

02.04.2014 - 10:15 Uhr

Migros 2013: dynamisches Wachstum - Gewinn an Marktanteilen - weltweit bestes Engagement für Nachhaltigkeit

Zürich (ots) -

Zusammenfassung

Die Migros-Gruppe hat sich 2013 in einem anspruchsvollen Marktumfeld sehr gut behauptet und Marktanteile gewonnen. Der Ertrag erhöhte sich um 7% auf CHF 26,7 Mrd. Der Detailumsatz stieg nominal um 7,2% (ohne Tegut-Gruppe um +1,6%) auf CHF 22,9 Mrd. Der EBIT der Migros-Gruppe wuchs um CHF 58,3 Mio. auf CHF 1'043,9 Mio. (+5,9%). Erneut zugenommen hat auch der Gruppengewinn um CHF 46,7 Mio. (+6,4%) auf CHF 770,9 Mio. Die Investitionen bewegten sich 2013 mit CHF 1'324,2 Mio. (+8,1%) wiederum auf sehr hohem Niveau. Per Ende Jahr beschäftigte die Migros insgesamt 94'276 Personen (+7,8%), davon 3'495 Lernende (+5%). Generation M, das soziale, ökologische und kulturelle Engagement der Migros, wurde von einer internationalen Jury als weltweit beste Nachhaltigkeitsinitiative ausgezeichnet.

Herbert Bolliger, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB), zum erfolgreichen Jahr 2013: "Es ist uns wiederum gelungen, die einzigartige Erfolgsgeschichte der Migros weiterzuschreiben. Wir können sowohl mit den kommerziellen Resultaten als auch mit dem Erfolg unserer gesellschaftlichen Aktivitäten äusserst zufrieden sein. Mit unserer Cross-Channel-Strategie haben wir die führende Rolle im E-Commerce weiter ausgebaut und mit Generation M unser Engagement als nachhaltigster Detailhändler verstärkt. Dank dem Dialog über die sozialen Medien wie Migipedia oder Facebook haben die Kunden zusammen mit der Migros-Industrie erneut etliche Produkte entwickelt und erfolgreich im Markt etabliert. Die Migros bleibt somit ein kerngesundes, innovatives und profitables Unternehmen, das bei der Schweizer Bevölkerung grösstes Vertrauen genießt."

Highlights aus dem Jahr 2013

2013 jährte sich Gottlieb Duttweilers Geburtstag zum 125. Mal. Im Orangen Garten in Rüschlikon machte die Migros Teile ihres umfangreichen Duttweiler-Archivs erstmals der Öffentlichkeit zugänglich. Auch die Post würdigte das Schaffen des Migros-Gründers mit einer Sonderbriefmarke. Die Migros-Tochter Globus übernahm das Modehaus Schild und wurde durch den Schulterchluss die Nummer eins im mittleren und gehobenen Bekleidungsmarkt. In Neuendorf nahm die Migros das leistungsstärkste Solarkraftwerk der Schweiz in Betrieb. Mit der Minimania versetzte die Migros die ganze Schweiz erneut ins Sammelfieber. Die beliebten Migros-Eigenmarken im Miniformat zählten zu den bis anhin begehrtesten Sammelobjekten. Im Rahmen der 2012 lancierten Kampagne Generation M hat die Migros im vergangenen Jahr elf neue verbindliche Versprechen abgegeben, so etwa das Versprechen, bis 2020 die hohen Schweizer Tierwohl-Standards auch bei allen Produkten aus dem Ausland einzuführen.

2013 wurde die Migros wiederum mit renommierten Preisen ausgezeichnet: In einer gross angelegten Umfrage von Brand Asset Valuator führte die Migros das Ranking für die stärkste Marke der Schweiz an. Am World Retail Congress in Paris wurde die Kampagne "Generation M" als weltweit beste Nachhaltigkeitsinitiative gewürdigt. Bei einer repräsentativen Umfrage erhielt die Migros die Auszeichnung Retailer of the Year im Bereich Lebensmittel.

Migros-Gruppe

Ertrags- und Gewinnentwicklung

2013 erhöhte sich der Ertrag (Gruppenumsatz) um CHF 1'738,2 Mio. auf CHF 26'737 Mio. (+7,0%). Das Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) beträgt CHF 1'043,9 Mio.* (+5,9%), was wiederum eine Ertragsrendite von 3,9% ergibt (VJ 3,9%). Die Verbesserung resultiert einerseits aus dem Umsatzwachstum und der stabilen Bruttomarge im Genossenschaftlichen Detailhandel und andererseits aus den Geschäftsbereichen Handel und Reisen. Der Gruppengewinn nahm um CHF 46,7 Mio. (+6,4%) auf CHF 770,9 Mio.* (VJ CHF 724,2 Mio.) zu. Das Eigenkapital erhöhte sich um CHF 721,1 Mio. auf CHF 15'969,1 Mio. (+4,7%). Die Eigenkapitalquote beträgt inklusive Migros Bank 27,2%, ohne Migros Bank sind es 65,1%. * vor Vorsorgeeffekt

Investitionen

Die Investitionen hielten sich auch 2013 auf sehr hohem Niveau und betragen insgesamt CHF 1'324,2 Mio. (+8,1%), (VJ CHF 1'224,8 Mio.). Bedeutende Investitionen erfolgten vor allem in den Bereichen Genossenschaftlicher Detailhandel, Industrie und Grosshandel, die mit CHF 941,8 Mio. bzw. CHF 163,5 Mio. gegenüber Vorjahr deutlich höher lagen.

Mitarbeitende

Der Personalbestand der konsolidierten Migros-Unternehmen hat 2013 um +7,8% oder 6'815 Personen auf 94'276 Mitarbeitende zugenommen. Die Zunahme (VJ 87'461) ist hauptsächlich auf die Konsolidierung der Tegut-Gruppe sowie auf den Ausbau in einzelnen Unternehmen der Migros-Gruppe zurückzuführen. In der Schweiz beschäftigte die Migros insgesamt 81'456 Personen. Die Anzahl Lernende hat 2013 gegenüber Vorjahr um 137 Jugendliche auf 3'495 deutlich zugenommen. 63,7% der Lernenden fanden nach Abschluss ihrer Berufsbildung eine Weiterbeschäftigung in der Migros-Gruppe.

Detailumsatz

Der Detailumsatz ohne Mehrwertsteuer (inkl. Ausland) erhöhte sich 2013 um CHF 1'533,2 Mio. (nominal +7,2%) auf CHF 22'867,1 Mio. (VJ CHF 21'333,9 Mio.). Darin enthalten sind erstmals die Umsätze der Tegut-Gruppe, die seit dem 1.1.2013 zur Migros-Gruppe gehört. Ohne Tegut betrug die Zunahme +1,6%. Der Effekt aus der Negativsteuerung auf den Detailumsatz beträgt rund CHF -50 Mio. Teuerungsbereinigt liegt das Wachstum bei +7,4% (statt +7,2%). Im Detailumsatz enthalten sind die In- und Auslandumsätze der zehn regionalen Genossenschaften, Denner, Globus, Interio, Depot, Office World-Gruppe (OWiBa), Ex Libris, LeShop, Migrolino und Migrol sowie weitere Unternehmen. Zur Umsatzsteigerung beigetragen haben 2013 vor allem Denner (+1,4%), Magazine zum Globus (+2,4%), LeShop (+5,8%), Depot (Gries Deco-Gruppe inkl. Depot Schweiz konsolidiert) (+26,9%), Office World-Gruppe (+9,7%) und Migrolino (+34,5%).

In der Schweiz betrug der Detailumsatz CHF 21'031,6 Mio. (VJ CHF 20'765,2 Mio.), was einem Plus von 1,3% entspricht. Der Detailumsatz im Ausland, erwirtschaftet durch Migros Deutschland, Migros France, Gries Deco-Gruppe, Probikeshop und neu Tegut-Gruppe, erhöhte sich um CHF 1'266,8 Mio. auf CHF 1'835,5 Mio. (VJ CHF 568,7 Mio.) oder um +222,8%. Ohne Tegut beträgt das Auslandwachstum +11,6%. 2013 konnte die Migros-Gruppe, gemäss BAK-Analyse, ihren Marktanteil* um 0,2% auf 20% erhöhen. *basierend auf nominalen Detailhandelsumsätzen ohne Treibstoffe in der Schweiz

Genossenschaftlicher Detailhandel

Umsatzwachstum im In- und Ausland

Im Kerngeschäft Genossenschaftlicher Detailhandel konnte die Migros 2013 ihre Umsätze nominal um +9,1% auf insgesamt CHF 15'844,3 Mio. erhöhen (VJ CHF 14'524,0 Mio.). 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 akquisitionsbereinigt um +0,8%. Im Ausland erwirtschafteten die Genossenschaften einen Umsatz von insgesamt CHF 1'381,6 Mio. (Migros Deutschland CHF 39,6 Mio., Migros France CHF 140,9 Mio., Tegut-Gruppe CHF 1'201,1 Mio.). Im Genossenschaftlichen Detailhandel beträgt der Marktanteil 2013 15,0% (Vorjahr 14,9%).

Im Inland betrug der genossenschaftliche Umsatz CHF 14,463 Mrd. (VJ CHF 14,323 Mrd.), was einem Wachstum von 1% entspricht. Bei einer Minussteuerung von 0,1% bzw. Preisabschlägen von CHF -14 Mio. beträgt das reale Wachstum im Inland +1,1%. Die grössten Preisreduktionen wurden 2013 bei Micasa (-5,4%), Melectronics (-3,8%) und Kosmetikprodukten (-2,7%) vorgenommen. Der Umsatz in den Super-/Verbrauchermärkten im Inland lag bei CHF 11'524 Mio. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber Vorjahr von +1,3%. Bei einer Minussteuerung von 0,1% resultierte ein reales Wachstum von +1,4%. In den fünf Fachmärkten (Micasa, Melectronics, SportXX, Do it + Garden und Obi) erzielten die Genossenschaften einen Umsatz von total CHF 1'344 Mio. (-2,0%). Bei einer Minussteuerung von -3,6% konnten die Migros-Fachmärkte im Vergleich zum Vorjahr real +1,6% zulegen.

Umsatzwachstum mit Labelprodukten

2013 hat der Umsatz mit Labelprodukten, die einen besonderen ökologischen oder sozialen Mehrwert bieten, erstmals CHF 2 Milliarden (CHF 2,01 Mrd.) übertroffen. Das Wachstum gegenüber Vorjahr beträgt +8% und entspricht 19% des Gesamtumsatzes des Genossenschaftlichen Detailhandels. Grösste Wachstumstreiber waren das UTZ-Label für Kaffee, Kakao und Tee aus sozial- und umweltverträglichem Anbau mit CHF 322 Mio. (+59,3%), das Label Max Havelaar für Produkte aus fairem Handel mit CHF 99 Mio. (+17,1%), Produkte aus nachhaltiger Fischerei und Fischzucht mit den Labeln MSC + ASC mit CHF 77 Mio. (+16,9%) sowie das Migros-Bio-Sortiment mit CHF 517 Mio. (+9,1%).

Regionale Produkte mit dem Label "Aus der Region. Für die Region" waren auch 2013 sehr beliebt. Der Umsatz beträgt CHF 827 Mio. (+4,6%). 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.

Verkaufsnetz der Super-/Verbrauchermärkte Migros Per Ende 2013 betrug die Anzahl Migros-Standorte in der Schweiz 639 (VJ 631). Die Verkaufsfläche der Super-/Verbrauchermärkte, Fachmärkte und Gastronomie nahm insgesamt um +3'926 m² auf 1'348'664 m² zu (+0,3%).

Im Jahr 2013 wurden 17 neue Migros-Standorte eröffnet, 9 Ersatzbauten erstellt und 4 grössere Um- und Erweiterungsbauten vorgenommen. Die Migros sucht bei ihrer Expansionstätigkeit weiterhin die Nähe zum Kunden und erschliesst mit ihrem Filialnetz zahlreiche neue Gemeinden und Quartiere mit M-Supermärkten für den täglichen Bedarf. Gleichzeitig wurden im Sinne der Filialnetz-Optimierung auch verschiedene nicht rentable Standorte (8) geschlossen, was sich entsprechend auf die Nettoexpansion auswirkt. 2013 eröffnete die Migros zwei weitere Alnatura-Bio-Supermärkte in Regensdorf und Zug.

Migros-Gastronomie

Die Migros-Gastronomie erwirtschaftete 2013 einen Umsatz von CHF 657 Mio. (-0,2%). Während die Migros-Restaurants leicht zulegen, nahmen die Umsätze im Take-away leicht ab. Erfreulich entwickelten sich die Geschäftsfelder Catering Services und Gemeinschaftsgastronomie. Aktuell gibt es 192 M-Restaurants (VJ 191).

Umwelt: Meilensteine 2013

Reduktion Stromverbrauch: Der Stromverbrauch im Genossenschaftlichen Detailhandel nahm gegenüber 2010 um 1,7% ab. Dank Massnahmen wie effizienten CO₂-Kälteanlagen, Glastüren an Kühlmöbeln oder LED-Beleuchtung reduzierte sich der Stromverbrauch in den Filialen gegenüber Vorjahr sogar um 3,1%.

Erneuerbare Energien: Auf dem Dach des Migros-Verteilbetriebs Neuendorf wurde 2013 die grösste Fotovoltaikanlage der

Schweiz in Betrieb genommen. Damit erhöhte sich die Anzahl Solaranlagen auf Migros-Dächern um weitere 4 auf 30 mit einer installierten Leistung von insgesamt 12'193 Kilowatt Peak, was einem jährlichen Stromverbrauch von rund 2500 Einfamilienhäusern entspricht.

Reduktion von Treibhausgas-Emissionen: Insgesamt haben die Treibhausgas-Emissionen im Genossenschaftlichen Detailhandel zwischen 2010 und 2013 um 8% abgenommen. Damit ist die Migros auf Zielkurs, die Emissionen bis 2020 um 20% zu reduzieren.

Transport: 2013 setzte die Migros vermehrt auf den kombinierten Verkehr, um noch mehr Transporte von der Strasse auf die Schiene zu verlagern. Güterwaggons der SBB Cargo legten knapp 11 Mio. Kilometer für die Migros zurück, das sind 8% mehr als im Jahr zuvor.

Recycling: Als erste Detailhändlerin der Schweiz nimmt die Migros seit Ende 2013 auch alle Plastikflaschen aus dem Haushaltbereich zurück und rezykliert diese fachgerecht.

Handel

Im anspruchsvollen Marktumfeld konnte das Departement Handel im Berichtsjahr mit 14'165 Mitarbeitenden einen Umsatz von CHF 6'982 Mio. erwirtschaften und erzielte damit ein Wachstum von +3,1%.

Denner

Der führende Schweizer Discounter konnte 2013 seine Marktposition mit einem Umsatzwachstum von +1,4% auf CHF 2'873 Mio. durch die Bereinigung des Filialportfolios, durch Flächenexpansion und eine Überarbeitung der Sortimentsstrategie erfolgreich verteidigen. Denner zählte Ende 2013 791 Standorte (VJ 788).

Globus

Das führende Premium-Warenhaus der Schweiz schaffte sich durch die Übernahme des Modehauses Schild die Chance, sich als Nummer eins im gehobenen Schweizer Fashion-Markt zu etablieren. Die Magazine zum Globus AG erwirtschaftete 2013 einen Nettoumsatz von CHF 797,5 Mio. (+2,4%). Der Umsatz der Globus Warenhäuser betrug CHF 723,5 (+2,7%) und derjenige des Herren Globus CHF 74,0 (-0,4%).

Interio

Interio stand auch 2013 im Zeichen einer umfassenden Neuausrichtung. Der Umsatz reduzierte sich 2013 um CHF -25,7 Mio. auf CHF 170,4 Mio. (-13,1%). Interio eröffnete 2013 ihre elfte Filiale. Der um die Effekte aus der Entflechtung von Interio und Depot bereinigte Rückgang beträgt -4,5%.

Depot

Die Handelskette Depot (Gries Deco-Gruppe) setzte ihren Erfolgskurs 2013 fort und baute ihre Marktführerschaft im Bereich Wohnaccessoires weiter aus. Der Gesamtumsatz in den Ländern Deutschland, Schweiz und Österreich beträgt währungsbereinigt CHF 422,1 Mio. (+26,9%). Insgesamt wurden in Deutschland und Österreich 35 Shops eröffnet (Total: 391 Shops). Die Anzahl Depot-Filialen in der Schweiz erhöhte sich um 4 auf 29.

LeShop

LeShop.ch, der grösste Online-Supermarkt der Schweiz steigerte den Umsatz in seinem 15. Jubiläumsjahr um CHF 8,6 Mio. (+5,8%) auf CHF 158,1 Mio. Rund jede dritte Bestellung (32%) wird über ein mobiles Endgerät abgewickelt.

Migrol

Migrol konnte im Kerngeschäft trotz rückläufiger Marktentwicklung im Brenn- und Treibstoffhandel ihre Marktposition durch die Steigerung der Heizöl-Direktverkäufe sowie durch die Kooperation mit Amag (Umrüstung von 34 Amag-Tankstellen auf Migrol) verteidigen. Der Umsatz reduzierte sich 2013 um CHF -18,2 Mio. auf CHF 1'863,4 Mio. (-1,0%). Ende 2013 zählte Migrol 308 Tankstellen.

Migrolino

Bis Ende 2013 wurden insgesamt 55 ehemalige Esso-Shops in Zusammenarbeit mit dem Masterfranchising-Partner Socar auf Migrolino umgerüstet. Die Gesamtanzahl Shops erhöhte sich somit auf 243. Migrolino erzielte 2013 einen Umsatz von CHF 301,6 Mio. (+34,5%).

Ex Libris

Ex Libris, grösster Medienanbieter der Schweiz, hat 2013 im Online-Geschäft mit einem Plus von 7,3% erfreulich zugelegt. Das weiter gestärkte Online-Geschäft reichte jedoch nicht ganz aus, um das Gesamtergebnis auszugleichen. Der Gesamtumsatz entwickelte sich 2013 strukturbedingt mit CHF 141,9 Mio. (-7,7%) nochmals rückläufig, flächenbereinigt entspricht dies, durch den Wegfall von 19 Filialen, lediglich -1,5%.

M-way

Seit 2011 ist M-way, das Kompetenzzentrum für Elektromobilität, ein eigenständiges Unternehmen des Migros-Genossenschaftsbundes. Per Ende 2013 zählte M-way 10 Standorte.

OWiba

Mit einem Gesamtumsatz von CHF 175,8 Mio. (+9,7%) entwickelte sich OWiba (Office World und Iba) 2013 erfolgreich zum integrierten Online-Dienstleister. Office World zählt in der Schweiz 24 Filialen.

Online-Handel

Gesamthaft konnte die Migros im E-Commerce-Geschäft erneut ihre unbestrittene Position als Marktleader ausbauen. Der gesamte E-Commerce-Umsatz betrug CHF 931,5 Mio. Das klassische Online-Geschäft macht CHF 740,2 Mio. (+5,1%) aus. Darin inbegriffen sind die Online-Aktivitäten von LeShop, Migrol, Ex Libris, Office World, Probikeshop, Migros.de, Melectronics, Micasa, SportXX, Do it + Garden, M-Service Online, Denner, Frey & Delica, Interio, Magazine zum Globus, Gries Deco-Gruppe, Depot und sämtliche Online-Aktivitäten der Hotelplan-Group. Online-Bestellungen im Grosshandelsgeschäft erzielten einen Umsatz von CHF 191,3 Mio. (Die Umsätze von Digitec/Galaxus sind nicht inbegriffen.)

M-Industrie

Die M-Industrie hat ein erfreuliches Wachstum in ihren Zielmärkten im In- und Ausland verzeichnet. Sie erzielte einen Umsatz von CHF 5,763 Mrd. (VJ CHF 5,420 Mrd.), was einem Wachstum von 6,3% entspricht. Erstmals sind die gesamten Umsätze der per 1. Juli 2012 mehrheitlich übernommenen CCA Angehörigen sowie der Umsatz der Bergsenn AG enthalten. Das organische Wachstum betrug erfreuliche 3,4%. Dabei haben alle Kundengruppen zum Wachstum beigetragen. Die Umsätze mit der Migros-Gruppe konnten um 2,4% erhöht werden. Im Grossverbrauchermarkt wurde der Umsatz um 26,6% auf CHF 983,0 Mio. (VJ CHF 776,5 Mio.) gesteigert. Das internationale Geschäft legte um 7,3% auf CHF 513,0 Mio. (VJ CHF 478,0 Mio.) zu.

Im Geschäft mit der Migros-Gruppe hat die M-Industrie wesentlich zum Ausbau der Preis-Leistungs-Führerschaft des Migros-Detailhandels beigetragen. Die Umsätze im Migros-Detailhandel konnten um 0,9% gesteigert werden. Das Geschäft mit Denner, Migrolino und LeShop konnte mit einem Wachstum von deutlich über 10% erfolgreich weiterentwickelt werden.

Das internationale Geschäft wurde auf CHF 513 Mio. (VJ CHF 478 Mio.) gesteigert. Zum Gesamtwachstum von 7,3% haben sowohl das Exportgeschäft als auch die Auslandsbetriebe beigetragen, wobei sich das Exportgeschäft aus der Schweiz überproportional gut entwickelte. Hauptwachstumstreiber waren Kosmetika, Wasch-/Reinigungsmittel, Schokolade, Kaffeekapseln und Käse. In Nordamerika konnte dank den Vertriebsplattformen ein überdurchschnittliches Wachstum von 28% erzielt werden. Positiv entwickelt hat sich auch unser Hauptexportmarkt Deutschland mit einer zweistelligen Wachstumsrate. (Siehe auch Medienmitteilung vom 18. Februar 2014.)

Reisen

Der Umsatz der Hotelplan Group reduzierte sich im Geschäftsjahr 2013 um -6,1% auf CHF 1'130 Mio. (VJ 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 Ägyptenkrise. (Detaillierte Informationen zur Hotelplan Group 2012/13 finden Sie in der Medienmitteilung vom 4. März 2014).

Migros Bank

In einem anspruchsvollen Umfeld hat die Migros Bank das Geschäftsvolumen erneut deutlich gesteigert. Der Bestand der Kundengelder erhöhte sich um 4,7%. Das Volumen der Hypothekarkredite nahm um 4,2% zu. Der Geschäftsertrag erreichte ebenfalls einen neuen Höchststand. Die Migros Bank profitiert weiterhin von einem kräftigen Zustrom an Spareinlagen. Der gesamte

Bestand der bilanziellen Kundengelder stieg 2013 um CHF 1,4 Mrd. oder 4,7% auf CHF 30,8 Mrd. und übertraf damit erstmals die 30-Milliarden-Marke. Den stärksten Zuwachs erzielten die Privat- und Premiumkonten (plus 12,0%), gefolgt von den Vorsorgekonten der 2. und der 3. Säule (plus 8,7%). Seit Ausbruch der Finanzkrise hat die Migros Bank neue Kundengelder in der Höhe von CHF 9,0 Mrd. gewonnen. (Siehe auch Medienmitteilung der Migros Bank vom 17.1.2014)

Zürich, 2. April 2014

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