

28.03.2012 - 10:15 Uhr

## Migros 2011: Solide Leistung trotz schwierigem Umfeld

Zürich (ots) -

Die Migros-Gruppe hat sich 2011, in einem wirtschaftlich anspruchsvollen Jahr, gut behauptet. Trotz massiven Preisabschlägen, verstärktem Einkaufstourismus und währungsbedingten Umsatzrückgängen im Reisegeschäft konnte sich der Gruppenumsatz mit CHF 24,9 Mrd. nahezu auf Vorjahresniveau halten. Der Detailumsatz verringerte sich leicht um -0,7% auf CHF 21'058 Mio. Dies entspricht aufgrund der Minusteuerung von -2,8% einem realen Wachstum von +2,1%. Der EBIT der Migros-Gruppe reduzierte sich um CHF 197,2 Mio. auf CHF 979,0 Mio. Der Gruppengewinn beträgt CHF 659,3 Mio. Auch 2011 blieben die Investitionen in der Höhe von CHF 1'265,3 Mio. auf sehr hohem Niveau. Per Ende Jahr beschäftigte die Migros insgesamt 86'393 Personen davon 3'386 Lernende in über 40 verschiedenen Berufen. "Die Migros ist ein kerngesundes und profitables Unternehmen", bekräftigt Herbert Bolliger, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB). "Trotz grossen Herausforderungen auf allen Stufen der Wertschöpfungskette ist es uns gelungen, mit nachhaltigen Effizienzsteigerungen, Innovationen, massiven Preissenkungen und einem konsequenten Kostenmanagement ein solides operatives Ergebnis zu erzielen."

Trotz schwierigem Marktumfeld und einer weiterhin angespannten Wettbewerbssituation im Schweizer Detailhandel konnte die Migros 2011 ihre Preis-Leistungs-Führerschaft in einem rückläufigen Gesamtmarkt festigen. Über 6'000 Artikel des täglichen Bedarfs wurden permanent günstiger. Die Konsumentinnen und Konsumenten haben im vergangenen Jahr mengenmässig mehr eingekauft und auch die Kundenfrequenz lag über dem Vorjahr. Das Vertrauen der Kunden in die Migros zeigt sich aber auch durch die erfreulich hohe Nachfrage bei sozial- und umweltverträglich hergestellten Produkten. Der Umsatz mit Labelprodukten erhöhte sich total um +6,5% auf CHF 2,3 Mrd. Die Nachfrage nach Bio-Produkten stieg gar um +7,1%. Für ihr soziales und ökologisches und kulturelles Engagement erhielt die Migros 2011 wiederum verschiedene Auszeichnungen, darunter den Energy Globe Award, den wichtigsten internationalen Energiepreis.

Ertragsentwicklung 2011 konnte sich der Gruppenumsatz mit CHF 24,9 Mrd. nahezu auf Vorjahresniveau halten. Er reduzierte sich um CHF 181,5 Mio. (-0,7%). Das Ergebnis vor Finanzerfolg, Ertragssteuern und Vorsorgeeffekt (EBIT) beträgt CHF 979,0 Mio. (-16,8%), was eine Ertragsrendite von 3,9% ergibt (VJ 4,7%). Der EBIT-Rückgang (VJ CHF 1'176,2 Mio.) resultiert aus den substanziellen Preisabschlägen im genossenschaftlichen Detailhandel. Auch der Gruppengewinn reduzierte sich (-22,6%) auf CHF 659,3 Mio. (VJ CHF 851,6 Mio.). Das Eigenkapital nahm um CHF 584,4 Mio. auf CHF 14'878,4 Mio. (+4,1%) zu. Die Eigenkapitalquote beträgt inklusive Migros Bank 27,0%, ohne Migros Bank sind es 63,6%.

Detailumsatz Der Detailumsatz (inkl. Ausland) nahm 2011 um CHF 141,2 Mio. (-0,7%) leicht ab auf CHF 21'058,6 Mio. Bei einer Minusteuerung von 2,8% entspricht dies einem realen Wachstum von +2,1%. Im Detailumsatz enthalten sind im Wesentlichen die Inland- und Auslandumsätze der zehn regionalen Genossenschaften, Denner, Globus, Interio, Depot, Office World-Gruppe, Ex Libris, LeShop und Migrol. Zur Umsatzsteigerung haben 2011 v.a. die Office World-Gruppe (+19,3%) und Migrol (+3,7%) beigetragen. In der Schweiz betrug der Detailumsatz CHF 20'572,0 Mio. Der Umsatz im Ausland betrug CHF 486,6 Mio., v.a. durch Migros France, Migros Deutschland sowie Depot erwirtschaftet.

Der Marktanteil der Migros-Gruppe lag 2011 bei 19,9% (VJ 20,1%). Im Food-Bereich verzeichnete die Migros einen Marktanteil von 26,7% (VJ 27,3%). Der Verlust von -0,6% ist u.a. auf die massiven Preisabschläge zurückzuführen. Leicht zugenommen hat der Marktanteil Non Food mit +0,1% auf 13,1%, dies, obwohl der Schweizer Non Food-Markt 2011 mit -2,7% rückläufig war. (Quelle BAK, DHU)

Investitionen Die Investitionen im 2011 betragen insgesamt CHF 1'265,3 Mio. (-15,1%). Insbesondere in den Bereichen Handel und Industrie & Grosshandel wurden mit CHF 230 Mio. bzw. CHF 157 Mio. gegenüber dem Vorjahr deutlich mehr investiert. Der Grossteil der Investitionen liegt mit CHF 759 Mio. bei den Genossenschaften. Damit ist und bleibt die Migros eine gewichtige wirtschaftliche Partnerin in der Schweiz und sichert Tausende von Arbeitsplätzen.

Mitarbeiter Der Personalbestand der konsolidierten Migros-Unternehmen hat 2011 um +3,3% oder 2'777 Personen auf 86'393 Mitarbeitende zugenommen. Diese Zunahme ist vorwiegend durch Akquisitionen bedingt (u.a. Depot). Die Anzahl Lernende hat 2011 gegenüber dem Vorjahr um 58 Jugendliche auf 3'386 zugenommen.

Genossenschaftlicher Detailhandel Im hart umkämpften Markt hat sich der Umsatz der zehn Genossenschaften inklusive der sieben Auslandfilialen in Frankreich und Deutschland um -3,3% oder CHF -502,3 Mio. auf CHF 14'661,9 Mio. verringert. Im Inland erzielten die Genossenschaften einen Umsatz von CHF 14,5 Mrd. (-3,4% zu VJ). Die zu Buche schlagenden Preisabschläge auf über 6'250 Artikeln betragen 2011 rund CHF 600 Mio. Dies resultierte in einer Minusteuerung von -3,9%. Bereinigt entspricht das einem realen Wachstum von +0,5%. Die Jahresteuern in der Schweiz lag bei +0,2%.

Allein im Frischbereich senkte die Migros 2011 die Preise durchschnittlich um -4,4%. Früchte und Gemüse waren gar -9,8% günstiger als im Vorjahr.

Kumuliert beträgt die Minusteuerung der Migros in den letzten drei Jahren -8,0%. Das entspricht einer Investition von CHF 1,3 Mrd. in tiefere Preise. Dieser Wert liegt markant über demjenigen des Schweizer Marktes.

Auch die Fachmärkte senkten die Preise durchschnittlich um nicht weniger als -4,4%. Der Gesamtumsatz der Fachmärkte liegt 2011 bei CHF 1'654 Mio. (-3,8% oder CHF -66 Mio.). Die Umsätze der Fachmärkte lagen zwar im Minus, wobei SportXX mit -6,3%,

Melectronics mit -4.0%, und Micasa mit -0,6% besser als der Gesamtmarkt abschlossen. Do it + Garden verzeichnete einen Rückgang von -5,7%. Obi erhöhte den Umsatz um +0,8%.

2011 hat die Migros insgesamt für CHF 2'288 Mio. Produkte mit ökologischem und sozialem Mehrwert verkauft. Das entspricht einer Umsatzerhöhung von CHF 139 Mio. (+6,5%). Mit zwei Ausnahmen verzeichneten sämtliche nachhaltigen Label ein positives Umsatzwachstum: Aus der Region. Für die Region +4,8%, TerraSuisse +7,4%, Migros Bio +7,1%, Max Havelaar -1,7%, MSC +16,5%, Migros Bio Cotton +69,1%, FSC: -2,4%, topten +27,0% und climatop +10.0%.

Migros aha! +27,6%. Dieses Label kennzeichnet Produkte, die für Personen geeignet sind, die unter Allergien oder Intoleranzen leiden.

Energiesparen und Klimaschutz: 2011 konnte die Migros den Gesamtenergieverbrauch um -1,9% reduzieren, was u.a. auch auf den milden Winter des letzten Jahres zurückzuführen ist. Bei den Treibhausgasemissionen betrug die Reduktion im Vergleich zum Vorjahr -1,5%. Die Stromerzeugung aus Solaranlagen auf Migros-Dächern konnte um +26,8% erhöht werden.

Biodiversität: 2011 haben über 300 Migros-Mitarbeitende im Engadin und im Wallis einen freiwilligen WWF-Natureinsatz geleistet zur Erhaltung der Naturvielfalt.

Auszeichnungen: 2011 hat die Migros für ihr 30-jähriges Engagement im Energie- und Umweltbereich den wichtigsten internationalen Energiepreis, den Energy Globe Award, gewonnen. Im Bereich Ethik und Nachhaltigkeit wurde die Migros im vergangenen Jahr mit dem Ethikpreis der Hochschule für Technik und Wirtschaft Waadt ausgezeichnet. Und einmal mehr gab's Bestnoten für die Migros bei einer Reputationsumfrage von GfK Switzerland in den Bereichen soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit.

Die Anzahl Migros-Standorte in der Schweiz hat sich 2011 auf 623 erhöht (VJ 610). Zu den nennenswerten Neueröffnungen zählten das Panorama-Center Thun mit dem OBI-Baumarkt, das Zürisee-Center in Wädenswil und das Rossfeld-Center in Sierre. Zudem konnte an idealer Lage, in der Möbel-Meile in Dübendorf, ein neuer grosser Micasa-Fachmarkt eröffnet werden. Gleichzeitig wurden 2011 aber auch diverse grosse Umbauten abgeschlossen. Speziell zu erwähnen sind die Neueröffnungen des neuen Einkaufszentrums Winterthur-Rosenberg mit einer wesentlich grösseren Verkaufsfläche und der MMM Thun-Oberland. Nach einer mehrjährigen Umbauphase konnte 2011 auch das Marin-Center die Neueröffnung feiern.

Die Verkaufsfläche im genossenschaftlichen Detailhandel nahm im vergangenen Jahr im Super-/Verbrauchermarkt, in den Fachmärkten und in der Gastronomie um +39'193 m<sup>2</sup> (+3,0%) auf 1'332'397 m<sup>2</sup> zu (VJ 1'293'204 m<sup>2</sup>).

Der gewichtete durchschnittliche Umsatz pro m<sup>2</sup> betrug bei einer Minussteuerung von -3,9% im Super-/Verbrauchermarkt CHF 13'703/m<sup>2</sup> (-5,4%), in den Fachmärkten lag er bei CHF 4'220/m<sup>2</sup> (-4,7%).

Migros-Gastronomie Per Ende 2011 zählte die Migros-Gastronomie unverändert 189 Restaurants. Der Umsatz erhöhte sich auf CHF 685 Mio. (+0,3%). Überdurchschnittlich zugelegt haben die Take Aways mit +10% und der Catering Service mit +20%.

Handel Das Geschäftsfeld Handel entwickelte sich 2011 im schwierigen Marktumfeld und trotz Deflation erfreulich. Der Nettoumsatz erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um +5,8% auf total CHF 6'385,2 Mio. Das Jahr war geprägt durch Investitionen in die Ausweitung der Onlineaktivitäten, der Optimierung von Prozessen und der offensiven Expansion (Depot).

Denner konnte 2011 mit seinen 764 Standorten den Nettoumsatz von CHF 2'784,2 Mio. auf Vorjahresniveau halten. Das Wachstum lag real, bereinigt um den Teuerungseffekt, bei +1,7%. Damit konnte Denner seine führende Position als Schweizer Discounter erfolgreich verteidigen und sogar weiter ausbauen.

Globus konnte seine Position als führender Premium-Anbieter in der Schweiz auch 2011 klar bestätigen. Die Magazine zum Globus (Globus und Herren Globus) erreichten 2011 einen Nettoumsatz von CHF 788,1 Mio. (VJ CHF 818,1 Mio.). Bereinigt um nicht vergleichbare interne Serviceleistungen betrug der Umsatzrückgang -2%.

Interio: 2011 war für Interio das Jahr der Restrukturierung. Der Umsatz ging um -5,7% auf CHF 242,7 Mio. (VJ CHF 257,3 Mio.) zurück. Zukünftig wird sich Interio wieder auf das Kerngeschäft der Einrichtungshäuser konzentrieren. Das Boutiquegeschäft wird separat durch Depot weitergeführt.

Depot: Depot (Gries Deco Company) wurde 2011 in die Migros-Gruppe konsolidiert. Der Umsatz betrug CHF 265,3 Mio. (+36%). 2011 wurden 95 Filialen in Deutschland, Österreich und der Schweiz neu eröffnet und ca. 1'100 zusätzliche Mitarbeiter eingestellt (Mitarbeiterzahl total: über 4'000). Depot zählt europaweit zu den am stärksten wachsenden Einzelhandelsunternehmen.

LeShop erwirtschaftete im anspruchsvollen Marktumfeld einen Umsatz von CHF 149,5 Mio. (-1,1% oder CHF -1,7 Mio.) und stiess damit in die Gewinnzone vor. Das Wachstum wurde in der zweiten Jahreshälfte im schwierigen Gesamtmarkt gebremst. 49% der verkauften Produkte sind Migros-Artikel zu Migros-Preisen. 2011 kamen insgesamt über 30'800 Neukunden hinzu. Über 10% der Bestellungen laufen bereits via Smartphone und Tablets.

Migrol: Der Umsatz im Brenn- und Treibstoffhandel entwickelte sich erwartungsgemäss. Die Preisentwicklung an den Rohstoffmärkten führte zu einer Steigerung des Umsatzes auf CHF 1'766,7 Mio. (+3,7% oder CHF +62,8 Mio.).

Migrolino: 2011 setzte Migrolino ein äusserst anspruchsvolles Arbeitspensum erfolgreich um: die Inbetriebnahme eines neuen Kleinmengen-Logistikzentrums in Suhr, die Neueröffnung von 14 Standorten und die Verlagerung der gesamten Zentrale an den Standort Suhr. Zudem hat Migrolino die Führung aller Migrolino-Tankstellenshops von Migrol übernommen. Damit hat Migrolino 2011 die Weichen gestellt, führender Schweizer Convenience-Shop-Betreiber zu werden.

Ex Libris: Getrieben durch den Preiszerfall sank der Umsatz um CHF 21,8 Mio. (-11,4%) auf CHF 168,7 Mio. Ex Libris hat auch 2011 den schwachen Euro-Kurs und die daraus resultierenden Preisvorteile stets 1:1 an seine Kunden weitergegeben.

m-way: Seit 2011 ist m-way, das Kompetenzzentrum für Elektromobilität, ein eigenständiges Unternehmen des Migros-Genossenschafts-Bundes. Im vergangenen Jahr wurde ein zweiter Shop in St. Gallen und ein dritter in Genf eröffnet. Einen vierten Shop gibt's seit Mitte März dieses Jahres auch in Lausanne.

#### M-Industrie

Die M-Industrie hat sich in einem wirtschaftlich sehr schwierigen Umfeld sehr gut behauptet. Trotz deutlich sinkenden Preisen im Inland und turbulenter Währungssituation im Ausland konnte der Nettoumsatz von CHF 5,316 Mrd. um +0,3% auf CHF 5,333 Mrd. gesteigert werden. Bereinigt um die Minussteuerung und negative Fremdwährungseffekte lag das Wachstum bei +2,8 Prozent. Damit hat die M-Industrie Marktanteile gewonnen.

Das Geschäft mit der Migros-Gruppe war von substantiellen Preisreduktionen geprägt und schloss 0,9% unter dem Vorjahr ab. Weiterhin gut entwickelt hat sich das Grossverbrauchergeschäft, das um +6,8% auf CHF 627 Mio. zulegte. Der Umsatz im internationalen Geschäft wuchs währungsbereinigt deutlich um +15,0% (in CHF um +3,6%) auf CHF 492 Mio.

2011 hat die M-Industrie über CHF 150 Mio. in den Werkplatz Schweiz investiert. Ein Highlight war der Abschluss des Grossprojektes ELSAvernir der Elsa, in das die Migros in den letzten fünf Jahren gegen CHF 100 Mio. investierte. Elsa zählt heute zu den modernsten Milchverarbeitungsbetrieben Europas.

Reisen Die Hotelplan-Gruppe hat im Geschäftsjahr 2010/2011 einen Umsatz von CHF 1'390,7 Mio. erzielt. Dies entspricht einem Rückgang von -6,6% gegenüber Vorjahr. Politische Umwälzungen in Nordafrika, welche das umsatzstarke Geschäft nach Ägypten und Tunesien praktisch zum Erliegen brachten, Währungsschwankungen sowie Naturkatastrophen in Asien prägten das vergangene Geschäftsjahr. Obwohl sich die Anzahl der Reisegäste um +3,6% auf rund 1,308 Mio. Passagiere erhöhte, sind die Ergebnisse der Ländergesellschaften stark unterschiedlich. Im neuen Geschäftsjahr liegt der Fokus auf der bereits lancierten, tiefgreifenden Online- und Technologieoffensive, die zu einer Verbesserung der Ergebnisse beitragen wird.

Migros Bank Die stabile Ertragslage und die erzielten Einsparungen bei den Kosten führten zu einer weiteren Verbesserung der Gewinnzahlen. Der Bruttogewinn stieg um 1,0% auf CHF 318 Mio. Das Betriebsergebnis, welches zusätzlich die Abschreibungen und Wertberichtigungen umfasst, sank um 2,3% auf CHF 269 Mio. In einem anspruchsvollen Umfeld hat die Migros Bank das Hypothekarvolumen sowie den Bestand an Kundengeldern deutlich gesteigert. Die Hypothekarausleihungen der Migros Bank wuchsen im Geschäftsjahr 2011 um 5,9% oder CHF 1,5 Mrd. auf CHF 27,6 Mrd. Beim Privatkredit nahm das Volumen aufgrund der klaren Preisführerschaft um 28% auf CHF 1'030 Mio. zu.

Migipedia Die 2010 lancierte digitale Kundenplattform der Migros Migipedia hat sich 2011 erfolgreich weiterentwickelt. Wiederum wurden durch die User zahlreiche wichtige Anregungen eingebracht und Produktwünsche umgesetzt, u.a. beispielsweise das neue Blévita Gruyère. Seit der Lancierung von Migipedia haben sich über 25'000 Personen registriert und sind über 120'000 Produkt-Feedbacks eingegangen. Monatlich besuchen durchschnittlich rund 40'000 Besucher die Produkteplattform Migipedia.

Zürich, 28. März 2012

- Hinweis: Tabelle Detailhandel steht zum kostenlosen Download bereit unter: <http://www.presseportal.ch/de/story.htx?firmid=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/100000968/100715723> abgerufen werden.