

Bilanz- Medienkonferenz Migros-Gruppe

Mario Irminger

Präsident der Generaldirektion
MGB

Isabelle Zimmermann

Leiterin Departement Finanzen und
Mitglied der Generaldirektion

Zürich, 24. März 2026



Mario Irmingier

Rückblick 2025 – 100 Jahre Migros



1.3 Mio.

Rosen am
Migros-
Geburtstag
verteilt



45'000

Besucher*innen
des Merci-Bus



600'000

Merci-Boxen zum
Jubiläumsstart



43'000

Mitarbeitende
feierten bei Merci.
Das Fest



250'000

Tickets à 9
Franken bei der
Merci-Tour



600

Gäste am Parkfest
empfangen

Migros-Engagement

Als Genossenschaft investierte die Migros rund **138 Mio. CHF** in **kulturelle** und **soziale Initiativen**.

Davon flossen **121.7 Mio. CHF** in das **Migros-Kulturprozent**, das Projekte aus Kultur, Bildung, Sozialem, Freizeit und Wirtschaft förderte.

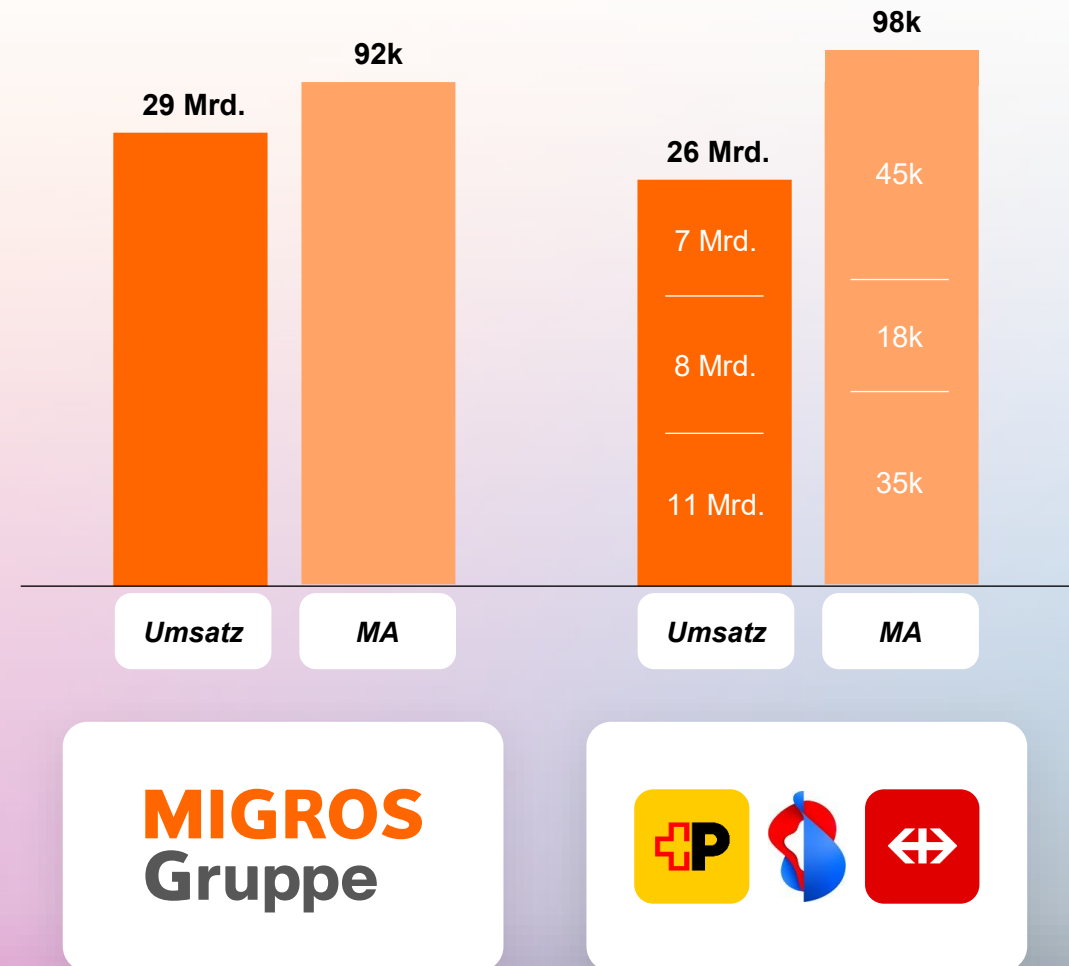
Der **Migros-Pionierfonds** unterstützte zudem Innovationsprojekte mit **15.3 Mio. CHF**.

1 Mio. CHF flossen in den **Migros-Unterstützungsfonds**.



**Wir haben als einer
der grössten
Wirtschaftsakteure
der Schweiz grossen
Einfluss und grosse
Verantwortung**

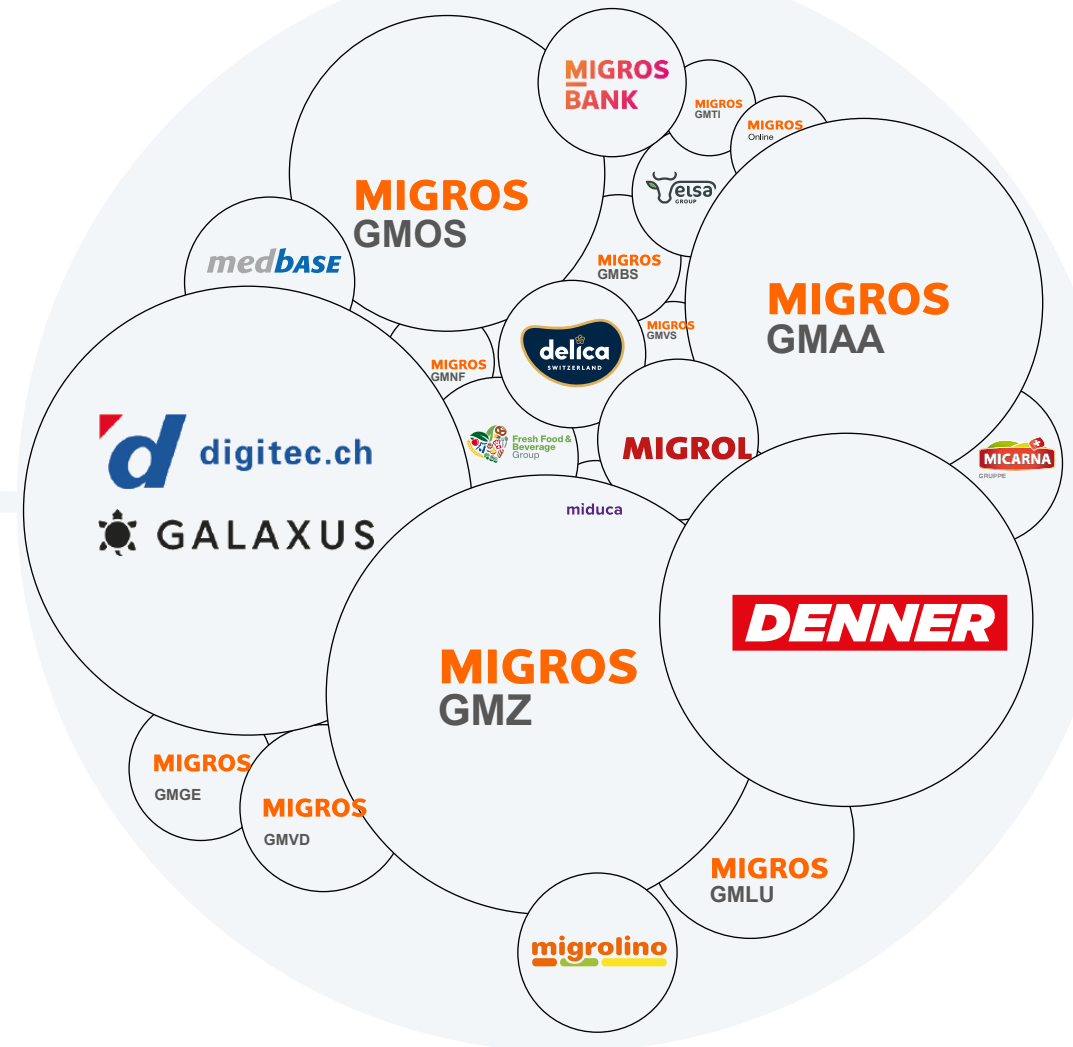
Umsatz und Anzahl Mitarbeitende in der Schweiz
im Vergleich zu bundesnahen Betrieben



Wir führen die Migros-Gruppe als Ganzes

MIGROS
Gruppe

Mit 29 Mrd. CHF Umsatz und
rund 92'000 Mitarbeitenden
das grösste Unternehmen
der Schweiz



MIGROS GRUPPE

Eigenständige Geschäftseinheiten



**Food
Retail**

MIGROS

**MIGROS
Industrie**

DENNER

**migrolino
MIGROL**



**Non-Food
Retail**

d digitec.ch
GALAXUS



**Gesund-
heit**

medbase



**Finanz-
Services**

**MIGROS
BANK**

Diese Firmen wurden verkauft oder geschlossen



SPORTX

DO IT+GARDEN
||||||| **MIGROS**

 **smood**

 **sparrow**
ventures

food
now
powered by MIGROS

misenso

micasa
MIGROS

OBI

BIKE
WORLD

bestsmile

YUNO

 **Rayo**

SweetWorks



Hotelplan
GROUP

ex libris

soFine

Mridge

 **ALNATURA**

tegut...
gute Lebensmittel

Die Migros-Gruppe hat eine starke Stellung in vier Bereichen, die im Leben der Schweizer Bevölkerung zentral sind

Bedürfnisfeld	Konsumausgaben ¹ 2024 (% von Total)	Geschäftsfelder der Migros-Gruppe
Immobilien & Energie 	27%	
Ernährung & Genuss 	20%	 Food Retail
Gesundheit & Well-Being 	17%	 Gesundheit
Lifestyle & Zuhause 	11%	 Non-Food Retail
Mobilität 	9%	
Versicherungen und Finanz-DL 	8%	 Finanz Services
Freizeit, Kultur, Bildung & Reisen 	7%	

¹Quelle: Bundesamt für Statistik (Bfs); 1. Im Vergleich zur BFS-Definition von Konsumausgaben wurden Krankenkassenprämien inkludiert;

Marktanteilsentwicklung Migros vs. Markt

2025 vs. 2024, in %		Wachstum Marktsegment	Wachstum Migros-Einheiten	Entwicklung Marktanteil
MIGROS		+1.9%	+0.1%	
DENNER		+1.9%	+0.9%*	
 GALAXUS		+0.4%	+17.0%	
medbase		+3.9%	+6.0%	
MIGROS BANK	Hypothekarforderungen	+2.8%	+2.7%	
	Spareinlagen	-0.1%	+1.6%	

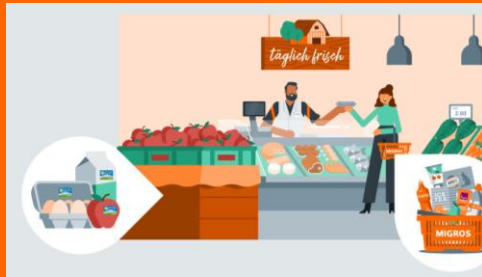
*bereinigt um Rauchwaren

Strategisch neu ausgerichtet



Mehr fürs Geld

- 1 Ein merklich günstigerer Warenkorb**
dank über 1'000 Produkten des täglichen Bedarfs zu Tiefpreisen und attraktiveren Aktionen
- 2 Mehr beliebte Eigenmarken mit grossartiger Preis-Leistung**
dank gezielter Stärkung unserer Eigenmarkenprodukte
- 3 Spürbare Belohnung für meine Treue**
dank gezielter Weiterentwicklung der Vorteile des Cumulus-Programms



Bestes Sortiment

- 4 Unschlagbare Frischequalität von früh bis spät**
dank optimal entwickelter Frische-Kette vom Produzenten bis in die Filiale
- 5 Die beste Auswahl an Produkten aus meiner Region**
dank Pflege und Förderung unserer Partnerschaften mit regionalen Produzenten
- 6 In jedem Laden genau was ich suche**
dank standortindividuellem Sortiment massgeschneidert auf die lokalen Kundenbedürfnisse
- 7 Klare Auswahl zu klaren Preisen**
dank sorgfältig ausgewählter Qualitäts- und Mehrwertstufen zu nachvollziehbaren Preisen



Einfacher einkaufen

- 8 Für 200'000 Haushalte neu der nächstgelegene Supermarkt**
dank 140 Filialeröffnungen bis 2030 an Orten wo Kund*innen uns heute vermissen
- 9 In allen Filialen ein frisches Erscheinungsbild**
dank 350 Modernisierungen bis 2030 und neuer Standards im Filialbetrieb
- 10 Ein rundum tolles Einkaufserlebnis**
dank der herzlichsten und fachkundigsten Mitarbeiter*innen im Schweizer Detailhandel

Die Umsetzung kostet uns viel Geld

**2.5
Milliarden**
*Investitionen in die
Marktleistung*



> **500 Millionen**

**Preise und
Aktionen**



> **1'650 Millionen**

**Modernisierung
bestehender
Filialen**



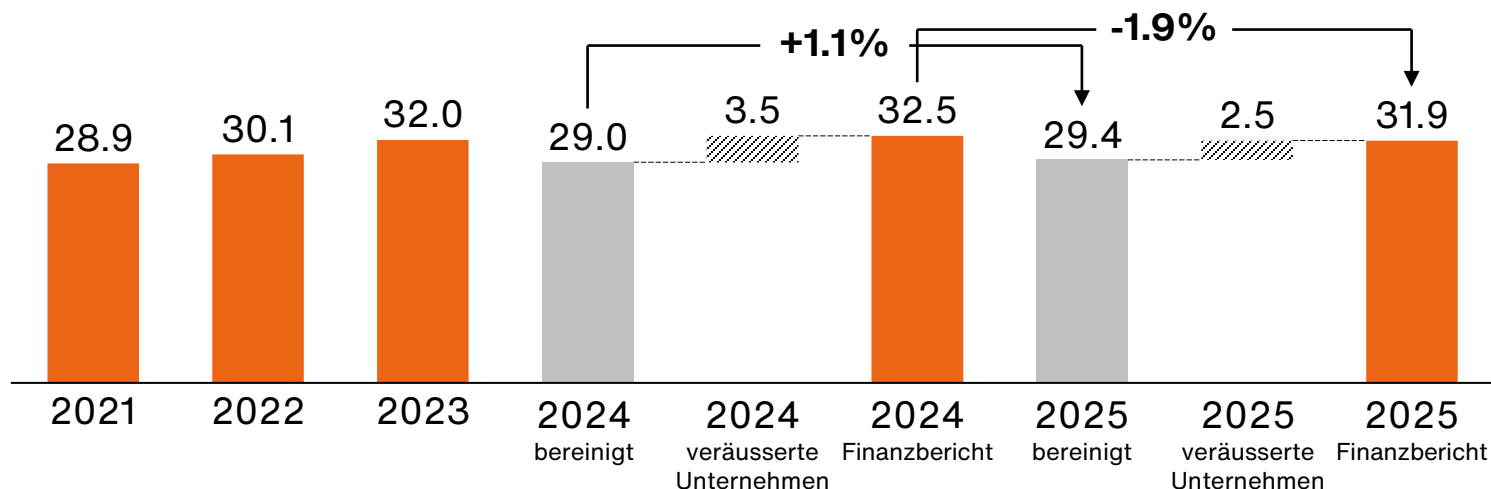
> **350 Millionen**

**Eröffnung
neuer Filialen**

Die Migros-Gruppe zeigt sich umsatzstark

Gruppenumsatz

Total Ertrag, abs., in Mrd. CHF

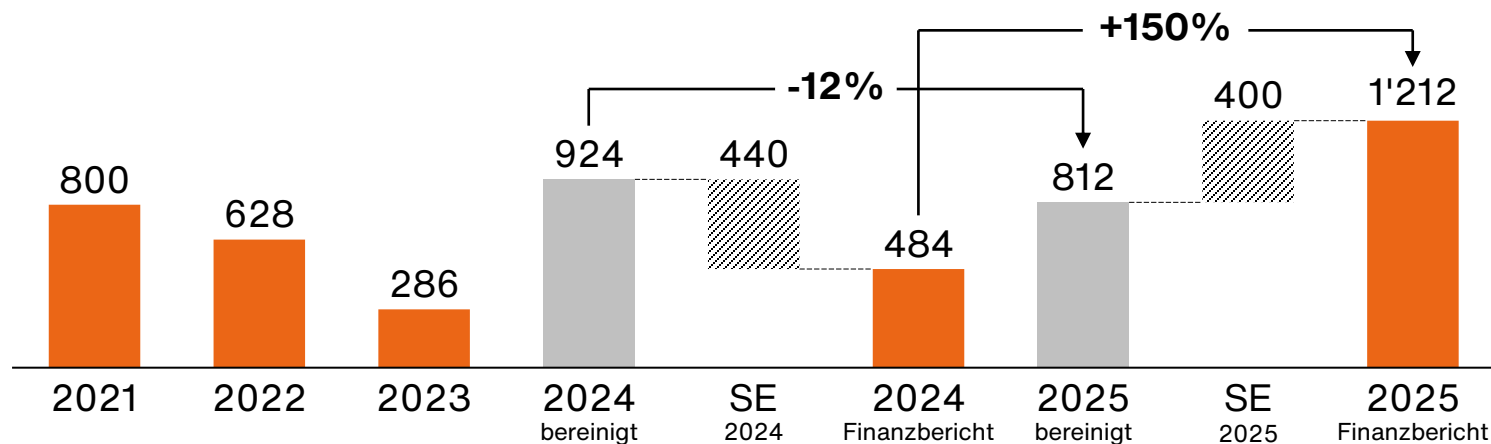


- Die Migros zeigt sich 2025 umsatzstark und wächst in den verbleibenden Geschäftsfeldern
- Im Supermarkt-Geschäft beeinflusste die Tiefpreisoffensive erwartungsgemäss den Umsatz
- Ein kräftiges Wachstum von 13.6% verzeichnete Non-Food Retail, getrieben vom Erfolgskurs von Digitec Galaxus
- Das Geschäftsfeld Gesundheit überzeugte mit einem Wachstum von 4.7%, getrieben von der Medbase-Gruppe

Die Migros-Gruppe erzielt ein gutes Ergebnis

EBIT
abs., in Mio. CHF

■ Bereinigt vor Sondereffekten (SE)
■ Finanzbericht nach Sondereffekten (SE)



- Unternehmensveräusserungen beeinflussten das Ergebnis positiv
- Food Retail mit gutem operativem Ergebnis, erwartungsgemäss belastet durch Preisinvestitionen und Sondereffekte
- Non-Food Retail und Gesundheit mit steigendem Ergebnisbeitrag
- Finanzdienstleistungen mit gutem Ergebnis

Sondereffekte aus Veräusserungen und strategischer Neuausrichtung



**Bereiche mit
wesentlichen
Sondereffekten
im Geschäftsjahr 2025**



**Unternehmens-
veräusserungen
+700 Mio. CHF**



**Industrie als
integrierte
Produzentin
-100 Mio. CHF**



**Wertminderung
Tegut
-200 Mio. CHF**

Die Migros verfügt über eine ausserordentliche finanzielle Stärke – dank einer Eigenkapitalquote von 80.6 %

Die Migros-Gruppe hat 2025 stolze 1.5 Mrd. CHF investiert

Fazit 2025

- **Portfolio bereinigt:** Verlustquellen geschlossen, neu klarer Fokus auf die vier strategischen Geschäftsfelder Food Retail, Non-Food Retail, Finanzdienstleistungen und Gesundheit
- **Drei höchst erfolgreiche Geschäftsfelder:** Non-Food und Gesundheit wachsen stark, Bank erzielt das drittbeste Ergebnis ihrer Geschichte
- **Food-Retail in Umsetzung:** Massnahmen beschlossen, sie benötigen jedoch Zeit für ihre Umsetzung
- **Starkes Fundament:** solides operatives Ergebnis, finanziell kerngesundes Unternehmen

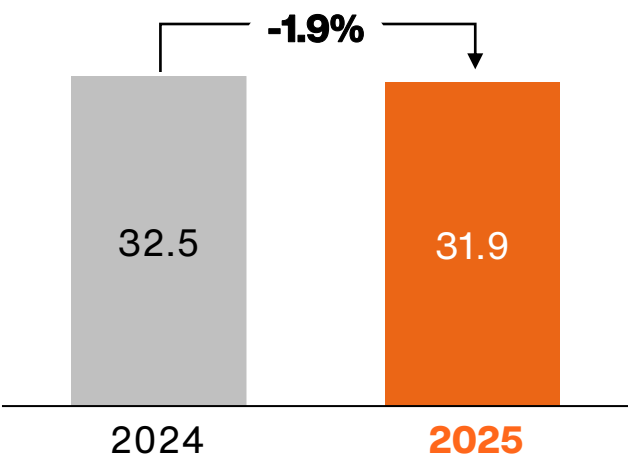


Isabelle Zimmermann

Ergebnis 2025 im Überblick

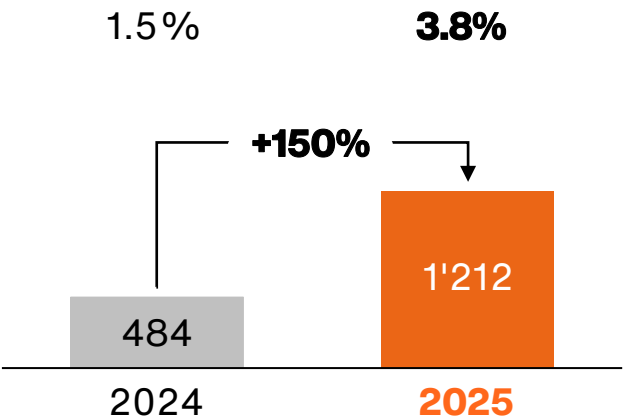
Gruppenumsatz

Total Ertrag, abs., in Mrd. CHF



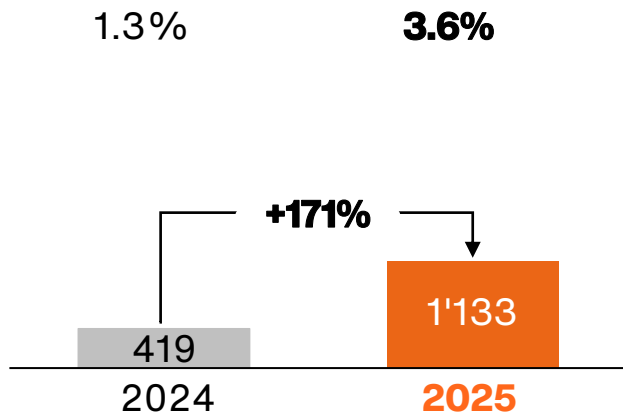
EBIT

abs., in Mio. CHF und EBIT-Rate (%)



Gruppengewinn

abs., in Mio. CHF und Ertragsrendite (%)



Sondereffekte

Sondereffekte aus Veräusserungen und strategischer Neuausrichtung

2024

Veräusserungsentscheide



Wertminderungen

≈ -440 Mio.

2025

Abschluss Veräusserungen



Erlöse aus Verkäufen

≈ +700 Mio.

Strategische Neuausrichtung



Industrie als
integrierte
Produzentin

≈ -100 Mio.



Wertminderung
Tegut

≈ -200 Mio.

≈ +400 Mio.

Ergebnis vor Sondereffekten aufgrund von Preisreduktionen unter Vorjahr

EBIT

abs., in Mio. CHF
Darstellung ohne Intercompany-Elimination

Finanzbericht

Bereinigt um Sondereffekte

	2024	2025	Δ zu VJ	2024	2025	Δ zu VJ
Food Retail	212	830	+618	614	430	-184
Non-Food Retail	-13	30	+43	-13	30	+43
Gesundheit	-97	14	+111	-43	14	+56
Finanzen	342	332	-10	342	332	-10
Reisen	23	6	-16	23	6	-16
Total	484	1'212	+728 (+150%)	924	812	-112 (-12%)

Geschäftssegmente

Migros zeigt sich umsatzstark und wächst in den verbleibenden Geschäftsfeldern

Total Ertrag

abs., in Mrd. CHF
Darstellung ohne Intercompany-Elimination

Finanzbericht

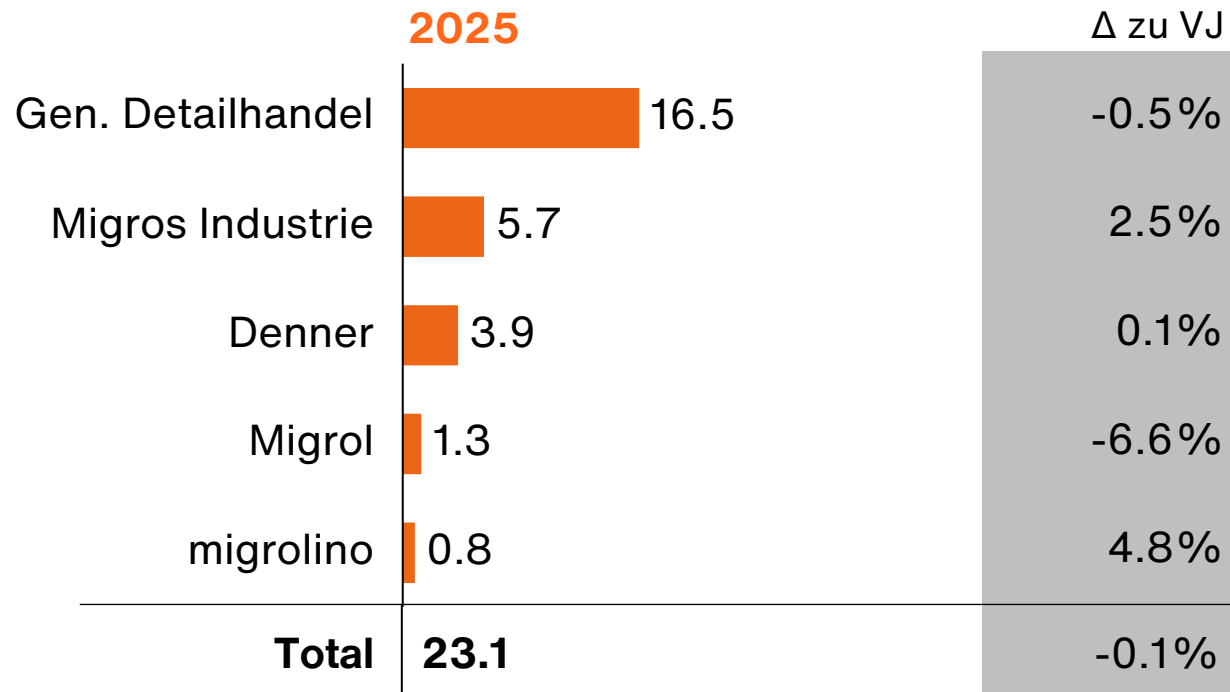
Bereinigt um veräusserte Unternehmen

	2024	2025	Δ zu VJ	2024	2025	Δ zu VJ
Food Retail	24.8	24.3	-2.1%	23.2	23.1	-0.1%
Non-Food Retail	3.0	3.5	13.6%	3.0	3.5	13.6%
Gesundheit	1.6	1.7	4.7%	1.6	1.7	6.0%
Finanzen	1.4	1.2	-12.2%	1.4	1.2	-12.2%
Reisen	1.8	1.4	-22.9%			
Total	32.5	31.9	-1.9%	29.0	29.4	1.1%

Stabile Entwicklung im Food Retail

Total Ertrag

Bereinigt um veräusserte Unternehmen, abs., in Mrd. CHF
Darstellung ohne Intercompany-Elimination



- **Supermarkt:** gute Mengenentwicklung, aber negativer Umsatzeinfluss wegen Tiefpreisoffensive und temporärer Schliessungen während Renovationen
- **Migros Industrie:** Richtet sich konsequent auf die Migros-Gruppe aus
- **Denner:** Behauptet sich als führender Discounter
- **Migrol:** Umsatzrückgang insbesondere aufgrund niedriger Erdölpreise
- **migrolino:** Wächst weiterhin

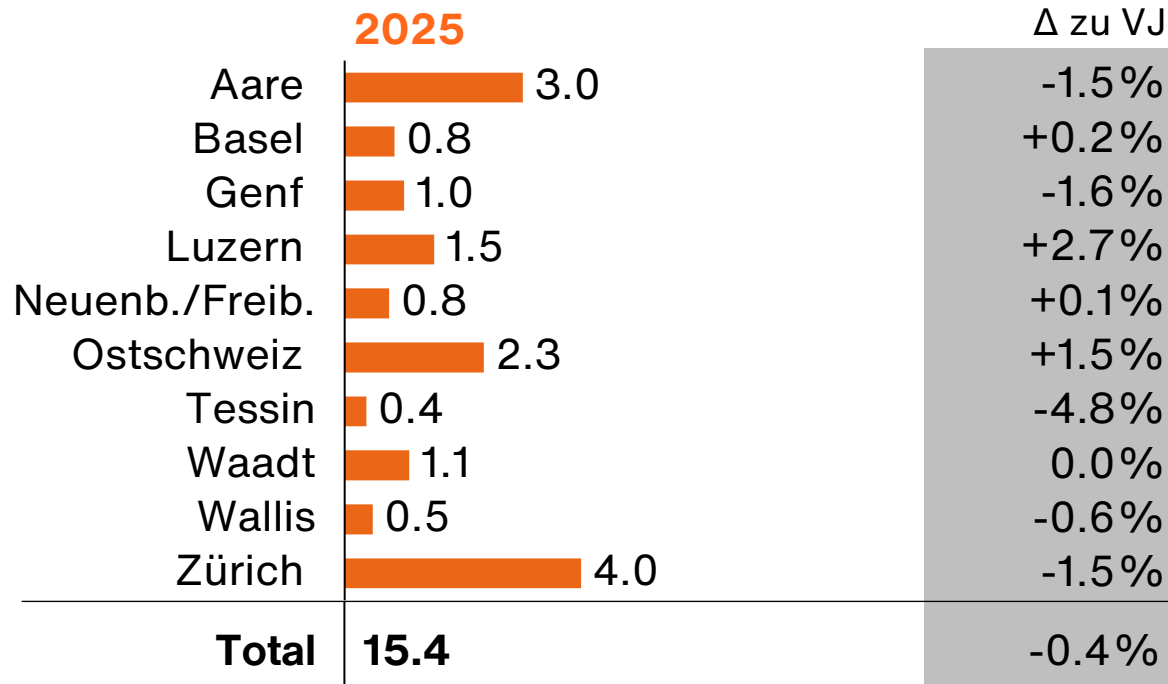
Genossenschaften

Tiefere Preise für unsere Kundinnen und Kunden beeinflussen den Supermarkt

Nettoumsätze Genossenschaften

inkl. Tochtergesellschaften

Bereinigt um veräusserte Unternehmen, abs., in Mrd. CHF



- Dauerhaft tiefere Preise bei über 1'000 Produkten des täglichen Bedarfs
- Kundenfrequenzen nehmen trotz Filialumbauten deutlich zu

Investitionen

Die Migros investiert in die Umsetzung der Strategie

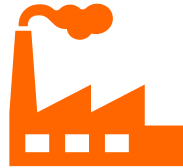
2025

Migros-Gruppe, Investitionen, in CHF



Gen. Detailhandel

≈ 850 Mio.



Migros Industrie

≈ 250 Mio.



Denner, Galaxus

≈ 300 Mio.



Sonstiges

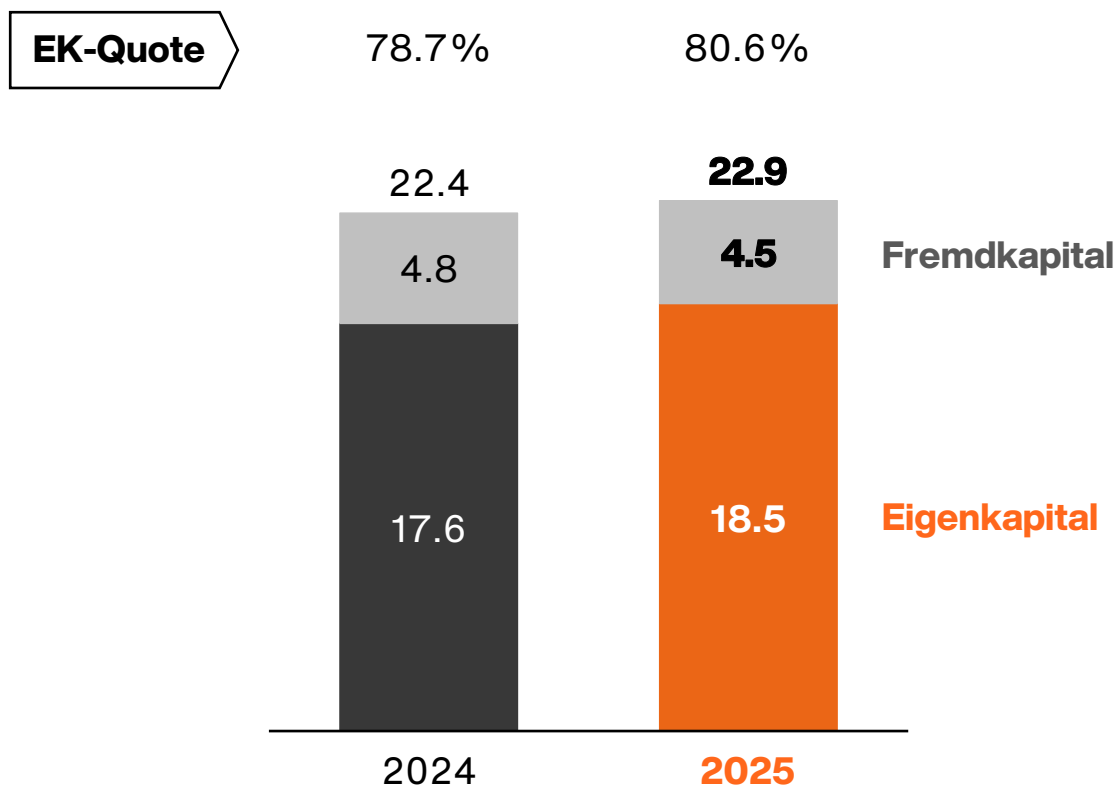
≈ 100 Mio.

≈ 1.5 Mrd.

Kapitalentwicklung

Starke Eigenkapitalbasis

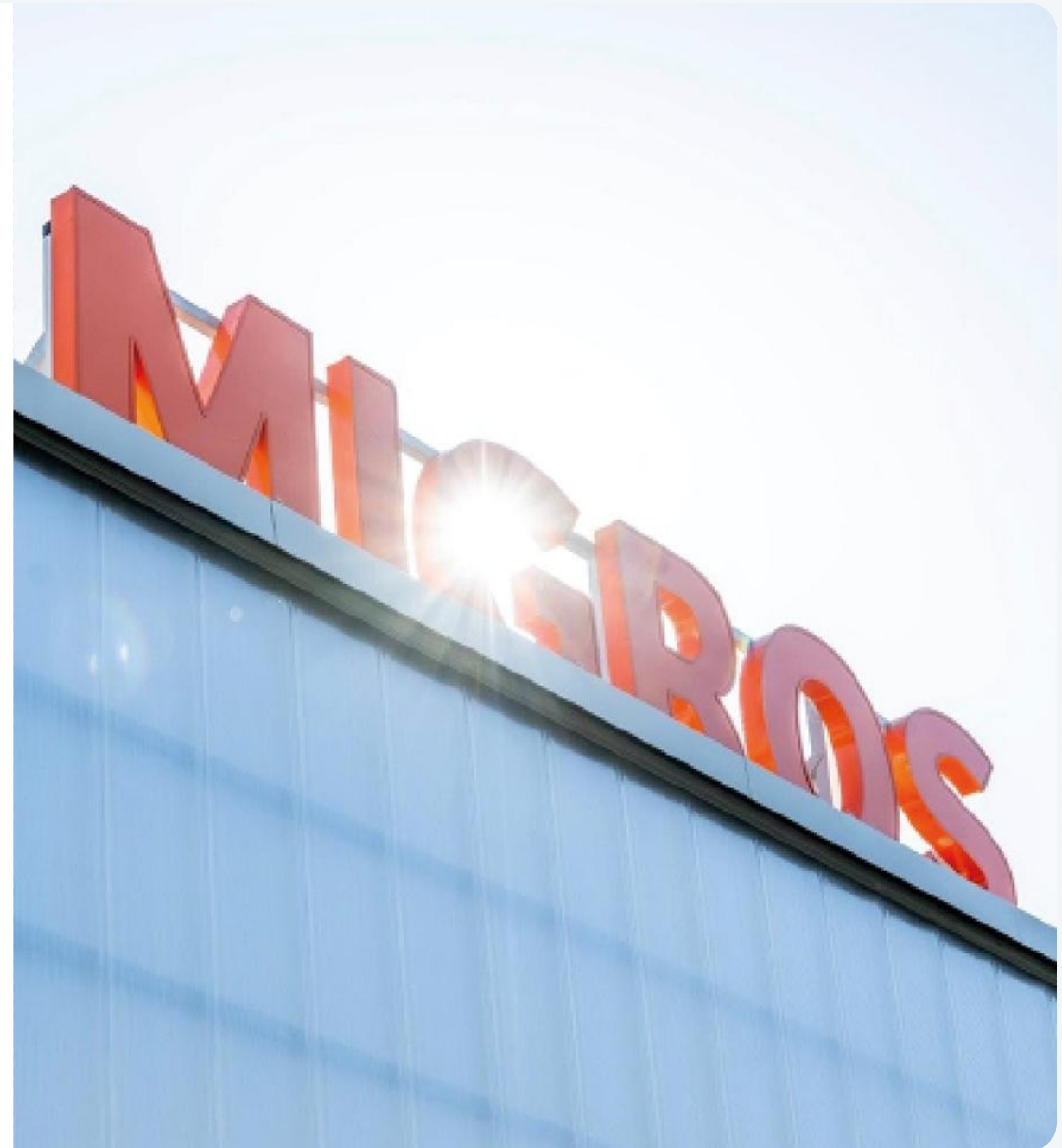
Handels- und Industriegeschäft, abs., in Mrd. CHF und Eigenkapitalquote (%)



- Migros hat eine kerngesunde finanzielle Basis
- Diese ermöglicht weitere Investitionen für unsere Kundinnen und Kunden

Migros hat eine kerngesunde finanzielle Basis

- Konzentration auf vier strategische Geschäftsfelder nach erfolgreicher Portfoliobereinigung
- Ergebnis wurde deutlich verbessert und enthält Erlöse aus Unternehmensverkäufen
- Verbleibende Geschäftsfelder steigerten den Umsatz
- Eigenkapitalbasis konnte weiter gestärkt werden



Mario Irmingier: Ausblick

Unsere Vision

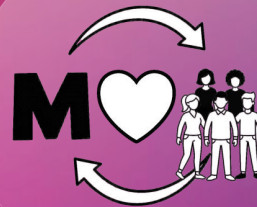
**Eine lebenswerte
Schweiz für alle**



**Wir sind im Alltag
die erste Wahl und
setzen Massstäbe
bei Leistungen des
täglichen Bedarfs**



**Die starke
Migros-Gemeinschaft
ist der Antrieb
unseres Erfolgs**



**Unseren
wirtschaftlichen
Erfolg nutzen
wir zum Wohle
der Gesellschaft**

Schlüsselement #1 – Wirtschaft



Wir sind im Alltag die erste Wahl und setzen Massstäbe bei Leistungen des täglichen Bedarfs

- Fokus auf **die alltäglichen Bedürfnisse**
- **Lösungen**, die das Leben vieler verbessern
- Mit Kundennähe, Leistung und Effizienz **Massstäbe im Markt setzen**
- **Keine Kompromisse** bei Preis und Leistung
- **Langfristiger Erfolg** mit Renditen auf Marktniveau
- Partnerschaftliche **Zusammenarbeit auf Augenhöhe**

Schlüsselement #2 – Gemeinschaft



**Die starke
Migros-Gemeinschaft
ist der Antrieb
unseres Erfolgs**

- Migros-Gemeinschaft ist unser **Fundament und wichtigste Ressource**
- Kund*innen stehen im **Zentrum unseres Handelns**
- Aktiver **Miteinbezug** und **Mitgestaltung** durch Genossenschafter*innen
- **Perspektiven** und **Gewinnermentalität** für unsere Mitarbeiter*innen
- Schaffung von **Identifikation, Loyalität** und **Vertrauen**

Schlüsselelement #3 – Gesellschaft



- Die Migros-Gruppe **gehört den Leuten**
- **Unser Erfolg ist für alle**, nicht für Einzelne
- Teil des Erfolgs gezielt an die **Gesellschaft** und die **Migros-Gemeinschaft** zurückgeben
- **Systemrelevante Akteurin** mit **Verantwortung** für Wirtschaft und Gesellschaft
- Verpflichtung zu **Transparenz** sowie zu **verantwortungsvollem** und **nachhaltigem Handeln**

Wie wir die Vision verwirklichen wollen

**Wir verwirklichen
unsere Vision
unternehmerisch
und mit Herz**

Haltung

Wir verstehen das gedankliche Erbe der **Duttweilers** als Verpflichtung, die Zukunft **unternehmerisch** und **mit Herz** zu **gestalten** und nicht zu verwalten. Dabei stellen wir stets das **Interesse der Gruppe** über die individuellen Interessen.

Werte

Unternehmergeist, **Gemeinschaft** und **Verantwortung** sind die Werte, die unsere Kultur prägen. Diese leben wir täglich im Umgang untereinander, mit der Migros-Gemeinschaft und mit unseren Partnern.

Organisation

Unsere Organisation und Struktur ist mit **klaren Aufgaben und Verantwortlichkeiten** optimal auf das Erreichen unserer Ziele ausgerichtet. Dabei streben wir nach **Effizienz und Vereinfachung**, um nachhaltig **konkurrenzfähig und erfolgreich** zu sein.

Ausblick 2026

1



Fokus Kerngeschäft

Wir treiben die Transformation im Kerngeschäft Supermarkt konsequent voran.

2



Wachstum stärken

Wir stärken unsere Wachstumstreiber Digitec Galaxus und Medbase.

3



Vision umsetzen

Wir setzen unsere neue Vision «Eine lebenswerte Schweiz für alle» um.

Fragen

Herzlichen Dank



report.migros.ch