

COFRESCO

Cofresco ist Europas führender Hersteller von Markenprodukten im Bereich Haushaltsfolien für zu Hause und in der professionellen Küche. Mit seinen Marken ist der traditionsreiche Unternehmensbereich in fast allen europäischen Ländern präsent. Zum Leistungsspektrum von Cofresco gehören Produkte für das Frischhalten, Zubereiten und Einfrieren von Lebensmitteln, für das Verstauen in Haus und Garten sowie für das Entsorgen von Abfällen.



KENNZAHLEN

Umsatz in Tsd. €

2023		284.568
2022		307.310

Mitarbeitende in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)

2023		1.026
2022		1.041

284.568
307.310

1.026
1.041

HAUPTSTANDORT Minden, Deutschland

GESCHÄFTSFÜHRER Oliver Strelczi

WEBSITES www.cofresco.de / www.albal.fr / www.albal.net / www.handybag.fr / www.swirl.de / www.bacofoil.co.uk / www.wrapmaster.global

MARKEN



* nur in Frankreich

UNSERE POSITIONIERUNG

Die Marken von Cofresco stehen in ganz Europa für Qualität und Vertrauen – mehr als 70 Millionen Haushalte nutzen die Vorteile der Produkte. In 16 europäischen Ländern besetzt Cofresco mit den Marken Toppits®, Albal®, BacoFoil®, handy bag® und Swirl® die Marktführerschaft. Auch im Gastronomiebereich nimmt der Unternehmensbereich mit den Marken Wrapmaster® und Caterwrap® einen Spitzenplatz ein. Cofresco setzt auf eigene Forschung und will ein nachhaltiges, zirkuläres Produktportfolio aufzubauen.

UNSERE STRATEGIE

Ziel der Unternehmensstrategie von Cofresco ist es, in den kommenden Jahren insbesondere in den Kernmärkten zu wachsen und die bestehenden Marktanteile kontinuierlich auszubauen. Hierzu soll auch die Nachhaltigkeitsstrategie „Honest 100“ beitragen, die darauf abzielt, das ökologisch nachhaltige Produktsortiment systematisch auszubauen. Der dabei verfolgte Anspruch ist es, die hohe Qualität der Produkte nicht nur zu bewahren, sondern weiter zu steigern.

MARKT- UND GESCHÄFTSENTWICKLUNGEN 2023

Aufgrund der globalen wirtschaftlichen Entwicklungen und der damit für Konsumenten entstandenen Unsicherheiten verringerte sich im vergangenen Geschäftsjahr die Nachfrage nach den von Cofresco angebotenen Produkten für private Haushalte. Da die Materialkosten sich weiterhin auf hohem Niveau bewegten, konnten sich die Absatzmengen nicht wie erhofft erholen. Das Foodservice-Geschäft erholte sich dagegen im vergangenen Geschäftsjahr weiterhin von den Jahren der Pandemie.

AUSBlick 2024

Auch im laufenden Geschäftsjahr rechnet Cofresco mit zahlreichen Herausforderungen. Ziel ist es dennoch, die Marken weiter zu stärken und Marktanteile auszubauen. Erreicht werden soll dies mit innovativen Produkten und einer erweiterten digitalen Markenkommunikation. Im Zuge der Nachhaltigkeitsstrategie „Honest 100“ soll außerdem der Recyclinganteil zahlreicher Produkte weiter erhöht werden. Zu den wichtigsten Zielen des laufenden Geschäftsjahrs zählt außerdem, in einem Umfeld volatiler Materialpreisentwicklungen und -verfügbarkeiten die Ertragskraft des Unternehmens zu erhalten und zu stärken.