

Valora plant Frische-Kur für Avec-Läden

Der Kiosk-Konzern Valora hat im ersten Halbjahr den Gewinn gesteigert und die Voraussetzung für weitere Expansionsschritte geschaffen. Nachdem das Unternehmen mit seinen K-Kiosken vorwärts gemacht hat, soll jetzt mit Brezelkönig expandiert werden - und die Avec-Läden werden modernisiert.



In den letzten Jahren habe man vor allem an den Kiosken gearbeitet, sagte Konzernchef Michael Müller am Mittwoch im Rahmen einer Telefonkonferenz. Jetzt werde das Augenmerk auf eine Modernisierung der Avec-Läden gelegt.

2016 hat Valora in Ziegelbrücke einen Testladen mit einem neuen Konzept eröffnet. Das Ziel ist, dort ein neues Ladenlayout mit neuen Frischeangeboten zu testen. So wurde das Sortiment mit rund 300 Take-Away-Produkten ergänzt, beispielsweise mit Säften, Smoothies, Salaten oder heiße Paninis.

Im deutschen Gelsenkirchen wurde dieses Konzept bereits weiterentwickelt. Diese beiden Ladenkonzepte sind nun die Vorlage für die flächendeckende Modernisierung bestehender Avec-Läden und für die weitere Expansion, vor allem in Deutschland. Wann damit begonnen wird, diese Neuerungen breit einzuführen, liess Müller vor den Medien indes offen.

Mit Brezelkönig in neue Märkte

Ein weiterer Schwerpunkt, auch für weitergehende Expansion, ist Brezelkönig. Bis anhin positioniert sich Valora als Anbieterin von Take-Away Essen und Getränken vorwiegend im deutschsprachigen Europa. Mit Brezelkönig soll nun in Österreich und Frankreich weiter expandiert werden. Bis anhin bestanden dort insgesamt sieben Läden; diese Anzahl soll nun erhöht werden.

Darüber hinaus peilt Valora mit Brezelkönig weitere europäische Länder an. Welche das sein werden, sagte Müller jedoch nicht. In diesen neuen Märkten will der Konzern jedoch nicht mehr nur mit eigenen Läden wachsen, sondern vorab mit Franchising. Derzeit sei Valora daran, Franchise-Partner zu finden, so Müller.

Weichen gestellt für Wachstum

Für diese Initiativen hat Valora den Rücken frei, nachdem im letzten Februar die Naville-Liegenschaft in Genf verkauft worden ist und der Konzern seither auf das Kerngeschäft ausgerichtet ist. Zudem wurden beim deutschen Brezelbäcker Ditsch die Produktionskapazitäten erhöht.

Die Weichen für internationales Wachstum hat Valora auch in den USA gestellt mit der Übernahme von Pretzel Baron Ende Januar. Dort sieht Valora Wachstumsmöglichkeiten ebenfalls als Anbieterin für Laugengebäck.

Die Zahlen des ersten Halbjahres zeigen trotz eines leicht rückläufigen Umsatzes eine verbesserte Gewinnsituation als Grundlage für weitere Expansionsschritte. Der Umsatz lag bei knapp über einer Milliarde Franken, ein Minus von 3,2 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode. In lokalen Währungen liegt der Rückgang bei 2,6 Prozent.

Valora begründet den Rückgang mit dem Verkauf von Naville Distribution. Diese Umsätze waren in den Zahlen des Vorjahres noch enthalten. Ohne diesen Effekt wäre der Umsatz stabil geblieben und währungsbereinigt um 0,2 Prozent gestiegen.

Stolz zeigt sich das Unternehmen auf den Halbjahresgewinn. Das Betriebsergebnis auf Stufe EBIT stieg um 14 Prozent auf 34,7 Millionen Franken und der Reingewinn kletterte gar um 35,3 Prozent auf 24,1 Millionen Franken. Valora begründet diese Steigerung mit einer höheren Effizienz im Detailhandel in der Schweiz und in Österreich.

Erwartungen weitgehend erfüllt

Mit diesen Gewinnzahlen hat der Kioskkonzern die durchschnittlichen Erwartungen der Analysten, die sich gegenüber der Finanznachrichtenagentur AWP geäußert hatten, übertroffen; beim Umsatz blieb der Konzern leicht darunter. Erwartet worden war ein Umsatz von 1,01 Milliarden Franken, ein EBIT von 33,2 Millionen Franken und ein Reingewinn von 21,0 Millionen Franken.

Für das Gesamtjahr 2017 bestätigt Valora die Ziele, die bereits im Frühjahr kommuniziert wurden. Demnach wird ein Betriebsergebnis von 79 Millionen Franken angestrebt und der Bruttogewinn soll zwischen einem und drei Prozent zulegen.
(sda/pt)

Publiziert am Mittwoch, 26. Juli 2017