

15.01.2014 – 14:00 Uhr

Migros-Gruppe 2013: Detailumsatz um 7,2 Prozent gewachsen

Zürich (ots) -

Die Migros wächst kontinuierlich weiter: 2013 verzeichnete die gesamte Gruppe ein sehr erfreuliches Umsatzwachstum von 6,9 Prozent und erwirtschaftete insgesamt CHF 26,7 Milliarden. Der Detailumsatz stieg nominal um 7,2 Prozent auf CHF 22,9 Milliarden. Darin enthalten sind erstmals die Umsätze der Tegut-Gruppe, die seit dem 1. Januar 2013 zur Migros gehört. Ohne Tegut betrug die Zunahme ebenfalls sehr erfreuliche 1,6 Prozent. Im Online-Bereich bleibt die Migros-Gruppe Marktleader mit einem Gesamtumsatz von CHF 932 Millionen. Im Genossenschaftlichen Detailhandel konnte die Migros 2013 ihre Umsätze um 9,1 Prozent auf CHF 15,8 Milliarden erhöhen. Erstmals erreichten die zehn Migros-Genossenschaften mit nachhaltigen Produkten einen Umsatz von über CHF 2 Milliarden. "Hinter den Zahlen steckt eine sehr gute Gesamtleistung. Wir haben trotz starker Konkurrenz und tieferen Preisen in fast allen Bereichen eine gesunde Wachstumsdynamik. In den letzten Jahren haben wir die richtigen strategischen Pflöcke eingeschlagen, indem wir sowohl das Online- wie auch das stationäre Geschäft vorantreiben, die Lebensmittelsicherheit laufend erhöhen, mit unserem sozialen und ökologischen Engagement die Qualität pflegen und wenn immer möglich die Preise senken", freut sich Migros-Chef Herbert Bolliger.

Gruppenumsatz

Der gesamte Ertrag der Migros-Gruppe erhöhte sich 2013 um CHF 1,727 Mrd. (+6,9%) auf CHF 26,726 Mrd. (Vorjahr CHF 24,999 Mrd.). Erstmals enthalten ist der Umsatz der Tegut-Gruppe, die seit dem 1. Januar 2013 zur Migros-Gruppe gehört. Ohne Berücksichtigung der Akquisition von Tegut und CCA Angehörn betrug das Wachstum 1,5%.

Detailumsatz

Der gesamte Detailumsatz (ohne Mehrwertsteuer) belief sich auf CHF 22,870 Mrd. (Vorjahr CHF 21,334 Mrd.), was einem nominalen Wachstum von 7,2 % entspricht (inkl Tegut). Ohne Tegut betrug die Zunahme 1,6 Prozent. Die Negativsteuerung war -0,2 %.

Der Detailumsatz setzt sich wie folgt zusammen: Genossenschaften In- und Ausland CHF 15,842 Mrd. (+ 9,1%, Umsatz Tegut enthalten. Tegut erzielte an 280 Standorten in Deutschland CHF 1,201 Mrd. Umsatz), Denner CHF 2'875 Mio. (+1,5%), Migrol CHF 1'863 Mio. (-1%), Globus CHF 797 Mio. (+2,4%), Depot CHF 424 Mio. (+27,5%), Interio CHF 170 Mio. (-13,1%), Office-World-Gruppe (OWiba) CHF 176 Mio. (+9,7%), Ex Libris CHF 142 Mio. (-7,7%), LeShop.ch CHF 158 Mio. (+5,8%), Migrolino CHF 302 Mio. (+34,5%) sowie weitere Unternehmen (m-way AG, Probikeshop, Ryffel Running, Widmer AG) CHF 79 Mio. (+25,5%).

Im Inland betrug der Detailumsatz CHF 21,030 Mrd. (Vorjahr CHF 20,765 Mrd.), was einem Plus von CHF 264 Mio. (+1,3%) entspricht. Der Detailumsatz im Ausland (Migros Deutschland und Frankreich, Gries Deco-Gruppe, Probikeshop und Tegut-Gruppe) erhöhte sich 2013 auf insgesamt CHF 1,841 Mrd. (+223,7% oder CHF 1,272 Mrd.). Ohne Tegut-Gruppe betrug das Auslandswachstum 12,5%.

Genossenschaftlicher Detailhandel

Im Kerngeschäft Genossenschaftlicher Detailhandel konnte die Migros 2013 ihre Umsätze um 9,1% auf CHF 15,842 Mrd. erhöhen. Ohne die Umsätze der Tegut-Gruppe, deren Ergebnis in diesem Jahr erstmals konsolidiert ausgewiesen wird, stieg der Umsatz der zehn Migros-Genossenschaften 2013 in einem anspruchsvollen Marktumfeld um 0,8% (In- und Ausland).

Kontinuierlicher Ausbau der Preis-Leistungs-Führerschaft Der Umsatz in den Super-/Verbrauchermärkten im Inland lag bei CHF 11,523 Mrd. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um +1,3%. Bei einer Minusteuerung von -0,1% resultierte ein reales Wachstum von +1,4%. In den fünf Fachmärkten (Micasa, SportXX, Melectronics, Do it + Garden, OBI) erzielten die Migros-Genossenschaften 2013 einen Umsatz von CHF 1,344 Mrd. (-2,0%). Bei einer Minusteuerung von -3,6% konnten die Migros-Fachmärkte im Vergleich zum Vorjahr real um +1,6% zulegen. Die grössten Preissenkungen wurden bei Micasa (-5,4%), Melectronics (-3,8%) und Kosmetikprodukten (-2,7%) vorgenommen. Sehr erfreulich entwickelten sich 2013 die für die Migros charakteristischen Eigenmarken (insbesondere Sun Queen, Blévita, Optigal und Aproz) sowie die Produkte "Aus der Region. Für die Region." Ein überdurchschnittliches Wachstum verzeichnete auch das Sortiment mit dem aha!-Label (+28,3%). Dabei handelt es sich um Produkte für Personen mit Allergien oder Intoleranzen.

Erstmals über 2 Milliarden Franken Umsatz mit nachhaltigen Labeln Die Migros konnte 2013 den Umsatz mit nachhaltigen Sortimenten wiederum markant steigern. Insgesamt wurden für CHF 2,01 Mrd. Produkte mit einem sozialen und ökologischen Mehrwert verkauft. Grösste Wachstumstreiber waren das UTZ-Label für Produkte aus sozial- und umweltverträglichem Anbau (+59,3%), das Label Max Havelaar für Produkte aus fairem Handel (+17,1%), Produkte aus nachhaltiger Fischerei und Fischzucht mit den Labeln MSC und ASC (+16,9%) sowie das Migros-Bio-Sortiment (+9,1%). Inzwischen sind das Schokoladensortiment der Marke Frey und das Migros-Ice-Tea-Sortiment komplett auf UTZ umgestellt. 2013 führte die Migros als weltweit erste Detailhändlerin MSC-zertifizierten rosa Thunfisch ein. Zudem stellte sie das entsprechende Eigenmarken-Sortiment auf die nachhaltige Angelruten-Fangmethode um. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie der Migros waren zum Thema "Nachhaltiger Konsum" 59 spezifische Programme mit 21 verbindlichen Versprechen an die Generation M in Umsetzung.

Höhere Flächenproduktivität und gesteigerter Umsatz pro Einkauf Die Flächenproduktivität im Inland (gewichteter

durchschnittlicher Umsatz pro m²) betrug in den Super-/Verbrauchermärkten CHF 13550/m² (+0,9%, bei einer Minusteuerung von 0,1%), in den Fachmärkten CHF 4010/m² (-1,1% bei einer Minusteuerung von -3.6%). Der durchschnittliche Umsatz pro Kassabon erhöhte sich 2013 in den Super-/Verbrauchermärkten um +2,3% auf CHF 33.80. In den Fachmärkten lag der Wert bei CHF 55.50 (+1.3%).

Ausbau von Verkaufnetz und Verkaufsfläche Das Verkaufstellennetz der Migros umfasste Ende 2013 insgesamt 639 Standorte, 8 mehr als im Vorjahr. 17 neue Migros-Standorte wurden eröffnet, 9 Ersatzneubauten erstellt und 4 grössere Um- und Erweiterungsbauten vorgenommen. Die Verkaufsfläche für Super-/Verbrauchermärkte, Fachmärkte und Gastronomie nahm insgesamt um +3'926m² zu (+0,3%).

Die Migros eröffnete 2013 in zahlreichen Gemeinden und Städten neue Läden, die Produkte für den täglichen Bedarf führen (z.B. Mellingen AG, Sempach LU, Ecublens VD, Taverner TI). Zudem kamen in Regensdorf und Zug zwei Alnatura-Bio-Supermärkte hinzu, mit denen die Migros ihre Kompetenz im Bio-Bereich weiter ausbaute. Auch kamen zu den 16 bestehenden 5 neue Kleinfilialen hinzu, die unter dem Namen Voi geführt werden.

Gastronomie knapp auf Vorjahr

Die Gastronomie hat trotz hart umkämpftem Markt die Vorjahreswerte knapp gehalten. Die Migros Restaurants konnten jedoch leicht zulegen. Die Migros Take Away Betriebe haben 2013 kein Wachstum erzielen können und verlieren gegenüber dem Vorjahr leicht. Erfreulich entwickelten sich die Geschäftsfelder Catering Services und Gemeinschaftsgastronomie. Insgesamt belief sich der Umsatz der Migros-Gastronomie auf CHF 657 Mio. (-0,2%).

Handel

Globus: Die Magazine zum Globus AG (Globus und Herren Globus) erreichten 2013 einen sehr erfreulichen Nettoumsatz von CHF 797 Mio. (+2,4%). Bei den Globus-Warenhäusern erzielte insbesondere das Flagship der Romandie in Genf (Rue du Rhône) ein überdurchschnittliches Wachstum. Auch die Shoppingcenterfilialen Westside, Balxert und Marin entwickelten sich positiv.

Denner: Zum vierten Mal in Folge konnte Denner 2013 sein Resultat verbessern und die Position als führender Discounter stärken. Der Nettoumsatz erhöhte sich um CHF 42 Mio. auf CHF 2'875 Mio., was einem Plus von +1,5% entspricht. Die Negativsteuerung von -0,4% zeigt, dass Denner auch im vergangenen Jahr die Preise gesenkt hat. Das reale Wachstum beläuft sich somit auf +1,9%. 2013 umfasste das Filialnetz von Denner insgesamt 791 Standorte. 23 neue Filialen kamen hinzu, 20 wurden geschlossen.

Migrol: Trotz einer Minusteuerung von -4,1% auf Brenn- und Treibstoffen gelang es Migrol, den Umsatz mit CHF 1,863 Mrd. (-CHF 19 Mio. oder -1%) gegenüber dem Vorjahr knapp zu halten. Die Absatzmenge erhöhte sich um 3,2%.

Migrolino: Das hohe Expansionstempo setzte Migrolino auch im vergangenen Jahr fort. Es konnten 49 neue Shops eröffnet werden. Somit zählt Migrolino per Ende 2013 insgesamt 243 Standorte. Der Nettoumsatz belief sich auf CHF 302 Mio. (+34,5%).

Depot: Die Handelskette Depot (Gries Deco Company) zählte im Jahr 2013 erneut zu den wachstumsstärksten Non-Food-Konzepten im europäischen Raum und konnte ihre Marktführerschaft im Bereich Wohnaccessoires wiederum deutlich ausbauen. Der Gesamtumsatz verzeichnete einen Anstieg um 24,8% auf EUR 345 Mio. (währungsbereinigt für die Migros-Gruppe: CHF 424 Mio., +27,5%). 2013 wurde ein 150'000 m² grosses Logistikzentrum eröffnet. Neu zählt das Filialnetz 420 Standorte (inkl. Partner) in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Online-Geschäft

Im E-Commerce-Geschäft konnte die Migros ihre unbestrittene Position als Marktleader erneut ausbauen. Der gesamte Online-Umsatz betrug CHF 932 Mio. Das klassische E-Commerce-Geschäft macht CHF 741 Mio. aus (+5,1%). Darin enthalten sind LeShop.ch, die Online-Aktivitäten der Hotelplan-Gruppe, das Online-Geschäft von Ex Libris, Office-World-Gruppe, Migrol, Probikeshop, Micasa, SportXX, Melectronics, Denner, Frey, Delica und Gries Deco. Online-Bestellungen im Grosshandelsgeschäft erzielten einen Umsatz von CHF 191 Mio.

LeShop.ch: 2013 verkaufte LeShop.ch für CHF 158 Mio. Lebensmittel und konnte somit das Resultat vom Vorjahr um CHF 8 Mio. steigern. LeShop ist nach wie vor mit Abstand der grösste Online-Food-Händler der Schweiz.

Industrie

Die M-Industrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland 2013 weiter ausbauen. Sie erzielte einen Umsatz von CHF 5,762 Mrd. (Vorjahr CHF 5,420 Mrd.), was einem Plus von 6,3% entspricht. Erstmals sind die gesamten Umsätze der per 1. Juli 2012 mehrheitlich übernommenen CCA Angehrn sowie die Umsätze der Bergsenn AG enthalten. Ohne CCA Angehrn und Bergsenn betrug das organische Wachstum erfreuliche 3,4%. Eine separate Medienmitteilung folgt am 18. Februar 2014.

Hotelplan-Gruppe

Der Umsatz Hotelplan Group reduzierte sich im Geschäftsjahr 2013 um -6,1% auf CHF 1'130 Mio. (2012: CHF 1'203 Mio.). Dieser Rückgang ist hauptsächlich auf die Geschäftsbereinigungen in Italien und Russland zurückzuführen. Sehr erfreulich entwickelte sich das Skiferien-Geschäft aus England. Interhome und Travelwindow konnten die Vorjahresumsätze leicht übertreffen. Einen Dämpfer musste Hotelplan Suisse hinnehmen, der Umsatz der Badeferien sank aufgrund des Hello-Konkurses und der Ägypten-Krise.

Migros Bank

Die Migros Bank hat das Geschäftsvolumen und den Ertrag im Jahr 2013 erneut gesteigert. Insbesondere profitierte sie von einem weiterhin kräftigen Zustrom an Spareinlagen und einem Aufschwung im Wertschriftengeschäft. Auch das Wachstum bei den Hypotheken schwächte sich im Vergleich zum Vorjahr nur leicht ab. Die Zahl der Niederlassungen stieg um 2 auf 65. Die Migros Bank präsentiert das detaillierte Jahresergebnis an ihrer Bilanz-Medienkonferenz vom Freitag, 17. Januar 2014, in Zürich.

Die Bilanz-Medienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) findet am Mittwoch, 2. April 2014, in Zürich statt.

Kontakt:

Monica Glisenti, Leiterin Corporate Communications MGB, Tel. 044 277
20 64, monica.glisenti@mgb.ch
Urs Peter Naef, Mediensprecher MGB, Tel. 044 277 20 66,
urs-peter.naef@mgb.ch
Martina Bosshard, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 67,
martina.bosshard@mgb.ch.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100749813> abgerufen werden.