

Migros-Gruppe steigert ihre Marktanteile und verbessert das operative Ergebnis

Die Migros-Gruppe blickt auf ein bewegtes Jahr 2018 zurück. Sie konnte ihren Marktanteil im Detailhandel weiter steigern und gleichzeitig die Führungsrolle im Schweizer E-Commerce ausbauen. Der Gruppenumsatz nahm um 1.4% auf 28.5 Mrd. Franken zu, das operative Ergebnis verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 7.8% auf 651 Mio. Franken. Die Migros-Gruppe beschäftigt insgesamt 106'622 Menschen, allein in der Schweiz hat sie letztes Jahr den Personalbestand um 155 zusätzliche Stellen erhöht. Ihre Anstrengungen für den Umwelt- und Klimaschutz, gegen steigende Gesundheitskosten und für das Tierwohl hat die Migros verstärkt. Um den Plastikverbrauch weiter zu senken, wird die Migros den Offenverkauf bei Bio-Früchten und -Gemüse im laufenden Jahr verdoppeln.

Immer mehr Menschen kaufen bei der Migros ein. Die Zahl der Migros-Besitzer erreichte mit 2'215'194 Genossenschafterinnen und Genossenschaffern 2018 einen neuen Höchstwert. «Das zeigt, dass wir trotz des notwendigen Wandels auf einem guten Weg sind», sagte Fabrice Zumbrunnen am Dienstag an der Bilanz-Medienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB). Die Migros-Gruppe sei mit dem leicht verbesserten operativen Ergebnis auf Kurs, jedoch noch nicht auf dem Niveau, das sie erreichen wolle, sagte der Präsident der Generaldirektion. «Wir müssen weiter engagiert darauf hinarbeiten, das Einkaufserlebnis für die Kunden online und in den Super- und Fachmärkten noch stärker ins Zentrum zu rücken. Wir sind daran, unsere Leistungsfähigkeit zu verbessern. Die Vorteile werden wir weiterhin in Form von fairen Preisen und hoher Qualität an die Kundinnen und Kunden weitergeben», erklärte Fabrice Zumbrunnen.

Wachstum sowohl im E-Commerce als auch im regionalen Detailhandel

Gleichzeitig investiert die Migros-Gruppe unverändert in die Wirtschaft. 2018 tätigte sie Investitionen von über 1.5 Mrd. Franken, besonders in zusätzliche moderne Ladenflächen sowie ins Online-Geschäft. Dank der wachsenden Kundennachfrage stieg der Umsatz im genossenschaftlichen Detailhandel um 2.5% auf 16.9 Mrd. Franken. Mit 26 neu eröffneten Filialen (total 727) ist die Migros im vergangenen Jahr noch näher zu den Leuten gerückt. Dabei stieg der Marktanteil der Migros-Gruppe am Detailumsatz von 21.8 auf 22.1%.

Dank der Umsatzsteigerung von 6.9% auf 2.1 Mrd. Franken behauptete die Migros-Gruppe ihre Führungsrolle im Schweizer E-Commerce. Der Online-Umsatz der Migros-Gruppe im Detailhandel (1.9 Mrd. Franken) hat sich seit 2014 mehr als verdoppelt. «Das Beispiel Digitec Galaxus als interaktiver Marktplatz zeigt, dass die Migros auch online ein attraktiver Ort der Begegnung ist», sagte Fabrice Zumbrunnen. Diese Marktführerschaft will die Migros

behaupten und weiter ausbauen. «Wir werden gleichzeitig stationär und mit persönlichem Service präsent bleiben. Stationär und digital vernetzte Angebote kommen bei unseren Kunden sehr gut an», sagte Fabrice Zumbrunnen. Darauf deute der Abholservice PickMup hin, der doppelt so häufig genutzt worden sei wie im Jahr zuvor.

Die Migros beschäftigt mehr Menschen und verlängert Gesamtarbeitsvertrag bis 2022

«Wenn wir von Zahlen sprechen, geht unser wichtigstes Kapital oft vergessen: unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ihnen möchte ich ganz besonders danken. Denn sie leisten als Sympathieträger jeden Tag das Beste für unsere Kundinnen und Kunden», sagte Fabrice Zumbrunnen. Per Ende 2018 beschäftigte die Migros als grösste Arbeitgeberin in der Schweiz 89'671 Mitarbeitende (+155), weltweit sind es 106'622 Menschen (+1'166). Mit der Verlängerung des Landes-Gesamtarbeitsvertrages (L-GAV) bis ins Jahr 2022 kann die Migros weiterhin überdurchschnittlich attraktive Arbeitsbedingungen bieten.

Verkauf von Bio-Produkten steigt um 11 Prozent

Auf Produktseite will die Migros ihren Wachstumskurs bei den stetig beliebter werdenden regionalen und nachhaltig produzierten Artikeln fortsetzen. Mit insgesamt 4.2 Mrd. Franken steigerte sich der Umsatz von Produkten mit Nachhaltigkeits- und Regionallabeln sowie dem Gesundheitslabel «aha!» um 5.3%. Für knapp eine Milliarde Franken kauften Kunden Produkte des regionalen Labels «Aus der Region. Für die Region.» (+3.5%). Fast die Hälfte ihres Umsatzes mit Nachhaltigkeitslabeln machten das «Terra-Suisse» und das Bio-Sortiment aus. Allein bei den Bio-Produkten stieg die Nachfrage um 11%. Die Migros wird ihre regionalen, gesunden und nachhaltigen Angebote auch in Zukunft kontinuierlich erweitern.

Weniger Plastik: Die Migros verdoppelt Offenverkauf bei Bio-Früchten und -Gemüse

Das 2012 lancierte Nachhaltigkeitsprogramm der Migros – Generation M – umfasst bisher 67 verbindliche Versprechen, Ende 2018 waren davon bereits 44 erfüllt. Im Bereich Klimaschutz hat die Migros-Gruppe trotz des Wachstums dank der konsequenten Klima- und Energiestrategie erfolgreich ihren Energieverbrauch (-2.4%) sowie die Treibhausgasemissionen (-2.8%) gesenkt. Seit 2018 kompensiert die Migros die CO₂-Emissionen für alle Warentransporte, die für den Detailhandel per Flugzeug erfolgen. Mittels eines speziellen Klimaschutzfonds unterstützt sie Klimaschutzprojekte entlang der Lieferkette. Erneut erfolgten 3% mehr Transporte mit der Bahn, womit die Migros führend ist bei den Schienentransporten in der Schweiz.

Auch an der Reduktion der Plastikverpackungen arbeitet die Migros intensiv. Sie konnte 2018 mit Massnahmen wie optimierten Verpackungen 270 Tonnen Plastik einsparen. Gemäss der Maxime «vermeiden – vermindern – verwerten» arbeitet die Migros gruppenweit kontinuierlich daran, die Verpackungsmenge systematisch zu reduzieren, vermehrt Recyclingmaterial einzusetzen und die Wiederverwertung zu verbessern. Fabrice Zumbrunnen kündigte an, dass die Migros im laufenden Jahr den Offenverkauf bei Bio-Früchten und -Gemüse verdoppeln wird.

Für das Tierwohl wird die Migros als erste Detailhändlerin ab 2020 nur noch Eier aus tierfreundlicher Freilandhaltung verkaufen.

Ganzheitliches Engagement im Gesundheitsbereich

Der Gesundheitsbereich der Migros wächst weiterhin. «Mit Angeboten von der Prävention über Praxisleistungen bis hin zur Rehabilitation werden wir uns für die Kunden verstärkt ganzheitlich einsetzen», sagte Fabrice Zumbrunnen. Das Wachstum des medizinischen Angebots von Medbase und der Fitnessangebote zeige, dass bei den Menschen ein grosses Bedürfnis nach preiswerten Dienstleistungen und Produkten im Gesundheitsbereich bestehe. Das umfassende medizinische und therapeutische Angebot von Medbase/santémed erzielte ein Umsatzwachstum von 7.9% auf 150 Mio. Franken. Im Bereich Fitness und Wellness baute die Migros ihr Angebot um neun auf insgesamt 130 Standorte aus.

Operatives Ergebnis gesteigert, Gruppengewinn leicht rückläufig

An der Bilanz-Medienkonferenz gab Jörg Zulauf, Leiter des Departements Finanzen, detailliert Einblick ins Geschäftsergebnis. Die Migros-Gruppe steigerte ihren Umsatz 2018 um 382 Mio. auf 28.5 Mrd. Franken (+1.4%). Das operative Ergebnis (EBIT) verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr um 7.8% auf 651 Mio. Franken (2017: 603 Mio.). Die EBIT-Marge bleibt mit 2.3% auf tiefem Niveau, was den anhaltenden Margendruck widerspiegelt. Unter anderem aufgrund notwendiger Wertberichtigungen im Umfang von 90 Mio. Franken bei Globus resultierte ein leicht rückläufiger Gruppengewinn von 475 Mio. Franken (-5.5%). Mit 18.4 Mrd. Franken konnte die Migros-Gruppe ihre Eigenkapitalbasis insgesamt um 504 Mio. Franken stärken. «Die Migros wächst organisch und verfügt weiterhin über eine sehr starke Eigenkapitalbasis», sagte Zulauf.

Trotz Wandel orientiert sich die Migros an ihren gesellschaftlichen Werten

Dieses gesunde Fundament bildet die Grundlage, damit die Migros weiter in neue und innovative Geschäfte sowie über die weltweit einzigartige Institution des Kulturprozents in das Gemeinwohl investieren kann. 2018 förderte die Migros über das Kulturprozent freiwillig Projekte aus Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft mit 120 Mio. Franken. Ergänzend unterstützte der Förderfonds Engagement Migros 60 Projekte in den Bereichen Kultur, Nachhaltigkeit, Wirtschaft und Sport mit insgesamt 16.5 Mio. Franken. «Das gesellschaftliche Engagement macht auch in Zukunft die Einzigartigkeit der Migros aus, selbst wenn sich vieles im Markt verändert und sich die Migros bewegt», sagte Fabrice Zumbrunnen.

Ausführliche Informationen zum Geschäftsgang und zum Engagement der Migros finden sich im Online-Geschäftsbericht 2018 unter <https://report.migros.ch>.

Zürich, 26. März 2019

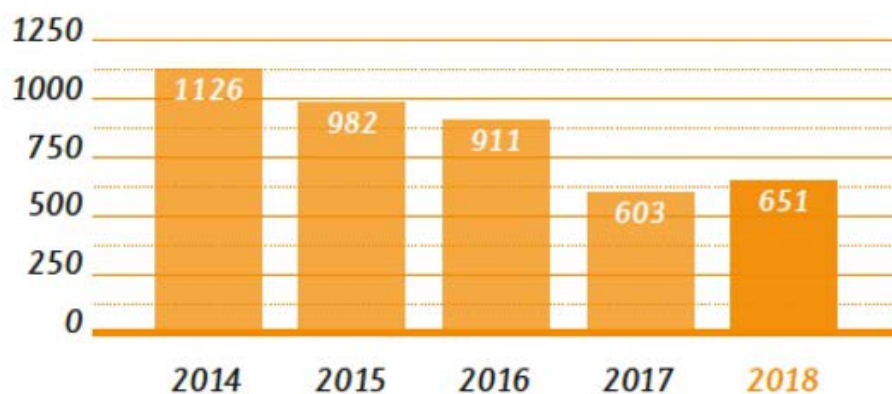
Weitere Informationen:

- Medienstelle Migros-Genossenschafts-Bund, Tel. 058 570 38 38
- Bilder und weitere Informationen: www.migros.ch/bilanz
- E-Mail: media@migros.ch
- Twitter: @migros / Hashtag: #MigrosBMK19

Operatives Ergebnis Migros-Gruppe 2014 – 2018

EBIT (Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern)

in Mio. CHF



Gewinn Migros-Gruppe 2014 – 2018

Gewinn

in Mio. CHF

