



PRESSEMITTEILUNG

Alticor verzeichnet zum siebten Mal in Folge Wachstum und steigert weltweiten Umsatz auf 11,3 Milliarden US-Dollar

Kestenholz, 07.02.2013 – Alticor, der Mutterkonzern des Direktvertriebsunternehmens Amway, hat das vergangene Geschäftsjahr am 31. Dezember 2012 mit einem weltweiten Rekordumsatz von 11,3 Milliarden US-Dollar beendet. Das entspricht einem Umsatzwachstum von 400 Millionen US-Dollar zum Vorjahr. Damit steigerte das Familienunternehmen mit über 10'000 Vertriebspartnern in der Schweiz seinen weltweiten Umsatz im siebten Jahr in Folge.

Seit 20 Jahren konnte Amway im vergangenen Geschäftsjahr erstmals in allen seinen Top-10 Märkten (China, Indien, Japan, Korea, Malaysia, Russland, Taiwan, Thailand, Ukraine und den USA) steigende Verkaufszahlen verbuchen. In Kolumbien, Hongkong, Italien, Mexiko, Russland, Türkei und Venezuela erzielte das Direktvertriebsunternehmen sogar ein zweistelliges Wachstum. „In den vergangenen sechs Jahren haben wir unseren Umsatz nahezu verdoppelt“, sagt Steve Van Andel, Verwaltungsrat von Amway. „Wir werden in Zukunft verstärkt in unsere Lieferketten, die Produktion und wissenschaftliche Forschung investieren, um so noch schneller auf Nachfragen des Marktes reagieren zu können. Dadurch sollen unsere Vertriebspartner noch besser auf die Wünsche ihrer Kunden eingehen können.“

Wachstumsschub im Bereich Nahrungsergänzung und Vitamine

Nachhaltige Investitionen in das Markenportfolio haben dazu beigetragen, Rekordumsätze in den Bereichen Ernährung, Kosmetik und Haushalt zu erzielen. NUTRILITE bleibt weltweit die führende Marke im Bereich Vitamine und Nahrungsergänzungsmittel und trug mit 46 Prozent zum Gesamtumsatz von Amway bei. Das Kosmetiksegment verzeichnete 26 Prozent des Amway Jahresumsatz. Der Bereich der Haushaltspflegeprodukte steuerte 22 Prozent zum Gesamtergebnis bei.

Investitionen in neue Produktionsstätten sowie in Forschung und Entwicklung gehören in den nächsten Jahren zu den Kernaufgaben von Amway. Mit einer Gesamtinvestitionssumme von über 335 Millionen US-Dollar liegt der Fokus auf Indien, China, Vietnam und den USA: Seit 2012 werden in Washington State, Kalifornien und Michigan vier neue NUTRILITE Produktionsstätten errichtet. Weitere Forschungseinrichtungen und Produktionsanlagen sind bis 2016 in Tamil Nadu (Indien), Guangzhou und Wuxi (beide China) geplant. Zudem soll eine zweite Produktionsstätte in Vietnam geschaffen werden.

Zehn Jahre Amway ONE by ONE Kampagne für Kinder

Die Unterstützung von benachteiligten Kindern beim Start ins Leben ist seit der Unternehmensgründung 1959 fester Bestandteil der Amway Unternehmensphilosophie. 2003 bündelte das Direktvertriebsunternehmen sein weltweites Engagement unter dem Dach der Amway ONE by ONE Kampagne für Kinder. Das Unternehmen, seine Mitarbeiter und die selbständigen Amway Vertriebspartner spendeten in den vergangenen zehn Jahren mehr als 190 Millionen US-Dollar und leisteten 2,7 Millionen ehrenamtlicher Arbeitsstunden: „Unsere Vertriebspartner und Mitarbeiter haben damit Ausserordentliches geleistet und so weltweit dazu beigetragen, das Leben von rund 10 Millionen Kindern positiv zu beeinflussen“, erklärt Doug DeVos, Präsident der Amway Corporation.

Amway Schweiz:

Amway Schweiz ist seit 30 Jahren erfolgreich im Markt und eines der grössten Unternehmen im Direktvertrieb. Das Unternehmen hat rund 10'000 Direktvertriebspartner und bietet eine breite Palette von 500 Produkten in den Bereichen Schönheit, Wasch- und Reinigungsmittel, Haushalt sowie Nahrungsergänzungsmittel an. Der Mutterkonzern von Amway, Alticor, hat seinen Hauptsitz in Ada, Michigan / USA. Amway ist in Familienbesitz und hat Niederlassungen in mehr als 80 Ländern. Die Produktpalette umfasst namhafte Produktmarken wie NUTRILITE™, ARTISTRY™, beautycycle™ und L.O.C.™.

Weitere Auskünfte:

*Amway Schweiz
Gudrun-Johanna Korec-Neszmerak
Tel: 062 389 51 10
E: gudrun-johanna.korec@amway.com*