

18.02.2014 – 10:00 Uhr

## M-Industrie 2013 / M-Industrie wächst um 6.3%

Zürich (ots) -

Die M-Industrie verzeichnet ein erfreuliches Wachstum in ihren Zielmärkten im In- und Ausland. Sie erzielte einen Umsatz von CHF 5.763 Mrd. (Vorjahr CHF 5.420 Mrd.), was einem Wachstum von 6.3% entspricht. Erstmals sind die gesamten Umsätze der per 1. Juli 2012 mehrheitlich übernommenen CCA Angehörigen sowie der Umsatz der Bergsenn AG enthalten. Das organische Wachstum betrug erfreuliche 3.4%. Dabei haben alle Kundengruppen zum Wachstum beigetragen. Die Umsätze mit der Migros-Gruppe konnten um 2.4% erhöht werden. Im Grossverbrauchermarkt wurde der Umsatz um 26.6% auf CHF 983 Mio. (Vorjahr CHF 776 Mio.) gesteigert. Das internationale Geschäft legte um 7.3% auf CHF 513 Mio. (Vorjahr CHF 478 Mio.) zu.

Die M-Industrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland weiter ausbauen. Im Vorjahresvergleich gelang es, die Umsätze um 6.3% zu steigern. Davon betrug das organische Wachstum (ohne Akquisitionseffekte CCA Angehörigen und Bergsenn) erfreuliche 3.4%. Alle Kundengruppen haben zum Wachstum beigetragen.

Im Geschäft mit der Migros-Gruppe hat die M-Industrie wesentlich zum Ausbau der Preis-Leistungs-Führerschaft des Migros Detailhandels beigetragen. Die Umsätze im Migros Detailhandel konnten um 0.9% gesteigert werden. Das Geschäft mit Denner, Migrolino und Le Shop konnte mit einem Wachstum von deutlich über 10% erfolgreich weiterentwickelt werden.

Im Grossverbrauchermarkt ausserhalb der Migros-Gruppe konnten Marktanteile gewonnen werden. Der Umsatz wurde um 26.6% auf CHF 983 Mio. (Vorjahr CHF 776 Mio.) gesteigert, wobei das organische Wachstum (ohne CCA Angehörigen-Effekt) 7.6% ausmacht. Damit trägt die einzigartige Verbindung zwischen Zustell- und Abholgrosshandel sowie die Industriekompetenz unter der Allianzmarke «Saviva» erste Früchte.

Im internationalen Geschäft gelang es wieder deutlich zu wachsen. Die M-Industrie hat intensiv an wettbewerbsfähigen Sortimenten gearbeitet und steigerte die Umsätze auf CHF 513 Mio. (Vorjahr CHF 478 Mio.). Dies entspricht einem Wachstum von erfreulichen 7.3%, wobei das Exportgeschäft überproportional dazu beigetragen hat.

Das Geschäftsfeld «Fleisch, Fisch, Geflügel» steigerte den Umsatz um 8.8% und ist damit der Hauptwachstumstreiber im Inlandgeschäft. Die Belieferungsumsätze mit den Grossverbrauchern, insbesondere der Gastronomie, konnten um über 10% gesteigert werden. Micarna, Mérat und Favorit sind als leistungsfähige, kompetente und vertrauenswürdige Partner auf dem Markt bestens verankert und gewinnen seit Jahren Marktanteile.

Das Geschäftsfeld «Milchprodukte & Käse» legte dank des Ausbaus des Drittgeschäftes zu. Insbesondere im Gastromarkt wurde mit neuen Kunden und Sortimenten ein erfreuliches Wachstum erzielt. Und mit der Akquisition der Bündner Bergkäseproduzentin Bergsenn AG wurde die Marktposition im Spezialitätenbereich weiter gestärkt.

Im Geschäftsfeld «Brote, Back- & Teigwaren» haben sich die Brote dank der Frische und verschiedener Neuheiten positiv entwickelt und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur Attraktivität des Migros Detailhandels. Im Backwarenbereich hat sich das Blévita-Sortiment von Midor dank DANK Neuheiten besonders gut entwickelt.

Im Geschäftsfeld «Schokolade & Kaffee, Reis» haben sich das Kapselgeschäft, das Schokoladen-geschäft und die Kolonialwaren (Nüsse, Trockenfrüchte und Gewürze) sehr positiv entwickelt und waren die Wachstumstreiber. Im Kapselgeschäft konnte mit den Marken Delizio, Cremesso und Café Royal die Marktstellung weiter ausgebaut werden. Die Marke Frey wurde weiter profiliert und auf die Leader-Sortimente ausgerichtet.

Das Geschäftsfeld «Convenience-Produkte & Getränke» hat sich dank Fertiggerichten und Frischteigwaren sowie der Marke Aproz positiv entwickelt. Im Getränkebereich insbesondere dank attraktive Promotionen und diverse Neuheiten wie zum Beispiel Aproz Kids oder Aproz O2 mit Cooling Effekt. Mit ganzheitlichen Lösungen für Profi-Kunden konnte auch das Gastronomiegeschäft weiter entwickelt werden.

Das Wachstum im Bereich «Near-Food» (Kosmetika, Wasch- und Reinigungsmittel) war auch in diesem Geschäftsjahr getrieben vom Export und dem Auslandgeschäft bei der Mibelle Ltd. in England. Damit konnte das rückläufige Kosmetikgeschäft im Inland mehr als kompensiert werden. Der Bereich Forschung & Entwicklung wird weiter ausgebaut, um damit die Basis für weiteres Wachstum zu legen. Hier gelingt es der Mibelle-Group immer wieder, Natur und Wissenschaft clever zu kombinieren.

In einem anspruchsvollen Markt- und Wettbewerbsumfeld konnte sich das Geschäftsfeld «Grosshandel» gut behaupten und die Marktposition ausbauen. Die lancierte Allianzmarke «Saviva» verbindet alle Foodservice Kompetenzen der M-Industrie. Das bietet, zusammen mit umfassenden Dienstleistungspaketen, gute Wachstumschancen.

### Internationales Geschäft

Das internationale Geschäft wurde auf CHF 513 Mio. (Vorjahr CHF 478 Mio.) gesteigert. Zum Gesamtwachstum von 7.3% haben sowohl das Exportgeschäft als auch die Auslandbetriebe beigetragen, wobei sich das Exportgeschäft aus der Schweiz überproportional gut entwickelte. Hauptwachstumstreiber waren Kosmetika, Wasch-/Reinigungsmittel, Schokolade, Kaffeekapseln und Käse. In Nordamerika konnte dank den Vertriebsplattformen ein überdurchschnittliches Wachstum von über 20% erzielt werden. Positiv entwickelt hat sich auch unser Hauptexportmarkt Deutschland mit einer zweistelligen Wachstumsrate.

Einzigartig dank der M-Industrie

Die M-Industrie hat den Migros Detailhandel wirkungsvoll im Ausbau der Preis-Leistungs-Führerschaft unterstützt. Und die von der M-Industrie produzierten Marken wie Frey, Aproz, Total, Ice Tea, Candida, I am oder Bifidus sind einzigartig und haben zum Teil schon Kultstatus erreicht. Mit Innovationen wie Café Royal, Blévita-Sandwiches, Total 1 for all von Mibelle oder Adoro von Chocolat Frey gelingt es immer wieder, die Konsumenten zu überraschen. Und mit der Wertschöpfungskette in der eigenen Hand können auch die Nachhaltigkeitsthemen glaubwürdig und konsequent umgesetzt werden. Dies sind nur einige Beispiele die aufzeigen, wie sich die Migros mit der M-Industrie differenzieren kann.

Investitionen in den Werkplatz Schweiz und in die Nachhaltigkeit Die M-Industrie hat im Berichtsjahr gut CHF 160 Mio. in den Werkplatz Schweiz investiert. Nebst der Einführung von neuen Technologien und Automatisierungen wurden auch Produktionsflächen erweitert. Investitionen in energieoptimierte Prozesse schonen die Umwelt und stärken nachhaltig die Wettbewerbsfähigkeit.

Gelebte Nachhaltigkeit

Im Rahmen einer verbindlichen Nachhaltigkeitsstrategie wurden ehrgeizige und messbare Ziele definiert. Damit will die M-Industrie Schrittmacher werden und ihre Verantwortung über die gesamte Wertschöpfungskette wahrnehmen. Ein Nachhaltigkeits-Managementsystem nach ISO 14001 wird bis Ende 2014 implementiert. Im Berichtsjahr konnten bereits erfreuliche Fortschritte erzielt werden. Beispielsweise wurden mit unseren IP-Suisse-Produzenten verbindliche Verträge für die nächsten fünf Jahre vereinbart. Als wichtiger Beitrag zum Ziel, 100% physisch nachhaltiges Palmöl aus RSPO (Roundtable of Sustainable Palm Oil)-Plantagen bis 2015 zu verwenden, wurde im 2013 die gesamte Produktion von Margarinen auf RSPO-Palmöl umgestellt. Durch eine innovative neue Verpackungslösung aus beschichtetem FSC-Karton ist bei Bio-Charcuterie-Verpackungen der Kunststoff-Anteil um 60% reduziert worden.

Die M-Industrie schafft neue Arbeitsplätze Ende 2013 beschäftigte die M-Industrie netto 250 Mitarbeitende mehr als im Vorjahr und damit total 11'403 Mitarbeitende. Auch die Anzahl Ausbildungsplätze wurde weiter ausgebaut. Die M-Industrie bildet derzeit 450 Lernende (Vorjahr: 415) in knapp 30 Berufen aus und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Nachwuchsförderung und zur Stärkung des dualen Bildungssystems.

Ausblick

Wir gehen von einem soliden Marktumfeld aus, auch wenn konjunkturelle Risiken bestehen. Unsere Marktstellung bietet weitere Wachstumschancen. Diese sehen wir primär im Gastro-/Grossverbraucher-Geschäft in der Schweiz sowie im internationalen Markt. Dabei sollen weitere Vor-Ort-Strukturen in unseren Zielregionen die Wachstumsstrategie unterstützen. Die M-Industrie wird konsequent Märkte entwickeln und ihre Leistungsfähigkeit ausbauen.

Zürich, 18. Februar 2014

Kurzportrait M-Industrie

Die M-Industrie gehört mit ihren 17 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 über 11'000 Mitarbeitenden, darunter 450 Lernenden in knapp 30 Berufen, ist sie eine bedeutende Arbeitgeberin in der Schweiz.

Nettoumsätze 2013 der M-Industrie (siehe Tabelle im Anhang)

Kontakt:

Urs Peter Naef, Mediensprecher MGB, Tel. 044 277 20 66,  
urs-peter.naef@mgb.ch, www.migros.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100751379> abgerufen werden.