



Medienmitteilung

Geschäftsgang 2019 – Ausblick 2020

Schweizer Kaffeevollautomaten-Spezialist blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück und setzt auf Digitalisierung

JURA mit Wachstum, Federer und Digitalisierungsschub

Niederbuchsiten, 11. März 2020 – Das Wachstum der JURA Elektroapparate AG mit Hauptsitz im solothurnischen Niederbuchsiten hielt auch im vergangenen Geschäftsjahr an. Mit 542,4 Mio. CHF konnte ein Umsatzplus von 5,1 % realisiert werden. 398'000 Kaffeespezialitäten-Vollautomaten verkaufte JURA 2019. Das entspricht einer Steigerung von 18'000 Einheiten gegenüber Vorjahr. «Als treibende Kräfte erwiesen sich unsere Modelle ENA 8, E8, S8 sowie die X8», erklärte CEO Emanuel Probst anlässlich der heutigen Medieninformation. Ein besonderes Momentum herrschte in den Märkten Polen, Frankreich, Belgien und Kanada. Glücklich zeigt sich JURA auch über die Vertragsverlängerung mit Markenbotschafter Roger Federer um weitere fünf Jahre. «Für 2020 setzen wir uns 420'000 verkaufte Vollautomaten zum Ziel», so Probst. «Die aktuelle Situation nutzen wir, um unseren Innovations- und Digitalisierungsprozess mit noch mehr Schub konsequent voranzutreiben.»

Geschäftsentwicklung		
	2019*	2018
Umsatz		
Umsatz JURA Gruppe in Mio. CHF	542,4	515,9
Umsatzanteil Europa	80.5 %	80,5 %
Umsatzanteil Rest of World	19.5 %	19,5 %
Absatz		
Anzahl Vollautomaten	398'000	380'000
Personal		
100%-Stellen Gruppe	788	771
100%-Stellen Schweiz (inkl. 24 Lernende)	275	281
Anteil	34,9 %	36,5 %
100%-Stellen International	513	490
Anteil	65,1 %	63,5 %

*) provisorische Zahlen

Erstmals begrüßte JURA-Chef Emanuel Probst die interessierten Medienschaffenden nicht am Stammsitz in Niederbuchsiten, sondern lud zur digitalen Medieninformation via Live-Stream. «Damit wollen wir ein Zeichen setzen und unsere Antwort auf die aktuelle Situation anhand eines praktischen Beispiels geben.»

Fünf Prozent mehr Umsatz

Die Produktstrategie von JURA ging auch im vergangenen Jahr auf. Das Absatzwachstum bei Vollautomaten verteilte sich auf die gesamte Palette. Besonders hob Probst die ENA 8 hervor. Sie ging beim Vollautomaten-Test des bedeutendsten europäischen Prüfinstituts als Testsiegerin hervor. Somit belegte bereits zum vierten Mal in Folge ein Vollautomat von JURA den prestigeträchtigen Spitzenrang. Zusätzliche Wachstumsträger sind die E8, das erfolgreichste Modell in der Firmengeschichte, die S8 aus dem Premiumsegment sowie die X8 aus dem Professionalbereich. Mit 398'000 verkauften Einheiten gingen weltweit 18'000 Vollautomaten mehr als im Vorjahr über den Ladentisch. Das entspricht einem Plus von 4,7 %. Der Umsatz stieg konsolidiert um 5,1 % auf 542,4 Mio. CHF. Besonders stark konnten Polen (+ 31,8 %), Frankreich (+ 27,9 %), Belgien (+ 26,1 %) und Kanada (+ 24,0 %) zulegen. Als Meilenstein bezeichnet der Firmenchef die Gründung von JURA Südafrika, der ersten Vertriebsgesellschaft auf dem afrikanischen Kontinent. Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist für JURA die Digitalisierung. «Mit JURA LIVE haben wir kompetente, persönliche Beratung nicht nur ins Internet gebracht, sondern mittlerweile zusätzlich an 320 Premium-Verkaufspunkte weltweit», so Emanuel Probst. Die Digitalisierung schreitet auch bei den Produkten schnell voran. «Die JURA Operating Experience (J.O.E.®) brachte vor zwei Jahren die Bedienung unserer Vollautomaten aufs Smartphone. Mittlerweile ist sogar eine Steuerung über Siri und die Apple Watch möglich.»

Hundert Prozent mehr Roger Federer

Bereits seit 2006 arbeitet JURA mit Markenbotschafter Roger Federer zusammen. In einer feierlichen Zeremonie wurde der Vertrag am 19. Oktober 2019 um weitere fünf Jahre verlängert. Bei diesem Mitarbeiter- und Medienanlass in Niederbuchsiten enthüllte der charismatische Tennischampion auch seinen ersten offiziellen «Zwilling»; eine lebensgroße, dreidimensionale Figur, die seither im weltweit ersten und einzigen Roger Federer Walk of Fame in der JURAWorld of Coffee bewundert werden kann. Für viele Fans ein Grund für einen Abstecher nach Niederbuchsiten, winkt doch ein unvergessliches Erinnerungsfoto mit dem Maestro. Vorgestellt und im Saisongeschäft eingesetzt wurde auch die neue Kampagne mit Roger Federer in der Hauptrolle. «Frisch gemahlen, nicht gekapselt» lautet auch weiter die Kernbotschaft. (Zur Kampagne: <https://ch.jura.com/de/ueber-jura/roger-federer/kampagne>)

Schneller und besser mit dem JURA Campus

Ende Oktober erfolgte der Spatenstich für den JURA Campus, ein Hightech-Innovations- und Qualitätszentrum. «Mit dem JURA Campus schaffen wir heute die Voraussetzungen, um im Markt von morgen erfolgreich zu sein», ist Emanuel Probst überzeugt. Tatsächlich ermöglicht die Vervielfachung der Labor- und Innovationskapazität kürzere Entwicklungszyklen bei gleichzeitiger Steigerung der Qualität. Die Eröffnung ist für Ende 2021 geplant.

«Manchmal kommt die Zukunft schneller als man denkt.»

Mit diesen Worten leitete Emanuel Probst seine Analyse der aktuellen Situation ein. Innovative Technologien sieht JURA als den Schlüssel zum Meistern der aktuellen und kommenden Herausforderungen. «Die Corona-Krise wird die bereits eingeleiteten Digitalisierungsprozesse zusätzlich vorantreiben», ist Probst überzeugt. Als konkretes Beispiel nennt er JURA LIVE. Dank dieses etablierten Tools können nicht nur interessierte Konsumenten direkt beraten, sondern auch Fachhandelspartner von Niederbuchsiten aus betreut werden. Quasi als Feuerprobe gilt die FEA MESSE, die von den Veranstaltern abgesagt werden musste, von JURA jedoch aktuell online durchgeführt wird. «Die Ansprechpartner stehen unseren Fachhändlern live im Studio zur Verfügung und stellen die Neuheiten vor. Die Öffnungszeiten haben wir an die abgesagte Messe angelehnt. So konnte der digitale JURA-Stand pünktlich am Sonntagmorgen über JURA LIVE besucht werden», führte Probst aus. Das Echo seitens des Handels sei durchweg positiv. So positiv, dass man auch die verschobene Hamburger Gastro-Messe Internorga über JURA LIVE durchführen werde. Generell arbeitet man bei JURA mit Hochdruck an der Vorwärtsintegration. «Im Web sind wir 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche für unsere Kundschaft präsent. Mit JURA LIVE bringen wir unsere Kompetenz durch individuelle, persönliche Beratung ins Internet sowie an den Verkaufspunkt. Und an den physischen *touch points* wie Showroom, Premium POS oder Service-Centers überzeugen wir durch Qualität, die mit allen Sinnen erlebt werden kann.»

Ziele 2020

Das aktuelle Geschäftsjahr birgt einige Ungewissheiten. Eine exakte Prognose abzugeben, wie sich die Corona-Krise sowie die Wechselkurse langfristig auswirken werden, wäre im wahrsten Sinne des Wortes Kaffeesatzlesen. Dennoch geht JURA von einem weiteren Wachstum aus. Als Ziel sind 420'000 Kaffeespezialitäten-Vollautomaten anvisiert. «Das Jahr hat positiv gestartet», verrät der JURA-Chef. Wir sind produkttechnisch stark aufgestellt und haben eine gefüllte Produkte-Pipeline. «Zusätzlich treiben wir die Digitalisierung bei JURA rasch voran.» Bis in einem Jahr sollen 500 Verkaufspunkte rund um den Globus über eine Anbindung zu JURA LIVE verfügen.

Die 1931 gegründete Schweizer JURA Elektroapparate AG mit Hauptsitz in Niederbuchsiten ist Innovationsleader bei Kaffeespezialitäten-Vollautomaten. Ihre Produkte stehen für das perfekte Kaffeeresultat aus frischen Bohnen, auf Knopfdruck stets frisch gemahlen, frisch extrahiert. Das Sortiment umfasst sowohl Vollautomaten für den Haushalt als auch professionelle Geräte für den Office- und Foodservice-Bereich. Die Traditionsmarke ist in den vergangenen Jahren zum Global Player erstarkt und weltweit in rund 50 Ländern tätig.

Weitere Informationen

JURA Elektroapparate AG
Medienstelle
Kaffeeweltstrasse 10
CH-4626 Niederbuchsiten

Tel: 062/389 83 40
Fax: 062/389 83 35
Mail: mediainfo@jura.com
Web: www.jura.com/mediainfo
www.jura.com

