

13.04.2016 – 10:15 Uhr

## Migros 2015: Grundsolide in schwierigem Umfeld

Zürich (ots) -

Die Migros-Gruppe hat sich 2015 trotz steigendem Einkaufstourismus, Frankenstärke und den damit verbundenen Fremdwährungsverlusten gut behauptet und konnte erneut deutlich Marktanteile gewinnen. Der Ertrag erhöhte sich um 0.1% auf CHF 27.4 Mrd. Der Gruppengewinn belief sich auf CHF 791.1 Mio., das sind CHF 34.5 Mio. oder 4.2% weniger als im Vorjahr. Mit CHF 1.356 Mrd. lagen die Investitionen erneut auf hohem Niveau. Per Ende Jahr beschäftigte die Migros-Gruppe erstmals über 100'000 Personen, die aus 150 Nationen stammen.

Herbert Bolliger, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB), zum erfolgreichen Jahr: "Das Marktumfeld war schwierig, trotzdem konnten wir im Detailhandel die Kundenfrequenzen wiederum steigern und markant Marktanteile ausbauen. Dass die Konsumenten unsere Eigenmarken, aber auch unser soziales, ökologisches und kulturelles Engagement schätzen, zeigen die zahlreichen Feedbacks auf Migipedia und Facebook sowie auch alle Befragungen, wie etwa der jüngste GfK Business Reflector. Drei Jahre hintereinander haben 3'500 Befragte die Migros zum sympathischsten, nachhaltigsten und wirtschaftlich erfolgreichsten Unternehmen erkoren. Sehr erfreulich ist auch das starke Wachstum im E-Commerce. Die Migros bleibt somit ein kerngesundes und innovatives Unternehmen, das grösstes Vertrauen genießt."

Das Jahr 2015/2016 in der Migros

Highlights:

- \* Anfang Jahr beschenkt die Migros ihre Kundinnen und Kunden mit einer Million "Von uns. Von hier."-Geschenkpaketen.
- \* PickMup: Neu haben Migros-Kunden die Möglichkeit, ihre Bestellungen bei den grössten Online-Shops der Migros-Gruppe in Filialen von anderen Migros-Unternehmen und sogar Fitnesscentern abzuholen.
- \* Seit August 2015 können Kunden mit der Migros-App, die bereits über 1.5 Millionen Mal heruntergeladen wurde, an der Migros-Kasse mit dem Handy bezahlen.
- \* Gemäss GfK Business Reflector genießt die Migros von den 52 führenden Schweizer Unternehmen zum dritten Mal in Folge die beste Reputation. Die Zustimmung der 3'500 Befragten ist sogar noch höher als im Jahr zuvor.
- \* Twin by Delizio, die von der Migros selbst entwickelte Maschine für Milchmischgetränke und Kaffee, kommt im Markt sehr gut an.

Akquisitionen:

- \* Per 1.1.2015: Im Rahmen einer Nachfolgeregelung übernimmt die zur Migros-Industrie gehörende Saviva die Lüchinger+Schmid-Gruppe.
- \* Per 1.4.2015: Der Migros-Genossenschafts-Bund stockt sein Aktienpaket an der Digitec Galaxus von 39.1% auf 70.0% auf und ist damit Mehrheitsaktionär.
- \* Per 15.10.2015: Die Medbase AG übernimmt von der Swica 70.0% an der Santémed Gesundheitszentren AG und verstärkt damit ihr Engagement im Gesundheitsbereich. Durch die Zusammenarbeit entsteht das grösste Netzwerk in der ambulanten medizinischen Grundversorgung.

Auszeichnungen:

- \* Die renommierte Ratingagentur Oekom Research hat weltweit 140 Handelsunternehmen in Bezug auf ihr soziales und ökologisches Engagement untersucht. Die Migros-Gruppe hat mit Abstand das beste Resultat erzielt. Mit der Note B+ ist sie der nachhaltigste Detailhändler der Welt.
- \* Bereits zum dritten Mal in Folge führt die Migros das Reputationsranking der GfK Switzerland und des Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich (fög) an. Im Vergleich zum letzten Jahr hat die Migros sogar noch zugelegt. Von den 3'500 Befragten wurde sie noch besser bewertet und erhielt in allen drei Kategorien

die besten Noten: für ihre wirtschaftliche Leistung, ihr einzigartiges Profil und ihr herausragendes soziales, ökologisches und kulturelles Engagement.

- \* Gemäss der Brand Predictor-Studie von Havas Worldwide Switzerland ist Migros die beliebteste Marke der Schweiz gefolgt von M-Budget.
- \* Die Migros und der M-Industrie-Betrieb Mifa AG gewinnen den Swiss Packaging Award in der Kategorie Nachhaltigkeit.
- \* Für ihr langjähriges Engagement für Klimaschutz und Energieeffizienz wird die Migros vom Bundesamt für Energie Anfang 2016 mit dem "Watt d'Or"-Spezialpreis ausgezeichnet.

## Migros-Gruppe

### Ertrags- und Gewinnentwicklung

Im Jahr 2015 erhöhte sich der Umsatz der Migros-Gruppe um CHF 31.9 Mio. auf CHF 27.406 Mrd. (+0.1%). Das Ergebnis ist stark durch die ungewöhnlich hohe Minusteuerung in einzelnen Geschäftsbereichen (Benzin, Heizöl, Reisen, Elektronik etc.) und einen Währungseffekt von -1.0% beeinflusst. Diese Effekte minderten den Umsatz um über CHF 1 Mrd. Das Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) beträgt CHF 981.6 Mio. (-12.8%). Die Ertragsrendite liegt bei 3.6% (VJ 4.1%). Der Gruppengewinn reduzierte sich um CHF 34.5 Mio. (-4.2%) auf CHF 791.1 Mio. (VJ CHF 825.6 Mio.). Das Eigenkapital erhöhte sich im gleichen Zeitraum um CHF 832.2 Mio. auf CHF 16.802 Mrd. (+5.2%). Die Eigenkapitalquote beträgt inkl. Migros Bank 27.0%, ohne Migros Bank sind es 66.5%.

### Investitionen

Die Investitionen betragen CHF 1.356 Mrd. (VJ CHF 1.641 Mrd.). Damit war die Migros 2015 wiederum ein wichtiger Partner für die Schweizer Wirtschaft und half mit, Tausende von Arbeitsplätzen zu sichern. Im Fokus der Investitionstätigkeit standen vor allem Initiativen im Bereich Flächenexpansion und Umbauten zur Attraktivitätssteigerung der Läden.

### Mitarbeitende und Lernende

Der Personalbestand erhöhte sich um 2'917 Personen auf 100'373 Mitarbeitende. Damit zählt die Migros erstmals in ihrer Geschichte über 100'000 Mitarbeitende. Die Zunahme um 3.0% ist hauptsächlich auf Veränderungen im Konsolidierungskreis (etwa durch die Übernahme der Santémed Gesundheitszentren AG, der Lüchinger+Schmid-Gruppe und der Digitec Galaxus AG) zurückzuführen. 2015 beschäftigte die Migros rund 86'000 Mitarbeitende in der Schweiz, davon sind 28.7% ausländische Staatsangehörige aus 150 Nationen. 39 Unternehmen der Migros-Gruppe bildeten 2015 insgesamt 3'700 Lernende in über 50 verschiedenen Berufen aus. Das sind 50 Lernende mehr als im Vorjahr.

### Detailumsatz In- und Ausland

Im Detailhandel resultierte im In- und Ausland ein Umsatz von CHF 22.996 Mrd. (VJ 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 3.4% (siehe Umsatztabelle).

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 aufgrund der Wechselkurssituation um CHF 145.5 Mio. auf CHF 1.672 Mrd. (-8.0%).

2015 konnte die Migros-Gruppe gemäss BAK Basel ihren Marktanteil\* deutlich um 0.8% auf 21.2% erhöhen.

\* basierend auf nominalen Detailhandelsumsätzen ohne Auto/Treibstoffe in der Schweiz.

### Online-Handel

Im E-Commerce konnte die Migros ihre unbestrittene Position als Marktführerin weiter ausbauen. Der gesamte Online-Umsatz betrug inklusive Digitec Galaxus nominal CHF 1.600 Mrd. (+47.3%). Ohne Akquisitions-, Teuerungs- und Währungseffekte betrug der Umsatz im E-Commerce CHF 1.149 Mrd. (+8.9%), davon CHF 938.1 Mio. (+10.2%) im E-Commerce-Bereich Detailhandel.

### Genossenschaftlicher Detailhandel

Der Genossenschaftliche Detailhandel wurde erneut durch den um 8% gestiegenen Einkauf im grenznahen Ausland, starke inländische Konkurrenz und eine durchschnittliche Teuerung von -6% in den Fachmärkten und -1.3% in den Supermärkten geprägt.

Im In- und Ausland erzielten die zehn regionalen Genossenschaften einen Umsatz von CHF 15.613 Mrd. (VJ CHF 15.910 Mrd.), was einer Veränderung von -1.9% entspricht. Der negative Währungseffekt belief sich auf CHF 159.5 Mio. (-1.0%). Währungs- und teuerungsbereinigt ergibt dies ein reales Wachstum von 0.7%. Die Kunden profitierten von Preissenkungen von über CHF 200 Mio.

In der Schweiz betrug der Umsatz in den Supermärkten CHF 11.670 Mrd. Bei einer durchschnittlichen Teuerung von -1.3% konnten die zehn Genossenschaften ihren Umsatz somit real halten.

Die fünf Migros-Fachmärkte Micasa, SportXX, Melectronics, Do it + Garden und Obi erzielten 2015 einen Umsatz von total CHF

1.622 Mrd. (-3.0%). Bereinigt um die Teuerung von -6.0% legten sie gegenüber dem Vorjahr real um 3.0% zu. Die Online-Shops der Fachmärkte erzielten ein Wachstum von 15.2%. Micasa und SportXX konnten Marktanteile hinzugewinnen.

Die Umsätze der einzelnen Fachmärkte (inkl. Online-Umsätzen) veränderten sich im Vergleich zum Vorjahr prozentual wie folgt: Melectronics -6.8% (real +2.8%), SportXX +1.3% (real +4.6%), Micasa -1.0% (real +2.7%), Do it + Garden -0.4% (real +2.7%) und Obi -3.5%.

Im Ausland stiegen die Umsätze von Migros France um 12.8% auf EUR 120.6 Mio. (in Schweizer Franken -1.1%). Die Tegut-Gruppe steigerte ihren Umsatz um 1.1% auf EUR 980.9 Mio. (in Schweizer Franken -11.2%). Ohne den Währungseffekt und den Einfluss der Teuerung ergibt dies ein Wachstum von 0.7%.

#### Erfolgreiche Migros-Gastronomie

Mit einem Umsatz von CHF 683.9 Mio. (+1.2%) realisierte die Migros-Gastronomie ein erfreuliches Geschäftsergebnis. Insbesondere die Gemeinschaftsgastronomie (+19.1%) und das Event-Catering (+26.9%) legten stark zu. Stabil entwickelten sich die Umsätze der Migros-Restaurants (0.0%), leicht rückläufig die Migros-Take-aways (-2.4%). 2015 betrug die Anzahl Migros-Restaurants 314 (VJ 310).

#### Markantes Umsatzwachstum mit Labelprodukten

Der Umsatz mit nachhaltig hergestellten Produkten erhöhte sich wiederum markant. Kundinnen und Kunden kauften für insgesamt CHF 2.678 Mrd. Produkte mit ökologischem und/oder sozialem Mehrwert (+8.4%). Besonders hervorzuheben ist das Bio-Sortiment. Es umfasst rund 1'800 Lebensmittel inklusive Alnatura. Der Umsatz betrug CHF 681.1 Mio. (+14.8%). MSC- und ASC-Produkte aus nachhaltiger Fischzucht und nachhaltigem Wildfang erreichten einen Umsatz von CHF 135.6 Mio. (+46.3%). Mit TerraSuisse, dem umsatzstärksten Label für eine nachhaltige Landwirtschaft, wurden CHF 714 Mio. umgesetzt (+6.5%). Auch Fairtrade-Produkte von Max Havelaar waren gefragt: Der Umsatz betrug CHF 113.8 Mio. (+7.7%).

Ungebremst grosser Nachfrage erfreute sich das regionale Label Aus der Region. Für die Region. Das Umsatzvolumen dieses Sortiments mit über 9'000 Produkten lag bei CHF 898.6 Mio. (+3.2%).

Das Gütesiegel aha! kennzeichnet 120 Produkte im Bereich Lebensmittel und Kosmetik, die für Kunden mit Allergien und Intoleranzen besonders geeignet sind. Mit dem aha!-Sortiment, welches laufend erweitert wird, wurden insgesamt CHF 70.9 Mio. Umsatz erwirtschaftet (+21.5%).

Der Gesamtumsatz mit Nachhaltigkeits-, Gesundheits- und Regionallabels betrug 2015 total CHF 3.648 Mrd. (+7.3%).

#### Verkaufsnetz der Migros-Supermärkte

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

#### Klubschule Migros

Im vergangenen Jahr profitierten über 376'000 Personen von 600 verschiedenen Kursen und Lehrgangsangeboten. Mit 8'816'686 Teilnehmerstunden an insgesamt 53'404 durchgeführten Kursen und Lehrgängen ist die Klubschule Migros die grösste Bildungsinstitution der Schweiz. Aktuell beschäftigt die Klubschule Migros 7'500 Kursleitende an 50 Standorten in der Schweiz. Im Jahr 2015 betrug das freiwillige Engagement in den Bereichen Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft, welches die Migros über das Migros-Kulturprozent entrichtet, insgesamt CHF 120 Mio.

#### Generation M

Tierwohl: Seit 2015 werden Wurstwaren des Traditionsbetriebes Beretta aus Norditalien und das frische Pouletfleisch aus Deutschland und Ungarn nach den in der Schweiz geltenden Tierwohlstandards produziert. Bis 2020 sollen die hohen Schweizer Tierwohlstandards bei allen Produkten aus dem Ausland eingeführt werden.

Palmöl: Die Migros hat ihr Palmölversprechen per Ende 2015 erfüllt. Die M-Industrie bezieht rund 98% ihres Palmöls für die Lebensmittelproduktion von RSPO-zertifizierten Plantagen. Das Palmöl ist damit bis zur Plantage rückverfolgbar. Bei den verbleibenden 2% handelt es sich um Kleinstmengen in zugekauften Halbfabrikaten.

Migros Bio Cotton: Der Umsatzanteil des Labels am Textilsortiment der Eigenmarken belief sich per Ende 2015 auf 18.1%. Damit hat die Migros ihr selbst gestecktes Ziel, den Anteil an nachhaltig produzierten Textilien gegenüber 2011 zu verdoppeln, erreicht.

Betriebliches Gesundheitsmanagement: Alle zehn Migros-Genossenschaften sowie der Migros-Genossenschaftsbund (MGB) haben ein systematisches Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) und tragen per Ende 2015 das Label "Friendly Work Space".

Umwelt: Die Migros ist daran, ihre Strom- und Treibhausgas-Reduktionsziele einzuhalten und erneuerbare Energiequellen weiterhin zu fördern. Bereits 88 Solaranlagen sind auf den Dächern von Migros-Gebäuden in Betrieb, darunter auch das leistungsstärkste Solarkraftwerk der Schweiz auf dem Dach des Migros-Verteilbetriebs Neuendorf. Total konnte die Migros im Genossenschaftlichen Detailhandel ihre Treibhausgasemissionen gegenüber 2010 um 17% reduzieren.

#### Handel

Im anspruchsvollsten Marktumfeld seit Jahren erwirtschaftete das Departement Handel 2015 einen Umsatz von CHF 7.3 Mrd. (+3.5%). Bereinigt um den massiven Preisverfall beim Heiz- und Mineralöl (Migrol) wuchs der Umsatz um 9.3% (siehe Umsatztabelle).

#### Denner

Denner hat seine Marktposition als führender Schweizer Discounter trotz herausfordernden Marktentwicklungen mit einem leichten Umsatzrückgang von 0.4% auf CHF 2.9 Mrd. erfolgreich verteidigt. Die Kundenfrequenz konnte erneut gesteigert werden. Dies gelang insbesondere durch den Umbau weiterer 180 Filialen. Denner zählt per Ende 2015 total 797 Standorte (inkl. Satelliten). (Siehe auch Umsatzcommuniqué Denner vom 14.1.2016)

#### Migrol

Migrol wurde wie alle Tankstellenbetreiber und Mineralölhändler von den stark gefallen Ölpreisen getroffen und musste einen nominalen Umsatzrückgang von CHF 262.8 Mio. auf CHF 1.360 Mrd. (-16.2%) hinnehmen. Real stieg der Umsatz jedoch um 2.7%, womit Migrol erneut Marktanteile gewinnen konnte.

#### Magazine zum Globus

Die Magazine zum Globus AG musste trotz erfolgreicher Integration von Schild und Marktanteilsgegewinnen einen Umsatzrückgang von 3.3% auf CHF 928.7 Mio. hinnehmen. Dies ist eine Folge des sehr schwierigen Marktumfeldes. In diesem Kontext entstand die Notwendigkeit einer Restrukturierung, die in der zweiten Hälfte 2015 vollzogen wurde. Der Umsatz der Globus Warenhäuser betrug CHF 693.1 Mio. (-3.3%), derjenige von Herren Globus CHF 70.6 Mio. (-5.1%) und jener von Schild CHF 165.0 Mio. (-2.7%). Insgesamt zählte Globus inklusive Schild Ende Jahr 94 Standorte. (Siehe auch Umsatzcommuniqué der Globus-Gruppe vom 19.1.2016)

#### Digitec Galaxus

Digitec Galaxus trotzte einem schwierigen Non Food-Marktumfeld und erreichte ein zweistelliges Umsatzwachstum mit einem Umsatz von CHF 696 Mio. (für die Migros-Gruppe ab Zeitpunkt Vollintegration CHF 498.9 Mio.). Damit festigte Digitec Galaxus seine Position als klarer Online-Marktführer. (Siehe auch Umsatzcommuniqué Digitec Galaxus vom 13.1.2016)

#### Depot

Depot setzte seinen erfolgreichen Wachstumskurs fort und erwirtschaftete mit insgesamt 450 Standorten sowie 19 neuen Grosshandelspartner-Filialen einen Umsatz von CHF 456.5 Mio. In Euro-Landeswährung steigerte Depot seinen Umsatz um 12.0% auf EUR 428.9 Mio.

#### Migrolino

Migrolino konnte den dynamischen Wachstumskurs der letzten beiden Jahre fortsetzen. Der Umsatz stieg um 10.0% auf CHF 382.0 Mio. Die Zahl der Migrolino-Standorte hat sich durch die forcierte Expansion ins Tessin auf 287 erhöht.

#### Interio

Mit seinen elf Standorten musste Interio in einem rückläufigen Gesamtmarkt einen Umsatzrückgang von 2.7% auf CHF 181.9 Mio. hinnehmen. Erfreulich war das starke Online-Wachstum von 32.9%.

Office-World-Gruppe (OWiba) Bei der OWiba lag der Gesamtumsatz mit CHF 179.6 Mio. insgesamt 0.3% über Vorjahresniveau.

#### LeShop.ch

Der Online-Supermarkt LeShop.ch erwirtschaftete mit einem Umsatz von CHF 175.9 Mio. ein erfreuliches Wachstum von 6.6%. (Siehe auch Umsatzcommuniqué LeShop.ch vom 1.1.2016)

#### Ex Libris

In einem weiterhin rückläufigen und deflatorischen Markt kämpfte Ex Libris mit starken Strukturveränderungen. Trotz deutlichen Marktanteilsgegewinnen ist der Medienanbieter mit einem Umsatzrückgang von nominal 5.4% auf CHF 121 Mio. konfrontiert. Der Vorsprung im Online- und Cross-Channel-Retailing konnte jedoch weiter ausgebaut werden. Der Online-Umsatz machte 2015 bereits einen Anteil von über 50% des Gesamtumsatzes aus. (Siehe auch Umsatzcommuniqué Ex Libris vom 8.1.2016)

#### Probikeshop

Probikeshop konnte als reiner Online-Händler den Umsatz um 46.1% auf EUR 56.8 Mio. erhöhen.

#### M-way

M-way etablierte sich 2015 weiter als Marktführer und Kompetenzzentrum für Elektromobilität und erreichte ein Umsatzwachstum von 53.0%. Die Filialexpansion wurde mit der Eröffnung der 29. Filiale abgeschlossen.

#### Sharoo

Sharoo konnte die Innovationsführerschaft als erste Peer-to-Peer-Sharing-Plattform für Autos in der Schweiz ausbauen und mit Amag einen weiteren strategischen Partner und Co-Investor dazugewinnen. Der Gewinn des Price/Performance Value Leadership

Award von Frost & Sullivan für das beste Car-Sharing-Konzept Europas bestätigt die Innovations- bzw. Pionierleistung von Sharoo.

#### M-Industrie

Die Aufhebung des Euro-Mindestkurses und die damit verbundene Frankenstärke haben den Druck auf den Werkplatz Schweiz deutlich erhöht. Der steigende Einkaufstourismus und die verhaltene Konsumentenstimmung auf dem Schweizer Markt waren für die M-Industrie spürbar. Sie erarbeitete 2015 einen Umsatz von CHF 6.255 Mrd. (VJ CHF 6.016 Mrd.) und wuchs im anspruchsvollen Marktumfeld um 4.0%. Real legte sie um 0.8% zu.

Das Geschäft mit der Migros-Gruppe konnte um 2.1% auf CHF 4.488 Mrd. ausgebaut werden. Überproportional entwickelte sich das Geschäft mit Denner, Migrolino und LeShop.ch. Nicht zuletzt dank den vielfältigen und attraktiven Sortimenten der M-Industrie konnten alle Kunden innerhalb der Migros-Gruppe Marktanteile gewinnen.

Das internationale Geschäft, bestehend aus Export und Auslandstandorten, legte um 8.8% auf CHF 681 Mio. (VJ CHF 626 Mio.) zu. Die Auslandstandorte wuchsen in Lokalwährungen teils kräftig. Trotz erstarktem Schweizer Franken erwies sich das Exportgeschäft als robust. Währungsbereinigt betrug das Exportwachstum erfreuliche 6.3%. Hauptwachstumstreiber waren das Kaffeekapsel- sowie das Käsegeschäft. Ebenfalls steigern konnte sich der Bereich Kosmetika.

Währungs- und teuerungsbereinigt konnten die meisten Geschäftsfelder zulegen, Währungserfolge dank Einsparungen bei der Beschaffung wurden in Form von tieferen Preisen an die Kunden weitergegeben. (Siehe auch Medienmitteilung M-Industrie vom 24.2.2016)

#### Reisen

Der Umsatz der Hotelplan-Gruppe ging um 7.1% auf CHF 1.305 Mrd. (VJ 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 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. Auch das Volumen der Hypothekarkredite entwickelte sich weiterhin erfreulich. Die Bilanzsumme betrug CHF 42.232 Mrd. und der Geschäftsertrag CHF 593.5 Mio. (Siehe auch Medienmitteilung Migros Bank vom 19.1.2016)

Detaillierte Informationen können im Online-Geschäftsbericht 2015 nachgelesen werden. <https://report.migros.ch>

#### 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
- \* [www.migros.ch/bilanz](http://www.migros.ch/bilanz)
- \* E-Mail: [media@migros.ch](mailto:media@migros.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100786530> abgerufen werden.