

31.03.2015 – 10:15 Uhr

Migros 2014: erfolgreich, kerngesund und innovativ

Zürich (ots) -

Die Migros-Gruppe hat sich 2014 wieder ausgezeichnet entwickelt und zum zweiten Mal in Folge Marktanteile gewonnen. Der Ertrag erhöhte sich um 2.1% auf CHF 27.3 Mrd. Der EBIT stieg um CHF 104.3 Mio. auf CHF 1.148 Mrd. (+10.0%). Um CHF 99.3 Mio. (+12.9%) auf insgesamt CHF 870.2 Mio. hat auch der Gruppengewinn zugenommen. Die Investitionen bewegten sich 2014 mit CHF 1.641 Mrd. (+23.9%) wiederum auf sehr hohem Niveau. Per Ende Jahr beschäftigte die Migros insgesamt 97'456 Personen (+3.4%), davon 3'650 Lernende (+4.4%).

Herbert Bolliger, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB), zum erfolgreichen Jahr 2014: "Die Fokussierung auf unsere Stärken zahlte sich auch im vergangenen Jahr aus. Denn obwohl der Einkaufstourismus erneut zugenommen hat, konnten wir im Detailhandel die Kundenfrequenzen steigern und die Marktanteile ausbauen. Besonders geschätzt werden von den Konsumenten unsere in der Schweiz produzierten Eigenmarken, aber auch die konsequente Umsetzung unseres sozialen, ökologischen und kulturellen Engagements, das wir unter Generation M kommunizieren. Dies belegen breit angelegte Befragungen und Analysen sowie verschiedene Auszeichnungen. Dank den Kundenfeedbacks auf den sozialen Medien wie Migipedia oder Facebook konnten wir wieder etliche Kundenwünsche erfüllen. Erfreulich ist auch, dass Hotelplan profitabel ist und Interio deutlich Marktanteile gewonnen hat. Die Migros bleibt somit ein kerngesundes und innovatives Unternehmen, das grösstes Vertrauen genießt."

Highlights aus dem Jahr 2014

2014 sorgte die Migros für diverse Kundenüberraschungen: * Die Migros verlor im Januar rund 28'000 Gratistickets für den Europa-Park in Rust. * Mit der Sammelaktion im Rahmen der Kampagne "Von uns. Von hier." verschenkte die Migros im März rund eine halbe Million Überraschungspakete, um auf die Vielfalt ihrer unverwechselbaren Produkte aus der M-Industrie aufmerksam zu machen. * Für einen Sommer voller Überraschungen stellte die Migros das Ideenbuch "100 Dinge, die man diesen Sommer machen sollte" zusammen. Das Buch war ein Bestseller. * Ende Jahr überraschte die Migros mit dem Weihnachtssong "Ensemble", interpretiert von 19 prominenten Schweizern. Das Lied wurde in nur fünf Wochen über 61'000-mal verkauft. Den Erlös und das von den Kunden gespendete Geld hat die Migros verdoppelt. Auf diese Weise kamen insgesamt 2.4 Millionen Franken bedürftigen Menschen in der Schweiz zugute.

Akquisitionen

* Per 1. Januar 2014 hat die Magazine zum Globus AG die Schild AG mit sämtlichen rund 700 Mitarbeitenden übernommen. * Die Chocolat Frey AG hat per 1. April 2014 mit dem Erwerb von 51% der Aktien die Mehrheit des amerikanischen Schokoladen- und Kaugummiherstellers SweetWorks übernommen. * Die Genossenschaft Migros Zürich hat per 1. Juni 2014 100% der Aktien der Molino AG mit ihren 18 Restaurationsbetrieben von der Athris Holding AG akquiriert. * Im Dezember 2014 hat die Micarna-Gruppe den Ostschweizer Fleisch- und Wurstspezialitätenhersteller Rudolf Schär AG übernommen.

Eine Plattform für privates Carsharing

2014 starteten die Migros, Die Mobiliar und Mobility zusammen die private Carsharing-Plattform Sharoo in der Deutschschweiz.

Erneut diverse Topauszeichnungen:

* Gemäss der BrandPredictor-Studie von Havas Worldwide Switzerland belegen die Marken M-Budget und Migros die Plätze 1 und 2 der Topbrands der Schweiz. * 3'500 Interviews durch den GfK Business Reflector zeigen, dass die Migros die beste Reputation unter den 52 führenden Schweizer Unternehmen genießt. * Für die artgerechte Haltung von Nutztieren im Ausland wurde die Migros mit dem Swiss Ethics Award ausgezeichnet. * Die Migros gewann den Swiss Recycling Award. Als erste Detailhändlerin in der Schweiz nimmt sie alle Plastikflaschen aus dem Haushaltbereich zurück und recycelt sie. * Die Migros wurde in der Kategorie Lebensmittel Retailer of the Year 2014 gemäss einer Erhebung bei Konsumentinnen und Konsumenten. * Die Migros wurde von der renommierten Ratingagentur Oekom Research zur nachhaltigsten Detailhändlerin der Welt 2015/2016 eingestuft. Sie erhielt mit Abstand die besten Noten.

Migros-Gruppe

Ertrags- und Gewinnentwicklung

2014 erhöhte sich der Ertrag (Gruppenumsatz) um CHF 555.1 Mio. auf CHF 27.292 Mrd. (+2.1%). Erstmals im Ertrag enthalten ist der Umsatz von Schild, der Ospena Group AG (Restaurants Molino), von SweetWorks in den USA und des Ferienhausvermittlers Inter Chalet. Das Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) beträgt CHF 1.148 Mrd.* (+10.0%), was eine Ertragsrendite von 4.2% ergibt (VJ 3.9%). Der Gruppengewinn nahm um CHF 99.3 Mio. (+12.9%) auf CHF 870.2 Mio.* (VJ CHF 770.9 Mio.) zu. Das Eigenkapital erhöhte sich im gleichen Zeitraum um CHF 123.1 Mio. auf CHF 16.092 Mrd. (+0.8%). Die Eigenkapitalquote beträgt inkl. Migros Bank 26.2%, ohne Migros Bank sind es 63.8%. * vor Vorsorgeeffekt

Investitionen

Die Investitionen hielten sich auf sehr hohem Niveau und betragen insgesamt CHF 1.641 Mrd. (+23.9%; VJ CHF 1.324 Mrd.). Bedeutende Investitionen erfolgten insbesondere in den Geschäftsfeldern Genossenschaftlicher Detailhandel und Handel mit CHF 1.203 Mrd. bzw. CHF 189.8 Mio. (VJ CHF 941.8 Mio. bzw. CHF 174.4 Mio.). Im Fokus der Investitionstätigkeit standen vor allem Initiativen im Bereich Flächenexpansion und Umbauten zur Attraktivitätssteigerung der Läden, u.a. bei Denner und Globus (Delicatessa Bahnhofstrasse Zürich). Die M-Industrie hat neben dem Ausbau von Produktionskapazitäten Investitionen in Anlagen und Technologien getätigt, um die Ressourceneffizienz (CO₂, Energie) zu erhöhen und Verpackungsmaterialien einzusparen.

Mitarbeitende

Der Personalbestand der konsolidierten Migros-Unternehmen erhöhte sich um 3'180 Personen auf 97'456 Mitarbeitende. Die Zunahme um 3.4% (VJ 7.8%) ist hauptsächlich auf Veränderungen im Konsolidierungskreis zurückzuführen. Im Inland beschäftigte die Migros Ende Jahr rund 84'000 Personen und ist damit weiterhin die grösste private Arbeitgeberin der Schweiz. Die Anzahl Lernender hat gegenüber dem Vorjahr um 155 Jugendliche auf 3'650 deutlich zugenommen.

Detailumsatz

Der Detailumsatz ohne Mehrwertsteuer (inkl. Ausland) erhöhte sich um CHF 184.4 Mio. (+0.8%) auf CHF 23.052 Mrd. (VJ CHF 22.867 Mrd.). Im Detailumsatz enthalten sind die In- und Auslandumsätze der zehn regionalen Genossenschaften, Denner, Globus inkl. Schild, Interio, Depot, Office World-Gruppe (OWiba), Ex Libris, LeShop.ch, Migrolino und Migrol sowie weitere Unternehmen. Zur Umsatzsteigerung beigetragen haben 2014 vor allem die Magazine zum Globus inkl. Schild (+20.5%), Denner (+1.4%), Interio (+9.7%), LeShop.ch (+4.4%), Depot (Gries Deco-Gruppe; +10.0%), Migrolino (+15.1%), Probikeshop (+44.8%) und Office World-Gruppe (+1.9%).

Im Inland betrug der Detailumsatz CHF 21.234 Mrd. (VJ CHF 21.032 Mrd.), was einem Plus von 1.0% entspricht. Der Detailumsatz im Ausland, erwirtschaftet durch Migros France, Gries Deco-Gruppe, Probikeshop und Tegut-Gruppe, reduzierte sich um CHF 17.9 Mio. auf CHF 1.818 Mrd.

2014 konnte die Migros-Gruppe gemäss BAK Basel ihren Marktanteil* um 0.4% auf 20.4% erhöhen. *basierend auf nominalen Detailhandelsumsätzen ohne Auto/Treibstoffe in der Schweiz

Genossenschaftlicher Detailhandel

Umsatzwachstum im In- und Ausland: Der genossenschaftliche Detailhandel wurde erneut durch den weiterhin boomenden Einkaufstourismus geprägt. Dennoch verzeichneten die zehn regionalen Genossenschaften im Kerngeschäft (In- und Ausland) ein gesundes Wachstum. Die Umsätze stiegen nominal um +0.4% auf insgesamt CHF 15.910 Mrd. (VJ CHF 15.844 Mrd.). 2014 konnten die Genossenschaften erneut Marktanteile dazugewinnen und die Kundenfrequenz in den Super-/ Verbrauchermärkten im Inland um 1.3% auf 341.5 Mio. Einkäufe steigern. Der durchschnittliche Umsatz pro Einkauf betrug wie im Vorjahr CHF 34.

Im Inland betrug der genossenschaftliche Umsatz CHF 14.605 Mrd. (VJ CHF 14.463 Mrd.), was einem Wachstum von +1.0% entspricht. In den Super-/Verbrauchermärkten erzielten die Genossenschaften CHF 11.829 Mrd., was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um +1.6% entspricht. Die durchschnittliche Teuerung auf allen Migros-Sortimenten belief sich auf 0.3%.

In den fünf Fachmärkten erzielten die Genossenschaften einen Umsatz von total CHF 1.673 Mrd. (VJ CHF 1.684 Mrd.), was ein Minus von 0.6% ergibt. Bei einer Teuerung von -2.9% erhöhte sich das reale Wachstum jedoch um 2.3%. Die Umsätze der einzelnen Fachmärkte veränderten sich im Vergleich zum Vorjahr wie folgt: Melectronics +0.2%, SportXX -0.9%, Micasa +0.3%, Do it + Garden -3.0% und OBI -0.8%. Die Kundenfrequenz war mit 39 Mio. Einkäufen in den Fachmärkten leicht rückläufig gegenüber Vorjahr (-2.5%). Im Schnitt wurde in den Fachmärkten für CHF 40 eingekauft (+1.5%).

Im Ausland erwirtschafteten die Genossenschaften einen Umsatz von CHF 1.306 Mrd. (-5.5%). Der Umsatz ergibt sich durch Migros France CHF 129.7 Mio. (-7.9%) und die Tegut-Gruppe CHF 1.176 Mrd. (-2.1%). Gegenüber dem Vorjahr verringerte sich der Auslandumsatz insgesamt um CHF 75.9 Mio., was u.a. auf die Schliessung von Migros Deutschland zurückzuführen ist.

Die Klubschulen und Freizeitanlagen der Genossenschaften erfreuten sich 2014 sehr guter Umsätze: Die Klubschule Migros erwirtschaftete CHF 160 Mio., die Freizeitanlagen erzielten CHF 220 Mio. Insgesamt wurden in der Klubschule Migros 53'300 Kurse durchgeführt.

Migros-Gastronomie knapp unter Vorjahr

Die Migros-Gastronomie erwirtschaftete einen Umsatz von CHF 675.8 Mio. (-0.4%). Während die Migros-Restaurants etwas an Boden einbüssten (-2.4%), konnten die Umsätze im Take-away um +3.0% zulegen. Ein erfreuliches Umsatzwachstum (+11.4%) verzeichnete das Geschäftsfeld Gemeinschaftsgastronomie. Per Ende 2014 zählte die Migros 191 Migros-Restaurants (VJ 192).

Markantes Umsatzwachstum mit Labelprodukten Der Umsatz mit Labelprodukten, die einen besonderen ökologischen oder sozialen Mehrwert bieten, ist um erfreuliche 12.2% auf CHF 2.471 Mrd. gestiegen. Dieser Umsatz entspricht 15.1% des Gesamtumsatzes des genossenschaftlichen Detailhandels. Das grösste Wachstum erzielten die nachfolgenden Labels: Migros Bio inkl. Alnatura: CHF 593.1 Mio. (+14.8%), Utz Certified, das Label für Produkte aus sozial- und umweltverträglichem Anbau: CHF 473.1 Mio. (+47.1%), FSC für nachhaltige Forstwirtschaft: CHF 216.2 Mio. (+10.0%), MSC & ASC, die Labels für nachhaltigen Fischfang: 92.7 Mio. (+21.1%) und Bio Cotton: CHF 50.5 Mio. (+15.2%).

Die Nachfrage nach regionalen Produkten "Aus der Region. Für die Region." (AdR) stieg um 5.6%. Der Umsatz mit dem vor 15 Jahren lancierten AdR-Label lag bei CHF 873.5 Mio.

Insgesamt konnte mit nachhaltigen und regionalen Produkten ein Umsatz von CHF 3.344 Mrd. (+10.4%) erzielt werden. Dieser lag

damit erstmals über CHF 3 Mrd.

Das Gesundheitslabel aha! kennzeichnet bereits über 90 Produkte im Bereich Lebensmittel und Kosmetik und laufend kommen neue Produkte hinzu. Mit aha! wurden insgesamt CHF 58.3 Mio. Umsatz erwirtschaftet (+16.1%).

Neue Versprechen für die Generation M

Das Nachhaltigkeitsprogramm Generation M hat 2014 stark an Bekanntheit gewonnen und zahlreiche positive Reaktionen ausgelöst. Im vergangenen Jahr hat die Migros sieben neue Versprechen lanciert. Zu diesen zählen u.a. das Versprechen zum Schutz der Biodiversität durch den gänzlichen Verzicht auf Insekten- und Pflanzenschutzmittel, das Versprechen zur Reduktion von Salz, Zucker und Fett in verarbeiteten Lebensmitteln, das Versprechen zur ökologischen Optimierung von 6'000 Tonnen Verpackungsmaterial und das Versprechen zur Vergrößerung des Sortiments für Allergiker um 30%. Seit der Lancierung des Programms im Jahr 2012 hat die Migros bereits 62 verbindliche Versprechen an die Generation von morgen abgegeben.

Verkaufsnetz der Migros Super-/Verbrauchermärkte Per Ende 2014 betrug die Anzahl Migros-Standorte in der Schweiz 648 (VJ 639). Die Verkaufsfläche der Super-/Verbrauchermärkte, Fachmärkte und der Gastronomie nahm insgesamt um 13'419 m² auf 1'362'083 m² zu (+1.0%).

Bei der Expansion im Supermarktkanal wurde weiterhin grosser Wert auf den Nahversorgungsbereich gelegt. Diverse neue Ortschaften und Quartiere konnten mit einem Migros-Supermarkt erschlossen werden. In Bülach und Winterthur-Grüze wurde zudem je ein Alnatura-Laden eröffnet. Zu den grössten Um- und Erweiterungsbauten zählte das Einkaufszentrum Migros City in Zürich.

Umwelt: Meilensteine 2014

Reduktion Treibhausgasemissionen: Insgesamt haben die Treibhausgasemissionen im Genossenschaftlichen Detailhandel zwischen 2010 und 2014 um 15% abgenommen. Damit ist die Migros auf Zielkurs, die Emissionen bis 2020 um 20% zu reduzieren.

Verpackungen: Aproz hat die Flaschen und die Etiketten seiner gleichnamigen Mineralwasser neu designt. Mit der neuen Flaschenform werden durchschnittlich 10% weniger PET pro Flasche benötigt. Damit spart Aproz jährlich rund 71 Tonnen Verpackungsmaterial ein.

Für die ökologische Optimierung bei den Bio-Charcuterie-Verpackungen gewinnt die Migros den Worldstar Packaging Award.

Nachhaltige Beleuchtung: Seit 2013 ist LED in den Migros-Supermärkten Standard, seit 2014 auch in den Fachmärkten. Auch alle Neu- und Umbauten verwenden standardmässig LED. 2014 waren 236 Supermärkte (38%) und 66 Fachmärkte (28%) teilweise mit LED ausgerüstet - weitere folgen 2015.

Erneuerbare Energien: Seit dem 26. Mai 2014 sind fast 4'000 Photovoltaikmodule auf den Dächern des Marin Centre montiert worden, um jährlich 1'000'000 kWh Strom zu produzieren. Es handelt sich dabei um das leistungsstärkste Solarkraftwerk des Kantons Neuenburg. Die Gesamtoberfläche der Solarmodule entspricht in etwa einer Fläche von 24 Tennisplätzen und produziert Strom für rund 200 Haushalte.

Handel

In einem anspruchsvollen Marktumfeld konnte das Departement Handel 2014 einen Umsatz von CHF 7.053 Mrd. erwirtschaften und erzielte damit ein Wachstum von 1.0% (inkl. Migrol). Ohne Migrol bzw. bereinigt um den Preisverfall beim Heiz- und Mineralöl wuchs das Departement um 6.1%.

Denner

Denner, der führende Discounter der Schweiz, weist zum fünften Mal in Folge steigende Umsatzzahlen aus. Gegenüber dem Vorjahr stieg der Nettoumsatz um CHF 39.7 Mio. auf CHF 2.913 Mrd., was einem Plus von 1.4% entspricht. Bereinigt um die Minussteuerung von -0.2% beträgt das reale Wachstum +1.6%. Insgesamt verzeichnen die 797 Standorte einen Anstieg der Kundenfrequenz um 2.2%.

Globus

Die Magazine zum Globus (Globus und Herren Globus) steigerten inkl. der erstmals konsolidierten Schild AG ihren Umsatz um 20.5% auf einen Gesamtumsatz von CHF 960.6 Mio. Die seit 1.1.2014 integrierte Schild-Gruppe trägt einen Umsatz von CHF 169.6 Mio. dazu bei. Globus und Herren Globus weisen mit einem Nettoumsatz von CHF 791.0 Mio. im Vergleich zum Vorjahr einen leichten Umsatzrückgang von -0.8% auf. Trotz Grossumbauten (z.B. ***delicatessa Zürich) und witterungsbedingten Umsatzeinbussen konnte Globus Marktanteile gewinnen und die Position als führendes Premium-Warenhaus der Schweiz ausbauen.

Interio

Interio konnte in einem um knapp 1.0% rückläufigen Gesamtmarkt rund 10% zulegen und damit den Markt bei weitem übertreffen. Mit einem Umsatz von CHF 187.0 Mio. (+9.7%) zeigte die eingeleitete Sanierung signifikante Fortschritte.

Depot

Die Handelskette Depot (Gries Deco-Gruppe Ausland und Schweiz) erwirtschaftete mit insgesamt 414 Standorten und durch eine konsequente Konzeptumsetzung einen Umsatz von CHF 464.3 Mio. (+10.0%). Die Depot-Filialen in der Schweiz erwirtschafteten

einen Umsatz von CHF 46.1 Mio. (+8.5%).

LeShop.ch

Der Online-Supermarkt LeShop.ch steigerte den Umsatz um CHF 6.9 Mio. auf CHF 165.0 Mio. Das entspricht einem Plus von 4.4%. Zum Wachstum haben die zusätzliche schweizweite Tageslieferung, die DRIVE-Abholzentren in Staufen AG und Studen BE und das Mobile-Geschäft beigetragen. Bereits 37% aller Bestellungen werden mit einem Smartphone oder Tablet getätigt.

Migrol

Migrol musste aufgrund des Preisverfalls auf den internationalen Rohölmärkten und der Folgewirkungen der CO₂-Abgaben im Heizölmarkt einen Umsatzrückgang von -12.9% hinnehmen. Der Umsatz verringerte sich um CHF 241.1 Mio. auf CHF 1.622 Mrd. Ende 2014 zählte Migrol 310 Tankstellen.

Migrolino

Migrolino hat den dynamischen Wachstumskurs der letzten beiden Jahre fortgesetzt. Nach abgeschlossener Integration der ehemaligen Esso-Shops im Rahmen des Masterfranchise-Abkommens mit Socar und weiteren Neueröffnungen hat sich die Zahl der Migrolino-Standorte auf 254 erhöht. 2014 erzielte Migrolino einen Umsatz von CHF 347.2 Mio. (+15.1%).

Ex Libris

Ex Libris erzielte in einem schwierigen Marktumfeld einen Gesamtumsatz von CHF 127.9 Mio., was flächenbereinigt einem minimalen Rückgang von -0.5% entspricht. Die Bereinigung des Filialnetzes wurde 2014 vorerst abgeschlossen. Mit 82 Standorten per 1. Januar 2015 bleibt es das Dichteste der Branche. Nicht flächenbereinigt reduzierte sich der Umsatz getrieben durch die sieben erfolgten Schliessungen um -9.9%.

M-way

M-way etabliert sich weiter als Marktführer und Kompetenzzentrum für Elektromobilität und betreibt inzwischen 18 Standorte in der Schweiz.

Sharoo

Mit der Gründung von Sharoo als erste Peer-to-Peer-Sharing-Plattform für Fahrzeuge in der Schweiz werden in Kooperation mit den strategischen Partnern Die Mobiliar und Mobility sowohl das Pionierunternehmertum als auch das nachhaltige Engagement der Migros weiter gestärkt. Keine andere private Car-Sharing Plattform in Europa hat so viele angebundene Fahrzeuge wie Sharoo.

Office World-Gruppe (OWiba) Bei OWiba lag der Gesamtumsatz mit CHF 179.1 Mio. insgesamt 1.9% über Vorjahresniveau.

Online-Handel

Gesamthaft konnte die Migros im E-Commerce-Geschäft ihre Position erneut ausbauen. Der gesamte E-Commerce-Umsatz betrug CHF 1.086 Mrd.* (+16.6%). Darin inbegriffen sind die Online-Aktivitäten von LeShop.ch, Migrol, Ex Libris, OWiba, Probikeshop, Melectronics, Micasa, SportXX, Do it + Garden, M-Service Online, Denner, Frey & Delica, Interio, Magazine zum Globus inkl. Schild, Gries Deco-Gruppe (Ausland und Schweiz), sämtliche Online-Aktivitäten der Hotelplan Group und M-way. Das klassische Online-Geschäft im Detailhandel machte CHF 881.7 Mio. (+19.1%) aus, die Online-Bestellungen im Grosshandelsgeschäft Integrale.ch erzielten einen Umsatz von CHF 204.0 Mio. *Die Umsätze von Digitec/Galaxus sind nicht inbegriffen. M-Industrie

Die M-Industrie hat die Wachstumschancen in ihren Zielmärkten im In- und Ausland genutzt und 2014 erstmals über CHF 6 Mrd. Umsatz erwirtschaftet. Der Umsatz stieg um 4.4% auf CHF 6.016 Mrd. (VJ CHF 5.764 Mrd.). Das organische Wachstum betrug erfreuliche 3.1%. Das internationale Geschäft hat um 22.0% auf CHF 626.1 Mio. (VJ CHF 513.0 Mio.) kräftig zugelegt.

Das Geschäft mit der Migros-Gruppe wurde weiter ausgebaut. Die vielfältigen und attraktiven Sortimente der M-Industrie haben wesentlich dazu beigetragen, dass die Migros im Detailhandel Marktanteile gewonnen hat. Die mehrjährig angelegte Migros-Initiative "Von uns. Von hier." Hat sich positiv auf den Umsatz mit der Migros ausgewirkt, der um 1.7% zugelegt hat. Das Geschäft mit Denner, Migrolino und LeShop.ch konnte mit einem Wachstum von deutlich über 10% erfolgreich weiterentwickelt werden.

Das internationale Geschäft, bestehend aus Export und Auslandstandorten, legte um CHF 113.0 Mio. (+22.0%) auf CHF 626.1 Mio. (VJ CHF 513.0 Mio.) zu. Dabei ist das Exportgeschäft um erfreuliche 15.4% gewachsen. Zum Wachstum beigetragen hat vor allem das Kaffeekapselgeschäft. Positiv entwickelt haben sich auch die Bereiche Kosmetika, Wasch-/Reinigungsmittel und Käse. Im Rahmen der internationalen Wachstumsstrategie wurde mit der Akquisition von SweetWorks die Präsenz auf dem nordamerikanischen Markt verstärkt.

Reisen

Der Umsatz der Hotelplan-Gruppe steigerte sich im per 31. Oktober 2014 abgeschlossenen Geschäftsjahr 2013/2014 um erfreuliche 17.0% auf CHF 1.322 Mrd. Zum organischen Wachstum haben vor allem der Schweizer Reiseveranstalter Hotelplan Suisse, die Interhome-Gruppe sowie Hotelplan UK beigetragen. Der Hauptanteil der Umsatzzunahme ist mit CHF 152.5 Mio. auf die erstmalige Vollkonsolidierung der per 1. November 2013 vollständig übernommenen Inter Chalet Ferienhaus-Gesellschaft mbH zurückzuführen.

Migros Bank

Die Migros Bank setzte im Geschäftsjahr 2014 ihren Wachstumskurs fort. Der Bestand an Kundengeldern nahm um 4.8% zu und das Volumen der Hypothekarkredite stieg um 4.6%. Der Geschäftsertrag erreichte mit über CHF 600 Mio. einen neuen Höchstwert. Auch bei der Höhe des Bruttogewinns wurde ein neuer Rekord verzeichnet und das Vorjahr um 6.1% übertroffen. Die Migros Bank verzeichnet weiterhin einen starken Zuwachs an Spareinlagen. Der gesamte Bestand an Kundengeldern stieg 2014 um CHF 1.5 Mrd. oder 4.8% auf CHF 32.3 Mrd. Den stärksten Zuwachs erzielten die Privat- und Premiumkonten (+10.6%), gefolgt von den Vorsorgekonten der 2. und 3. Säule (+6.0% bzw. +8.8%).

* www.migros.ch/bilanz

* www.migros.ch/m14 * E-Mail: media@migros.ch

Zürich, 31. März 2015

Kontakt:

* Monica Glisenti, Leiterin Corporate Communications MGB, Tel. 044 277 20 64

* Luzi Weber, Mediensprecher MGB, Tel. 044 277 20 66

* Monika Weibel, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 63

* Martina Bosshard, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 67

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100770685> abgerufen werden.