

12.01.2006 - 12:00 Uhr

Migros: Wachstum trotz noch tieferen Preisen

Zürich (ots) -

- Hinweis: Die Tabellen können im pdf-Format unter <http://www.presseportal.ch/de/story.htx?firmid=100000968> kostenlos heruntergeladen werden -

Der Detailumsatz der Migros (inkl. Globus, Ex Libris, Migrol) ist im vergangenen Jahr um 0,6 Prozent auf CHF 17,35 Mrd. gestiegen. Auf vergleichbarer Basis mit 2004 beträgt das Wachstum sogar 1,2 Prozent (siehe Kasten 2 im PDF). Die Differenz von über 100 Millionen Franken ist auf die im letzten Jahr abgeschlossene Bereinigung bei der Globus-Gruppe zurückzuführen. 2005 ist es gelungen, die Marktanteile auf sehr hohem Niveau zu stabilisieren. Der Umsatz der gesamten Migros-Gruppe (inkl. Hotelplan, Limmatdruck, Industriebetriebe etc.) hat 2005 um 0,2 Prozent auf CHF 20,34 Mrd. zugenommen (vergleichbare Basis mit 2004: +0,7 %).

Detailumsatz

Der gesamte Detailumsatz belief sich im letzten Jahr auf CHF 17,35 Mrd. (+0,6 %; vergleichbare Basis mit 2004: +1,2 %). Er setzt sich wie folgt zusammen: Genossenschaften CHF 14,62 Mrd. (-0,2 %), Globus-Gruppe CHF 1,11 Mrd. (-6,5 %; vergleichbare Basis mit 2004: +2,5 %), Ex Libris CHF 164 Mio. (-0,6 %) und Migrol CHF 1,46 Mrd. (+17,3 %).

Im Inland betrug der Detailumsatz CHF 17,12 Mrd. (Vorjahr CHF 17,01 Mrd.; vergleichbare Basis mit 2004: CHF 16,91 Mrd.), was einem Wachstum von CHF 113 Mio. entspricht (+ 0,7 %; vergleichbare Basis mit 2004: CHF 216 Mio. oder +1,3 %). Im Ausland reduzierte sich der Detailumsatz um CHF 8 Mio., verursacht hauptsächlich durch Umsatzeinbussen in Frankreich und die Schliessung von Interio Deutschland.

In den vergangenen Jahren konnte die Migros markant Marktanteile dazu gewinnen. 2005 ist es gelungen, die Marktanteile auf diesem hohen Niveau zu stabilisieren.

Genossenschaften

Die zehn Migros-Genossenschaften haben 2005 einen Nettoumsatz von CHF 14,62 Mrd. (Vorjahr CHF 14,65 Mrd.) erwirtschaftet. Das sind CHF 33 Mio. oder 0,2 Prozent weniger als im Vorjahr. Der Umsatzrückgang ist vor allem auf gezielte Preissenkungen in der Höhe von CHF 170 Mio. und die Ausweitung des M-Budget-Sortiments zurückzuführen. Die Preise der Migros-Produkte sind im vergangenen Jahr im Durchschnitt um -1,2 Prozent gesunken, während die Teuerung im Inland +1,2 Prozent betrug.

Verkaufsfläche/Umsatzproduktivität

Die Verkaufsfläche nahm im vergangenen Jahr im Super-/Verbrauchermarkt und in den Fachmärkten um 44'608 m² (+3,8 %) auf 1'211'923 m² per Ende Jahr zu (Vorjahr 1'167'315 m²). Fast 25'000 m² der Flächenexpansion betreffen die drei neuen Obi-Fachmärkte in San Antonino (TI), Bülach (ZH) und Schönbühl (BE). Das Verkaufsnetz der Migros umfasst insgesamt 590 Standorte (Vorjahr 587).

Die massiven Preissenkungen hatten zur Folge, dass der gewichtete, durchschnittliche Umsatz pro m² zwar weiterhin sehr hoch ist, im vergangenen Jahr jedoch leicht zurückging: im Super-/Verbrauchermarkt betrug die Produktivität CHF 14'842/m² (Vorjahr CHF 15'108/m²). In den Fachmärkten reduzierte sich der Quadratmeterumsatz auf CHF 4'868/m² (Vorjahr CHF 5'162/m²).

Produkte mit sozialem und ökologischem Mehrwert

Bei den Labelprodukten mit sozialem und ökologischem Mehrwert, welche mit "Engagement" gekennzeichnet sind, bleibt die Migros mit einem Umsatz von CHF 1,77 Mrd. Marktführerin. Zweistellig gewachsen sind die Umsätze bei den Produkten aus Bio-Baumwolle (+51 %), auch die Labels Max Havelaar (+9 %), Forest Stewardship Council (FSC) (+9 %) verzeichnen einen überdurchschnittlichen Zuwachs, während sie bei Bio (+2 %), 7-Punkte-Fleisch-Garantie (-1 %), Eco (-1 %), Dolphin Safe (+1 %), Marine Stewardship Council (MSC) (+2 %) etwa auf dem Niveau des Vorjahres bewegen. Einzig IP-Suisse verzeichnet einen markanteren Rückgang (-4 %).

M-Budget-Produkte

Die vor zehn Jahren eingeführte M-Budget-Linie sprechen eine immer breitere Kundschaft an: Das Wachstum dieses Sortiments betrug letztes Jahr 67 Prozent, der Umsatz CHF 480 Mio. Das Sortiment umfasste 2005 rund 350 Artikel - darunter auch das im Herbst lancierte M-Budget-Mobiltelefon. Der grosse Erfolg zeigt, dass sich innovative Ideen durchaus auch in gesättigten Märkten durchsetzen können. Weitere 50 M-Budget-Artikel wurden Anfang 2006 eingeführt.

Industrie

Die Eigenindustrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland erneut ausbauen. Mit einem Umsatz von CHF 4,62 Mrd. (Vorjahr CHF 4,48 Mrd.) weist sie ein Plus von 3,1 Prozent aus.

Gruppenumsatz

Der gesamte Gruppenumsatz nahm um 0,2 Prozent auf CHF 20,34 Mrd. zu (Vorjahr CHF 20,30 Mrd.). Auf vergleichbarer Basis mit 2004 (CHF 20,19 Mrd.) betrug das Wachstum sogar 0,7 Prozent. Die Differenz von über CHF 100 Mio. ist hauptsächlich auf die im letzten Jahr vollzogene Bereinigung bei der Globus-Gruppe zurückzuführen. Das Wachstum prägten vor allem Migrol durch die Teuerung auf den Mineralöl-Produkten und die Drittmärkte der Migros-Industrie.

Hotelplan

Die Reisebranche litt erneut unter Naturkatastrophen und Terrorakten: Die Hotelplan-Gruppe erreichte einen Umsatz von CHF 1,73 Mrd. (Vorjahr CHF 1,79 Mrd.), was einem Rückgang von CHF 64 Mio. (-3,6 %) entspricht.

Globus-Gruppe

Bei der Globus-Gruppe (Globus-Warenhäuser, Herren-Globus, Interio und Office World) betrug der Nettoumsatz CHF 1,11 Mrd. (Vorjahr CHF 1,18 Mrd.). Er reduzierte sich um CHF 77 Mio. oder 6,5 Prozent. Grund für den Rückgang ist die im vergangenen Jahr abgeschlossene Bereinigung (Oviesse, Globest, geänderte Buchungspraxis). Auf vergleichbarer Basis mit 2004 (CHF 1,08 Mrd.) erzielte die Globus-Gruppe ein Wachstum von CHF 27 Mio. oder 2,5 Prozent.

Migrosbank

2005 war für die Migrosbank ein gutes Jahr. Die Bilanzsumme erhöhte sich von CHF 27,48 Mrd. auf CHF 27,99 Mrd. (+ 1,9 %).

Die Bilanzmedienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) findet am 5. April 2006, in Zürich statt. Die einzelnen Gruppengesellschaften werden ihre Ergebnisse in den nächsten Wochen publizieren.

Kontakt:

Monica Glisenti
Leiterin Corporate Communications MGB
Tel. +41/44/277'20'64
+41/44/277'21'11
E-Mail: monica.glisenti@mgb.ch

Internet: <http://www.migros.ch/medien>.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100502926> abgerufen werden.