

Winterthur, 28. April 2021

*Medieninformation*

## **Gemeinsam ein gutes Ergebnis erzielt**

**Die Volg-Gruppe hat den Detailhandelsumsatz im Geschäftsjahr 2020 um 16,1 % auf 1 768 Millionen Franken gesteigert. Die auf Dorfläden und Kleinflächen spezialisierte Detailhandelsgruppe erzielte dieses Ergebnis mit 924 Verkaufsstellen. Im herausfordernden Jahr zeigte sich besonders, dass das Einkaufen im nahen Laden im Dorf, wo Volg seit jeher verankert ist, noch mehr an Bedeutung gewonnen hat.**

Im durch Corona geprägten Jahr hatte die Versorgungssicherheit der Schweizer Bevölkerung oberste Priorität. Dazu leisteten die Läden der Volg-Gruppe im ländlichen Raum einen wichtigen Beitrag. Mehr Kunden, die mehr einkauften: Das brachte ein deutlich höheres Bestellvolumen mit sich und forderte mehr Kapazitäten und Leistung. «Dank grossartigem internen Teamgeist und der gut funktionierenden Zusammenarbeit mit Partnern und Lieferanten konnten wir diesen Mehraufwand professionell bewältigen, so dass die Lieferbereitschaft in allen Verkaufsstellen jederzeit sichergestellt war. Dass die Volg-Gruppe ihren Umsatz in diesem herausfordernden Jahr steigern konnte, macht uns stolz und ist massgeblich dem hohen Engagement unserer Mitarbeitenden zu verdanken», sagt Philipp Zraggen, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Volg Konsumwaren AG.

### **Ergebnis Volg Konsumwaren AG**

Der Warenverkaufserlös der Grossistin und Marketingorganisation Volg Konsumwaren AG stieg 2020 um 18,3 % auf 1 029 Millionen Franken. Dabei lieferte die Sparte Getränke mit einer Steigerung von 34,8 % den grössten Beitrag. Bei den klassischen Lebensmittelsparten wie Frischprodukte (+ 16,1 %) und Food (+ 11,8 %) wurde je ein Umsatzwachstum im zweistelligen Bereich verbucht. Deutlich höhere Warenmengen für die Distribution in die Verkaufsstellen und die damit verbundenen logistischen Mehraufwendungen führten zu einem Anstieg der Betriebsaufwendungen um 11,1 %. Trotz der höheren Aufwendungen resultierte ein Betriebsgewinn nach Steuern von 13,2 Millionen Franken. Auch im Jahr 2020 setzte Volg über 30 Millionen Franken für Neu- und Umbauten der Dorfläden sowie für Prozess- und Infrastrukturoptimierungen ein.

### **Umsatz Detailhandel**

Die 586 Volg-Dorfläden (Vorjahr 587) als der wichtigste Verkaufskanal der Gruppe steigerten den Detailhandelsumsatz um 16,6 % auf 1 360 Millionen Franken (Vorjahr 1 166 Millionen Franken).

Ebenfalls gewachsen sind die Umsätze der AGROLA TopShops, die von der Volg Konsumwaren AG beliefert werden: Die 107 Tankstellenshops (Vorjahr 100) steigerten den Detailhandelsumsatz um 13,5 % auf 328 Millionen Franken (Vorjahr 289 Millionen Franken).

Die Freien Detaillisten mit 231 Verkaufsstellen (Vorjahr 226), die grossmehrheitlich unter dem Namen «Prima» auftreten, erzielten einen Detailhandelsumsatz von 80 Millionen Franken (Vorjahr 68 Millionen Franken).

### **Bewährte Mehrwerte und neue Auftritte**

Die Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Post AG verläuft weiterhin erfolgreich. Per Ende 2020 konnten die Kunden in 383 (Vorjahr 368) Volg-Läden auch ihre Postgeschäfte tätigen. Einer von vielen weiteren Mehrwerten im Volg ist seit über 30 Jahren das Volg-Kundenmagazin «Öise Lade». 2020 erhielt dieses, ebenso wie die französische Ausgabe «frais & sympa», einen neuen modernen Auftritt. Das deutschsprachige Kindermagazin «hey» wurde ebenfalls neu und noch zielgruppengerechter gestaltet. Ein neues Verpackungsdesign hat die Eigenmarkenlinie «Volg» erhalten. Das einheitliche Design macht die Produkte für die Kunden beim Einkaufen nun auf den ersten Blick gut erkennbar. Die ersten Produkte der «Volg Marke» präsentieren sich seit Januar 2021 in den Verkaufsregalen.

### **Nachhaltig im Sortiment und auf der Strasse**

Das zu den Grundwerten von Volg gehörende nachhaltige Handeln wurde 2020 noch sichtbarer. So sind seit Januar in allen rund 600 Dorfläden ausschliesslich Bananen aus fairem Handel mit dem Label Fairtrade Max Havelaar erhältlich. Im Gemüsesortiment setzt Volg seit Herbst bei Kartoffeln, Zwiebeln und Rüeblen auf Produkte, die nach den Richtlinien von IP-Suisse produziert werden oder, je nach Angebot, direkt vom Bauern aus dem Dorf angebaut werden. Aus IP Suisse-Produktion stammt auch das exklusiv in den Läden der Volg-Gruppe erhältliche Fleisch des Tierwohl-Labels Agri Natura. Dieses hat im Sommer eine neue umweltfreundliche Verpackung erhalten, die bis 80 % weniger Kunststoff enthält. Seit Frühling verkauft Volg in allen Läden zudem nur noch Frischfische aus heimischer Zucht. Solche und andere Produkte gelangen seit Mitte Oktober von der Verteilzentrale Oberbipp SO absolut klimaneutral in einen Teil der Läden der Nordwest- und Zentralschweiz. Einer der schweizweit ersten Wasserstoff-Lkws beliefert rund 25 Verkaufsstellen und ist emissionslos für Volg unterwegs.

### **Soziale und gesellschaftliche Verantwortung**

Die Mitarbeitenden sind für das Unternehmen von unschätzbarem Wert. Gerade in diesem herausfordernden Jahr ist jeder von ihnen nochmals über sich hinausgewachsen. Besonders die Mitarbeitenden aus dem Verkauf und der Logistik leisteten während der Coronapandemie unter erschwerten Bedingungen Aussergewöhnliches. Für ihren unermüdlichen Einsatz dankte Volg ihnen mit einer Prämie von bis zu 500 Franken. Hinzu kam für alle Mitarbeitenden eine Sonderprämie des Mutterhauses fenaco im Wert von 500 Franken. Volg ist nicht nur ein naher Einkaufsort, er ist auch ein naher Arbeitgeber und bietet Arbeitsplätze direkt im Dorf. Es freut uns, dass 2020 überdurchschnittlich viele neue Stellen geschaffen werden konnten. Dazu absolvierten rund 400 Lernende ihre Ausbildung in einem Volg-Laden. Gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, die über das Kerngeschäft hinausgeht, gehört ebenfalls zu den Grundwerten von Volg. Daher unterstützt das Detailhandelsunternehmen seit 2019 die Stiftung Theodora, die Kindern im Spital mit deren Traumdoktoren Abwechslung und Freude schenkt. Die mehrjährige Zusammenarbeit wurde 2020 weitergeführt und die Stiftung mit diversen

Aktivitäten in den Läden wie einer Märkli-Sammelaktion oder dem Verkauf des «Brot mit Herz» unterstützt.

### **Solider Start ins Jahr 2021**

Die Volg-Gruppe ist gut in das Geschäftsjahr 2021 gestartet und setzt die positive Entwicklung fort.

Ausführliche Informationen zu Volg und zum Geschäftsgang 2020 erhalten Sie im neuen Geschäftsbericht 2020 der Volg Konsumwaren AG unter [www.volg.ch/medien](http://www.volg.ch/medien).

---

#### **Kontakt für Medienanfragen:**

Tamara Scheibli, Leiterin Kommunikation/Werbung  
Tel. 058 433 55 30, E-Mail: [tamara.scheibli@volg.ch](mailto:tamara.scheibli@volg.ch)

### **Bildmaterial**

((Volg Kandersteg))

Die 586 Volg-Dorfläden steigerten den Umsatz 2020 um 16,6 %. Das hohe Engagement aller Mitarbeitenden trug massgeblich zum guten Ergebnis bei.

((Volg Marke))

Die Produktlinie Volg Marke erhielt 2020 ein neues, einheitliches Design und ist für Kunden beim Einkaufen nun noch besser erkennbar.

((Wasserstoff Lkw))

Volg setzt auf zukunftsweisende Mobilität: Seit Oktober 2020 werden einige Dorfläden klimaneutral mit einem der weltweit ersten Wasserstoff-Lkws beliefert.