

27.02.2013 – 08:32 Uhr

Mit Qualität, Innovationen und Service erzielt Nespresso im Jahr 2012 ein starkes Ergebnis

Schweiz (ots/PRNewswire) -

Mit zweistelligem Wachstum zeigte Nespresso im Jahr 2012 eine starke Leistung. Das Unternehmen hat seine Position in den europäischen Märkten gefestigt und konnte seine Präsenz in der Asien-Pazifik Region und Amerika ausbauen.

Motor dieses Wachstums waren die hohe Qualität der Kaffees, individualisierte Serviceleistungen sowie eine starke Innovations-Pipeline. Zu den Höhepunkten des Jahres 2012 gehörten der Launch von fünf neuen Limited Editions Grand Crus und zwei neuen Maschinen sowie die Einführung neuer Services für ein noch umfassenderes Markenerlebnis für Club Mitglieder.

"Die aussergewöhnliche Nespresso Erfahrung, die hochwertige Qualitätskaffees mit innovativen Maschinen und persönlicher Kunden-Beziehung verbindet, begeistert auch weiterhin Kaffeeliebhaber weltweit", sagte Richard Girardot, CEO von Nestlé Nespresso SA. "Unsere Fähigkeit, die Qualität unserer Kaffees von der Kirsche bis zur Tasse zu kontrollieren, unsere Kunden mit herausragenden Geschmacksmomenten zu überraschen und einen direkten Dialog mit unseren Club Mitgliedern zu führen, sind die Treiber unseres anhaltenden Erfolges."

Strategische geografische Expansion ergänzt die Stärke der etablierten Märkte

Die Strategie des Unternehmens, in ausgewählte Märkte zu expandieren, zahlt sich auch weiterhin aus. Der Anteil des Umsatzes, der ausserhalb der traditionellen europäischen Märkte erwirtschaftet wird, hat sich in den vergangenen fünf Jahren verdreifacht. Mit dem Eintritt in den finnischen und taiwanesischen Markt sind Nespresso Produkte nun in 60 Länder weltweit verfügbar. Die Eröffnung von 52 neuen Boutiquen im Jahr 2012 hat das Geschäftsmodell mit direktem Kundenkontakt weiter gestärkt. Heute umfasst das Nespresso Vertriebsnetzwerk über 300 Standorte in 199 Städten in 48 Ländern, mit 31 Boutiquen in der AMS-Zone (Amerika) und 68 in Zone AOA (Asien-Ozeanien-Afrika). Das Nespresso Boutiquen-Netzwerk wird im Jahr 2013 mit derselben Geschwindigkeit wachsen wie in den vergangenen Jahren und neue, aussergewöhnliche Services für die Club-Mitglieder bieten.

"Unser Wachstum bleibt stark und die Aufmerksamkeit für die Marke Nespresso nimmt zu; gleichzeitig setzt das Segment für portionierten Kaffee seinen positiven Trend fort. Das Potenzial dieses Segmentes bleibt gross und wir sind gut aufgestellt, dieses für uns zu nutzen", sagte Girardot. "Etablierte und Wachstumsmärkte bieten unterschiedliche Chancen. Wir sind davon überzeugt, dass wir das richtige Produktangebot und den richtigen strategischen Ansatz haben, um auch in Zukunft starkes Wachstum zu erzielen."

Qualität, Innovation und Services stärken die Kunden-Loyalität

Im Jahr 2012 haben die Nespresso Kaffee Experten auf der ganzen Welt nach den exklusivsten Kaffees gesucht und neue Blends für Kunden und Club Mitglieder kreiert. Das einzigartige Nespresso Geschäftsmodell ermöglicht auch weiterhin das strenge Qualitätsmanagement des Kaffees von den Bauern bis zu den Konsumenten und ermöglicht es Nespresso, innovativ zu sein und die hochwertigen Kaffees zu liefern, die das Markenzeichen des Unternehmens sind.

Zu den neuen Grands Crus gehörten Naora, eine Limited Edition, die sich, in Anlehnung an die Weinlehre, den Vorteilen der Spätlese bedient; Crealto, ein lange gerösteter Kaffee, inspiriert von der gehobenen Gastronomie; und Hawaii Kona Special Reserve, ein hoch exklusiver Grand Cru bestehend aus einem der wertvollsten und seltensten Kaffees der Welt.

Das Unternehmen hat zudem seine Maschinen-Serien um zwei neue Maschinen ergänzt - Maestria und U - die modernste Technologie, Design und Einfachheit miteinander verbinden, um für Kunden die beste Qualität zu gewährleisten, wenn sie mit original Kapseln benutzt werden.

Für den Komfort der Club Mitglieder und um die direkten Kundenbeziehungen zu stärken, wurden 2012 in verschiedenen Märkten neue, massgeschneiderte Kundenservices eingeführt - wie beispielsweise Pick-Up Bereiche in den Boutiquen und die Recycling@Home Initiativen.

Auch der B2B-Bereich ist im Jahr 2012 weiterhin gewachsen. Hier haben neue Angebote, Serviceleistungen und strategischen Partnerschaften mit erstklassigen Restaurants und Gastronomiebetrieben zweistelliges Umsatz-Wachstum erzielt.

Nachhaltigkeitsziele erreicht

Im Rahmen seines Ecolaboration(TM) Programmes für Nachhaltigkeit und Wertschöpfung hat Nespresso seine Nachhaltigkeitsinitiativen im gesamten Geschäft verstärkt. Zum 10. Jubiläum seines AAA Sustainable Quality(TM) Programmes werden mehr als zwei Drittel seiner Rohkaffees von über 52.000 Bauern, die an dem Programm teilnehmen, angebaut.

Nespresso hat sein Ziel von 75 Prozent Recyclingkapazität für seine Kapseln ein Jahr früher erreicht als geplant - mit einer weltweiten Kapazität von über 76 Prozent. Ende 2012 gab es, neben den Grünen Punkt Systemen in Deutschland, Schweden und Finnland, über 21.000 Sammelstellen für benutzte Kapseln in 21 Ländern weltweit.

Starke Basis für eine erfolgreiche Zukunft

2013 ist ein Jahr der Innovation für das Nespresso Kaffeeangebot. Mit der Einführung neuer Grands Crus formt Nespresso das Segment weiter und bietet seinen Club Mitgliedern und Kunden neue sinnliche Erfahrungen.

Im Rahmen der langfristigen Geschäftsentwicklung und aufgrund der wachsenden weltweiten Nachfrage nach seinen hochwertigen Qualitätskaffees hat das Unternehmen den Bau eines dritten Produktionszentrums in Romont in der Schweiz angekündigt. Die Investition von 300 Millionen Schweizer Franken folgt dem Ausbau des Produktions- und Distributionszentrums in Avenches, der in der zweiten Jahreshälfte 2012 beendet wurde.

Im November 2012 hat das Unternehmen angekündigt, dass Jean-Marc Duvoisin, derzeit Deputy Executive Vice President Human Resources bei Nestlé SA, ab dem 1. März 2013 die Nachfolge von Richard Girardot als CEO von Nestlé Nespresso SA antreten wird. Richard Girardot wird die Verantwortung für das Nestlé Geschäft in Frankreich übernehmen, nachdem er das Unternehmen durch eine Periode beispiellosen Wachstums geführt hat. Die umfassende Kenntnis des Unternehmens, seine internationale Erfahrung und seine anerkannten Führungsqualitäten machen Duvoisin zum richtigen Kandidaten für die weitere Expansion, Innovation und Internationalisierung des Unternehmens in einem herausfordernden Wettbewerbsumfeld.

Weitere Informationen finden Sie auch unter:

<http://www.nestle-nespresso.com> [http://www.nestle-nespresso.com/?utm_source=PRNewswire&utm_medium=wire&utm_campaign=FY2012results]

Ein Interview mit Richard Girardot, CEO von Nestlé Nespresso SA, finden Sie hier: <http://www.nestle-nespresso.com/newsandfeatures/coffee-and-conversation-with-richard-girardot-2013>

Bildmaterial steht Ihnen hier zur Verfügung: <http://www.nestle-nespresso.com/media/library/pictures> [http://www.nestle-nespresso.com/media/library/pictures?utm_source=PRNewswire&utm_medium=wire&utm_campaign=FY2012results]

About Nestlé Nespresso SA

Nestlé Nespresso SA ist der weltweite Pionier und Referenz im Bereich portionierter Spitzenkaffees. Mit Hauptsitz im schweizerischen Lausanne, agiert Nespresso in über 60 Ländern und beschäftigt mehr als 8.000 Mitarbeiter. Im Jahr 2012 umfasste das weltweite Netzwerk über 300 exklusive Boutiquen.

Kontakt

Diane Duperré - Associate Corporate PR Manager - T: +41-21-796-92-89

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100007465/100733498> abgerufen werden.