

29.03.2011 – 10:15 Uhr

## Migros 2010: auf gutem Kurs

Zürich (ots) -

Die Migros hat 2010 ihre führende Position im Schweizer Markt behauptet, dies trotz massiven Preisabschlägen, bescheidener Expansion und währungsbedingten Umsatzrückgängen im Reisegeschäft. So nahm der Gruppenumsatz um CHF 93,4 Mio. (+0.4%) auf total CHF 25,04 Mrd. zu. Der Detailumsatz erhöhte sich um 0.8% auf CHF 21,20 Mrd. (real +2.9%). Der EBIT der Migros-Gruppe beträgt CHF 1,176 Mrd., was gegenüber dem Vorjahr einem Wachstum von CHF 23,1 Mio. entspricht. Der Gruppengewinn erhöhte sich um CHF 5,3 Mio. auf CHF 851,6 Mio. Erneut investierte die Migros 2010 knapp CHF 1,5 Mrd. (+0.7%). Per Ende Jahr beschäftigte die Migros insgesamt 83'616 Personen, davon 3'328 Lernende (+2.0%) in über 40 verschiedenen Berufen. "2010 war für die Migros ein sehr gutes Jahr", freut sich Herbert Bolliger, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB). "Es ist uns gelungen, mit verschiedenen Innovationen, noch attraktiveren Sortimenten, massiven Preissenkungen, höheren Kundenfrequenzen, grösseren Abverkaufsmengen und konsequentem Kostenmanagement das bereits ausgezeichnete operative Ergebnis des Vorjahres sogar noch zu übertreffen."

Trotz der angespannten Wettbewerbssituation im Schweizer Detailhandel ist die Migros weiter gewachsen und hat ihre Preis-Leistungs-Führerschaft gefestigt. Dank Effizienzsteigerungen entlang der ganzen Wertschöpfungskette konnten die massiven Preissenkungen im Detailhandel finanziert werden. Spezielle Impulse setzte die Migros 2010 im Bereich der Online-Angebote, im Kundendialog und bei der Mobilität. Beispiele dafür sind der Ausbau von LeShop, die Einführung der Dialogplattform Migipedia oder der Start von m-way. Auch bezüglich Nachhaltigkeit engagierte sich die Migros tatkräftig. Wichtige Initiativen wurden im Bereich Klimaschutz und Biodiversität eingeleitet und umgesetzt. Für ihr soziales und ökologisches Engagement erhielt die Migros auch 2010 wieder diverse Auszeichnungen. Erstmals wurde sie auch zur stärksten Marke der Schweiz gewählt.

Ertragsentwicklung 2010 ist der Gruppenumsatz der Migros wieder auf über CHF 25 Mrd. angestiegen. Das Wachstum betrug CHF 93,4 Mio. (+0.4%). Das Ergebnis vor Finanzerfolg, Ertragssteuern und Vorsorgeeffekt (EBIT) erhöhte sich um 2.0% auf CHF 1'176,2 Mio. Die Verbesserung ist in erster Linie auf grössere Beiträge durch die Bereiche Finanzdienstleistungen sowie Industrie und Grosshandel zurückzuführen. Der Gruppengewinn erhöhte sich um CHF 5,3 Mio. auf CHF 851,6 Mio. (+0.6%). Das Eigenkapital nahm um CHF 930,6 Mio. auf CHF 14,294 Mrd. (+7.0%) zu. Die Eigenkapitalquote beträgt inklusive Migros Bank 27.3%, ohne Migros Bank sind es 62.1%.

Detailumsatz Der Detailumsatz (inkl. Ausland) erhöhte sich 2010 um +0.8% bzw. CHF +162,6 Mio. auf CHF 21,2 Mrd. Bei einer Minusteuerung von 2.1% (CHF -436 Mio.) entspricht dies einem realen Wachstum von +2.9%. Im Detailumsatz enthalten sind die Inland- und Auslandumsätze der zehn regionalen Genossenschaften, Denner, Magazine zum Globus, Interio, Office World, Ex Libris, LeShop und Migrol. Zu den Umsatzgewinnern zählen allen voran LeShop, Globus, Migrol und die Fachmärkte SportXX und Micasa. In der Schweiz betrug der Detailumsatz (ohne Migros Deutschland und Migros France) CHF 20,999 Mrd. (+0.8% bzw. CHF +165,4 Mio.).

Der Marktanteil der Migros-Gruppe konnte sich 2010 auf hohem Niveau halten und liegt 2010 bei 20.1% (VJ 20.4%). Im Food-Bereich nahm der Marktanteil um -0.8% leicht ab auf 27.3% und im Non-Food blieb er mit 13% unverändert. Sehr erfreulich entwickelten sich dabei die Fachmärkte mit einer Zunahme von +1.4%.

Investitionen Die Investitionen im 2010 betragen insgesamt CHF 1'490 Mio. (+0.7%). Bedeutende Investitionen erfolgten in den regionalen Genossenschaften. Investiert wurde auch im Handel mit CHF 171,3 Mio. und in der Industrie mit CHF 135,3 Mio. Damit ist und bleibt die Migros ein gewichtiger wirtschaftlicher Partner in der Schweiz und sichert Tausende von Arbeitsplätzen.

Mitarbeiter Der Personalbestand der konsolidierten Migros-Unternehmen hat 2010 um -0.2% oder 164 Personen auf 83'616 Mitarbeitende leicht abgenommen. Die Anzahl Lernende hat 2010 gegenüber Vorjahr um 64 Jugendliche auf 3'328 zugenommen. Im vergangenen Jahr haben 1'242 Lernende ihre Ausbildung begonnen.

Genossenschaftlicher Detailhandel Im hart umkämpften Markt hat sich der Umsatz der zehn Genossenschaften inklusive der sieben Auslandfilialen in Frankreich und Deutschland wegen zahlreichen Preissenkungen um -0.4% oder CHF 57,6 Mio. auf CHF 15,164 Mrd. verringert. Die zu Buche schlagenden Preisabschläge betragen 2010 wiederum über CHF 450 Mio. Real betrug das Wachstum somit +2.6%. Besonders erfreulich war das Wachstum in den Fachmärkten mit einem Nettoumsatz von CHF 1'696,0 Mio. (+0.7%). Mit einem positiven Wachstum schlossen Micasa ab mit +4,0%, SportXX mit +6,0% und Melectronics mit +0.6%. Einen Umsatzrückgang verzeichneten Do it + Garden mit -4.4% und mit Obi -0.9%.

Die zahlreichen Preissenkungen über das gesamte Sortiment führten zu einer Minusteuerung im genossenschaftlichen Detailhandel von 3%. Die Teuerung in der Schweiz (gemäss BfS) lag bei 0.7% (VJ -0.5%). Allein im Frischbereich senkte die Migros die Preise durchschnittlich um 3.6%, Fleisch und Geflügel waren im Durchschnitt 6.5% und Früchte und Gemüse 3.8% günstiger als im Vorjahr. Auch die Fachmärkte senkten die Preise durchschnittlich um nicht weniger als 3%.

2010 hat die Migros für CHF 2'149 Mio. (+6.5%) Produkte mit ökologischem und sozialem Mehrwert verkauft. Sämtliche nachhaltigen Labels verzeichneten ein positives Umsatzwachstum mit Ausnahme von TerraSuisse aufgrund massiver Preissenkungen. Wegen der Minusteuerung verringerte sich der Umsatz um CHF 43 Mio. bzw. 6% auf CHF 600 Mio. Ein erfreuliches Umsatzwachstum erreichten Produkte mit dem Bio-Label: CHF 407 Mio. (+14%). AdR erreichte einen Umsatz von CHF 746 Mio. (+7.3%), FSC CHF 173 Mio. (+22%), Max Havelaar CHF 82 Mio. (+4%), MSC CHF 50 Mio. (+31%) und Bio-Baumwolle

CHF 18 Mio. (+31%).

Das Label climatop der gleichnamigen, unabhängigen Organisation climatop kennzeichnete per Ende 2010 bereits 124 (VJ 119) klimafreundliche Produkte, mit denen wiederum ein Umsatz von CHF 35 Mio. erwirtschaftet wurde. Das Label Topten führte Ende Jahr 62 (VJ 36) besonders energiesparende Geräte. Mit diesen wurde ein Umsatz von CHF 39 Mio. (+159%) erzielt.

Energiesparen und Klimaschutz haben Tradition bei der Migros. 2010 konnte die Migros dank verschiedenen Massnahmen die CO<sub>2</sub>-Emissionen weiter senken. Gegenüber 2000 beträgt die Reduktion bereits -27% - zwei Jahre früher als geplant! Neu setzt die Migros seit 2010 als erste Detailhändlerin der Schweiz auf Glastüren bei Kühltruhen, womit sich der Stromverbrauch in einer Filiale bis zu 50% reduzieren lässt. Mit der Inbetriebnahme der 15. Photovoltaikanlage, der zweitgrössten der Schweiz, wurde die Migros Waadt mit dem Schweizer Solarpreis 2010 ausgezeichnet. Im UNO-Jahr der Biodiversität leistete die Migros einen besonderen Effort für die Vielfalt der Natur und unterstützte Hunderte IP-Suisse-Betriebe bei der Schaffung neuer Lebensräume. Auch auf den eigenen Firmengeländen sorgte die Migros 2010 für Biodiversität. Neben den bereits vier zertifizierten Unternehmen der Migros wurden im vergangenen Jahr vier weitere naturnahe Firmengelände geschaffen.

Bestnoten für ihre unternehmerische Leistung und für ihr soziales und ökologisches Engagement erhielt die Migros bei einer Reputationsumfrage von GfK Switzerland. Von 50 führenden Schweizer Unternehmen lag die Migros 2010 an der Spitze. Einen weiteren Spitzenplatz als beste Marke der Schweiz nahm die Migros gemäss der BrandAsset Valuator-Markenstudie 2010 ein. "Diese Auszeichnungen zeigen uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind, und spornen uns an, jeden Tag noch besser zu werden," so Herbert Bolliger.

Die Anzahl Migros-Standorte in der Schweiz hat sich 2010 auf 610 erhöht (VJ 604). Nennenswerte Neueröffnungen waren beispielsweise die erste Stand-alone-Filiale von Micasa in Etoy VD, zwei neue Fachmärkte (Micasa/SportXX) beim Centro Sant'Antonino sowie zwei neue MM-Märkte in Fribourg und La Chaux-de-Fonds. Gleichzeitig wurden 2010 diverse grosse Umbauten abgeschlossen. Speziell zu erwähnen ist hier die definitive Neueröffnung des Zentrums Länderpark in Stans, das sich nach einer ca. zweijährigen Umbauzeit in einem brandneuen Kleid präsentiert. Nach wie vor im Umbau befinden sich folgende grössere Zentren: Balaxert und Thun Oberland. Geschlossen wurden fünf kleinere Filialen, darunter eine, die als Migrolino weitergeführt wird und eine weitere, die nächstes Jahr nach einem grösseren Umbau neu eröffnet wird.

Die Verkaufsfläche im genossenschaftlichen Detailhandel nahm im vergangenen Jahr im Super-Verbrauchermarkt, in den Fachmärkten und in der Gastronomie um +27'142 m<sup>2</sup> (+2.1%) auf 1'293'204 m<sup>2</sup> (Vorjahr 1'266'062 m<sup>2</sup>). Die Flächenproduktivität in den Super-Verbrauchermärkten hat pro gewichteten Quadratmeter aufgrund der Flächenzunahme von +2.2% um -3.0% abgenommen auf CHF 14'490/m<sup>2</sup>.

Migros-Gastronomie Per Ende 2009 zählte die Migros-Gastronomie wie im Vorjahr total 190 Restaurants (183 Migros-Restaurants, 6 Gastrobetriebe in Freizeitparks und 1 Hotel). Der Umsatz erhöhte sich 2010 auf CHF 665 Mio. (+2.2%). Überdurchschnittlich zugelegt haben die Take-aways und der Catering Service.

Handel Das Geschäftsfeld Handel entwickelte sich 2010 sehr erfreulich. Der Ertrag wurde im Vergleich zum Vorjahr um +3.8% auf total CHF 6'092,9 Mio. (+223,2 Mio.) gesteigert. Strategisch wurden die Marktpositionen der einzelnen Unternehmen fast überall gestärkt.

Denner, als führender Schweizer Discounter, konnte seine Position im hartumkämpften Discountgeschäft halten und schloss das Jahr 2010 mit einem Nettoumsatz von CHF 2'783,7 Mio. ab. Das Wachstum lag bei +0.7% bei einer Minussteuerung von -2.1%.

Globus konnte seine Stellung als führender Premium-Anbieter in der Schweiz auch 2010 klar behaupten. Der Gesamtumsatz der Magazine zum Globus (inkl. Service-Center) nahm um CHF 22,6 Mio. (+2.8%) auf CHF 818,1 Mio. zu. Herren Globus konnte das Vorjahr gar um 8.3% übertreffen.

Interio durchschreitet eine Phase der konzeptionellen Neuausrichtung und Repositionierung. Der Umsatz verringerte sich 2010 nochmals um CHF 4,5 Mio. auf CHF 257,3 Mio. (-1.7%). Eine erfreuliche Bilanz zieht Interio hingegen aus der neuen Zusammenarbeit mit der Deutschen Gries Deco Company für Wohnaccessoires. Per Ende 2010 erhöhte sich die Anzahl DEPOT-Interio Boutiquen in der Schweiz auf 15 zu den bereits sechs bestehenden DEPOT-Boutiquen. In Deutschland, Österreich und in der Schweiz erhöhte sich die Anzahl Filialen seit Ende 2009 um rund 50 auf über 200 Filialen. Die DEPOT-Filialen in Deutschland und Österreich gehören Gries Deco Holding, an welcher die Migros eine Minderheitsbeteiligung von 49% hält.

LeShop setzte auch im vergangenen Jahr seine Wachstumsstrategie erfolgreich fort und konnte die Marktführerschaft signifikant ausbauen. Der Online-Pionier verkaufte für CHF 151,2 Mio. Lebensmittel und erzielte damit einen neuen Rekordumsatz. Das Wachstum betrug 15% oder rund CHF 20 Mio. 51% der verkauften Produkte sind Migros-Artikel zu Migros-Preisen. 2010 kamen wiederum über 38'100 Neukunden hinzu. Wichtigster Wachstumstreiber ist die Bestellmöglichkeit per Smartphone. Bereits jede 20. Bestellung erfolgt über ein mobiles Gerät.

Migrol erhöhte ihren Umsatz 2010 um CHF 139,9 Mio. (+8.9%) auf CHF 1'703,9 Mio. Davon beträgt der Umsatz mit Heizöl CHF 835,2 Mio. (+9.7%) und mit Benzin CHF 866,9 Mio. (+8%).

Migrolino, das Convenience-Shop-Geschäft, expandierte 2010 in hohem Tempo weiter. Per Ende Jahr waren insgesamt 160 Shops (+24) erfolgreich in Betrieb. Diese unterteilen sich wie folgt: 35 Migrolino Shops und Stand-alone, 73 Migrolino by Migrol, 52 Migrolino by Shell. Migrol-Tankstellenshops gab es 2010 noch insgesamt 69.

Ex Libris, der grösste Medienanbieter der Schweiz, konnte in einem äusserst kompetitiven Umfeld seine Leaderposition weiter stärken. Der Gesamtumsatz betrug CHF 190,5 Mio. (-1.4%). Ex Libris hat 2010 den sinkenden Euro-Kurs und die daraus resultierenden Preisvorteile stets 1:1 an seine Kunden weitergegeben. Die Minussteuerung betrug 7%.

m-way: Unter dem Namen m-way lancierte die Migros im vergangenen Jahr erfolgreich das erste Kompetenzzentrum für Elektromobilität. Im Oktober wurde der erste m-way-Shop in Zürich eröffnet, wo eine breite Palette von 2- und 4-Rad-Elektromobilen und umfassende Dienst- und Serviceleistungen rund ums Thema angeboten werden. Zwei weitere m-way-Shops sind für das Jahr 2011 geplant. Bei m-way steht nicht der Profit im Vordergrund, sondern die Überzeugung, dass einer ökologischen Mobilität die Zukunft gehört.

Migros-Industrie Die M-Industrie konnte 2010 einen weiteren Schritt hin zu einer leistungsstarken Schweizer Industriegruppe mit internationaler Ausrichtung realisieren. Zur Umsatzsteigerung von CHF 130 Mio. (+2.5%) auf CHF 5,316 Mrd. haben sowohl organisches Wachstum als auch Akquisitionen im Ausland beigetragen. Im Migros-Gruppengeschäft konnte der Umsatz trotz substanziellen Preisreduktionen um +0.8% auf CHF 4'254 Mio. gesteigert werden. Das Geschäft mit Schweizer Drittkunden konnte dank der Entwicklung in der Gastronomie um +7.3% auf CHF 587 Mio. zulegen. Auch das internationale Geschäft entwickelte sich mit einem Wachstum von +13.5% auf CHF 475 Mio. sehr erfreulich; der Anteil des Export- und Auslandgeschäfts betrug dabei 8.9%. Das stärkste Wachstum erfolgte im Geschäftsfeld mit Kosmetika, Wasch- und Reinigungsmitteln mit +12.2%. Ein wesentlicher Teil ist dabei auf die Akquisition von Hallam Beauty in England zurückzuführen. Auch der Bereich Getränke und Convenience-Produkte erfreute sich mit +9.9% eines hohen Wachstums, getrieben vor allem vom neuen Handelsgeschäft im Convenience-Bereich und von der Übernahme der vorarlbergischen Gastina. Die Industrie-Gruppe verfolgt auch in Zukunft eine Wachstumsstrategie - im Inland mit der Gastronomie und international mit dem konsequenten Ausbau der Aktivitäten in den Schlüsselmärkten.

Reisen Trotz schwierigem Umfeld erwirtschaftete die Hotelplan-Gruppe einen Umsatz von CHF 1'489,3 Mio. (-8.0% oder CHF -128,7 Mio.). Das operative Betriebsergebnis (EBIT vor Vorsorgeergebnis) beträgt CHF -12,3 Mio. (+53.8%). Der Umsatz und das Ergebnis waren stark geprägt von den negativen Währungseinflüssen sowie der Luftraumsperrung aufgrund der Vulkanasche im Frühling 2010.

Migros Bank Die Migros Bank hat ihren erfolgreichen Wachstumskurs im Jahr 2010 fortgesetzt. Der Bruttogewinn stieg um 23.9% auf CHF 315 Mio. Der Geschäftsertrag nahm um 3.7% zu und erreichte mit CHF 593 Mio. (VJ CHF 572 Mio.) den höchsten Wert der Firmengeschichte. Sehr erfreulich entwickelte sich zudem das Hypothekengeschäft. Die Ausleihungen erhöhten sich um CHF 1,2 Mrd. (+4.7%) auf CHF 28,985 Mrd. Trotz verstärktem Preiskampf bei den Hypotheken konnte die Migros Bank auch den Erfolg aus dem Zinsengeschäft um 3.4% auf CHF 474 Mio. (VJ CHF 458 Mio.) steigern. Die Kunden- und Spareinlagen nahmen um 4.8% auf CHF 24'801 Mio. zu.

Neue Kundenplattform Auf der 2010 neu lancierte digitalen Kundenplattform der Migros Migipedia wurden bereits zahlreiche wichtige Anregungen eingebracht. Auf Migipedia tauschen sich Kunden untereinander aus und stehen mit der Migros im Dialog. Bis heute haben sich über 20'000 Personen registriert.

Zürich, 29. März 2011

- Hinweis: Eine Tabelle "Detailumsatz" steht zum kostenlosen Download bereit unter: <http://www.presseportal.ch/de/story.htx?firmaid=100000968> -

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](http://www.migros.ch/bilanz)
- \* E-Mail: [media@migros.ch](mailto:media@migros.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100621892> abgerufen werden.