

## **VIVATIS Holding AG: Fortsetzung des Wachstums auf Ostmärkten**

Linz (OTS) - Das Jahr 2006 war für die VIVATIS Holding AG ein gutes Jahr. Der Umsatz konnte um 6 % auf 531 Mio. Euro gesteigert werden. Auch das Ergebnis weist ggü. 2005 ein deutlich 2-stelliges Wachstum auf. Der Nahrungs- und Genussmittelkonzern verzichtete 2006 bewusst auf deckungsbeitragsarme Umsätze und legte den Schwerpunkt vermehrt auf den wertschöpfenden Teil des Geschäfts.

### Going east

Mit verstärkten Aktivitäten in Osteuropa wird die VIVATIS im heurigen und nächsten Jahr die Position in diesen Märkten stärken bzw. aufbauen. Ziel ist es, in den CEE Ländern weiter zu wachsen. Mit einer in Gründung befindlichen Ost-Gesellschaft, an der sich die VIVATIS maßgeblich beteiligt, soll die Akquisition in den CEE-Ländern stärker vorangetrieben werden. Konkrete Projekte gibt es in Tschechien, Ungarn, der Slowakei, in Kroatien und Rumänien. Davon unberührt ist das weitere Akquisitionsinteresse in Österreich selbst.

### Hohe Preissteigerungen und volatile Rohstoffe

... kennzeichneten das Jahr 2006 und setzen sich auch 2007 fort (Energie, Verpackung, Transportlogistik, Rohstoffe sowie der gesamte Wareneinsatz). Beispielhaft dafür die Rohstoffsituation Palmöl, dessen Preis innerhalb weniger Monate um 30-40 % stieg - nicht zuletzt, weil Palmöl auch für die Produktion des boomenden Bio-Diesels ein zunehmend wichtiger Rohstoff wird.

### Positionierung als attraktiver Arbeitgeber

Die VIVATIS Gruppe hat sich in den letzten Jahren immer stärker als attraktiver Arbeitgeber in Österreich positioniert. Vor allem die Nachwuchspflege steht für den nahezu 1.700 Mitarbeiter starken Konzern im Vordergrund. Weitere Schwerpunkte 2006 waren die Neueinführung eines kompetenzorientierten Auswahlverfahrens, eine konzernweite Nachfolgeplanung sowie der Ausbau der VIVATIS Academy - einem Ausbildungsprogramm für Nachwuchsführungskräfte, das im jüngsten Jahrgang 2006 fünfzehn "High Potentials" zu hochkarätigen Führungskräften macht.

Verantwortung wird groß geschrieben

Im CSR-Ranking (Corporate Social Responsibility) 2006 belegte die VIVATIS Gruppe Platz 6 vor renommierten Unternehmen der Branche. Seit vielen Jahren ist die VIVATIS beispielsweise zuverlässiger und fairer Partner der heimischen Landwirtschaft - mehr als 100.000 Tonnen Rohware werden jährlich bezogen.

Auch die Förderung junger Künstler ist ein Thema für den Lebensmittelkonzern. 2006 veranstaltete man gemeinsam mit der Kunstuniversität Linz den VIVATIS Award "Freiräume", der jungen, talentierten KünstlerInnen Öffentlichkeit verleiht.

Trend zu Bio-Produkten spürbar

Das Bio-Segment im Lebensmittelbereich gewinnt weiter an Bedeutung. Daher widmen sich Konzerngesellschaften der VIVATIS vermehrt diesem Thema: Senna launcht eine Bio-Margarine, Loidl startete mit Bio-Würsten, Maresi brachte eine Bio-Kaffeemilch auf den Markt und Gourmet baut das gesamte Sortiment laufend in Richtung Bio aus. Mehr als 30 % des Gesamtassortiments bei Gourmet ist bereits 100 % Bio-Qualität.

Ausblick 2007

Der Konzern mit Hauptquartier in Linz wird die bestehende Wachstumsstrategie auch im Jahr 2007 fortsetzen. Geplant ist eine rund 6 %-ige Steigerung (ohne Akquisitionen). Rund 18 Mio. Euro wird die VIVATIS investieren, darunter in den weiteren Ausbau der Daily (5.500 zusätzliche Palettenplätze) und in Ersatz- und Rationalisierungsinvestitionen.

Die VIVATIS-Gruppe nimmt den Schwung des Jahres 2006 auch 2007 mit. So verzeichnete der Nahrungs- und Genussmittelkonzern im Jänner ein organisches Umsatzwachstum von knapp 10 %.

Zahlen und Fakten

~

|                         | 2002  | 2003  | 2004  | 2005  | 2006  |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Umsatz                  |       |       |       |       |       |
| (in Mio. Euro)          | 436   | 464   | 492   | 500   | 531   |
| Mitarbeiter (in Köpfen) | 1.465 | 1.519 | 1.521 | 1.532 | 1.691 |

Exportanteil (in Prozent)      9,7      11,5      15,0      17,5      20,0

~

#### Highlights Konzerngesellschaften 2006

Umsatz netto in Tausend Euro

Mitarbeiter in Köpfen

#### Maresi

|             | 2006   |
|-------------|--------|
| Umsatz      | 78.852 |
| Mitarbeiter | 156    |

##### - Innovationsschub

Maresi: Bio-Kaffeemilch (Marktführer ist Innovationsführer),  
Milchschaum (Convenience pur!)

Die leichte Muh: der Erste Leicht-Schlagobers (Spitzenqualität,  
länger frisch, wiederverschließbar im Becher)

Knabber Nossi: Huckepack, das innovative Konzept und die ideale  
Jause für zwischendurch

Himmeltau: Kindermilch (die beste Milch für das Kind), kleiner  
Becher (die ideale Zwischenmahlzeit für jung und alt)

##### - Einführung einer Weltneueinheit: Unistraw, der Trinkhalm mit Geschmack, der die Milch verzaubert

##### - Guter Auftakt für 2007: zusätzliche Listungen bei REWE gelungen

#### SENNA

|             | 2006   |
|-------------|--------|
| Umsatz      | 43.549 |
| Mitarbeiter | 139    |

##### - Geschäftsfeld Gastro/GV (Großverbraucher) wird massiv ausgebaut, Fokus auf Großhandelstreue

##### - Sortimentserweiterungen geplant, v.a. in Richtung attraktive Dienstleistungen (Logistik etc.)

##### - 7 % Umsatzplus im Inland ggü. 2005

#### Gourmet-Gruppe

|             | 2006   |
|-------------|--------|
| Umsatz      | 42.524 |
| Mitarbeiter | 542    |

##### - Marktführerschaft wird weiter ausgebaut: Gourmet bietet flexible

Systeme für jede Anforderung; stärkstes Wachstum im Geschäftsfeld Kindergärten & Schulen; Einstieg in das Segment Berufsverpflegung in Bayern Anfang 2007

- Einstieg in die neue Technologie Cook & Chill: Listung bei Aldi Süd in 6 Niederlassungen gelungen. Gourmet ist somit in allen drei Technologien "zu Hause" (Tiefkühl, Kühl, Steril)
- Gourmet Gruppe (Gourmet, GCS, GFG, GO) ist die MA-stärkste Gruppe des Konzerns
- Tochterunternehmen GCS betreibt bereits 76 Betriebsrestaurants, darunter zwei öffentliche Gastronomiebetriebe
- 6 % Umsatzplus ggü. 2005

#### LANDHOF

2006

|             |        |
|-------------|--------|
| Umsatz      | 53.906 |
| Mitarbeiter | 236    |

- Bereinigung der Kundenstruktur (Konzentration auf Key Accounts) und Abkehr von DB-schwachen Sonderproduktionen - daher leichter Umsatzrückgang zu verzeichnen (rd. 2 %)
- Sehr gute Entwicklung im Konservenbereich (Ausweitung des Sortiments, Neukunden)

#### Karnerta

2006

|             |        |
|-------------|--------|
| Umsatz      | 49.387 |
| Mitarbeiter | 198    |

- Der übernommene Fahrverkauf von der Fa. Krainer wurde erfolgreich in den Gastrovertrieb von Karnerta integriert (7-8 Mio. Euro Umsatzanteil)
- Übernahme des Abholmarktes und des Gastrozustelldienstes der Fleischerei Kofler in Villach am 1.12.2006
- Listungen als REWE-Eigenmarke in CZ und SK
- 27 % Absatzsteigerung bei Fleischconvenienceprodukten an die Gastronomie im Jahr 2006
- Karnerta wird damit innerhalb von 2 Jahren um mehr als 25 % auf über 55 Mio. Jahresumsatz wachsen
- 12 % Umsatzwachstum ggü. 2005, vor allem auf den wachsenden Convenience-Anteil zurückzuführen

#### Loidl

2006

|             |        |
|-------------|--------|
| Umsatz      | 20.887 |
| Mitarbeiter | 135    |

- Einstieg in den Bio-Bereich erfolgreich gelungen
- Problematik: Beschaffung der Rohstoffe aus biologischem Anbau, da die Nachfrage derzeit die Versorgung übersteigt
- Ausgezeichnet mit dem Produkt Champion 2006: Österreichs beste Kantwurst ist von Loidl
- IFS-Zertifizierung geschafft mit Higher Level

#### FWT

|             |        |
|-------------|--------|
|             | 2006   |
| Umsatz      | 18.822 |
| Mitarbeiter | 6      |

- Weiterhin erfolgreiche Entwicklung als einer der größten Exporteure von ungarischen Enten, Gänsen, Schweinflfleisch, Wild und Kaninchen
- Kerngeschäft Pute verzeichnet insbesondere in Österreich und Deutschland hohe Zuwächse
- Nach Budapest, Klagenfurt und München: Vertriebsbüro in Frankreich im Visier

#### Daily

|             |         |
|-------------|---------|
|             | 2006    |
| Umsatz      | 192.955 |
| Mitarbeiter | 120     |

- Zubau in vollem Gange, erfreuliches Wachstum der Stammkunden, neue Kapazitäten für steigende Tonnagen
- Schwerpunkt: Infrastrukturoptimierung lfd. angestrebte Verbesserung der Prozesse zur Effizienzsteigerung
- Herausforderungen:
  - Teuerungen im Energiebereich (Strom, Diesel) durch Prozessoptimierungen lindern.
  - Kundenzufriedenheit, Service stetig steigern, Teuerungen im Rahmen halten
- 6,6 % Umsatzplus ggü. 2005
- Umsatz: 2,3 % über Plan

#### TKVs

|        |        |
|--------|--------|
|        | 2006   |
| Umsatz | 21.772 |

Mitarbeiter 116

- Inbetriebnahme der Geflügelmehlanlage im Herbst 06
- Damit wichtiger Vorlieferant für die Pet-Food-Industrie

Eximo

2006

Rohgewinn 8.416  
Mitarbeiter 18

- Weiterentwicklung der Repräsentanz im Baltikum
- Ausbau der Aktivitäten in Polen (Gründung einer Repräsentanz in  
Prüfung)

Rückfragehinweis:

Andrea Zajicek  
VIVATIS Holding AG  
PR/Konzernkommunikation  
Tel.: 0732 / 77 19 33 - 27  
Mobil: 0664 / 224 1945  
mailto:a.zajicek@vivatis.at

bzw. Hotline Tel.: 0732 / 77 19 33 - 11

Mag. Friedrich Seher

2. März 2007 8:00 - 10:00 Uhr

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0314 2007-03-01/19:00

011900 Mär 07

Link zur Aussendung:

[http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20070301\\_OTS0314](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20070301_OTS0314)