

Migros-Gruppe: Kerngesund in die Zukunft

An der Bilanz-Medienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) hat Fabrice Zumbrunnen die Herausforderungen und künftigen Schwerpunkte für die Migros erläutert. Die Gruppe verzeichnete im Geschäftsjahr 2017 mit 28.1 Mrd. Franken (+1.2%) ein Umsatzplus. Dennoch steht das Ergebnis aufgrund eines anspruchsvollen Umfelds unter Druck, der Gewinn reduzierte sich 2017 um 24.2% auf 503 Mio. Franken. Ziel sei auch in Zukunft eine kerngesunde Migros, sagte der neue Präsident der MGB-Generaldirektion. Deshalb werde die Migros-Gruppe ihre Angebote konsequent auf die sich ändernden Kundenbedürfnisse ausrichten. Im Fokus steht der Ausbau der Führungsrolle im E-Commerce. «Egal, wo und wie unsere Kunden einkaufen, sie sollen auf allen Kanälen vom besten Preis-Leistungs-Verhältnis profitieren», erklärte Zumbrunnen.

«Die Migros-Gruppe wächst und ist in Bewegung. Sie steht auf einer soliden Basis. Und sie soll auch in Zukunft kerngesund bleiben.» So fasste Fabrice Zumbrunnen, neuer Präsident der MGB-Generaldirektion, am Dienstag an der Bilanz-Medienkonferenz die Lage zusammen. Damit dies möglich ist, werde sich die Migros-Gruppe in verschiedener Hinsicht dynamisch bewegen müssen. Die Kundenbedürfnisse – insbesondere die Verlagerung vom stationären zum digitalen Handel – verändern sich rasant. Darauf will die Migros ihre Angebote noch stärker fokussieren. «Und weil die Migros den Leuten gehört, richten wir uns konsequent auf ihre Bedürfnisse aus und engagieren uns aktiv für noch günstigere Preise und bessere Leistungen», sagte Zumbrunnen. Im vergangenen Jahr ist das Sortiment um insgesamt 0.4 Prozent günstiger geworden. «Die Migros steht für ein preiswertes Sortiment und für Qualität. Unsere Kundinnen und Kunden sollen auf allen Kanälen vom besten Preis-Leistungs-Verhältnis profitieren», sagte Zumbrunnen.

Führungsrolle im E-Commerce, Service vor Ort

2017 tätigte die Migros rund 1.5 Mrd. Franken an Investitionen, dies insbesondere in zusätzliche grosszügige und moderne Ladenflächen sowie ins Online-Geschäft. Rund 1.95 Mrd. Franken Umsatz (+5.1%) erzielte die Gruppe im E-Commerce. Diese Marktführerschaft will die Migros behaupten und ausbauen. «Wir setzen allerdings nicht nur verstärkt auf Online-Dienstleistungen, sondern bleiben gleichzeitig stationär und mit persönlichem Service für unsere Kunden präsent», betonte Fabrice Zumbrunnen. Dadurch will die Migros weiter Kunden gewinnen (Marktanteil Detailumsatz 2017 gemäss BAK: 21.8%).

Aktiv und agil bei veränderten Marktbedingungen

«Für die Kunden und das Gemeinwohl engagieren sich unsere 105'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter täglich mit grossem Einsatz», sagte Fabrice Zumbrunnen. Trotz des schwierigen Marktumfelds mit anhaltendem Einkaufstourismus und sich ändernden Konsumgewohnheiten nimmt die Migros als grösste private Arbeitgeberin in der Schweiz ihre soziale Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitenden wahr. Man dürfe sich keine Illusionen machen über bevorstehende Veränderungen, sagte Fabrice Zumbrunnen. «Es dürften angestammte Arbeitsfelder verloren gehen, während neue

Stellen beispielsweise im E-Commerce entstehen.» Die Migros geht diese Herausforderungen aktiv und mit dem gebotenen Verantwortungsbewusstsein an.

Engagement für Nachhaltigkeit und Gesundheit

Auf Produktseite will die Migros ihren Wachstumskurs bei den stetig beliebter werdenden regionalen und nachhaltig produzierten Artikeln fortsetzen. Mit insgesamt 4.0 Mrd. Franken steigerte sich der Umsatz von Produkten mit Nachhaltigkeits- und Regionallabeln um 3.3%. «Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung gehören zur DNA der Migros, dies ist mir ein zentrales Anliegen», sagte Fabrice Zumbrunnen. Dazu gehöre das verstärkte Engagement der Migros in der Gesundheitsförderung. Gerade das Wachstum des medizinischen Angebots von Medbase und der Fitnessangebote zeigten beispielhaft, dass bei den Kunden eine grosse Nachfrage nach preiswerten Dienstleistungen und Produkten im Gesundheitsbereich bestehe.

Umsatz gesteigert, Ergebnis unter Druck

An der Bilanz-Medienkonferenz gab Jörg Zulauf, Leiter des Departements Finanzen, Einblick in die Geschäftszahlen. Die Migros-Gruppe steigerte ihren Umsatz 2017 um 333 Mio. auf 28.1 Mrd. Franken (+1.2%). Trotz des Rekordumsatzes spiegelt das Gesamtergebnis mit einem Rückgang von 24.2% den gestiegenen Marktdruck wider, es resultierte ein Gruppengewinn von 503 Mio. Franken. Entsprechend richtet die Migros ihr Unternehmensportfolio auf die veränderten Marktbedingungen aus. Mit 17.9 Mrd. Franken konnte die Migros-Gruppe ihre Eigenkapitalbasis um 458 Mio. Franken stärken. Dieses gesunde Fundament bildet die Grundlage, um weiter in den Markt, in neue Konzepte und Geschäfte sowie über das weltweit einzigartige Kulturprozent in das Gemeinwohl zu investieren. 2017 investierte das Migros-Kulturprozent 122 Mio. Franken in Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft.

Detaillierte Informationen können im Online-Geschäftsbericht 2017 nachgelesen werden.

<https://report.migros.ch>

Druckfähige Bilder finden Sie unter folgendem Link: www.migros.ch/download

Zürich, 27. März 2018

Weitere Informationen:

- Luzi Weber, Mediensprecher MGB, Tel. 058 570 38 21
- Martina Bosshard, Mediensprecherin MGB, Tel. 058 570 38 22
- E-Mail: media@migros.ch
- www.migros.ch/bilanz

Detailumsatz 2017

Bereich	2017	2016	Veränderungen	
	in Mio. CHF	in Mio. CHF	in Mio. CHF	in %
Genossenschaftlicher Detailhandel				
Genossenschaften Inland und Ausland	15'557	15'634	-77	-0.5 %
Handel				
Denner	3'050	2'959	+91	+3.1 %
Migrol	1'410	1'290	+120	+9.3 %
Magazine zum Globus	857	879	-22	-2.5 %
Digitec Galaxus	834	704	+130	+18.5 %
Gries-Deco-Gruppe (Depot)	540	501	+39	+7.7 %
Migrolino	480	431	+49	+11.3 %
LeShop.ch	181	182	-1	-0.5 %
Interio	154	168	-14	-8.1%
Office-World-Gruppe (OWiba) ¹⁾	144	179	-35	-19.5 %
Ex Libris	109	112	-3	-3.0 %
Dolphin France (Probikeshop) ²⁾	10	75	-65	-87.3 %
Weitere Unternehmen/ Konsolidierungseffekte	164	155	n.a.	n.a.
Detailumsatz Inland und Ausland	23'490	23'269	221	1.0%

¹⁾ Die Office-World-Gruppe wurde per 1.12.2017 veräussert

²⁾ Dolphin France SAS (Probikeshop) wurde per 17.5.2017 veräussert