

Migros 2010: Trotz massiven Preisabschlägen solides Wachstum

Die Migros ist auf gutem Kurs. Trotz zahlreichen Preisabschlägen im Wert von über CHF 450 Mio. und hohen, vor allem währungsbedingten Umsatzrückgängen im Reisegeschäft ist der Umsatz der Migros-Gruppe im Vergleich zum Vorjahr um 0,3 Prozent auf CHF 25,028 Mrd. gestiegen. Der Detailumsatz hat sich um 0,8 Prozent (real +2,9%) auf CHF 21,202 Mrd. erhöht. Zu den Umsatzgewinnern zählen allen voran LeShop.ch mit einem Rekordumsatz von CHF 151,1 Mio. (+15%), Globus (+2,7%), Migrol (+9,1%), SportXX (+6%) und Micasa (+4%). Auch die Migros-Industrie konnte ihren Umsatz um 2,4 Prozent steigern. Im genossenschaftlichen Detailhandel verzeichneten die Produkte mit sozialem und ökologischem Mehrwert ein überdurchschnittliches Wachstum. So ist der Umsatz mit Bio-Produkten um 14 Prozent gestiegen. „Wir sind mit dem vergangenen Geschäftsjahr sehr zufrieden. Im genossenschaftlichen Detailhandel konnten unsere Kunden von einer Minusteuerung von 3 Prozent profitieren. Dank den noch günstigeren Preisen und der konstant hohen Qualität haben die Konsumenten vermehrt in der Migros eingekauft. Das zeigen die höheren Kundenfrequenzen und die grösseren Mengen, die wir verkauft haben“, freut sich Herbert Bolliger, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB).

Gruppenumsatz

Der gesamte Gruppenumsatz der Migros-Gruppe erhöhte sich um CHF 81 Mio. (+0,3%) auf CHF 25,028 Mrd. (Vorjahr CHF 24,947 Mrd.).

Detailumsatz

Der gesamte Detailumsatz (ohne Mehrwertsteuer) belief sich im letzten Jahr auf CHF 21,202 Mrd. (+0,8%). Bei einer Minusteuerung von -2,1 Prozent (CHF -436 Mio.) entspricht das einem realen Wachstum von +2,9 Prozent. Der Detailumsatz setzt sich wie folgt zusammen: **Genossenschaften In- und Ausland** CHF 15,165 Mrd. (-0,4%), **Globus** CHF 817 Mio. (+2,7%), **Interio** CHF 257 Mio. (-1,9%), **Office World und Übrige** CHF 130 Mio. (+21,5%, akquisitionsbedingt), **Migrol** CHF 1,707 Mrd. (+9,1%), **Denner** CHF 2,784 Mrd. (+0,8%), **Ex Libris** CHF 191 Mio. (-1,0%) und **LeShop.ch** CHF 151,1 Mio. (+15%).

Im **Inland** betrug der Detailumsatz CHF 20,996 Mrd. (Vorjahr CHF 20,834 Mrd.), was eine Zunahme von CHF 162 Mio. (+0,8%) ergibt. Im **Ausland** (Migros Deutschland und Migros

France) erhöhte sich der Detailumsatz trotz schwachem Euro um CHF 2 Mio. auf CHF 206 Mio. (+1,0%).

Genossenschaftlicher Detailhandel: Die zehn Migros-Genossenschaften haben 2010 einen Umsatz von CHF 15,165 Mrd. (-0,4%) erwirtschaftet. Bei einer Minusteuerung von -3 Prozent entspricht das einem realen Wachstum von +2,6 Prozent. Volumenmässig hat die Migros auch 2010 mehr als im Vorjahr verkauft. Die zahlreichen Preisabschläge von über CHF 450 Mio. auf dem gesamten Sortiment wirkten sich jedoch auf die Umsätze aus.

Minusteuerung von 3 Prozent: Die Minusteuerung auf dem gesamten Sortiment betrug -3 Prozent, während das Mittel der Schweizer Jahreststeuerung bei +0,7 Prozent lag (BFS). Allein im Frischebereich machte die Minusteuerung -3,6 Prozent aus; Fleisch/Geflügel war durchschnittlich -6,5 Prozent und Früchte und Gemüse waren -3,8 Prozent günstiger als im Vorjahr. Auch die Fachmärkte verzeichneten eine Minusteuerung von -3 Prozent.

Verkaufsflächen: Das gesamte Verkaufsnetz der Migros umfasste per Ende letzten Jahres 610 Standorte, also 6 Standorte mehr als 2009 (siehe Tabelle im Anhang). Die Verkaufsfläche nahm im vergangenen Jahr im Super-/Verbrauchermarkt, in den Fachmärkten und in der Gastronomie insgesamt um +27'142 m² (+2,1%) auf 1'293'204 m² zu (Vorjahr 1'266'062 m²). Nennenswerte Neueröffnungen sind die erste Stand-alone-Filiale von Micasa in Etoy VD, zwei neue Fachmärkte (Micasa / SportXX) beim Centro Sant Antonino sowie zwei neue MM-Märkte in Fribourg und La Chaux-de-Fonds.

Gleichzeitig wurden 2010 aber auch diverse grosse Umbauten abgeschlossen. Speziell zu erwähnen ist die Neueröffnung des Zentrums Länderpark in Stans. Das neue Einkaufszentrum kommt ganz ohne fossile Brennstoffe aus, verfügt über das Minergie-Label und besitzt ein eigenes, grosses Solarkraftwerk. Es erlangte das Qualitätszertifikat „Natur & Wirtschaft“ und ist damit ein weiteres Beispiel, wie sich die Migros auch beim Bauen für die Nachhaltigkeit einsetzt.

Flächenproduktivität: Der gewichtete durchschnittliche Umsatz pro m² betrug bei einer Minusteuerung von -3 Prozent im Super-/Verbrauchermarkt CHF 14'489/m² (-3,0%), in den Fachmärkten lag er bei CHF 4'428/m² (+1,1%).

Erfolgreiche Produkte und Sortimente: Seit der Lancierung von Migros Premium wurde ein Umsatz von CHF 41 Mio. erzielt. Zu den besonders erfolgreichen Migros Markenartikeln zählen 2010 wiederum die „Heidi“-Produkte (+4%), die Total-Waschmittel (+7%) und weiterhin die Kosmetikartikel „I am“ (+7%) und Zoe (+21%). Auch die Kaffee kapseln Delizio, welche es

in elf Sorten gibt und die seit 2010 „UTZ“ zertifiziert sind, erfreuen sich einer grossen Nachfrage, was das Umsatzplus von 12,7 Prozent belegt.

Produkte mit sozialem und ökologischem Mehrwert: Die 2010 lancierte Bio-Kampagne hat zu einem sehr erfreulichen Umsatzwachstum geführt und die Nachfrage nach Bio-Produkten im Vergleich zum Vorjahr markant erhöht. Der Umsatz ist um 14 Prozent auf CHF 407 Mio. gestiegen, was zu einem deutlichen Marktanteilsgewinn führte. MSC, das Label für nachhaltigen Fischfang, findet bei den Kunden ebenfalls grosse Beachtung. Der Umsatz erhöhte sich um 25 Prozent auf CHF 50 Mio. Mit einem Umsatzplus haben auch die Label Max Havelaar, FSC und Bio-Baumwolle (Migros Bio Cotton) abgeschnitten.

Erfreulich sind auch die auf CHF 40 Mio. verdoppelten Umsätze mit energiesparenden Geräten, die das Label „Topten“ tragen.

Handel

Globus: Im vergangenen Jahr hat Globus umsatzmässig gut zugelegt. Der Gesamtumsatz der Globus-Gruppe (inkl. Service-Center) hat sich um CHF 22 Mio. (+2,7%) auf CHF 817 Mio. (Vorjahr CHF 795 Mio.) erhöht. Dabei haben die Globus Warenhäuser mit einer Zunahme von 2 Prozent ihre Position als führende Premium-Warenhäuser der Schweiz weiter stärken können. Der Herren Globus konnte das Vorjahr gar um 8,3 Prozent übertreffen.

Denner: 2010 konnte Denner mit einem Umsatzplus (+0,8%) abschliessen. Das Resultat widerspiegelt, dass Denner seine Position im hart umkämpften Discountgeschäft halten konnte. Der Umsatz stieg um CHF 21 Mio. auf CHF 2,784 Mrd.

Online-Geschäft, LeShop.ch und weitere Anbieter: LeShop.ch, der grösste Online-Supermarkt der Schweiz, schloss das Jahr erneut mit einem Rekordumsatz von CHF 151,1 Mio. ab. Das Wachstum betrug CHF 19,6 Mio. oder 15 Prozent. Gesamthaft konnte die Migros im E-Commerce-Geschäft ihre unbestrittene Position als Marktleaderin erneut markant ausbauen, nämlich um CHF 100 Mio. (+19%) auf CHF 640 Mio. Darin inbegriffen sind LeShop.ch, die Online-Aktivitäten der Hotelplan-Gruppe, sowie das Online-Geschäft von Ex Libris, Office World und Migrol.

Migrol: 2010 haben die Preise für fossile Rohstoffe wieder angezogen. Das hat sich positiv auf den Umsatz ausgewirkt. Dieser erhöhte sich wieder um CHF 143 auf CHF 1'707 Mio. (+9,1%).

Migrolino: Die Expansion von Migrolino geht in hohem Tempo voran. Per Ende 2010 waren 164 Shops (+28) erfolgreich in Betrieb.

m-way: Unter dem Namen m-way lancierte die Migros im vergangenen Jahr erfolgreich das erste Kompetenzzentrum für Elektromobilität. Im Oktober wurde der erste m-way-Shop in Zürich eröffnet, wo eine breite Palette von 2- und 4-Rad-Elektromobilen und umfassende Dienst- und Serviceleistungen rund ums Thema angeboten werden. Zwei weitere m-way-Shops sind für das Jahr 2011 geplant.

Industrie

Die Eigenindustrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland auch 2010 weiter ausbauen. Sie erzielte einen Umsatz von CHF 5,312 Mrd. (Vorjahr CHF 5,186 Mrd.), was einem Plus von 2.4% entspricht. Dabei ist das internationale Geschäft dank stärkeren Exporten und der Integration zweier akquirierter Gesellschaften deutlich im zweistelligen Bereich gewachsen.

Hotelplan-Gruppe

Der Umsatz der Hotelplan-Gruppe reduzierte sich 2010 um -8,0 Prozent oder CHF -129 Mio. auf CHF 1,489 Mrd. (Vorjahr CHF 1,618 Mrd.). Neben einem teilweise bewusst in Kauf genommenen Umsatzrückgang in der Schweiz litt das Reisegeschäft 2010 wiederum unter negativen Währungseinflüssen sowie der Luftraumsperrung aufgrund der Vulkanasche im Frühling 2010.

Migros Bank

Die Migros Bank hat ihren erfolgreichen Wachstumskurs im Jahr 2010 fortgesetzt. Der Bruttogewinn stieg um beachtliche 23,9 Prozent auf CHF 315 Mio. Der Geschäftsertrag nahm um 3,7 Prozent zu und erreichte mit CHF 593 Mio. den höchsten Wert der Firmengeschichte. Sehr erfreulich entwickelte sich zudem das Hypothekengeschäft. Die Ausleihungen erhöhten sich um CHF 1,1 Mrd. auf 26,1 Mrd. Trotz verstärktem Preiskampf bei den Hypotheken konnte die Migros Bank auch den Erfolg aus dem Zinsengeschäft um 3,4 Prozent auf CHF 474 Mio. steigern.

Die Bilanzmedienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) findet am 29. März 2011 in Zürich statt.

Zürich, 19. Januar 2011

Für weitere Informationen:

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

Urs Peter Naef, Mediensprecher MGB, Tel. 044 277 20 66, urs-peter.naef@mgb.ch

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

Tabelle

Das Migros-Vertriebsnetz 2010

Total Verkaufsfläche 1'293'204 m² (+27'142 m² bzw. +2,1%)

Format	Anzahl Standorte 2010	Anzahl Standorte 2009
Total Standorte	610	604
M	291	292
MM	213	209
MMM	39	39
Fachmärkte und M-Parcs	44	42
Spezialläden	19	18
Gastronomie (eigenständig)	4	4
M-Restaurants (integriert)*	185	186
Migrolino-Shops	164	136

*Die integrierten M-Restaurants zählen nicht als eigene Standorte.