

M-Industrie 2015: Umsatzplus von 4.0% in anspruchsvollem Umfeld

Die M-Industrie erarbeitete im Jahr 2015 CHF 6.255 Mrd. Umsatz (Vorjahr CHF 6.016 Mrd.) und konnte damit in einem anspruchsvollen Marktumfeld um 4.0% wachsen. Durch gezielte Akquisitionen wurden die Marktpositionen im In- und Ausland gestärkt. Trotz Frankenstärke und zunehmendem Druck im Schweizer Markt legte die M-Industrie real um 0.8% zu.

Die Aufhebung des Euro-Mindestkurses und die damit verbundene Frankenstärke haben den Druck auf den Werkplatz Schweiz deutlich erhöht. Der steigende Einkaufstourismus und die verhaltene Konsumentenstimmung auf dem Schweizer Markt (Detailhandel und Grossverbrauchermarkt) waren für die M-Industrie spürbar. Mit gezielten Akquisitionen im In- und Ausland stärkte die M-Industrie ihre Marktpositionen und erzielte solides Wachstum. Mit der Übernahme der Lüchinger+Schmid-Gruppe (Handels- und Produktionsunternehmen für Eier, Eiprodukte, gekühlte Frisch- und Tiefkühlprodukte) konnte der Belieferungsgrosshandel markant ausgebaut werden. Im internationalen Kosmetikgeschäft wurde durch den Mehrheitserwerb der britischen QBC (Quantum Beauty Company) das Geschäft mit Exklusivmarken verstärkt. Nominal steigerte die M-Industrie den Umsatz in allen Kundengruppen.

«Wir haben uns in einem turbulenten Geschäftsjahr dank raschem und konsequentem Handeln gut geschlagen. Verbunden mit einem Kostenprogramm und gezielten Akquisitionen konnten wir unsere strategischen Positionen stärken», sagt Walter Huber, Leiter M-Industrie und Mitglied der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB).

Das Geschäft mit der **Migros-Gruppe** konnte um 2.1% auf CHF 4.488 Mrd. ausgebaut werden. Überproportional entwickelte sich das Geschäft mit Denner, Migrolino und LeShop.ch. Nicht zuletzt dank den vielfältigen und attraktiven Sortimenten der M-Industrie konnten alle Kunden innerhalb der Migros-Gruppe Marktanteile gewinnen.

Das anspruchsvolle Umfeld im **Grossverbrauchermarkt** war geprägt vom Einkaufstourismus und von fehlenden ausländischen Touristen, was Auswirkungen auf das Gastronomiegeschäft hatte. Das Umsatzwachstum von knapp 10% auf CHF 1'086 Mio. (Vorjahr CHF 995 Mio.) ist in erster Linie auf die erstmals konsolidierte Lüchinger+Schmid-Gruppe zurückzuführen. In einem schrumpfenden Gesamtmarkt konnte das Umsatzniveau gehalten werden.

Das **internationale Geschäft**, bestehend aus Export und Auslandstandorten, legte um 8.8% auf CHF 681 Mio. (Vorjahr CHF 626 Mio.) zu. Die Auslandstandorte legten in Lokalwährungen teils kräftig zu. Trotz dem erstarkten Schweizer Franken (rund 12% gegenüber der Hauptwährung Euro) erwies sich das Exportgeschäft als robust. Währungsbereinigt betrug das Exportwachstum erfreuliche 6.3%. Hauptwachstumstreiber waren das Kaffeekapsel- sowie das Käsegeschäft. Ebenfalls steigern konnte sich der Bereich Kosmetika.

Währungs- und teuerungsbereinigt konnten die meisten Geschäftsfelder zulegen und Währungserfolge (Einsparungen bei der Beschaffung) wurden an die Kunden in Form von tieferen Preisen weitergegeben.

Das Geschäftsfeld «**Fleisch, Geflügel, Fisch**» entwickelte sich einerseits durch die Konsolidierung des Fleisch- und Wurstspezialisten Rudolf Schär AG und andererseits durch das Gastro-/Grossverbraucher-geschäft. Trotz dem anspruchsvollen Detailhandelsgeschäft in der Schweiz wurde ein reales organisches Wachstum erzielt.

Das Geschäftsfeld «**Milchprodukte & Käse**» war stark von den Preisabschlägen (Euro-Effekt und Milchpreis) betroffen. Doch auch in diesem Geschäftsjahr verzeichnete der Export von Käse erfreulicherweise deutliches Wachstum.

Im Geschäftsfeld «**Brote, Back- & Teigwaren**» legte das Convenience-Store-Geschäft weiter zu. Positiv entwickelt haben sich das Tiefkühlsortiment sowie die Eiswaren. Die negativen Währungsauswirkungen (Preisabschläge und Minderumsätze aus dem Exportgeschäft) konnten damit aber nicht kompensiert werden.

Im Geschäftsfeld «**Schokolade & Kaffee, Reis**» war auch im laufenden Geschäftsjahr das Kapselgeschäft mit den Marken Delizio, Cremesso und Café Royal Wachstumstreiber. Insbesondere im Export konnte die Marke Café Royal substanziell zulegen. Mit dem Aufbau der TCS (Total Capsule Solution) in Stabio TI sind die Produktionskapazitäten weiter ausgebaut worden. Beim Exportgeschäft von Chocolat Frey wurde die Strategie geschärft, was im Geschäftsjahr 2015 zu Portfoliobereinigungen führte.

Das Geschäftsfeld «**Convenienceprodukte & Getränke**» hat wesentliche Preisabschläge vorgenommen. Das Geschäft mit Fruchtkonzentraten und Aromen konnte dank der Konsolidierung (positiver Effekt von 4 Monaten) der Schweizer Getränke AG in Obermeilen ausgebaut werden. Das Gastronomie-geschäft hat sich dank ganzheitlichen Lösungen für Profikunden gut entwickelt und die Mineralwasser-sparte profitierte von den guten Wetterbedingungen im Sommer.

Das Geschäftsfeld «**Near-Food**» (Kosmetika, Wasch- und Reinigungsmittel) konnte auch in diesem Geschäftsjahr im Ausland zulegen. Das Wachstum wurde bei Mibelle UK sowie durch die Übernahme der britischen QBC erzielt. Währungsbereinigt konnte auch im Export der Umsatz gesteigert werden. Im Inland waren die Umsätze vor allem durch Preisabschläge (Weitergabe der Währungserfolge) rückläufig. Mit der Gründung eines Joint Ventures mit dem führenden indischen Retailer Future Group geht die Mibelle Group ihren Weg der Internationalisierung konsequent weiter.

Im laufenden Geschäftsjahr hat sich das Markt- und Wettbewerbsumfeld im Grosshandel weiter verschärft. Das Geschäftsfeld «**Grosshandel**» hat sich gut behauptet, auch wenn die Umsatzgewinne des Belieferungsgeschäftes die Rückgänge im Abholgrosshandel nicht ganz zu kompensieren vermochten. Auch in diesem Segment spielten Preisnachlässe aufgrund der Währung eine wichtige Rolle. Mit der Übernahme der Lüchinger+Schmid-Gruppe konnte der Belieferungsgrosshandel markant ausgebaut werden. Dies bietet künftig wesentliche Synergienmöglichkeiten.

«Von uns. Von hier.» – einzigartig dank der M-Industrie

Die von der M-Industrie produzierten Marken wie Frey, Aproz, Total, Ice Tea, Candida, I am oder Bifidus sind einzigartig und besitzen teilweise Kultstatus. Sie ermöglichen der Migros, sich wirkungsvoll zu differenzieren und Marktanteile zu gewinnen.

Investitionen in den Werkplatz Schweiz und in die Nachhaltigkeit

Die M-Industrie hat im Berichtsjahr rund CHF 200 Mio. in den Werkplatz Schweiz investiert. Neben dem Ausbau von Produktionskapazitäten wurden spezifische Investitionen in Anlagen und Technologien getätigt, um die Ressourceneffizienz zu erhöhen und Verpackungsmaterialien einzusparen. Mit diesen Investitionen wird die ehrgeizige Nachhaltigkeitsstrategie der M-Industrie wirkungsvoll unterstützt.

Die Mifa hat zusammen mit der Migros eine umweltfreundliche PET-Sprühflasche für Reinigungsmittel entwickelt, welche zu 100 Prozent aus recyceltem PET besteht. Mit dieser innovativen Leistung wurde der Swiss Packaging Award in der Kategorie Nachhaltigkeit gewonnen. Die Bischofszell Nahrungsmittel AG produziert neu Orangensaft mit Früchten aus fairem Handel. Das Fruchtkonzentrat für die Säfte der Linien Gold und M-Classic der Migros wird direkt von zwei Kooperativen aus Brasilien bezogen und ist mit dem Label «Fairtrade Max Havelaar» ausgezeichnet.

Die M-Industrie schafft neue Arbeits- und Ausbildungsplätze

Ende 2015 beschäftigte die M-Industrie netto 944 Mitarbeitende mehr als im Vorjahr und zählte total 13'113 Mitarbeitende. Ohne die Akquisitionen wurden 546 neue Arbeitsplätze geschaffen, davon 456 in der Schweiz. Ein spezieller Fokus lag bei der Nachwuchsförderung. Die Anzahl Ausbildungsplätze wurde weiter ausgebaut. Aktuell bildet die M-Industrie 526 Lernende (Vorjahr 472) in über 30 verschiedenen Berufen aus. Dies sind 100 Lehrstellen mehr als noch vor drei Jahren.

Ausblick

Der Produktionsstandort Schweiz bleibt unter Druck. Vom Schweizer Markt sind wenig Wachstumsimpulse zu erwarten. In diesem anspruchsvollen Umfeld wird die M-Industrie ihre Leistungsfähigkeit konsequent weiter steigern und ihre Marktpositionen in den internationalen Schlüsselmärkten gezielt ausbauen.

Nettoumsätze 2015 der M-Industrie

Geschäftsfeld	Unternehmen	Nettoumsatz 2015 in Mio. CHF	Veränderung zum Vorjahr in %	Export & Auslandanteil in % des Umsatzes
Fleisch, Geflügel, Fisch	Micarna, Mérat, Favorit, Schär, Stauss, KM Seafood	1'531	+ 1.6%	0.6%
Milchprodukte & Käse	Elsa, Mifroma, Dörig, Bergsenn, Mifroma France	1'038	- 3.4%	11.4%
Brot, Back- & Teigwaren, Eiswaren	Jowa, Midor	1'015	- 0.5%	3.8%
Schokolade & Kaugummi, Kaffee, Reis	Frey, SweetWorks, Delica, TCS, Riseria	797	+ 7.6%	33.8%
Convenienceprodukte & Getränke	Bina, Aproz, Gastina	662	- 1.1%	6.3%
Near-Food	Mibelle Group (Mibelle, Mifa, Mibelle Ltd.), QBC	425	+ 2.2%	43.0%
Grosshandel	Saviva, Lüchinger+Schmid	761	+ 34.4%	-
Total (inkl. Diverse)		6'255	+ 4.0%	10.9%

Kurzportrait M-Industrie

Die M-Industrie gehört mit ihren 21 leistungsstarken Unternehmen in der Schweiz und 6 Produktionsbetrieben sowie diversen Handelsplattformen 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 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 13'000 Mitarbeitenden, darunter 526 Lernende in über 30 Berufen, ist sie eine bedeutende Arbeitgeberin in der Schweiz.

Zürich, 24. Februar 2016

Weitere Informationen:

Martina Bosshard, Mediensprecherin Migros-Genossenschafts-Bund, Tel. 044 277 20 67
martina.bosshard@mgb.ch
www.mindustrie.com, www.migros.com