

16.01.2009 – 11:00 Uhr

## Migros: Detailumsatz um 17 Prozent gestiegen

Zürich (ots) -

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

Die Migros hat im Jahr 2008 die Umsatz-Erwartungen deutlich übertroffen. Im Detailhandel ist der Umsatz um 3,1 Milliarden Franken oder 17,1 % auf 21,6 Milliarden Franken gestiegen. Ein ausgesprochen starkes Wachstum verzeichneten die zehn Migros-Genossenschaften, Denner und Migrol. Zweistellig sind die Umsätze der Bio-Sortimente und der M-Budget-Produkte gestiegen. Insgesamt hat die Migros-Gruppe einen Umsatz von 25,7 Milliarden Franken erzielt, was einem Wachstum von 13,3 % entspricht.

### Detailumsatz

Der gesamte Detailumsatz (ohne Mehrwertsteuer) belief sich im letzten Jahr auf CHF 21,56 Mrd. (+17,1 %). Er setzt sich wie folgt zusammen: Genossenschaften Inland und Ausland CHF 15,388 Mrd. (+5,0 %), Globus CHF 802 Mio. (+2,7 %), Interio CHF 279 Mio. (-3,1 %), Office World CHF 110 Mio. (+3,8 %), Migrol (inkl. Convenience-Shops) CHF 1,978 Mrd. (+21,5 %), Denner CHF 2,698 Mrd. (+8,3 %). (im 2007 war der Umsatz der Periode 1.10.-31.12.07 von CHF 688 Mio enthalten.), Ex Libris CHF 193 Mio. (+8,4 %) sowie Le Shop CHF 112 Mio. (+21,7 %). Der Detailumsatz ohne Denner belief sich auf CHF 18,862 Mrd. (+6,4 %).

Im Inland betrug der Detailumsatz CHF 21,35 Mrd. (Vorjahr CHF 18,194 Mrd.), was einem Wachstum von CHF 3,156 Mrd. (+17,3 %) entspricht. Der Detailumsatz Inland ohne Denner betrug 2008 CHF 18,652 Mrd. (+6,5 %).

Im Ausland reduzierte sich der Detailumsatz (Migros Deutschland und Migros France) um CHF 15 Mio. auf CHF 210 Mio. (-6,7 %), was auf die Schliessung der Filiale in Bad Säckingen, den rückläufigen Geschäftsgang in Frankreich, aber auch auf die Wechselkursentwicklung zurückzuführen ist.

Die definitiven Marktanteilszahlen stehen Ende März 2009 fest.

### Genossenschaften

Die zehn Migros-Genossenschaften haben 2008 einen Umsatz von CHF 15,388 Mrd. (Vorjahr CHF 14,658 Mrd.) erwirtschaftet. Das sind CHF 730 Mio. oder +5,0 % mehr als im Vorjahr. Dabei betrug das Wachstum in den Supermärkten überdurchschnittliche +5,9 %.

### Flächenproduktivität gestiegen

Die Verkaufsfläche nahm im vergangenen Jahr im Super-/Verbrauchermarkt und in den Fachmärkten um 25'733 m<sup>2</sup> (+2,1 %) auf 1'251'115 m<sup>2</sup> per Ende Jahr zu (Vorjahr 1'225'382 m<sup>2</sup>). Die Flächenzunahme beruht auf 17 Neueröffnungen, zu denen auch Bern Westside und drei Outdoor-Filialen von SportXX zählen. Das Verkaufsnetz der Migros umfasste per Ende 2008 601 Standorte, das sind 12 Standorte mehr als 2007.

Der gewichtete, durchschnittliche Umsatz pro m<sup>2</sup> erhöhte sich im vergangenen Jahr um +3,6 %. Im Super-/Verbrauchermarkt betrug die Produktivität CHF 15'488/m<sup>2</sup> (Vorjahr CHF 14'948/m<sup>2</sup>). In den Fachmärkten nahm der gewichtete Quadratmeterumsatz um 2 % auf CHF 4'328/m<sup>2</sup> zu (Vorjahr CHF 4'242/m<sup>2</sup>).

### Das beste Preis-Leistungs-Verhältnis

2008 hat die Migros für 400 M-Budget-Produkte eine Tiefpreisgarantie eingeführt. Das gesamte M-Budget-Sortiment, das rund 600 Artikel umfasst, wurde erneut mit Preissenkungen im Umfang von CHF 25 Mio.

verbilligt. Die Teuerung entwickelte sich in den einzelnen Bereichen unterschiedlich. So wiesen die Fachmärkte eine Minusteuerung von -1,5 % und Nearfood -0,1 % aus. Im Food und in der Frische betrug die Teuerung +1,5 %, respektive +3,5 %. Obwohl 2008 der Milchpreis erhöht wurde und zahlreiche Produkte wegen der gestiegenen Rohstoffpreise teurer wurden, bietet die Migros ihren Kunden nach wie vor das beste Preis- Leistungs-Verhältnis. Wer bei der Migros das ganze Jahr hindurch einkauft, spart demnach 5 bis 10 Prozent - wie von unabhängigen Stellen immer wieder belegt wird.

#### Erfolgreiche Sortimente: Bio, M-Budget und Actilife

Ein zweistelliges Wachstum verzeichneten einerseits die Bio-Produkte (+10,7 %), andererseits das Discount-Sortiment M-Budget (+10 %). 2008 stiegen die Umsätze bei den Bio-Produkten auf CHF 344,5 Mio., beim M-Budget-Sortiment auf CHF 776 Mio. Die im September 2007 überarbeitete Linie Actilife entwickelte sich 2008 mit über 50 neuen Produkten ausgezeichnet. Die Nachfrage im Bereich Gesundheit gewinnt zunehmend an Bedeutung, das zeigt sich auch im Umsatzwachstum: Mit 200 Produkten wurden CHF 60,7 Mio. erwirtschaftet, was einem Plus von 22,5 % entspricht.

#### Produkte mit sozialem und ökologischem Mehrwert

Die Label-Produkte der Migros mit sozialem und ökologischem Mehrwert waren 2008 stark gefragt. Deutlich besser als in den vergangenen Jahren haben sich Nahrungsmittel aus biologischem Anbau verkauft. Der Umsatz mit Bio-Produkten stieg um 10,7 % auf CHF 344,5 Mio. Auch die anderen Label legten zu: Bio-Baumwolle (+12,8 %), Terrasuisse (+14,5 %), FSC (+2,5 %), MSC (+8 %) . Einzig MaxHavelaar-Produkte lagen leicht unter Vorjahr (-0,4 %).

#### Globus

Im vergangenen Jahr steigerten die Globus Warenhäuser den Umsatz um +2,2 % auf CHF 718,1 Mio. Der Herren Globus erhöhte den Umsatz um +4,1 % auf CHF 74,5 Mio. Insgesamt erzielte Globus (inkl. Service-Center) einen Umsatz von CHF 801,9 Mio.

#### Online-Geschäft, Le Shop etc.

Die Migros-Gruppe verkaufte 2008 via ihre Online-Kanäle LeShop.ch, Exlibris.ch, Hotelplan.ch, Travel.ch, Interhome.ch und Office-World.ch für über CHF 500 Mio. Lebensmittel, Medienprodukte, Büroartikel und Reisen. Ein besonders starkes Wachstum von 21,7 % verzeichnete Le Shop. Damit konnte die Migros im E-Commerce-Geschäft ihre Position als Marktleader weiter ausbauen.

#### Industrie

Die Eigenindustrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland erneut ausbauen. Sie erzielte einen Umsatz von CHF 5,098 Mrd. (Vorjahr CHF 4,723 Mrd.) was einem Plus von 7,9 % entspricht.

#### Hotelplan Group

Der Umsatz der Hotelplan-Gruppe reduzierte sich 2008 um -2,5 % auf CHF 1,928 Mrd. Das Sommergeschäft litt insbesondere bei Hotelplan Italien bereits unter den Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise. Die signifikante Abwertung des britischen Pfunds, aber auch der schwächere Euro sowie die grossen Preisschwankungen für Flugbenzin wirkten sich negativ aus.

#### Migros Bank

Die Migros Bank hat ihre Marktanteile erneut gesteigert. Sowohl bei den Hypothekarforderungen als auch bei den Spar- und Anlagegeldern wuchs das Volumen deutlich über dem Marktdurchschnitt. Während im operativen Geschäft ein leicht höherer Ertrag erzielt werden konnte, kam es zu Wertkorrekturen bei den eigenen Wertschriftenanlagen. Die Verunsicherung im Zuge der Finanzmarktkrise führte dazu, dass die Migros Bank im vergangenen Geschäftsjahr eine starke Zunahme bei den Neukunden sowie beim Neugeldzufluss verzeichnete. 2008 eröffnete die Migros Bank sieben neue Niederlassungen. Bis 2010 sind zwölf weitere Neueröffnungen vorgesehen, womit die Zahl der Standorte auf 64 ansteigt. Die Migros Bank publiziert ihre Jahreszahlen am 19. Januar 2009.

## Gruppenumsatz

Der gesamte Gruppenumsatz der Migros-Gruppe inklusive Migros Bank nahm um 13,3 % auf CHF 25,724 Mrd. zu (Vorjahr CHF 22,697 Mrd.).

Die Bilanzmedienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) findet am 31. März 2009 in Zürich statt. Die einzelnen Gruppengesellschaften werden ihre Ergebnisse laufend in den nächsten Wochen publizieren.

Zürich, 16. Januar 2009

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

## Kontakt:

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

Urs Peter Naef, Mediensprecher MGB, Tel. 044 277 20 66,  
[urs-peter.naef@mgb.ch](mailto:urs-peter.naef@mgb.ch)

Monika Weibel, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 63,  
[monika.weibel@mgb.ch](mailto:monika.weibel@mgb.ch).

Martina Bosshard, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 2067,  
[martina.bosshard@mgb.ch](mailto:martina.bosshard@mgb.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100576246> abgerufen werden.