

09.04.2013 - 10:15 Uhr

Migros 2012: Ein gutes Jahr

Zürich (ots) -

Die Migros-Gruppe hat sich 2012 in einem wirtschaftlich anspruchsvollen Jahr gut behauptet. Sie erzielte einen Ertrag von rund CHF 25 Mrd. (+0,6%). Der Detailumsatz erhöhte sich um +1,3% (real +2,2%) auf CHF 21,3 Mrd. Der EBIT der Migros-Gruppe nahm um CHF 6,6 Mio. auf CHF 985,6 Mio. zu. Um CHF 64,9 Mio. gestiegen ist auch der Gruppengewinn, der neu CHF 724,2 Mio. beträgt. Die Investitionen bewegten sich 2012 mit CHF 1'224,8 Mio. wiederum auf sehr hohem Niveau. Per Ende Jahr beschäftigte die Migros insgesamt 87'461 Personen, davon 3'358 Lernende in über 40 verschiedenen Berufen. "Wir haben ein erfreuliches Resultat erwirtschaftet, trotz massiven Preisabschlägen, anhaltendem Einkaufstourismus und einem rückläufigen Umsatz im Reisegeschäft", freut sich Herbert Bolliger, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB).

2012 war für die Migros trotz angespannter Konsumentenstimmung ein gutes Jahr. Breit angelegte Kundenbefragungen zeigen, dass die Konsumenten mit der Produktauswahl, den Dienstleistungen und dem Preis-Leistungs-Verhältnis der Migros sehr zufrieden sind. Das grosse Vertrauen der Kunden in die Migros drückt sich auch durch die erneut gestiegene Nachfrage bei sozial und ökologisch hergestellten Produkten aus. Das Wachstum mit Labelprodukten betrug +14,3%.

Besonders geschätzt werden auch die zahlreichen Innovationen wie etwa der im März lancierte Online-Familienclub "famigros", der schon Ende Jahr über 230'000 Mitglieder zählte. Im Juni wurde der "Orange Garten" in Rüslikon mit multimedialem Pavillon eröffnet. Im gleichen Monat lancierte die Migros kompatible Kaffeekapseln unter dem Namen "Café Royal" für Nespresso-Maschinen. Im August entstand in Zürich der erste Bio-Supermarkt von Alnatura. Im November wurde das Migros Museum für Gegenwartskunst in Zürich neu eröffnet. Darüber hinaus hat die Migros für die Generation von morgen eine Kampagne lanciert, die unter dem Namen "Generation M" läuft. Generation M fasst das Engagement in den Bereichen Gesundheit, Konsum, Mitarbeitende, Umwelt und Gesellschaft zusammen. Bis Ende 2012 hat die Migros über 40 Versprechen mit verbindlichen Zielen abgegeben und informiert regelmässig über den Stand der Umsetzung.

2012 wurde die Migros mit zahlreichen renommierten Preisen ausgezeichnet, unter anderem dem World Star Award und dem Swiss Star Easyfairs Green Packaging Award für die Entwicklung von nachhaltig-innovativen Verpackungslösungen der Mibelle (Nachfülltigel für I am Gesichtscremen). Den Swiss Logistics Award erhielt die Migros für die Entwicklung einer innovativen Logistiksoftware, die der Ermittlung optimaler Transportrouten dient. In Sachen Umweltschutz ist die Migros gemäss einer europaweiten Umfrage von "Reader's Digest" weiterhin die glaubwürdigste Marke der Schweiz. Und gemäss GfK-BusinessReflector ist die Migros das Schweizer Unternehmen mit der besten Reputation.

Migros-Gruppe

Gute Ertrags- und Gewinnentwicklung 2012 erhöhte sich der Ertrag (Gruppenumsatz) um CHF 140,0 Mio. auf CHF 24'998,8 Mio. (+0,6%). Das Ergebnis vor Finanzerfolg, Ertragssteuern (EBIT) beträgt CHF 985,6 Mio.* (+0,7%), was wiederum eine Ertragsrendite von 3,9% ergibt (VJ 3,9%). Dieses gute Ergebnis ist die Folge einer stabilen Bruttomarge im genossenschaftlichen Detailhandel, von Effizienzsteigerungsprogrammen, aber auch eines stärkeren Grosshandelsgeschäfts. Der Gruppengewinn nahm um CHF 64,9 Mio. (+9,8%) auf CHF 724,2 Mio.* (VJ CHF 659,3 Mio.) zu. Das Eigenkapital erhöhte sich um CHF 1'043,9 Mio. auf CHF 15'922,3 Mio. (+7,0%). Die Eigenkapitalquote beträgt inklusive Migros Bank 27,4%, ohne Migros Bank sind es 63,8%. * vor Vorsorgeeffekt

Investitionen

Die Investitionen hielten sich auch 2012 auf sehr hohem Niveau und betrugen insgesamt CHF 1'224,8 Mio. (-3,2%). Bedeutende Investitionen erfolgten im Bereich genossenschaftlicher Detailhandel. Im Geschäftsbereich Handel wurde mit CHF 193,9 Mio. und im Bereich Industrie und Grosshandel mit CHF 127,6 Mio. gegenüber dem Vorjahr etwas weniger investiert.

Mitarbeitende

Der Personalbestand der konsolidierten Migros-Unternehmen hat 2012 um +1,2% oder 1'068 Personen auf 87'461 Mitarbeitende zugenommen. Dieses Wachstum war bedingt durch die erstmalige Konsolidierung der Cash + Carry Angehörn AG und die Expansion bei der Gries Deco-Gruppe sowie den Ausbau in einzelnen Unternehmen der Migros-Gruppe. Die Anzahl Lernende hat 2012 gegenüber dem Vorjahr um 28 Jugendliche auf 3'358 leicht abgenommen. 62% der Lernenden fanden nach Abschluss ihrer Berufsbildung eine Weiterbeschäftigung in der Migros-Gruppe.

Detailumsatz real +2,2%

Der Detailumsatz (inkl. Ausland) erhöhte sich 2012 um CHF 275,3 Mio. (+1,3%) auf CHF 21'333,9 Mio. Die Effekte aus der Negativsteuerung (-0,9%) auf den Detailhandel betragen CHF -194 Mio. Teuerungsbereinigt liegt das Wachstum somit bei +2,2%. Im Detailumsatz enthalten sind die Inland- und Auslandumsätze der zehn regionalen Genossenschaften, Denner, Globus, Interio, Depot, Office World-Gruppe (OWiba), Ex Libris, LeShop, Migrol, Migrolino AG sowie weitere Unternehmen (m-way AG, Probikeshop, Ryffel Running und Widmer AG). Zur Umsatzsteigerung beigetragen haben 2012 vor allem Denner (+1,7%), Migrol (+6,5%), Depot (Gries Deco-Gruppe; +25,4%) und Office World-Gruppe (+2,6%). In der Schweiz betrug der Detailumsatz CHF 20'765,2 Mio. Der Detailumsatz im Ausland, erwirtschaftet durch Migros Deutschland, Migros France und Gries Deco-Gruppe,

erhöhte sich um CHF 82,1 Mio. auf CHF 568,7 Mio. (Vorjahr CHF 486,6 Mio.). Gemessen am Detailhandelsvolumen BAK von insgesamt CHF 97 Mrd. betrug der Marktanteil 2012 19,8% (VJ 19,9%).

Genossenschaftlicher Detailhandel

Umsatzwachstum real +1,0 Prozent

Im hart umkämpften Markt sowie im anhaltenden Einkaufstourismus ins grenznahe Ausland hat sich der Umsatz der zehn Genossenschaften inklusive der sieben Auslandsfilialen in Frankreich und Deutschland um -0,9% oder CHF -137,9 Mio. auf CHF 14'524,0 Mio. verringert. Im Inland erzielten die Genossenschaften einen Umsatz von CHF 14'322,5 Mio. (CHF -135,1 Mio. oder -0,9%). Bereinigt um den Sondereffekt im Grosshandel (Verschiebung von CHF 78,4 Mio. von der Genossenschaft Migros Zürich zu Migrolino) betrug der Umsatzrückgang nominal zum Vorjahr -0,4%. Unter Berücksichtigung der durchschnittlichen Minusteuerung von -1,4%, verursacht durch Preisabschläge in der Höhe von CHF 204 Mio. auf über 2'000 Artikeln, ergibt sich jedoch ein reales Umsatzwachstum von +1,0%. Die grössten Preissenkungen fanden in den Fachmärkten Melectronics (-6,4%) und Micasa (-4,9%) statt. Die Jahreststeuerung in der Schweiz lag bei -0,7%.

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

Nachhaltigkeit

Umsatzwachstum mit Labelprodukten +14,3% 2012 hat die Migros das beträchtliche Sortiment an Labelprodukten, die einen besonderen ökologischen oder sozialen Mehrwert bieten, weiter ausgebaut. Der Gesamtumsatz mit Labelprodukten erhöhte sich 2012 um CHF 326 Mio. oder +14,3% auf CHF 2'614 Mio. (Vorjahr CHF 2'288 Mio.).

Ein besonders erfreuliches Wachstum verzeichneten Produkte mit dem Bio-Label: CHF 474 Mio. (+9,0%). Steigende Umsätze erzielten auch die Label TerraSuisse CHF 659 Mio. (+2,2%), FSC CHF 200 Mio. (+18,9%), Max Havelaar CHF 84 (+4,4%), MSC/ASC CHF 65 Mio. (+12,9%), Bio Cotton CHF 33 Mio. (+8,5%), Bio Garden CHF 2 Mio. (+80,3%) und Topten CHF 67 Mio. (+35,8%). UTZ-zertifizierte Produkte (vor allem Kaffee und Schokolade) erreichten einen Umsatz von CHF 202 Mio. Mit dem Label "Aus der Region. Für die Region." wurde ein Umsatz von CHF 791 Mio. (+1,2%) erwirtschaftet. Einzig die Produkte mit dem CO₂-Label von Climatop verzeichneten einen Umsatzrückgang von -5,5% (Umsatz CHF 36 Mio.).

Energiesparen und Klimaschutz

2012 konnte die Migros den Gesamtenergieverbrauch um -0,6% reduzieren. Bei den Treibhausgasemissionen betrug die Reduktion im Vergleich zum Vorjahr -3'000 Tonnen CO₂-Äquivalente. Zwischen 2000 und 2012 gelang es der Migros, im Brenn- und Treibstoffbereich CO₂-Reduktionen im Umfang von 29,5% zu erreichen. 2012 gingen vier neue Solaranlagen auf Migros-Dächern in Betrieb - unter anderem die grösste Photovoltaikanlage des Kantons Tessin. Damit befinden sich insgesamt 24 Photovoltaikanlagen auf Migros-Gebäuden im Einsatz. Sie produzieren jährlich rund 4'400 MWh Strom, was einem Stromverbrauch von rund 1'050 Einfamilienhäusern entspricht.

Verkaufsnetz der Super-/Verbrauchermarkte Migros

Die Anzahl Migros-Standorte in der Schweiz hat sich 2012 auf 631 erhöht (VJ 623).

Die Verkaufsfläche für Super-/Verbrauchermarkte, Fachmärkte und Gastronomie nahm insgesamt um +12'341 m² auf 1'344'738 m² zu (+0,9%). Bei der Weiterentwicklung des Verkaufsnetzes der Super-/Verbrauchermarkte stand die Verbesserung der Nahversorgung durch die Migros im Vordergrund. In Zürich-Höngg wurde zudem der erste Bio-Supermarkt von "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.

Migros-Gastronomie

Im Bereich Gastronomie konnte der Vorjahresumsatz wegen Umbauten und vorübergehenden Schliessungen von Restaurants nicht ganz gehalten werden. Sehr erfreulich war die Umsatzentwicklung bei den Take-aways und den externen Personal-/Studentenrestaurants. Die Anzahl der Standorte erhöhte sich 2012 von 189 auf 191.

Handel

Wachstum +6,0% Im anspruchsvollen Marktumfeld, bei deflatorischer Preisentwicklung und forciertem internationalem Wettbewerb konnte das Departement Handel im Jahr 2012 mit 13'483 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von CHF 6'769,2 Mio. und ein Wachstum von 6,0% (VJ +5,8%) erzielen.

Denner: Der führende Schweizer Discounter konnte zum dritten Mal in Folge eine erfolgreiche Umsatzentwicklung ausweisen. Gegenüber Vorjahr erhöhte sich der Umsatz 2012 um +1,7% auf CHF 2'832,8 Mio. Bereinigt um die Teuerungseffekte von 1,5% beträgt das reale Wachstum +3,3%. Das Filialnetz erhöhte sich um 24 auf 788 Standorte. (Detaillierte Informationen zur Hotelplan-Gruppe 2012 finden Sie in der Medienmitteilung vom 15.1.2013.)

Globus: Das führende Premium-Warenhaus der Schweiz konnte seine starke Position wiederum bestätigen. Die Magazine zum Globus AG (Globus und Herren Globus) erreichten 2012 einen Nettoumsatz von CHF 778,9 Mio. (VJ CHF 788,1 Mio.). (Detaillierte Informationen zur Globus-Gruppe 2012 finden Sie in der Medienmitteilung vom 16.1.2013)

Interio: Der Umsatzrückgang bei Interio von CHF -46,6 Mio. auf CHF 196,1 Mio. (-19,2%) ist unter anderem eine Folge der

Übertragung der Depot Wohngalerien und Boutiquen auf die Depot Schweiz AG.

Depot: Die Handelskette Depot (Gries Deco-Gruppe) zählte 2012 erneut zu den wachstumsstärksten Non-Food-Konzepten im europäischen Raum und konnte ihre Marktführerschaft im Bereich Wohnaccessoires weiter ausbauen. Der Gesamtumsatz in den Ländern Deutschland, Schweiz und Österreich beträgt währungsbereinigt CHF 332,7 Mio. (+25,4%). Insgesamt wurden 90 Shops neu eröffnet sowie ein Online-Shop lanciert. Auch wird ein 150'000 m² grosses Logistikzentrum in Niedernberg (DE) gebaut, das in den nächsten Monaten in Betrieb gehen wird.

LeShop: Nach schwierigen Entwicklungen im ersten Halbjahr konnte LeShop 2012 den Umsatz mit CHF 149,5 Mio. auf Vorjahresniveau halten. Das Jahr war geprägt von zahlreichen Innovationen wie den Abholstellen LeShop.ch DRIVE in Studen und RAIL in den Hauptbahnhöfen Zürich und Lausanne. Mit der neuen iPad-App konnte LeShop den Mobile-Anteil am Umsatz um 23% steigern. Die Zahl der Neukunden erhöhte sich um 15% (+4'200) gegenüber Vorjahr. (Detaillierte Informationen zur Hotelplan-Gruppe 2012 finden Sie in der Medienmitteilung vom 4.1.2013.)

Migrol: Der Umsatz im Brenn- und Treibstoffhandel entwickelte sich erwartungsgemäss. Die Preisentwicklung an den Rohstoffmärkten führte zu einer weiteren Steigerung des Umsatzes auf CHF 1'881,6 Mio. (+6,5% oder CHF +114,9 Mio.).

Migrolino: 2012 erzielte Migrolino einen Umsatz von CHF 224,3 Mio. (CHF 78,4 Mio. wurden von der Genossenschaft Migros Zürich transferiert.) Die Zahl der Migrolino-Shops erhöhte sich um 20 auf 194. Mit der aserbaidjanischen Socar wurde 2012 ein weiterer Masterfranchisepartner für Migrolino gewonnen. Bis Ende 2013 werden somit rund 55 weitere Shops hinzukommen.

Ex Libris: Der grösste Medienanbieter der Schweiz hat seine Position in einem insgesamt stark rückläufigen Markt weiter ausgebaut. Während sich das Online-Geschäft mit einer Zunahme von 5,2% erfreulich entwickelte, blieb das stationäre Geschäft anspruchsvoll. Das Ergebnis der Filialen drückte auch 2012 auf den Gesamtumsatz von CHF 153,8 Mio. (-8,8%). Flächenbereinigt durch den Wegfall von sechs Filialen entspricht der Wachstumsrückgang -6,7%. (Detaillierte Informationen zu Ex Libris 2012 finden Sie in der Medienmitteilung vom 7.2.2013.)

m-way: Seit 2011 ist m-way, das Kompetenzzentrum für Elektromobilität, ein eigenständiges Unternehmen des Migros-Genossenschafts-Bundes. 2012 wurde das Filialnetz auf sieben Standorte erweitert.

OWiba: Mit einem Gesamtumsatz von CHF 160,2 Mio. (+2,6%) entwickelte sich OWiba (Office World und iba) erfolgreich zum integrierten Online-Dienstleister. Im Zuge dieser Neuausrichtung zum Multi-Channel-Anbieter wurde die Tramondi Büro AG als Ergänzung zu iba im Bereich Managed-Print-Services übernommen.

Onlinehandel

Online-Handel M-Gruppe +6,0% Gesamthaft konnte die Migros im E-Commerce-Geschäft erneut ihre unbestrittene Position als Marktleader auf CHF 704,5 Mio. (+6,0%) ausbauen. 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. Im August 2012 übernahm die Migros eine Minderheitsbeteiligung von 30% an der Galaxus AG mit ihren Online-Shops digitec.ch und galaxus.ch.

M-Industrie

Die M-Industrie konnte in einem schwierigen Umfeld ihre Marktstellung im In- und Ausland weiter ausbauen. Sie ist 2012 real um 3,4% gewachsen. Trotz einer Negativsteuerung von 1,8% konnte der Umsatz um 1,6% auf CHF 5'419,8 Mio. (Vorjahr CHF 5'333,2 Mio.) gesteigert werden. Hauptwachstumstreiber war die erstmalige Konsolidierung der per 1. Juli 2012 mehrheitlich übernommenen Cash + Carry Angehrn AG. Mit dieser Übernahme und den Marktanteilsgewinnen konnte der Umsatz im Grossverbrauchergeschäft auf CHF 776,5 Mio. (Vorjahr CHF 626,6 Mio.) markant gesteigert werden. Ende 2012 beschäftigte die M-Industrie über 11'000 Mitarbeitende (+400 zum Vorjahr).

Das Geschäft mit der Migros-Gruppe war von substanziellen Preisreduktionen geprägt und schloss 0,5% unter Vorjahr ab. Die Umsätze mit Denner, LeShop und Migrolino konnten hingegen deutlich um über 15% gesteigert werden.

Im internationalen Geschäft wurden in einem sehr schwierigen Marktumfeld Portfoliobereinigungen und Preiserhöhungen umgesetzt. Trotzdem belief sich der Umsatz mit CHF 478,0 Mio. praktisch auf Vorjahresniveau. (Detaillierte Informationen zur M-Industrie 2012 finden Sie in der Medienmitteilung vom 19. 2.2013.)

Reisen

Die gesamte Hotelplan-Gruppe erreichte einen verrechneten Umsatz von CHF 1'517,7 Mio. Dies entspricht einem Minus von 9,7% gegenüber Vorjahr. Hauptgründe für das negative Ergebnis waren der markante Umsatzrückgang und die damit verbundenen massiven strukturellen Anpassungen in Italien, die durch alle anderen Geschäftseinheiten nicht kompensiert werden konnten. Hotelplan Suisse hingegen konnte trotz Umsatzrückgang und Konkurs von Hello Airlines einen hohen operativen Gewinn von CHF 17,3 Mio. erwirtschaften. Der verrechnete Umsatz nahm um -5,9% oder CHF 53,4 Mio. auf CHF 844,6 Mio. ab. (Detaillierte Informationen zur Hotelplan-Gruppe 2012 finden Sie in der Medienmitteilung vom 1.3.2013.)

Migros Bank

In einem anspruchsvollen Umfeld gelang es der Migros Bank, 2012 den Geschäftsertrag um 0,4% auf CHF 593 Mio. zu verbessern. Das entspricht dem höchsten Wert der Firmengeschichte. Im vergangenen Jahr profitierte die Migros Bank von einem starken Zustrom an Spareinlagen. Der gesamte Bestand der Kundengelder erhöhte sich um CHF 2,0 Mrd. oder 7,4% auf CHF 29,4 Mrd. Das entspricht dem zweithöchsten bisher verzeichneten Anstieg. Seit Ausbruch der Finanzkrise gewann die Migros Bank neue

Kundengelder in der Höhe von CHF 7,6 Mrd. Auch das Volumen der Hypotheken nahm 2012 um 8,3% auf CHF 29,9 Mrd. zu. Damit bleibt die Migros Bank weiterhin auf Wachstumskurs. (Detaillierte Informationen zur Migros Bank 2012 finden Sie in der Medienmitteilung vom 17.1.2013.)

Kundenkontakte

Ein etablierter Kanal ist die M-Infoline, die im vergangenen Jahr rund 167'000 Kundenkontakte zählte. Zu einem äusserst beliebten Webangebot hat sich Migipedia entwickelt: Die Kundenplattform zählt rund 30'000 Mitglieder. Diese können sich zu über 13'000 Produkten äussern und Anregungen einbringen.

Auf der Webplattform der 2012 generierten Nachhaltigkeitskampagne "Generation M" kann sich das Publikum an der Kampagne aktiv beteiligen und eigene Nachhaltigkeitsversprechen abgeben. 2012 beteiligten über 50'000 Teilnehmer an diesem Dialog.

Zürich, 9. April 2013

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/100000968/100735890> abgerufen werden.