

## **Migros-Gruppe trotz anspruchsvollem Geschäftsjahr 2019 gut auf Kurs**

Die Migros-Gruppe hat sich 2019 verstärkt auf ihr Kerngeschäft fokussiert und in ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis für ihre Kundinnen und Kunden investiert. Der konsolidierte Umsatz stieg auf CHF 28.683 Mrd. (+0.8%). Das operative Ergebnis (EBIT) vor Portfoliobereinigung verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 5.5% auf CHF 686 Mio. Trotz den einmaligen Verlusten durch die Veräusserungen der Gries-Deco-Gruppe und von m-way erzielte die Migros einen Gruppengewinn von CHF 335 Mio. (-29.6%). Sie behauptete mit einem Wachstum von rund 10% erfolgreich ihre Position als Marktführerin im Schweizer Online-Handel. Mit ihrem freiwilligen gesellschaftlichen Engagement wie dem Migros-Kulturprozent unterstützte sie mit insgesamt CHF 137 Mio. wichtige Projekte in den Bereichen Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft. Im Zusammenhang mit dem Coronavirus leisten die Migros-Mitarbeitenden derzeit einen ausserordentlichen Sondereffort, um den Versorgungsauftrag wahrzunehmen und die erhöhte Nachfrage der Bevölkerung nach Produkten des täglichen Bedarfs sicherzustellen.

Die Migros-Gruppe hat 2019 ihr Unternehmensportfolio überprüft und sich strategisch fokussiert. Der Prozess zur Anpassung des Portfolios im Non-Food-Bereich konnte innerhalb weniger Monate mit dem Verkauf der Gries-Deco-Gruppe, der Filialen von Interio, von m-way und Globus erfolgreich abgeschlossen werden. Dank der Verkäufe kann die Migros gezielter dort investieren, wo dies den Kundinnen und Kunden besser zugutekommt. Die Migros vereinfacht den Einkauf sowohl stationär als auch online und verbindet damit beide Einkaufswelten zunehmend nahtlos. Die Schweizer Bevölkerung kann sich darauf verlassen, in der Migros das beste Sortiment einfach und bequem zu fairen Preisen zu finden. 2019 haben erneut mehr Menschen bei der Migros eingekauft. Die Kundenfrequenz nahm um 0.8% auf 353 Mio. Einkäufe zu.

### **Operatives Ergebnis vor Portfoliobereinigung um 5.5% gesteigert**

Die Migros-Gruppe steigerte 2019 den Umsatz um 0.8% auf CHF 28.683 Mrd. und legte in den strategischen Wachstumsfeldern Online, Discount und Convenience deutlich zu. Das operative Ergebnis vor Portfoliobereinigung konnte sie um 5.5% auf CHF 686 Mio. verbessern. Diese positive Entwicklung ist auf umfassende erfolgreich umgesetzte Massnahmen entlang der Wertschöpfungskette zurückzuführen. Damit ist es der Migros-Gruppe möglich, in neue Angebote zu investieren, das Einkaufserlebnis für ihre Kundinnen und Kunden weiter auszubauen und auf die veränderte Marktsituation auszurichten. Trotz den

einmaligen Verlusten durch die Veräusserungen der Gries-Deco-Gruppe und von m-way resultierte ein Gruppengewinn von CHF 335 Mio. (-29.6%).

## **Marktführerin im Schweizer Online-Handel**

Der Detailumsatz im Inland, der den Genossenschaftlichen Detailhandel und die Unternehmen des Geschäftsfeldes Handel umfasst, wuchs im Vorjahresvergleich um 0.6% auf CHF 22.030 Mrd. Der konsolidierte Umsatz aus dem Genossenschaftlichen Detailhandel sank leicht auf CHF 16.756 Mrd. (-0.6%). Die Super-/Verbrauchermärkte der Migros erwirtschafteten im Inland CHF 11.596 Mrd. (-1.4%). Denner hat sich trotz starkem Wettbewerb erfolgreich als führender Discounter in der Schweiz behaupten können.

Im E-Commerce behauptete die Migros ihre Position als Marktführerin im Schweizer Online-Handel. Der Online-Umsatz der Migros-Gruppe wuchs deutlich um 9.8% auf CHF 2.285 Mrd. Der Online-Händler Digitec Galaxus erzielte einen Rekordumsatz von CHF 1.106 Mrd. (+16.1%).

Die Investitionen bewegten sich mit CHF 1.574 Mrd. (2018: CHF 1.516 Mrd.) auf hohem Niveau. Mit CHF 18.78 Mrd. konnte die Migros-Gruppe ihre Eigenkapitalbasis erneut stärken (+ CHF 364 Mio.). «Die Migros fokussiert sich strategisch auf ihr Kerngeschäft, investiert in die Zukunft des Unternehmens und verfügt über eine sehr solide Eigenkapitalbasis», erklärte Jörg Zulauf, Leiter Finanzen.

## **Ausbau von Bio-Angebot und pflanzenbasierten Produkten**

Regionale und nachhaltige Produkte befanden sich 2019 erneut auf Wachstumskurs: Bei Produkten mit ökologischem oder sozialem Mehrwert lag der Umsatz bei CHF 3.148 Mrd. (+0.6%). Damit erwirtschaftete die Migros im Genossenschaftlichen Detailhandel jeden fünften Franken mit Produkten aus diesem Segment, das weiter an Bedeutung gewinnen wird. Erstmals kauften Kundinnen und Kunden in der Migros biologische Lebensmittel im Umfang von über einer Milliarde Franken. Die Migros wird ihr Bio-Sortiment für ihre Kundinnen und Kunden weiter ausbauen. Auch das Angebot von vegetarischen und veganen Produkten wird laufend erweitert.

## **Gesundheitsbereich umfassend ausgebaut**

Durch die Expansion der Medbase-Gruppe sowie strategische Kooperationen mit medizinischen Leistungserbringern und Spitälern hat die Migros im vergangenen Jahr ihr Angebot der Grundversorgung weiter ausgebaut. Mit der Integration der Topwell-Apotheken erweiterte Medbase ihr Angebot um ein neues strategisches Geschäftsfeld und initiierte zukunftsweisende Schritte für eine nahtlose, innovative medizinische und pharmazeutische Versorgung. Die Gesundheitsplattform iMpuls wurde mit neuen Inhalten wie individuellen Fitness- und Ernährungsprogrammen sowie gesunden Rezepten ausgebaut. Insgesamt informierten sich 2019 über 4 Mio. Personen auf der Plattform zu Themen in den Bereichen Ernährung, Bewegung, Entspannung und Medizin. Für gesundheitsförderliche Aktivitäten stellt Migros Fitness schweizweit 134 moderne Fitnessanlagen zur Verfügung (2018: 122).

## **Migros bleibt grösste private Arbeitgeberin der Schweiz**

2019 beschäftigte die Migros 106'119 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon waren 89'140 in der Schweiz tätig. Im Vergleich zum Vorjahr sank der Personalbestand leicht (-0.47%). Damit ist die Migros weiterhin die grösste private Arbeitgeberin in der Schweiz. Vor allem im Online-Geschäft, im Gesundheitsbereich sowie bei Denner und Migrolino hat die Migros-Gruppe neue Stellen geschaffen. «Unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in der Schweiz und im Ausland möchte ich herzlich für ihr grosses Engagement danken. Die Mitarbeitenden aus 163 Nationen setzen sich in den Filialen und hinter den Kulissen für die Lebensqualität unserer Kundinnen und Kunden ein», erklärt Fabrice Zumbrunnen, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes. «Seit der Verbreitung des Coronavirus haben unsere Mitarbeitenden rund um die Uhr ausserordentliche Extraleistungen erbracht, damit wir unseren Versorgungsauftrag wahrnehmen und unsere Kundinnen und Kunden sich mit dem Zusatzbedarf an Lebensmitteln und Alltagsprodukten versorgen können. Dafür möchte ich allen Mitarbeitenden der Migros-Gruppe im In- und Ausland von ganzem Herzen danken.»

## **Weniger Flugtransporte, mehr Güter auf der Bahn, umweltfreundliche Lastwagen**

Die Migros-Gruppe hat 2019 ihre neue Klima- und Energiestrategie verabschiedet, die sich an den Zielsetzungen des Pariser Klimaabkommens orientiert. Klimafreundliche Warentransporte sind ein zentraler Bestandteil, um diese ambitionierten Ziele zu erreichen. Der Genossenschaftliche Detailhandel konnte 2019 die Menge an mit dem Flugzeug transportierten Waren um knapp 10% gegenüber Vorjahr senken. Aus dem Migros-eigenen Klimaschutzfonds werden Klimaschutzprojekte in der eigenen Wertschöpfungskette ermöglicht. 2019 wurden sechs neue Projekte in den Bereichen energieeffiziente Heizungsanlagen, Mitarbeitermobilität, Photovoltaik und Elektromobilität realisiert.

Ihre führende Stellung im Bahngüterverkehr der Schweiz hat die Migros leicht ausgebaut. Rund die Hälfte der Gütertransporte zwischen den Migros-Industrieunternehmen und den nationalen und regionalen Verteilzentren erfolgen per Bahn. Die Migros hat zudem die Dekarbonisierung des Strassenverkehrs weiter vorangetrieben und Feldversuche mit CO<sub>2</sub>-optimierten Lastwagen mit Biogas- sowie Elektroantrieben durchgeführt. Ergänzend ist sie an zwei Projekten zur Einführung von Lastwagen mit Wasserstoff-Brennstoffzellen beteiligt.

## **Plastikverpackungen reduziert, Tierwohl verbessert, Herbizide eingespart**

Auch an der Reduktion der Plastikverpackungen arbeitet die Migros intensiv. 2019 hat sie die Verpackungen von 54 Produkten ökologisch optimiert. Insgesamt konnten seit 2013 über 5000 Tonnen Verpackungsmaterial eingespart oder umweltfreundlicher gestaltet werden. Seit 2019 bietet der Genossenschaftliche Detailhandel diverse Bio-Früchte und -Gemüse neu unverpackt an. Dadurch können jährlich über 16.4 Tonnen Plastik eingespart werden.

Das eigene Bäckerei-Unternehmen Jowa hat entschieden, ab 2023 nur noch Getreide aus hundertprozentig herbizidfreiem Anbau zu verarbeiten. Dank dieser Massnahme werden in den nächsten vier Jahren rund 7.2 Mio. Liter chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel

eingespart. Die Micarna eröffnete 2019 einen neuen Elterntierpark und eine neue Brüterei für Geflügel, die hohe Standards in Sachen Tierwohl setzen.

## **Lebensqualität der Kundinnen und Kunden verbessern**

Die Migros wird in Zukunft verstärkt in die Profilierung im Kerngeschäft und in die Stärkung der Eigenindustrie investieren. Der Ausbau von bequemen Einkaufsmöglichkeiten in allen stationären und digitalen Migros-Kanälen, Investitionen in die M-Industrie sowie die Weiterentwicklung des Gesundheitsbereichs bilden die Schwerpunkte der weiteren Entwicklung. Damit baut die Migros-Gruppe ihr Angebot für ihre Kundinnen und Kunden in der ganzen Schweiz gezielt weiter aus. **Freiwilliges Engagement: Migros förderte Projekte mit CHF 137 Mio.**

Mit ihrem freiwilligen gesellschaftlichen Engagement unterstützte die Migros-Gruppe im letzten Jahr mit CHF 137 Mio. wichtige Projekte in den Bereichen Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft. Das Migros-Kulturprozent stellte dabei das grösste Engagement dar (CHF 118 Mio.). Ergänzend hat der Förderfonds Engagement Migros insgesamt 62 Projekte unterstützt. Zwölf davon wurden neu lanciert, darunter mehrere Projekte mit Fokus auf den Klimaschutz. Die Klubschule Migros hat ihr 75-Jahr-Jubiläum gefeiert und an 50 Standorten in der ganzen Schweiz 53'719 Kurse und Lehrgänge durchgeführt. Mit über 328'000 Teilnehmenden ist sie die beliebteste Bildungsinstitution der Schweiz. «Mit dem grossen, in den Statuten verankerten gesellschaftlichen Engagement leistet die Migros einen freiwilligen Beitrag an das Gemeinwohl und den Zusammenhalt in der Gesellschaft. Dies macht die Migros als Unternehmen einzigartig», unterstreicht Fabrice Zumbrunnen.

Ausführliche Informationen zum Geschäftsgang und zum Engagement der Migros finden sich im Online-Geschäftsbericht 2019 unter <https://report.migros.ch>.

Zürich, 24. März 2020