

31.03.2009 – 10:30 Uhr

Migros 2008: Rekordumsatz - drittbester Jahresgewinn

Zürich (ots) -

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

Das Geschäftsjahr 2008 der Migros-Gruppe ist geprägt von einem starken Umsatzwachstum und sehr guten operativen Ergebnissen. Der Gruppenertrag ist um 13,5% auf CHF 25,8 Mrd. gewachsen. Treiber dieses erfreulichen Resultats ist der Detailumsatz, der sich um 16,3% auf CHF 21,6 Mrd. erhöhte. Das operative Ergebnis (EBIT) der Migros-Gruppe legte um CHF 70 Mio. oder +6,7% zu. Dazu beigetragen haben im Wesentlichen der Genossenschaftliche Detailhandel und der Handel. Der Gruppengewinn ist mit CHF 701 Mio. der dritthöchste in der Migros-Geschichte. Die Investitionen wurden um 17,8% auf eine Rekordsumme von CHF 1'674 Mio. erhöht. In den kommenden drei Jahren wird die Migros in der Schweiz weitere CHF 5 Mrd. investieren. Per Ende Jahr waren insgesamt 84'096 Personen, davon 3'178 Lernende in über 40 verschiedenen Berufen beschäftigt.

Überdurchschnittliche Ertragsentwicklung

2008 verzeichnete die Migros-Gruppe ein Wachstum von 13,5%, womit sich der Gruppenumsatz um CHF 3,053 Mrd. auf CHF 25,750 Mrd. erhöhte. Operativ konnte die Migros ihr Betriebsergebnis (EBIT) gegenüber Vorjahr um 6,7% auf CHF 1,113 Mrd. steigern. Der Gruppengewinn beträgt trotz widriger Umstände an den Finanzmärkten CHF 701 Mio. (-12,5%). Das Eigenkapital erhöhte sich um 5,3% auf CHF 12,258 Mrd. Die Eigenkapitalquote beträgt inklusive Migros Bank 25,1%, ohne Migros Bank sind es 56,1%. Das Unternehmen ist kerngesund finanziert.

Anzahl Mitarbeitende

Der Personalbestand der konsolidierten Migros-Unternehmen hat 2008 um 1,7% oder 1'384 Personen auf 84'096 Mitarbeitende zugenommen. Der Anstieg ist vor allem auf die Personalentwicklung bei den Genossenschaften, der Industrie, beim Handel und bei der Migros Bank zurückzuführen.

Detailumsatz

Der Detailumsatz (inkl. Ausland) erhöhte sich 2008 um 16,3% auf CHF 21'557 Mio. (VJ CHF 18'535 Mio.). In diesem enthalten sind die Inland- und Auslandumsätze der zehn regionalen Genossenschaften, Denner, Magazine zum Globus, Interio, Office World, Ex Libris, LeShop, Migrol sowie andere Unternehmen. Der Detailumsatz ohne Migros Deutschland und Migros France lag bei +17,1%.

Genossenschaften: bestes Wachstum seit Jahren

In einem hart umkämpften Markt verzeichneten die zehn Genossenschaften inklusive der fünf Auslandsfilialen in Frankreich und Deutschland einen Umsatz von CHF 15,388 Mrd., was gegenüber dem Vorjahr ein Umsatzwachstum von CHF 730 Mio. (+5,0%) ausmacht. Besonders erfreulich war das Wachstum in den Supermärkten mit überdurchschnittlichen 5,7%. Der Nettoerlös in den Super-/Verbrauchermärkten und Fachmärkten betrug zusammen total CHF 13,5 Mrd. (+5,0%). Unter den Fachmärkten hat SportXX mit einem Wachstum von +6,2% am besten abgeschlossen. Im Möbel-Segment hat sich bereits eine zurückhaltende Konsumentenstimmung bemerkbar gemacht. Der Umsatz bei Micasa liegt mit einem Standort weniger bei -4,5% unter Vorjahr.

Die besonders guten Umsätze der Genossenschaften Aare, Neuchâtel/Fribourg, Wallis und Tessin sind nicht zuletzt auch der Carrefour-Übernahme durch den Migros-Hauptkonkurrenten zu verdanken. Die Migros konnte zahlreiche preissensible Carrefour-Kunden für sich

gewinnen.

Teuerung:

2008 führten Preiserhöhungen bei diversen Rohstoffen und eine zweimalige Erhöhung des Milchpreises zu einer Sortimentsteigerung von insgesamt 2%, während die durchschnittliche Inland-Teuerung bei 2,4% lag. Die Sortimente in den Migros-Fachmärkten wurden aufgrund der negativen Sortimentsteigerung im Schnitt um 1,7% günstiger.

Marktanteile:

Der Marktanteil der Migros-Gruppe liegt erstmals über 20% (20,5%). Die Zunahme betrug 2,2%, was in erster Linie auf das starke Wachstum der Denner-Gruppe von +8,3% zurückzuführen ist. Im Food-Bereich erhöhte sich der Marktanteil um +3,6% (von 25,0 auf 28,6%). Der Marktanteil im Non Food stieg nur leicht um +0,5 Prozentpunkte (von 12,4 auf 12,9%).

Label-Programme:

2008 hat die Migros für CHF 1,256 Mrd. (+10,8%) Produkte mit ökologischem und sozialem Mehrwert verkauft. Mit Ausnahme des Max Havelaar-Labels verzeichnen alle Label ein starkes Wachstum. Bio: +10,7%, MSC: +8%, TerraSuisse: +14,5%, Biobaumwolle: +12,8%, FSC: +2,5%. Max Havelaar war leicht rückläufig: -0,4 %.

Durch die Zusammenführung der beiden Label IP-Suisse und M7 zum neuen Label TerraSuisse hat die Migros 2008 ein Labelprogramm geschaffen, das durch einen ganzheitlichen Ansatz neue Massstäbe im nachhaltigen Detailhandelsangebot setzt.

Im Bereich Fisch hat sich die Migros verpflichtet, der schwindenden Artenvielfalt entgegenzuwirken und ist der WWF Seafood-Group beigetreten.

Sortimente:

Das M-Budget-Sortiment, das über 600 Artikel zählt, wurde 2008 erneut mit Preissenkungen im Umfang von CHF 25 Mio. verbilligt. Das Sortiment, das auf 400 Artikeln eine Tiefpreisgarantie abgibt, erzielte einen Umsatz von CHF 776 Mio. (+10%).

Sélection erfreut sich weiterhin steigender Beliebtheit. In den grösseren Filialen konnte das Sortiment nochmals stark zulegen. Sélection zählt inzwischen rund 350 Produkte. Der Umsatz wuchs um +4,7% auf CHF 45,7 Mio. gegenüber Vorjahr.

Anna's Best, die Marke für Convenience-Produkte, ist 2008 umsatzmässig um +44% auf CHF 259 Mio. gewachsen. Das Sortiment "Fresh & Quick" wurde in die Linie Anna's Best integriert.

Die Programm-Marke "Actilife, das gesunde Plus" konnte 2008 weiter ausgebaut werden. Mit rund 200 Produkten wurde in dieser Linie der Umsatz um +22% auf CHF 60,7 Mio. erhöht.

Vertriebsnetz:

Die Anzahl Migros-Standorte in der Schweiz hat sich 2008 auf 601 erhöht (VJ 589). Zu den wichtigsten Neueröffnungen zählen 2008 Bern Westside, der neue Obi-Baumarkt in Abtwil sowie zwei Outdoor-Filialen von SportXX. M-Electronics hat ebenfalls zwei weitere Fachmärkte eröffnet, während Do it + Garden zwei und Micasa einen Standort aufgegeben haben.

Verkaufsflächen:

Insgesamt wurde 2008 die Verkaufsfläche im Inland um 25'733 m² (+2,1 %) auf 1'251'115 m² erweitert. Die Flächenzunahme verteilt sich in etwa gleichmässig auf die beiden Vertriebskanäle Super-/Verbrauchermärkte und Fachmärkte. Die Flächenproduktivität konnte im Super-/Verbrauchermarkt auf sehr hohem Niveau nochmals deutlich erhöht werden und zwar um CHF 542 (+3,6%) auf CHF 15'490/m². Im Fachmarkt liegt der Wert leicht über Vorjahresniveau bei CHF 4'333/m². Total erhöhte sich die Flächenproduktivität pro gewichteten m² um +4,4%.

Migros-Gastronomie:

Auch die Migros-Gastronomie konnte 2008 zulegen. Sie steigerte den Umsatz um +3,2% auf CHF 680 Mio. Die neuen Restaurant-Formate Sessibon und Cha Cha wurden erfolgreich lanciert. Bei letzterem ist die Migros Franchisenehmerin. Für beide Formate sind weitere Standorte vorgesehen. Per Ende 2008 hat die Migros total 193 Restaurants betrieben (VJ 198).

Handel

Denner: Denner schaut mit einem Nettoumsatz von CHF 2'696 Mio. auf ein sehr erfolgreiches Jahr zurück. Das Wachstum lag bei +8,3%, was einer Veränderung von plus CHF 205,8 Mio. entspricht. Denner zählte 2008 433 Filialen (+1) und 313 Satelliten (+16).

Globus: Die Magazine zum Globus erhöhten ihren Nettoumsatz im vergangenen Jahr um 2,9% auf CHF 803,8 Mio. (+CHF 22,5 Mio.). In Bern wurden die Filialen Globus und Herren Globus umgebaut und wiedereröffnet, letztere mit einem neuen, erfolgreichen Konzept "Männerwelt" (alles für den Mann). In Bern Westside eröffnet Globus ihre 13. Filiale. Der Nettoumsatz von Herren Globus stieg um 4,2% auf CHF 74,6 Mio. (+ CHF 3 Mio.).

Interio: Das Geschäftsjahr 2008 war im Vergleich zum erfolgreichen Jahr 2007 rückläufig. Der Umsatz reduzierte sich um 3,0% auf CHF 278,9 Mio.

Office World: Office World, der Multichannel-Anbieter im Bürobereich, steigerte den Umsatz 2008 erneut um +4,1% (VJ +3,3%) auf CHF 110,5 Mio. Der Ausbau des Online-Geschäfts hat wiederum überdurchschnittlich zum Wachstum beigetragen.

LeShop.ch: LeShop ist auch 2008 rasant gewachsen. Erneut verzeichnet der Online-Shop ein erfreuliches Wachstum von +21.0% und erhöht damit den Umsatz auf CHF 111,8 Mio. Das Unternehmen gewann im vergangenen Jahr 39'400 Kunden hinzu. Im Durchschnitt gaben LeShop-Kunden bei einem Einkauf CHF 223 aus (+5%).

Ex Libris: Eine starke Wachstumsrate hatte auch Ex Libris. Der Umsatz stieg um +8,5% auf CHF 193,3 Mio. Ex Libris ist im Schweizer Markt Preisführer.

Migrol: Die stürmischen Zeiten an den Erdölmärkten haben bei Migrol Anfang Juli zu Rekordumsätzen geführt. Obwohl die Preise danach wieder gesunken sind, kann Migrol ein Umsatzwachstum von +21,3% auf CHF 1'974,6 Mio. verzeichnen. Beim Heizölverkauf stieg der Nettoumsatz um +41%, die abgesetzte Menge um +21%. Die Anzahl Tankstellen-Shops blieb 2008 mit 99 unverändert. Alle der Migrol zugeteilten Avec-Shops werden im laufenden Jahr in Migrolino-Shops umgewandelt. Der erste Migrolino startete im letzten November bei der Shell-Tankstelle in Stans.

Migros-Industrie

Die 15 Migros-Industriebetriebe im Inland haben 2008 trotz Druck an der Preisfront, dem starken Franken und ersten Anzeichen einer Rezession in den Exportmärkten den Nettoumsatz um CHF 385 Mio. auf CHF 5'018 Mio. gesteigert. Das entspricht einem erfolgreichem Wachstum von +8,3%. Die Nettoumsätze nach Vertriebskanälen teilen sich wie folgt auf: Export: +0,8% (in Lokalwährung +9%), Drittkunden Inland: +10.3%, Migros-Kanal: +8,7 %. Das gutes Wachstum mit Drittkunden in der Schweiz ist hauptsächlich dem Ausbau des Grossverbrauchergeschäftes zu verdanken.

Reisen

Hotelplan-Gruppe: 2008 musste die Hotelplan-Gruppe einen Umsatzverlust von CHF 50,4 Mio. (-2,5%) hinnehmen. Der Umsatz lag bei CHF 1'927,6 Mio. Hotelplan Schweiz und Travelhouse liegen unter Vorjahr. Der fehlende Umsatz ist aktuell auch auf den Verkauf von Belair zurückzuführen.

Finanzdienstleistungen

Migros Bank: Der Ertrag aus dem Finanzdienstleistungsgeschäft lag 2008 bei CHF 1'019,1 Mio (+2,7%). Das operative Ergebnis lag bei CHF

208 Mio. Trotz anspruchsvollem Umfeld konnte die Migros Bank im Kerngeschäft erneut Marktanteile gewinnen und die Erträge aus dem Kundengeschäft steigern. 2008 zählte die Migros Bank insgesamt 66'000 neue Kunden.

Ausblick 2009

Die Migros geht in ihren Plänen für das Jahr 2009 von einem Wachstum von +2% aus. Überdurchschnittlich wird das Convenience-Geschäft mit Migrolino wachsen sowie das Online-Geschäft. Mit rückläufigen Umsätzen rechnet die Migros im Reise- und im Möbelgeschäft aufgrund der Wirtschaftskrise. Die Migros wird in den nächsten drei Jahren 5 Mrd. Franken in Erneuerungen und Erweiterungen von grossen MMM investieren.

Zürich, 31. März 2009

Siehe Anhang:

- Detailumsatz 2008
- Netto-Umsatzentwicklung 2008 der zehn regionalen Migros-Genossenschaften

- 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
- * Monika Weibel, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 63
- * www.migros.ch/bilanz
- * E-Mail: media@migros.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100580436> abgerufen werden.