

Die Migros-Gruppe bewältigt das Geschäftsjahr 2020 mit Umsatzsteigerung

Zürich, 19. Januar 2021 – Die Migros-Gruppe hat ihren Umsatz im anspruchsvollen Jahr 2020 trotz massiver Rückschläge etwa im Reise- und Gastronomiegeschäft erneut steigern können. Dabei haben sich die Fokussierung auf das Kerngeschäft sowie der Ausbau des Online-Angebots als strategisch zentral erwiesen. Der konsolidierte Umsatz der Migros-Gruppe erhöhte sich um 4% auf CHF 29.822 Mrd. Der Detailumsatz stieg devestitionsbereinigt um 7.2% auf CHF 24.191 Mrd. Mit dem beschleunigten Ausbau der Online-Shops konnte die Migros rasch neue Kundenbedürfnisse erfüllen. Insgesamt stieg der Online-Umsatz der Migros-Gruppe um 31.0% auf knapp CHF 3 Mrd. und trug damit erstmals mehr als 10% zum Gesamtumsatz bei.

Verschiedene ausserordentliche Faktoren prägten das Geschäftsjahr 2020 der Migros-Gruppe. Aufgrund der Corona-Pandemie hatte sie im stationären und im Online-Handel eine erhöhte Nachfrage zu bewältigen. Gleichzeitig erlitten Geschäftsfelder wie Reisen, Gastronomie sowie Fitness- und Freizeitangebote starke Einbussen. Als strategisch zentral erwiesen sich in diesem Umfeld die in den Vorjahren gestartete Bereinigung des Unternehmensportfolios, die Fokussierung auf das Kerngeschäft und der forcierte Ausbau des Online-Angebots. Die Bereinigung des Firmenportfolios wurde mit dem Verkauf der Warenhauskette Globus – Anfang des Jahres – und jenem des Gastro-Grosshandelsbelieferers Saviva – Ende des Jahres – konsequent umgesetzt.

«Die Migros hat das Extremjahr gut gemeistert. Sie konnte in dieser für viele Menschen belastenden Zeit eine zentrale Rolle in der Versorgung der Schweizer Bevölkerung wahrnehmen. Dies ist dem ausserordentlichen Einsatz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der ganzen Migros-Gruppe zu verdanken. Sie waren unermüdlich und engagiert für die Kundinnen und Kunden da», sagt Fabrice Zumbrennen, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschaftsbundes.

Online-Anteil übersteigt erstmals 10%

Der Umsatz der Migros-Gruppe stieg 2020 um 4.0% auf CHF 29.822 Mrd. Der Detailumsatz aller Migros-Unternehmen, die an die Endverbraucher liefern, nahm um 2.6% auf CHF 24.376 Mrd. zu. Bereinigt um die Verkäufe von Globus und Depot resultierte ein Detailumsatz von CHF 24.191 Mrd., was einem Zuwachs von 7.2% gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Im E-Commerce konnte die Migros ihre Marktführerschaft weiter ausbauen. Der gesamte Online-Umsatz über alle Bereiche der Migros-Gruppe hinweg wuchs um 31.0% auf CHF 2.995 Mrd. Insbesondere Digitec Galaxus mit einem markanten Wachstum in der Schweiz von 56.4% auf CHF 1.699 Mrd. sowie die starke Entwicklung beim Supermarkt «Migros Online» (+40.0% auf CHF 266 Mio.) trugen wesentlich dazu bei.

Genossenschaftlicher Detailhandel auf Wachstumskurs

Super- und Verbrauchermärkte

Die zehn Genossenschaften erwirtschafteten im Inland einen Umsatz von CHF 14.850 Mrd. (+3.0%). Dank der Supermarktkette Tegut resultierte im Ausland ein Wachstum von 9.6% auf CHF 1.499 Mrd. Während im Inland die Gastronomie einen Umsatzrückgang um 41.7% auf CHF 390 Mio. hinnehmen musste, verzeichneten die Super- und Verbrauchermärkte einen deutlichen Zuwachs. Sie erzielten im Inland einen Umsatz von CHF 12.455 Mrd. (+7.4%). Die Corona-Pandemie veränderte das Einkaufsverhalten vieler Konsumentinnen und Konsumenten. Diese verbrachten mehr Zeit zu Hause und erledigten ihre Einkäufe vermehrt in kleineren quartiernahen Läden, die ein Wachstum im zweistelligen Bereich erreichten. Die Warenkörbe wurden grösser, allerdings wurde weniger häufig eingekauft. Entsprechend sank die Kundenfrequenz auf 321 Mio. Einkäufe (–8.9%).

Als besonders beliebt erwiesen sich bei den Kundinnen und Kunden regionale und nachhaltige Produkte. Der Umsatz mit biologischen Lebensmitteln konnte um 15.6% gesteigert werden. Bei Produkten mit ökologischem oder sozialem Mehrwert wurde mit einem Umsatz von CHF 3.382 Mrd. ein Wachstum von 7.4% erzielt. Die Migros senkte auch im Jahr 2020 die Preise. Seit September 2020 wurden 700 Supermarktartikel dauerhaft günstiger.

Fachmärkte

Die Fachmärkte Micasa, SportXX, melectronics, Do it + Garden und OBI erhöhten trotz des Lockdowns im Frühjahr ihren Umsatz um 5.6% auf CHF 1.717 Mrd. Der Zuwachs im Online-Kanal um 138.8% vermochte die vorübergehende Schliessung der Märkte zu kompensieren. Die Anzahl Online-Bestellungen hat sich im Laufe des Jahres mehr als verdoppelt, während des Lockdowns zeitweise sogar verzehnfacht.

Migros Online (ehemals LeShop)

Ein wichtiger Schritt erfolgte Anfang November 2020 mit der Überführung des Online-Supermarkts LeShop.ch in «Migros Online». Migros Online steigerte den Umsatz um 40.0% auf CHF 266 Mio. und lieferte im Vergleich zum Vorjahr 43.6% mehr Bestellungen aus. Um das gestiegene Volumen zu verarbeiten, nahm Migros Online zusätzliche Lager in Betrieb. Nebst dem Rebranding hat Migros Online das Sortiment um 2'000 Artikel erweitert.

Mit den ausgebauten Online-Shops und -Plattformen sowie der Eröffnung von acht neuen M-Filialen in bisher unerschlossenen Ortschaften und Stadtquartieren ist die Migros auch 2020 näher zu den Kundinnen und Kunden gerückt. Die Verkaufsfläche der Super-/Verbrauchermärkte, der Fachmärkte und der Gastronomie sank dennoch um 4.3% auf 1'415'437 m², wodurch die Flächenproduktivität gesteigert werden konnte. Hauptgrund sind die Schliessung der Filialen des Möbelhändlers Interio (–11 Filialen) und der Verkauf des Gastroformats Chickeria (–12 Restaurants).

Aufgrund der positiven Entwicklung im Genossenschaftlichen Detailhandel hat die Migros entschieden, den betroffenen Mitarbeitenden in diesem Bereich weiterhin die Differenz zur gesetzlich vorgegebenen Kurzarbeitsentschädigung von 80% auszugleichen. Dank dieser freiwilligen Leistung der Migros erhalten betroffene Mitarbeitende während des Lockdowns wie bis anhin 100% ihres regulären Lohnes.

Departement Handel: Devestitionsbereinigte Umsatzsteigerung von rund 14 Prozent

Bereinigt um die Verkäufe von Globus und Depot, erzielte das Departement Handel eine Umsatzsteigerung von 13.8% auf CHF 7.550 Mrd. (ohne Bereinigung -1.3%). Neben dem starken Wachstum von Digitec Galaxus entwickelte sich insbesondere Denner äusserst positiv und steigerte im starken Discounter-Wettbewerb seinen Umsatz auf CHF 3.763 Mrd. (+15.7%). Der Convenience-Anbieter Migrolino ist sowohl im Shop- als auch im Grosshandelsgeschäft erfolgreich gewachsen und erreichte einen Umsatz von CHF 716 Mio. (+20.8%). Bei Ex Libris hat sich die in den Vorjahren umgesetzte Online-Offensive bewährt: Ex Libris konnte mit dem stark beschleunigten Online-Wachstum den entgangenen Umsatz aus Filialschliessungen während des Lockdowns auffangen. Der Umsatz stieg um 22.4% auf CHF 122 Mio. Migrol erlitt aufgrund der gesunkenen Treibstoffpreise und des Rückgangs des Individualverkehrs einen Umsatzrückgang auf CHF 1.226 Mrd. (-20.8%).

Migros Industrie: Eigene Kanäle kompensieren Verluste im Drittgeschäft

Mit ihren Industriebetrieben ist die Migros eine der grössten Produzentinnen von Eigenmarken, daneben beliefert sie mit ihren Produkten auch zahlreiche Drittkunden. 2020 bekam sie die pandemiebedingten Auswirkungen im Drittgeschäft zu spüren. Mit einem starken Wachstum in der Belieferung von Migros-Kanälen vermochte sie diese jedoch zu kompensieren. Es resultierte ein Umsatzplus von 1.8% auf CHF 5.979 Mrd.

Gesundheitsversorgung ausgebaut

Die Medbase-Gruppe hat die beiden Geschäftsfelder Medizin und Pharmazie weiter ausgebaut. Mit der Übernahme von zahnarztzentrum.ch Mitte 2020 hat sie zudem das Geschäftsfeld der Zahnmedizin erschlossen. Der Gesamtumsatz der Medbase-Gruppe stieg dank Akquisitionen und organischem Wachstum um 69.3% auf CHF 382 Mio.

Hotelplan Group: Trübstes Ergebnis der Geschichte

Das strategische Geschäftsfeld Reisen verzeichnete aufgrund starker Einschränkungen das trübste Jahresergebnis der Geschichte. Es gab Zehntausende Rückreisen für Kunden zu organisieren, Reisen zu stornieren und Flüge umzubuchen. Der Reisekonzern erzielte einen Nettoumsatz von CHF 732 Mio. (-38.4%). Auf vergleichbarer Basis, d.h. mit dem 2019 akquirierten Unternehmen vtours, beträgt der Umsatzrückgang -57%. Die Hotelplan Group wird ihre Jahreszahlen am 2. Februar 2021 im Detail bekanntgeben.

Migros Bank

Die Migros Bank wird ihr detailliertes Jahresergebnis am 21. Januar 2021 veröffentlichen.

Die **Bilanz-Medienkonferenz** des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) findet am Dienstag, 30. März 2021 in Zürich statt. Die Einladung dazu folgt.

Weitere Informationen:

Migros-Genossenschafts-Bund, Medienstelle, Tel. 058 570 38 38, media@migros.ch