

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/54941/1576663/wirtschaftlich-erfolgreich-mit-innovativen-produkten-iglo-legt-positive-jahresbilanz-2009-vor-mit> abgerufen werden.



Wirtschaftlich erfolgreich mit innovativen Produkten - iglo legt positive Jahresbilanz 2009 vor (mit Bild)

12.03.2010 - 09:30 Uhr, iglo

Hamburg (ots) - Mit einem Umsatzplus von 0,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr setzt iglo seinen Erfolgskurs 2009 trotz schwieriger Marktbedingungen weiter fort: Der Umsatz im Markengeschäft liegt nunmehr bei 460,9 Mio. Euro [1]. "iglo konnte auch 2009 seine Marktführerschaft im Bereich Tiefkühlkost bestätigen. Innovative Produkte und hohe Qualitätsstandards in der Markenführung haben dies möglich gemacht", kommentiert Martina Sandrock, Geschäftsführerin der iglo Deutschland GmbH, das positive Ergebnis. Qualität kommt an: Bei der Stiftung Warentest schnitt iglo mit seinem Apfel-Rotkohl unter allen Produkten am besten ab [2]. Mütter und Kinder vergaben Bestnoten für den iglo- Rahm-Spinat in einer repräsentativen Verwenderbefragung [3]. Um das beliebte Familiengemüse noch bekannter zu machen, wirbt Verona Pooth 2010 erneut dafür. "Damit knüpfen wir an frühere Werbeerfolge an", so Martina Sandrock. "2010 beabsichtigt iglo seine Marktführerschaft erneut deutlich auszubauen und wird dafür auch medial überdurchschnittlich präsent sein."

Fisch und Gemüse: iglo bleibt Marktführer in den TK-Segmenten

Mit Marktanteilen von 19,4 Prozent [1] bei TK-Fisch und 33,6 Prozent [1] bei TK-Gemüse konnte iglo 2009 seine Marktführerschaft in diesen Segmenten behaupten. Zu den Wachstumstreibern gehörte iglo Seafood: Hier lag das Umsatzwachstum im vergangenen Jahr bei 37,2 Prozent [1]. Neben den neuen Lachs-Filetstäbchen erfreuten sich insbesondere die Gourmetgarnelen wachsender Beliebtheit bei Verbrauchern: Sie gehören zu den zehn erfolgreichsten iglo Produkten des Jahres 2009. Nachdem iglo 2009 den 50. Geburtstag seines Klassikers - der Fischstäbchen - feierte, gibt es 2010 ein weiteres Jubiläum im Fisch-Segment: Vor nunmehr 40 Jahren kam das iglo Schlemmer-Filet in den Handel. Dieser Klassiker wird 2010 durch die neue "Creation des Jahres Sylter Art" sowie um weitere spannende Sorten ergänzt und sorgt so für ein konstantes Umsatzplus.

Auch im Bereich TK-Gemüse setzte sich iglo im vergangenen Jahr konsequent gegenüber Wettbewerbern durch: Nach ihrem erfolgreichen Launch 2008 wurde die Vivactiv Range um einige Produkte erweitert: So sind nun auch Gartenerbsen, Erbsen und Karotten jeweils im 600g Beutel im Handel erhältlich. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz der Vivactiv Range 2009 um 36,5 Prozent auf 7,6 Mio. Euro [1]. Daran zeigt sich: Mit seinen gesunden, frischen und vitaminreichen Lebensmitteln liegt iglo voll im Trend und bei Verbrauchern ganz weit vorn.

Unternehmenswachstum mit neuer Produktrange

2010 will iglo an seine Produkterfolge anknüpfen und die Marktführerschaft im TK-Bereich weiter ausbauen: "Das absolute iglo Highlight dieses Jahres ist die Einführung eines ganz neuen Geflügelsortiments. Es besteht aus neun innovativen und außerordentlich schmackhaften Produkten - wie Chicken Nuggets, Crispy Chicken und Country Chicken. Alle Produkte sind schnell und fettarm im Backofen zuzubereiten, ohne Pfanne, ohne Auftauen - ganz einfach. Damit erschließen wir uns ein völlig neues Marktsegment", erläutert iglo Geschäftsführerin Martina Sandrock das unternehmerische Vorgehen und fügt hinzu: "Neben Gemüse und Fisch soll die Geflügelrange zur dritten Hauptsortimentssäule von iglo avancieren und maßgeblich zum Umsatzwachstum beitragen."

iglo Management neu aufgestellt

Das Jahr 2009 war bei iglo zudem geprägt von personellen Veränderungen im Management. So wurde René Flaschker zum 1. März neuer Verkaufsdirektor. Nach dem Ausscheiden des bisherigen iglo Geschäftsführers Roland Tobias übernahm Flaschker im Juni interimweise auch dessen Aufgaben. Seit 1. November 2009 verantwortet nun Martina Sandrock das iglo Geschäft in Deutschland. Am 1. Januar 2010 trat Dieter Hartmann seine Arbeit als neuer Marketing-Direktor an und komplettierte damit das iglo Management.

[1] AC Nielsen / Handelspanel, LEH+DM, 2009 vs. 2008.

[2] Stiftung Warentest, Heft 12/ 2009.

[3] PRM Partner Research, Hamburg, 2010. Text und Bildmaterial sind zum Download auf www.iglo-presse.de bereitgestellt. Abdruck honorarfrei bei Quellenangabe "iglo". Um ein Belegexemplar wird gebeten.

iglo ist davon überzeugt, dass der beste Weg zu gut schmeckenden Nahrungsmitteln der natürliche ist und verwendet in seinen Produkten ausschließlich Zutaten, die in jedem Haushalt zu finden sind. Die Produkte der iglo GmbH entsprechen höchsten Qualitäts-Standards, werden ernte- bzw. fangfrisch tiefgefroren und geben den Verbrauchern Alltagsinspirationen für eine abwechslungsreiche und ausgewogene Ernährung. Zu den erfolgreichsten Produkten zählen iglo Fischstäbchen, die seit 1959 produziert werden, und iglo Rahm-Spinat, der erstmals 1961 vom Band lief.

Die Marke iglo steht für den verantwortungsvollen Umgang mit Mensch und Natur, für Transparenz und Offenheit. Das Unternehmen fördert bestandserhaltende Fischerei und nachhaltige Landwirtschaft. iglo ist seit 1959 im deutschen Tiefkühlsegment tätig und Marken-Marktführer in den Bereichen Gemüse und Fisch. Sitz der Gesellschaft ist Hamburg, Produktionsstandorte in Deutschland sind Reken im Münsterland und Bremerhaven.

Pressekontakt:

iglo GmbH
Nina Heinsohn
Osterbekstraße 90c
22083 Hamburg
Tel.: 040/18 02 49-201
Fax: 040/355 470 70-201
nina.heinsohn@iglo.com

Originaltext:

iglo

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/54941/iglo>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_54941.rss2