

14.01.2010 - 11:08 Uhr

Jumbo Baumärkte: 2009 mit überdurchschnittlichem Wachstum



Dietlikon (ots) -

- Hinweis: Bildmaterial wird über Keystone durch Photopress verbreitet und steht zum kostenlosen Download bereit unter:
<http://www.presseportal.ch/de/pm/100001796> -

Die Jumbo Baumärkte waren im Jahr 2009 überdurchschnittlich erfolgreich: Mit einem Umsatz von 581 Millionen Franken steigerten sie ihren Umsatz um fast vier Prozent. Damit konnte die Jumbo-Markt AG ihre Position im Schweizer Heimwerker-Markt trotz zunehmender Konkurrenz und einer Filialschliessung weiter festigen. Die Kunden profitierten von sinkenden Preisen und einer Vielfalt an ökologischen Produktalternativen.

Die zur Maus Frères Holding in Genf gehörende Jumbo-Markt AG mit Sitz in Dietlikon (ZH) hat im Jahr 2009 ihren Umsatz bei den Baumärkten gegenüber dem Vorjahr um 3,9 Prozent auf 581 Millionen Franken gesteigert. Damit bauten die Jumbo Baumärkte ihre Position als Nr. 2 an der Spitze des Schweizer Heimwerker-Marktes weiter aus. Dies, trotz vermehrter wachsender Konkurrenz und obwohl eine Filiale geschlossen werden musste.

Jumbo setzte auch im Geschäftsjahr 2009 alles daran, die Verkaufspreise bei seinen 65'000 Artikeln zugunsten der Kunden tief zu halten. So konnten 1'000 sogenannte "Best-Price Artikel" mit absoluter Tiefpreis-Garantie angeboten werden und die Kunden profitierten gesamthaft von einer Minussteuerung von zwei Prozent. Das Teuerungsbarometer ist bei Jumbo somit in den letzten vier Jahren um knapp 19 Prozent gesunken.

Trotz dieser dauerhaften Preisnachlässe konnte Jumbo die Flächenrentabilität im vergangen Geschäftsjahr um fünf Prozent steigern.

Ökologische Alternativen

Unter der Bezeichnung "Oeko-Tipp" bietet die Jumbo-Markt AG seit 2007 als einziger Baumarkt der Schweiz konsequent in allen Sortimentsbereichen nachhaltige Alternativen an, die ökologische, soziale und/oder ethische Standards erfüllen. Für den Schweizer Heimwerker-Markt ist das ein Superlativ. Die unter der Produktlinie "Jumbo Oeko-Tipp" angebotenen Artikel tragen alle eines oder mehrere von zwölf anerkannten nationalen und internationalen Labels. Der Umsatz bei diesem knapp 4'000 Produkten umfassenden Sortiment wuchs im vergangenen Geschäftsjahr um fünf Prozent. Die Artikelvielfalt soll in Zukunft noch grösser werden und wird laufend ausgebaut.

Preissenkungen, Ausbau und 55 Lehrstellen

Für das laufende Geschäftsjahr erwartet Claude Lewin, CEO der Jumbo-Markt AG, weiterhin einen hart umkämpften Markt und er will sich für weitere Preissenkungen einsetzen. "Wir rechnen mit einem stabilen Umsatz trotz sehr unterschiedlicher Prognosen in Bezug auf die Wirtschaftsentwicklung", so Claude Lewin. 2010 setzt die Jumbo-Markt AG ihren Expansionskurs fort. So eröffnet sie im März ihren 40. Baumarkt: eine kompakte Innenstadt-Filiale mitten in Basel. Mit ihrer Mehrformat-Politik schafft Jumbo auch in der Stadt mehr Kundennähe. Im laufenden Jahr bietet JUMBO 55 Lernenden einen Ausbildungsplatz und garantiert allen erfolgreichen Lernenden eine Anstellung nach abgeschlossener Ausbildung.

Kontakt:

Jumbo-Markt AG
Massimo Moretti
Medienstelle
Tel.: +41/44/805'62'33
Mobile: +41/79/788'48'09
E-Mail: presse@jumbo.ch
Internet: www.jumbo.ch

Medieninhalte



JUMBO-Totem / Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck unter Quellenangabe: "obs/Jumbo-Markt AG"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001796/100596532> abgerufen werden.