

18.01.2013 – 10:00 Uhr

Migros 2012: Detailumsatz real um 2,3% gewachsen

Zürich (ots) -

Die Migros erzielte in einem schwierigen Marktumfeld und bei einer Negativsteuerung von -0,9% einen Detailumsatz von CHF 21,346 Mrd., was einem teuerungsbereinigten Wachstum von 2,3% entspricht. Die zehn Genossenschaften haben ihren Kunden erneut CHF 204 Mio. an Preisabschlägen weitergegeben. Trotz der Negativsteuerung von -1,4% und Umsatzverschiebungen konnte der Umsatz mit CHF 14,524 Mrd. knapp auf Vorjahr gehalten werden. Real betrug das Wachstum 1,0%. Überdurchschnittlich gewachsen sind die Umsätze mit nachhaltigen Produkten. Grösste Umsatztreiber waren die Bio-Produkte mit einem Wachstum von +9,1%. Das Jahr erfolgreich abgeschlossen haben auch Denner mit einem Plus von 1,8%, Migrol mit +7,4% und Depot mit +26,0%. Zugelegt hat 2012 auch die M-Industrie mit einem Plus von 1,7%.

Gruppenumsatz Der totale Ertrag der Migros-Gruppe erhöhte sich 2012 um CHF 167 Mio. (+0,7%) auf CHF 25,026 Mrd. (Vorjahr CHF 24,859 Mrd.).

Detailumsatz Der gesamte Detailumsatz (ohne Mehrwertsteuer) belief sich im letzten Jahr auf CHF 21,346 Mrd. (Vorjahr CHF 21,059 Mrd.), was einem nominalen Wachstum von +1,4% entspricht. Die Effekte aus der Negativsteuerung (-0,9%) auf den Detailumsatz betragen CHF -194 Mio. Teuerungsbereinigt liegt das Wachstum somit bei +2,3%. Der Detailumsatz setzt sich wie folgt zusammen: Genossenschaften In- und Ausland CHF 14'524 Mio. (-0,4% nach Berücksichtigung Sondereffekt Grosshandelsgeschäft), Denner CHF 2'833 Mio. (+1,8%), Migrol CHF 1'897 Mio. (+7,4%), Globus CHF 779 Mio. (-1,1%), Depot CHF 334 Mio. (+26,0%), Interio CHF 196 Mio. (-19,3%), Office World-Gruppe (OWiba) CHF 160 Mio. (+2,6%), Ex Libris CHF 154 Mio. (-8,9%), LeShop.ch CHF 150 Mio. (0,0%) sowie weitere Unternehmen (Migrolino AG, m-way AG, Probikeshop, Ryffel Running, Widmer AG) CHF 285 Mio.

Im Inland betrug der Detailumsatz CHF 20,778 Mrd. (Vorjahr CHF 20,573 Mrd.), was einem Plus von CHF 205 Mio. (+1,0%) entspricht. Der Detailumsatz im Ausland (Migros Deutschland und Frankreich, Gries Deco-Gruppe und Probikeshop) erhöhte sich 2012 auf insgesamt CHF 568 Mio. (+16,9% oder CHF +82 Mio.).

Genossenschaftlicher Detailhandel: Die zehn Migros-Genossenschaften haben 2012 im Inland einen Umsatz von CHF 14,322 Mrd. und im Ausland von CHF 202 Mio. (total CHF 14,524 Mrd.) erwirtschaftet. Bereinigt um den erwähnten Sondereffekt im Grosshandel (Verschiebung von CHF 78,4 Mio. von der Genossenschaft Migros Zürich zu Migrolino) ging der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr nominal um -0,4% zurück - bei einer Minusteuerung auf dem gesamten Sortiment von -1,4%. Real konnten die Migros-Genossenschaften ihre Umsätze 2012 im Kerngeschäft somit um +1,0% steigern.

Der Umsatz in den Super-/Verbrauchermärkten lag bei CHF 11,386 Mrd. (-0,6%). Bei einer Minusteuerung von -1,4% resultierte ein reales Wachstum von +0,8%. In den Fachmärkten (Micasa, SportXX, Melectronics, Do it + Garden und Obi) wurde ein Umsatz von CHF 1'370 Mio. (+1,8%) erzielt. Die Minusteuerung betrug hier -4,6%. Real konnten die Migros-Fachmärkte somit um +6,4% gegenüber Vorjahr zulegen.

Der durchschnittliche Umsatz pro Kassabon erhöhte sich 2012 in den Super-Verbrauchermärkten der Migros um +0,4% auf knapp CHF 33. In den Fachmärkten lag der Wert bei knapp CHF 55 (-0,3%).

Im Bereich Gastronomie konnte der Vorjahres-Umsatz wegen Umbauten und Schliessungen von Restaurants nicht ganz gehalten werden. Sehr erfreulich war die Umsatzentwicklung in den Take-aways.

Ausbau der Preis-Leistungsführerschaft: Die Genossenschaften nahmen 2012 im Durchschnitt Preissenkungen von -1,4% vor. Für die Kunden bedeutete dies Preisabschläge in der Höhe von insgesamt CHF 204 Mio., wovon über 2'000 Artikel betroffen waren. Die grössten Preissenkungen wurden mit -6,4% bei Melectronics und mit -4,9% bei Micasa vorgenommen.

Innovationen und Neuheiten: Speziell erfolgreich waren 2012 die Lancierung der Kaffeekapseln Café Royal, der Ausbau des Sortiments "Aus der Region. Für die Region" sowie der Eigenmarken Farmer und Bifidus. Von den Kunden geschätzt werden auch die Famigros-Angebote für Familien und die Einführung der "Subito"-Selfservice-Kassensysteme.

Positive Entwicklung bei Produkten mit nachhaltigem Mehrwert: 2012 konnten die Umsätze mit Label-Produkten deutlich erhöht werden. Grösste Umsatztreiber waren das Migros-Bio-Sortiment (+9,1%), Produkte mit dem FSC-Label (+19,2%) und Produkte aus nachhaltiger Fischerei mit dem MSC-Label (+12,2%). Ende 2012 waren in der Migros zudem 65% der Tafelschokoladen von Chocolat Frey UTZ-zertifiziert (Kakao aus nachhaltigem, sozial- und umweltverträglichem Anbau). Die besonders energieeffizienten Geräte mit dem Label Topten verzeichneten ein Umsatzwachstum von 24%.

Im Rahmen der Migros-Nachhaltigkeitsstrategie waren zum Thema "Nachhaltiger Konsum" 87 spezifische Programme mit 16 verbindlichen Versprechen der Migros an die Generation M (Generation von morgen) in Umsetzung.

Ausbau Verkaufsnetz und -flächen mit Fokus auf Nahversorgung Das Verkaufstellennetz der Migros umfasste per Ende letzten Jahres 631 Standorte, 8 mehr als im Vorjahr (siehe Tabelle im Anhang).

Die Verkaufsfläche für Super-/Verbrauchermärkte, Fachmärkte und Gastronomie nahm insgesamt um +12'341 m² auf 1'344'738 m² zu (+0,9%).

Bei der Weiterentwicklung des Verkaufsnetzes der Super-/Verbrauchermärkte stand die Verbesserung der Nahversorgung durch die Migros im Vordergrund. Weitere Ortschaften und Quartiere konnten mit einem Migros-Supermarkt erschlossen werden, z.B. in Frutigen, Hasle-Rüegsau, Oberriet, Ruswil, Luzern-Allmend, Zürich-Altstetten Bahnhof. In Zürich-Höngg wurde zudem der erste Bio-Supermarkt "Alnatura" eröffnet. Bei den Fachmärkten wurden die Center in Nyon und Martigny komplett neu gebaut. Im Glattzentrum (Wallisellen) wurde die erste Filiale von Melectronics mit dem neuen Ladenkonzept eröffnet.

Handel

Globus: Die Magazine zum Globus AG (Globus und Herren Globus) erreichten 2012 einen Nettoumsatz von total CHF 779 Mio., was einem Umsatzrückgang von -1,1% zum Vorjahr entspricht. Unter Berücksichtigung der um rund 1,6% gesunkenen Durchschnittsverkaufspreise und der negativen Jahresteuering liegt das Resultat 2012 über den Erwartungen.

Die Globus-Warenhäuser verzeichneten einen Umsatzrückgang von -0,8% und erzielten einen Nettoumsatz von CHF 704,6 Mio. Die Fachgeschäfte Herren Globus erwirtschafteten einen Nettoumsatz von CHF 74,3 Mio. (-4,9%).

Denner: 2012 konnte Denner sein Resultat wiederum verbessern und seine Position als grösster Discounter weiter stärken. Der Umsatz erhöhte sich um CHF 49 Mio. auf CHF 2'833 Mio., was einem Plus von 1,8% entspricht. Bereinigt um die Teuerungseffekte von 1,5% beträgt das reale Wachstum +3,3%. 2012 erweiterte Denner sein Filialnetz um 24 auf insgesamt 788 Standorte.

Online-Geschäft, LeShop.ch und weitere Anbieter: 2012 verkaufte LeShop für CHF 150 Mio. Lebensmittel und konnte somit das Resultat auf Vorjahresniveau halten. LeShop ist nach wie vor mit grossem Abstand der grösste Online-Food-Händler der Schweiz. 2012 war geprägt von zahlreichen Innovationen. Die Abholstellen LeShop.ch Drive und LeShop.ch Rail starteten gut und die neue iPad-App liess die Mobile-Anteile am Umsatz auf 23% ansteigen. Die Zahl der Neukunden stieg um 15% (+4'200 zum Vorjahr).

Gesamthaft konnte die Migros im E-Commerce-Geschäft ihre unbestrittene Position als Marktleaderin erneut ausbauen auf CHF 704,5 Mio. (+6,0%). Darin inbegriffen sind LeShop.ch, die Online-Aktivitäten der Hotelplan-Gruppe, das Online-Geschäft von Ex Libris, Office World, Migrol, Probikeshop sowie Micasa, SportXX und Melectronics.

Migrol: 2012 blieben die Preise (+4,4%) für fossile Rohstoffe weiterhin hoch. Das hat sich wiederum positiv auf den Umsatz ausgewirkt. Dieser erhöhte sich um CHF 130 Mio. auf CHF 1'897 Mio. (+7,4%).

Migrolino: Per Ende 2012 zählte Migrolino insgesamt 194 Standorte (+20) und erreichte einen Umsatz von CHF 224 Mio. (CHF 78,4 Mio. wurden von der Genossenschaft Zürich transferiert). Die Standorte sind wie folgt aufgeteilt: Standalones 43 (+4), Migrol-Migrolinos 84 (+3), Shell-Migrolinos 59 (+5) und Socar-Migrolinos 8 (+8).

Depot: Die Handelskette "Depot" (Gries Deco Company) zählte im Jahr 2012 erneut zu den wachstumsstärksten Non-Food Konzepten im europäischen Raum und konnte ihre Marktführerschaft im Bereich Wohnaccessoires weiter deutlich ausbauen. Der Gesamtumsatz verzeichnete einen Anstieg um 28% auf EUR 277 Mio. in den Ländern Deutschland, Schweiz und Österreich (währungsbereinigt für die Migros-Gruppe: CHF 334 Mio., +26%). Den 90 Shop-Neueröffnungen in 2012 sowie dem Launch eines Depot-Online-Shops in Deutschland, Österreich und der Schweiz trägt ein im selben Jahr errichtetes 150'000 m² grosses Logistikzentrum Rechnung, das Anfang 2013 eröffnet wird.

M-way: 2012 eröffnete M-way zu den drei bestehenden Standorten (Zürich, St. Gallen und Genf) vier weitere Filialen: in Lausanne, Bern Westside, Basel und Bern. Zudem wurde im Bern Westside der erste vollautomatische E-Bike-Tower der Schweiz eröffnet.

Industrie Die Eigenindustrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland 2012 weiter ausbauen. Sie erzielte einen Umsatz von CHF 5,426 Mrd. (Vorjahr CHF 5,333 Mrd.), was einem Plus von 1,7% entspricht. Eine separate Medienmitteilung folgt am 19. Februar 2013.

Hotelplan-Gruppe Der Umsatz der Hotelplan-Gruppe reduzierte sich 2012 um -13,5% oder CHF -188 Mio. auf CHF 1'203 Mio. (Vorjahr CHF 1'391 Mio.). Trotz des Groundings der Fluggesellschaft Hello und der politischen Auseinandersetzungen in Ägypten bestätigte Hotelplan Suisse den Turnaround für das Schweiz-Geschäft. Die schwachen Ergebnisse im Italien-Geschäft wirken sich jedoch negativ auf die Resultate der ganzen Hotelplan-Gruppe aus.

Migros Bank Die Migros Bank profitierte von einem starken Zufluss an Spareinlagen und konnte ihr Geschäftsvolumen deutlich steigern. Im Berichtsjahr 2012 wuchsen die Kundengelder um 7,4% auf CHF 29,4 Mrd. Ein hohes Wachstum verzeichneten auch die Hypotheken. Das Volumen der Hypothekarforderungen nahm um 5,5% auf CHF 29,1 Mrd. zu. Der Geschäftsertrag erhöhte sich um 0,4% auf CHF 593 Mio. und erreichte damit den höchsten Wert der Firmengeschichte. Der Bruttogewinn verzeichnete einen leichten Rückgang von 1,9% auf CHF 312 Mio.

Die Bilanzmedienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) findet am Dienstag, 9. April 2013, in Zürich statt.

Zürich, 18. Januar 2013

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

Monika Weibel, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 63,
monika.weibel@mgb.ch.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100731379> abgerufen werden.