

Communiqué

Volg-Gruppe behauptet sich

Die auf Dorfläden und Kleinflächen spezialisierte Detailhandelsgruppe Volg hat im vergangenen Jahr bei stabilen Preisen und in einem hart umkämpften Marktumfeld den Umsatz halten können. Mit 1,467 Milliarden Franken (Vorjahr 1,471 Mia. Fr.) liegt der Umsatz praktisch auf Vorjahresniveau. Die Zahl der belieferten Verkaufsstellen reduzierte sich um 29 Läden auf 941 Verkaufsstellen (Vorjahr 970).

Die 585 Volg-Dorfläden (Vorjahr 578) als wichtigster Absatzkanal der Gruppe erreichten einen Umsatz von 1,12 Milliarden Franken (Vorjahr 1,105 Mia. Fr.), was einem Wachstum von 1,4 Prozent entspricht. Der durchschnittliche Umsatz eines Volg-Ladens betrug 1,9 Millionen Franken.

Im Bereich Tankstellenshops konnte die Gruppe erneut zulegen: Der Umsatz der 89 Shops erhöhte sich um 2,5 Prozent auf 250 Millionen Franken (Vorjahr 244 Mio. Fr.).

Die von der Volg Konsumwaren AG belieferten 267 Freien Detaillisten (Vorjahr 306) erzielten einen Umsatz von 97 Millionen Franken (Vorjahr 122 Mio. Fr.). Der Umsatzrückgang basiert auf dem Wegfall der Pam-/Proxi-Läden der Distribution Suisse SA, die sich aus dem Markt zurückgezogen hat. Bis zum Jahresende konnte die Umstellung der „visavis“- und „frisch-nah-günstig“-Verkaufsstellen auf das von der Volg Konsumwaren AG lancierte Partnerkonzept „Prima“ plangemäss abgeschlossen werden.

Ferdinand Hirsig, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Volg-Gruppe, zeigte sich zufrieden mit der Entwicklung: „Dank unserer konsequenten Nischenstrategie sowie der Fokussierung auf unsere Stärken wie Nähe, Frische und Swissness gelang es uns, im hart umkämpften Schweizer Lebensmitteldetailhandel auch 2016 ein solides Ergebnis zu erzielen.“

19. Januar 2017