

BILANZ-MEDIENKONFERENZ VOM 2. APRIL 2008

Referat von Herbert Bolliger, Präsident der Generaldirektion

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Damen und Herren

Zur heutigen Bilanz-Medienkonferenz begrüsse ich Sie ganz herzlich. Ich darf Ihnen von einem sehr erfreulichen Geschäftsjahr berichten mit einem akquisitionsbedingten, starken Umsatzwachstum, weiteren Optimierungen in der Wertschöpfungskette und sehr guten operativen Ergebnissen.

Wichtige Kennzahlen

Die Migros-Gruppe hat 2007 einen Gruppenumsatz von 22,7 Milliarden Franken erzielt, was ein Wachstum von 6,2 Prozent ergibt. Das operative Ergebnis (EBIT) ist gegenüber dem Vorjahr erneut um 95 Millionen Franken oder 10 Prozent höher.

Dazu beigetragen haben verschiedene Massnahmen in den Prozessen und Strukturen:

- Die Preisreduktionen konnten teilweise erfolgreich an Drittlieferanten und an die Migros-Industrie weitergegeben werden.
- Die höheren Kosten, beispielsweise durch die Lohnerhöhungen von 2 bis 2,5 Prozent, konnten durch Effizienzsteigerungen entlang der ganzen Wertschöpfungskette kompensiert werden.
- Eine optimierte Transportlogistik hat zu entscheidend tieferen Transportkosten geführt.
- Die Migros-Industrie war in der Lage, die Preissenkungen auf den Produkten durch strukturelle Massnahmen aufzufangen.

Die Migros Bank leistet weiterhin einen wesentlichen Beitrag von 264 Millionen Franken zum Gruppen-EBIT. Leistungsverbesserungen bei anderen Unternehmen wie Globus oder Hotelplan führten ebenfalls zu einem höheren EBIT.

Der Gruppengewinn liegt mit 801 Millionen Franken um 39 Millionen Franken unter dem Vorjahr. Das war absehbar, weil ausserordentliche Finanzerträge wie im Vorjahr mit dem Verkauf der Generali-Beteiligung fehlen.

Durch die erstmalige Konsolidierung der Migros Bank hat sich die Eigenkapitalquote verändert. Heute sind es 24,9 Prozent, ohne diese Konsolidierung lag der Eigenkapitalanteil 2007 bei 54 Prozent.

Detailumsatz

Der Detailumsatz konnte um 5,9 Prozent auf 18,5 Milliarden Franken erhöht werden. Zu diesem Wachstum steuerte Denner für die Monate Oktober bis Dezember 2007 688 Millionen Franken bei. Ohne diese Akquisition beträgt das Wachstum 1,9 Prozent. Der Umsatz der Genossenschaften ist mit 1,3 Prozent nur moderat gewachsen. Das Wachstum ist durch folgende Faktoren beeinflusst:

- Aufgrund von Bereinigungen im Verkaufstellennetz und temporär durch Umbauten von grossen Standorten war die Verkaufsfläche um 2'346 Quadratmeter kleiner als im Vorjahr.
- Preissenkungen von über 100 Millionen Franken führten zu einer Minusteuerung von 1,2 Prozent. Dieser Wert liegt deutlich unter der durchschnittlichen Landesteuerung von 0,7 Prozent.
- Wir haben die M-Budget-Linie erneut von knapp 500 auf 615 Produkte ausgebaut.
- Der Aktionsumsatz ist um 6,9 Prozent auf 2,4 Milliarden Franken gestiegen.

Überdurchschnittlich gut entwickelten sich die Umsätze der ehemaligen Globus-Gruppe, von Ex Libris und LeShop. Beim Auslandumsatz der Genossenschaften konnten die Einbussen in Frankreich mit 2,0 Prozent durch die Zunahme in Deutschland von 2,7 Prozent kompensiert werden. Die Umsätze bewegen sich auf Vorjahresniveau.

Nettoumsätze Super-/Verbrauchermarkt und Fachmärkte

Das Detailhandelsgeschäft der Genossenschaften wird mit einem Anteil von 89 Prozent vom Super-/Verbrauchermarkt dominiert. Die restlichen 11 Prozent machen die Fachmärkte aus. Diese haben sich unterschiedlich entwickelt. Bei Micasa sind Flächenschliessungen von 12'128 Quadratmetern die Hauptursache für die negative Entwicklung. Bei Do it + Garden sind Flächenschliessungen von 5'145 Quadratmetern sowie das schwache Sommergeschäft die Ursachen für die ungenügende Entwicklung. Bei SportXX konnte der Rückstand aus dem Sommergeschäft durch den frühen Wintereinbruch nicht wettgemacht werden. m-electronics liegt mit 1'220 Quadratmeter weniger Fläche leicht unter den Vorjahreswerten. Obi entwickelt sich weiterhin erfreulich. Ein weiterer Standort wird im Herbst 2008 in St. Gallen eröffnet. Die Bereinigung des Verkaufstellennetzes um über 16'000 Quadratmeter hat einerseits Umsatz gekostet, andererseits aber die Deckungsbeiträge deutlich erhöht. Damit konnte ein Zwischenziel in der Ergebnisverbesserung erreicht werden.

Marktanteile

Durch den Zusammenschluss mit Denner ist der Marktanteil der Migros-Gruppe von 17,9 auf 18,4 Prozent angestiegen. Der Marktanteil Food erhöhte sich aus diesem Grund deutlich von 23,9 auf 25,1 Prozent. Der Marktanteil NonFood blieb auf dem Vorjahresniveau mit 12,5 Prozent stabil.

Flächenproduktivität der Genossenschaften

Wie bereits erwähnt, nahm die Verkaufsfläche im vergangenen Jahr im Super-/Verbrauchermarkt und in den Fachmärkten um 2'346 Quadratmeter (absolut) und um 4'733 Quadratmeter (gewichtet) ab. Die Flächenproduktivität erhöhte sich in allen Vertriebskanälen.

Personalbestand und Entwicklung

Der Personalbestand der konsolidierten Migros-Unternehmungen ist 2007 im Vergleich zum Vorjahr um 3,9 Prozent oder 3'115 Personen auf 82'712 Mitarbeitende gewachsen. Die Zunahme ist auf die erstmalige Konsolidierung von Denner und der Migros Bank zurückzuführen. Ohne diese Unternehmen wären es 2 Prozent weniger Mitarbeitende oder 2,7 Prozent weniger Vollzeitstellen. Damit hätte sich der Trend der Vorjahre fortgesetzt. Der Grund für diese Entwicklung sind Effizienzsteigerungen auf allen Stufen der Wertschöpfungskette, die wegen des verschärften Wettbewerbs mit sinkenden Preisen zwingend sind. Ich bin überzeugt, dass sich dieser Druck des Marktes auch in den nächsten Jahren fortsetzen wird.

Denner

Die Highlights:

- Seit Oktober 2007 in die Berichterstattung integriert
- Über 100 Filialen auf neues Frischekonzept umgestellt
- Eröffnung zweite D-Vino Weinbar im November
- Lancierung eigener Premium-Linie „Primess“ im Dezember
- Ausbau des Verteilzentrums in Mägenwil AG abgeschlossen

Am 3. September 2007 hat die WEKO die Übernahme von Denner unter Einhaltung verschiedener Auflagen bewilligt. Denner hat 2007 sehr gut gearbeitet und seinen Nettoumsatz um 4,4 Prozent auf 2,5 Milliarden Franken erhöht. Dabei wuchsen die Satelliten mit 7,3 Prozent stärker als die Filialen mit 3,3 Prozent. In den nächsten drei bis vier Jahren sind bis zu 50 neue Standorte geplant.

Magazine zum Globus

Die Highlights:

- Zahlreiche Aktivitäten zum 100-Jahr-Jubiläum für die Kundschaft und die Mitarbeitenden
- Überdurchschnittliches Wachstum in den Warengruppen modische Accessoires, Parfümerie und Herrenmode
- Die neugestalteten Warenhäuser entwickeln sich über den Erwartungen
- Im Oktober 2008 wird das 13. Warenhaus im Westside (Bern-Brünnen) eröffnet
- Bei Herren Globus entwickeln sich die Flagships Zürich, Genf und Basel mit einem Plus von über 10 Prozent sehr gut

Die Nettoerlöse der Magazine zum Globus nahmen um 7 Prozent zu. Die Warenhäuser erhöhten ihren Nettoumsatz um 5,7 Prozent. Damit profitiert Globus von der sehr guten Konsumentenstimmung und vom Trend zu hochwertigen, exklusiven Artikeln. Mit einem Umsatzplus von 9,4 Prozent ist der Herren Globus weit überdurchschnittlich gewachsen. Dieses

ausgezeichnete Ergebnis wurde trotz Schliessung einer Filiale erzielt. Heute betreibt der Herren Globus 21 Fachgeschäfte.

Interio

Die Highlights:

- Überdurchschnittliches Wachstum ohne Flächenexpansion
- Gewinn von Marktanteilen in der sehr expansiven und kompetitiven Einrichtungsbranche
- Erneuerung der Einrichtungshäuser in Schönbühl BE und Abtwil SG

Zur ausgezeichneten Umsatzentwicklung haben alle Vertriebstypen gleichermaßen beigetragen: Die Einrichtungshäuser mit einem Plus von 8 Prozent sind der wichtigste Pfeiler von Interio, denn 80 Prozent des Umsatzes werden auf den acht Grossflächen erzielt. Erfreulich ist auch die Entwicklung in den Wohngalerien und den Boutiquen.

Office World

Die Highlights:

- Starkes Wachstum im Online-Geschäft
- Erweiterung des Service- und Dienstleistungsangebotes in den Filialen, z.B. Selbstbedienungsterminal für die Bestellung von Druckerverbrauchsmaterial

Office World hat sich mit einer Umsatzzunahme von 3,3 Prozent gut entwickelt und die Budgets klar übertroffen. Zu diesem guten Ergebnis hat das Geschäft mit Büroeinrichtungen wesentlich beigetragen. Das Direct-Geschäft übers Internet verzeichnet mit einer Zunahme von 22,6 Prozent eine sehr erfreuliche Entwicklung. 20 Prozent des Umsatzes wickelt Office World übers Internet ab. Diese Entwicklung wird sich in Zukunft fortsetzen. Der Online-Shop wurde weiterentwickelt. Heute wird übrigens der 19. Büro-Fachmarkt in Dietikon ZH eröffnet.

Ex Libris

Die Highlights:

- Nettoumsatz auf neuem Rekordniveau
- Flächendeckendes Netz mit 119 Verkaufspunkten
- Bundesrat hebt Buchpreisbindung im Mai 2007 auf
- Internetumsätze liegen um 41,5 Prozent über dem Vorjahr
- Monatlich besuchen mehr als 2,2 Millionen Besucher das Internetportal

Mit einem Plus von 10,8 Prozent erhöhte sich der Nettoumsatz von Ex Libris überdurchschnittlich. Bei praktisch gleicher Verkaufsfläche beträgt das Wachstum in den Filialen 6,5 Prozent. Dieser Wert wird von den Umsätzen mit dem Online-Verkauf massiv übertroffen.

Die Buchsparte wurde nach dem Fall der Preisbindung durch eine offensive Marktbearbeitung mit konsumentenfreundlicher Preisgestaltung forciert und wuchs mit 29,4 Prozent sehr stark. Zweistellig zulegen konnten ebenfalls die Sparten Film (+12,4 Prozent) und Software (+13,6 Prozent). Einzig die Musiksparte verzeichnete analog der weltweiten Entwicklung leicht rückläufige Umsätze (-0,5 Prozent).

LeShop

Die Highlights:

- Nettoumsatz wächst um 43 Prozent
- 434'400 verarbeitete Bestellungen
- Reibungslose Inbetriebnahme zweites Logistikzentrum in Ecublens VD
- Ausbau des Sortimentes mit neuen Abteilungen wie Fanshop M'08 oder SportXX

Mit einem Rekordumsatz von 93 Millionen Franken wuchs der Umsatz des grössten Schweizer Online-Supermarktes erneut um über 40 Prozent. Somit hat sich der Umsatz seit 2004 verdreifacht. Über 40'000 regelmässige Kunden kaufen inzwischen bei LeShop ein. Im Jahr 2007 floss erstmals der ganze Jahresumsatz in die Rechnung der Migros-Gruppe ein. Im Vorjahr wurden die Umsätze erst ab Mai konsolidiert. LeShop soll auch in den nächsten Jahren überdurchschnittlich wachsen.

Zusammen mit den stark wachsenden Internetshops von Ex Libris und Office World, den Online-Angeboten von Hotelplan und Migrol wird die Migros die Nummer-1-Position in diesem wichtigen Zukunftsmarkt weiter ausbauen. Die engere Zusammenarbeit unserer Internetanbieter verläuft sehr erfolgversprechend.

Hotelplan

Die Highlights:

- Strategische Allianz zwischen Belair und Air Berlin durch Verkauf von 49 Prozent der Belair
- Verkauf der Hotels in Spanien und Italien
- Übernahme Mehrheitsbeteiligung an Ascent in Russland
- Einbindung von Travelhouse in die Berichterstattung

Die Nettoerlöse der Hotelplan-Gruppe konnten gegenüber dem Vorjahr um 13,2 Prozent auf 1,98 Milliarden Franken gesteigert werden. Die Strategieumsetzung wurde konsequent verfolgt. Wichtige Meilensteine konnten 2007 umgesetzt werden.

Durch die Mehrheitsübernahmen von Ascent in Russland und Intravel in England durch Inghams, unsere Tochter in England, wurden wichtige Wachstumsimpulse für den Ausbau des Spezialistenportfolios gegeben. Beide Anbieter ergänzen die Angebote von Inghams perfekt, indem sie neue Kunden an bestehende Destinationen in den Skiregionen bringen oder bestehenden Kunden neue, hochwertige Angebote für den Sommer offerieren.

Die Interhome-Gruppe steigt mit der neuen Internetplattform villango.com in den sogenannten unorganisierten Ferienhausvermittlungsmarkt ein.

Hotelplan hat sich in den einzelnen Sparten sehr unterschiedlich entwickelt. Sehr erfreulich sind die Entwicklungen in Italien mit einem Umsatzplus von 12,7 Prozent, in England mit plus 7,8 Prozent und Interhome mit 7,7 Prozent. Hotelplan Schweiz erfüllte die Erwartung mit einer rückläufigen Entwicklung von - 4,9 Prozent nicht. Um das Geschäft in der Schweiz zu stärken, wurde im Januar 2008 die neue Organisation für Hotelplan Schweiz und Travelhouse unter einer Führung beschlossen. Dieser Changeprozess ist in der Umsetzung und stellt an alle Beteiligten sehr hohe Anforderungen.

Migrol

Die Highlights:

- Absatzeinbruch beim Heizöl von einem Drittel
- Überdurchschnittliche Entwicklung der avec.-Shops
- Geplant sind in den nächsten drei Jahren je 10 - 15 neue Tankstellen mit Shops
- Testlauf mit Shell seit Herbst 2007

Der Nettoumsatz liegt mit 1,6 Milliarden Franken um 2,9 Prozent unter dem Vorjahreswert. Migrol hat im vergangenen Jahr sechs neue Tankstellen eröffnet. Zudem wurden zwei Anlagen erneuert. Gleichzeitig wurden aber zehn kleinere, unattraktive Standorte geschlossen.

Die Umsätze an den Tankstellen konnten um 3,2 Prozent erhöht werden. Diese Erhöhung konnte den massiven Einbruch beim Heizöl aber nicht kompensieren. Dieser Einbruch resultiert aus einer Kombination von fallenden Heizölpreisen gegen Ende 2006, was zu einem hohen Befüllungsgrad in den Tankräumen der Verbraucher führte, und einem geringen Verbrauch im Winter 06/07 aufgrund des milden Wetters. Die massiven Preisanstiege im Jahr 2007 führten dann zu einem regelrechten Absatzeinbruch.

Der Testlauf mit Shell ist in den ersten Monaten erfreulich verlaufen. Die Kunden schätzen das breite Angebot von Migros-Produkten in den Shops. Per Mitte 2008 liegen die Ergebnisse dieses Testes vor. Dann werden wir über nächste Schritte entscheiden.

Migros Bank

Die Highlights:

- Gewinn von Marktanteilen im Hypothekengeschäft
- Ausbau des Geschäftsstellennetzes um 18 Standorte in den nächsten zwei Jahren
- Keine Engagements in „Krisenmärkten“

Die Migros Bank hat im Geschäftsjahr 2007 weitere Marktanteile gewonnen. Das Wachstum des Hypothekarvolumens um 6,2 Prozent hat das Marktwachstum von 3,4 Prozent deutlich übertroffen. Auf der Passivseite sind der Bank 516 Millionen Franken Kassenobligationsgelder zugeflossen, während die Spargelder eine Abnahme von 794 Millionen verzeichnen.

Der Geschäftsertrag wuchs um 3,1 Prozent. Sehr erfreulich entwickelte sich der Erfolg aus dem Kommissionsgeschäft. Die Einführung von fixen Preisen (Ticket Fee) für Börsentransaktionen hat zu einem deutlichen Anstieg des Transaktionsvolumens geführt. Im Rückgang des Erfolges aus Finanzanlagen spiegelt sich der Verlauf der Börse. Die Nettoerträge aus den eigenen Wertschriften sind massiv tiefer ausgefallen.

Die Präsenz auf dem Schweizer Markt wird in den kommenden Jahren kontinuierlich ausgebaut. Mit der Expansion steigt die Zahl der Geschäftsstellen von heute 45 auf 63. Zehn Neueröffnungen sind für 2008 vorgesehen. Im Sommer 2008 lanciert die Migros Bank unter dem Namen M-IDentity eine neuartige Technologie, um die Sicherheit im Internetbanking weiter zu verbessern.