

05.04.2006 – 10:15 Uhr

Migros 2005: Tiefere Preise und Gewinnsteigerung

Zürich (ots) -

2005 war für die Migros ein erfreuliches Jahr:

Der Umsatz der Migros- Gruppe ist trotz weiteren Preissenkungen im Kerngeschäft um 0,4 Prozent auf CHF 20,39 Mrd. gestiegen. Durch Optimierungsprogramme in der Wertschöpfungskette und Restrukturierungen konnte das operative Ergebnis erneut verbessert werden. Der Gruppengewinn hat sich um CHF 154 Mio. auf CHF 699 Mio. erhöht und somit den höchsten Stand der letzten fünf Jahre erreicht. Die Migros hat wiederum CHF 1,13 Mrd. investiert. Bei den Ausbildungsplätzen wurde mit 2900 Lernenden ein neuer Rekord erreicht. Insgesamt haben 81049 Personen in der Migros gearbeitet, das sind 1223 Personen weniger als im Vorjahr.

Gutes Wachstum

Die Migros-Gruppe verzeichnete 2005 trotz weiteren Preissenkungen ein Wachstum von +0,4 Prozent, womit sich der Gruppenumsatz auf CHF 20,385 Mrd. erhöhte. Operativ konnte die Migros ihr Betriebsergebnis ähnlich wie im Vorjahr um +11,8 Prozent (Vorjahr +12%) auf CHF 607 Mio. steigern. Um 28,3 Prozent von CHF 545 Mio. auf CHF 699 Mio. nahm der Gruppengewinn zu und erreichte somit den höchsten Stand der letzten fünf Jahre. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich um 7,9 Prozent auf CHF 9,634 Mrd.; das sind neu 57,4 Prozent der Bilanzsumme.

Die zehn Genossenschaften minimier Umsatzrückgang

In einem hart umkämpften Markt verzeichneten die zehn Genossenschaften inklusive den fünf Auslandsfilialen in Frankreich und Deutschland einen Umsatz von CHF 14,621 Mrd., was gegenüber dem Vorjahr ein Umsatzrückgang von -0,2 Prozent ausmacht. 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. Werden die neuen M-Budget-Artikel im Teuerungsindex berücksichtigt, beträgt der Preisrückgang auf dem gesamten Migros-Sortiment sogar -2%. Trotz tieferen Preisen ist es der Migros gelungen, ihren Marktanteil im Food-Bereich auf hohem Niveau zu stabilisieren, im Non Food-Bereich ist er leicht gesunken (-0,3%).

2005 hat die Migros unter der Dachmarke ENGAGEMENT für CHF 1,666 Mrd. Produkte mit ökologischem, sozialem und ethischem Mehrwert verkauft. Obwohl der Gesamtumsatz um 3,1 Prozent sank (vor allem wegen geringerer Umsätze bei der M7-Fleischproduktion), verzeichneten einige der Label sogar ein erfreuliches Wachstum wie z.B. Biobaumwolle (+74,6%), FSC (+19,5%), Max Havelaar (+9 %), Eco (+2,4%), Dolphin Safe (+1,7%) und Bio (+ 0,7%). Weniger erfolgreich waren die folgenden Labels: M7-Fleischproduktion (-9,6 %), IP-Suisse (-2,4 %) und MSC (-4,8 %).

2005 erhöhte die Migros ihren Umsatz mit 350 M-Budget-Artikeln um 67 Prozent auf CHF 480 Mio. (Vorjahr CHF 285 Mio.). Besonders erfolgreich in der M-Budget-Geschichte war 2005 die Einführung des Prepaid-Angebots M-Budget-Mobile. Nach nur sechs Monaten telefonieren heute bereits über 180'000 Kunden mit M-Budget-Mobile. Mit Sélection hat die Migros 2005 ihrem Sortiment eine Premiumlinie hinzugefügt, die bei Einführung im vergangenen September 35 Produkte zählte.

Das Migros-Vertriebsnetz (inkl. der fünf Auslandsfilialen) wurde von 587 auf 590 Standorte erhöht. Die Zahl der Supermärkte erhöhte sich um zwei auf 531. Bei den Fachmärkten verändert sich die Zahl

auf 199 Standorte (Vorjahr 195). Zugelegt hat insbesondere SportXX mit fünf Neueröffnungen.

Insgesamt konnte die Verkaufsfläche um 44'608 m² (+3,8%) vergrößert werden. Davon fallen allein 25'403 m² auf drei neue OBI-Baumärkte. Der gewichtete Umsatz pro Quadratmeter betrug im Super-/Verbrauchermarkt CHF 14842/m² (VJ 15'108/m²). In den Fachmärkten reduzierte sich der Quadratmeterumsatz auf CHF 4868/m² (VJ CHF 5162/m²).

Die M-Gastronomie erreichte 2005 mit CHF 688 Mio. (ohne MWST) den budgetierten Jahresumsatz; dieser lag mit -0,6 Prozent nur leicht unter dem Vorjahr. Trotz schwierigerem Umfeld konnte die M-Gastronomie ihren Marktanteil von 55,3 Prozent (+0,1%) in der Handelsgastronomie halten. Insgesamt reduzierte die M-Gastronomie ihre Standorte um sechs auf 204.

Im Freizeitbereich kamen 2005 zwei neue Highlights hinzu. Die Migros eröffnete den neu um- und ausgebauten Milandia-Park in Greifensee, einen Sport- und Erlebnispark auf 200'000 m² für Jung und Alt. In Baden wurde Ende November der 15. Fitnesspark mit einem Hamam und einem 100 m² grossen Bad in Betrieb genommen.

Der Detailumsatz Inland betrug insgesamt CHF 17,12 Mrd. (Vorjahr CHF 17,01 Mrd.; vergleichbare Basis 2004: CHF 16,91 Mrd.), was einem Wachstum von CHF 116 Mio. entspricht (+0,7%; vergleichbare Basis 2004: CHF 220 Mio. oder +1,3%). Darin enthalten sind die Inland-Umsätze der zehn regionalen Genossenschaften, der Globus-Gruppe, von Migrol und Ex Libris (siehe auch Tabelle Detailumsatz gesamt).

Migros-Industrie starkes Exportwachstum

Die 16 Unternehmen der Migros-Industrie erzielten trotz sinkendem Inland- und Export-Preisniveau einen Nettoumsatz von CHF 4,526 Mrd. Franken (Vorjahr CHF 4,397 Mrd.). Dies entspricht einem Wachstum von 2,9 Prozent. Erfreulicherweise stiegen die Exportumsätze im vergangenen Jahr um 20,1 Prozent (VJ 15%) auf CHF 291 Mio.

Globus-Gruppe mit Gewinnverdoppelung

Erstmals von Altlasten befreit (Schliessung Oviessse/Globest und Marktrückzug von Interio Deutschland) konnte die Globus-Gruppe das operative Ergebnis (EBIT) um CHF 33,5 Mio. auf 35,0 Mio. (Vorjahr CHF 1,5 Mio.) steigern. Zusammen mit dem Finanzergebnis und den Steuern ergab sich mit CHF 33,4 Mio. (VJ CHF 13 Mio.) ein zweieinhalbmal höherer Gewinn.

Der Nettoumsatz der Globus-Gruppe (Globus-Warenhäuser, Herren-Globus, Interio und Office World) reduzierte sich im vergangenen Jahr um CHF 77 Mio. oder -6,5 Prozent auf CHF 1,106 Mrd. Grund für das Minus ist die im 2005 abgeschlossene Bereinigung von Oviessse, Globest und die geänderte Buchungspraxis des Shop-in-Shop-Geschäftes. Auf vergleichbarer Basis mit 2004 (CHF 1,08 Mrd.) erzielte die Globus-Gruppe jedoch ein Wachstum von CHF 27 Mio. Franken oder ein Plus von 2,5 Prozent.

LeShop.ch und Migros-Shop.ch Erwartungen übertroffen

Die Erfolgsstory von LeShop.ch / Migros-Shop.ch von 2004 setzte sich auch 2005 ungehindert fort. Der Umsatz wuchs um weitere 45 Prozent und erhöhte sich somit auf CHF 47,1 Mio. (VJ CHF 33 Mio.). Erfreulich ist auch das Wachstum des Kundenstamms, der sich um 25'000 neue Haushalte erhöhte. Der durchschnittliche Warenkorb nahm trotz sinkender Detailhandelspreise um zehn auf 214 Franken zu. Mit den neuen Fachboutiquen umfasste das Sortiment Ende 2005 rund 7500 Artikel. (Siehe auch aktuelle LeShop-Medienmitteilung vom 5. April 2006.)

Migrosbank, Hotelplan und Migrol

2005 war für die Migrosbank ein gutes Jahr. Die Bilanzsumme erhöhte sich von CHF 27,41 Mrd. auf 27,99 Mrd. (+2,1%).

Die Hotelplan-Gruppe hat trotz Naturkatastrophen und Terrorakten die Herausforderungen 2005 gut gemeistert. Sie steigerte im

Geschäftsjahr 2004/2005 den Gewinn auf CHF 16,1 Mio. (+20%) und den EBIT auf CHF 26,7 Mio. (+7,2%). Die Gruppe erreichte einen Nettoumsatz von CHF 1,73 Mrd. (VJ CHF 1,79 Mrd.), was einem Rückgang von -3,6 Prozent entspricht.

Das Kerngeschäft der Migrol, der Verkauf von Brenn- und Treibstoffen, war 2005 geprägt von einer markanten Verteuerung der Produkte. Der Umsatz konnte um 17,3 Prozent auf CHF 1,464 Mrd. (VJ CHF 1,248 Mrd.) gesteigert werden.

Anzahl Mitarbeitende

Insgesamt beschäftigte die Migros-Gruppe im vergangenen Jahr 81'049 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das sind 1223 Personen weniger als im Vorjahr. Der Rückgang ist zurückzuführen auf die in den letzten Jahren realisierten Struktur- und Prozessoptimierungen (Zentrale Warenwirtschaft) und die Umstrukturierungen in der Globus-Gruppe (Schliessung Oviessie/Globest, sowie Trennung von Auslandgeschäften).

Ausblick 2006

Für das laufende Jahr hat die Migros weitere Preissenkungen in der Höhe von über CHF 150 Mio. budgetiert. Insgesamt rechnet die Migros-Gruppe mit einem Wachstum von einem Prozent.

Zürich, 5. April 2006

(Siehe Tabelle im Anhang)

Weiter Informationen:

- * Monica Glisenti, Leiterin Corporate Communications MGB, Tel. 044 277 20 64
- * Urs Peter Naef, Mediensprecher MGB, Tel. 044 277 20 66
- * Unter <http://media.migros.ch> stehen Communiqué und sämtliche Unterlagen zur Bilanzmedienkonferenz zum Download bereit.
- * E-Mail: media@migros.ch

Migros-Genossenschafts-Bund

Corporate Communications
Limmatstrasse 152
Postfach 1766
CH-8031 Zürich
Zentrale +41 (0)44 277 21 11
Fax +41 (0)44 277 23 33
media@migros.ch
www.migros.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100507294> abgerufen werden.