgezeichnete Ernte der Lagerkarotten wegen der lang anhaltenden Trockenheit nicht zu erwarten gewesen. Wir verdanken es dem schönen Herbst, dass sich die Kulturen so positiv entwickelt haben. Die Natur hält immer wieder Überraschungen für uns bereit!

Inwiefern haben sich die gestiegenen Rohstoff- und Logistikkosten auf Ihre Arbeit ausgewirkt?

Höhere Kosten führen unmittelbar zu höheren Produktpreisen. Für uns besonders ins Gewicht fallen die Energiekosten für Lager und Aufbereitung sowie für den Transport. Da hilft es, dass wir bereits vor Jahren damit begonnen haben, auf den Dächern unserer

Standorte Photovoltaikanlagen zu installieren. Dadurch sind wir den Schwankungen des Strommarktes weniger ausgesetzt.

Welche Meilensteine würden Sie im Rückblick auf 2022 hervorheben?

Besonders stolz bin ich, dass wir dem Detailhandel nach den Richtlinien von IP-Suisse produzierte Kartoffeln, Karotten, Zwiebeln und seit Kurzem auch Kernobst anbieten können.

Welche Herausforderungen sehen Sie in den kommenden zwei, drei Jahren auf sich zukommen?

In den letzten Jahren haben wir sehr stark in Nachhaltigkeitsaspekte investiert, etwa in die Einführung von Papierverpackungen oder in den Ausbau des Biosortiments. Wir spüren, dass die Kundinnen und Kunden ihre Einkaufsgewohnheiten aufgrund wirtschaftlicher Unsicherheiten anpassen, und sind gefordert, sie auch künftig vom Mehrwert dieser Produkte zu überzeugen.

Mit welchen fünf Wörtern würden Sie die Zusammenarbeit mit Volg beschreiben?

Verlässlich, partnerschaftlich, berechenbar, hartnäckig und transparent. Wir wissen es sehr zu schätzen, mit Volg einen so starken Partner zu haben.

Finanzieller Bericht

Finanzkennzahlen 2022	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
22

Finanzkennzahlen 2022

Nachfolgende Finanzkennzahlen sind als Resümee der Jahresrechnung 2022 zu verstehen und geben Auskunft über die Finanz-, Vermögens- und Ertragslage der Volg Konsumwaren AG.

965 Mio.
Franken

WARENVERKAUFSERLÖS

46,5
Prozent

**EIGEN-
FINANZIERUNGSGRAD**

-1,9
Prozent

UMSATZRÜCKGANG

19,1 Mio.
Franken

JAHRESGEWINN

269 Mio.
Franken

BILANZSUMME

6
Prozent

DIVIDENDE

Bilanz per 31. Dezember

AKTIVEN

in CHF	Anhang	2022	2021
Flüssige Mittel		3 400	5 632
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1	155 013 657	148 573 446
Übrige kurzfristige Forderungen		2 686 450	3 945 282
Vorräte		21 444 910	26 422 777
Aktive Rechnungsabgrenzungen		4 499 200	4 192 221
Umlaufvermögen		183 647 617	183 139 358
Finanzanlagen		0	45 187
Beteiligungen		59 300	59 300
Sachanlagen	2	85 231 533	90 593 926
Anlagevermögen		85 290 833	90 698 413
Total Aktiven		268 938 450	273 837 771

Die Bilanzsumme der Volg Konsumwaren AG sank zum Bilanzstichtag am 31. Dezember 2022 gegenüber dem Vorjahr um 1,8 % auf 268,9 Mio. CHF. Das Umlaufvermögen erhöhte sich um 0,5 Mio. CHF, wohingegen sich der Wert des Anlagevermögens aufgrund geringerer Investitionstätigkeit und höherer Abschreibungen um 5,4 Mio. CHF verminderte.

Innerhalb des Umlaufvermögens sanken die Warenbestände um knapp 5,0 Mio. CHF, da im Vorjahr aufgrund der Pandemie und der damit verbundenen Unsicherheiten hinsichtlich Nachfrageschwankungen und Verfügbarkeiten in der Lieferkette – vor allem im Bereich Nearfood – gezielt höhere Lagerbestände gehalten wurden. Mit der behördlichen Aufhebung der ausserordentlichen Lage im Frühjahr 2022 wurden die Lagerbestände der normalisierten Risikolage angepasst.

	2022	2021
Liquiditätskennzahl ¹	152,0 %	153,3 %

¹ Umlaufvermögen / kurzfristiges Fremdkapital × 100 %

Die Liquiditätskennzahl, anhand deren die Liquiditätslage bestimmt wird, konnte gegenüber dem Vorjahr auf hohem Niveau gehalten werden und sank lediglich um 1,3 Prozentpunkte.

PASSIVEN

in CHF	Anhang	2022	2021
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3	41 063 972	48 557 926
Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	4	3 102 709	3 619 274
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	5	10 889 401	5 842 112
Passive Rechnungsabgrenzungen		58 458 427	56 540 406
Kurzfristige Rückstellungen	7	7 292 426	4 893 455
Kurzfristiges Fremdkapital		120 806 935	119 453 173
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	6	0	30 000 000
Übrige langfristige Verbindlichkeiten		919 000	908 000
Langfristige Rückstellungen	7	22 209 327	16 401 972
Langfristiges Fremdkapital		23 128 327	47 309 972
Total Fremdkapital		143 935 262	166 763 145
Aktienkapital		20 000 000	20 000 000
Gesetzliche Gewinnreserven		10 000 000	9 595 000
Freiwillige Gewinnreserven		59 600 000	47 942 000
Vortrag vom Vorjahr		16 274 626	13 111 910
Jahresgewinn		19 128 562	16 425 716
Total Bilanzgewinn		35 403 188	29 537 626
Total freiwillige Gewinnreserven		95 003 188	77 479 626
Total Eigenkapital		125 003 188	107 074 626
Total Passiven		268 938 450	273 837 771

Im abgelaufenen Geschäftsjahr veränderte sich die Finanzierungssituation wesentlich. Während sich das Fremdkapital um 22,8 Mio. CHF reduzierte, stieg das Eigenkapital um 17,9 Mio. CHF an.

Zur Reduktion des Fremdkapitals trug vor allem der Umstand bei, dass das Darlehen der fenaco Genossenschaft im Umfang von 30,0 Mio. CHF per Mitte Jahr zurückbezahlt wurde.

Die Erhöhung des Eigenkapitals ist auf den höheren Jahresgewinn sowie die Thesaurierung des Gewinns aus dem Vorjahr zurückzuführen.

	2022	2021
Anlagedeckungsgrad ²	138,8 %	131,8 %
Eigenfinanzierungsgrad ³	46,5 %	39,1 %

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

³ Eigenkapital / Total Passiven × 100 %

Die Kennzahlen zur Beurteilung der Finanzierungssituation und der Vermögenslage verbesserten sich gegenüber dem Vorjahr merklich.

Erfolgsrechnung vom 1. Januar bis 31. Dezember

ERFOLGSRECHNUNG

in CHF	Anhang	2022	2021
Warenverkaufserlös	8	964 530 858	983 235 295
Dienstleistungserlös		23 361 343	21 207 747
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen		987 892 201	1 004 443 042
Warenaufwand		-820 061 951	-844 334 722
Betriebsertrag		167 830 250	160 108 320
Personalaufwand		-56 632 532	-55 717 759
Übriger betrieblicher Aufwand	9	-76 364 232	-74 819 329
Total Betriebsaufwand		-132 996 764	-130 537 088
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)		34 833 486	29 571 232
Abschreibungen		-8 723 785	-6 953 954
Verluste aus Abgang mobiler Sachanlagen		-6 769	-26 427
Gewinne aus Abgang mobiler Sachanlagen		31 519	14 566
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)		26 134 451	22 605 417
Finanzaufwand		-224 469	-413 968
Finanzertrag		364 176	301 235
Ergebnis vor Steuern (EBT)		26 274 158	22 492 684
Direkte Steuern		-7 145 596	-6 066 968
Jahresgewinn		19 128 562	16 425 716

Den unterschiedlichen politischen und wirtschaftlichen Einflüssen, die das Wirtschaftsleben in der Schweiz im abgelaufenen Geschäftsjahr prägten, konnte sich die Volg Konsumwaren AG nicht entziehen. Sie erzielte einen Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen von 987,9 Mio. CHF, was einem nominalen Umsatzminus von 1,6 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Während die Aufhebung der Pandemiemassnahmen zu einer Umsatzabnahme im Vergleich zum Vorjahr führte, federten die Zunahme der Anzahl der belieferten Verkaufsstellen und die allgemeine Teuerung diese negative Umsatzentwicklung ab. Der Warenaufwand reduzierte sich absatz- und sortimentsbedingt um 2,9 %.

Der Betriebsaufwand stieg gegenüber dem Vorjahr um 2,5 Mio. CHF an, wobei sich der personelle wie auch der betriebliche Aufwand erhöhten. Der Anstieg des Personalaufwands ist nebst der Lohnrunde auch den erhöhten Sozialausgaben geschuldet. Beim übrigen betrieblichen Aufwand war die Teuerung der Haupttreiber der erhöhten Ausgaben. Die im Vorjahr realisierten Um- und Ausbauten der Verteilzentrale und des Verwaltungsgebäudes in Winterthur führten zu höheren Abschreibungen.

In einem wiederum anspruchsvollen Geschäftsjahr, das anfänglich von der Pandemie und danach vom Anstieg der Teuerung geprägt war, gelang es der Volg Konsumwaren AG dank haushälterischem Verhalten auf der Ausgabenseite, den Jahresgewinn um 2,7 Mio. CHF auf 19,1 Mio. CHF zu erhöhen.

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	2022	2021
Dritte	14 481 728	11 523 735
Beteiligte	140 291 197	136 736 378
LANDI	240 732	313 333
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	155 013 657	148 573 446

Der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen betrug 6,4 Mio. CHF. Mit rund 6,0 Mio. CHF Saldozunahme gegenüber dem Vorjahr steuerte das Kontokorrent mit der fenaco Genossenschaft, das per 31. Dezember 2022 mit einem Saldo von 59,5 Mio. CHF in den Büchern bilanziert ist, den höchsten Anteil an dieser Entwicklung bei.

2. SACHANLAGEN

in CHF	2022	2021
Techn. Anlagen, Maschinen und Mobilien	7 194 621	8 869 635
Fahrzeuge	1 657 309	1 735 835
Anlagen im Bau	200 762	96 524
Immobilien	76 178 841	79 891 932
Total Sachanlagen	85 231 533	90 593 926

Die Volg Konsumwaren AG tätigte im Geschäftsjahr 2022 grösstenteils Ersatzinvestitionen im Umfang von 3,4 Mio. CHF (Vorjahr 9,7 Mio. CHF).

3. VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in CHF	2022	2021
Dritte	29 063 094	35 067 030
Beteiligte	11 980 022	13 479 984
LANDI	20 856	10 912
Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	41 063 972	48 557 926

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen nahmen zum Bilanzstichtag um 7,5 Mio. CHF ab, was im Zusammenhang mit dem Kreditorenmanagement und dem Zeitpunkt der letzten Zahlungsaufträge im abgelaufenen Geschäftsjahr steht.

4. KURZFRISTIGE VERZINSLICHE VERBINDLICHKEITEN

in CHF	2022	2021
Dritte	3 102 709	3 619 274
Total kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	3 102 709	3 619 274

Fälschlicherweise wurden die Kautionen im Vorjahr unter den langfristig verzinslichen Verbindlichkeiten gezeigt. Dies wurde in den aktuellen Zahlen sowie in den Vorjahreszahlen korrigiert.

5. ÜBRIGE KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN

in CHF	2022	2021
Dritte	10 886 917	5 838 220
Beteiligte	75	109
LANDI	2 409	3 783
Total übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	10 889 401	5 842 112

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten stiegen gegenüber dem Vorjahr um 5,0 Mio. CHF an, was einer Verbindlichkeit im Umfang von 4,0 Mio. CHF zur Äufnung der Arbeitgeberbeitragsreserven zu Lasten des Geschäftsjahres 2022 geschuldet ist.

6. LANGFRISTIGE VERZINSLICHE VERBINDLICHKEITEN

in CHF	2022	2021
Beteiligte	0	30 000 000
Total langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	0	30 000 000
Davon fällig in 1 – 5 Jahren	0	30 000 000
Total langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	0	30 000 000

Die langfristigen verzinslichen Verbindlichkeiten nahmen gegenüber dem Vorjahr um 30,0 Mio. CHF ab, da das langfristige Darlehen der Muttergesellschaft fenaco aufgrund der sehr guten Liquiditätslage der Volg Konsumwaren AG per 30. Juni 2022 zurückbezahlt werden konnte.

7. KURZFRISTIGE UND LANGFRISTIGE RÜCKSTELLUNGEN

in CHF	2022	2021
Personal	4 183 507	4 097 592
Renovationen	13 816 603	12 127 502
Gebinde	969 441	942 585
Sonstige Rückstellungen	10 532 202	4 127 748
Total Rückstellungen	29 501 753	21 295 427

Die Rückstellungen erhöhten sich gesamthaft um netto 8,2 Mio. CHF. Auch aufgrund der für 2023 geplanten zweiten Sanierungsetappe des Verwaltungsgebäudes in Oberwinterthur wurde die bestehende Rückstellung für Renovationen um 1,7 Mio. CHF erhöht. Die Position sonstige Rückstellungen, unter der Rabattmarken und Papiergutscheine im Umlauf bilanziert werden, erhöhte sich um 6,4 Mio. CHF, wobei die Rückstellung für Volg-Märkli im Umlauf neu beurteilt und per 31. Dezember 2022 um 6,3 Mio. CHF angepasst wurde.

8. WARENVERKAUFSERLÖS

in CHF	2022	2021
Frischprodukte	383 897 709	387 858 821
Food	159 296 787	163 423 974
Nearfood	289 315 037	297 934 293
Getränke	119 325 361	120 836 233
Diverses inkl. Economat	12 695 964	13 181 974
Total Warenverkaufserlös	964 530 858	983 235 295

Mit der Belieferung der 934 Verkaufsstellen (Vorjahr 927) erzielte die Volg Konsumwaren AG einen Warenverkaufserlös von 964,5 Mio. CHF, was einem nominalen Umsatzrückgang von 1,9 % entspricht.

Während die Aufhebung der Pandemiemassnahmen zu einer Umsatzvolumenabnahme im schweizerischen Lebensmitteldetailhandelsmarkt gegenüber dem Vorjahr führte, wirkten für die Volg Konsumwaren AG die Zunahme der Anzahl der belieferten Verkaufsstellen und die allgemeine Teuerung diesem Negativtrend dämpfend entgegen.

Vom Rückgang des Warenverkaufserlöses am stärksten betroffen war die Sparte Nearfood. Die darin enthaltene Warengruppe Tabakwaren verlor wertmässig knapp 5,0 Mio. CHF, wohingegen innerhalb der Sparte Frischprodukte bei den Warengruppen Brot und Backwaren sowie Tiefkühlprodukte eine Erhöhung der Warenverkaufserlöse um knapp 5,0 Mio. CHF realisiert wurde.

Obwohl bei den alkoholfreien Getränken ein Umsatzplus von 5 % verzeichnet wurde, sank der Warenverkaufserlös der Getränkesparte um 1,3 %. Zum Umsatzminus beigetragen haben die Warengruppen Bier, Weine und Spirituosen, was dem veränderten Einkaufsverhalten respektive dem Wiedererstarben der Gastronomiebranche zuzuschreiben ist.

9. ÜBRIGER BETRIEBLICHER AUFWAND

in CHF	2022	2021
Mietaufwand	1 818 039	1 809 635
Unterhalt und Reparaturen	5 719 843	5 497 308
Ausgangsfrachten	35 958 097	34 404 698
Energieaufwand	1 128 357	1 073 755
Übriger Betriebsaufwand	2 147 926	2 157 185
Verwaltungsaufwand	10 387 707	11 116 141
Werbung	19 204 263	18 760 607
Total übriger betrieblicher Aufwand	76 364 232	74 819 329

Der übrige betriebliche Aufwand wuchs gegenüber dem Vorjahr um 1,5 Mio. CHF an, was einem Kostenwachstum von 2,1 % entspricht.

Die Steigerung der Ausgangsfrachten ist nebst der zusätzlichen Belieferung von netto sieben neuen Verkaufsstellen auf den Anstieg der Treibstoffpreise zurückzuführen.

Auch der Energieaufwand erfuhr ein Wachstum von netto 5,1 %. Dank den in den Vorjahren getätigten Investitionen in alternative Energien konnte dieser Kostenanstieg tief gehalten werden.

Die Zunahme der Werbeaufwendungen um 0,4 Mio. CHF ist nebst der allgemeinen Teuerung auch auf eine allgemeine Zunahme der Werbeaktivitäten zurückzuführen.

Der Verwaltungsaufwand, in dem auch Informatikleistungen enthalten sind, konnte gegenüber dem Vorjahr um 0,7 Mio. CHF gesenkt werden.

Gesetzliche Angaben nach Art. 959c Abs. 2 OR

10. ANZAHL VOLLZEITSTELLEN IM JAHRESDURCHSCHNITT

	2022	2021
Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	571	566

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	2022	2021
1 - 5 Jahre	2 807 731	2 534 960
Länger als 5 Jahre	29 286 503	29 760 000
Total Verpflichtungen aus langfristigen Mietverhältnissen / Baurechten	32 094 234	32 294 960

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.

Verwendung des Bilanzgewinns

Der Verwaltungsrat beschloss an seiner Sitzung vom 4. April 2023, der Generalversammlung folgenden Antrag zur Gewinnverwendung zu unterbreiten:

in CHF		2022	2021
Vortrag vom Vorjahr		16 274 626	13 111 910
Jahresgewinn		19 128 562	16 425 716
Total Bilanzgewinn		35 403 188	29 537 626
Dividendenauszahlung	6 %	-1 200 000	-1 200 000
Zuweisung an gesetzliche Gewinnreserven		-	-405 000
Zuweisung an freiwillige Gewinnreserven		-20 400 000	-11 658 000
Vortrag auf neue Rechnung		-13 803 188	-16 274 626
Total Verwendung Bilanzgewinn		-35 403 188	-29 537 626

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, 04. April 2023

Bericht zur Prüfung der Jahresrechnung



Prüfungsurteil

Wir haben die Jahresrechnung der Volg Konsumwaren AG (die Gesellschaft) bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2022, der Erfolgsrechnung und der Geldflussrechnung für das dann endende Jahr 2022 sowie dem Anhang geprüft.

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.



Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Standards zur Abschlussprüfung (SA-CH) durchgeführt. Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt „Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Jahresrechnung“ unseres Berichts weitergehend beschrieben. Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den schweizerischen gesetzlichen Vorschriften und den Anforderungen des Berufsstands, und wir haben unsere sonstigen beruflichen Verhaltenspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als eine Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.



Verantwortlichkeiten des Verwaltungsrates für die Jahresrechnung

Der Verwaltungsrat ist verantwortlich für die Aufstellung einer Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten und für die internen Kontrollen, die der Verwaltungsrat als notwendig feststellt, um die Aufstellung einer Jahresrechnung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist.

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



Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Jahresrechnung

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

Eine weitergehende Beschreibung unserer Verantwortlichkeiten für die Prüfung der Jahresrechnung befindet sich auf der Webseite von EXPERTSuisse:
<http://expertsuisse.ch/wirtschaftspruefung-revisionsbericht>. Diese Beschreibung ist Bestandteil unseres Berichts.


Bericht zu sonstigen gesetzlichen und anderen rechtlichen Anforderungen



In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und PS-CH 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


Rico Fehli
Zugelassener Revisionsexperte
(Leitender Revisor)


Sabrina Mazzetto
Zugelassene Revisionsexpertin

Impressum und Kontakt

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

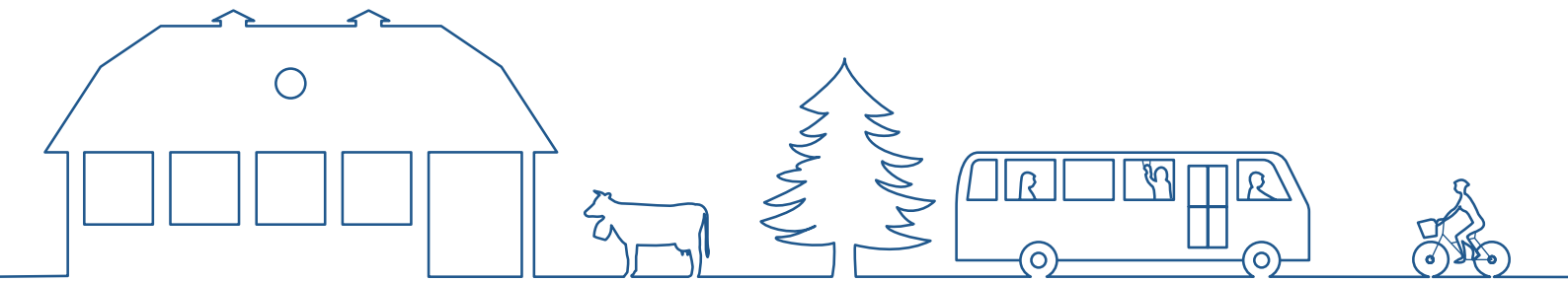
Fotografien

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

www.instagram.com/volgch



gedruckt in der
schweiz



*frisch und
fründlich*

Volg