



# 2023

## Volg Konsumwaren AG Geschäftsbericht

# Inhalt



## Einkaufen im Volg ist gefragter denn je

Seiten 4 bis 9



## Verkaufskanäle und Umsätze 2023

Seiten 12 und 13



## Nachhaltigkeitsprojekte und -massnahmen

Seiten 14 und 15

<b>Organe</b>	<b>3</b>
<b>Vorwort</b>	<b>4</b>
<b>Highlights aus den Geschäftsbereichen</b>	<b>10</b>
<b>Verkaufsstellenstruktur und Kennzahlen</b>	<b>12</b>
<b>Unsere Verantwortung</b>	<b>14</b>
<b>Im Gespräch mit Beat Wittmer</b>	<b>16</b>
<b>Finanzieller Bericht</b>	<b>18</b>
<b>Impressum und Kontakt</b>	<b>31</b>

### 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

<b>Präsident</b>	Martin Keller
<b>Delegierter</b>	Philipp Zraggen
<b>Mitglieder</b>	Alice Brüscheiler Bernhard Keusch Daniel Strebel Daniel Zurlinden

## REVISIONSSTELLE

Ernst & Young AG, Bern

## GESCHÄFTSLEITUNG

<b>Vorsitz</b>	Philipp Zraggen	Unternehmensentwicklung
<b>Mitglieder</b>	Werner Baumgartner Denis Contessi Engelbert Dähler David Krummenacher Stefan Näf	Rechnungswesen / Controlling Informatik / Projekte / Prozesse Beschaffung Verkauf Volg Detailhandels AG Logistik / Dienste
<b>Erweiterte Geschäftsleitung</b>	Mario Martins Myriam Rogl Tamara Scheibli Oliver Schürer	Digitale Unternehmensentwicklung Academy Kommunikation / Werbung Verkauf LANDI / Private Detaillisten

Stand: 31. Dezember 2023

# Einkaufen im Volg ist gefragter denn je



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

Sehr geehrte Damen und Herren

«Zeit sparen ist wichtiger als Geld sparen.» So lautet die wesentliche Erkenntnis einer im November 2023 veröffentlichten repräsentativen GDI-Studie zum Einkaufsverhalten der Schweizerinnen und Schweizer. Sie besagt, dass rund 30 Prozent aller Personen im erwerbsfähigen Alter häufig oder fast immer (gefühl) unter Zeitdruck stehen. Zeit ist somit ein rares Gut, das nicht zuletzt bei Konsumententscheidungen zur kritischen Ressource wird: Lediglich 16 Minuten werden pro Tag durchschnittlich für den Einkauf aufgewendet, wobei 85 Prozent der Kundinnen und Kunden diesen so schnell und effizient wie möglich erledigen wollen.

Als Nahversorger mit einem ausgewählten Angebot sind die Läden der Volg-Gruppe in dieser Hinsicht hervorragend positioniert. Selbst auf kleinster Ladenfläche präsentieren sie ein breites Sortiment aus allen Bereichen des täglichen Bedarfs, was rasche Konsumententscheidungen ermöglicht. Zudem lässt sich der Einkauf im nahe gelegenen Volg vielerorts zu Fuss oder mit dem Velo erledigen. Die ebenso zeitsparende wie gesundheitsfördernde Anfahrt per Velo haben wir im

Sommer 2023 erstmals in einer Social-Media-Kampagne thematisiert, die viele begeisterte: Mit dem Fotowettbewerb #velovolg kam viel Bewegung in die Volg-Dörfer. Die Kampagne mobilisierte alle Altersgruppen, erzielte eine hohe Interaktionsrate und vergrösserte unsere Reichweite auf der Social-Media-Plattform Instagram.

Die Volg-Gruppe blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück und konnte den Jahresumsatz trotz des anspruchsvollen Marktumfelds steigern. Die 924 Verkaufsstellen (Vorjahr 934) erzielten einen Detailhandelsumsatz von 1,755 Milliarden Franken (Vorjahr 1,731 Milliarden Franken). Das entspricht einem Wachstum von 1,4 Prozent gegenüber 2022. Bei den 593 Volg-Dorfläden (Vorjahr 596), dem wichtigsten Absatzkanal der Volg-Gruppe, lag der Umsatz bei 1,317 Milliarden Franken (Vorjahr 1,301 Milliarden Franken), was einem Plus von 1,2 Prozent entspricht. Auf anhaltendem Wachstumskurs befinden sich nach wie vor die Tankstellenshops: Der Umsatz der 117 TopShops an Agrola-Tankstellen (Vorjahr 115) wuchs auf 372 Millionen Franken (Vorjahr 360 Millionen Franken) und liegt 3,3 Prozent über dem Ergebnis des Vorjahres. Die von der Volg Konsumwaren AG belieferten 214 Freien Detaillisten (Vorjahr 223), die mehrheitlich unter dem Namen «Prima» auftreten, verzeichneten einen Umsatz von 66 Millionen Franken (Vorjahr 70 Millionen Franken).

---

**«Dass wir angesichts des anspruchsvollen Marktumfelds erneut ein bemerkenswert gutes Resultat erzielen konnten, bekräftigt unsere Positionierung als führender Nahversorger auf dem Land.»**

**Philipp Zraggen,**

Vorsitzender der Geschäftsleitung

Volg punktet nicht nur als nahe gelegener Einkaufsort – unter einem Ladendach finden sich viele weitere Mehrwerte wie beispielsweise wichtige Post-Dienstleistungen. Sämtliche bestehenden Postmodule in den Dorfläden wurden rollierend auf die aktuellste Lösung der Schweizerischen Post umgerüstet – ein Projekt, das per Ende des Berichtsjahres termingerecht abgeschlossen werden konnte. Damit verfügt Volg nun in allen Läden mit Postagentur über ein modernes Modul, das sich in unmittelbarer Nähe der Mitarbeitenden an der Kasse befindet; Kundinnen und Kunden wiederum können ihre Postgeschäfte jetzt noch effizienter und rascher erledigen. Auch hier wird dem Anspruch «Zeit sparen» nun stärker Rechnung getragen.

Rechnung tragen wir seit geraumer Zeit auch der Stärkung unserer digitalen Kompetenz. Deren Ausbau ist nach wie vor ein Schlüsselthema mit grossem Potenzial: Bildung, Produktion und Handel profitieren von digitalen Technologien und Tools, da diese zahlreiche Abläufe standardisieren, vereinfachen, optimieren und damit im Sinne der Mitarbeitenden beschleunigen. Letzteres spart wertvolle Zeit – ein Grundsatz, der auch aus unternehmerischer Sicht langfristig von zentraler Bedeutung ist. Der seit 2023 auf Ebene Geschäftsleitung operierende Fachbereich «Digitale Unternehmensentwicklung» steuert, koordiniert und begleitet diesen Prozess innerhalb der Volg-Gruppe mit konkreten Vorhaben in allen Bereichen für unsere unmittelbare Zukunft.



---

**«Die Komplexität von Infrastruktur, Digitalisierung und IT-Sicherheit nimmt spürbar zu. Entsprechend früh haben wir die nötigen Weichen hinsichtlich Prozessoptimierung und Organisation gestellt.»**

**Martin Keller,**  
Präsident des Verwaltungsrates

So wird beispielsweise die technische Möglichkeit, das lokale Sortiment über das bewährte Bestellgerät zu ordern, ab 2024 sukzessive implementiert. Auch hier spielt die Zeitersparnis eine entscheidende Rolle: Indem sie künftig sämtliche Bestellungen über ein zentrales Tool abwickeln und nachverfolgen können, gewinnen unsere Mitarbeitenden in den Läden kostbare Zeit für andere wichtige Aufgaben. Dieser Schritt ist zugleich ein weiteres Element für andere Themen wie elektronische Regaletiketten oder eine digitale Kassenassistentin. Die Digitalisierung im Volg erstreckt sich aktuell auch auf eigene Informations- und Werbeflächen. Als Vorreiter in diesem Bereich haben sich die TopShops etabliert: Ab 2024 ziehen in sämtlichen Tankstellen-shops mindestens drei Bildelemente – beim Eingang, bei den Convenience-Produkten und bei der Kasse – die Aufmerksamkeit der Kundschaft mit national bespieltem Inhalt auf sich. Darüber hinaus hat jeder TopShop die Möglichkeit, seinen regionalen Anbietern mit einem weiteren Monitor im Café-Bereich eine attraktive, dynamische und viel beachtete Werbefläche zu bieten. Ebenfalls auf der Agenda stehen zukünftig neue 2D-Barcodes, die im Detailhandel ab 2027 die herkömmlichen eindimensionalen EAN-Codes nach fast 50 Jahren ablösen werden und im Gegensatz zu ihren linearen Vorgängern deutlich mehr Daten im Kontext eines Produkts liefern können.

Über allen zukunftsorientierten Lösungen steht ein Fakt, den keine Technologie und kein Fortschritt je ersetzen kann: das Herzblut und die hohe Kompetenz unserer engagierten Mitarbeitenden, die diese Eigenschaften tagtäglich unter Beweis stellen. Sie sind – um auf den zeitlichen und monetären Stellenwert zurückzukommen – einfach unbezahlbar und unendlich wertvoll. Unerlässlich zur Festigung dieser geschätzten Detailhandelskompetenz ist die interne Bildungsorganisation Volg Academy mit ihrem umfassenden Grund- und Weiterbildungsangebot. Hier brachte der Wandel der Zeit ebenfalls grosse Herausforderungen mit sich; rund 18 Jahre nach der letzten Überarbeitung setzte die Grundbildungsreform 2022 wegweisende Akzente. Einer der Schwerpunkte ist auch hier die Digitalisierung vieler Abläufe. Daneben verlagert sich der Fokus zunehmend auf die Erfahrung in der Praxis: Die Lernenden im Detailhandel dürfen noch mehr Handlungskompetenz beweisen und innovative Aufgaben selbständig umsetzen. Darüber hinaus wird Beratungs- und Verkaufsgesprächen mit den Kundinnen und Kunden mehr Gewicht beigemessen, was die Volg Academy seit 2023 in ihrem Bildungsangebot entsprechend berücksichtigt.



In diesem Zusammenhang besonders erfreulich ist die Tatsache, dass die Anzahl Lernender, die sich jährlich für Volg als Ausbildungsbetrieb entscheiden, mit 140 an der Zahl seit Jahren unverändert hoch ist. Zur Attraktivität von Volg als Arbeitgeber trägt zweifellos die Laufbahnplanung bei, die als mehrstufiges Förderprogramm konzipiert ist und jungen Lernenden spannende Perspektiven bietet. Beispielsweise können engagierte Fachkräfte bereits zwei Jahre nach Lehrabschluss die vollständige Verantwortung für einen Laden übernehmen. Ebenfalls im Fokus stand 2023 das Stellenmarketing, das neu aufgebaut wurde und das Ziel verfolgt, auf Basis unserer gemeinsamen Identität unser Werteverständnis nach aussen zu transportieren – diese Bindung und Loyalität haben engagierte Mitarbeitende mit authentischen Aussagen untermauert. Den Mitarbeitenden kommt dabei als Botschaftern von Volg eine besondere Bedeutung zu: Was sie in die Öffentlichkeit hinaustragen, prägt das Bild unserer Organisation und damit auch die Art, wie wir als Einkaufsort und als Unternehmung wahrgenommen werden. Es ist einer der Erfolgsfaktoren, die für uns von unschätzbarem Wert sind.

Neben engagierten Mitarbeitenden ist das Sortiment ein weiterer wichtiger Grundpfeiler im Detailhandel. Das Projekt «Warenverfügbarkeit» lenkte das Augenmerk 2023 auf die Warengruppe Früchte und Gemüse. Einheitliche Standards für die Präsentation, ein wöchentlich wechselndes Angebot frischer Produkte und eine einfachere Handhabung haben flächendeckend eine bessere Warenverfügbarkeit gewährleistet und für neue Impulse gesorgt. Zusätzlich wurde im Frühling 2023 bei der meistverkauften Frucht im Sortiment, der Banane, der Wechsel vom konventionellen auf den biologischen Anbau vollzogen. Der kontinuierliche Ausbau des Bio-Angebots entspricht unserem Nachhaltigkeitsgedanken und ist nach wie vor ein Kundenbedürfnis. Innerhalb der Volg-Gruppe wird das Angebot deshalb laufend erweitert, wobei die TopShops mit dem neuen Angebot von Sandwiches in Manufaktur-Qualität ein hochwertiges Ergänzungssortiment erhalten haben. Insgesamt hat Volg den Anteil als nachhaltig zertifizierter Produkte 2023 weiter erhöht. Er liegt in der Warengruppe Food mittlerweile bei beachtlichen 19,7 Prozent. Im Zentrum steht dabei weiterhin das Label IP-Suisse.

Obwohl Volg grossen Wert auf die Nachhaltigkeit des Sortiments legt, lassen sich Lebensmittelverluste nicht gänzlich vermeiden. Es liegt aber in unserer Verantwortung, Lebensmittel über die ganze Wertschöpfungskette hinweg sorgsam zu behandeln und Verluste wo immer möglich zu



---

**«Die Mitarbeitenden tragen als wertvolle Botschafter viel Positives zu unserem Image in der Öffentlichkeit bei. Umso wichtiger sind die professionelle Aus- und Weiterbildung, die attraktive Laufbahnplanung und das neu ausgerichtete Stellenmarketing.»**

**Philipp Zraggen,**  
Vorsitzender der Geschäftsleitung

reduzieren. In der ersten Hälfte des Berichtsjahres markierte der Umsetzungsschwerpunkt «Food Waste» ein zentrales Anliegen im Verkauf. Das angestrebte Ziel: bis 2030 die Menge vermeidbarer Lebensmittelabfälle im Vergleich zu 2017 zu halbieren. Erreicht werden soll dies unter anderem durch verstärkte Aufklärung über die Haltbarkeitsdauer und durch die gezielte Abgabe von nicht rechtzeitig verkauften Lebensmitteln. In diesem Zusammenhang wurden die Mitarbeitenden in den Läden 2023 intensiv über die möglichen Verwertungswege und deren zielführende Priorisierung geschult. Eine weitere wichtige Massnahme hierfür ist auch der Ausbau der Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Too Good To Go. Mittlerweile bieten über 90 Prozent unserer Läden sogenannte Überraschungspäckli an, mit denen Lebensmittel rechtzeitig gerettet werden. Im Jahr 2023 wurden insgesamt 66 977 solcher Überraschungspäckli zu einem symbolischen Preis verkauft, was rund 67 Tonnen geretteter Lebensmittel entspricht.

---

**«Der Ausbau der Kapazitäten der  
Verteilzentrale Oberbipp steht 2024 im Fokus  
und ist unerlässlich für die weitere Expansion  
unseres Verkaufsstellennetzes.»**

**Martin Keller,**

Präsident des Verwaltungsrates

Das Berichtsjahr stand im Zeichen zweier Jubiläen. Die Gründung der landwirtschaftlichen Genossenschaft fenaco, zu der die Volg-Gruppe gehört, jährte sich zum 30. Mal, was mit vier regionalen Anlässen gebührend gefeiert wurde. Bereits viermal so lange ist es her, seit 1903 für Volg die ersten Lebensmittel motorisiert transportiert wurden. Damit können Volg und Traveco auf stolze 120 Jahre Partnerschaft zurückblicken. Neue Wege haben wir 2023 im Sport-Sponsoring eingeschlagen: In Zusammenarbeit mit dem Spitzensportzentrum OYM in Cham erweitert Volg das seit zehn Jahren bestehende Sponsoring-Konzept, junge Sporttalente in Randsportarten zu fördern. Mit dem «OYM Women's Team powered by Volg» kommt neu ein Team von Einzelsportlerinnen hinzu, die bereits auf höherem Niveau agieren – die vier Athletinnen sind im Degenfechten, Bobfahren und Stabhochsprung bereits erfolgreich auf dem Weg nach oben.

Notwendig geworden war nach gut 30 Jahren ohne namhafte Modernisierung der Umbau der Verwaltungsräumlichkeiten in der Verteilzentrale in Winterthur. Technische Komponenten wie Lüftung, Elektronik, Netzwerk und Leitungen wurden auf den neusten Stand gebracht und so implementiert, dass Energie fortan sparsam genutzt wird. Die neue Einrichtung ermöglicht ein angenehmes, zeitgemässes Arbeiten und fördert den Austausch unter den Mitarbeitenden durch verschiedene bauliche Massnahmen. Der Bezug der neuen Räumlichkeiten erfolgte planmässig im Herbst.



## Ausblick

Neue Wege gehen wir ab dem nächsten Jahr mit unserer Markenwerbung. Unter dem Leitspruch «Hier sind wir» wird eine gänzlich neue und auf mehrere Jahre angelegte Kampagne lanciert. Sie verortet Volg als festen Bestandteil im täglichen Leben auf dem Land – das Motto formuliert sowohl die Zugehörigkeit der Marke zum Dorf als auch den Stolz der Bewohnerinnen und Bewohner, ein Teil ihres Dorfes zu sein. Die Kampagne hält authentische Momente aus dem Alltag im Dorf fest und macht die Berührungspunkte zwischen Volg und der Dorfbevölkerung sichtbar.

Insgesamt hat die Volg-Gruppe im Berichtsjahr elf neue Verkaufsstellen eröffnet, darunter je zwei TopShops und Prima-Läden. Mindestens elf neue Läden sind auch für 2024 geplant. Die Expansion und die Optimierung der Standorte sind unsere erklärten Ziele, die wir konsequent vorantreiben, wobei der Westschweiz nach wie vor ein besonderer Stellenwert zukommt. Basis für die Erweiterung des Verkaufstellennetzes in der Romandie sind der Ausbau der Infrastruktur und die Erhöhung der Kapazitäten in der Verteilzentrale Oberbipp, insbesondere im Frischbereich und im Getränkelager.

## Herzlichen Dank!

Die Rahmenbedingungen im Detailhandel bleiben herausfordernd. Auf der Kostenseite sehen wir uns angesichts der Teuerung höheren Ausgaben gegenüber, was spürbare Folgen für die gesamte Wertschöpfungskette hat. Während bei den Konsumentinnen und Konsumenten vor allem die gestiegenen Lebenshaltungskosten ins Gewicht fallen, haben Unternehmen die Mehrkosten für Beschaffung, Logistik und Energie zu bewältigen. Umso wichtiger ist der Faktor Zeit. Hierbei spielt die Digitalisierung ihre Vorteile aus, denn sie ermöglicht effiziente Waren-, Informations- und Finanzflüsse und kann Arbeitsprozesse automatisieren – und gezielt beschleunigen. Indem einfache und wiederkehrende Routinearbeiten sinnvoll digitalisiert werden, gewinnen die Mitarbeitenden mehr Zeit für ihre wichtigsten Aufgaben: die Kundinnen und Kunden kompetent zu beraten, ihnen Aufmerksamkeit und ein offenes Ohr zu schenken und eine angenehme, persönlich geprägte Einkaufsatmosphäre zu schaffen. Für dieses unschätzbare wichtige Engagement und den unermüdlichen Einsatz danken wir allen Mitarbeitenden von ganzem Herzen.



**Martin Keller**  
Präsident des Verwaltungsrates



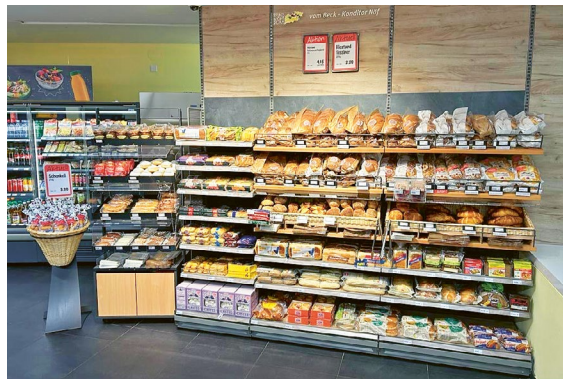
**Philipp Zraggen**  
Vorsitzender der Geschäftsleitung

# Highlights aus den Geschäftsbereichen



## VERKAUF VOLG

**Gezielte Modernisierungen:** In vielen Verkaufsstellen werden nicht nur die Einkäufe erledigt, sondern auch Postgeschäfte abgewickelt. Die Umstellung auf das neue Postmodul V-MaX konnte Ende 2023 in sämtlichen Volg-Läden mit Postagentur erfolgreich abgeschlossen werden. Das Projekt nahm knapp vier Jahre in Anspruch. Ebenfalls wurden in den vergangenen Jahren Investitionen in die Modernisierung der Ladenlokalitäten sowie in energieeffiziente Kühlmöbel vorgenommen. Der Weinbereich und die Brot-/Backwarenabteilung wurden optisch überarbeitet und präsentieren sich nun verkaufsfördernder.



## BESCHAFFUNG

**Anhaltendes Umsatzwachstum bei Spezialitäten und alkoholfreien Getränken:** Dank der Umstellung des Vertragslieferanten Gustav Gerig von der Direktbelieferung der Verkaufsstellen auf die Belieferung über das Zentrallager in der Verteilzentrale Winterthur konnte der Umsatz des Spezialitätensortiments trotz der Fokussierung auf die Leader-Artikel mit einer Reduktion der Artikelanzahl gesteigert werden. Die Produkte aus dem Gustav-Gerig-Sortiment, das unter anderem für die Zubereitung mexikanischer und asiatischer Gerichte sehr beliebt ist, können neu ohne Mindestabnahme bestellt werden, was für die Volg-Läden einen grossen Vorteil darstellt. Die Umsätze in der Warengruppe der alkoholfreien Getränke konnten das Rekordjahr 2022 nochmals übertreffen, wobei vor allem Energy-Drinks und Vitamingetränke starke Wachstumstreiber waren. In diesen beiden Kategorien legten auch die Eigenmarkenprodukte markant zu.





## VERKAUF TOPSHOP

**Konzept überarbeitet:** Infolge des neuen Mobilitätsverhaltens der Kundschaft haben sich die Anforderungen an einen Tankstellenshop gewandelt. Um diesen geänderten Bedürfnissen gerecht zu werden, wurde ein erster Schritt zur Optimierung des bestehenden Ladenkonzepts



unternommen. So wurden im Geschäftsjahr beispielsweise die Sortimente überarbeitet und noch konsequenter auf den Sofortverzehr und die Ansprüche mobiler Kundinnen und Kunden ausgerichtet. Weiter gestärkt wurde dabei auch das Sortiment regionaler Produkte. Neu können deren Produzenten ihr vielseitiges Angebot auf Bildschirmen in den Café-Bereichen der Shops bewerben.



## ACADEMY

**Fokus Stellenmarketing und digitales Lernen:** Im Rahmen des übergreifenden Gesamtprojekts zur Entwicklung des Employer Branding wurde 2023 das Stellenmarketing der Volg-Gruppe neu aufgebaut. Insgesamt haben 89 Volg-Mitarbeitende aus den verschiedenen Bereichen mitgewirkt. Entstanden sind verschiedene informative Videos und weiterführende Informationstexte, mit denen im komplett neu gestalteten Bereich «Volg als Arbeitgeber» auf der Volg-Website sowohl auf die verschiedenen Berufe und Arbeitswelten wie auch die Möglichkeiten zur internen Weiterbildung in der Volg Academy aufmerksam gemacht wird. Ausserdem hat sich die Kombination von digitalem Lernen, in Form von E-Learnings und neu auch Webinaren, und Präsenzkursen für die Mitarbeitenden und Lernenden des Verkaufs fest etabliert und grossen Anklang gefunden.



## LOGISTIK / VERWALTUNG

**Neugestaltung der Büroräume in Winterthur abgeschlossen:** Am Hauptsitz in Winterthur wurden bereits 2021 der Eingangs- und Empfangsbereich sowie ein Teil der Büroräumlichkeiten umfassend saniert und damit optimale Bedingungen für ein zeitgemässes Arbeiten geschaffen.

Im Geschäftsjahr konnte nun auch die Modernisierung der restlichen Büroflächen im ersten und zweiten Obergeschoss abgeschlossen werden. Sämtliche Verwaltungsmitarbeitenden haben damit Arbeitsplätze sowie Besprechungs- und Begegnungsräume erhalten, die dem neusten Stand bezüglich Funktionalität und Arbeitsplatzgestaltung entsprechen und den reibungslosen Ablauf des Arbeitsalltags optimal unterstützen.



# Verkaufsstellenstruktur und Kennzahlen

## VOLG



<b>2023</b>	<b>2022</b>
593 LÄDEN	596 LÄDEN

**UMSATZ 2023**  
**1 317 Mio. Fr.**  
(2022 1 301 Mio. Fr.)

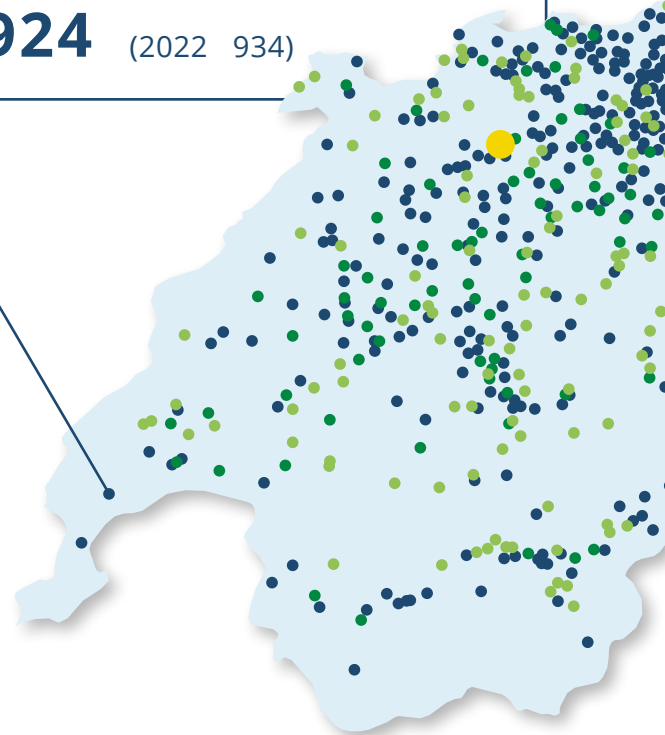
**DETAILHANDELSUMSATZ 2023**

**1 755 Mio. Fr.**

(2022 1 731 Mio. Fr.)

**TOTAL VERKAUFSSTELLEN 2023**

**924** (2022 934)



## POSTAGENTUREN

<b>2023</b>	<b>2022</b>
Volg 415	Volg 412
Partner 60	Partner 63

## TOPSHOP



<b>2023</b>	<b>2022</b>
117 SHOPS	115 SHOPS

**UMSATZ 2023**  
**372 Mio. Fr.**  
(2022 360 Mio. Fr.)

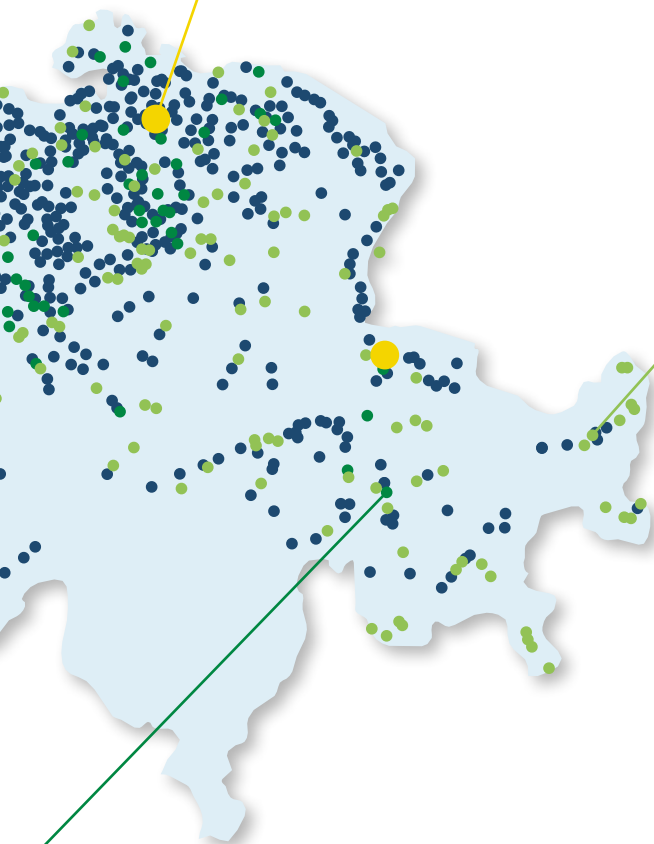


## VERTEILZENTRALEN UND VERWALTUNG



### ANZAHL MITARBEITENDE

	2023	2022
Winterthur	435	435
Landquart	97	94
Oberbipp	181	186
<b>Total</b>	<b>713</b>	<b>715</b>



## PRIMA\*



2023	2022
214 LÄDEN	223 LÄDEN

### UMSATZ 2023

**66 Mio. Fr.**

(2022 70 Mio. Fr.)

\* einschliesslich Freie Detaillisten

### UMSATZANTEILE

in Mio. Fr.	2023	2022
Volg Detailhandels AG	696	678
LANDI-Genossenschaften	573	574
Private Detaillisten	48	49
<b>Total Volg-Läden</b>	<b>1 317</b>	<b>1 301</b>
Prima / Freie Detaillisten	66	70
<b>Total Dorfläden</b>	<b>1 383</b>	<b>1 371</b>
TopShops	372	360
<b>Total Volg-Gruppe</b>	<b>1 755</b>	<b>1 731</b>

### ANZAHL VERKAUFSSTELLEN

	2023	2022
Volg Detailhandels AG	348	346
LANDI-Genossenschaften	210	214
Private Detaillisten	35	36
<b>Total Volg-Läden</b>	<b>593</b>	<b>596</b>
Prima / Freie Detaillisten	214	223
<b>Total Dorfläden</b>	<b>807</b>	<b>819</b>
TopShops	117	115
<b>Total Volg-Gruppe</b>	<b>924</b>	<b>934</b>

# Unsere Verantwortung

Wichtige Nachhaltigkeitsprojekte und -massnahmen im Jahr 2023

Sortiment

Mitarbeitende

Umwelt

Gesellschaft

## WERTVOLLES SOZIALES ENGAGEMENT



Die rechtzeitig zu Beginn der Adventszeit in den Volg-Läden erhältlichen Chlaussäcke stammen von der Brühlgut Stiftung in Winterthur. Rund 13 000 Stück werden

jährlich in sorgfältiger Handarbeit von Menschen mit einer Beeinträchtigung befüllt, nebst Schokolade und anderen Süssigkeiten werden dafür über 2 Tonnen Erdnüsse benötigt. In der Stiftung arbeiten vorwiegend Menschen mit einem körperlichen und/oder kognitiven Handicap, denen das Abpacken der Volg-Chlaussäcke eine erfüllende Arbeit bietet. Für Volg stellt die Zusammenarbeit ein soziales Engagement dar, das von Herzen kommt und die Unternehmenswerte unterstreicht.

## NACHHALTIG PRODUZIERT, ÖKOLOGISCH VERPACKT



Volg setzt konsequent auf Mehrwegverpackungen für Früchte und Gemüse im Offenverkauf und motiviert Kundinnen und Kunden aktiv dazu, beim Einkauf statt Plastiksäcken wiederverwendbare Mehrwegsäcklein zu benutzen.

Diese tragen nicht nur zur Reduktion des Plastikverbrauchs bei, sondern unterstützen auch die ressourcenschonende Kreislaufwirtschaft, weil das Garn für das Maschengewebe der Bags aus rezyklierten PET-Flaschen hergestellt wird. Die Lebensmittelechtheit wird regelmässig geprüft. Zum Weltumweltag am 5. Juni 2023 erhielten die Kundinnen und Kunden in den Volg-Läden kostenlos einen Veggie-Bag.



## MIT DEM LÄNDLICHEN RAUM ENG VERBUNDEN

Die starken Wurzeln in der heimischen Landwirtschaft kennzeichnen Volg seit jeher – und prägen das Unternehmen bis heute. Mit seinen rund 600 Dorfläden ist Volg eng mit der Natur und der Bevölkerung auf dem Land verbunden. Diese Nähe verstärkt Volg unter anderem mit den fünf

Volg NATURENA Erlebniswelten. Zu jeder Erlebniswelt gehören ein Erlebnisbauernhof zum Kennenlernen des landwirtschaftlichen Alltags, ein Naturprojekt zum Verstehen von ökologischen Zusammenhängen und ein Sinnespfad, der auf einer einfachen Rundwanderung an jeweils acht interaktiven Stationen spielerisch Wissen über einheimische Tiere und ihre beeindruckenden Sinnesorgane vermittelt. Die Volg NATURENA Erlebniswelten sind attraktive Freizeitangebote und Ausflugsziele, die sich an alle naturbegeisterten Menschen und Familien richten.





## LESESTOFF AUF KLIMANEUTRALEM PAPIER

Die Volg-Kundenmagazine für die Deutschschweiz und die Westschweiz sowie das Volg-Kindermagazin «hey» werden der Umwelt zuliebe seit Frühjahr 2023 auf klimaneutralem Papier gedruckt. Alle Emissionen, die das Papier entlang seiner Wertschöpfungskette verursacht, werden vollumfänglich durch ein Aufforstungsprojekt in Guanaré, Uruguay, kompensiert. Hier wird Grasland, dessen jahrhundertelange Beweidung den Böden stark zugesetzt hat, in einen Nutzwald umgewandelt. Ziel ist, die intensiv beanspruchten Böden zu regenerieren und durch die nachhaltige Bewirtschaftung langfristig Arbeitsplätze zu schaffen. Das Projekt ist nach dem Verified Carbon Standard (VCS) zertifiziert, einem internationalen Qualitätsstandard für die freiwillige Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen.



## GESCHÄTZTE UNTERSTÜTZUNG

Im Rahmen seines langjährigen Spendenengagements fördert Volg jährlich über 1000 lokale Schulklassen, Pfadigruppen, Jungscharen und weitere Kinder- und Jugendvereine im gesamten Wirtschaftsgebiet. Deren Lager und andere Freizeitangebote werden unkompliziert mit Volg-Gutscheinen unterstützt. Volg leistet so einen willkommenen Beitrag für die Durchführung von Aktivitäten und Anlässen im ländlichen Raum, die den sozialen Zusammenhalt in den Schulen und Vereinen stärken und den jungen Menschen wichtige Werte vermitteln.



## 100% BIO UND FAIRTRADE

Volg unterstützt die mit fair gehandelten Bananen verbundenen Werte seit Jahrzehnten und war 1994 der erste Detailhändler weltweit, der Bananen aus fairem Handel ins Sortiment aufnahm. Seit 2020 setzt Volg vollumfänglich auf Fairtrade Max Havelaar. Dies garantiert den Kleinbauern faire Mindestpreise und hilft ihnen, ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen langfristig zu verbessern. Und seit Frühling 2023 stammen die Bananen in allen rund 600 Läden in der Deutschschweiz und der Westschweiz zusätzlich aus biologischem Anbau. Damit ist Volg der einzige Schweizer Detailhändler, der ausschliesslich Bio-Fairtrade-Bananen verkauft. Die Bio-Qualität entspricht unserem Bestreben, die Umwelt auch in den Herkunftsländern bestmöglich zu schonen. Trotz der Bio-Auslobung wurde der Verkaufspreis nicht angehoben.

## 100% BIO-ÄPFEL



Seit Herbst 2023 ersetzt die Bio-Apfelschorle die bisher erhältliche Ramseier-Apfelschorle aus konventioneller Produktion. Die Nachhaltigkeit umfasst dabei neben dem ökologischen Obstbau weitere Ebenen. Denn bei der Produktion der Bio-Apfelschorle wird grosser Wert darauf gelegt, Wasserverbrauch, Energiebedarf und CO<sub>2</sub>-Ausstoss möglichst tief zu halten. Rund 10 Prozent des gesamten Brennstoffbedarfs werden mit selbst produziertem Biogas aus den betriebseigenen Abwasserbehandlungsanlagen gedeckt. Sämtliche Ramseier-PET-Flaschen weisen ausserdem den maximal verfügbaren Anteil an Schweizer PET-Rezyklat auf.





Im Gespräch mit Beat Wittmer:

# «Der Konsum von Tiefkühlfrüchten und -gemüse entwickelt sich erfreulich»

Als einer der führenden Lebensmittelhersteller produziert die Frigemo AG hochwertige Kartoffel-, Gemüse-, Früchte- und Pastaprodukte sowie Convenience-Artikel. Unter anderem beliefert sie über 900 Volg-, TopShop- und Prima-Verkaufsstellen, aber auch andere Detaillisten und Gastronomie-Unternehmen. Beat Wittmer, Vorsitzender der Geschäftsleitung bei Frigemo, blickt mit uns auf ein ereignisreiches Jahr zurück und lässt uns an den Zukunftsplänen teilhaben.

## **Herr Wittmer, Frigemo nimmt eine wichtige Stellung im Nahrungsmittelbereich ein. Was hat Sie im Rückblick auf 2023 überrascht?**

Nun, die Ernte war im vergangenen Jahr eine echte Herausforderung, was vor allem auf die Perioden mit grosser Hitze und Starkregen zurückzuführen ist. Und so lag der Ertrag sowohl qualitativ als auch quantitativ unter dem Durchschnitt. Überrascht hat mich, dass nicht nur die Schweiz, sondern der ganze europäische Raum davon betroffen war. Üblicherweise gibt es in Europa mindestens eine Region, die gute Erträge erzielen kann.

## **Wie beeinflussen die gestiegenen Energie- und Rohstoffpreise die Tätigkeit Ihres Unternehmens?**

Es ist eines unserer erklärten Ziele, die Effizienz in unseren Prozessen zu erhöhen und so dem Preisanstieg entgegenzuwirken. Beispielsweise haben wir 2023 in der Produktionsstätte in Cressier eine moderne optische Sortieranlage in Betrieb genommen.

## **Was schätzen Sie an der Zusammenarbeit mit Volg?**

Volg und Frigemo verbindet neben der Zugehörigkeit zur fenaco Gruppe eine langjährige Zusammenarbeit, die ich als vertrauensvoll und partnerschaftlich beschreibe. Dank dem wertschätzenden und konstruktiven Austausch haben wir gemeinsam anspruchsvolle Projekte wie die Umstellung der Marke Jardinière auf die Volg-Eigenmarkenlinie «Volg-Marke» realisiert.

Seit November 2023 sind sechs Tiefkühlprodukte neu unter dieser Eigenmarke erhältlich.

## **Durch seine hohen Qualitätsstandards ist Frigemo ein verlässlicher Partner für alle Marktteilnehmer. Welche Projekte verfolgen Sie, um Ihre Position weiter zu stärken?**

Das Thema Nachhaltigkeit steht bei Frigemo zurzeit im Fokus; dazu zählt auch die Reduktion von Food Waste. Die Menge der bei der Produktion anfallenden nicht verwertbaren Lebensmittelreste wird gemessen, analysiert und durch Prozessoptimierungen laufend reduziert. Beim Aufbau einer nachhaltigen Wertschöpfungskette mit lokalen Partnerschaften, kurzen Transportwegen und umweltfreundlichen Verpackungen haben wir bereits einiges erreicht und wir verfolgen dieses zentrale Anliegen auch konsequent weiter.

## **Abschliessend ein Blick in die Zukunft: Was wird in den kommenden zwei bis drei Jahren auf Sie zukommen?**

Nachhaltigkeitsthemen, insbesondere die CO<sub>2</sub>-Reduktion, werden uns auch in Zukunft fordern. Zudem beobachten wir, dass das Gesundheitsbewusstsein in der Gesellschaft steigt und Kundinnen und Kunden ihre Einkaufsgewohnheiten entsprechend anpassen. Der steigende Konsum von Früchten und Gemüse wird sich positiv auf unseren Umsatz auswirken – diese Entwicklung motiviert uns natürlich sehr.

# Finanzieller Bericht

<b>Finanzkennzahlen 2023</b>	<b>19</b>
<b>Bilanz</b>	<b>20</b>
<b>Erfolgsrechnung</b>	<b>22</b>
<b>Anhang zur Jahresrechnung</b>	<b>23</b>
<b>Erläuterungen</b>	<b>24</b>
<b>Gesetzliche Angaben nach Art. 959c Abs. 2 OR</b>	<b>28</b>
<b>Verwendung des Bilanzgewinns</b>	<b>29</b>
<b>Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung</b>	<b>30</b>

20  
23



# Finanzkennzahlen 2023

Nachfolgende Finanzkennzahlen sind als Resümee der Jahresrechnung 2023 zu verstehen und geben Auskunft über die Finanz-, Vermögens- und Ertragslage der Volg Konsumwaren AG.

975 Mio.  
Franken

**WARENVERKAUFSERLÖS**

52,7  
Prozent

**EIGEN-  
FINANZIERUNGSGRAD**

1,1  
Prozent

**UMSATZWACHSTUM**

22,5 Mio.  
Franken

**JAHRESGEWINN**

278 Mio.  
Franken

**BILANZSUMME**

6  
Prozent

**DIVIDENDE**

# Bilanz per 31. Dezember

## AKTIVEN

in CHF	Anhang	2023	2022
Flüssige Mittel		3 828	3 400
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1	165 370 967	155 013 657
Übrige kurzfristige Forderungen		4 332 345	2 686 450
Vorräte		18 324 247	21 444 910
Aktive Rechnungsabgrenzungen		4 603 120	4 499 200
<b>Umlaufvermögen</b>		<b>192 634 507</b>	<b>183 647 617</b>
Finanzanlagen		45 333	0
Beteiligungen		59 300	59 300
Sachanlagen	2	84 839 547	85 231 533
<b>Anlagevermögen</b>		<b>84 944 180</b>	<b>85 290 833</b>
<b>Total Aktiven</b>		<b>277 578 687</b>	<b>268 938 450</b>

Die Bilanzsumme der Volg Konsumwaren AG erhöhte sich zum Bilanzstichtag am 31. Dezember 2023 gegenüber dem Vorjahr um 3,2 % auf 277,6 Mio. CHF, wobei der Anstieg des Umlaufvermögens mit 9,0 Mio. CHF Haupttreiber dieser Entwicklung war.

Innerhalb des Umlaufvermögens sanken gegenüber dem Vorjahr einzig die Vorräte um 3,1 Mio. CHF, während die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die übrigen kurzfristigen Forderungen in der Summe um 12,0 Mio. CHF höher abschlossen, was im Wesentlichen auf die Saldosteigerung des Kontokorrents mit der fenaco Genossenschaft zurückzuführen ist.

	2023	2022
Liquiditätskennzahl <sup>1</sup>	180,9 %	152,0 %

<sup>1</sup> Umlaufvermögen / kurzfristiges Fremdkapital × 100 %

Die Liquiditätskennzahl, anhand deren die Liquiditätslage bestimmt wird, verbesserte sich um 28,9 Prozentpunkte und unterstreicht damit die gesunde Finanzlage der Volg Konsumwaren AG.



## PASSIVEN

in CHF	Anhang	2023	2022
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3	39 348 020	41 063 972
Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten		2 994 623	3 102 709
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	4	7 008 777	10 889 401
Passive Rechnungsabgrenzungen		51 122 768	58 458 427
Kurzfristige Rückstellungen	5	6 029 135	7 292 426
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>		<b>106 503 323</b>	<b>120 806 935</b>
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten		0	0
Übrige langfristige Verbindlichkeiten		909 000	919 000
Langfristige Rückstellungen	5	23 831 247	22 209 327
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>		<b>24 740 247</b>	<b>23 128 327</b>
<b>Total Fremdkapital</b>		<b>131 243 570</b>	<b>143 935 262</b>
Aktienkapital		20 000 000	20 000 000
Gesetzliche Gewinnreserven		10 000 000	10 000 000
Freiwillige Gewinnreserven		80 000 000	59 600 000
Vortrag vom Vorjahr		13 803 188	16 274 626
Jahresgewinn		22 531 929	19 128 562
Total Bilanzgewinn		36 335 117	35 403 188
Total freiwillige Gewinnreserven		116 335 117	95 003 188
<b>Total Eigenkapital</b>		<b>146 335 117</b>	<b>125 003 188</b>
<b>Total Passiven</b>		<b>277 578 687</b>	<b>268 938 450</b>

Gegenüber dem Vorjahr reduzierte sich das Fremdkapital um 12,7 Mio. CHF. Das langfristige Fremdkapital erhöhte sich massgeblich aufgrund der Bildung zusätzlicher Sanierungsrückstellungen. Demgegenüber verringerte sich das kurzfristige Fremdkapital um 14,3 Mio. CHF. Definitive Einschätzungen der Steuerbehörden für vergangene Steuerperioden und die damit verbundene Rechnungsstellung trugen im Umfang von 3,7 Mio. CHF zu einer Abnahme der passiven Rechnungsabgrenzungen bei. Die Abnahme der übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten liegt im Rückgang der Verbindlichkeit gegenüber der Personalvorsorgestiftung der fenaco Genossenschaft begründet.

Die Zunahme des Eigenkapitals um 21,3 Mio. CHF ist auf die Erhöhung der freiwilligen Gewinnreserven zurückzuführen.

	2023	2022
Anlagedeckungsgrad <sup>2</sup>	165,7 %	138,8 %
Eigenfinanzierungsgrad <sup>3</sup>	52,7 %	46,5 %

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

<sup>3</sup> Eigenkapital / Total Passiven × 100 %

Die Kennzahlen zur Beurteilung der Finanzierungssituation und der Vermögenslage entwickelten sich im abgelaufenen Geschäftsjahr positiv. Die Volg Konsumwaren AG steht auf einem soliden finanziellen Fundament.

# Erfolgsrechnung vom 1. Januar bis 31. Dezember

## ERFOLGSRECHNUNG

in CHF	Anhang	2023	2022
Warenverkaufserlös	6	975 365 512	964 530 858
Dienstleistungserlös		21 874 470	23 361 343
<b>Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen</b>		<b>997 239 982</b>	<b>987 892 201</b>
Warenaufwand		-827 387 288	-820 061 951
<b>Betriebsertrag</b>		<b>169 852 694</b>	<b>167 830 250</b>
Personalaufwand	7	-53 973 599	-56 632 532
Übriger betrieblicher Aufwand	8	-81 314 627	-76 364 232
<b>Total Betriebsaufwand</b>		<b>-135 288 226</b>	<b>-132 996 764</b>
<b>Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b>		<b>34 564 468</b>	<b>34 833 486</b>
Abschreibungen		-6 529 687	-8 723 785
Verluste aus Abgang mobiler Sachanlagen		-131 962	-6 769
Gewinne aus Abgang mobiler Sachanlagen		47 668	31 519
<b>Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>		<b>27 950 487</b>	<b>26 134 451</b>
Finanzaufwand		-74 138	-224 469
Finanzertrag		498 537	364 176
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>		<b>28 374 886</b>	<b>26 274 158</b>
Direkte Steuern		-5 842 957	-7 145 596
<b>Jahresgewinn</b>		<b>22 531 929</b>	<b>19 128 562</b>

Im ersten vollständigen Geschäftsjahr nach Ende der Pandemie (2020–2022) konnte ein Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen von 997,2 Mio. CHF erzielt werden, was wie die um 7,3 Mio. CHF gestiegenen Warenaufwendungen einem nominalen Wachstum von 0,9 % entspricht.

Die betrieblichen Aufwendungen stiegen um 1,7 % auf 135,3 Mio. CHF. Trotz der Lohnrunde sanken die Personalaufwendungen um 4,7 %, was auf tiefere Sozialaufwendungen zurückzuführen ist. Der Anstieg der übrigen betrieblichen Aufwendungen um 5,0 Mio. CHF ist nebst der Teuerung auf projektbedingte Auslagen zurückzuführen.

Die um 2,2 Mio. CHF tieferen Abschreibungsaufwendungen sind den im Vorjahr im Kontext des Umbaus des Verwaltungsgebäudes durchgeführten Buchwertabschreibungen zuzurechnen.

Die Reduktion der direkten Steuern um 1,3 Mio. CHF ist dem Umstand geschuldet, dass im Vorjahr stille Reserven im Betrag von 10,1 Mio. CHF freiwillig versteuert wurden.

Die Volg Konsumwaren AG erwirtschaftete im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Jahresgewinn von 22,5 Mio. CHF. Dieses Ergebnis ist nicht nur dem Umsatzwachstum sowie dem haushälterischen Umgang mit Ausgaben zu verdanken, sondern auch der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Marktpräsenz mit den drei Ladenformaten und der erfolgreichen Zusammenarbeit mit diversen Anspruchsgruppen.

# 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 und der Geldflussrechnung 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	2023	2022
Dritte	13 348 851	14 481 728
Beteiligte	151 762 039	140 291 197
LANDI	260 077	240 732
<b>Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>165 370 967</b>	<b>155 013 657</b>

Der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen betrug 10,4 Mio. CHF. Mit rund 10,7 Mio. CHF Saldozunahme gegenüber dem Vorjahr steuerte das Kontokorrent mit der fenaco Genossenschaft, das per 31. Dezember 2023 mit einem Saldo von 70,2 Mio. CHF (Vorjahr 59,5 Mio. CHF) in den Büchern steht, den höchsten Anteil zu dieser Entwicklung bei.

Dem Risiko des potenziellen Zahlungsausfalls Dritter wurde mittels Einzel- und Pauschalwertberichtigungen genügend Rechnung getragen – diese beliefen sich wie schon im Vorjahr auf 2,3 Mio. CHF.

## 2. SACHANLAGEN

in CHF	2023	2022
Techn. Anlagen, Maschinen und Mobilien	7 825 586	7 194 621
Fahrzeuge	1 956 256	1 657 309
Anlagen im Bau	255 293	200 762
Immobilien	74 802 412	76 178 841
<b>Total Sachanlagen</b>	<b>84 839 547</b>	<b>85 231 533</b>

Die Volg Konsumwaren AG tätigte im Geschäftsjahr 2023 grösstenteils Ersatzinvestitionen im Umfang von 6,3 Mio. CHF (Vorjahr 3,4 Mio. CHF). Mit einem Betrag von rund 4,7 Mio. CHF wurde das Umbauprojekt im Verwaltungsgebäude der Verteilzentrale Oberwinterthur aktiviert.

## 3. VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in CHF	2023	2022
Dritte	26 683 270	29 063 094
Beteiligte	12 597 586	11 980 022
LANDI	67 164	20 856
<b>Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>39 348 020</b>	<b>41 063 972</b>

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich zum Bilanzstichtag um 1,7 Mio. CHF, was im Zusammenhang mit dem Kreditorenmanagement und dem Zeitpunkt der letzten Zahlungsaufträge im abgelaufenen Geschäftsjahr steht.

#### 4. ÜBRIGE KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN

in CHF	2023	2022
Dritte	7 008 468	10 886 917
Beteiligte	0	75
LANDI	309	2 409
<b>Total übrige kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>7 008 777</b>	<b>10 889 401</b>

Die übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten, wo nebst kreditorischen Debitoren auch die Verpflichtungen aufgrund der Ausgabe von elektronischen Geschenkgutscheinen (Gift Cards) ausgewiesen werden, reduzierten sich um 3,9 Mio. CHF, wobei die im Vorjahr mit einem Betrag von 4,0 Mio. CHF bilanzierten und 2023 an die Personalvorsorgestiftung der fenaco Genossenschaft überwiesenen Arbeitgeberbeitragsreserven der Hauptgrund für diese Entwicklung sind.

#### 5. KURZFRISTIGE UND LANGFRISTIGE RÜCKSTELLUNGEN

in CHF	2023	2022
Personal	4 007 731	4 183 507
Renovationen	14 657 227	13 816 603
Gebinde	1 104 189	969 441
Sonstige Rückstellungen	10 091 235	10 532 202
<b>Total Rückstellungen</b>	<b>29 860 382</b>	<b>29 501 753</b>

Die Rückstellungen erhöhten sich gesamthaft um 0,4 Mio. CHF, wobei die steuerlich akzeptierte Erhöhung der Rücklage für Gebäuderenovationen im Umfang von 0,8 Mio. CHF der Haupttreiber war.

Die Position sonstige Rückstellungen beinhaltet finanzielle Verpflichtungen für Volg-Märkli und -Papiergutscheine, die im Umlauf sind. Diese Position reduzierte sich um 0,4 Mio. CHF.

## 6. WARENVERKAUFSERLÖS

in CHF	2023	2022
Frischprodukte	392 317 320	383 897 709
Food	161 547 601	159 296 787
Nearfood	287 196 450	289 315 037
Getränke	121 794 267	119 325 361
Diverses inkl. Economat	12 509 874	12 695 964
<b>Total Warenverkaufserlös</b>	<b>975 365 512</b>	<b>964 530 858</b>

In einem von der allgemeinen Teuerung geprägten wirtschaftlichen Umfeld, in dem die Preissensitivität der Kundinnen und Kunden an Bedeutung gewinnt, konnte sich die Volg Konsumwaren AG mit ihrem auf Güter des täglichen Bedarfs und Convenience-Artikel ausgerichteten Sortiment behaupten. Der nominelle Warenverkaufserlös stieg um 10,8 Mio. CHF, womit der negativen Umsatzentwicklung des Vorjahres Einhalt geboten werden konnte.

Die Sparte Frischprodukte verzeichnete mit einem Wachstum von 2,2 % die höchste nominelle Umsatzsteigerung.

Die Sparte Getränke wuchs gegenüber dem Vorjahr um 2,1 %, wobei der Umsatz mit alkoholfreien Getränken und Bier um 3,4 % anstieg und die Umsätze mit Wein und Spirituosen abnahmen.

Die Umsatzeinbusse der Sparte Nearfood ist vor allem dem wertmässig tieferen Umsatz bei der Warengruppe Raucherwaren geschuldet.

## 7. PERSONALAUFWAND

in CHF	2023	2022
Lohnaufwand	45 212 388	44 280 312
Sozialleistungen	7 360 118	11 351 172
Übriger Personalaufwand	1 401 093	1 001 047
<b>Total Personalaufwand</b>	<b>53 973 599</b>	<b>56 632 532</b>

Der Personalaufwand sank gegenüber dem Vorjahr trotz überdurchschnittlich erhöhter Löhne und in Form von Volg-Gutscheinen ausgehändigter Mitarbeitergeschenke um 4,7 %. Die 2022 ausgewiesenen Arbeitgeberbeitragsreserven erklären den Rückgang bei den Sozialleistungen (siehe auch 4. Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten).



## 8. ÜBRIGER BETRIEBLICHER AUFWAND

in CHF	2023	2022
Mietaufwand	1 782 414	1 818 039
Unterhalt und Reparaturen	6 477 503	5 719 843
Ausgangsfrachten	36 733 029	35 958 097
Energieaufwand	1 307 024	1 128 357
Übriger Betriebsaufwand	2 590 482	2 147 926
Verwaltungsaufwand	11 230 032	10 387 707
Werbung	21 194 143	19 204 263
<b>Total übriger betrieblicher Aufwand</b>	<b>81 314 627</b>	<b>76 364 232</b>

Der übrige betriebliche Aufwand erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 5,0 Mio. CHF, was nebst der allgemeinen Teuerung verschiedenen projektbedingten Auslagen geschuldet ist. Der Anstieg der Unterhalts- und Reparaturaufwendungen steht vor allem im Zusammenhang mit Bauvorhaben. Die Produktion von Werbemitteln für die neue Imagekampagne 2024 sowie Kostenbeteiligungen für Layout-Anpassungen bei Läden mit Postagentur waren ausschlaggebend für den Anstieg der Werbeaufwendungen. Beim Verwaltungsaufwand führten vor allem Projekte im Kontext der digitalen Weiterentwicklung zu höheren Kosten.

# Gesetzliche Angaben nach Art. 959c Abs. 2 OR

## 9. ANZAHL VOLLZEITSTELLEN IM JAHRESDURCHSCHNITT

	2023	2022
Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	570	571

## 10. BETEILIGUNGEN

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

## 11. LEASINGVERBINDLICHKEITEN

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

## 12. VERPFLICHTUNGEN AUS LANGFRISTIGEN MIETVERHÄLTNISSEN / BAURECHTEN

in CHF	2023	2022
1 - 5 Jahre	3 181 312	2 807 731
Länger als 5 Jahre	28 800 000	29 286 503
<b>Total Verpflichtungen aus langfristigen Mietverhältnissen / Baurechten</b>	<b>31 981 312</b>	<b>32 094 234</b>

Verpflichtungen aus langfristigen Mietverhältnissen und Baurechten resultieren im Wesentlichen aus dem Baurechtsvertrag für das Grundstück des Verteilenzentrums am Standort Oberwinterthur.

## 13. 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.

## 14. WESENTLICHE EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Keine

# Verwendung des Bilanzgewinns

Der Verwaltungsrat beschloss an seiner Sitzung vom 19. März 2024, der Generalversammlung folgenden Antrag zur Gewinnverwendung zu unterbreiten:

in CHF		2023	2022
Vortrag vom Vorjahr		13 803 188	16 274 626
Jahresgewinn		22 531 929	19 128 562
<b>Total Bilanzgewinn</b>		<b>36 335 117</b>	<b>35 403 188</b>
Dividendenauszahlung	6 %	-1 200 000	-1 200 000
Zuweisung an gesetzliche Gewinnreserven		-	-
Zuweisung an freiwillige Gewinnreserven		-20 000 000	-20 400 000
Vortrag auf neue Rechnung		-15 135 117	-13 803 188
<b>Total Verwendung Bilanzgewinn</b>		<b>-36 335 117</b>	<b>-35 403 188</b>

# 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, 19. März 2024

## Bericht der Revisionsstelle

### Bericht zur Prüfung der Jahresrechnung



#### Prüfungsurteil

Wir haben die Jahresrechnung der Volg Konsumwaren AG (die Gesellschaft) bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2023 und der Erfolgsrechnung für das dann endende Jahr sowie dem Anhang, einschliesslich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden geprüft.

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung (Seiten 20 bis 29) 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.



#### Sonstige Informationen

Der Verwaltungsrat ist für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die im Geschäftsbericht enthaltenen Informationen, aber nicht die Jahresrechnung und unseren dazugehörigen Bericht.

Unser Prüfungsurteil zur Jahresrechnung erstreckt sich nicht auf die sonstigen Informationen, und wir bringen keinerlei Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu zum Ausdruck.

Im Zusammenhang mit unserer Abschlussprüfung haben wir die Verantwortlichkeit, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen wesentliche Unstimmigkeiten zur Jahresrechnung oder unseren bei der Abschlussprüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Falls wir auf Grundlage der von uns durchgeführten Arbeiten den Schluss ziehen, dass eine wesentliche falsche Darstellung dieser sonstigen Informationen vorliegt, sind wir verpflichtet, über diese Tatsache zu berichten. Wir haben in diesem Zusammenhang nichts zu berichten.



#### 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 Fehr  
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

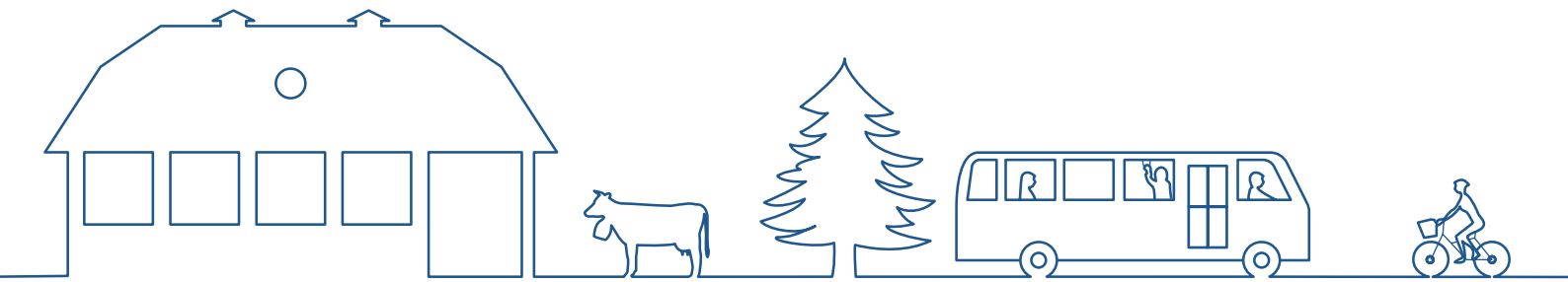
## Fotografien

Esther Michel, Zürich  
Guillaume Perret, Cormondrèche  
Mattenbach AG, Winterthur

## Volg auf LinkedIn



gedruckt in der  
schweiz



*frisch und  
fründlich*

**Volg**