

Coop kann ihren Logistikkostensatz dank Prozessoptimierungen und Struktur-
anpassungen deutlich senken. Ein neues
Kassensystem wurde eingeführt. Bei
den Produktionsbetrieben gewinnen die
ökologisch und sozial profilierten Ange-
bote an Bedeutung.

LOGISTIK

Prozessoptimierungen zeigen volle Wirkung

Die Coop Logistik fokussierte sich in den letzten Jahren auf die Einführung neuer Instrumente und Prozesse sowie auf die Investition in neue, strategisch wichtige Standorte. So haben sich die beiden neuen regionalen Verteilzentralen in Aclens und Dietikon seit ihrer Eröffnung im Jahr 2006 respektive 2008 sehr gut entwickelt und als feste Werte in der Coop Logistik etabliert. Durch die Strukturanpassungen und Prozessoptimierungen ergab sich eine deutliche Effizienzsteigerung. Eindeutiger Beweis hierfür ist die Senkung des Logistikkostensatzes um 15 % seit 2005. Um die Produktivität auch in Zukunft weiter steigern zu können, erarbeitet Coop derzeit die neue Logistik- und Bäckereistrategie 2015+. Diese soll ab 2011 umgesetzt werden und berücksichtigt auch die neue Strategie des Supply Chain Management von Coop.

Sicherstellung der Lieferfähigkeit trotz Wirtschaftskrise

Rund 80 % des Welthandels wird über die Schifffahrt abgewickelt. Die weltweite Wirtschaftskrise führte 2009 zu einem massiven Einbruch der Transportvolumen zwischen den Kontinenten. Infolgedessen lieferten sich die Reedereien ruinöse Preiskämpfe, die in Milliardenverlusten, Unterstützungsaktionen durch Regierungen und zahlreiche Geschäftsaufgaben mündeten. Dies wirkte sich kurzfristig positiv

auf die Transportkosten, jedoch gleichzeitig negativ auf die Qualität der Dienstleistungen aus. So war die Fahrplansicherheit bei Importen aus Übersee zwischenzeitlich nicht mehr gewährleistet. Durch einen deutlich intensivierten Dialog mit den Reedereien konnte Coop jedoch sicherstellen, dass die ausserordentlichen Umstände zu keinem Zeitpunkt zu Lieferengpässen führten.

Verteilzentralen: Warenflüsse gestern und heute

Ein Kernelement der Coop Logistikstrategie 2005+ war die Neudefinition der Warenflüsse. Im Wesentlichen ging es darum, die Doppellagerungen in den regionalen und nationalen Verteilzentralen zu eliminieren. Bis ins Jahr 2000 wurde ein grosser Teil des Importvolumens in die nationalen Verteilzentralen Wangen und Pratteln geliefert und eingelagert. Auf Bestellung wurde die Ware von dort global an die 23 regionalen Verteilzentralen weitergeleitet und bis zur Auslieferung an die Verkaufsstellen erneut eingelagert. Mit der Logistikstrategie 2005+ führte Coop den Grundsatz der Einmallagerung von Grundnahrungsmitteln sowie Non Food ein und definierte die Aufgaben der einzelnen Verteilzentralen neu. In diesem Zusammenhang baute Coop einige regionale Verteilzentralen um, damit diese eine nationale Logistikaufgabe übernehmen können. Heute verfügt Coop über sieben nationale und neun regionale Verteilzentralen. In den regionalen Verteilzentralen lagern ausschliesslich Waren mit einem hohen Umschlag. Warengruppen wie beispielsweise Früchte /

Gemüse, Blumen, Fleischwaren und Convenience werden dort nur zwischenzeitlich für wenige Stunden deponiert, um eine tourengerechte Verdichtung der Transporte zu ermöglichen. Die Auslieferungen von den nationalen an die regionalen Verteilzentralen erfolgen aus ökologischen Gründen per Bahn in der Nacht.

Kosteneffiziente und ökologische Transporte dank Wanko

Für eine optimale Tourenplanung setzt Coop in den neun regionalen Verteilzentralen die Transportdispositionssoftware Wanko ein. Das Programm ist systemtechnisch an SAP sowie an das Warenwirtschaftssystem WAMAS angebunden und erhält unmittelbar nach Abgabe der Bestellung die effektiven Bestelldaten der Verkaufsstellen. Somit können Disponenten mithilfe von Wanko nicht nur Fahrtrouten für Auslieferungen erstellen, sondern auch frühzeitig die Auslastung der Touren anhand der effektiven Bestellungen prüfen und optimieren. Verschiedene Auswertungen erlauben im Nachgang eine gezielte Verbesserung der strategischen Planung und bieten Möglichkeiten, den Transport in den einzelnen Logistikregionen miteinander zu vergleichen. Das Endergebnis ist ein optimierter Einsatz der einzelnen Transportfahrzeuge unter Beachtung ökonomischer und ökologischer Aspekte.

«Pick by Voice» neu auch im Tiefkühlbereich

Coop führte in der Logistik als eines der ersten Schweizer Unternehmen flächendeckend «Pick by Voice» ein. Mit dieser Technologie wird der gesamte Kommissioniervorgang durch Sprache gesteuert. Statt über Lagerlisten oder Datenfunkterminals erhalten und bestätigen die Rüsterinnen und Rüster ihre Aufträge über ein Headset. Sie haben somit beide Hände frei und arbeiten sicherer und effizienter. In einem Pilotprojekt in Hinwil setzte Coop «Pick by Voice» Ende 2008 erstmals auch in einer Tiefkühlzentrale ein. Das Ziel war, die Tauglichkeit des Systems im Tiefkühlbereich zu testen und die Kommissionierleistung in Hinwil um mindestens 10 % zu steigern. Im Frühjahr 2009 liess sich folgende Bilanz ziehen: «Pick by Voice» zeigte sich dem Einsatz unter diesen speziellen Bedingungen durchaus gewachsen und stiess bei den Mitarbeitenden auf gute Akzeptanz. Wesentlicher Vorteil dieser Technologie ist die erhöhte Flexibilität sowie die Tatsache, dass sich mehrere Rüsterinnen und Rüster gleichzeitig in demselben Sektor bewegen und somit ungehindert in ihrem Tempo weiterarbeiten können. Aufgrund der guten Ergebnisse im Pilotprojekt wurde die Tiefkühlzentrale in Hinwil 2009 ganz auf «Pick by Voice» umgestellt.

Auswirkungen von Supply Chain Management auf die Logistik

Logistik als Management der physischen Warenbewegungen, Lagerhaltung sowie Waren- und Informationsabwicklung bildet einen entscheidenden Faktor innerhalb der Lieferkette. Das Supply Chain Management (SCM) von Coop hat deshalb entscheidende Auswirkungen auf die Zukunft der Coop Logistik. Das Ziel ist, konsequent Lagerbestände abzubauen und die Kapital- und Lagerbelegungskosten sowie Prozesskosten zu senken. Das erfordert beispielsweise den Einsatz unterschiedlicher Warenflüsse oder veränderte Lieferkonditionen beim Lieferanten. Auch die flächendeckende Implementation von EDI (Electronic Data Interchange) im Rahmen von SCM hat deutliche Vorteile für die Logistik. Durch EDI werden bei der Auslieferung an Coop umfassende Informationen zur versandten Ware mitgeliefert wie beispielsweise Artikelname, Menge, Bestellnummer und Mindesthaltbarkeitsdatum. Diese Übermittlung ermöglicht der Coop Logistik einen effizienteren Wareneingang und somit weitere Kosteneinsparungen. 2009 begann die Coop Logistik mit der Umsetzung erster SCM-Projekte und -Initiativen.

INFORMATIKPROZESSE

Umsetzung zahlreicher Projekte

Die Coop Informatik realisierte 2009 über 160 Projekte. Beispielsweise wurden sämtliche Superboxen in den Coop Verkaufsstellen mit einer neuen, modernen Software ausgerüstet. Ein Highlight war 2009 auch der Relaunch des Coop Internetauftritts unter www.coop.ch, der mit zahlreichen attraktiven und hilfreichen Funktionen ausgestattet wurde. Zudem erarbeitete die Coop Informatik die neue Strategie 2013, welche die optimale Unterstützung der Coop Prozesse für die folgenden Jahre sicherstellen soll. Der Betrieb im neuen Rechenzentrum in Bern, welches Ende 2008 als Absicherung vor möglichen Erdbebenrisiken fertiggestellt wurde, hat sich 2009 erfolgreich eingespielt.

Neue Kassenlösung für die Coop-Gruppe

Im Rahmen des Projekts «Neue Kassenlösung» wird mit der Linux-basierten Software des deutschen Anbieters GK ein einheitliches Kassensystem für die Kanäle Retail und Trading eingeführt. 2009 erhielten zunächst 42 Toptip und 17 Lumimart Verkaufsstellen das neue System. Bei Christ Uhren & Schmuck wird die Lösung bis Mitte 2010 implementiert, der Rollout für alle Supermärkte und Megastores, für Coop Bau+Hobby sowie für die Coop City Warenhäuser startet ab Frühjahr 2011. Die Vorteile der neuen

Kasse liegen zum einen in der einfacheren und intuitiveren Bedienung durch einen Touchscreen, zum anderen im kostengünstigeren Unterhalt bei erhöhter Stabilität. Zeitgleich mit der Einführung der neuen Kassensysteme werden die alten Warenwirtschaftssysteme bei Toptip, Lumimart, Christ Uhren & Schmuck und Import Parfumerie durch die SAP-Standardanwendungen abgelöst, welche in der gesamten Coop-Gruppe im Einsatz sind.

Erfolgreiche Integration von Sales-based-Ordering

Im Verlauf des Jahres 2009 wurde die Integration des auf den Abverkaufszahlen basierenden Bestellsystems Sales-based-Ordering (SBO) in den Verkaufsstellen gefestigt. Schwerpunkt waren die korrekte Bestandesführung sowie die Reduzierung des Gesamtbestandes für die SBO-bewirtschafteten Sortimente. Die SBO-Disponenten haben weitere Informatik-basierte Instrumente zum Controlling der Prozesse und wichtiger Kennzahlen erhalten. Der Anteil der mittels SBO getätigten Bestellungen an den Gesamtbestellungen beträgt aktuell rund 40 %.

IMMOBILIEN

Acht Projekte in der Entstehung, 29 in der Planung

Die Direktion Immobilien bietet für das Kerngeschäft von Coop eine professionelle Bewirtschaftung des gesamten Immobilienbestandes und ist verantwortlich für das Portfolio-, Bau-, Asset-, Facility- und Einkaufszentren-Management. Per Ende Dezember 2009 verwaltete die Direktion Immobilien auf nationaler Ebene 32 Einkaufszentren, in welchen neben Coop auch Drittpartner vertreten sind. Ausserdem ist sie für die Projektentwicklung und deren Realisierung verantwortlich. So konnte nach einer Bauzeit von gut einem Jahr am 26. März 2009 das moderne, attraktive und nach Minergie-Standard gebaute Einkaufszentrum Muripark in Muri (AG) eröffnet werden. Die etappenweise durchgeführte Erweiterung und Modernisierung des Einkaufszentrums Karussell in Kreuzlingen wurde mit der Gesamteröffnung am 1. April 2009 abgeschlossen. Ebenso wurde der Umbau und die Renovation des Coop City Ryfflihof in Bern beendet. Die Expansion ging auch im Berichtsjahr rege weiter. Derzeit befinden sich acht Projekte im Bau wie beispielsweise die Einkaufszentren in Renens und Langnau i. E., Prodega in Basel sowie die Erweiterung und Modernisierung des Centerparks in Visp. Weitere 29 Projekte sind in der Planungsphase.

PRODUKTION

Swissmill

Produkte: Mehl, Mehlmischungen, Hartweizengriess, Polenta, Haferflocken, Extruderprodukte
Zertifizierungen: ISO 9001:2000, ISO 14001, IFS/BRC, Bio Suisse, IP Suisse, NOP

Swissmill, die grösste Mühle der Schweiz, konnte 2009 ein gutes Jahr vermelden. So steigerte die Swissmill das Absatzvolumen 2009 um rund 2 % auf 220 850 Tonnen. Dazu trugen vor allem Aufträge für Getreidemischungen, eine Zunahme im Detailhandelskanal sowie Exporte mit passivem Veredelungsverkehr ins grenznahe Ausland bei. Der Anteil der Bio-Produktion an der Gesamtproduktion beträgt bei Swissmill aktuell 13 %. Die Aktivitäten im Zusammenhang mit dem Ausbau des Mehlsilos verliefen 2009 planmässig. Aufgrund des Rückbaus der Siloanlagen in Basel plant Swissmill den Bau eines 110 Meter hohen Kornhauses in Zürich.

Chocolats Halba

Produkte: Tafelschokolade, Pralinen, Festtagssortimente, Industrieschokolade (Couverture, Füllungen)
Zertifizierungen: ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, IFS 5/BRC 5, Bio Suisse, EU Bio FLO Cert.

Chocolats Halba gewann 2009 erneut zahlreiche Neukunden in Frankreich, Deutschland, Italien, Indien, den Niederlanden und Kanada für die Belieferung mit Swiss Premium-Schokoladen und Bio/Fairtrade-Spezialitäten. Der Exportumsatz konnte dadurch um 60 % gesteigert werden und macht neu 16 % des Gesamtumsatzes aus. Ein weiterer Grund für den Exportanstieg war der Zugewinn der Neukunden Conad Italien und Transgourmet Holding S.E. im Rahmen der internationalen Beschaffungskoope-ration Coopernic. Ein überdurchschnittlich hohes Wachstum wiesen die Bio/Fairtrade- und neu auch die CO₂-neutralen Produkte für Alter Eco in Frankreich auf. Chocolats Halba brachte 2009 total 30 Innovationen auf den Markt und erzielte einen Umsatz von 104 Millionen Franken. Direkte Kontakte zu den Kakaobauern im Ursprungsland, einzigartige Nachhaltigkeitsprojekte und Investitionen in Rationalisierung und Prozesssteuerung stimmen das Unternehmen zuversichtlich, die Wachstumsstrategie erfolgreich weiterentwickeln zu können.

Pasta Gala

Produkte: Teigwaren, Halbfabrikate für Fertigenüss und Suppen

Zertifizierungen: ISO 9001:2000, IFS, Bio Suisse

Pasta Gala feierte im Berichtsjahr das 75jährige Bestehen. Passend dazu konnte der Teigwarenersteller das Absatzvolumen um knapp 3 % auf 14 800 Tonnen steigern. Dies wirkte sich auch positiv auf den Umsatz aus, der mit rund 35 Millionen Franken 4 % höher lag als im Vorjahr. Im Frühjahr 2009 erhielten die gesamten Pasta Gala-Verpackungen für Coop ein neues Design. Zeitgleich wurde unter Coop Naturaplan eine Reihe an innovativen Pasta-Rezepturen mit Urgetreide aus zertifiziertem Biolandbau lanciert. Im Berichtsjahr fiel zudem der Startschuss für den Aufbau einer Exportlinie unter dem Markendach Pasta Gala Swiss Taste.

CWK-SCS

Produkte CWK (Retail): Kosmetika, Naturkosmetika, Körperpflegeprodukte, Haushaltpflegeprodukte, ökologische Reinigungsmittel

Produkte SCS (Professional): Artikel im Bereich Waschen, Reinigen und Hygiene für Grossverbraucher und Industrie

Zertifizierungen: ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, ISO 22716:2007, EKAS 6029:2004, SA 8000

2009 wurde für die Sparte CWK eine neue Unternehmensstrategie erarbeitet und in Kraft gesetzt. Das Geschäft mit Coop und Dritten entwickelte sich positiv. Im Berichtsjahr wurden die Kleinkinderpflegeprodukte der Coop Eigenmarke My Baby, die Prix Garantie Kosmetikprodukte, die Haushaltreinigungslinie SuperClean und das gesamte Oecoplan Reinigungsmittelsortiment überarbeitet. Für einen Inlandkunden entwickelte und produzierte CWK eine komplette Hunde-Pflegelinie. Die Sparte SCS konnte die Umsätze 2009 deutlich steigern. Allein der Umsatz mit der ökologischen Produktlinie Maya wuchs gegenüber dem Vorjahr um 15 %. Insgesamt erwirtschaftet SCS über 35 % ihres Umsatzes mit ökologischen Produkten. Durch die sich anbahnende Pandemie konnte 2009 zudem der Absatz von Seifen und Desinfektionsmitteln erhöht werden.

Reismühle Brunnen

Produkte: Reissorten aus aller Welt, Reismischungen, Fertigenüss

Zertifizierungen: ISO 9001:2000, ISO 14001, SA 8000, IFS/BRC, Bio Suisse, Max Havelaar, Kosher, Halal

Die Reismühle Brunnen konnte 2009 sehr erfolgreiche Exporttätigkeiten nach Italien, Deutschland, Brasilien und auf die Philippinen verzeichnen. Insgesamt betrug das Wachstum gegenüber dem Vorjahr 53 %. Die Nachfrage nach Spezialitäten nahm erneut markant zu, insbesondere in den Bereichen Bio und Fairtrade. Im September konnte für Coop Fine Food ein Reis aus Sri Lanka lanciert werden, der ausschliesslich für die Reismühle Brunnen angebaut wird. Die Produktion der Reismühle erfolgt seit Jahren CO₂-neutral. Der Energieverbrauch konnte 2009 erneut um rund 8 % gesenkt werden.

Nutrex

Produkte: Essig und Essigspezialitäten für Retail, Gastronomie und Industrie

Zertifizierungen: ISO 9001:2000, IFS, Bio Suisse

Der Schweizer Essighersteller Nutrex konnte im Berichtsjahr eine 14-monatige Umbauphase erfolgreich abschliessen. Nutrex investierte sowohl in eine neue Abfüllanlage für Flaschen mit einer Leistung von 6 000 Flaschen pro Stunde als auch in die vollautomatische Essigherstellung. Im Sinne der Nachhaltigkeit konnte Nutrex den bisherigen Ölverbrauch von jährlich rund 65 000 Litern Heizöl auf 0 Liter reduzieren. Die Wärme wird neu über eine Wärmepumpe und die Wärmerückgewinnung aus der Fermentation gewonnen. Damit produziert Nutrex fortan CO₂-neutral.

Sunray

Produkte: Backzutaten, Dessertmischungen, Gewürze, Kuchenmischungen, Hülsenfrüchte, Kräuter, Nusskerne, salzige Snacks, Speiseöle, Trockenfrüchte, Trockengemüse, Zucker

Zertifizierungen: ISO 9001:2008, Bio Suisse, IFS

Sunray konnte 2009 die hochgesteckten Ziele erfüllen und mit 23 110 Tonnen verarbeiteten Rohstoffen das Vorjahresvolumen erneut um 3 % übertreffen. Dieser Zuwachs ist unter anderem dem verstärkten Drittkundengeschäft zuzuschreiben. Sehr erfreulich ist der erste grosse Exportauftrag, den Sunray mit einem bedeutenden europäischen Zuckerhersteller für 2010 abschliessen konnte. Mit 34 Neueinführungen umfasst das Sortiment von Sunray aktuell über 600 Artikel. Die Bio- und Max Havelaar-zertifizierten Produkte machen mittlerweile 15 % der produzierten Gesamtmenge aus. Das Berichtsjahr war wiederum geprägt von einer turbulenten Beschaffung auf dem Weltmarkt. Gezielte Investitionen halfen, die Effizienz weiter zu verbessern und das Angebot an zusätzlichen Packungslösungen zu erweitern.

Cave

Leistungen: Eigenkelterung von Schweizer Landweinen, Aufbereiten und Abfüllen von Weinen
Zertifizierungen: ISO 9001:2008, Bio Suisse, IFS 5

Mit einer Steigerung der Abfüllmenge auf 44 Millionen Flaschen übertraf Cave als grösste Weinkellerei der Schweiz ihre Zielsetzungen für das Jahr 2009. Die Steigerung ist vor allem auf den Ausbau des Weinsortiments bei Coop zurückzuführen. Doch auch im Drittkundengeschäft konnte die Abfüllmenge leicht ausgebaut werden. 2009 füllte Cave insgesamt 400 verschiedene Artikel ab, darunter 30 Neuheiten. Im Bereich der Eigenkelterung von Landweinen wurden 800 000 Liter Traubensaft im eigenen Weinkeller vinifiziert. Gezielte Prozessoptimierungen führten 2009 bei Cave zu einer Qualitäts- und Effizienzsteigerung.

BÄCKEREIEN

150 Backwaren-Neuheiten entwickelt

Coop verfügt über sieben unternehmenseigene Grossbäckereien, die an die regionalen Verteilzentralen angegliedert sind. Hier werden zum einen Frischprodukte ausschliesslich für die Region produziert und zum anderen länger haltbare Backwaren für alle Verkaufsstellen schweizweit. 2009 fertigten die Grossbäckereien rund 50 000 Tonnen Backwaren und beschäftigten über 1 000 Mitarbeitende. Ergänzend verfügt Coop über aktuell 35 Hausbäckereien/-konditoreien in Coop Supermärkten beziehungsweise Megastores, die ausschliesslich für die jeweilige Verkaufsstelle produzieren. Die Coop Bäckereien haben 2009 insgesamt 150 Produktneuheiten entwickelt und eingeführt. Um die Qualitäts- und Innovationsbedürfnisse auch in Zukunft sicherstellen zu können, wurde im Mai 2009 in der Bäckerei in Wallisellen eine neue Linie für Kuchen- und Blätterteige in Betrieb genommen. Dank tieferer Rohstoffpreise und einer erhöhten Produktionsleistung konnten die Kundinnen und Kunden im Berichtsjahr von grösseren Preisabschlägen auf Backwaren profitieren.

BELL GRUPPE

Bell Gruppe wird international

Die Bell Gruppe konnte ihre starke Position in der Schweiz auch zum 140-jährigen Bestehen 2009 behaupten und durch internationale Aktivitäten sinnvoll ergänzen. Der Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen erreichte mit 2,5 Milliarden Franken einen neuen Höchstwert. Das Umsatzwachstum von 31 %

respektive 608 Millionen Franken ist auf die im Vorjahr getätigten Akquisitionen im Ausland zurückzuführen. Aufgrund der neuen internationalen Ausrichtung der Bell Gruppe wurden die Geschäftsfelder per 1. Januar 2009 neu definiert. Die Schweizer Aktivitäten der Bell Gruppe werden in der Direktion Bell Schweiz wie bisher weitergeführt. Neu wurde für die ausländischen Beteiligungen Abraham, ZIMBO und Polette die Direktion Bell International geschaffen. Die Bell Gruppe beschäftigt insgesamt über 6 500 Mitarbeitende und davon knapp die Hälfte ausserhalb der Schweiz. Sämtliche Geschäftsbereiche von Bell Schweiz konnten 2009 eine Absatzsteigerung verzeichnen. Insbesondere die Bereiche Geflügel und Seafood entwickelten sich sehr positiv. Das Absatzvolumen wuchs um 2 % auf 122 300 Tonnen. Die Verkaufspreise lagen im Durchschnitt 2,4 % unter dem Vorjahrespreis. Die Integration der 2008 übernommenen Unternehmen in Deutschland und Frankreich kam planmässig voran. Jedoch wirkten sich die erschwerten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen insbesondere im Ausland sowie die ungünstigen Währungsentwicklungen negativ auf den Nettoerlös von Bell International aus.

HOTELS

Wirtschaftskrise macht sich bemerkbar

Mit einem Umsatz von knapp 30 Millionen Franken konnten die BäleHotels Victoria, BaslerTor und Mercure Hotel Europe die guten Vorjahresresultate nicht ganz erreichen. Dies lag vor allem daran, dass das Jahr 2008 aufgrund der Fussball-Europameisterschaft ein Rekordjahr war. Darüber hinaus kam es aufgrund der sinkenden Anzahl an Geschäftsreisen zu einem Rückgang der Übernachtungen in den Vier- und Fünf-Sterne Hotels in Basel und in der gesamten Schweiz. Auch wurden 2009 deutlich weniger Bankette und Seminare durchgeführt, was in der Restauration zu einem Umsatzrückgang von rund 9 % führte. Highlights 2009 waren unter anderem diverse Grossausstellungen in Basel sowie das Catering beim Gourmet-Theater Palazzo Colombino.