

Aryzta

Der Meisterbäcker ist krisenresistent

Aryzta hat seit der letzten Rezession dazugelernt. Der Backwaren-Lieferant konnte sich durch Zukäufe neue Märkte erschliessen - dank McDonald's bis in die Schwellenländer. Mittlerweile ist Aryzta bestens aufgestellt.



Mit Hiestand-Gipfeli hat der Weg zum Gipfel angefangen. Heute versorgt Aryzta die halbe Welt mit allerlei Backwaren (Bild: PD).

Allein die Angst vor einer Rezession verdirbt manch einem den Appetit. Sparen ist angesagt. Der Gürtel wird enger geschnallt. Genau davon wird der schweizerisch-irische Backwarenhersteller Aryzta profitieren, ist WMR-Analyst Stefan R. Meyer überzeugt. Denn aus dem ehemaligen Schweizer Gipfeli-Beck Hiestand ist längst ein globaler Player geworden, der auch Muffins, Bagels und Donuts herstellt und neben Coop und Carrefour auch grosse Ketten wie Starbucks und McDonald's beliefert .

Es ist diese neue Ausrichtung, die Aryzta in einer allfälligen Rezession vor einem Umsatzeinbruch schützt. Möglich gemacht haben die breitere

Aufstellung Akquisitionen im vergangenen Jahr. Aryzta hat unter anderen zwei grosse Zulieferer von Starbucks und McDonald's übernommen. «Das sorgt in der Krise für mehr Stabilität», sagt der Analyst. Traditionell war Aryzta früher eher im Premium-Segment tätig. Das hat sich nun gerade rechtzeitig geändert. Billiges Essen, wie es McDonald's anbietet, ist in wirtschaftlich schlechten Zeiten gefragt. Auch wenn die Umsätze nicht gross zunehmen, so sind sie wenigstens stabil. Krisenresistente Absatzkanäle machen mittlerweile über 30 Prozent des Gesamtumsatzes des Unternehmens aus.

Indirektes Standbein in Schwellenländern

Was Meyer zudem positiv stimmt: Über Grossabnehmer wie McDonald's hat sich Aryzta Zugang zu den schnell wachsenden Märkten in Asien und Brasilien verschafft. «Das Unternehmen hat nicht nur die Produktpalette erweitert, sondern ist auch regional gewachsen.»

Einziges Problem, das Aryzta im Auge behalten muss: Die Auslastung – vor allem in Nordamerika – lässt noch zu wünschen übrig. Das hängt einerseits mit den kürzlich erfolgten Übernahmen zusammen. Möglicherweise muss das Unternehmen einzelne Werke stilllegen, um die Kosten im Griff zu behalten. Andererseits ist die Hoffnung auf grössere Volumen in den USA angesichts der miesen Konjunkturlage verfliegen. Das Wachstum wird noch etwas auf sich warten lassen. Umso wichtiger ist ein effektives Kostenmanagement.