

15.01.2016 – 11:30 Uhr

## Migros-Gruppe 2015: Robuste Umsatzentwicklung

Zürich (ots) -

2015 erzielte die Migros-Gruppe mit insgesamt CHF 27.4 Mrd. Umsatz ein Wachstum von 0.1% und konnte erneut Marktanteile gewinnen. Der Detailumsatz reduzierte sich bei einer durchschnittlichen Minusteuerung von 2.7% um 0.2% auf CHF 23 Mrd. Währungs- und teuerungsbereinigt ergab dies ein Wachstum von 3.5%. Die zehn Genossenschaften erreichten dank leicht höheren Kundenfrequenzen einen Umsatz von CHF 15.6 Mrd. Die Minusteuerung auf den Migros-Sortimenten belief sich auf 1.7%. Währungs- und teuerungsbereinigt betrug das Wachstum 0.7%.

Die Schweiz blickt auf ein turbulentes Jahr zurück. Die Frankenstärke und der noch einmal um 8% auf etwa CHF 11 Mrd. angestiegene Einkaufstourismus, die Minusteuerung und die verhaltene Konsumentenstimmung haben das gesamte Marktumfeld stark beeinflusst. Trotz diesen herausfordernden Rahmenbedingungen konnte die Migros Marktanteile zulegen und im Supermarkt die Kundenfrequenz um 0.6% steigern.

Besonders erfreulich ist die Entwicklung bei den nachhaltigen und regionalen Produkten, mit denen über CHF 3.5 Mrd. Umsatz erzielt wurde. Das Migros-Bio/Alnatura-Sortiment verzeichnet gar ein Wachstum von 14.8%. Im E-Commerce stiegen die Umsätze nominal um 47.4% (akquisitions-, teuerungs- und währungsbereinigt um 9.0%). Somit bleibt die Migros mit besonders sozial und ökologisch hergestellten Produkten wie auch im Online-Handel unangefochtener Marktleader.

"Die robuste Umsatzentwicklung zeigt, dass es uns gelungen ist, das Vertrauen der Kunden nochmals zu stärken. Offenbar haben wir mit unserem sozialen und ökologischen Engagement, mit zahlreichen Produktinnovationen und neuen Dienstleistungen, mit den kleinen Geschenken an die Kunden und unseren vielfältigen Online-Angeboten die richtigen Antworten auf die anspruchsvollen Herausforderungen gefunden", freut sich Migros-Chef Herbert Bolliger.

### Gruppenumsatz

Der gesamte Ertrag der Migros-Gruppe erhöhte sich 2015 um CHF 16.6 Mio. (+0.1%) auf CHF 27.391 Mrd. (Vorjahr CHF 27.375 Mrd.). Das Ergebnis ist stark durch die teilweise ungewöhnlich hohe Minusteuerung in den einzelnen Geschäftsbereichen (Benzin, Heizöl, Reisen, Elektronik etc.) und einen Währungseffekt von -1.0% beeinflusst. Diese Effekte minderten den Umsatz um über CHF 1 Mrd.

### Detailumsatz

Der gesamte Detailumsatz im In- und Ausland (ohne Mehrwertsteuer) belief sich 2015 nominal auf CHF 23.013 Mrd. (Vorjahr CHF 23.052 Mrd.), was einem leichten Rückgang von 0.2% entspricht. Die durchschnittliche Minusteuerung von 2.7% und der Währungseffekt beeinflussten das Resultat negativ. Das Wachstum betrug währungs- und teuerungsbereinigt 3.5%.

Der Detailumsatz setzt sich wie folgt zusammen: Genossenschaften In- und Ausland CHF 15.613 Mrd. (-1.9%), Denner CHF 2.903 Mrd. (-0.3%), Globus inklusive Schild CHF 928.7 Mio. (-3.3%), Interio CHF 181.9 Mio. (-2.7%), Depot CHF 456.4 Mio. (-1.7%), Migrolino CHF 381.9 Mio. (+10.0%), Office- World-Gruppe (Owiba) CHF 179.6 Mio. (+0.3%), Migrol CHF 1.357 Mrd. (-16.3%), Ex Libris CHF 121.0 Mio. (-5.4%), LeShop.ch CHF 175.9 Mio. (+6.6%), Digitec Galaxus CHF 498.9 Mio. (Vollintegration ab 1.4.2015) sowie weitere Unternehmen.

Der Detailumsatz im Ausland umfasst die Umsätze der Migros France, der Tegut-Gruppe, der Gries- Deco-Gruppe Deutschland und Österreich sowie von Probikeshop. Im Vergleich zum Vorjahr resultierte in Euro ein Umsatzwachstum von 5.9%, in Schweizer Franken verringerte sich der nominale Umsatz um CHF 127.3 Mio. auf CHF 1.690 Mrd. (-7.0%).

### Genossenschaftlicher Detailhandel

Der Nettoumsatz der Genossenschaften inklusive Ausland betrug 2015 nominal CHF 15.613 Mrd. (-1.9%). Der negative Währungseffekt belief sich in diesem Bereich auf CHF 159.5 Mio. (-1%). Im Ausland nahmen die Umsätze von Migros France um 12.8% auf EUR 120.6 Mio. (in Schweizer Franken -1.1%) und von Tegut um 1.1% auf EUR 980.9 Mio. (in Schweizer Franken -11.2%) zu. Ohne den Währungseffekt und den Einfluss durch die Minusteuerung ergab dies ein Wachstum von 0.7%. Die Kunden profitierten von Preissenkungen in Höhe von über CHF 200 Mio.

Stabile Einkaufsfrequenzen in den Supermärkten In einem herausfordernden Marktumfeld, geprägt durch den erneut um 8% gestiegenen Einkauf im grenznahen Ausland, erwirtschafteten die Supermärkte im Inland einen Umsatz von CHF 11.670 Mrd., was einem Rückgang von 1.3% entspricht. Bei einer durchschnittlichen Minusteuerung auf den Migros-Sortimenten von 1.3% konnten die zehn Genossenschaften ihren Umsatz somit real halten. Die Kundenfrequenzen lagen mit 343.7 Mio. Kassenbons um 0.6% höher.

Die Migros-Fachmärkte Micasa, SportXX, Melectronics, Do it + Garden und OBI erzielten 2015 einen Umsatz von CHF 1.622 Mrd. (-3.0%). Bereinigt um die Minusteuerung von 6.0% konnten die fünf Fachmärkte zusammen real um 3.0% zulegen. Erfreulich ist die Umsatzentwicklung der Online-Shops der Fachmärkte, welche auch 2015 ein Wachstum von 15.2% erzielten.

Anhaltendes Wachstum im Bereich nachhaltige und regionale Produkte Die Migros konnte 2015 ihren Umsatz mit nachhaltig

hergestellten Produkten markant steigern. Kundinnen und Kunden kauften für insgesamt CHF 2.678 Mrd. Produkte mit ökologischem oder sozialem Mehrwert (+8.4%). Besonders hervorzuheben sind das Migros-Bio/Alnatura-Sortiment mit einem Wachstum von 14.8% gegenüber Vorjahr, Produkte aus nachhaltiger Fischerei und Fischzucht mit den Labels MSC und ASC (+46.3%) und das Nachhaltigkeitsprogramm TerraSuisse für eine naturnahe und tierfreundliche Landwirtschaft (+6.5%). Ungebremst grosser Nachfrage erfreuten sich Produkte des Programms "Aus der Region. Für die Region". Das Umsatzvolumen in diesem Migros-typischen Sortiment liegt bei über CHF 880 Mio.

#### Erfolgreiche Innovationen

Die Migros zeichnete sich auch 2015 durch zahlreiche Innovationen und Neuheiten aus. Speziell erfolgreich waren die Sortimentsinnovationen Fruit Ice, das weltweit erste Glacé aus 100% Frucht, Happy bread, das erste lang haltbare Frischbrot ohne Konservierungsstoffe, und die innovative Hightech-Pflegelinie Zoé Lift aus dem Migros-Programm "Von uns. Von hier".

Dank der Weiterentwicklung der Migros-App können 1.2 Mio. Kundinnen und Kunden seit August in allen Supermärkten, Fachmärkten sowie in den Migros-Gastronomiebetrieben bargeldlos mit dem Smartphone bezahlen. Mit der erfolgreichen Lancierung von PickMup, dem praktischen Abholservice für Online-Bestellungen, stellt die Migros ihre Online-Cross-Channel-Kompetenz unter Beweis.

Umsatzwachstum in der Gastronomie von 1.2% Mit einem Umsatz von CHF 683.2 Mio. realisiert die Migros-Gastronomie ein erfolgreiches Geschäftsergebnis. Insbesondere die Gemeinschaftsgastronomie (+19.1%) und das Event-Catering (+26.9%) konnten stark zulegen. Stabil entwickelten sich die Umsätze der Migros-Restaurants (+0.0%), leicht rückläufig die Migros Take Aways (-2.4%). Poulet-, Kalb-, Rind- und Schweinefleisch sind in der Migros-Gastronomie seit diesem Jahr ausschliesslich aus Schweizer Produktion.

Ausbau von Verkaufsstellennetz und Verkaufsfläche Das Verkaufsstellennetz der Migros umfasste Ende 2015 insgesamt 659 Standorte, 11 mehr als im Vorjahr. 17 neue Migros-Standorte wurden eröffnet, 3 Standorte geschlossen, 3 Ersatzneubauten erstellt und 2 grössere Um- und Erweiterungsbauten vorgenommen. Die Verkaufsfläche für Supermärkte, Fachmärkte und Gastronomie nahm insgesamt um 15'551 m<sup>2</sup> (+1.1%) auf total 1'377'633 m<sup>2</sup> zu.

CHF 6.1 Mio. für bedürftige Kinder in der Schweiz Mit der Weihnachtsaktion "Zusammen spenden" endete das Jahr 2015 mit einem starken Zeichen der Solidarität und des Vertrauens. Kundinnen und Kunden der Migros spendeten mehr als CHF 5.1 Mio. für bedürftige Kinder in der Schweiz. Über 500'000 Schokoladeherzen wurden abgesetzt. Die Migros erhöhte den Spendenbetrag um eine weitere Million Franken. Das Geld kam vollumfänglich den gemeinnützigen Organisationen Caritas Schweiz, Winterhilfe Schweiz, HEKS und Pro Juventute zugute.

#### Handel

Denner: Denner kann den Vorjahresumsatz knapp halten. Der Nettoumsatz von Denner reduzierte sich um CHF 10.1 Mio. auf CHF 2.903 Mrd., was einem Minus von 0.3% entspricht. Denner verfügt aktuell über 797 Standorte. 2015 gab es 32 Neueröffnungen und 32 Schliessungen. (Siehe separate Denner-Medienmitteilung vom 14.1.2016)

Magazine zum Globus inklusive Schild: Die Magazine zum Globus AG (Globus, HerrenGlobus, Schild) erreichten einen Nettoumsatz von CHF 928.7 Mio. (-3.3%). Der Umsatz der Globus Warenhäuser betrug CHF 693.1 Mio. (-3.3%), derjenige von HerrenGlobus CHF 70.6 Mio. (-5.1%) und jener von Schild CHF 165 Mio. (-2.7%). Eine separate Medienmitteilung folgt am 19. Januar 2016.

Migrol: Die weiterhin stark sinkenden Rohölpreise und der wegen der Frankenstärke rückläufige Treibstoffabsatz in den Grenzregionen wirkten sich negativ auf den Umsatz aus. Dieser verringerte sich um 16.3% auf CHF 1.357 Mrd. unter Berücksichtigung der gewichteten Minussteuerung von -18.5% resultiert ein reales Wachstum von 2.7%.

Migrolino: Im vergangenen Jahr eröffnete Migrolino erneut 33 neue Shops und zählt damit aktuell 287 Standorte. Der Umsatz erhöhte sich um CHF 34.7 Mio. auf CHF 381.9 Mio. (+10.0%).

Depot: Die Handelskette Depot (Gries Deco Company Ausland und Schweiz) erzielte einen Umsatz von EUR 428.8 Mio., was eine Zunahme von 12.0% zum Vorjahr ergibt. Durch den negativen Währungseffekt resultiert ein Umsatzrückstand in Schweizer Franken von -1.7% zu Vorjahr.

LeShop.ch: Im vergangenen Jahr verkaufte LeShop.ch für CHF 175.9 Mio. Produkte und konnte somit das Resultat des Vorjahrs um CHF 10.9 Mio. steigern (+6.6%). LeShop.ch ist nach wie vor der mit Abstand grösste Online-Food-Händler der Schweiz. (Siehe separate LeShop-Medienmitteilung vom 4.1.2016)

Probikeshop.fr: Der französische Online-Marktführer für Fahrradzubehör steigerte seinen Umsatz erneut um 46.1% auf EUR 56.8 Mio. (In Schweizer Franken +27.8% auf CHF 60.3 Mio.).

#### Online-Geschäft

Im E-Commerce konnte die Migros ihre unbestrittene Position als Marktführer weiter ausbauen. Der gesamte Online-Umsatz betrug inklusive Digitec Galaxus nominal CHF 1.601 Mrd. (+47.4%). Ohne Akquisitions-, Teuerungs- und Währungseffekte betrug der Umsatz im E-Commerce CHF 1.151 Mrd. (+9.0%), davon CHF 939.1 Mio. (+10.3%) im E-Commerce-Bereich Detailhandel.

Die wichtigsten Umsatztreiber sind Digitec Galaxus, die Online-Aktivitäten der Saviva, LeShop.ch, die Office-World-Gruppe, Probikeshop, das Online-Geschäft von Ex Libris sowie die Migros-Fachmärkte.

#### Industrie

Die M-Industrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland weiter ausbauen. Sie erzielte einen Umsatz von CHF 6.261 Mrd. (Vorjahr CHF 6.016 Mrd.), was einem Plus von 4.1% entspricht. Im Umsatz enthalten sind neu die Rudolf Schär AG, die Lüchinger + Schmid-Gruppe sowie die Quantum Beauty Company. Eine separate Medienmitteilung folgt am 24. Februar 2016.

#### Hotelplan-Gruppe

Der Umsatz der Hotelplan Group ging um 7.1% auf CHF 1.305 Mrd. (2014: CHF 1.405 Mrd.) zurück. Der Hauptanteil des Umsatzrückganges ist auf die Währungsturbulenzen zurückzuführen. Dies führte zu tieferen Preisen für Reisen aus der Schweiz und tieferen Umsätzen in Schweizer Franken der Tochtergesellschaften im Euro-Raum. Aufgrund des Währungsschocks im Januar, der Terroranschläge in Nordafrika, weiterer geopolitischer Ereignisse, der Flüchtlingsströme und des heissen Sommers war 2015 ein schwieriges Jahr für die Hotelplan-Gruppe. (Siehe Hotelplan-Jahresbericht "Kompass", publiziert am 11.1.2016)

#### Migros Bank

Die Migros Bank setzte im Geschäftsjahr 2015 ihre stabile Entwicklung fort. Ungeachtet der Tiefzinsphase hielt der Zustrom an Kundengeldern an, und auch das Volumen der Hypothekarkredite entwickelte sich weiterhin erfreulich. Die Migros Bank präsentiert das detaillierte Jahresergebnis an ihrer Bilanz-Medienkonferenz vom Dienstag, 19. Januar 2016, in Zürich.

Die Bilanz-Medienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) findet am Mittwoch, 13. April 2016 in Zürich statt.

Zürich, 15. Januar 2016

#### Kontakt:

Monica Glisenti, Leiterin Corporate Communications MGB, Tel. 044 277 20 64, [monica.glisenti@mgb.ch](mailto:monica.glisenti@mgb.ch)  
Luzi Weber, Mediensprecher MGB, Tel. 044 277 20 66, [luzi.weber@mgb.ch](mailto:luzi.weber@mgb.ch)  
Martina Bosshard, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 67, [martina.bosshard@mgb.ch](mailto:martina.bosshard@mgb.ch)  
Monika Weibel, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 63, [monika.weibel@mgb.ch](mailto:monika.weibel@mgb.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100782779> abgerufen werden.