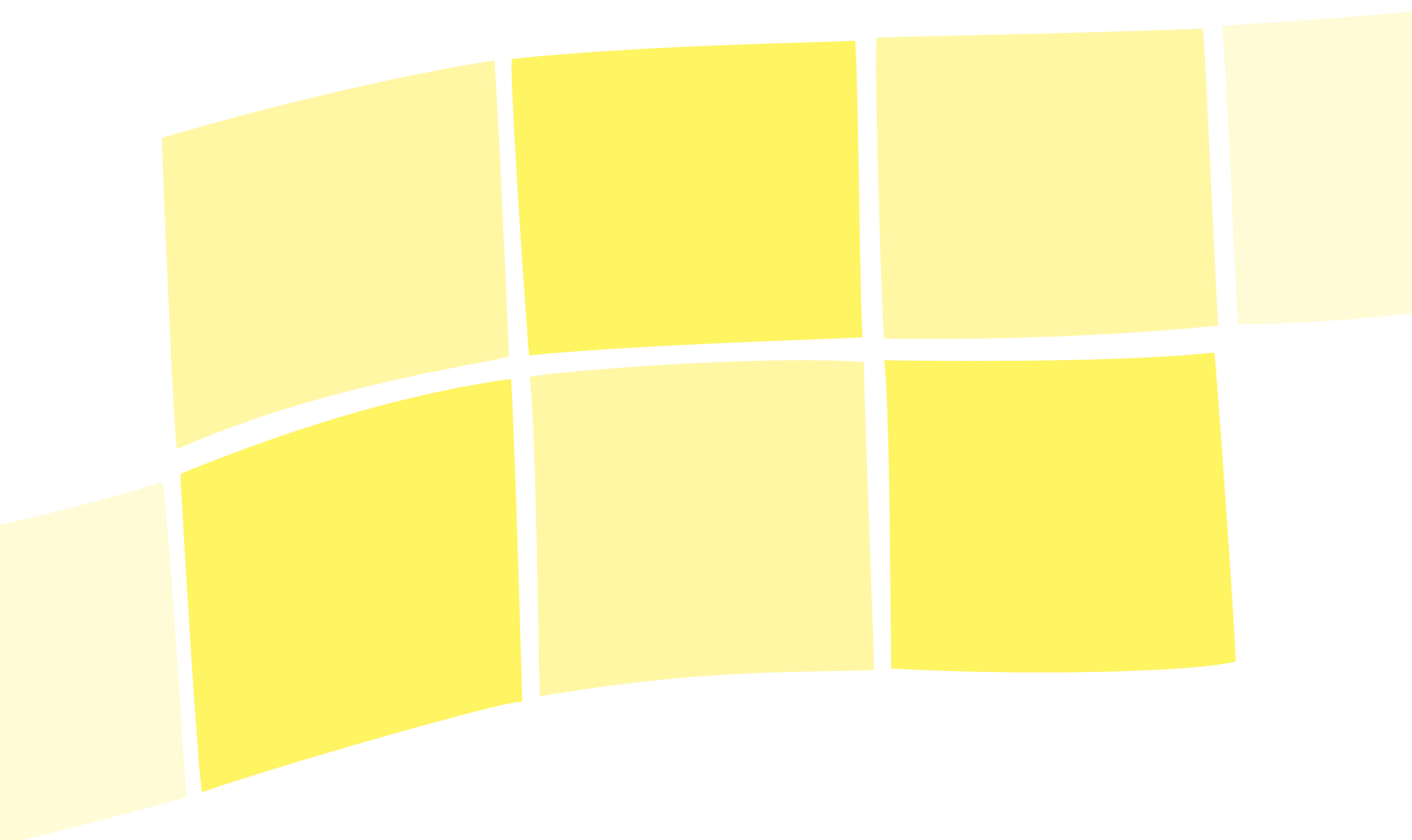


Volg Konsumwaren AG
Geschäftsbericht
2016



Inhalt

- 1** Organe
- 2** Solide Entwicklung
- 5** Geschäftstätigkeit
- 5** Verkauf
- 7** Beschaffung
- 11** Logistik, Informatik und Personal
- 13** Finanzieller Bericht
- 27** Entwicklung 2012–2016
- 28** Aus heimischer Scholle
- 29** Impressum



Kartoffelernte in Trüllikon ZH

Organe

Verwaltungsrat

Präsident	Dr. Martin Keller, Innerberg
Delegierter	Ferdinand Hirsig, Bellach
Mitglieder	Daniel Bischof, Mörschwil Reinhard Gloor, Seon Bernhard Keusch, Muri Peter Ringger, Urdorf Daniel Strebel, Waltenschwil Daniel Zurlinden, Oberbipp

Revisionsstelle

Ernst & Young AG, Bern

Geschäftsleitung

Vorsitz	Ferdinand Hirsig	Unternehmensentwicklung / Marketing
Mitglieder	Engelbert Dähler Dieter Krähenbühl Stefan Näf	Beschaffung Verkauf Logistik / Informatik / Dienste
Erweiterte GL	Werner Baumgartner Marcella Meister Myriam Rogl Tamara Scheibli	Rechnungswesen / Controlling Convenience / TopShop Academy Kommunikation / PR

Bereichsleiter

Ruedi Abderhalden	Beschaffung Food / Nearfood
Erich Ackermann	Verteilzentrale Oberbipp
Hansruedi Bachmann	Werbung
Marcel Baggenstos	Beschaffung Frischprodukte
Hanspeter Bühler	Verkauf Region Nord
Stephan Dürsteler	Frontservice
Andreas Eisenring	Prozess- und Projektmanagement
Mario Frey	Verkauf Region West
Caspar Hohl	Expansion
Martin Jakob	Verkauf Region Westschweiz
David Krummenacher	Verkauf Volg Detailhandels AG
Karl Kühne	Verteilzentrale Landquart
Andreas Reusser	Verkauf LANDI / Private Detaillisten West
Oliver Schürer	Verkauf LANDI / Private Detaillisten Ost
Andrea Sutter	Verkauf Region Ost
André Vogler	Verteilzentrale Winterthur
Roger Wegmüller	Rechnungswesen

(Stand 31. Dezember 2016)

Solide Entwicklung

Der Schweizer Detailhandel blickt auf ein ereignisreiches und herausforderndes Jahr zurück. Insbesondere der sich nach wie vor auf sehr hohem Niveau bewegende Einkaufstourismus sowie die gedrückte Konsumentenstimmung setzten der gesamten Detailhandelsbranche stark zu. Ein weiterer Faktor, der vor allem dem Non-Food-Bereich zu schaffen machte, ist das in rasantem Tempo voranschreitende Wachstum des Online-Handels: Bis zu einem Drittel aller Verkäufe in den Warengruppen Heimelektronik, Schuhe und Bekleidung werden, so schätzen Experten, in naher Zukunft über das Internet abgewickelt. Hinzu kommt der Umstand, dass der E-Commerce auch vor nationalen Grenzen nicht Halt macht und die Konsumenten die gewünschten Produkte beispielsweise selbst im fernen China bestellen können.

In dem für die Volg-Gruppe relevanten Bereich Food/Nearfood versuchten die meisten Detailhändler angesichts stagnierender Umsätze, mit massiv höherer Expansionstätigkeit sowie intensiven Werbemassnahmen in Form von aggressiven Aktionen und immer schneller werdender Aktionskadenz die Verkäufe anzukurbeln. Letzteres war auch für die Volg-Gruppe spürbar, mussten wir doch im Bereich Nearfood ein grösseres Minus in Kauf nehmen. Vor diesem Hintergrund sind wir mit dem erzielten Geschäftsergebnis zufrieden. Besonders bemerkenswert ist, dass Volg mit seinen beiden wichtigsten Standbeinen – den Volg-Dorfläden und den TopShop-Tankstellenshops – an Umsatz zulegen konnte. Es zeigt sich, dass der vor längerer Zeit gefällte Entscheid, den Wachstumswarengruppen Getränke, Frische und Convenience in den Verkaufsstellen mehr Platz einzuräumen, strategisch richtig war.

Bei stabilen Preisen konnte die Volg-Gruppe den Detailhandelsumsatz halten. Dieser liegt mit 1,467 Milliarden Franken (Vorjahr 1,471 Milliarden Franken) praktisch auf Vorjahresniveau. Die 585 Volg-Dorfläden (Vorjahr 578) als der klar

wichtigste Verkaufskanal der Gruppe erzielten einen Umsatz von 1,120 Milliarden Franken (Vorjahr 1,105 Milliarden Franken). Das Wachstum des Volg-Verkaufstellennetzes konnte somit auch im vergangenen Jahr fortgesetzt werden. Gleichzeitig wuchs die Zahl der Kunden um 3 Prozent.

Unser Wachstum fortsetzen konnten wir auch in der Westschweiz: So wurde dort Ende 2016 mit dem Volg-Laden in Sugiez FR bereits die 43. Verkaufsstelle eröffnet und weitere Läden sind in Planung. Erfreulich entwickelte sich auch die Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Post AG: Bis Ende Jahr konnten die Kunden in insgesamt 283 Volg-Läden ihre Postgeschäfte erledigen. Das Konzept „Post im Volg“ wird von den Kunden auch deshalb sehr geschätzt, weil sie von den längeren Öffnungszeiten der Dorfläden profitieren können.

Unter Vorjahresniveau liegt der Verkaufskanal der selbständigen Ladenbetreiber, der Freien Detaillisten: Der Umsatz der 267 Verkaufsstellen (Vorjahr 306) sank von 122 auf 97 Millionen Franken. Der Umsatzrückgang basiert auf dem Wegfall der Pam- und Proxi-Läden der Distribution Suisse SA, die sich aus dem Markt zurückgezogen hat. Im Zusammenhang mit den Freien Detaillisten freut uns besonders, dass zwei Jahre nach der Einführung des neuen Ladenkonzepts „Prima“ die Umstellung der „visavis“- und „frisch-nah-günstig“-Verkaufsstellen auf diesen erfrischenden neuen Auftritt plangemäss abgeschlossen werden konnte.

Die TopShop-Tankstellenshops an AGROLA-Tankstellen konnten erneut zulegen und erzielten im Geschäftsjahr 250 Millionen Franken Umsatz (Vorjahr 244 Millionen Franken). Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte sich die Zahl der Shops um 3 Standorte auf 89 Verkaufsstellen.

Seit Jahren tragen die TopShop-Tankstellenshops überdurchschnittlich zum gesamten Volg-Detailhandelsumsatz bei und stellen damit einen wich-



Frisch vom Feld

tigen Eckpfeiler für die Volg-Gruppe dar. Der erste TopShop wurde 2001 in Matzingen TG eröffnet. Ende 2016 sind es bereits 89 Shops in der Deutsch- und Westschweiz, die den mobilen Kunden eine bequeme Einkaufsgelegenheit bieten. Im Zuge der steigenden Nachfrage nach warmen und kalten Convenience-Produkten für den Sofortverzehr wurde das bewährte TopShop-Konzept in den vergangenen Monaten überarbeitet und hinsichtlich Sortiment und Shop-Layout an die veränderten Bedürfnisse und Verpflegungsgewohnheiten der Kunden angepasst. Kernelemente des neuen Shop-Auftritts sind unter anderem die Vergrößerung des Frischprodukte- und Backwarensortiments sowie die stärkere Ausrichtung auf Convenience und Sofortverpflegung. Nach einer intensiven Planungsphase wurde im Mai 2016 der TopShop in Pfäffikon ZH als erster nach dem neuen Konzept umgebaut. Drei weitere Pilotläden folgten im Jahresverlauf. Wie die Analyse des Pilotversuchs ergab, konnten in den Bereichen Brot, Backwaren, warme Snacks, Sandwichs und Salate markante Mehrumsätze erzielt werden und auch die Rückmeldungen der Kunden auf das überarbeitete Sortiment und die neue Shop-Gestaltung waren durchwegs positiv. Aufgrund dieses erfreulichen Fazits beginnt im Frühjahr 2017 der definitive Rollout. Innerhalb zweier Jahre werden somit alle TopShop-Tankstellenshops nach dem neuen Konzept umgebaut.

Im Frühjahr 2016 entschied der Genossenschaftsverband LV-St. Gallen, die Belieferung seiner AGROLA-Shops an die Volg Konsumwaren AG zu übergeben. Nach intensiven Vorbereitungen, insbesondere im IT-Bereich, startete im Januar 2017 die Belieferung der 18 Tankstellenshops.

Wir sind überzeugt, durch diese Partnerschaft unsere Position als kompetenter Grossist für den Convenience-Kanal weiter ausbauen zu können, und danken den Verantwortlichen des LV-St. Gallen für ihr Vertrauen.

Das Geschäftsjahr stand ausserdem im Zeichen dreier nicht alltäglicher Grossprojekte: Im Projekt „Kangu“ wurden insgesamt 670 Verkaufsstellen mit einer neuen, modernen TCPOS-Kasse ausgestattet. Der Rollout verlief nach Plan, sodass das Projekt kosten- und termingerecht per Ende 2016 abgeschlossen werden konnte. Besonders erfreulich ist, dass sich die Verkaufsteams nach einer kurzen Schulung schnell im neuen, benutzerfreundlichen System zurechtfinden.

Nach über 20 Jahren Betriebsdauer muss das heutige Warenwirtschaftssystem (ERP) durch ein neues System abgelöst werden. Im Rahmen des zweiten Grossprojekts namens „KIWI“ wird deshalb seit Monaten besonders intensiv und mit gewohnter hoher Professionalität gearbeitet: Rund 70 Mitarbeitende sowie Fachleute verschiedener externer Partnerfirmen sind damit beschäftigt, die Umstellung des alten Systems auf den neuen SAP-Standard vorzubereiten. Die Arbeiten sind mittlerweile weit fortgeschritten. So konnten etwa die Entwicklungsphase wie auch die Key-User-Schulungen bereits erfolgreich und termingerecht abgeschlossen werden und die Umschulungen der Anwender auf das neue SAP-System starteten plangemäss. Das Projekt beschäftigte die gesamte Volg Konsumwaren AG in den vergangenen Monaten organisatorisch und betrieblich stark und wird auch in den kommenden Monaten den vollen Einsatz der beteiligten Mitarbeitenden erfordern. Wir sind zuversichtlich,

dass dem pünktlichen Go-live im Sommer 2017 nichts im Wege steht.

Das dritte Projekt schliesslich – die Lancierung eines Volg-Heimlieferservices in der Deutschschweiz – schritt im Berichtsjahr ebenfalls weiter voran. Ab Frühling 2017 werden die Kunden somit nicht mehr nur vor Ort im Volg-Laden ihre Einkäufe tätigen können, sondern es wird auch möglich sein, die gewünschten Produkte online unter www.volgshop.ch zu bestellen und sich diese bequem vom Postboten nach Hause liefern zu lassen. Ausserdem wird eine „Click and Collect“-Funktion angeboten, das heisst, die Kunden haben die Möglichkeit, die online bestellten Waren zeitsparend im Volg-Laden ihrer Wahl abzuholen.

Mit dem erzielten Resultat hat sich die Volg-Gruppe 2016 in einem hart umkämpften Detailhandelsmarkt behauptet. Dass wir trotz des herausfordernden Umfelds ein solides Geschäftsergebnis verzeichnen können, verdanken wir insbesondere unseren Kunden, welche die traditionellen Volg-Mehrwerte wie Nähe, Frische, Qualität, Swisness und Freundlichkeit schätzen und uns deshalb

auch in den vergangenen zwölf Monaten das Vertrauen geschenkt haben. Unser Dank gehört aber auch den rund 4 000 Mitarbeitenden in den Volg-Läden, in der Logistik und in der Verwaltung, ohne die dieses Ergebnis nicht möglich gewesen wäre. Immer wieder dürfen wir feststellen, dass sie sich nicht nur mit Kopf und Hand, sondern auch mit viel Herz für „ihren“ Volg einsetzen und mit ihrem grossen Engagement den Dorfläden für die vielen treuen Kunden so sympathisch, persönlich und unverzichtbar machen.

Dr. Martin Keller
Präsident des Verwaltungsrates

Ferdinand Hirsig
Delegierter des Verwaltungsrates und
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Auf dem Weg in die Sammelstelle in Marthalen ZH



Geschäftstätigkeit

Verkauf

Verkaufsförderung

37 Regionale Verkaufsleiter und 7 Bereichsleiter betreuten die Verkaufsstellen im Berichtsjahr professionell und unterstützten sie bei ihren Verkaufsaktivitäten. Die Verkaufsequipe befasste sich insbesondere mit der Verbesserung der strukturierten Arbeitsweise bei den Führungskräften sowie mit der Optimierung der Ladenorganisation. Einen weiteren Arbeitsschwerpunkt bildete das Thema Grillfleisch, bei dem die ausreichende Warenverfügbarkeit sowie die Erhöhung der Angebotsvielfalt im Vordergrund standen.

Die bewährte Volg-Berufsbekleidung für Verkaufsmitarbeitende wurde im Verlauf des Jahres grundlegend modernisiert und mit neuen Elementen ergänzt. Die neue, zeitgemässere Berufsbekleidung stiess bei den Verkaufsmitarbeitenden wie auch bei den Kunden auf sehr gute Resonanz.

Mit einem Gesamtumsatz von über 3 Millionen Franken war das im März 2016 abgeschlossene Kundenbindungsprogramm mit hochwertigen Trinkgläsern und Glas-Accessoires der bekannten Marke Leonardo sehr erfolgreich. Spitzenreiter bei den Kunden waren die Longdrinkgläser und die Glasschälchen.

Das einfache und unkomplizierte Rabattsystem „Volg-Märkli“ erfreute sich grosser Beliebtheit bei den Kunden: Rund 695 000 volle Markenbüchli wurden 2016 in den Volg-Verkaufsstellen eingelöst.

Von Anfang August bis Mitte September 2016 hatten Volg-Kunden die Möglichkeit, ihre gesammelten Volg-Märkli für einen guten Zweck zu spenden. Der Erlös ging an die Stiftung „Kinderhilfe Sternschnuppe“. Insgesamt wurden in den

Volg-Läden 85,6 Kilogramm Märkli gespendet. Dies ergab einen Totalerlös von 98 788.60 Franken. Volg rundete diesen Betrag auf und überwies der Stiftung 110 000 Franken.

Expansion

Ende 2016 belieferte die Volg Konsumwaren AG insgesamt 941 Verkaufsstellen. Bei den Volg-Läden erhöhte sich die Zahl um 7 Einheiten auf 585 Verkaufsstellen. Den 14 neuen Standorten standen 7 Schliessungen gegenüber. Die Zahl der belieferten TopShops an AGROLA-Tankstellen stieg um 3 Einheiten auf 89 Shops.

Im Verkaufskanal der Freien Detaillisten wurden insgesamt 267 Läden beliefert. Die Umstellung auf das Partnerkonzept „Prima“ konnte im Berichtsjahr in allen Regionen erfolgreich abgeschlossen werden. In der Westschweiz (Romandie und Oberwallis) präsentieren sich 28 Verkaufsstellen und in der Deutschschweiz 132 Läden mit dem neuen Ladenauftritt.

In 54 Volg-Verkaufsstellen wurden im Berichtsjahr Postagenturen integriert. Per Ende 2016 konnten die Kunden in insgesamt 283 Volg-Läden sowie in 47 Läden von Freien Detaillisten ihre Postgeschäfte erledigen.

Frontservice

Der Bereich Frontservice mit den Ressorts Ladenbau, Sortiment/Layout, Service/Unterhalt, Zentraleinkauf und Dekoration bearbeitete insgesamt 337 Projekte. Um- oder Neubauten erfolgten in 181 Läden. Das Ressort Service/Unterhalt führte in 702 Verkaufsstellen kleinere Reparaturen oder Unterhaltsarbeiten aus.

Inventuren

Die Inventurequipe führte 147 Kontroll- oder Übergabeinventuren in Verkaufsstellen von LANDI-Genossenschaften und Privaten Detaillisten durch.

Academy

Insgesamt besuchten 4 428 Mitarbeitende und Lernende des Verkaufs die angebotenen praxisorientierten Bildungsveranstaltungen. 47 interne und externe Referenten und Ausbilder brachten ihr Fachwissen in der Aus- und Weiterbildung ein.

Um eine nachhaltige Auswahl und Entwicklung von angehenden Führungskräften und talentiertem Nachwuchs sicherzustellen, wurde die Laufbahn- und Förderplanung weiter ausgebaut. So wurde erstmals ein zweitägiger Basiskurs „Organisation und Führung“ mit dem Ziel durchgeführt, Verkaufsmitarbeitenden den Einstieg in ihre erste Führungsfunktion zu erleichtern.

Im Sommer 2016 schlossen 143 Lernende ihre Grundbildung erfolgreich ab. 170 Jugendliche begannen ihre Ausbildung zu Detailhandelsfachleuten oder Detailhandelsassistenten. Im Bereich Lehrlingsrekrutierung wurde die Zusammenarbeit mit dem Lehrstellenportal „yousty.ch“ in der Deutsch- und Westschweiz weiter ausgebaut.

Elf Ladenleiterinnen absolvierten den mehrteiligen Diplomelehrgang und erhielten das Ladenleiterinnen-Diplom. Für Berufsbildnerinnen wurde erstmals ein „ERFA-Halbtage“ in den vier Verkaufsregionen angeboten. Zweck des Workshops war es, den Austausch unter den Berufsbildnerinnen zu fördern, neue Ideen zu finden und Fragen jeglicher Art im Zusammenhang mit der Ausbildung der Lernenden zu klären.

Das Kursangebot für französischsprachige Verkaufsmitarbeitende wurde weiter ausgebaut. So konnten in der Westschweiz insgesamt 29 Fach- und Führungsveranstaltungen sowie zur Unterstützung der Berufsbildnerinnen drei spezifische Berufsbildnerinnen-Kurse durchgeführt werden. Für eine optimale interne Ausbildung der zehn französischsprachigen Lernenden, die 2016 in ihre Verkaufsausbildung starteten, wurden sämtliche firmeneigenen Hilfsmittel inhaltlich überarbeitet und ins Französische übersetzt.

Kommunikation

Die wöchentlichen Aktionsinserate erschienen wiederum in 70 Tageszeitungen und Anzeigern. Die Imagewerbung stand wie schon im Vorjahr unter dem Motto „Volg. Im Dorf daheim“. Neu wurden die Seitenwände von 50 Volg-Lastwagen mit den Sujets aus der Imagewerbung bedruckt. Die LKWs sind seither als fahrende Werbeträger für Volg auf den Schweizer Strassen unterwegs und weisen auf sympathische Weise auf die gute Verankerung von Volg in der ländlichen Schweiz hin.

Das Kundenmagazin „Öise Lade“, das monatlich in einer Auflage von 800 000 Exemplaren erscheint, erfreute sich auch 2016 grosser Beliebtheit. Gleiches galt für das Kindermagazin „Hey“. Es erscheint alle zwei Monate in einer Auflage von 100 000 Exemplaren und liegt kostenlos in den Volg-Läden auf.

Die vier Volg NATURENA-Erlebnisswelten mit Erlebnissbauernhof, Sinnespfad und Naturprojekt in den Regionen Fricktal, Seebachtal, Werdenberg und Zugerland wurden von mehreren Tausend interessierten Personen besucht. Die monatlich auf den vier Volg NATURENA-Erlebnissbauernhöfen stattfindenden Kreativkurse waren erneut sehr beliebt und zählten insgesamt 926 Teilnehmer. Die Volg-Jassturniere auf den Erlebnisshöfen fanden ebenfalls grossen Anklang: 203 Hobbyjasser nahmen an den Anlässen teil. Im Frühling wurde der neue Erlebnisshof der Region Werdenberg bei Familie Gabathuler in Oberschan mit einem kleinen Festakt offiziell eingeweiht. Familie Gabathuler trat die Nachfolge von Barbara und Hans Dürr aus Gams an, die ihren Hof per Ende 2015 – nach 13 Jahren Zusammenarbeit mit Volg NATURENA – an ihren Sohn übergeben hatten.

In Zusammenarbeit mit den Volg Weinkellereien entstanden im Berichtsjahr zwölf informative Weinfilme, die auf YouTube und auf www.volg.ch abgerufen werden können. Kurt Feser, anerkannter Weinexperte der Volg Weinkellereien, vermittelt darin spannende Informationen und vielfälti-



Bereitstellen für den Weitertransport

ge Tipps rund um das Thema Wein. Die kurzweiligen Filmclips richten sich sowohl an passionierte Weinliebhaber als auch an interessierte Laien. Aufgrund der positiven Resonanz wird 2017 eine weitere Staffel mit zehn Filmen produziert.

Die Umstellung der „frisch-nah-günstig“- und „visavis“-Verkaufsstellen auf das „Prima“-Konzept ist abgeschlossen. Die Werbung für die beiden Marken wurde im Herbst 2016 eingestellt, was eine Vereinfachung der Abläufe und damit auch eine Kostenreduktion mit sich bringt.

Beschaffung

2016 war aus Sicht der Beschaffung ein eher ruhiges Jahr. Der Euro stabilisierte sich bei 1.07 Franken und das Geschäftsjahr war dadurch deutlich weniger von Preisabschlägen geprägt als das Vorjahr. Zwar wurden im Nearfood-Segment gewisse Artikel sowie im Frischebereich einige Milchprodukte günstiger. In der Summe hielten sich die Preisveränderungen jedoch die Waage, da in anderen Warengruppen, wie zum Beispiel bei den Früchten und beim Gemüse, die Preise anstiegen.

Das Wetter wirkte sich im Geschäftsjahr stark auf die Umsätze einzelner Warengruppen aus. Regen und tiefe Temperaturen im Frühsommer drückten beispielsweise auf die Umsätze von Glace und alkoholfreien Getränken. Der Umsatzverlust in diesen beiden Warengruppen hält sich aber vor allem dank guter Umsätze während der Fussball-Europameisterschaft im Rahmen.

Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Thema für Volg. Der Schweizer Tierschutz STS kürte Volg zum Detailhändler mit dem höchsten Anteil Labelfleisch sowie mit dem höchsten Anteil Schweizer Fleisch. Dies zeigt, dass Volg mit seiner Sortimentspolitik auf dem richtigen Weg ist.

Der Verkaufstest mit Fyffes-Bananen hat gezeigt, dass es Alternativen zur bekannten Marke Chiquita gibt. Chiquita hat reagiert und die Volg-Gruppe wird ab 2017 exklusiv und zu deutlich besseren Konditionen auf Chiquita setzen.

Im Unterschied zu den vergangenen Jahren sind das Volg-Marken- sowie das Volg-Familienpreis-Sortiment nur noch marginal gewachsen. Der Mix aus Markenartikeln und Hausmarken ist ausgewogen und an die Ladenfläche der verschiedenen Formate angepasst.

Frischprodukte

Der milde Winter bescherte den Früchte- und Gemüsekulturen in ganz Europa einen Vegetationsvorsprung von bis zu drei Wochen. Dieser ging allerdings aufgrund des zu nassen Frühlings wieder verloren, sodass die Kulturen per Mai wieder in einen leichten Rückstand gerieten. In der Schweiz sorgte kühles und nasses Sommerwetter für ein verringertes Wachstum einiger Salat- und Gemüsekulturen. Während des gesamten Sommers mussten daher immer wieder Importkontingente gesprochen werden, um die Konsumentennachfrage decken zu können. Ebenfalls wetterbedingt kam es bei den Aprikosen in den Hauptproduktionsländern Italien, Spanien und Frankreich zu Fehlmengen zwischen 10 und 15 Prozent, was zu höheren Preisen führte.

Die unter der Führung von Volg stehende Einkaufskoordination zwischen den Betrieben der fenaco bewährte sich im Berichtsjahr. Der gebündelte Einkauf von Früchten und Gemüse führte in allen Betrieben zu besseren Konditionen.

Bei den Molkereiprodukten machte sich die im April 2016 erfolgte Milchpreissenkung negativ im Umsatz bemerkbar. In der Warengruppe Käse konnte der Umsatz knapp gehalten werden, wobei sich die Umsätze in den Verkaufsstellen nach wie vor weg von der offenen Käsetheke hin zu Käsetischen mit frisch portioniertem und verpacktem Käse verlagern. Volg setzt weiterhin stark auf Schweizer Käse und weist im Vergleich zur Konkurrenz den höchsten prozentualen Anteil Schweizer Käse aus.

Nach wie vor überproportional steigende Umsätze verzeichnete das Convenience-Sortiment. Die nach einer Testphase 2016 definitiv eingeführten „Selbstmachsandwichs“, die in den Verkaufsstellen täglich frisch hergestellt werden, sind ein grosser Erfolg.

Aufgrund des eher durchzogenen Sommers entwickelten sich die Grillfleischumsätze im ersten Halbjahr nicht wie gewünscht. Dank der Fussball-EM und des sonnigen und warmen Herbsts bewegten sich die Umsätze per Ende 2016 dennoch auf Vorjahresniveau.

Die gute Umsatzentwicklung beim Brotsortiment von Hiestand setzte sich auch im Berichtsjahr weiter fort.

Ankunft bei der Aufbereitungs- und Packanlage der Steffen-Ris fenaco Genossenschaft in Frauenfeld TG





Waschen und Trocknen

Food

Die für Volg sehr wichtigen Warengruppen Schokolade, Biscuits und Süsswaren konnten im Berichtsjahr weiter an Umsatz zulegen. Auch 2016 fand die traditionelle Militärbiscuits-Aktivität zum Nationalfeiertag sehr grossen Anklang bei den Kunden. Die Militärbiscuits werden von Kamby exklusiv für den Volg-Kanal produziert. Das Süsswarensortiment für den Kassenplatzbereich entwickelte sich überaus erfolgreich, was zeigt, dass der Dorfladen auf dem Land immer stärker auch die Funktion eines Kiosks übernimmt.

Im Bereich Suppen und Würzartikel lagen die Umsätze analog zum Gesamtmarkt erneut unter Vorjahresniveau. Ein erfreulicheres Bild zeigte sich bei den Brotaufstrichen. Hier stieg der Umsatz entgegen dem allgemeinen Markttrend deutlich an. Dank verschiedener Neuheiten verzeichneten die Chips der Marke Zweifel ein erfreuliches Umsatzwachstum.

Diverse weltweite Wetterkapriolen trieben die Rohstoffpreise für Kaffee und Kakao in die Höhe. Auch beim Mehl kam es wetterbedingt zu teils massiven Ertragsausfällen, was steigende Preise zur Folge hatte. Ende 2016 wurde mit der Listung eines IP-Suisse-Urdinkelmehls dem steigenden Trend zu Dinkelmehl aus nachhaltigem Anbau Rechnung getragen.

In der Warengruppe Kaffee stellten auch im Berichtsjahr Nespresso-kompatible Kaffeekapseln den Hauptwachstumstreiber dar. Das Sortiment wurde deshalb um eine weitere Marke (Kapseln von Mövenpick) ergänzt.

Die Volg-Dörrfrüchte konnten dank sehr guter Qualität mengenmässig stark zulegen. Geschickte Verhandlungen führten gleichzeitig zu tieferen Einstandspreisen, was sich wiederum positiv auf die Konsumentenpreise auswirkte.

Getränke

Ein aussergewöhnlich schwieriges Rebjahr 2016 führte teilweise zu Engpässen bei der Beschaffung von Schweizer Wein. Trotzdem haben einheimische Weine im Volg-Kanal weiterhin oberste Priorität und verzeichnen nach wie vor einen sehr hohen Umsatzanteil.

Das Fazit der diesjährigen Ausgabe des „Weinsellers“ fiel wiederum sehr erfreulich aus: Über 60 Prozent der von der renommierten Weinexpertin Chandra Kurt bewerteten Volg-Weine wurden mit einem Stern für ein ausserordentlich gutes Preis-Leistungs-Verhältnis ausgezeichnet. Damit hat Volg von allen bewerteten Detailhändlern prozentual am meisten Sterne vorzuweisen.

Entgegen der allgemeinen Marktentwicklung konnte die Warengruppe Bier weiter an Umsatz zulegen. Der Trend zum Dosenbier hielt auch im Berichtsjahr an, während sich die Mehrwegbinde rückläufig entwickelten.

Zwar konnte bei den alkoholfreien Getränken der Rekordumsatz aus dem Jahr 2015 nicht wiederholt werden, doch mit einem Plus von 1,5 Prozent gegenüber 2014 resultierte dennoch ein gutes Ergebnis in dieser Warengruppe. Dank der verkaufsfördernden Platzierung im Convenience-Kühler entwickelten sich die Kleingebinde bis 1 Liter überdurchschnittlich gut.

Nearfood

Die Kategorie Nearfood war auch 2016 von hohen Preisabschlägen, Auslandseinkäufen sowie starker Aktionstätigkeit der Konkurrenz geprägt, weshalb die Umsätze insbesondere in den Warengruppen Körperpflege sowie Wasch- und Reinigungsmittel teilweise stark rückläufig waren. Die Reduktion der Verkaufsfläche und die damit verbundenen Sortimentsstraffungen wirkten sich zusätzlich negativ auf den Umsatz aus. Die im Berichtsjahr lancierten Geschirrspültabs „all in one“ der Volg-Hausmarke stiessen dagegen auf gute Resonanz bei den Kunden.

Im Bereich Kleinhaushalt verliefen zusätzliche Aktivitäten der Verkaufsstellen, wie der Verkauf von Panini-Bildern sowie von Sammelbildern zum Eidgenössischen Schwing- und Älplerfest, sehr erfreulich. Die Nachfrage nach Prepaid-Guthabekarten (iTunes, Google Play, paysafe etc.) stieg 2016 weiter an. Dank der neuen Kasse können diese seit Ende 2016 flächendeckend, d. h. in allen Verkaufsstellen, angeboten werden.

Im Unterschied zum rückläufigen Gesamtmarkt blieben die Verkaufszahlen im Tabakbereich sehr stabil. Speziell Offentabak, Zigarillos, Zigarren und Schnupftabak waren bei den Kunden sehr gefragt und entwickelten sich positiv.

Verpackt und transportbereit





Unterwegs in die Volg-Verteilzentrale nach Winterthur

Logistik, Informatik und Personal

Logistik

Im Berichtsjahr waren in den Verteilzentralen verschiedene Investitionen in die Sanierung von Anlagen und Betriebseinrichtungen erforderlich. In Winterthur wurden beispielsweise sämtliche Rampentore mit elektrischen Antrieben und Windfängen ausgestattet. Im Verwaltungsgebäude wurden auf rund 2 500 Quadratmetern neue Teppiche verlegt sowie die Büros der Abteilungen Frontservice und Ladenbau renoviert und die dortigen Arbeitsplätze neu gestaltet.

Auf dem Dach des Frischdienstes in Oberbipp erfolgte die Installation einer neuen Photovoltaikanlage, die auf einer Fläche von 2 500 Quadratmetern jährlich rund 400 000 kWh Strom liefert. Damit deckt sie circa einen Drittel des gesamten Strombedarfs des Frischdienstes. Im Frischdienst Landquart wurden weitere Anlagen- und Gebäudesanierungen vorgenommen. So galt es beispielsweise, die Asphaltsschicht auf den stark beanspruchten Vorplätzen komplett zu entfernen und durch langlebigen Beton zu ersetzen.

Im Frühjahr 2016 startete die Planung eines neuen Getränkelagers in unmittelbarer Nähe zum Frischdienst Oberbipp, welches das bestehende Getränkelager in Hägendorf ablösen soll. Die Inbetriebnahme erfolgt per 1. Dezember 2018. Mit der neuen Getränkelösung können die hohen Getränkevolumen der rund 500 belieferten Verkaufsstellen westlich des Baregg隧nels künftig noch effizienter abgewickelt sowie aufwändige Logistikprozesse eliminiert werden.

Informatik

Der Rollout des neuen Kassensystems konnte zum Jahresende erfolgreich abgeschlossen werden. Insgesamt erhielten 670 Verkaufsstellen die neue, bedienerfreundliche Hard- und Softwarelösung termingerecht. Ausserdem wurden in den Verkaufsstellen 800 EC-Terminals, 720 E-Loading-Geräte für den Abverkauf von Prepaid- und Wertkarten sowie 110 neue Breitbandanschlüsse installiert.

Die Arbeiten zur Einführung des neuen SAP-Warenwirtschaftssystems schritten im Berichtsjahr weiter voran. Die Entwicklungsphase sowie die Key-User-Schulungen konnten erfolgreich abgeschlossen werden und die Umschulungen der Anwender auf das neue SAP-System starteten termingemäss. Das Go-live ist für den 1. Juli 2017 geplant.

Personal

Ende 2016 beschäftigte die Volg Konsumwaren AG insgesamt 628 Mitarbeitende (Vorjahr 613), davon 406 (393) in Winterthur, 86 (85) in Landquart und 136 (135) in Oberbipp. Der Anstieg des Personalbestandes am Hauptsitz in Winterthur hing hauptsächlich mit der Expansion in der Westschweiz zusammen. Verschiedene Dienstleistungsabteilungen, wie Academy, Frontservice und Beschaffung, haben im Hinblick auf die Erweiterung ihrer Dienste in der französischsprachigen Schweiz reagiert und Personal aufgestockt. Ebenso wurde hinsichtlich der Einführung des neuen SAP-Warenwirtschaftssystems zusätzliches Personal im Bereich IT-Infrastruktur eingestellt.



Volg Konsumwaren AG

Volg Konsumwaren AG
E. M. Buehler
Hallerstrasse 2
8404 Wetzikon
Kartennummer 302 87 1043 3 4

Volg

Pommes

Finanzieller Bericht

- 14** Bilanz
- 16** Erfolgsrechnung
- 17** Anhang zur Jahresrechnung
- 24** Verwendung des Bilanzgewinns
- 25** Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung

Telefonische Entgegennahme der Früchte- und Gemüsebestellungen aus den Läden



Bilanz per 31. Dezember

Aktiven			
in CHF	Anhang	2016	2015
Flüssige Mittel		12 457	27 220
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.	73 814 692	74 137 383
Übrige kurzfristige Forderungen	2.	1 557 346	1 399 135
Vorräte	3.	17 014 799	17 205 504
Aktive Rechnungsabgrenzungen		12 366 431	12 714 092
Umlaufvermögen		104 765 725	105 483 334
Beteiligungen		59 300	59 300
Sachanlagen	4.	76 594 468	76 910 767
Anlagevermögen		76 653 768	76 970 067
Total Aktiven		181 419 493	182 453 401

Per Bilanzstichtag sank die Bilanzsumme um 1,0 Mio. CHF und somit gegenüber Vorjahr um 0,6 %, wobei sich sowohl das Anlagevermögen wie auch das Umlaufvermögen reduzierten.

Die Liquiditätslage, die anhand des Liquiditätsgrads 3 gemessen wird, verbesserte sich wie schon im Vorjahr.

	2016	2015
Liquiditätsgrad 3 ¹	172,6 %	154,6 %

¹ (Flüssige Mittel + Forderungen + Vorräte) / kurzfristige Verbindlichkeiten × 100 %

Passiven

in CHF	Anhang	2016	2015
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5.	53 523 854	59 984 619
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten		7 884	18 513
Passive Rechnungsabgrenzungen		19 691 148	20 478 701
Kurzfristige Rückstellungen	7.	4 598 426	4 514 857
Kurzfristiges Fremdkapital		77 821 312	84 996 690
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	6.	34 156 696	33 116 005
Übrige langfristige Verbindlichkeiten		924 000	989 000
Langfristige Rückstellungen	7.	4 334 198	3 957 013
Langfristiges Fremdkapital		39 414 894	38 062 018
Total Fremdkapital		117 236 206	123 058 708
Aktienkapital		20 000 000	20 000 000
Gesetzliche Gewinnreserven		8 535 000	8 035 000
Vortrag vom Vorjahr		29 659 693	25 909 437
Jahresgewinn		5 988 594	5 450 256
Total Bilanzgewinn		35 648 287	31 359 693
Total freiwillige Gewinnreserven		35 648 287	31 359 693
Total Eigenkapital		64 183 287	59 394 693
Total Passiven		181 419 493	182 453 401

Die Finanzierungssituation der Volg Konsumwaren AG entwickelte sich gegenüber Vorjahr positiv. Sowohl der Anlagedeckungsgrad ³ wie auch der Eigenfinanzierungsgrad verbesserten sich.

	2016	2015
Anlagedeckungsgrad ²	110,6 %	103,5 %
Eigenfinanzierungsgrad ³	35,4 %	32,6 %

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

³ Eigenkapital / Total Passiven × 100 %

Der Rückgang des kurzfristigen Fremdkapitals um 7,2 Mio. CHF ist hauptsächlich auf tiefere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen. Die Zunahme der kurzfristigen Rückstellungen liegt im Anstieg der Ferien- und Überzeitverpflichtungen begründet.

Nebst der Übernahme einer Hypothek beim Kauf des Grundstücks in Oberbipp führten langfristige Verpflichtungen gegenüber Mitarbeitenden (Dienstaltersgeschenke) zu einem Anstieg des langfristigen Fremdkapitals um 1,4 Mio. CHF. Das buchmässige Eigenkapital wuchs aufgrund des erhöhten Bilanzgewinns um 4,8 Mio. CHF.

Erfolgsrechnung

Erfolgsrechnung			
in CHF	Anhang	2016	2015
Warenverkaufserlös	8.	838 596 913	839 284 694
Dienstleistungserlös	9.	21 055 011	19 854 222
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen		859 651 924	859 138 916
Warenaufwand		-719 797 622	-725 788 388
Betriebsertrag		139 854 302	133 350 528
Personalaufwand	10.	-46 891 981	-44 838 873
Übriger betrieblicher Aufwand	11.	-76 987 594	-73 614 158
Total Betriebsaufwand		-123 879 575	-118 453 031
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)		15 974 727	14 897 497
Abschreibungen		-7 638 609	-7 294 772
Verluste aus Abgang mobiler Sachanlagen		-85 106	-29 885
Gewinne aus Abgang mobiler Sachanlagen		14 505	46 335
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)		8 265 517	7 619 175
Finanzaufwand		-687 073	-730 694
Finanzertrag		158 742	165 801
Ergebnis vor Steuern (EBT)		7 737 186	7 054 282
Direkte Steuern		-1 748 592	-1 604 026
Jahresgewinn		5 988 594	5 450 256

Im umkämpften Lebensmitteldetailhandel steigerte die Volg Konsumwaren AG den Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen mit den belieferten Verkaufsstellen um nominal 0,1% auf 859,7 Mio. CHF bei insgesamt stabilen Preisen.

Der Betriebsertrag liegt um 6,5 Mio. CHF über Vorjahr, was hauptsächlich auf den gesunkenen Warenaufwand zurückzuführen ist.

Der Rollout des neuen Kassensystems, gestiegene Projektaufwendungen für die Einführung des Warenwirtschaftssystems SAP und zusätzliches Personal aufgrund der Expansion in der Westschweiz führten dazu, dass die Betriebsaufwendungen gegenüber Vorjahr anstiegen.

Aus der Differenz zwischen Betriebsertrag und Betriebsaufwand resultiert ein um 1,1 Mio. CHF höheres

Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen von 16,0 Mio. CHF (Vorjahr 14,9 Mio. CHF).

Die im Geschäftsjahr 2016 getätigten Investitionen führten zu einer Zunahme der Abschreibungen um 0,3 Mio. CHF. Bei gleichbleibender Zins-situation und verbesserter Liquiditätslage resultierten Finanzaufwendungen unter Vorjahr. Als Folge der positiven Ergebnisentwicklung stiegen die direkten Steuern gegenüber Vorjahr um 0,1 Mio. CHF an.

Dank Optimierungen in der Beschaffung und Logistik und trotz höherer Aufwendungen im Zusammenhang mit IT-Projekten sowie der Expansion in der Westschweiz gelang es der Volg Konsumwaren AG im Geschäftsjahr 2016, den Jahresgewinn um 9,9% auf knapp 6,0 Mio. CHF zu steigern.

Anhang zur Jahresrechnung

Bewertungsgrundsätze

Die für die vorliegende Jahresrechnung angewendeten Grundsätze der Rechnungslegung erfüllen die Anforderungen des schweizerischen Rechnungslegungsrechts. Die wesentlichen Abschlusspositionen sind wie nachstehend bilanziert. Dabei ist zu berücksichtigen, dass zur Sicherung des dauernden Gedeihens des Unternehmens die Möglichkeit zur Bildung und Auflösung von stillen Reserven wahrgenommen wird.

Auf die Erstellung des Lageberichts wird verzichtet (Erleichterung nach Art. 961d OR). Weitere Informationen finden Sie im Geschäftsbericht der fenaco Genossenschaft. Details zum Geschäftsgang können den Erläuterungen zur Geschäftstätigkeit (Seite 5 bis 11) entnommen werden. Auf die Erstellung einer Mittelflussrechnung wird ebenfalls verzichtet und stattdessen auf die konsolidierte Rechnung der fenaco verwiesen.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

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

Vorräte

Die Vorräte werden zum tieferen Wert aus Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten und Nettoveräusserungswert bewertet. Zur Ermittlung der Anschaffungs-

bzw. Herstellungskosten wird die FIFO-Methode angewendet. Auf dem Bestand der Vorräte (tieferer Wert aus Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten und Nettoveräusserungswert) werden pauschale Wertberichtigungen vorgenommen.

Aktive Rechnungsabgrenzungen

In den aktiven Rechnungsabgrenzungen sind nebst nicht verrechneten Guthaben aus im Jahr 2016 erbrachten Lieferungen und Leistungen auch bereits von Lieferanten fakturierte Leistungen enthalten, die das Geschäftsjahr 2017 betreffen.

Finanzanlagen

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

Sachanlagen

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

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

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

Verzinsliche Verbindlichkeiten

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

Passive Rechnungsabgrenzungen

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

Rückstellungen

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

Fremdwährungen

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

Definition nahestehende Personen

Beteiligte: fenaco Genossenschaft und Gesellschaften, an denen die fenaco 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.

Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen

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

Erläuterungen

Innerhalb der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen fand eine strukturelle Veränderung statt. Die Forderungen gegenüber Dritten nahmen im Berichtsjahr um 5,2 Mio. CHF ab und die Forderungen gegenüber Beteiligten nahmen im gleichen Umfang zu. Hintergrund dieser Verlagerung ist unter anderem die Übernahme von 20 Läden der Distribution Suisse in Martigny (per 31.12.2015 als Dritter ausgewiesen) durch die Volg Detailhandels AG (Beteiligter).

Bei den kurzfristigen Forderungen gegenüber Dritten handelt es sich um ein Nettoguthaben der Volg Konsumwaren AG gegenüber der Eidgenössischen Steuerverwaltung aus der Mehrwertsteuerperiode 2016.

Das nach dem Niederstwertprinzip (Einstandspreis oder tieferer Marktpreis) bewertete Warenlager reduzierte sich marginal um 0,2 Mio. CHF. Das per 31.12.2015 im Verteilzentrum Landquart gehaltene Pflichtlager an Zucker wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr aufgelöst.

1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

in CHF	2016	2015
Dritte	15 606 099	20 791 521
Beteiligte	57 967 864	52 713 949
LANDI	240 729	631 913
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	73 814 692	74 137 383

2. Übrige kurzfristige Forderungen

in CHF	2016	2015
Dritte	1 557 346	1 399 135
Total übrige kurzfristige Forderungen	1 557 346	1 399 135

3. Vorräte

in CHF	2016	2015
Handelswaren, Roh- und Hilfsmaterial	17 014 799	17 205 503
Pflichtlager	0	1
Total Vorräte	17 014 799	17 205 504

Die Volg Konsumwaren AG tätigte im abgelaufenen Geschäftsjahr Investitionen im Umfang von 7,4 Mio. CHF. Darin enthalten ist der Kauf eines Grundstücks zur Erweiterung der Verteilzentrale in Oberbipp. Ebenfalls in Oberbipp wurde eine moderne Photovoltaikanlage zur Erzeugung von Solarstrom für den Eigenverbrauch realisiert und im Herbst 2016 in Betrieb genommen. Bei den restlichen Investitionen handelt es sich um Ersatzinvestitionen in betriebsnotwendiges Anlagevermögen.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen nahmen gegenüber Vorjahr um über 6,5 Mio. CHF ab, da im Vergleich im Berichtsmonat Dezember 2016 nebst einem tieferen Rechnungseingangsvolumen mehr Fakturen vor dem Jahresende zur Zahlung freigegeben wurden.

Die Position langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten gegenüber Dritten besteht aus Kautionskonti im Umfang von 3,2 Mio. CHF sowie einer Hypothek im Wert von 0,9 Mio. CHF. Die Kautionskonti dienen als Sicherheit für Warenkontokorrente, die gegenüber Privaten Detaillisten gewährt werden. Die Hypothek gehört zum Grundstück in Oberbipp, das 2016 erworben wurde.

Das Darlehen der fenaco im Betrag von 30,0 Mio. CHF blieb unverändert.

4. Sachanlagen

in CHF	2016	2015
Techn. Anlagen, Maschinen und Mobilien	7 201 037	7 683 274
Fahrzeuge	1 643 146	1 722 374
Anlagen im Bau	2 800 000	0
Immobilien	64 950 285	67 505 119
Total Sachanlagen	76 594 468	76 910 767

5. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

in CHF	2016	2015
Dritte	42 685 899	46 881 539
Beteiligte	10 791 605	13 051 502
LANDI	46 350	51 578
Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	53 523 854	59 984 619

6. Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten

in CHF	2016	2015
Dritte	4 156 696	3 116 005
Beteiligte	30 000 000	30 000 000
Total langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	34 156 696	33 116 005
Davon fällig in 1–5 Jahren	30 000 000	30 000 000
Davon fällig nach 5 Jahren	4 156 696	3 116 005
Total langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	34 156 696	33 116 005

Die Rückstellungen erhöhten sich gegenüber Vorjahr gesamthaft um 5,4%. Die Position Personal umfasst Rückstellungen für Ferien, Überzeit und Dienstaltersgeschenke, die allesamt gegenüber Vorjahr zunahmten. Die tiefe Fluktuation führte zu einer Zunahme der Dienstaltersgeschenke. Der Anstieg der Rückstellung für Überzeiten und Ferien ist auf zusätzliche Projektarbeiten für die Einführung des Warenwirtschaftssystems SAP sowie auf den Rollout des neuen Kassensystems TCPOS zurückzuführen.

Bei insgesamt stabilem Verkaufspreisniveau erzielte die Volg Konsumwaren AG einen Warenverkaufserlös von 838,6 Mio. CHF.

Wie schon im Vorjahr konnten die Umsätze auf den Frischprodukten gesteigert werden (+0,2%). Nebst den Backwaren (+3,8%) wuchs auch die Sparte Fleisch- und Wurstwaren (+1,7%), wohingegen Tiefkühlprodukte weniger nachgefragt wurden (-3,0%).

Bei Food, Nearfood und Getränken reduzierte sich der Umsatz gegenüber Vorjahr um 0,3%, da Getränke witterungsbedingt an Umsatz einbüssten (-2,5%).

7. Kurzfristige und langfristige Rückstellungen

in CHF	2016	2015
Personal	3 803 516	3 073 842
Renovationen	647 463	647 463
Gebinde	972 195	1 124 565
Sonstige Rückstellungen	3 509 450	3 626 000
Total Rückstellungen	8 932 624	8 471 870

8. Warenverkaufserlös

in CHF	2016	2015
Food, Nearfood, Getränke	436 946 318	441 199 106
Frischprodukte	300 104 912	300 261 127
Total Eigenlager	737 051 230	741 460 233
Food, Nearfood, Getränke	47 918 285	45 191 487
Frischprodukte	43 323 358	42 526 625
Total Vertragslieferanten	91 241 643	87 718 112
Diverses inkl. Economat	10 304 040	10 106 349
Warenverkaufserlös	838 596 913	839 284 694

Die um 1,2 Mio. CHF gestiegenen Dienstleistungserlöse sind vor allem auf höhere Einnahmen im Zusammenhang mit IT-Supportleistungen zurückzuführen (+ 0,8 Mio. CHF), was mit der Einführung des neuen Kassensystems in den Verkaufsstellen in Zusammenhang steht. Mit unseren Kundenzeitschriften „Öise Lade“ und „Hey“ wurden gegenüber Vorjahr insgesamt 0,3 Mio. CHF höhere Werbeleistungen erbracht.

Neben der Lohnrunde 2016 führten auch die Expansion in der Westschweiz sowie die Einstellung von zusätzlichem Personal im Bereich IT-Infrastruktur zu höheren Personalaufwendungen.

Die betrieblichen Aufwendungen stiegen gegenüber Vorjahr um 4,6% an.

Die Ausgangsfrachten sanken gegenüber Vorjahr um 0,2%, was in tieferen Treibstoffbeschaffungskosten sowie im Rückgang der Anzahl belieferteter Verkaufsstellen begründet liegt.

Der nationale Rollout des neuen Kassensystems sowie die Projektkosten im Rahmen der Einführung von SAP bewirkten bei den Verwaltungs- und den übrigen Betriebsaufwendungen eine Kostenzunahme um 2,4 Mio. CHF.

9. Dienstleistungserlös

in CHF	2016	2015
Werbeleistungen	11 665 906	11 335 454
Übrige Erlöse	9 389 105	8 518 768
Dienstleistungserlös	21 055 011	19 854 222

10. Personalaufwand

in CHF	2016	2015
Lohnaufwand	39 365 433	37 666 164
Sozialleistungen	6 389 374	6 078 877
Übriger Personalaufwand	1 137 174	1 093 832
Total Personalaufwand	46 891 981	44 838 873

11. Übriger betrieblicher Aufwand

in CHF	2016	2015
Mietaufwand	2 694 897	2 509 972
Unterhalt und Reparaturen	4 284 731	4 118 509
Ausgangsfrachten	31 377 856	31 450 336
Energieaufwand	1 023 726	982 982
Übriger Betriebsaufwand	2 201 386	1 658 564
Verwaltungsaufwand	15 464 610	13 660 243
Werbung	19 940 388	19 233 552
Total übriger betrieblicher Aufwand	76 987 594	73 614 158

Gesetzliche Angaben nach Art. 959c Abs. 2 OR

12. Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt

	2016	2015
Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	509	492

Der Anstieg der Vollzeitstellen ist unter anderem auf die Übernahme von Mitarbeitenden der fenaco im Bereich Rechnungswesen zurückzuführen, die im Vorjahr noch im Verwaltungsaufwand ausgewiesen und per Anfang 2016 in die Volg Konsumwaren AG integriert wurden.

13. Beteiligungen

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

14. Leasingverbindlichkeiten

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

15. Verpflichtungen aus langfristigen Mietverhältnissen/Baurechten

in CHF	2016	2015
1 – 5 Jahre	2 400 000	2 400 000
Länger als 5 Jahre	32 160 000	32 640 000
Total Verpflichtungen aus langfristigen Mietverhältnissen/Baurechten	34 560 000	35 040 000

Bei den aufgeführten Verpflichtungen handelt es sich um geschuldete Entgelte aus dem abgeschlossenen Baurechtsvertrag für das Grundstück der Verteilzentrale Winterthur über die gesamte Restlaufzeit. Die aktuelle jährliche Belastung der Volg Konsumwaren AG aus diesem Rechtsgeschäft beträgt 480 000 CHF.

16. Verbindlichkeiten gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen

Es bestehen keine Verbindlichkeiten gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen.

Pool haben die Poolteilnehmer der UBS ein Pfandrecht über die zukünftige Saldoforderung der Poolteilnehmer gegenüber der UBS gewährt.

17. Eventualverbindlichkeiten

Die Volg Konsumwaren AG ist Mitglied in einem Cash Pool der fenaco Genossenschaft. Zur Sicherstellung aller bestehenden und künftig entstehenden Ansprüche der UBS aus dem Cash

Pool ist die Volg Konsumwaren AG Mitglied in einem Cash Pool der fenaco Genossenschaft. Im Rahmen des gruppenweiten Vertrags mit der Credit Suisse haftet die Gesellschaft für Schulden anderer Gesellschaften im Umfang ihrer freien Reserven solidarisch.

Verwendung des Bilanzgewinns

Der Verwaltungsrat beschloss an seiner Sitzung vom 31. März 2017, der Generalversammlung folgenden Antrag zur Gewinnverwendung zu unterbreiten:

in CHF		2016	2015
Vortrag vom Vorjahr		29 659 693	25 909 437
Jahresgewinn		5 988 594	5 450 256
Total Bilanzgewinn		35 648 287	31 359 693
Dividendenauszahlung	6 %	-1 200 000	-1 200 000
Zuweisung an gesetzliche Gewinnreserven		-500 000	-500 000
Vortrag auf neue Rechnung		-33 948 287	-29 659 693
Total Verwendung Bilanzgewinn		-35 648 287	-31 359 693

Mit frischen Produkten unterwegs in die Volg-Läden



Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung

Als Revisionsstelle haben wir die beiliegende Jahresrechnung der Volg Konsumwaren AG, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang (Seiten 14 bis 23), für das am 31. Dezember 2016 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 2016 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften

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

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

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

Bern, 6. März 2017

Ernst & Young AG

Christof Gerber, Zugelassener Revisionsexperte
(Leitender Revisor)

Marc Aeberhard, Zugelassener Revisionsexperte



Feines
zum Kaffee!

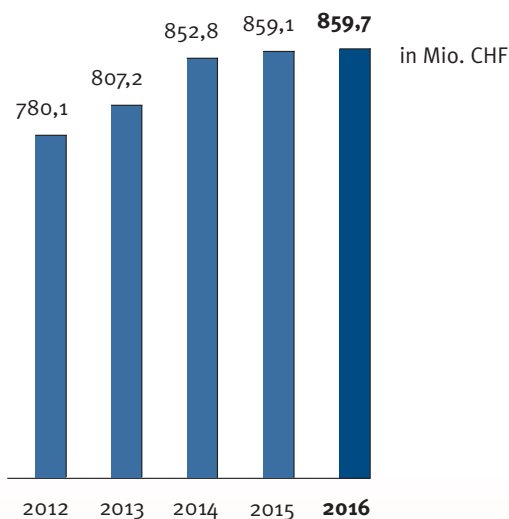
Les fruits de
la vallée dans
le rayon Végétal

Früh übt sich beim Einkauf

Entwicklung 2012 – 2016

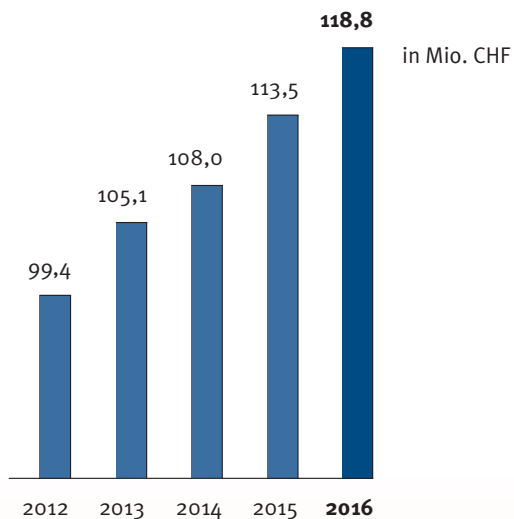
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen

Bei insgesamt stabilen Preisen verbesserte die Volg Konsumwaren AG 2016 ihre Warenverkaufs- und Dienstleistungserlöse um 0,6 Mio. CHF.



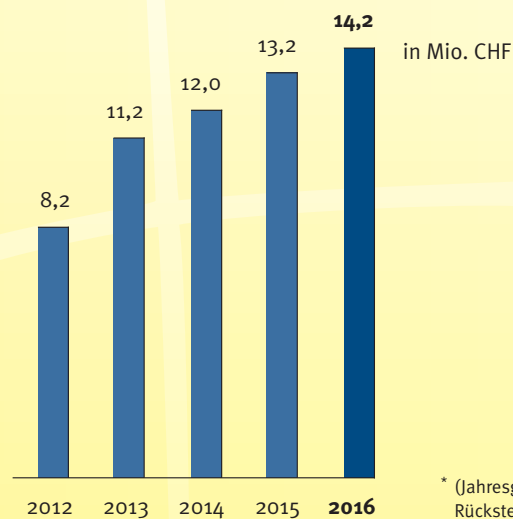
Bruttogewinn

Der Bruttogewinn konnte gegenüber Vorjahr wiederum gesteigert werden, was auf Optimierungen in der Beschaffung zurückzuführen ist.



Cashflow *

Die Selbstfinanzierungskraft konnte 2016 wiederum verbessert werden. Der Cashflow stieg um 1,0 Mio. CHF auf 14,2 Mio. CHF an.



* (Jahresgewinn + Abschreibungen + Veränderung Rückstellungen + Erfolg Anlageabgänge)

Aus heimischer Scholle

Volg wurde vor über 130 Jahren nicht zuletzt deshalb von den Schweizer Bauern gegründet, um über einen „hauseigenen“ Absatzkanal für ihre bäuerlichen Produkte zu verfügen. Die Volg-Läden sind auch heute noch wichtige Vermarkter von landwirtschaftlichen Erzeugnissen aus heimischer Scholle: Über 3 Millionen Kilogramm Schweizer Kartoffeln werden beispielsweise pro Jahr von den Volg-Kunden in den Dorfläden gekauft.

Die tiefe Verwurzelung von Volg im ländlichen Raum spiegelt sich somit nicht nur in der geografischen und persönlichen Nähe zu den Kunden, sondern auch in der Nähe zu den Schweizer Bauern wider. Die Illustrationen dieses Geschäftsberichts zeigen den spannenden Weg der Kartoffel vom Feld bis auf den Teller.

Angekommen auf dem Teller





Schweizer Kartoffeln – ein Genuss

Impressum

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

Herausgeber

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

