

# Industrie & Grosshandel

Die M-Industrie konnte die Wachstumschancen in ihren Zielmärkten im In- und Ausland erfolgreich nutzen und erstmals die 6 Mrd.-Umsatzgrenze knacken. Der Umsatz stieg um 4.4% auf CHF 6.016 Mrd. (Vorjahr CHF 5.763 Mrd.). Das organische Wachstum betrug erfreuliche 3.1%.

## Finanzzahlen Industrie & Grosshandel

### Industrie & Grosshandel

Mio. CHF	2013	2014	Veränderung zum Vorjahr
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	5'763.5	6'015.9	4.4%
Andere betriebliche Erträge	45.2	55.9	23.7%
Eliminationen	-312.7	-331.0	5.9%
Total Ertrag	5'496.0	5'740.8	4.5%
Ergebnis vor Finanzerfolg, Ertragssteuern und Vorsorgeeffekt (EBIT)	122.3	137.2	12.2%
Segmentaktiven	2'235.9	2'368.3	5.9%
Investitionen in langfristiges Vermögen	163.5	181.7	11.1%
Mitarbeitende (Jahresdurchschnitt)	11'284	12'112	7.3%

Alle Kundengruppen haben zum erfreulichen Wachstum beigetragen. Die Umsätze mit der Migros-Gruppe konnten um 3.0% erhöht werden. Im Grossverbraucher-Geschäft wurde der Umsatz um 1.3% auf CHF 995 Mio. (Vorjahr CHF 983 Mio.) gesteigert. Das internationale Geschäft legte mit einem Wachstum von 22.0% auf CHF 626 Mio. (Vorjahr CHF 513 Mio.) kräftig zu. Mit der Übernahme der SweetWorks Inc. wurde die Marktstellung in Nordamerika im Bereich Schokolade / Kaugummi ausgebaut. In der Schweiz sind mit den Akquisitionen der Rudolf Schär AG im Fleischspezialitäten-Geschäft und des operativen Geschäfts der Schweizer Getränke AG, Obermeilen im Fruchtgrundstoffbereich die Sortimente abgerundet worden.

Ende 2014 beschäftigte die M-Industrie netto 766 Mitarbeitende mehr als im Vorjahr und damit total 12'169 Mitarbeitende. Ohne die Akquisitionen wurden 253 neue Arbeitsplätze geschaffen, davon 219 in der Schweiz. Ein spezieller Fokus lag auf der Förderung des Nachwuchses. Die Anzahl Ausbildungsplätze wurde weiter ausgebaut, aktuell bildet die M-Industrie 472 Lernende in über 30 verschiedenen Berufen aus. Dies sind 80 Lehrstellen mehr als noch vor drei Jahren.

Bei Micarna bietet die Ausbildungsplattform Mazubi den Lernenden neu eine besonders praxisnahe Vorbereitung aufs Berufsleben, indem diese eine eigene, virtuelle Firma führen.

472 Lernende

### Marktstellung im In- und Ausland weiter ausgebaut

Das Geschäft mit der Migros-Gruppe wurde weiter ausgebaut. Die vielfältigen und attraktiven Sortimente der M-Industrie haben wesentlich dazu beigetragen, dass die Migros im Detailhandel Marktanteile gewonnen hat. Die mehrjährig angelegte Marketing-Initiative "Von uns. Von hier." hat sich positiv auf das Umsatzwachstum von 1.7% mit der Migros ausgewirkt. Das Geschäft mit Denner, Migrolino und Le Shop konnte mit einem Wachstum von deutlich über 10% erfolgreich weiterentwickelt werden.

bildet M-Industrie in in über 30 Berufen aus.

Im Grossverbrauchermarkt ausserhalb der Migros-Gruppe konnten in einem sehr anspruchsvollen Umfeld die Umsätze auf CHF 995 Mio. (Vorjahr CHF 983 Mio.) gesteigert

werden. Mit diesem Wachstum ist die Performance deutlich besser als im generell rückläufigen Gastro-Markt Schweiz, und die Marktposition konnte damit weiter ausgebaut werden.

Das internationale Geschäft konnte um CHF 113 Mio. (+22.0%) auf CHF 626 Mio. (Vorjahr CHF 513 Mio.) ausgebaut werden. Dabei wuchs das Exportgeschäft um erfreuliche 15%. Das Kaffee-Kapsel-Geschäft entwickelte sich gut und war der Hauptwachstumstreiber. Eine positive Entwicklung zeigten auch die Bereiche Kosmetika, Wasch-/ Reinigungsmittel und Käse. Im Rahmen der internationalen Wachstumsstrategie wurde mit der Akquisition der SweetWorks Inc. die Präsenz auf dem nordamerikanischen Markt verstärkt.

## "Von uns. Von hier."

Die von der M-Industrie hergestellten Produkte von Marken wie Frey, Aproz, Total, Ice Tea, Candida, I am oder Bifidus sind einzigartig. Sie ermöglichen der Migros, sich wirkungsvoll zu differenzieren und besitzen teilweise Kultstatus. Das 2014 lancierte Marketing-Initiative "Von uns. Von hier." hat die Wahrnehmung der Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten bezüglich dieser Einzigartigkeit bereits geschärft und zu Marktanteilsgewinnen geführt.

## Investitionen in Werkplatz Schweiz und Nachhaltigkeit

Die M-Industrie hat im Berichtsjahr gut CHF 180 Mio. in den Werkplatz Schweiz investiert. Neben dem Ausbau von Produktionskapazitäten wurden spezifische Investitionen in Anlagen und Technologien getätigt, um die Ressourceneffizienz (CO<sub>2</sub>, Energie) zu erhöhen und Verpackungsmaterialien einzusparen.

Die Umsetzung der ehrgeizigen Nachhaltigkeitsstrategie wurde 2014 weiter vorangetrieben. Die Partnerschaft mit den nach TerraSuisse-Richtlinien produzierenden Landwirten, die der M-Industrie am Herzen liegen, wurde weiter verstärkt. Für einen Zeitraum von fünf Jahren wurden verbindliche Richtmengen und Preisprämien für Getreide und Tiere festgesetzt; dies gibt den Produzenten Sicherheit.

Zudem wird der Einsatz an Verpackungsmaterial systematisch reduziert oder durch umweltschonende Materialien ersetzt. So gelang es Aproz dank einem neuen Design bei Flaschen und Etiketten, durchschnittlich 10% weniger PET pro Flasche einzusetzen. Damit kann pro Jahr 71 Tonnen PET eingespart werden. Delica, die Produzentin der Café Royal Kaffee-Kapseln, verpackt neu ihre Kapseln in kleinere, FSC-zertifizierte Schachteln mit 60% weniger Verpackungsmaterial.

71 Tonnen PET spart Aproz  
dank neuem Design jährlich  
ein.

---