

## *Communiqué*

# **Volg: Gute Entwicklung aller Verkaufskanäle**

**Die auf Kleinflächen spezialisierte Detailhandelsgruppe Volg hat im vergangenen Jahr gut gearbeitet. Die 812 Verkaufsstellen konnten den Umsatz um 5,1 Prozent auf 1'149 Millionen Franken steigern. Dabei entwickelten sich alle Verkaufskanäle – Volg-Läden, Freie Detaillisten und Tankstellen-Shops – positiv. Auch der Start ins neue Jahr ist dem Dorfladen-Spezialisten mit einem Umsatzplus von 8 Prozent gelungen.**

„Die richtige Strategie, die im Alltag umsetzbaren Konzepte und vertiefte Partnerschaften haben dazu beigetragen, dass wir gesund gewachsen und effizienter geworden sind und unsere Kompetenz als Anbieter für den kleinflächigen Lebensmitteldetailhandel weiter verbessern konnten“, betonte Werner Beyer, Verwaltungsratspräsident der Volg Konsumwaren AG, an der Medienkonferenz. Ebenso freut ihn, dass die Kundenzahl in den Läden markant gewachsen ist: Das bequeme Einkaufen vor der Haustür oder auf dem Weg zur oder von der Arbeit werde offensichtlich von immer mehr Menschen geschätzt. Die vielerorts erweiterten Öffnungszeiten haben diesen Trend bestimmt unterstützt.

Obwohl die Zahl der Volg-Läden im vergangenen Jahr um 15 Einheiten auf 573 zurückgegangen ist, konnten sie den Umsatz um 2,6 Prozent auf 991 Millionen Franken steigern. Gemäss Ferdinand Hirsig, dem Vorsitzenden der Geschäftsleitung der Volg-Gruppe, haben die Volg-Läden dabei erstmals den durchschnittlichen Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche auf über zehntausend Franken steigern können. Der durchschnittliche Volg-Laden weist eine Verkaufsfläche von 169 Quadratmetern auf und erzielt einen Umsatz von 1,73 Millionen Franken.

Zur guten Entwicklung hat das im vergangenen Jahr optimierte Ladenkonzept beigetragen, das nun in bereits 433 Volg-Läden realisiert ist. Auch die „Familienpreis“-Linie, mit der den Kunden bei den wichtigsten Produkten eine günstige Alternative angeboten wird, hat die Attraktivität der kleinen Dorfläden gesteigert. Dennoch zeichnen sich alle Volg-Läden durch ihre Vielseitigkeit und eigene Individualität aus. So werden in allen Verkaufsstellen unter der Bezeichnung „Feins vom Dorf“ lokale

Spezialitäten aus der nächsten Umgebung angeboten. „Mit diesen ausgewählten Produkten, die jede Verkaufsstelle lokal beschafft, können wir die Nähe zu unseren Kunden noch besser spürbar machen“, sagte Hirsig.

Gut entwickelt hat sich die Partnerschaft mit der Post: Ende 2007 waren 28 Postagenturen in Volg-Läden integriert. Gerade in kleinen Gemeinden könne die Partnerschaft dazu beitragen, dass eine gute örtliche Infrastruktur aufrechterhalten bleibe.

### **218 Detaillisten mit „frisch-nah-günstig“-Konzept**

Weiter erstarkt ist der Verkaufskanal der Freien Detaillisten, die mit Lieferungen aus den Volg-Verteilzentralen einen Umsatz von 74 Millionen erzielten (Vorjahr 65 Mio.Fr.). Mit dem zusammen mit CC Angehrn im März 2007 gestarteten „frisch-nah-günstig“-Konzept habe man für Freie Detaillisten offensichtlich die richtige Mischung zwischen übergeordnetem, gemeinsamem Marketing und individueller Unabhängigkeit getroffen. Bis Ende 2007 haben sich insgesamt 218 Detaillisten für das „frisch-nah-günstig“-Konzept entschieden.

Mit einem Umsatz von 84 Millionen Franken (+ 34,8 Prozent) weisen auch die von der Volg Konsumwaren AG belieferten Tankstellen-Shops eine erfreuliche Entwicklung auf.

Unter den Erwartungen blieb der im letzten Mai im Tösstal und Zürcher Oberland lancierte Fahrende Dorfladen. Man habe, so Hirsig, bei diesem Pilotversuch zwei Dinge gelernt: Der Betrieb sei nicht kostendeckend, das Bedürfnis für diese Dienstleistung aber vorhanden, denn der Fahrende Dorfladen könne auf eine kleine, treue Stammkundschaft zählen. Dies hat Volg bewogen, den Fahrenden Dorfladen auch nach Mai 2008 zu betreiben.

Bewährt hat sich das Betriebskonzept des Lehrlingsladens in Uster, der von neun Lernenden betrieben und geführt wird und nach wie vor der Volg-Laden mit der grössten Publizität ist. Die im Herbst 2009 auslaufende Spezialbewilligung durch das Amt für Berufsbildung möchte Volg gerne verlängern.

### **Volg Konsumwaren AG mit 6,4 Prozent mehr Umsatz**

Der Umsatz der Grossistin und Marketing-Organisation Volg Konsumwaren AG stieg im letzten Jahr um 39 Millionen Franken auf 646 Millionen Franken. Damit dieses Mehrvolumen mit den bestehenden Infrastrukturen bewältigt werden konnte, waren verschiedene Massnahmen nötig: Das Verteilgebiet des Frischdienstes Landquart wurde erweitert, indem nun auch Verkaufsstellen des Gebietes Bodensee von Land-

quart aus mit Frischprodukten beliefert werden. Als zweite Getränkeplattform liefert Landquart nun zudem über die Hälfte aller Getränke aus. Damit konnte einerseits die Verteilzentrale Winterthur, andererseits auch die Getränkeplattform Herzogenbuchsee entlastet werden.

Auch unter dem Strich arbeitet die Volg Konsumwaren AG erfolgreich: Der Betriebsertrag konnte um 7,4 Millionen Franken auf 98,2 Millionen Franken gesteigert werden. Der Cashflow stieg um 20,1 Prozent auf 7,30 Millionen Franken (Vorjahr 6,08 Mio.Fr.) und der Jahresgewinn auf 3,18 Millionen Franken (Vorjahr 2,46 Mio.Fr., +29,2%).

Der gute Trend des 2007 hält in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres an. Die Umsätze der Volg-Läden liegen per Ende März rund 8 Prozent über dem Vorjahr, wobei Vergleiche aufgrund der diesjährigen frühen Ostern mit Vorsicht vorzunehmen sind. Zudem gilt es zu berücksichtigen, dass aufgrund der höheren Rohstoffpreise viele Produkte teurer geworden sind. Während in den letzten Jahren das Sortiment ständig eine Minusteuerung aufgewiesen hatte – letztes Jahr waren es 0,4 Prozent – ist es nun in den letzten drei Monaten um über zwei Prozent teurer geworden.

Volg ist auch sonst aktiv: So konnte dieser Tage im Zugerland die dritte NATURENA Erlebniswelt für die ganze Familie mit Erlebnishof, Sinnespfad und Naturhecke eröffnet werden. Und ab Juni will man in den Läden ein eigenes Kindermagazin mit dem Namen „Hey“ auflegen.

8. April 2008

---

**Kontaktadresse:**

Reinhard Wolfensberger, Kommunikation/PR  
Tel. 052 264 27 41, E-Mail: reinhard.wolfensberger@volg.ch