

11.02.2011 – 10:00 Uhr

## M-Industrie 2010: Marktstellung insbesondere im Ausland ausgebaut

Zürich (ots) -

Die M-Industrie konnte im 2010 einen weiteren Schritt hin zu einer leistungsstarken Schweizer Industriegruppe mit internationaler Ausrichtung realisieren. Zur erfreulichen Umsatzsteigerung von 2.5% auf CHF 5.316 Mrd. haben sowohl organisches Wachstum als auch Akquisitionen im Ausland beigetragen. Im Migros-Gruppen-Geschäft konnte der Umsatz trotz substanziellen Preisreduktionen um 0.7% gesteigert werden. Das Geschäft mit Schweizer Drittkunden konnte dank der Entwicklung in der Gastronomie um über 7% auf CHF 587 Mio. zulegen. Und das internationale Geschäft entwickelte sich mit einem Wachstum von 13.5% auf CHF 475 Mio. sehr erfreulich.

Die M-Industrie konnte einen weiteren wichtigen Schritt hin zu einer leistungsstarken Schweizer Industriegruppe mit internationaler Ausrichtung realisieren. Trotz deutlich sinkenden Preisen im Inland und schwieriger Währungssituation im Ausland konnte der Nettoumsatz von CHF 5.186 Mrd. um 2.5% auf CHF 5.316 Mrd. gesteigert werden. Erfreulicherweise ist über die Hälfte dieses Wachstums organisch.

Im Migros-Gruppen-Geschäft hat die M-Industrie Produktivitätssteigerungen und die währungsbedingt günstigeren Einkaufspreise in Form von tieferen Preisen weitergegeben. Trotzdem konnte dank Volumenausweitung ein leichtes Wachstum von 0.7% erzielt werden. Dabei entwickelten sich Denner, Le Shop und die Migrolino Tankstellenshops weiterhin überdurchschnittlich gut. Das Geschäft mit Schweizer Drittkunden konnte um über 7% zulegen. Mit Mehrwertkonzepten wie zum Beispiel dem Swiss Gourmet Beef und Distributionsausbau wurde vor allem das Geschäft mit der Gastronomie weiterentwickelt. Das internationale Geschäft konnte trotz beträchtlichen Währungsverlusten dank dem Ausbau der Vertriebsstrukturen und zwei kleineren Akquisitionen um 13.5% auf CHF 475 Mio. zulegen.

Das Geschäftsfeld "Fleisch, Fisch, Geflügel" (Umsatz zu Vorjahr +5.7%) war im 2010 der Wachstumstreiber im Inland. Das Wachstum ist auf den Ausbau des Gastronomiegeschäfts, die Integration der Fischproduktion der Genossenschaften und die Übernahme der Favorit AG per Oktober 2010 zurückzuführen.

Im Geschäftsfeld "Milchprodukte & Käse" (Umsatz zu Vorjahr -1.4%) wurden Preisabschlüsse im Umfang von 3% vorgenommen. Deutlich ausgebaut wurden die Geschäfte mit Dritten im In- und Ausland sowie mit Denner.

Auch im Geschäftsfeld "Brote, Back- & Teigwaren, Reis" (Umsatz zu Vorjahr -2.1%) haben die Minussteuerung von gegen 2% sowie Währungsverluste im Export Spuren hinterlassen. Jowa-Produkte gelten im Detailhandel als "Best in Class" und die im Oktober 2010 lancierte Premium Frischbrotlinie "PainCréation" erfreut sich bereits grosser Beliebtheit.

Der Umsatz im Geschäftsfeld "Schokolade & Kaffee" konnte gesamthaft um 0.8% gesteigert werden. Dieses Geschäftsfeld hat besonders stark unter dem negativen Währungseinfluss gelitten. Trotzdem konnte das Auslandgeschäft dank dem Ausbau der Vertriebsstrukturen ausgebaut und die Marke Frey national wie international gestärkt werden. Das Kaffee-Kapselgeschäft wurde national und international weiter ausgebaut. Mit United Coffee konnte für den Vertrieb des Kapselsystems in Europa eine strategische Partnerschaft vereinbart werden, die sich auf die künftige Entwicklung positiv auswirken wird.

Im Geschäftsfeld "Convenienceprodukte & Getränke" wird ein Wachstum von 9.9 % ausgewiesen. Dieses Wachstum ist getrieben von einem neuen Handelsgeschäft im Convenience-Bereich und der Übernahme der vorarlbergischen Gastina. Dank dieser Akquisition und der Zusammenarbeit mit Weight Watchers konnte die internationale Marktposition im Frische-Convenience-Geschäft verstärkt und die Basis für künftiges Wachstum gelegt werden.

Im Bereich Near-Food (Kosmetika, Wasch- und Reinigungsmittel) konnte ein hohes Umsatzwachstum von 12.2% realisiert werden. Ein wesentlicher Teil ist auf die Akquisition von Hallam Beauty in England zurückzuführen. Aber auch ohne diesen Sondereffekt und den negativen Währungseinflüssen konnten dank der Innovationkraft in diesem Geschäft ein überdurchschnittliches Wachstum realisiert und die Marktanteile im In- und Ausland ausgebaut werden. Das äusserst erfolgreiche Hautpflege-Konzept Zoé Effect PhytoCellTec™ konnte auch international multipliziert werden. Mit dem Einstieg in den Markt mit zertifizierter Naturkosmetik wurde zudem die Basis für weiteres Wachstum gelegt.

Im Geschäftsfeld "Grosshandel" hat die Scana Lebensmittel AG ihre Marktposition in einem rückläufigen Markt weiter ausgebaut. Basis für diesen Erfolg sind die umfassenden Internet-Dienstleistungen, die Vermarktungskompetenz und die attraktiven Sortimente.

#### Internationales Geschäft

Mit der Akquisition der Hallam Beauty in England und der Integration der Gastina in Österreich konnte das Auslandsgeschäft in den zukunftssträchtigen Bereichen Kosmetika und Frische-Convenience gezielt verstärkt werden. Zusätzlich nahmen in den USA und in Kanada neue Marketinggesellschaften den operativen Betrieb auf. Gesamthaft hat das internationale Geschäft trotz substanziellen Währungsverlusten 13.5% auf CHF 475 Mio. zugelegt, dazu trägt der Export 6% bei. Geografisch tragen die grossen europäischen Märkte Deutschland, England und Frankreich sowie Nordamerika das Auslandsgeschäft.

#### Innovationen treiben das Geschäft

Die M-Industrie hat dank ihrer Innovationskompetenz die Zusammenarbeit mit Brand-Ownern ausbauen können. Stellvertretend ist die erfolgreiche Markteinführung des Milchshakes "Shakeria" zu erwähnen. Der preisgekrönte Stammzellenwirkstoff "PhytoCellTec" Malus Domestica aus der Apfelsorte Uttwiler Spätlauber hat national und international für viel Furore gesorgt, der Zoé-Effect-Kosmetiklinie zum Durchbruch verholfen und dabei auch dem gesamten Zoé-Sortiment neuen Schub verliehen.

#### Investitionen in den Werkplatz Schweiz

Die M-Industrie hat im Rahmen des Vorjahres gegen CHF 140 Mio. in den Werkplatz Schweiz investiert und damit die internationale Wettbewerbsfähigkeit weiter verbessert. Bei Micarna in Courtepin hat man die Geflügelproduktion ausgebaut und die Prozesse optimiert. In Ursy bei der Mifroma wurde der Sandsteinkeller für die Gruyère-Reifung massiv erweitert. Bei Jowa ist in eine neue Tiefkühl-Brotlinie investiert worden und in Estavayer bei der Elsa konnte eine weitere Etappe hin zu einer der modernsten Molkereien Europas realisiert werden.

#### Gelebte Nachhaltigkeit

Die M-Industrie hat erhebliche Mittel in Nachhaltigkeitsprojekte investiert. Neben den grossen Anstrengungen in den Bereichen Energieeinsparung und CO<sub>2</sub>-Reduktion wird ein Hauptaugenmerk auf die Beschaffung gelegt. Die M-Industrie fokussiert dabei auf Partner, die zu einer nachhaltigen Entwicklung aus einer ganzheitlichen, globalen Sicht beitragen. So beschafft die M-Industrie immer mehr UTZ-zertifizierte Kakao- und Kaffee-Bohnen. Konsequenterweise werden auch die Label-Programme Bio und Terra Suisse unterstützt und gefördert.

#### Personelles

Ende 2010 beschäftigte die M-Industrie 10'558 Mitarbeitende (2009:

9'932). Die M-Industrie bildet derzeit 366 Lernende in mehr als 20 Berufen aus.

#### Ausblick

Im Schweizer Markt wird der Preis- und Margendruck weiter hoch bleiben und im Export erwarten wir aufgrund der Währungssituation ein anspruchsvolles Geschäftsjahr. Dank smarten Mehrwertkonzepten, einer überzeugenden Qualität, Schweizer Verlässlichkeit, einem guten Preis-Leistungsversprechen und der gezielten Stärkung der Vermarktungskraft wird die M-Industrie ihre Marktstellung im In- und Ausland weiter ausbauen. Um die gesteckten Ziele erreichen zu können, wird eine konsequente Wachstums- und Fitness-Strategie verfolgt.

Die M-Industrie gehört mit ihren 16 leistungsstarken Unternehmen in der Schweiz und 3 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 Leistungsfähigkeit, Qualität und Zuverlässigkeit - baut sie laufend weiter 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 namhafte internationale Grosskonzerne.

Die M-Industrie produziert verantwortungsvoll und nachhaltig. Sie transportiert die Waren wenn immer möglich mit der Bahn. Mit rund 10'000 Mitarbeitenden, darunter 366 Lernenden in mehr als 20 Berufen, ist sie eine bedeutende Arbeitgeberin in der Schweiz.

- Hinweis: Eine Infografik steht zum kostenlosten Download bereit unter: <http://www.presseportal.ch/de/story.htx?firmaid=100000968> -

Zürich, 11. Februar 2011

#### Kontakt:

Monika Weibel, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 63,  
[monika.weibel@mgb.ch](mailto:monika.weibel@mgb.ch), [www.migros.ch](http://www.migros.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100618914> abgerufen werden.