

16.01.2012 - 13:30 Uhr

Migros 2011: Detailumsatz real um 2,1% gewachsen

Zürich (ots) -

Die Migros erzielte in einem schwierigen Marktumfeld und bei einer Negativsteuerung von -2,8% einen Detailumsatz von CHF 21,045 Mrd. Das sind nominal 0,7% oder CHF 155 Mio. weniger als im Vorjahr. Die zehn Genossenschaften haben ihren Kunden erneut rund 600 Millionen Franken an Preisnachlässen weitergegeben, was zu einer durchschnittlichen Negativsteuerung von -3,9 % führte. Deren Umsatz beläuft sich auf CHF 14,7 Mrd. Franken (-3,3 %). Sowohl Kundenfrequenzen und Volumen der verkauften Waren sind wiederum höher als im Vorjahr. Die Nachfrage nach Bio-Produkten stieg auch 2011 überdurchschnittlich (+7 %). Während Denner seinen Umsatz trotz Negativsteuerung von -1,7% auf Vorjahresniveau halten konnte, verzeichneten die Magazine zum Globus (-3,7%) eine rückgängige Umsatzentwicklung. Das Mineral- und Heizölgeschäft legte um +3,7% auf CHF 1,77 Mrd. Franken zu.

Gruppenumsatz

Der totale Ertrag der Migros-Gruppe verringerte sich 2011 um CHF 225 Mio. (-0,9%) auf CHF 24,815 Mrd. (Vorjahr CHF 25,040 Mrd.).

Detailumsatz

Der gesamte Detailumsatz (ohne Mehrwertsteuer) belief sich im letzten Jahr auf CHF 21,045 Mrd. (-0,7%), was einer Reduktion von CHF 155 Mio. entspricht. Bei einer Minussteuerung von -2,8% entspricht dies jedoch einem realen Wachstum von +2,1%. Der Detailumsatz setzt sich wie folgt zusammen: Genossenschaften In- und Ausland CHF 14'661 Mio. (-3,3%), Globus CHF 788 Mio. (-3,7%), Interio CHF 243 Mio. (-5,4%), Office World-Gruppe CHF 156 Mio. (+20,0%), Migrol CHF 1'767 Mio. (+3,7%), Denner CHF 2'784 Mio. (+0,0%), Depot CHF 261 Mio. (+21,4%), Ex Libris CHF 168 Mio. (-12,0%) und LeShop.ch CHF 149 Mio. (-1,3%).

Im Inland betrug der Detailumsatz CHF 20,571 Mrd. (Vorjahr CHF 20,999 Mrd.), was einer Reduktion von CHF 428 Mio. (-2,0%) entspricht. Der Detailumsatz im Ausland erhöhte sich 2011 auf CHF 474 Mio. Davon haben Migros Deutschland und Migros France CHF 205 Mio. erwirtschaftet, das sind CHF 4 Mio. mehr als im Vorjahr (+2,0%). Der weitere Umsatz wurde durch Depot (Gries Deco-Gruppe) und Übrige im Ausland erzielt.

Genossenschaftlicher Detailhandel: Die zehn Migros-Genossenschaften haben 2011 im Inland einen Umsatz von CHF 14,456 Mrd. erwirtschaftet. Das sind gegenüber dem Vorjahr CHF 507 Mio. oder -3,4% weniger. Bei einer Minussteuerung von -3,9% im gesamten Sortiment konnten die Migros-Genossenschaften den Umsatz real um 0,5% steigern, dies trotz einem schwierigen Markt- und Wettbewerbsumfeld (Einkaufstourismus als Folge der Euro-Schwäche). Volumenmässig hat die Migros somit auch 2011 mehr als im Vorjahr verkauft.

In den Super-/Verbrauchermärkten konnte die Kundenfrequenz als Indikator für die Beliebtheit der Migros auch 2011 leicht erhöht werden (+ 0,2%). Dazu trugen auch die Preisabschläge bei, die von der Migros im gesamten Sortiment zugunsten der Kunden vorgenommen wurden: 2011 reduzierten die Migros-Genossenschaften die Preise von insgesamt über 6'250 Artikeln im Umfang von rund CHF 600 Mio.

Im Bereich Gastronomie konnte die Migros den Umsatz auf Vorjahresniveau halten. Speziell erfreulich entwickelten sich die Bereiche TakeAway/Gourmessa und Party-Service.

Minussteuerung von knapp 4 Prozent: Die Minussteuerung auf dem gesamten Sortiment betrug 2011 -3,9%. In den Fachmärkten wurden die Preise im Schnitt um -4,4% reduziert, bei Melectronics waren es sogar -6,4 %. Die grössten Preisreduktionen wurden mit -9,8% im Bereich Früchte und Gemüse vorgenommen.

Verkaufsflächen: Das gesamte Verkaufsnetz der Migros umfasste per Ende letzten Jahres 623 Standorte, 13 mehr als 2010 (siehe Tabelle im Anhang). Die Verkaufsfläche nahm im vergangenen Jahr im Super-/Verbrauchermarkt, in den Fachmärkten und in der Gastronomie insgesamt um +39'193 m² (+3,0%) auf 1'332'397 m² zu (Vorjahr 1'293'204 m²).

Nennenswerte Neueröffnungen sind das Panorama-Center Thun mit dem OBI-Baumarkt, das Zürisee-Center in Wädenswil und das Rossfeld-Center in Sierre. Zudem konnte an idealer Lage, in der Möbel-Meile in Dübendorf, ein neuer grosser Micasa Fachmarkt eröffnet werden. Gleichzeitig wurden 2011 aber auch diverse grosse Umbauten abgeschlossen. Speziell zu erwähnen sind die Neueröffnungen des neuen Einkaufszentrums

Winterthur-Rosenberg mit einer wesentlich grösseren Verkaufsfläche und der MMM Thun-Oberland. Nach einer mehrjährigen Umbauphase konnte 2011 auch das Marin-Center die Neueröffnung feiern.

Der gewichtete durchschnittliche Umsatz pro m² betrug bei einer Minussteuerung von -3,9% im Super-/Verbrauchermarkt CHF 13'702/m² (-5,4%), in den Fachmärkten lag er bei CHF 4'219/m² (-4,7%).

Positive Entwicklung von Produkten mit nachhaltigem Mehrwert: Die Nachfrage nach Bio-Produkten stieg auch 2011 überdurchschnittlich an. Der Umsatz konnte erneut um knapp 7% auf CHF 435 Mio. gesteigert werden. Mengenmässig belief sich die Steigerung gegenüber dem Vorjahr gar auf 10%, was zu einem weiteren Ausbau der Marktanteile führte. Um über 28% erhöhten sich der Umsatz mit Produkten, die das Label Migros Bio Cotton tragen. Der Umsatz mit MSC-Produkten (nachhaltiger Fischfang) stieg 2011 um 6%. Das Migros Kaffee-Sortiment besteht mittlerweile bereits zu über 80% aus "UTZ"-zertifizierten, sozial- und umweltverträglichen Produkten.

Handel

Globus: Die Magazine zum Globus AG (Globus und Herren Globus) erreichten 2011 einen Nettoumsatz von total CHF 788 Mio., was einem Umsatzrückgang von -3,7% entspricht (Stammgeschäft unter Ausklammerung Shared Services vergleichbar mit -2,0%). Globus erzielte einen Umsatz von CHF 710 (-2,0%) während Herren Globus CHF 78 Mio. erwirtschaftete (-2,7%). Trotz einem schwierigen Marktumfeld konnten Globus und Herren Globus Marktanteile gewinnen und Globus konnte die Position als führendes Premium-Warenhaus der Schweiz bestätigen.

Denner: 2011 konnte Denner sein letztjähriges gutes Resultat halten und seine Position als Discounter weiter stärken. Der Umsatz bleibt im Vergleich zum Vorjahr mit CHF 2'784 Mio. unverändert hoch.

Online-Geschäft, LeShop.ch und weitere Anbieter:

2011 verkaufte LeShop für CHF 149 Mio. (-1,3%) Lebensmittel und stiess erstmals in die Gewinnzone vor. Während das Wachstum im ersten Semester noch bei +7% lag, nahm es im zweiten Semester im schwierigen Umfeld des Detailhandels stark ab. Erfreulich ist die wachsende Zahl der Bestellungen via Smartphone und Tablet: Jede neunte Bestellung erfolgt bereits mobil.

Gesamthaft konnte die Migros im E-Commerce-Geschäft ihre unbestrittene Position als Marktleaderin erneut ausbauen auf CHF 664 Mio. (+0,6%). Darin inbegriffen sind LeShop.ch, die Online-Aktivitäten der Hotelplan-Gruppe, sowie das Online-Geschäft von Ex Libris, Office World und Migrol.

Migrol: 2011 blieben die Preise für fossile Rohstoffe weiterhin hoch. Das hat sich wiederum positiv auf den Umsatz ausgewirkt. Dieser erhöhte sich, trotz Schliessung von 21 Tankstellen um CHF 63 Mio. auf CHF 1'767 Mio. (+3,7%).

Migrolino: Per Ende 2011 zählte Migrolino insgesamt 174 Standorte (+14). Die Standorte sind wie folgt aufgeteilt: Standalones 39 (+4), Migrol-migrolinos 81 (+8), Shell-migrolinos 54 (+2).

Depot: Die Handelskette "DEPOT" (Gries Deco Company) konnte ihre Marktführerschaft im Bereich von Wohnaccessoires weiter deutlich ausbauen. Mit fast 100 Neueröffnungen in Deutschland und Österreich zählte das Unternehmen auch 2011 zu den am stärksten wachsenden Non-Food Konzepten im deutschsprachigen Raum. Der Umsatz in Euro erhöhte sich um über 35% auf EUR 212 Mio. (währungsbereinigt für Migros-Gruppe: CHF 261 Mio, / +21,4%), flächenbereinigt legte Depot erfreuliche 6% zu. Mit über 800 neu geschaffenen Arbeitsplätzen beschäftigt Depot etwa 3900 Mitarbeitende.

m-way: Seit Juli 2011 (rückwirkend auf Jan. 2011) ist m-way, das Kompetenzzentrum für Elektromobilität, ein eigenständiges Unternehmen des Migros-Genossenschafts-Bundes. Seit der Eröffnung des ersten Shops in Zürich im Oktober 2010 kamen 2011 zwei weitere hinzu. Im Mai 2011 eröffnete m-way den zweiten Shop in St. Gallen und im Dezember folgte der dritte in Genf.

Industrie

Die Eigenindustrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland 2011 weiter ausbauen. Sie erzielte einen Umsatz von CHF 5,338 Mrd. (Vorjahr CHF 5,316 Mrd.), was einem Plus von 0,4% entspricht. Eine separate Medienmitteilung folgt am 8. Februar 2012.

Hotelplan-Gruppe

Der Umsatz der Hotelplan-Gruppe reduzierte sich 2011 um -6,6% oder CHF -98 Mio. auf CHF 1'391 Mio. (Vorjahr CHF 1'489 Mio.). Neben einem teilweise bewusst in Kauf genommenen Umsatzrückgang in der Schweiz litt das Reisegeschäft 2011 wiederum unter negativen Währungseinflüssen sowie dem Einfluss des "arabischen

Frühlings". Die Bilanzmedienkonferenz von Hotelplan findet am 6. März 2012 statt.

Migros Bank

Dank stabilen Erträgen und einer disziplinierten Ausgabenpolitik hat die Migros Bank im Geschäftsjahr 2011 erneut ein sehr erfreuliches Ergebnis erzielt. Sowohl das Hypothekarvolumen als auch der Bestand an Kundengeldern konnten deutlich gesteigert werden. Die Zahl der Niederlassungen stieg um fünf auf 64. Die Migros Bank präsentiert das detaillierte Jahresergebnis an ihrer Bilanz-Medienkonferenz vom kommenden Dienstag, 17. Januar 2012, in Zürich.

Die Bilanzmedienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) findet am Mittwoch, 28. März 2012 in Zürich statt.

Zürich, 16. Januar 2012

- Hinweis: Eine Infografik steht zum kostenlosen Download bereit unter:
<http://www.presseportal.ch/de/story.htx?firmaid=100000968> -

Kontakt:

Monica Glisenti, Leiterin Corporate Communications MGB, Tel. 044 277 20 64
Monika Weibel, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 63,
monika.weibel@mgb.ch.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000968/100711334> abgerufen werden.