

17.01.2008 – 11:00 Uhr

Migros: 6,2 Prozent oder CHF 1,3 Mrd. mehr Umsatz im 2007

Zürich (ots) -

- Hinweis: Hintergrundinformationen können kostenlos im pdf-Format unter <http://presseportal.ch/de/pm/100000968> heruntergeladen werden -

Das Wachstum der Migros-Gruppe beträgt 2007 6,2 Prozent, was einen Rekordumsatz von insgesamt CHF 22,71 Mrd. ergibt. Der Detailumsatz ist um 5,9 Prozent auf 18,52 Mrd. gestiegen. Preisabschläge im Super-/Verbrauchermarkt von wiederum über CHF 100 Mio. führten zu einer Minussteuerung von 1,2 Prozent. Zudem wurden deutlich mehr Aktionen realisiert.

Detailumsatz

Der gesamte Detailumsatz belief sich im letzten Jahr auf CHF 18,52 Mrd. (+5,9 %). Er setzt sich wie folgt zusammen: Genossenschaften Inland und Ausland CHF 14,66 Mrd. (+1,3 %), Globus-Unternehmen CHF 1,272 Mrd. (+13,1 %), Migrol (inkl. Convenience-Shops) CHF 1,63 Mrd. (-2,6 %), Denner CHF 688 Mio. (Umsatz Okt., Nov., Dez. 2007), Ex Libris CHF 178 Mio. (+10,6 %) sowie Le Shop CHF 92 Mio. (+ 43 %).

Im Inland betrug der Detailumsatz CHF 18,30 Mrd. (Vorjahr CHF 17,26 Mrd, was einem Wachstum von CHF 1,04 Mrd. (+ 6,0 %) entspricht. Akquisitionsbereinigt (ohne 3 Monate Denner-Umsatz) betrug der Detailumsatz Inland 2007 CHF 17,61 Mrd. was einem Plus von 1,8 Prozent entspricht.

Im Ausland reduzierte sich der Detailumsatz (Migros Deutschland und Migros France) um CHF 1 Mio. auf CHF 224 Mio. (- 0,4 %).

Die definitiven Marktanteilszahlen stehen Anfang April 2008 fest.

Genossenschaften

Die zehn Migros-Genossenschaften haben 2007 einen Nettoumsatz von CHF 14,661 Mrd. (Vorjahr CHF 14,480 Mrd.) erwirtschaftet. Das sind CHF 181 Mio. oder + 1,3 Prozent mehr als im Vorjahr. Das Wachstum ist durch folgende Faktoren beeinflusst:

- Die Migros hat 2007 wiederum über CHF 100 Mio. in Preissenkungen investiert was zu einer Minussteuerung von 1,2 Prozent (Inlandsteuerung: 2,6 %) geführt hat.
- Die M-Budget-Linie wurde auf 615 Produkte ausgebaut und der Umsatz um 7,4 Prozent auf CHF 698 Mio. (VJ CHF 650 Mio.) erhöht.
- Die Aktionstätigkeit wurde 2007 massiv erhöht. Insgesamt betrug der Aktionsumsatz CHF 2,4 Mrd. was gegenüber dem Vorjahr einer Erhöhung von 6,9 Prozent entspricht.

Flächenproduktivität gestiegen - trotz Preissenkungen und Flächenrückgang

Die Verkaufsfläche nahm im vergangenen Jahr im Super-/Verbrauchermarkt und in den Fachmärkten um 2'346 m² (-0,2 %) auf 1'225'382 m² per Ende Jahr ab (Vorjahr 1'227'728 m²). Die Flächenabnahme beruht in erster Linie auf der Schliessung des MParc Regensdorf. Das Verkaufsnetz der Migros umfasste per Ende 2007 589 Standorte, einen weniger als 2006.

Der gewichtete, durchschnittliche Umsatz pro m² erhöhte sich im vergangenen Jahr trotz reduzierter Fläche um + 1 Prozent: Im Super-/Verbrauchermarkt betrug die Produktivität CHF 15'153/m² (Vorjahr CHF 15'008/m²). Auch in den Fachmärkten nahm der Quadratmeterumsatz zu und stieg um 2,5 Prozent auf CHF 4'374/m², (Vorjahr CHF 4'269/m²).

Das beste Preisleistungs-Verhältnis

Gemäss einer Erhebung des Meinungsforschungsinstituts Jeko AG Bern bei rund 6700 Passanten, wird der Migros das beste Preis-/Leistungsverhältnis attestiert. Die stark profilierten Eigenmarkten wie z.B. Anna's Best, Léger, Aproz, Frey, Heidi, Candida, Total usw. haben zum positiven Ergebnis beigetragen. Wöchentlich wurden durchschnittlich 8.7 Mio. Kundenkontakte registriert. Die durchschnittliche Einkaufssumme betrug 2007 CHF 30.40, was einem Plus von 1,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Erfolgreiche Sortimente: Sélection, Actilife,

Die sehr grosse Nachfrage nach den Premium-Produkten der Linie Sélection zeigt, dass die Migros-Kunden die authentisch produzierten Produkte von höchster Qualität aus aller Welt zu schätzen wissen. Mit der auf 210 Produkte ausgebauten Linie erwirtschaftete die Migros über CHF 44 Mio. (+ 40 % gegenüber Vorjahr).

Mit der im September 2007 überarbeiteten Linie Actilife, bietet die Migros neu ein umfassendes Engagement im Bereich Ernährung, Bewegung und Entspannung an. Dazu zählt auch das neue Magazin "Actilife" sowie die Internet Site www.actilife.ch. Actilife ist auf Kurs und erfreut sich einer guten Nachfrage. Umsatz 2007: CHF 49,5 Mio. (+ 20,5 %), Anzahl Produkte: 158.

Produkte mit sozialem und ökologischem Mehrwert

Bei den Labelprodukten (Bio, FSC, Max Havelaar etc.) mit sozialem und ökologischem Mehrwert, welche mit «Engagement» gekennzeichnet sind, erzielte die Migros einen Umsatz von CHF 1,5 Mrd. (+ 1,2 %). Engagement-Produkte machen insgesamt 11,7 Prozent des Gesamtumsatzes aus.

Globus Warenhäuser

Im vergangenen Jahr steigerte Globus den Bruttoumsatz auf unveränderter Verkaufsfläche um 6,3 Prozent auf CHF 810,5 Mio. Herren Globus erzielte, mit einer Filiale weniger, einen Bruttoumsatz von CHF 80,8 Mio. und ein Wachstum von 7.8 Prozent. Globus investierte rund CHF 50 Mio. in ein dreizehntes Warenhaus im Einkaufszentrum Westside in Bern-Brünnen, das im Oktober 2008 eröffnet wird.

Online-Geschäft, Le Shop etc.

Die Migros-Gruppe verkaufte 2007 via ihre Online-Kanäle LeShop.ch, Exlibris.ch, Hotelplan.ch, Travel.ch, Interhome.ch und Office-World.ch für CHF 210 Mio. Lebensmittel, Medienprodukte, Büroartikel und Reisen. Das entspricht einem Wachstum von + 41 Prozent gegenüber Vorjahr.

Industrie

Die Eigenindustrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland erneut ausbauen. Mit einem Umsatz von CHF 4,724 Mrd. (VJ CHF 4,683 Mrd.). Wegen Änderung der internen Verrechnungen resultiert bereinigt ein effektives Plus zum Vorjahr von 2,6 Prozent. Diese Veränderungen sind in erster Linie auf Umstrukturierungen in der Frische zurückzuführen.

Hotelplan

Sowohl umsatz- wie ertragsmässig erzielte die Hotelplan Gruppe durch die konsequente Umsetzung ihrer im Vorjahr neu definierten Strategie markante Fortschritte. Der Gesamtumsatz nahm um 13,2 Prozent auf CHF 1,978 Mrd. zu (Vorjahr CHF 1,747 Mrd.). Die bisher individuell geführten Bereiche Hotelplan Schweiz und Travelhouse-Gruppe werden in der "Migros Travel Switzerland", der neuen Gesamtorganisation für das Schweizer Geschäft, zusammengefasst. Dieses integrierte Schweizer Geschäft macht mit CHF 935 Mio. fast die Hälfte des Gruppenumsatzes aus.

Migros Bank

Auch in ihrem 50. Geschäftsjahr hat die Migros Bank wiederum Marktanteile dazugewonnen und die Erträge deutlich gesteigert. Der Bruttogewinn nahm um 3,1 Prozent auf CHF 296.9 Mio. Franken zu. Der Reingewinn stieg um 6,9 Prozent auf 101,1 Mio. Franken und lag damit über der Schwelle von 100 Millionen. Erstmals seit der Gründung der Migros Bank hat die Zahl der Kunden die Marke von 750'000 übersprungen. Im letzten Jahr konnten somit 29'000 neue Kunden gewonnen werden, was einem Plus von 4.0% entspricht. Auch bei den Hypotheken konnte die Migros Bank mit einem Plus von 6,2% ihren Marktanteil steigern.

Mitarbeitende

Der Personalbestand (ohne Denner) blieb 2007 auf sehr hohem Niveau stabil. Per Ende Jahr zählte die Migros 2950 Jugendliche, die eine Ausbildung in der Migros-Gruppe absolvieren.

Gruppenumsatz

Der gesamte Gruppenumsatz der Migros-Gruppe inklusive Migros Bank 1) nahm um 6,2 Prozent auf CHF 22,708 Mrd. zu (Vorjahr CHF 21,375 Mrd.).

Die Bilanzmedienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) findet am 2. April 2008 in Zürich statt. Die einzelnen Gruppengesellschaften werden ihre Ergebnisse in den nächsten Wochen publizieren.

1) Die Migros wendet ab Geschäftsjahr 2007 den Rechnungslegungsstandard IFRS (International Financial Reporting Standards) an, weshalb die Ergebnisse der Migros Bank vollumfänglich in die Migros Gruppenrechnung einfließen.

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

Zürich, 17. Januar 2008

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

Kontakt:

Monica Glisenti, Leiterin Corporate Communications MGB, Tel. 01 277 20 64, monica.glisenti@mgb.ch. www.migros.ch/medien.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100552949> abgerufen werden.