

18.08.2011 – 13:13 Uhr

Nespresso: Wachstumsmotor für Segment des Portionskaffees im Jahr 2011 / Nespresso baut seine Führungsposition weiter aus

Schweiz (ots) -

Im ersten Halbjahr 2011 konnte Nestlé Nespresso ein zweistelliges Wachstum verbuchen; über 15% des Umsatzes wurden dabei ausserhalb von Europa generiert. Nespresso sorgte nach wie vor für Dynamik und Innovation im Portionskaffeesegment. Die Sparte, die im Jahr 2010 8% des gesamten Kaffeemarktes ausmachte, konnte weiterhin ein starkes Wachstum sowohl bei der Menge als auch beim Wert erzielen.

Bildmaterial: <http://www.newscom.com/cgi-bin/prnh/20110817/474383>

"Wir sind der Motor dieser Sparte und bringen sie durch qualitativ hochwertigen Kaffee, innovative Maschinen und Kundenservice weiter voran. Aus diesem Grund werden wir auch künftig von der anhaltenden Wertschätzung vonseiten der Kunden des Portionskaffeesegments profitieren und unser Wachstum innerhalb dieses Segments fortsetzen", so Richard Girardot, CEO von Nestlé Nespresso SA. "Wir konnten insgesamt ein verstärktes Kundenbewusstsein beobachten, was das Wachstum der Sparte ankurbelt."

In der ersten Jahreshälfte entschieden sich Konsumenten trotz neuer Mitbewerber auch weiterhin für Nespresso, sowohl in den etablierten europäischen als auch in den sich entwickelnden Märkten. "Um unsere Führungsposition innerhalb eines dynamischen und wachsenden Segments aufrechtzuerhalten, haben wir weiterhin umfassend in Innovation, Service und Qualität investiert - und all dies prägt das Kundenerlebnis", so Girardot.

Nespresso lancierte einige neue Produkte und Initiativen, die der Vitalität der Marke zusätzlich zugute kommen. Onirio ist eine neue Kaffeesorte, die das Unternehmen als Limited Edition herausgebracht hat. Mit der erstmals weltweit vertriebenen Maschinenserie PIXIE (<http://www.nespresso.com/pixie>) gelang Nespresso die bislang erfolgreichste Markteinführung. Im B2B-Segment brachte Nespresso mit Aguila und Zenius zwei revolutionäre Geräte heraus, um seinen Geschäftskunden einen noch besseren Service bieten zu können.

Zwei Jahre nach dem Startschuss für Ecolaboration konnte Nespresso konkret messbare Fortschritte (<http://www.ecolaboration.com/mediacenter>) im Hinblick auf die gesetzten Ziele in Sachen Nachhaltigkeit vermelden. "In Bezug auf unsere Zielsetzung für das Jahr 2013 sind wir auf einem guten Weg, und wir werden weiterhin sicherstellen, dass der Faktor Nachhaltigkeit eine unserer wichtigsten Treibkräfte für die zukünftige Entwicklung unseres Unternehmens darstellt", so Girardot.

Auch in der zweiten Jahreshälfte wird das Unternehmen die von ihm vor 25 Jahren begründete Kaffeekultur weiter prägen und gleichzeitig mit der selektiven geografischen Expansion fortfahren. Nespresso ist dabei, sein Einzelhandelsnetz in diesem Jahr auf mehr als 250 Boutiquen auszuweiten. In den kommenden Monaten sind Eröffnungen in Genf, Berlin, Paris und Auckland geplant. Das Unternehmen wird die erste Limited-Edition-Kaffeesorte herausbringen, die vollständig über das Nespresso-Programm AAA Sustainable Quality bezogen wird. 2011 wird Nespresso erstmalig vier Maschinen innerhalb eines Jahres auf den Markt bringen und in der zweiten Jahreshälfte ein Gerät einführen, das zusätzliche Optionen für Liebhaber von Kaffeerezepten mit Milch bietet.

Über Nestlé Nespresso SA

Nestlé Nespresso SA ist der weltweite Pionier und Marktführer im Bereich portionierten Spitzenkaffees. Mit Hauptsitz im schweizerischen Lausanne, agiert Nespresso in über 50 Ländern und beschäftigt mehr als 5.500 Mitarbeiter. Ende 2010 betrieb das Unternehmen ein globales Retail-Netzwerk mit 215 exklusiven Boutiquen. Nespresso erzielte 2010 einen Jahresumsatz in Höhe von 3 Milliarden Schweizer Franken und somit ein konstantes durchschnittliches Jahreswachstum in Höhe von 20% seit dem Jahr 2000. Weitere Informationen unter: www.nespresso.com/mediacenter .

Kontakt:

Hans-Joachim Richter
Corporate Communications Director
Tel. +41/21/796'96'20
Fax: +41/21/796'97'97

Julian Liew
Corporate PR & Public Affairs Manager
Tel. +41/21/796'97'42
Fax: +41/21/796'97'97

