25.02.2015 – 09:30 Uhr

Die M-Industrie nutzt die Wachstumschancen - Umsatzplus von 4.4%

Zürich (ots) -

Jahresergebnis M-Industrie 2014

Die M-Industrie hat die Wachstumschancen in ihren Zielmärkten im In- und Ausland genutzt und 2014 erstmals über CHF 6 Mrd. Umsatz erwirtschaftet. Der Umsatz stieg um 4.4% auf CHF 6.016 Mrd. (Vorjahr CHF 5.763 Mrd.). Das organische Wachstum betrug erfreuliche 3.1%. Das internationale Geschäft hat um 22.0% auf CHF 626 Mio. (Vorjahr CHF 513 Mio.) kräftig zugelegt.

Die M-Industrie blickt auf ein erfreuliches Jahr zurück. Sie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland weiter ausbauen. Dabei haben alle Kundengruppen zum Wachstum beigetragen. Die Umsätze mit der Migros-Gruppe konnten um 3.0% gesteigert werden. Im Grossverbrauchergeschäft hat sich der Umsatz um 1.3% auf CHF 995 Mio. (Vorjahr CHF 983 Mio.) erhöht. Das internationale Geschäft legte um 22.0% auf CHF 626 Mio. (Vorjahr CHF 513 Mio.) kräftig zu. Mit der Übernahme der SweetWorks Inc. wurde die Markt¬stellung in Nordamerika im Bereich Schokolade/Kaugummi ausgebaut.

Im Inland konnten mit den Akquisitionen der Rudolf Schär AG im Fleischspezialitätengeschäft und der Firma Obermeilen im Fruchtgrundstoffbereich die Sortimente abgerundet werden. «Wir sind mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr sehr zufrieden. Unsere strategische Marschrichtung haben wir konsequent weiterverfolgt und insbesondere bei der Internationalisierung wichtige Meilensteine gesetzt», sagt Walter Huber, Leiter M-Industrie und Mitglied der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB).

Das Geschäft mit der Migros-Gruppe wurde weiter ausgebaut. Die vielfältigen und attraktiven Sortimente der M-Industrie haben wesentlich dazu beigetragen, dass die Migros im Detailhandel Marktanteile gewonnen hat. Die mehrjährig angelegte Migros-Initiative "Von uns. Von hier." hat sich positiv auf den Umsatz mit der Migros ausgewirkt, der um 1.7% zugelegt hat. Das Geschäft mit Denner, Migrolino und LeShop.ch konnte mit einem Wachstum von deutlich über 10% erfolgreich weiterentwickelt werden.

Im Grossverbrauchermarkt ausserhalb der Migros-Gruppe konnten in einem sehr anspruchsvollen Umfeld die Umsätze auf CHF 995 Mio. (Vorjahr CHF 983 Mio.) gesteigert und die Marktposition damit weiter aus-gebaut werden. Mit diesem Wachstum ist die Performance deutlich besser als im generell rückläufigen Gastromarkt Schweiz. Das internationale Geschäft, bestehend aus Export und Auslandstandorten, legte um CHF 113 Mio. (+ 22.0%) auf CHF 626 Mio. (Vorjahr CHF 513 Mio.) zu. Dabei ist das Exportgeschäft um erfreuliche 15.4% gewachsen. Zum Wachstum beigetragen hat vor allem das Kaffeekapselgeschäft. Positiv entwickelt haben sich auch die Bereiche Kosmetika, Wasch-/Reinigungsmittel und Käse. Im Rahmen der inter¬nationalen Wachstums¬strategie wurde mit der Akquisition der SweetWorks Inc. die Präsenz auf dem nordamerikanischen Markt verstärkt.   Das Geschäftsfeld «Fleisch, Geflügel, Fisch» steigerte den Umsatz um 4.2%. Die Wachstumsrate mit Kunden aus der Gastronomie und Grossverbrauchern war wiederum zweistellig. Durch die Übernahme der Rudolf Schär AG (per 1.12.2014) stärkt die Micarna ihre Marktposition im Bereich der Fleisch- und Wurstspezialitäten. Das Geschäftsfeld «Milchprodukte & Käse» ist primär beim Export von Käse sowie bei der Belieferung von Kunden in der Gastronomie gewachsen.

Im Geschäftsfeld «Brote, Back- & Teigwaren» konnte das Convenience-Store-Geschäft zweistellig wachsen. Im Backwarenbereich führt die Midor dank weiteren Neuheiten die Erfolgsgeschichte des Blévita-Sortiments weiter.

Im Geschäftsfeld «Schokolade & Kaffee, Reis» erwies sich das Kapselgeschäft mit den Marken Delizio, Cremesso und Café Royal als Wachstumstreiber. Insbesondere im Export konnten die Marktchancen mit Café Royal erfolgreich genutzt werden. Zudem haben sich die Kolonialwaren (Nüsse, Trockenfrüchte und Gewürze) mit neuen Konzepten sehr positiv entwickelt. Durch die Übernahme der SweetWorks Inc. per 1.4.2014 mit Produktionsstätten in Buffalo, USA und Toronto, Kanada, ist es gelungen, die Präsenz und die Marktstellung auf dem nordamerikani¬schen Markt in den Bereichen Schokolade und Kaugummi zu stärken. Die zu Chocolat Frey bestehenden Synergien entlang der gesamten Wertschöpfungskette werden in Zukunft für positive Impulse sorgen.

Das Geschäftsfeld «Convenienceprodukte & Getränke» hat mit der Übernahme des operativen Ge-schäftes der Schweizer Getränke AG Obermeilen per 1.5.2014 das Geschäft mit Frucht-, Getränke-grundstoffen und Aromen verstärkt und damit die Basis für weiteres Wachstum gelegt. Daneben konnte das Gastronomiegeschäft dank ganzheitlichen Lösungen für Profikunden weiter ausgebaut werden. Die Getränkesparte hat unter den misslichen Wetterbedingungen im Sommer gelitten.

Das erfreuliche Wachstum im Bereich «Near-Food» (Kosmetika, Wasch- und Reinigungsmittel) wurde im Ausland erzielt. Damit ist es der Mibelle Group gelungen, das rückläufige Kosmetikgeschäft im Inland mehr als zu kompensieren und Marktanteile insbesondere in Deutschland zu gewinnen. Die Sparte Biochemie hat dank ihrer Entwicklungskompetenz die angesehene Branchenauszeichnung "European Cosmetics Innovation Prize" in der Kategorie Aktivwirkstoffe für das neueste Anti-Aging-Produkt "Snow Algae Powder" erhalten. In einem anspruchsvollen Markt- und Wettbewerbsumfeld konnte sich das Geschäftsfeld «Grosshandel» gut behaupten. Im Zielsegment "Gastro-Profikunden" legte Saviva weiter zu, während die Umsätze bei den unabhängigen Detailhändlern aufgrund des Marktes rückläufig waren.

"Von uns. Von hier." - einzigartig dank der M-Industrie Die von der M-Industrie produzierten Marken wie Frey, Aproz, Total, Ice Tea, Candida, I am oder Bifidus sind einzigartig und besitzen teilweise Kultstatus. Sie ermöglichen der Migros, sich wirkungsvoll zu differenzieren.

Die 2014 lancierte Migros-Initiative "Von uns. Von hier." hat die Wahrnehmung der Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten bezüglich dieser Einzigartigkeit bereits geschärft und zu Marktanteils-gewinnen geführt.

Investitionen in den Werkplatz Schweiz und in Nachhaltigkeit Die M-Industrie hat im Berichtsjahr gut CHF 180 Mio. in den Werkplatz Schweiz investiert. Neben dem Ausbau von Produktionskapazitäten wurden spezifische Investitionen in Anlagen und Technologien getätigt, um die Ressourceneffizienz (CO2, Energie) zu erhöhen und Verpackungsmaterialien einzusparen.

Die Umsetzung der ehrgeizigen Nachhaltigkeitsstrategie konnte 2014 weiter vorangetrieben werden. Die wichtige Partnerschaft mit den Landwirten, die nach TerraSuisse-Richtlinien produzieren, wurde weiter verstärkt. Für einen Zeitrahmen von fünf Jahren bestehen verbindliche Richtmengen und Preisprämien für Getreide und Tiere, was den Produzenten Sicherheit gibt. Weiter wird der Einsatz an Verpackungsmaterial systematisch reduziert oder durch umweltschonende Materialien ersetzt. So ist es Aproz gelungen, dank einem neuen Design bei Flaschen und Etiketten durchschnittlich 10% weniger PET pro Flasche einzusetzen. Damit können pro Jahr 71 Tonnen PET eingespart werden. Auch Delica, die Produzentin der Café-Royal-Kaffeekapseln, verpackt die Kapseln in kleinere, FSC-zertifizierte Schachteln, was zu einer Einsparung von 60% des Verpackungsmaterials führt.

Die M-Industrie schafft neue Arbeits- und Ausbildungsplätze Ende 2014 beschäftigte die M-Industrie netto 766 Mitarbeitende mehr als im Vorjahr und damit total 12'169. Ohne die Akquisitionen wurden 253 neue Arbeitsplätze geschaffen, davon 219 in der Schweiz. Ein spezieller Fokus lag auf der Förderung des Nachwuchses. Die Anzahl Ausbildungsplätze wurde weiter ausgebaut. Aktuell bildet die M-Industrie 472 Lernende (Vorjahr 450) in über 30 verschiedenen Berufen aus. Dies sind 80 Lehrstellen mehr als noch vor drei Jahren. Bei Micarna bietet die Ausbildungs¬plattform Mazubi den Lernenden eine besonders praxisnahe Vorbereitung aufs Berufsleben, indem diese eine eigene, virtuelle Firma führen. Albert Baumann, Unternehmensleiter der Micarna-Gruppe, hat für dieses einzigartige Lehrlingsprogramm den Swiss Award in der Kategorie Wirtschaft erhalten.

Nettoumsätze 2014 der M-Industrie siehe Tabelle pdf

Ausblick

Die neue Währungsrealität wird das Geschäft der M-Industrie beeinflussen. Die Treiber werden der Einkaufstourismus, die zunehmenden Importe und die Wettbewerbsfähigkeit im Exportgeschäft sein. Die M-Industrie ist solide aufgestellt, wird ihren strategischen Weg konsequent weitergehen und dabei die Zielmärkte weiterentwickeln sowie die Leistungsfähigkeit ausbauen.   Kurzportrait M-Industrie Die M-Industrie gehört mit ihren 19 leistungsstarken Unternehmen in der Schweiz und 5 Betrieben im Ausland zur Migros-Gruppe. Sie bietet über 20'000 hochwertige Food- und Near-Food-Produkte zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis an und ist damit eine der grössten Eigenmarkenproduzenten weltweit. Die M-Industrie setzt auf den Industriestandort Schweiz; ihr Geschäft - basierend auf den Werten Leistungs-fähigkeit, Qualität und Zuverlässig¬keit - baut sie laufend aus. Als Industriegruppe der Migros ist sie nahe am Markt, setzt Trends und überrascht mit innovativen Produkten und Dienstleistungen. Sie exportiert Schweizer Qualitätsprodukte in über 50 Länder. Zu ihren Kunden gehören nam¬hafte internationale Gross-konzerne. Die M-Industrie produziert verantwortungsvoll und nachhaltig. Sie transportiert die Waren wenn immer möglich mit der Bahn. Mit über 12'000 Mitarbeitenden, darunter 470 Lernende in über 30 Berufen,ist sie eine bedeutende Arbeitgeberin in der Schweiz.

Kontakt:

Luzi Weber, Mediensprecher MGB, Tel. 044 277 20 88, luzi.weber@mgb.ch
www.mindustrie.com; www.migros.ch

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100768975 abgerufen werden.