

13.01.2017 - 14:15 Uhr

Migros-Gruppe 2016: Wachstum auf hohem Niveau

Zürich (ots) -

2016 erzielte die Migros-Gruppe mit insgesamt CHF 27.7 Mrd. Umsatz ein Wachstum von CHF 274 Mio. (+1.0%). Der Detailumsatz erhöhte sich teuerungsbereinigt bei einer durchschnittlichen Migros-Teuerung von -0.9% um 2.2% auf nominal CHF 23.3 Mrd. Die zehn Genossenschaften erreichten dank leicht höheren Kundenfrequenzen einen Umsatz von CHF 15.6 Mrd., was einem Wachstum von 0.1% entspricht. Die Minusteuerung auf den Migros-Sortimenten belief sich im Inland auf -0.5%. Teuerungsbereinigt betrug das reale Wachstum in den zehn Migros-Genossenschaften 0.3%.

"Die Minusteuerung, der anhaltende Einkaufstourismus und negative geopolitische Ereignisse, die sich vor allem aufs Reisegeschäft auswirkten, beeinflussten im vergangenen Jahr wiederum die Entwicklung der Umsätze. So gesehen, können wir mit den erzielten Umsätzen zufrieden sein. Besonders erfreulich ist, dass die nachhaltigen und regionalen Produkte, mit denen rund CHF 3.8 Mrd. Umsatz erzielt wurden, weiter an Beliebtheit gewinnen. Das Alnatura-Sortiment verzeichnete gar eine Verdoppelung des Umsatzes. Ein weiteres wichtiges strategisches Ziel wurde mit dem Wachstum von über 20 Prozent beim E-Commerce erreicht. Die Migros bleibt somit sowohl bei den Produkten mit sozialen und ökologischen Mehrwerten als auch im Online-Handel unangefochtener Marktleader", freut sich Herbert Bolliger, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes.

Detailumsatz

Der gesamte Detailumsatz im In- und Ausland (ohne Mehrwertsteuer) erhöhte sich nominal auf CHF 23.278 Mrd. (Vorjahr CHF 22.996 Mrd.), was einem Plus von 1.2% entspricht. Die durchschnittliche Migros-Teuerung lag bei -0.9%. Der Effekt aus der Teuerung auf den Detailumsatz beträgt rund CHF -217 Mio. Teuerungsbereinigt liegt das Wachstum somit bei +2.2%.

Der Detailumsatz ohne Mehrwertsteuer setzt sich wie folgt zusammen: Genossenschaften In- und Ausland CHF 15.634 Mrd. (+0.1%), Denner CHF 2.960 Mrd. (+2.0%), Globus inklusive Schild CHF 879 Mio. (-5.4%), Interio CHF 168 Mio. (-7.6%), Depot CHF 502 Mio. (+10.1%), Migrolino CHF 431 Mio. (+12.9%), Office- World-Gruppe (Owiba) CHF 178 Mio. (-0.6%), Migrol CHF 1.294 Mrd. (-4.8%), Ex Libris CHF 112 Mio. (-7.3%), LeShop.ch CHF 182 Mio. (+3.5%), Digitec Galaxus CHF 704 Mio. (+41.1%); 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 3.9%, umgerechnet in Schweizer Franken erhöhte sich der nominale Umsatz um CHF 108 Mio. auf CHF 1.780 Mrd. (+6.4%).

Genossenschaftlicher Detailhandel

Der Nettoumsatz der Genossenschaften inklusive Ausland erhöhte sich um CHF 21 Mio. auf nominal CHF 15.634 Mrd. (+0.1%). Im Ausland nahmen die Umsätze von Migros France um +1.5% auf CHF 130 Mio. und von Tegut um 4.0% auf CHF 1.085 Mrd. zu.

Steigende Umsätze in einem anspruchsvollen Marktumfeld Die Super-/Verbrauchermärkte der Migros erwirtschafteten im Inland 2016 einen Umsatz von CHF 11.689 Mrd. Somit konnten die Umsätze trotz anspruchsvollem Marktumfeld mit anhaltender Frankenstärke um 0.2% gegenüber Vorjahr ausgebaut werden. Bei einer durchschnittlichen Minusteuerung von -0.3% entspricht dies einem realen Wachstum von 0.5% in den zehn Migros-Genossenschaften. Auch bei der Kundenfrequenz ist eine positive Entwicklung zu verzeichnen, mit 344.8 Mio. Kassenbons konnte sie um 0.3% ausgebaut werden.

In den Fachmärkten Micasa, SportXX, Melectronics, Do it + Garden und OBI wurde 2016 ein Umsatz von CHF 1.602 Mrd. (-1.2%) erzielt. Bereinigt um die erneut hohe Minusteuerung von -3.6% konnten die fünf Fachmärkte zusammen real um 2.4% zulegen.

Online und Cross-Channel mit zunehmender Bedeutung Weiterhin positiv zeigt sich die Umsatzentwicklung der Online-Shops der Fachmärkte. 2016 konnte ein Wachstum von 17.4% erzielt werden. Nach der erfolgreichen Lancierung von PickMup, dem Abhol-Service der Migros-Gruppe für Online-Bestellungen, wurde das Flächennetz auf 305 Abholorte ausgebaut. Damit erreichen 90% der Schweizer Bevölkerung innerhalb von 15 Autofahrminuten einen PickMup-Standort. Die Migros-App - der digitale Einkaufsassistent der Migros - zählt seit der Lancierung 2014 erstmals über zwei Millionen Nutzer.

Regionale und nachhaltige Produkte mit anhaltend grosser Nachfrage Die Nachfrage nach regionalen und nachhaltigen Produkten sowie nach Allergiker-Sortimenten ist auch 2016 weiter gestiegen. Das "Aus der Region. Für die Region."-Sortiment erfreut sich mit einem Umsatzvolumen von über CHF 920 Mio. nach wie vor grosser Beliebtheit. Für gesamthaft CHF 2.854 Mrd. wurden Produkte mit ökologischem oder sozialem Mehrwert gekauft (+6.6%), wobei besonders Produkte der Marke Alnatura mit einer Verdoppelung des Umsatzes und die MSC- und ASC-Fisch-Sortimente mit einem Wachstum von 16.1% resp. 28.4% gegenüber Vorjahr hervorzuheben sind. Produkte mit dem aha!-Gütesiegel, welche für Kundinnen und Kunden mit Allergien und Intoleranzen besonders geeignet sind, verzeichnen einen Umsatzanstieg von 22.2%.

Einzigartige Mehrwerte durch erfolgreiche Innovationen

- Die Migros bleibt ihren Versprechen treu und bietet seit September 2016 als erste Schweizer Detailhändlerin ein 100% nachhaltiges Sortiment an Fischen und Meeresfrüchten an.

- Zusammen mit dem WWF konnte in einem Modellprojekt die Nachhaltigkeit im Bananen-Sortiment wegweisend gesteigert werden. Diese Zusammenarbeit garantiert eine kontinuierliche Verbesserung ökologischer und sozialer Kriterien und verfolgt u.a. Ziele in den Bereichen Klimaschutz, Biodiversität und Gesundheitsschutz der Mitarbeitenden.

- Um den heutigen Convenience-Ansprüchen der Kundinnen und Kunden gerecht zu werden, bietet die Migros mit "Migros Daily" in einigen Filialen ein neues ultrafrisches Sortiment an Sofortkonsum-Artikeln an.

- Mit der Welle 7 wurde am Bahnhof Bern ein urbanes Konzept-Center eröffnet, welches einen neuen Ankerpunkt darstellt mit einem innovativen Workspace, der modernsten Klubschule Migros der Schweiz sowie einem vielfältigen Mix aus Shops, Take Away- und Service-Angeboten sowie Restaurants.

Zahlreiche Neueröffnungen und Umbauten

Nicht weniger als 18 neue Ortschaften oder Quartiere konnten mit neuen Supermärkten erschlossen werden, was zeigt, wie stark die Migros in die Nahversorgung investiert. Im Bereich der Schnellverpflegung konnten vier Chickeries und je zwei Take Away- sowie Kaimug-Betriebe (Thai-Take-away) eröffnet werden. Somit umfasste das Verkaufstellennetz der Migros Ende 2016 insgesamt 685 Standorte, das sind 26 mehr als im Vorjahr. Auch grössere Umbauten wurden vorgenommen, so wurde zum Beispiel das Center Neumarkt in Zürich-Altstetten nach einem Totalumbau wiedereröffnet. Die Verkaufsfläche für Super-/Verbrauchermärkte, Fachmärkte und Gastronomie nahm insgesamt um 19'821m² zu (+1.4%).

Gastronomie mit leichtem Umsatzrückgang

Mit CHF 682.1 Mio. wurde in der Migros-Gastronomie gesamthaft um 0.3% weniger Umsatz erzielt als im Vorjahr. Rückläufig entwickelten sich die Umsätze der Migros Restaurants (-1.7%) und der Migros Take Aways (-5.6%). Erfreulich entwickelten sich hingegen neue Gastronomie-Formate wie beispielsweise Chickeria (+123.5%), aber auch in der Gemeinschaftsgastronomie konnten die Umsätze deutlich erhöht werden (+16.8%).

Handel

Denner: Denner kann den Vorjahresumsatz um CHF 58 Mio. (+2.0%) auf CHF 2.960 Mrd. erhöhen. Denner verfügt aktuell über 809 Standorte. (Separate Denner-Medienmitteilung folgt am 16.1.2017)

Magazine zum Globus inklusive Schild: Die Magazine zum Globus AG (Globus, Herren Globus, Schild) erreichten einen Nettoumsatz von CHF 879 Mio. (-5.4%, flächenbereinigt -2.1%).

Migrol: Die weiterhin stark sinkenden Rohölpreise, der wegen der Frankenstärke rückläufige Treibstoffabsatz in den Grenzregionen sowie das warme Winterwetter 2015/16 wirkten sich negativ auf den Umsatz aus. Dieser verringerte sich um 4.8% auf CHF 1.294 Mrd.

Migrolino: Der Umsatz erhöhte sich um CHF 49 Mio. auf CHF 431 Mio. (+12.9%). Per Ende 2016 zählte Migrolino total 307 Shops, davon 59 Stand-alones und 248 Tankstellen-Shops.

Depot: Die Handelskette Depot (Gries Deco Company Ausland und Schweiz) erzielte einen Umsatz von EUR 461 Mio., was eine Zunahme von 7.5% zum Vorjahr ergibt. In Schweizer Franken beträgt der Umsatz CHF 502 Mio. (+10.1%) zum Vorjahr.

Digitec Galaxus: Das Online-Warenhaus Digitec Galaxus hat seinen Umsatz um 41.1% gegenüber dem Vorjahr auf CHF 704 Mio. gesteigert. Dabei gilt es zu beachten, dass die Vollintegration von Digitec Galaxus am 1. April 2015 erfolgte. Digitec Galaxus hat sich 2016 vollständig aus dem Grosshandelsgeschäft zurückgezogen. Im Privat- und Firmenkundengeschäft erzielte das Unternehmen das höchste Wachstum seiner 15-jährigen Firmengeschichte.

LeShop.ch: Zum vierten Mal in Folge steigerte LeShop.ch den Jahresumsatz. 2016 verkaufte der grösste Onlinesupermarkt der Schweiz Waren für CHF 182 Mio. Das sind CHF 6 Mio. oder 3.5% mehr als im Vorjahr. (Siehe LeShop-Medienmitteilung vom 3.1.2017)

Probikeshop.fr: Der französische Online-Marktführer für Fahrradzubehör steigerte seinen Umsatz erneut um 24.2% auf CHF 75 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 1.946 Mrd. (+21.6%).

Industrie

Die M-Industrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland weiter ausbauen. Sie erzielte einen Umsatz von CHF 6.390 Mrd. (Vorjahr CHF 6.255 Mrd.), was einem Plus von 2.2% entspricht. Im Umsatz enthalten sind neu Ondal France Sarl, Gabriel Fleury

SA, Idh a SAS. (Separate Medienmitteilung folgt am 22.02.2017.)

Hotelplan-Gruppe

Das strategische Geschäftsfeld Reisen war mit schwierigen geopolitischen Ereignissen in einigen Kerndestinationen konfrontiert. Gesamthaft verringerte sich der Netto-Umsatz von Hotelplan Group um 1.6% auf CHF 1.284 Mrd. (Vorjahr: CHF 1.305 Mrd.). (Der Jahresbericht "Kompass" von Hotelplan Group wird am 1.2.2017 publiziert).

Migros Bank

In einem anspruchsvollen Marktumfeld setzte die Migros Bank die stabile Entwicklung ihrer Kerngeschäfte fort. Besondere Fortschritte verzeichnet das Anlagegeschäft, das 2017 weiter ausgebaut werden wird. Die Migros Bank präsentiert das detaillierte Jahresergebnis an ihrer Bilanz-Medienkonferenz vom Dienstag, 17. Januar 2017, in Zürich.

Die Bilanz-Medienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) findet am Dienstag, 28. März 2017 in Zürich statt.

Zürich, 13. Januar 2017

Kontakt:

Monica Glisenti, Leiterin Corporate Communications MGB, Tel. 044 277 20 64, monica.glisenti@mgb.ch

Luzi Weber, Mediensprecher MGB, Tel. 044 277 20 66, luzi.weber@mgb.ch

Monika Weibel, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 63, monika.weibel@mgb.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100797889> abgerufen werden.