

## Migros-Gruppe 2014: Starkes Wachstum von 2 Prozent

**2014 erzielte die Migros-Gruppe ein Wachstum von 2 Prozent und erwirtschaftete CHF 27,3 Milliarden Umsatz. Der gesamte Detailumsatz stieg in der Schweiz um 1 Prozent (ohne Migrol 2,3 Prozent), während die Supermärkte 1,6 Prozent zulegen und somit Marktanteile gewinnen konnten.**

Die Migros blickt auf ein erfreuliches Jahr zurück. Die ganze Gruppe verzeichnet in allen Geschäftsfeldern ein gesundes Wachstum. Im Super-/Verbrauchermarkt konnte die Migros erneut Marktanteile gewinnen und die Kundenfrequenzen steigern. Insgesamt wurden 341.5 Mio. Kassenbons ausgedruckt. Das sind 1,3 % mehr als im Vorjahr. Die nachhaltigen und regionalen Produkte entwickelten sich sehr erfreulich und erzielten einen Gesamtumsatz von CHF 3,343 Mrd. Auch der Online-Umsatz stieg um 16,6 % auf insgesamt CHF 1,086 Mrd. Die Migros bleibt somit auch in diesem Bereich unangefochtener Marktleader.

„Die guten Umsatzentwicklungen zeigen, dass wir in den letzten Jahren in allen Bereichen die richtigen strategischen Massnahmen getroffen haben. Trotz starker Konkurrenz und einem immer noch wachsenden Einkaufstourismus haben letztes Jahr noch mehr Kunden der Migros das Vertrauen geschenkt. Besonders erfreulich ist auch, dass das durch externe Einflüsse schwierig gewordene Reisegeschäft nachhaltig zulegen konnte und Interio deutlich Marktanteile gewonnen hat“, erklärt Herbert Bolliger, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB).

### Gruppenumsatz

Der gesamte Ertrag der Migros-Gruppe erhöhte sich 2014 um CHF 546,2 Mio. (+2,0 %) auf CHF 27,283 Mrd. (Vorjahr CHF 26,7 Mrd.). Erstmals im Ertrag enthalten ist der Umsatz von Schild (ab.1.1.2014), der Ospena Group AG (Restaurants Molino; ab 1.6.2014), von SweetWorks in den USA (ab 1.4.2014) und des Ferienhausvermittlers Inter Chalet (ab 1.1.2014).

### Detailumsatz

Der Detailumsatz im In- und Ausland (ohne Mehrwertsteuer) belief sich auf CHF 23,054 Mrd. (Vorjahr CHF 22,9 Mrd.), was einem nominalen Wachstum von 0,8 % entspricht. Er setzt sich wie folgt zusammen: **Genossenschaften In- und Ausland** CHF 15,909 Mrd. (+0,4 %), **Denner** CHF 2,917 Mrd. (+1,5 %), **Globus inkl. Schild** CHF 960,1 Mio. (+20,4 %), **Interio** CHF 186,9 Mio. (+9,7 %), **Depot** CHF 462,8 Mio. (+9,6 %), **Migrolino** CHF 347,2 Mio. (+15,1 %), **Office World-**

**Gruppe (Owiba)** CHF 179,0 Mio. (+1,8 %), **Migrol** CHF 1,623 Mrd. (-12,9 %), **Ex Libris** CHF 127,9 Mio. (-9,9 %), **LeShop.ch** CHF 164,9 Mio. (+4,3 %) sowie **weitere Unternehmen**.

**Ohne Migrol** betrug der Detailumsatz im Inland CHF 19,613 Mrd., was einem Plus von 2,3 % entspricht. Der Detailumsatz im **Ausland** umfasst den Umsatz der Migros France, der Tegut-Gruppe, der Gries Deco-Gruppe Deutschland und Österreich sowie von Probikeshop. Im Vergleich zum Vorjahr verringerte er sich währungsbereinigt um CHF 18,1 Mio. auf CHF 1,817 Mrd. (-1,0 %). Der Umsatzrückgang ist vor allem auf den Verkauf des Filialgeschäfts der Migros Deutschland sowie auf die Tegut-Gruppe und Migros France zurückzuführen.

## Genossenschaftlicher Detailhandel

Der Umsatz in den Super-/Verbrauchermärkten im Inland lag bei CHF 11,829 Mrd. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 1,6 %. Nach dem Motto „Was uns am Herzen liegt, das machen wir selber!“ und begleitet von der Kampagne „Von uns. Von hier.“ entwickelten sich die Migros-Eigenmarken sehr erfreulich (insbesondere Frey, Total und I am). Die Fachmärkte Micasa, SportXX, Melectronics, Do it + Garden und OBI erzielten einen Umsatz von CHF 1,673 Mrd. (-0,6 %). Bei den Genossenschaften (inkl. Gastronomie, Klubschulen, Freizeitanlagen etc.) betrug das Wachstum im Inland 1,0 %, der Umsatz erhöhte sich auf CHF 14,603 Mrd. Die durchschnittliche Teuerung auf allen Migros-Sortimenten betrug 0,3 %.

Inklusive Ausland stiegen die Umsätze im genossenschaftlichen Detailhandel um 0,4 % auf CHF 15,909 Mrd. Die Ausland-Umsätze der Genossenschaften haben sich um insgesamt CHF 75,4 Mio. (-5,5 %) verringert. Dieser Rückgang ist auf die negative Umsatzentwicklung bei der Tegut-Gruppe mit CHF 1,176 Mrd. (-2,1 % währungsbereinigt), der Migros France mit CHF 130,1 Mio. (-7,7 % währungsbereinigt) und den Verkauf des Filialgeschäfts der Migros Deutschland zurückzuführen.

## CHF 3,3 Milliarden Umsatz mit nachhaltigen und regionalen Produkten

Im vergangenen Jahr konnte die Migros ihren Umsatz mit nachhaltigen Produkten um erfreuliche 10,4 % steigern. Insgesamt wurden für knapp CHF 2,5 Mrd. Produkte mit ökologischem oder sozialem Mehrwert verkauft. Grösste Wachstumstreiber waren das Bio-Sortiment (+14,8 %), das UTZ-Label für Produkte aus sozial- und umweltverträglichem Anbau (+47,1 %) sowie Produkte aus nachhaltiger Fischerei und Fischzucht mit den Labels MSC und ASC (+21,1 %).

Die Nachfrage nach Produkten „Aus der Region. Für die Region“ stieg um über 5 %. Der Umsatz mit dem bereits vor 15 Jahren lancierten AdR-Label lag bei über CHF 870 Mio. Insgesamt konnte mit nachhaltigen und regionalen Produkten ein Umsatz von CHF 3,343 Mrd. erzielt werden.

## Höhere Kundenfrequenz in den Super-/Verbrauchermärkten

Die Kundenfrequenz im Inland erhöhte sich in den Super-/Verbrauchermärkten um 1,3 % auf total 341,5 Mio. Kassenbons. In den Fachmärkten lag der Wert bei 39,0 Mio. Bons (-2,5 %). Der durchschnittliche Umsatz pro Einkauf lag in den Super-/Verbrauchermärkten wie schon im Vorjahr bei CHF 34. In den Fachmärkten wurde im Durchschnitt für CHF 40 eingekauft (+1,5 %).

## Ausbau von Verkaufsnetz und Verkaufsfläche

Das Verkaufstellennetz der Migros umfasste Ende 2014 insgesamt 648 Standorte, 9 mehr als im Vorjahr. 6 Standorte wurden geschlossen, 15 neue eröffnet, 9 Ersatzneubauten erstellt und 5 grössere Um- und Erweiterungsbauten vorgenommen.

## Gastronomie knapp unter Vorjahr

Die Gastronomie schloss 2014 mit einem Umsatz von CHF 675,8 Mio. in einem hart umkämpften Marktumfeld knapp unter Vorjahr (-0,4 %). Während die Migros Restaurants etwas an Boden einbüssten (-2,4 %), konnten die Migros Take Away um 3,0 % zulegen. Das Geschäftsfeld Gemeinschaftsgastronomie erzielte ein erfreuliches Umsatzwachstum von 11,4 %.

## Handel

**Denner:** Der Nettoumsatz von Denner erhöhte sich um CHF 44,2 Mio. auf CHF 2,917 Mrd., was einem Plus von 1,5 % entspricht. Denner verfügt aktuell über 797 Standorte. 2014 gab es 23 Neueröffnungen und 17 Schliessungen. Bereits 120 Denner-Filialen wurden auf den neuen Ladenauftritt umgerüstet, das entspricht einem Viertel aller Verkaufsstellen.

Eine separate Medienmitteilung folgt am Dienstag, 20. Januar 2015.

## Magazine zum Globus inklusive Schild:

Die Magazine zum Globus AG (Globus, Herren Globus und ab 1.1.2014 Schild) erreichten einen Nettoumsatz von CHF 960,1 Mio. (+20,4 %). Der Umsatz von Globus und Herren Globus betrug CHF 790,9 Mio. (-0,8 %).

Eine separate Medienmitteilung folgt in den nächsten Tagen.

**Migrol:** Die stark sinkenden Rohölpreise, die Bevorratung wegen der CO<sub>2</sub>-Abgabe auf Heizöl sowie der ungewöhnlich warme Winter 2013/14 wirkten sich negativ auf den Umsatz aus. Dieser verringerte sich um 12,9 % auf CHF 1,623 Mrd.

**Migrolino:** Im vergangenen Jahr eröffnete Migrolino erneut 11 neue Shops und zählt damit aktuell 254 Standorte. Der Umsatz erhöhte sich um CHF 45,6 Mio. auf CHF 347,2 Mio. (+15,1 %).

**Depot:** Die Handelskette Depot (Gries Deco Company Ausland und Schweiz) baute ihre Marktführerschaft in allen Ländern weiter aus und erhöhte den Umsatz um CHF 40,7 Mio. auf CHF 462,8 Mio. (+9,6 %, währungsbereinigt).

## Online-Geschäft

Im E-Commerce konnte die Migros ihre unbestrittene Position als Marktführer erneut ausbauen. Der gesamte Online-Umsatz überstieg erstmals die Milliardengrenze und betrug CHF 1,086 Mrd. (+16,6 %). Die wichtigsten Treiber sind LeShop.ch, die Online-Aktivitäten der Hotelplan-Gruppe, das Online-Geschäft von Ex Libris, die Office-World-Gruppe, Migrol, Probikeshop, Micasa, SportXX, Melectronics, Denner, Frey, Delica und Gries Deco. Im Online-Detailhandelsbereich wurden CHF 881,7 Mio. erzielt (+19,1 %).

**LeShop.ch:** Im vergangenen Jahr verkaufte LeShop.ch für CHF 164,9 Mio. Produkte und konnte somit das Resultat vom Vorjahr um CHF 6,8 Mio. steigern (+4,3 %). LeShop.ch ist nach wie vor der mit Abstand grösste Online-Food-Händler der Schweiz.

Eine separate Medienmitteilung wurde am 5. Januar 2015 publiziert.

**Probikeshop.fr:** Der französische Online-Marktführer für Fahrradzubehör steigerte seinen Umsatz um 45 % auf CHF 47.3 Mio.

## Industrie

Die M-Industrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland weiter ausbauen. Sie erzielte einen Umsatz von CHF 6,020 Mrd. (Vorjahr CHF 5,764 Mrd.), was einem Plus von 4,5 % entspricht. Im Umsatz enthalten ist seit 1.4.2014 auch das Ergebnis der in den USA domizilierten Unternehmensgruppe SweetWorks.

Eine separate Medienmitteilung folgt am Mittwoch, 25. Februar 2015.

## Hotelplan-Gruppe

Der Umsatz der Hotelplan-Gruppe erhöhte sich um 17,0 % auf CHF 1,322 Mrd. (2013: CHF 1,130 Mrd.). Zum organischen Wachstum haben vor allem der Schweizer Reiseveranstalter Hotelplan Suisse, die Interhome-Gruppe sowie Hotelplan UK beigetragen. Der Hauptanteil der Umsatzzunahme ist auf die Vollkonsolidierung der Inter Chalet Ferienhaus-Gesellschaft mbH zurückzuführen.

Die Hotelplan-Gruppe präsentiert das detaillierte Jahresergebnis an ihrer Bilanz-Medienkonferenz vom Dienstag, 3. März 2015, in Glattbrugg.

## Migros Bank

Die Migros Bank setzte ihren Wachstumskurs fort. Der kräftige Zustrom an Kundengeldern hielt an und auch das Volumen der Hypothekarkredite entwickelte sich weiterhin erfreulich. Die Bilanzsumme übertraf damit im Berichtsjahr erstmals CHF 40 Mrd. Der Geschäftsertrag und der Bruttogewinn erreichten ebenfalls neue Höchstwerte.

Die Migros Bank präsentiert das detaillierte Jahresergebnis an ihrer Bilanz-Medienkonferenz vom Montag, 19. Januar 2015, in Zürich.

**Die Bilanz-Medienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) findet am Dienstag, 31. März 2015, in Zürich statt.**

Zürich, 16. Januar 2015

### Für weitere Informationen:

Monica Glisenti, Leiterin Corporate Communications MGB, Tel. 044 277 20 64,  
[monica.glisenti@mgb.ch](mailto:monica.glisenti@mgb.ch)

Luzi Weber, Mediensprecher MGB, Tel. 044 277 20 66, [luzi.weber@mgb.ch](mailto:luzi.weber@mgb.ch)

Monika Weibel, Mediensprecherin MGB, Tel. 044 277 20 67, [monika.weibel@mgb.ch](mailto:monika.weibel@mgb.ch).