

18.04.2007 – 11:30 Uhr

Migros 2006: Strategische Weichen gestellt - Umsatzsteigerung trotz Preissenkungen

Zürich (ots) -

Die Migros-Gruppe hat 2006 wichtige strategische Entscheide gefällt und konnte ihre Position 2006 gesamthaft stärken. Sie ist für die kommenden Herausforderungen optimal gerüstet. Trotz weiteren Preissenkungen ist der Detailumsatz um 1,8 Prozent auf CHF 17,7 Mrd. und der Umsatz der ganzen Gruppe um 1,3 Prozent auf CHF 20,6 Mrd. gestiegen. Durch Optimierungsprogramme in der Wertschöpfungskette und Restrukturierungen konnte das operative Ergebnis erneut verbessert werden. Der Gruppengewinn hat sich um CHF 55 Mio. auf CHF 754 Mio. erhöht und somit den höchsten Stand der letzten Jahre erreicht. Aus diesem Grund haben die Mitarbeitenden eine Dankesprämie von CHF 500 bekommen. Die Investitionen beliefen sich auf CHF 989 Mio. Insgesamt haben 79194 Personen in der Migros gearbeitet. Ausbildungsplätze standen für über 2800 Lernende in 37 verschiedenen Berufen zur Verfügung.

Weichen für die Zukunft gestellt Mit der Übernahme der Travelhouse-Gruppe, der Partnerschaft mit Air Berlin, der Minderheitsbeteiligung an Cash+Carry Anghern, dem Schulterchluss mit Denner (Vorbehalt Entscheid Weko) hat die Migros im vergangenen Jahr für das nachhaltige Wachstum der ganzen Gruppe wichtige Entscheide gefällt.

Wachstum auf hohem Niveau

2006 verzeichnete die Migros-Gruppe trotz weiteren Preissenkungen von 1 Prozent, ein Wachstum von +1,3 Prozent, womit sich der Gruppenumsatz um CHF 259 Mio. auf CHF 20,644 Mrd. erhöhte. Werden die letzten Bereinigungen bei der Globus-Gruppe und der Erwerb von 80 Prozent von LeShop berücksichtigt, betrug das Wachstum auf vergleichbarer Basis mit 2005 total 1,5 Prozent*. Operativ konnte die Migros ihr Betriebsergebnis im Vorjahr um +4,1 Prozent (Vorjahr +11,8%) auf CHF 632 Mio. steigern. Der Gruppengewinn ist von CHF 699 Mio. auf CHF 754 Mio. (+7,9%) gestiegen. Zum Gruppengewinn haben CHF 25 Mio. aus dem operativen Ergebnis durch Effizienzverbesserungen beigetragen. Das Eigenkapital erhöhte sich um +11,1 Prozent auf CHF 10,704 Mrd., die Eigenkapitalquote beträgt neu 60,7 Prozent der Bilanzsumme.

Die zehn Genossenschaften Wachstum trotz Negativsteuerung In einem hart umkämpften Markt verzeichneten die zehn Genossenschaften inklusive den fünf Auslandsfilialen in Frankreich und Deutschland einen Umsatz von CHF 14,668 Mrd., was gegenüber dem Vorjahr ein Umsatzwachstum von CHF 47 Mio. oder +0,3 Prozent ausmacht. Das bescheidene Wachstum ist vor allem auf gezielte Preissenkungen in der Höhe von CHF 100 Mio., die Ausweitung des M- Budget-Sortiments auf über 500 Artikel sowie Renovationsprogramme in den Genossenschaften zurückzuführen. Auch 2006 sind die Preise der Migros-Produkte im Durchschnitt um ein Prozent gesunken, während die Teuerung im Inland +1,1 Prozent betrug. Der Warenkorb ist demnach 2006 noch günstiger geworden. Der Durchschnittseinkauf betrug 2006 CHF 33.47 versus 32.80 im Vorjahr. Die Marktanteile der Migros im Food- und Non-Food-Bereich sind aufgrund der erwähnten Preissenkungen im und der Negativsteuerung leicht rückgängig oder stabil: Food 24,1 Prozent (-0,2%), Non-Food 9,4 Prozent (0%).

2006 hat die Migros unter der Dachmarke ENGAGEMENT für CHF 1,668 Mrd. (-2,0%) Produkte mit ökologischem, sozialem und ethischem Mehrwert verkauft. Zu den Labeln, die ein leichtes Wachstum verzeichneten, zählen wiederum Biobaumwolle (+4,0%) und FSC (+2,3%). Mit einem Minuswachstum schlossen die folgenden Label ab: Bio (-0,9%), Max Havelaar (-1,3%), M7-Fleischproduktion (-2,2%), IP-Suisse

(-5,5%), MSC (-1,7%) und ECO (-1,7%).

Im vergangenen Jahr ergänzte die Migros das M-Budget-Sortiment um etwa 170 Artikel. Mit den über 500 Artikeln per Ende Jahr erhöhte sich der M-Budget-Umsatz um 37 Prozent auf CHF 662,4 Mio. (Vorjahr CHF 482,8 Mio.). Besonders erfolgreich war die Einführung der M-Budget MasterCard im vergangenen November. Heute sind bereits über 100'000 Karten im Umlauf.

Mit der Premium-Linie Sélection, die 2006 auf 128 Produkte ausgebaut wurde, erwirtschaftete die Migros einen Umsatz von CHF 31,7 Mio.

Die Anzahl aller Migros-Standorte (inkl. der fünf Auslandfilialen) ist mit 590 Standorten gegenüber dem Vorjahr gleich geblieben. Innerhalb des Migros-Vertriebsnetzes reduzierte sich jedoch die Zahl der Supermärkte um einen Standort auf 541 (Vorjahr 542). Bei den Fachmärkten waren es 206 Verkaufsstellen (Vorjahr 202). Standorte zugelegt haben SportXX (+3), M-Electronics (+4), Obi (+2), reduziert haben Micasa (-2) und Do it + Garden Migros (-3).

Insgesamt wurde die Verkaufsfläche** um 25'715 m² (+2,1%) erweitert.

Davon fallen allein 17010 m² auf die zwei neuen Obi-Baufachmärkte in Oftringen und Winterthur. Der gewichtete Umsatz pro Quadratmeter betrug im Super-/Verbrauchermarkt CHF 15227/m² (VJ 15'411/m²). In den Fachmärkten reduzierte sich der Quadratmeterumsatz auf CHF 4317/m² (VJ CHF 4613/m²).

Die Migros-Gastronomie lag 2006 mit CHF 660 Mio. (ohne MWST) leicht tiefer als im Vorjahr (Vorjahr CHF 688 Mio.). Der Marktanteil der Migros-Restaurants in der Handelsgastronomie beträgt 52,3 Prozent. Die Anzahl Standorte wurde um einen reduziert und beträgt neu 203.

Der Detailumsatz (inkl. Ausland) betrug insgesamt CHF 17,673 Mrd. (+1,8%), der Detailumsatz Inland belief sich auf CHF 17,448 Mrd. (Vorjahr CHF 17,125 Mrd.; vergleichbare Basis mit 2005: CHF 17,40 Mrd.), was einem Wachstum von CHF 323 Mio. entspricht (+1,9%; vergleichbare Basis mit 2005: CHF 280 Mio. oder +1,6%***). Darin enthalten sind die Inland-Umsätze der zehn regionalen Genossenschaften, Globus Inland, von Migrol, Ex Libris und Le Shop.

Migros-Industrie Export gewinnt weiter an Bedeutung Die 15 Unternehmen der Migros-Industrie erzielten trotz Preisabschlägen von durchschnittlich einem Prozent und höheren Rohstoffpreisen einen Nettoumsatz von insgesamt CHF 4,586 Mrd. (+63 Mio. bzw. +1,3%). Wie schon im Vorjahr war der Mengenabsatz grösser als das Umsatzwachstum. Mit Lieferungen an Dritte im Inland und im Ausland wurden insgesamt CHF 797 Mio. umgesetzt, das sind CHF 46 Mio. mehr als im Vorjahr. Das Export-Wachstum betrug +14,4 Prozent.

Globus-Gruppe Turnaround geschafft Auf unveränderter Verkaufsfläche steigerte die Globus-Gruppe (Globus- Warenhäuser, Herren-Globus, Interio und Office World) den Nettoumsatz verkaufs- und strukturbereinigt um +1,7 Prozent auf CHF 1,12 Mrd., was einer Zunahme von CHF 18,7 Mio. entspricht. Auf vergleichbarer Basis (Schliessung Interio Deutschland) mit 2005 (CHF 1,10 Mrd.) erzielte die Globus-Gruppe ein Wachstum von 2,7 Prozent.

Migros-Online-Geschäfte Das Internet gewinnt immer mehr an Bedeutung im Schweizer Detailhandel. Die Migros-Gruppe verkaufte via ihre Online-Kanäle LeShop.ch, Exlibris.ch, Hotelplan.ch, Travel.ch, Interhome.ch und Office-World.ch im vergangenen Jahr für CHF 164 Mio. Lebensmittel, Medienprodukte, Büroartikel und Reisen. Insgesamt besuchten über 32 Millionen Kunden die fünf Migros-Internetläden und wickelten gut 900'000 Aufträge ab. Das entspricht einem Wachstum von +34 Prozent gegenüber Vorjahr.

LeShop.ch/migros-shop.ch erstmals mit Gewinn LeShop schloss das erste Semester 2006 erstmals in seiner Geschichte mit einem

operativen Gewinn ab. Der Umsatz stieg auch im dritten aufeinander folgenden Jahr um erfreuliche 38 Prozent auf CHF 65 Mio. (Vorjahr CHF 47 Mio.). Der Durchschnittswert pro Bestellung nahm um drei auf CHF 220 zu. Insgesamt zählte LeShop im vergangenen Jahr 33'700 Neukunden, das sind 7900 mehr als im Vorjahr.

Migrosbank, Hotelplan und Migrol Auch 2006 war für die Migrosbank ein gutes Jahr. Die Bilanzsumme erhöhte sich von CHF 28.0 Mrd. auf 28,89 Mrd. (+3,2%).

Die Hotelplan-Gruppe hat Ende 2006 zwei wichtige Meilensteine gesetzt. Mit der Übernahme der Travelhouse-Gruppe und der Kooperation mit Globus will Hotelplan die Profitabilität erhöhen und Wachstum erzielen. Der Nettoumsatz betrug 2006 CHF 1'755 Mio. (2005: CHF 1'728 Mio.) und lag somit 1,5 Prozent über Vorjahr. Unter Ausklammerung der verkauften holländischen Tochtergesellschaft belief sich das Umsatzwachstum gar auf 6,6 Prozent oder CHF 105 Mio.

Das Kerngeschäft der Migrol, der Verkauf von Brenn- und Treibstoffen war 2006 geprägt von starken Preisschwankungen bei den Rohölpreisen. Der Umsatz stieg um 14,4 Prozent auf CHF 1,675 Mrd. (VJ CHF 1,464 Mrd.). Erfreulich entwickelte sich auch das Tankstellen-Shopgeschäft. In diesem Sektor erzielte Migrol ein Umsatzwachstum (bereinigt um die Neueröffnungen) um 4,5 Prozent. 2006 betrieb die Migrol 136 Shops (2005: 135).

Anzahl Mitarbeitende Im Vergleich zum Vorjahr sank die Anzahl Mitarbeitender im Konsolidierungskreis im Schnitt um 1,8 Prozent auf 79'597 (Vorjahr 81'049). Auf Vollzeitstellen umgerechnet ging die Anzahl um 1,0 Prozent auf 59'345 zurück. Entgegen dieser Entwicklung verzeichneten die Logistikzentren der Migros ein Wachstum bei der Anzahl der Mitarbeitenden von 3,9 Prozent. Neu im Konsolidierungskreis ist die Travelhouse-Gruppe mit 403 Personen, die seit 1.11.2006 zu Hotelplan gestossen ist. Der Anteil Kader am Gesamtpersonalbestand belief sich per Ende 2006 auf 5,4 Prozent.

Ausblick 2007 Die Migros wird auch im laufenden Jahr die Preise um gut CHF 100 Mio. senken und die M-Budget-Linie weiter ausbauen. Für das Jahr 2007 rechnet die Migros-Gruppe mit einem Wachstum von 1 Prozent.

Zürich, 18. April 2007

* Die Unterschiede zwischen 2005 und 2006 sind auf Schliessungen bei der Globus-Gruppe im 2005, den Erwerb von 80% von LeShop sowie auf den Verkauf von Hotelplan Holland im 2006 zurückzuführen.

** Neue Richtlinien für die Flächenerhebung führen zu 0,8% weniger Fläche.

*** Die Unterschiede zwischen 2005 und 2006 sind auf Schliessungen bei der Globus-Gruppe im 2005 und den Erwerb von 80% von LeShop im 2006 zurückzuführen.

Weiter Informationen:

* Monica Glisenti, Leiterin Corporate Communications MGB,
Tel. 044 277 20 64

* Urs Peter Naef, Mediensprecher MGB, Tel. 044 277 20 66

* Monika Weibel, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 63

- Unter <http://media.migros.ch> stehen Communiqué und sämtliche Unterlagen zur Bilanzmedienkonferenz zum Download bereit. * E-Mail: media@migros.ch
- Hinweis: Zahlentabelle kann im pdf-Format unter <http://www.presseportal.ch/de/story.htx?firmid=100000968> kostenlos heruntergeladen werden -

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/100000968/100530044> abgerufen werden.