



Medienmitteilung

Dotzigen, 26. Januar 2016

LANDI wächst in schwierigem Marktumfeld

Die verlässliche Dauertiefpreis-Strategie der LANDI zahlt sich aus: LANDI verzeichnet für das Jahr 2015 ein Wachstum von 0.6 % und steigert dadurch ihren Marktanteil im Non-Food-Markt um rund 5 %.

Die LANDI Läden haben im Jahr 2015 einen Nettoumsatz von CHF 1.301 Milliarden erzielt. Dies entspricht einem Wachstum von 0.6 % gegenüber dem Vorjahr. Gleichzeitig stieg die Menge verkaufter Waren um 3.5 %. Diese Entwicklung widerspiegelt die realisierten Preissenkungen auf einem Drittel des Sortiments aufgrund der Aufhebung des Euro-Mindestkurses im Januar 2015 durch die Schweizerische Nationalbank.

Die Kundenfrequenz in den LANDI Läden stieg im vergangenen Jahr um 1.9 %. Es wurden acht neue Standorte eröffnet, im Gegenzug konnten diverse kleine Standorte geschlossen werden. Insgesamt sank die Anzahl Standorte von 280 auf 276 LANDI Läden. Dabei wurde die Verkaufsfläche um rund 12'500 m² ausgebaut.

Ernst Hunkeler, CEO der LANDI Schweiz, ist mit dem vergangenen Geschäftsjahr zufrieden. «Wir konnten im rückläufigen Non-Food-Markt rund 5 % Marktanteile gewinnen, auch dank den zahlreichen Neukunden, die wir in den LANDI Läden begrüßen durften.» Die positive Entwicklung bestärke LANDI Schweiz in ihrer Dauertiefpreis-Strategie. «Einen grossen Anteil am Erfolg schreiben wir dem Vertrauen unserer Kunden in unsere Produkte und Preise zu: wir sind verlässlich und berechenbar», sagt Hunkeler.

Die wichtigste Neueinführung im Sortiment der LANDI waren die Elektrofahrzeuge für Senioren. Dazu hat die Lancierung der Outdoor-Eigenmarke «Weissenstein» die Erwartungen klar übertroffen. Ein weiterer wichtiger Schritt war der Relaunch der Website landi.ch und der LANDI Wetter App per Ende 2015.

Medienkontakt

LANDI Schweiz AG

Medienstelle

E-Mail: medienstelle@landischweiz.ch

Telefon 032 352 01 11

Medienmitteilung

Dotzigen, 26. Januar 2016

Neueröffnung LANDI Lonay

