

*frisch und fründlich
frais et sympa*



Winterthur, 25. Januar 2023

Medieninformation

Volg-Gruppe hält Umsatz auf hohem Niveau

Die Schweizer Detailhandelsgruppe Volg blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2022 zurück und knüpft an das gute Vorjahresergebnis an. Dazu beigetragen hat unter anderem die hohe Kundentreue: Die in den letzten durch die Pandemie geprägten Jahren neu gewonnenen Kundinnen und Kunden kauften auch 2022 regelmässig im Dorfladen ein und schätzen die Mehrwerte, die Volg als wichtiger Nahversorger bietet.

Mit einem Umsatz von 1,731 Milliarden Franken (Vorjahr 1,757 Mia. Fr.) hat die Volg-Gruppe das Resultat aus dem Vorjahr nahezu bestätigt und stabilisiert den Umsatz auf hohem Niveau. Der Rückgang von lediglich 1,5 Prozent gegenüber 2021 ist erneut ein bemerkenswertes Resultat – zieht man das noch nicht von der Pandemie geprägte Jahr 2019 als Vergleichswert heran, ergibt sich eine Umsatzsteigerung von 13,7 Prozent. Die auf Dorfläden und Kleinflächen spezialisierte Detailhandelsgruppe erzielte dieses Ergebnis mit 934 Verkaufsstellen (Vorjahr 927).

Positive Entwicklung aller Verkaufskanäle

Der wichtigste Absatzkanal der Volg-Gruppe sind die 596 Volg-Dorfläden (Vorjahr 586), die einen beachtlichen Umsatz von 1,301 Milliarden Franken erzielten (Vorjahr 1,328 Mia. Fr.). Weiterhin auf Wachstumskurs sind die Tankstellenshops: Der Umsatz der 115 belieferten TopShops an Agrola-Tankstellen (Vorjahr 111), stieg auf 360 Millionen Franken (Vorjahr 343 Mio. Fr.). Die von der Volg Konsumwaren AG belieferten 223 Freien Detaillisten (Vorjahr 230), die im Markt mehrheitlich unter dem Namen «Prima» auftreten, verzeichneten einen Umsatz von 70 Millionen Franken (Vorjahr 86 Mio. Fr.).

Investitionen in Fachkräfte und Infrastruktur

Über alle Verkaufskanäle hinweg investierte die Volg-Gruppe 2022 überdurchschnittlich in die kontinuierliche Modernisierung der Verkaufsstellen und eine noch leistungsfähigere Infrastruktur. Daneben markierte der laufende Ausbau nachhaltiger Energiequellen einen betrieblichen Schwerpunkt.

Prägend waren zudem die Fortschritte im Bereich der Digitalisierung, unter anderem bei der Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden im Verkauf: So werden die meisten Prozesse neu elektronisch abgewickelt und die Nachwuchsförderung erhält noch mehr Gewicht, unter anderem mit Projekt- und Führungswochen für Lernende. Mit diesen und weiteren Massnahmen will die Volg-Gruppe qualifizierte Fachkräfte für den Detailhandel begeistern und Talente fördern. Beim Sortiment wurde im Laufe des Berichtsjahres besonderes Augenmerk auf die Nachhaltigkeit gelegt. Das Angebot an Frischprodukten, die nach Richtlinien von IP Suisse angebaut werden, wurde erweitert und bei der Eigenmarkenlinie «Volg-Marke» verstärkt auf Bio gesetzt. Darüber hinaus ist die Verbundenheit zur Schweiz und ihren Produzenten für Volg weiterhin elementarer Bestandteil der Sortimentsstrategie.

Mit Mehrwerten stark auf dem Markt

«Das erneut gute Ergebnis bestätigt unseren Kurs und die strategische Ausrichtung als wichtiger Nahversorger auf dem Land und in Randregionen», sagt Philipp Zraggen, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Volg-Gruppe. Erfreulich ist, dass die Beliebtheit des Einkaufens im nahen Dorfladen anhält: Viele in den Vorjahren neu gewonnene Kundinnen und Kunden kauften auch 2022 regelmässig im Volg ein. «Das zeigt, dass sich Volg mit einem Gesamtpaket an wertvollen Mehrwerten und Dienstleistungen, die über das Einkaufen für den täglichen Bedarf hinausgehen, am Markt zu behaupten weiss», so Philipp Zraggen.

*Ansprechpartnerin für Medienfragen:
Volg Konsumwaren AG, Tamara Scheibli, Leiterin Kommunikation/Werbung,
Tel. 058 433 55 30, tamara.scheibli@volg.ch*