

Wirtschaftliches Umfeld

Schwankende Rohstoffpreise und die weltweite Finanzkrise prägten das Berichtsjahr. Bei den Parallelimporten kollidierten die Interessen der Konsumenten und des Detailhandels insbesondere mit denjenigen der Pharma- und Chemieindustrie. Themen wie Wasserverbrauch, CO₂-Ausstoss, Landnutzung und Biodiversität rückten stärker ins öffentliche Interesse.

MARKT UND PREIS

Weltweite Finanzkrise und erhöhter Preisdruck

Der Schweizer Detailhandel verbuchte im Jahr 2008 erneut ein deutliches Umsatzwachstum trotz der starken Erschütterungen der Finanzmärkte in der zweiten Jahreshälfte. Ein Hauptgrund für das gute Resultat lag in der niedrigen Arbeitslosenrate, im positiven Zuwanderungssaldo und in den im Vergleich zum Vorjahr höheren Löhnen. Hinzu kommt, dass die Gesamtumsätze im Detailhandel in der Schweiz stark von der Entwicklung im Segment Nahrungs- und Genussmittel geprägt werden. Und hier waren die negativen Auswirkungen der Finanzkrise auf die Konsumfreude bislang kaum zu spüren. Der Ruf der Banken nach staatlicher Unterstützung und die enormen Verluste der Finanzinstitute haben die Diskussion um Ethik, Nachhaltigkeit und Langfristigkeit in der Wirtschaft belebt. Das könnte sich durchaus positiv auf eine bewusste Nachfrage nach Produkten mit ökologischem, sozialem und ethischem Mehrwert niederschlagen. Ungeachtet dessen wird durch das weitere Vordringen ausländischer Discounter in den Schweizer Detailhandel die Preisdebatte stetig neu entfacht. Verstärkt durch die weltweite kritische Wirtschaftslage, nimmt die Preissensibilität der Konsumentinnen und Konsumenten zu. So galt es für Coop einmal mehr, die Wettbewerbsfähigkeit in allen Preislagen und über das gesamte Sortiment sicherzustellen. Dank weiterer Effizienzgewinne in der Logistik und Beschaffung erarbeitete sich Coop den erforderlichen Preissenkungsspielraum. Coop führte die Tiefstpreisgarantie auf Prix Garantie ein und vollzog über 500 Preisabschläge auf verschiedenste Marken- und Eigenmarkenartikel. Insgesamt hat Coop 2008 rund 100 Millionen Franken in tiefere Preise investiert. Zudem baute sie ihre Position als Detailhändlerin mit der grössten Sortimentsvielfalt in der Schweiz erneut aus. Dies geschah aufgrund der veränderten Kundenbedürfnisse, die von Jahr zu Jahr spezifischer

und individueller werden und denen es mit innovativen Produkten und Konzepten zu begegnen gilt.

BESCHAFFUNG UND WIRTSCHAFTSPOLITIK

Stark schwankende Rohstoff- und Energiepreise

Anfang des Jahres 2008 kämpfte der Detailhandel mit rasch steigenden Rohstoff- und Energiepreisen. Coop konnte die Überwälzung der höheren Einstandspreise auf die Kundschaft in vielen Bereichen gering halten. Möglich war dies durch weitere Effizienzsteigerungen sowie harte Verhandlungen mit den Lieferanten, unter anderem im Rahmen der europäischen Beschaffungs-kooperation Coopernic. Mitte des Jahres drohten die Schweizer Milchbauern aufgrund der hohen Erdölpreise und der verteuerten Transportkosten mit einem Lieferboykott. Coop konnte diesen durch eine Milchpreiserhöhung abwenden, musste die Preissteigerung aber an die Konsumentinnen und Konsumenten weitergeben. Da die Margen bei Milch, Getreide und Kakao in den letzten Jahren deutlich gesenkt worden sind, blieb hier kein Spielraum für das Auffangen rohstoffbedingter Preisaufschläge. Gegen Ende des Berichtsjahres bewegten sich erntebedingt die Agrarpreise und rezessionsbedingt die Energiepreise wieder abwärts. Dies führte zu einer deutlichen Entlastung an der Preisfront. Ein starker Anstieg der Schweizer Milchmengen sorgte Ende 2008 für erhebliche Milchüberschüsse. Um den Absatz zu fördern, senkte Coop im November auf eigene Kosten die Preise von UHT-Vollmilch und UHT-Milchdrink. Die Auswirkungen auf die Konsumstimmung, das Kaufverhalten und die Entwicklung der Kaufkraft infolge der weltweiten Turbulenzen an den Finanzkrisenmärkten liessen sich Ende 2008 noch nicht klar erkennen. Coop geht jedoch von einer höheren Preissensibilität im Jahr 2009 aus.

Rufnach Marktöffnung

Neben den Turbulenzen auf den Produkt- und Finanzmärkten lag das Augenmerk 2008 auf den Bemühungen um eine vermehrte Marktöffnung und Liberalisierung. Anfang November haben die konkreten Verhandlungen um ein Agrarfreihandels- und Gesundheitsabkommen zwischen der Schweiz und der EU begonnen. Coop bereitete sich mit ihrem Beitritt zur Interessengemeinschaft Agrarstandort Schweiz (IGAS) auf diese Diskussion vor. Die IGAS umfasst alle Befürworter eines Agrarabkommens – von den bäuerlichen Produzenten über die Verarbeiter und den Handel bis zu den Konsumenten. Das Verhandlungsmandat beinhaltet ein ausgewogenes Paket, das den Interessen der Konsumenten einen hohen Stellenwert einräumt. Als Begleitmassnahme für die bäuerlichen Produzenten und die Lebensmittelindustrie befürwortet Coop befristete Aktivitäten zur Abfederung in der Übergangszeit und permanente Massnahmen zur Schaffung von gleichwertigen Rahmenbedingungen. Eine EU-weite Marktöffnung wurde auch im politischen Kampf um die Zulassung von Parallelimporten für patentgeschützte Güter angestrebt. In diesem Kampf kollidierten die Interessen der Konsumenten und des Detailhandels vor allem mit den Interessen der Pharmaindustrie. Erst die Vorbereitung einer Volksinitiative brachte das Parlament im Dezember 2008 dazu, einem Systemwechsel zuzustimmen.

Verhältnismässige Regulierungen

Durch den steigenden Kostendruck ist der Detailhandel darauf angewiesen, dass die Regulierungen im Bereich Produktsicherheit, Umwelt- und Verkehrspolitik und Gesundheitsprävention verhältnismässig sind. Coop setzte sich vor allem im Rahmen der Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG DHS) dafür ein, dass der Nutzen der gesetzlichen Bestimmungen für Konsumenten und Detailhandel in einem adäquaten Verhältnis steht zu bürokratischem Aufwand und

Kosten. Der schweizerische Detailhandel hat in den letzten Jahren bewiesen, dass es möglich ist, den gesellschaftlichen Erwartungen eigenverantwortlich und effizient durch freiwillige Branchenlösungen und Systeme gerecht zu werden. Die IG DHS verabschiedete auf Initiative von Coop Anfang des Jahres den Code of Conduct Nanotechnologie. Mit diesem Kodex verpflichtet sich der Detailhandel aus eigenem Antrieb dazu, über alle Produkte mit Nanotechnologie offen zu informieren und diese nur zu vermarkten, wenn sie nach aktuellem Wissensstand keine Gesundheits- und Umweltrisiken bergen.

ihrer Pflicht den Konsumentinnen und Konsumenten gegenüber gerecht zu werden, führte Coop als erste Detailhändlerin der Schweiz das Label «By Air» ein. Es kennzeichnet alle Produkte, die mit dem Flugzeug transportiert wurden. Der CO₂-Ausstoss dieser Flugtransporte wird kompensiert. Massnahmen wie diese machen es den Kundinnen und Kunden möglich, ihre Verantwortung gegenüber der Umwelt selbst wahrzunehmen und sich bewusst für besonders nachhaltige Produkte zu entscheiden.

NACHHALTIGKEIT

Nachhaltiger Konsum

Auch der private Konsum von Nahrungsmitteln und Gebrauchsgütern verursacht Umweltbelastungen. Sie fallen entlang der gesamten Wertschöpfungskette an: von der Rohstoffgewinnung beziehungsweise dem Anbau über Verarbeitung, Transport, Lagerung und Zubereitung bis zur Entsorgung. Die Umweltbelastungen sind in ihrer Art vielfältig und beschränken sich keineswegs auf die Treibhausgasproblematik. Weitere wichtige Themen sind Wasserverbrauch, Landnutzung und Biodiversität. Coop hatte grossen Anteil daran, dass die Überlegungen und Massnahmen zum nachhaltigen Konsum im Jahr 2008 immer stärker ins öffentliche Interesse rückten und zunehmend Diskussionsstoff boten. Aus Sicht von Coop greifen die aktuell in vielen Ländern diskutierten Konzepte zur CO₂-Deklaration auf Produkten zu kurz. Sollen Produkte nachhaltiger werden, sind umfassende Life Cycle Assessments (LCA) vonnöten, die alle ökologischen Aspekte berücksichtigen. So können bereits im Beschaffungsprozess Varianten bevorzugt werden, die aus ökologischer Sicht sinnvoll sind. Stark umweltbelastende Produkte gelangen erst gar nicht in das Sortiment. Um