

Migros-Gruppe 2017: Solides Wachstum in anspruchsvollem Umfeld

- Wachstum der Migros-Gruppe um 1%
- Im E-Commerce unbestritten die Nummer 1 mit CHF 1.95 Mrd. Umsatz
- Ausbau des PickMup-Abholnetzes auf 746 Standorte
- Umsätze mit Nachhaltigkeits-, Gesundheits- und Regionallabel steigen auf über CHF 4 Mrd.

2017 erzielte die Migros-Gruppe mit insgesamt CHF 28.0 Mrd. Umsatz ein Wachstum von CHF 267 Mio. (+1.0%). Der Detailumsatz erhöhte sich nominal auf CHF 23.48 Mrd. (+0.9%). Die zehn Genossenschaften erreichten einen Umsatz von CHF 15.55 Mrd. (-0.5%), was vor allem auf die Minussteuerung von -0.4% auf den Migros-Sortimenten zurückzuführen ist. Im E-Commerce konnte die Migros mit einem Umsatzzuwachs von 5.1% auf CHF 1.95 Mrd. ihre unbestrittene Position als Marktführerin weiter ausbauen.

„Die zunehmende Verlagerung vom stationären zum digitalen Handel, negative Währungseffekte, die sich aufs Reisegeschäft auswirkten, sowie der anhaltende Einkaufstourismus prägten im vergangenen Jahr die Umsatzentwicklung der Migros-Gruppe. Digitec Galaxus konnte ein sehr erfreuliches Wachstum von 18.5% verzeichnen. Im Supermarkt zeigte sich, dass Nachhaltigkeits-, Gesundheits- und Regionallabel mit einem Umsatz von gesamthaft CHF 4.02 Mrd. (+3.6%) ungebrochen beliebt sind. Mit Bike World und Micasa home konnten wir erneut zwei innovative Formate lancieren und im Gesundheitsbereich weiter wachsen. Insgesamt bleibt die Migros dank dem Vertrauen und der Treue ihrer Kundinnen und Kunden unangefochtener Marktleader in der Schweiz“, freut sich Fabrice Zumbrunnen, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB).

Detailumsatz

Der Detailumsatz im In- und Ausland (ohne Mehrwertsteuer) erhöhte sich nominal auf CHF 23.487 Mrd. (Vorjahr CHF 23.269 Mrd.), was einem Wachstum von 0.9% entspricht.

Der Detailumsatz ohne Mehrwertsteuer setzt sich wie folgt zusammen: Genossenschaften In- und Ausland CHF 15.555 Mrd. (-0.5%), Denner CHF 3.050 Mrd. (+3.1%), Migrol CHF 1.410 Mrd. (+9.3%), Globus CHF 857 Mio. (-2.5%), Digitec Galaxus CHF 834 Mio. (+18.5%), Depot-Gruppe CHF 539 Mio. (+7.6%), Migrolino CHF 480 Mio. (+11.3%), LeShop.ch CHF 181 Mio. (-0.5%), Interio CHF 155 Mio. (-8.0%), Office-World-Gruppe (OWiba) bis 31.10.2017 CHF 144 Mio. (-19.5%), Ex Libris CHF 109 Mio. (-3.0%), m-way CHF 40 Mio. (+21.6%) sowie weitere Unternehmen, darunter Probikeshop bis 28.2.17 und sharoo bis 30.6.17.

Der **Detailumsatz im Ausland** umfasst die Umsätze der Migros France, der Tegut-Gruppe, der Gries-Deco-Gruppe Deutschland und Österreich sowie von Probikeshop. Er beträgt total CHF 1.773 Mrd. (-0.1%).

Genossenschaftlicher Detailhandel

Der Nettoumsatz der Genossenschaften inklusive Ausland reduzierte sich um CHF 79 Mio. auf CHF 15.555 Mrd. (-0.5%). Wachstum erzielten die Genossenschaften Zürich (+0.2%) sowie Luzern (+0.9%). Im Ausland verzeichneten die Genossenschaften ein Umsatz von CHF 1.247 Mrd. (+2.6%) oder CHF +31 Mio., das vor allem durch Tegut mit einem Plus von +3.7% oder CHF 40 Mio. auf CHF 1.125 Mrd. generiert wurde. Die Umsätze der Migros France reduzierten sich um 6.4% auf CHF 122 Mio.

Super-/Verbrauchermärkte mit CHF 11.6 Mrd. Umsatz knapp unter Vorjahresniveau

In einem umkämpften Marktumfeld erwirtschafteten die Super-/Verbrauchermärkte der zehn Migros-Genossenschaften im Inland 2017 einen Umsatz von CHF 11.592 Mrd. (-0.8%). Unter Berücksichtigung einer durchschnittlichen Minussteuerung von -0.2% entspricht dies einer realen Entwicklung von -0.6% gegenüber Vorjahr. Die Einkaufsfrequenz blieb mit 344.9 Mio. Kassenbons konstant auf Vorjahresniveau.

Die Migros-Fachmärkte Micasa, SportXX, Melectronics, Do it + Garden und OBI erzielten 2017 einen Umsatz von CHF 1.617 Mrd. (+0.9%). Die Preise wurden um durchschnittlich 2.7% gesenkt, was einem realen Wachstum von +3.6% entspricht.

Online und Cross-Channel von zunehmender Bedeutung

Die Online-Shops der Fachmärkte gewinnen weiter an Bedeutung, was sich in einem Umsatzwachstum von 25.0% widerspiegelt. PickMup, das praktische und kostenlose Abhol- und Rückgabepetzwerk der Migros für Online-Bestellungen, hat im vergangenen Jahr zahlreiche neue Partner gewonnen. Einkäufe aus 14 verschiedenen Online-Shops können an über 746 PickMup-/Filial-Standorten in der Schweiz abgeholt und retourniert werden. In ihrer Rolle als digitaler Einkaufsbegleiter wurde die Migros-App weiterentwickelt und um neue Funktionen wie die digitale Stempelkarte oder die Bilderkennung Discover erweitert.

Umsatzsteigerung bei regionalen und nachhaltigen Produkten

Regionale und nachhaltige Produkte befinden sich weiter auf Wachstumskurs. Für über CHF 970 Mio. (+3.0%) wurden Produkte aus dem Migros-typischen „Aus der Region. Für die Region.“-Sortiment gekauft. Auch Produkte mit ökologischem oder sozialem Mehrwert erfreuen sich mit einem Umsatz von CHF 2.964 Mrd. (+3.8%) immer grosser Beliebtheit. Besonders hervorzuheben sind das Migros-Bio-Sortiment und das Nachhaltigkeitsprogramm TerraSuisse. Zusammen sind sie für mehr als die Hälfte des Umsatzes verantwortlich. Mit gesamthaft CHF 4.021 Mrd. liegt der Umsatz mit Nachhaltigkeits- und Regionallabeln sowie dem Gesundheitslabel „aha!“ (CHF 87 Mio.) um +3.6% über dem Vorjahr.

Innovative Formate und Sortimente für ein besseres Einkaufserlebnis

- Auch 2017 lancierte die Migros neue Formate und Sortimente. Die drei im Frühling eröffneten **Bike World**-Standorte bieten die grösste Bike-Auswahl der Schweiz, ein umfassendes Zubehörangebot und eine integrierte Werkstatt.

- Die neuen Wohnboutiquen von **Micasa home** inspirieren mit saisonalen Wohnaccessoires und aktuellen Trends.
- An der Marktgasse in Bern lässt sich der Einkauf in der Migros neu bequem mit dem Bezug von Arzneimitteln und Medizinprodukten der **Apotheke Zur Rose** verbinden. Infolge der sehr positiven Kundenresonanz wird diese Dienstleistung im Laufe des Jahres in zusätzlichen Filialen angeboten.
- Um den Convenience-Ansprüchen der Kundinnen und Kunden auch in der Sofortverpflegung gerecht zu werden, baute die Migros das ultrafrische Sortiment von **Migros Daily** in den Supermärkten weiter aus.
- Für die ernährungs- und trendbewusste Kundengruppe bietet die Migros unter der neuen **Eigenmarke YOU** innovative Produkte an, bei denen Wohlfühl und Genuss im Vordergrund stehen.

Zahlreiche Neueröffnungen

Das Migros-Verkaufsnetz vergrösserte sich um 16 auf insgesamt 701 Standorte. Die Verkaufsfläche für Super-/Verbrauchermarkte, Fachmärkte und Gastronomie nahm um 4'715 m² zu (+0.3%) und beträgt neu 1'402'169 m².

Neben einem grosszügigen Supermarkt ist die Migros in der neu eröffneten Mall of Switzerland mit vier Fachmärkten sowie einem M-Restaurant vertreten. Mit zehn neuen M-Supermärkten konnten weitere Ortschaften und Quartiere erschlossen werden. Ausserdem entstanden vier weitere Chickeria-Restaurants.

Gastronomie mit leichtem Umsatzrückgang

Mit CHF 676 Mio. liegt der Umsatz der Migros-Gastronomie gesamthaft um 0.9% unter dem Vorjahreswert. Weiterhin einer positiven Entwicklung erfreuen sich die neuen Gastronomieformate wie beispielsweise Chickeria (+69.5%) und die Gemeinschaftsgastronomie (+3.0%). Mit der Akquisition der Take-away-Kette Hitzberger positioniert sich die Migros als innovativer Anbieter im Geschäftsfeld der gesunden Schnellverpflegung. Die Kaffeespezialitäten von Café Royal sind seit Juli in den Migros-Restaurants und im Migros Take Away erhältlich.

Gesundheit

Mit der Übernahme der Silhouette-Fitnesskette konnte die führende Position im Schweizer Fitnessmarkt ausgebaut werden. Das umfassende medizinischen und therapeutischen Angebot von Medbase erzielte ein Umsatzwachstum von 5.5% auf insgesamt CHF 138 Mio. Die digitale Plattform Impuls bot mit unzähligen Tipps und Hilfestellungen Unterstützung für die Bevölkerung in Bezug auf einen gesunden Lebensstil.

Handel

Denner: Denner steigert den Umsatz um CHF 91 Mio. auf CHF 3.050 Mrd. (+3.1%) und überschreitet damit erstmals die 3-Milliarden-Grenze. Aktuell verfügt Denner über 811 Standorte.
(Separate Denner-Medienmitteilung folgt am 19.1.2018)

Migrol: 2017 konnte Migrol den Umsatz um CHF 120 Mio. auf CHF 1.410 Mrd. steigern, was gegenüber Vorjahr einem Plus von 9.3% entspricht. Grund für die markante Umsatzerhöhung ist hauptsächlich der höhere Treibstoffpreis.

Magazine zum Globus: Die Magazine zum Globus AG (Globus, Herren Globus, Schild) erreichten einen Nettoumsatz von total CHF 857 Mio. (-2.5%). Flächenbereinigt beträgt die Veränderung zum Vorjahr -2.0%.
(Separate Medienmitteilung folgt am 18.1.2018)

Digitec Galaxus: Der grösste Online-Händler der Schweiz hat seinen Umsatz 2017 gegenüber Vorjahr um CHF 130 Mio. (+18.5%) auf CHF 834 Mio. gesteigert.
(Siehe auch Medienmitteilung Digitec Galaxus vom 8.1.2018)

Depot: Die Handelskette Depot (Gries Deco Company Ausland und Schweiz) erzielte einen Umsatz von insgesamt CHF 539 Mio. (+7.6%) oder CHF +38 Mio. In der Schweiz bewegt sich der Umsatz mit CHF 50 Mio. auf stabilem Niveau.

Migrolino: Migrolino ist weiter auf Wachstumskurs. Der Umsatz erhöhte sich um 11.3% oder CHF 49 Mio. auf CHF 480 Mio. Aktuell zählt Migrolino 310 Standorte.

LeShop.ch: LeShop.ch, der grösste Online-Supermarkt der Schweiz, verkaufte 2017 Waren für CHF 181 Mio., was einem leichten Rückgang um 0.5% entspricht. Im vergangenen Jahr schloss LeShop die beiden Drive-Standorte (bereinigtes Wachstum +2.9%).

Office-World-Gruppe (OWiba): Die Gruppe erzielte bis zu ihrem Verkauf einen Umsatz von CHF 144 Mio. (-19.5%).

Ex Libris: Der Strukturwandel im Handelsmarkt spiegelt sich auch im Jahresergebnis 2017 wider. Die Online-Umsätze von Ex Libris stiegen um 8.0% und erreichten einen neuen Höchstwert. Einbussen im stationären Geschäft reduzierten aber den Gesamtumsatz um CHF 3 Mio. auf CHF 109 Mio. (-3.0%).

Online-Geschäft

Im E-Commerce konnte die Migros ihre unbestrittene Position als Marktführerin weiter ausbauen. Der gesamte Online-Umsatz betrug inklusive Digitec Galaxus CHF 1.946 Mrd. (+5.1%).

Industrie

Die M-Industrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland weiter ausbauen. Sie erzielte einen Umsatz von CHF 6.522 Mrd. (Vorjahr CHF 6.389 Mrd.), was einem Plus von 2.1% entspricht. (Separate Medienmitteilung folgt am 21.2.2018)

Hotelplan-Gruppe

Das strategische Geschäftsfeld Reisen erzielte trotz schwieriger geopolitischer Ereignisse in einigen Kerndestinationen auf vergleichbarer Basis einen um 1.2% höheren Nettoumsatz als im Vorjahr. Der Verkauf von Hotelplan Italia und das markant schwächere englische Pfund liessen jedoch den Nettoumsatz um 5.6% auf CHF 1.212 Mrd. (Vorjahr CHF 1.284 Mrd.) schrumpfen. (Der Jahresbericht „Kompass“ der Hotelplan Group wird am 30.1.2018 publiziert).

Migros Bank

In einem anspruchsvollen Marktumfeld setzte die Migros Bank die erfreuliche Entwicklung ihrer Kerngeschäfte fort. Besondere Fortschritte verzeichnet das Anlagegeschäft, das weiter ausgebaut wurde. Die Migros Bank veröffentlicht das detaillierte Jahresergebnis am Freitag, 19. Januar 2018.

Die Bilanz-Medienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) findet am Dienstag, 27. März 2018 in Zürich statt. Eine Einladung folgt.

Zürich, 17. Januar 2018

Für weitere Informationen:

Monica Glisenti, Leiterin Corporate Communications MGB, Tel. 058 570 38 26,

monica.glisenti@mgb.ch

Luzi Weber, Mediensprecher MGB, Tel. 058 570 38 36, luzi.weber@mgb.ch

Martina Bosshard, Mediensprecherin MGB, Tel. 058 570 38 22, martina.bosshard@mgb.ch