Migros Bilanz-Medienkonferenz 2. April 2008

Migros-Gruppe I Herbert Bolliger I Präsident der Generaldirektion

Wichtige Kennzahlen
Migros-Gruppe

MIGROS

in Mio. CHF	**2007**	2006	Veränd.
Gruppenumsatz	**22‘697**	21‘375	1‘322
EBITDA	**2‘018**	1‘855	163
in % des Gruppenumsatzes	8,9	8,7	
EBIT	**1‘043**	948	95
in % des Gruppenumsatzes	4,6	4,4	
Finanzergebnis	**- 46**	46	- 92
Gruppengewinn	**801**	839	- 38
in % des Gruppenumsatzes	3,5	3,9	
Eigenkapital	**11‘639**	10‘857	782
in % des Gruppenumsatzes	24,9	24,8	

Wichtige Kennzahlen

Umsätze Migros-Gruppe

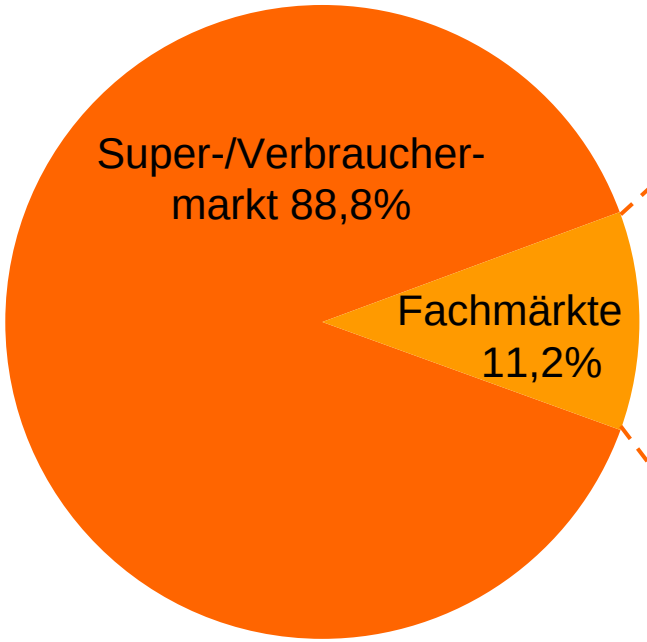
in Mio. CHF	**2007**	2006	Veränd in %
Detailhandel Migros			
Genoss. Detailhandel[1]	**14‘658**	14‘480	1,3
Detailhandel Andere			
Denner	**688**	-	-
Ex Libris	**178**	161	10,8
Globus[2]	**1‘175**	1‘125	4,5
LeShop	**92**	44	109,8
Andere Unternehmen	**95**	-	-
Brenn- und Treibstoffe	**1‘649**	1‘701	- 3,1
Detailumsatz	**18‘536**	17‘511	5,9
Davon Detailumsatz Ausland	**225**	225	

[1)] Inkl. Nettoerlösen für Kultur/Freizeit der Genossenschaften aus Segment Übrige
[2)] Globus Warenhäuser, Herren Globus, Interio, Office World

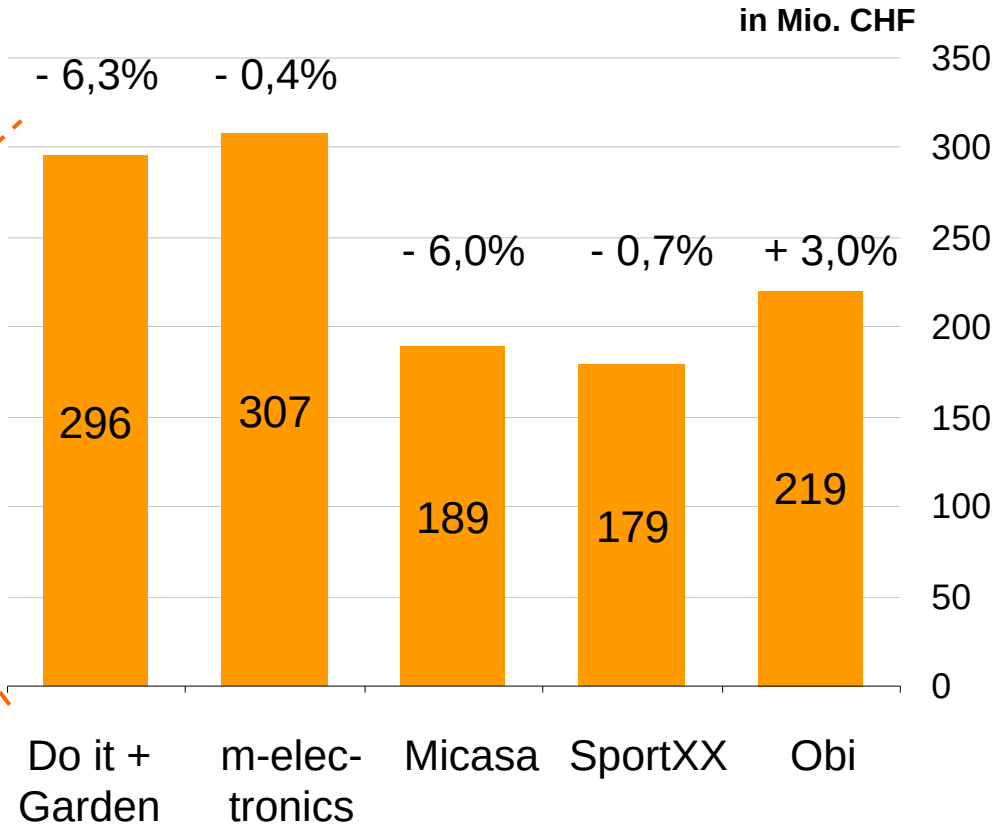
Nettoerlöse Super-/Verbrauchermarkt und Fachmärkte der Genossenschaften

Total 12,8 Mia. CHF | Veränderung + 1,0%

Aufteilung 2007



Fachmärkte



Marktanteile

Migros-Gruppe: Detailhandel Migros und Andere

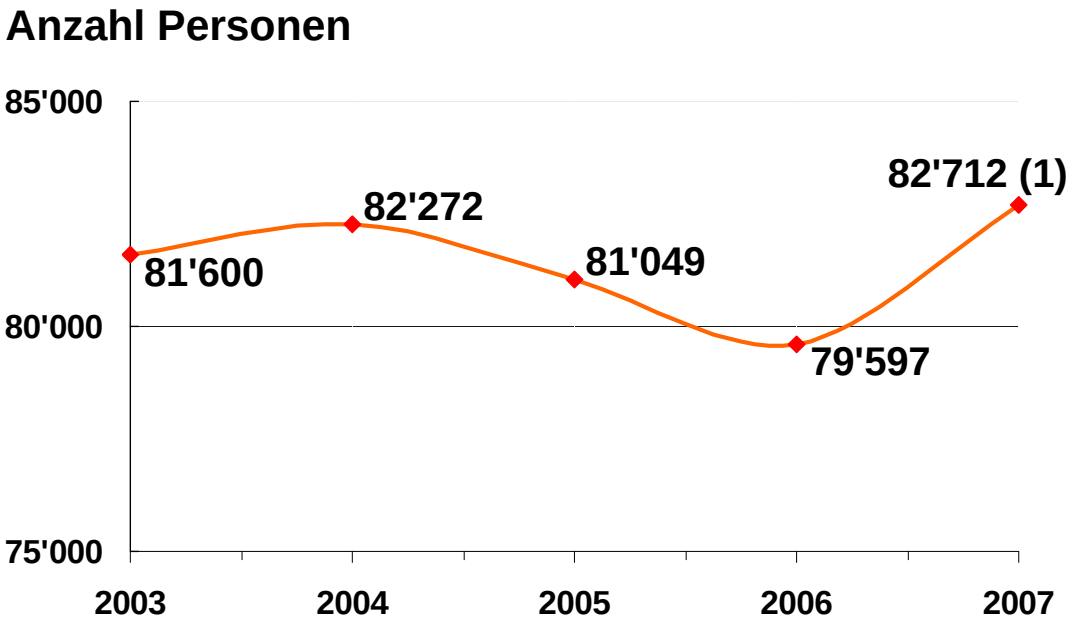
	2007	2006
Food	**25,1%**	23,9%
Non-Food	**12,5%**	12,5%
Total	**18,4%**	17,9%

Flächenproduktivität

Umsatz pro gew. m^2 in CHF	**2007**	2006	2006 (FER)
SM/VM	**15‘105**	15‘008	15‘227
Fachmärkte	**4‘359**	4‘269	4‘317
Total Detailhandel	**11‘768**	11‘617	11‘782
Gastronomie	**7‘598**	7‘490	7‘522

Personalbestand und -entwicklung

Personalentwicklung von 2003 bis 2007



(1) Inklusive Mitarbeitende von Denner und Migros Bank

Denner
Highlights

- Denner ist seit Oktober 2007 in die Berichterstattung integriert.
- Über 100 Filialen werden auf das neue Frischekonzept umgestellt.
- Im November 2007 wurde die zweite D-Vino Weinbar eröffnet.
- Im Dezember 2007 wurde unter dem Namen „Primess“ eine eigene Premium-Linie lanciert.
- Der Ausbau des Verteilzentrums in Mägenwil AG wurde abgeschlossen.

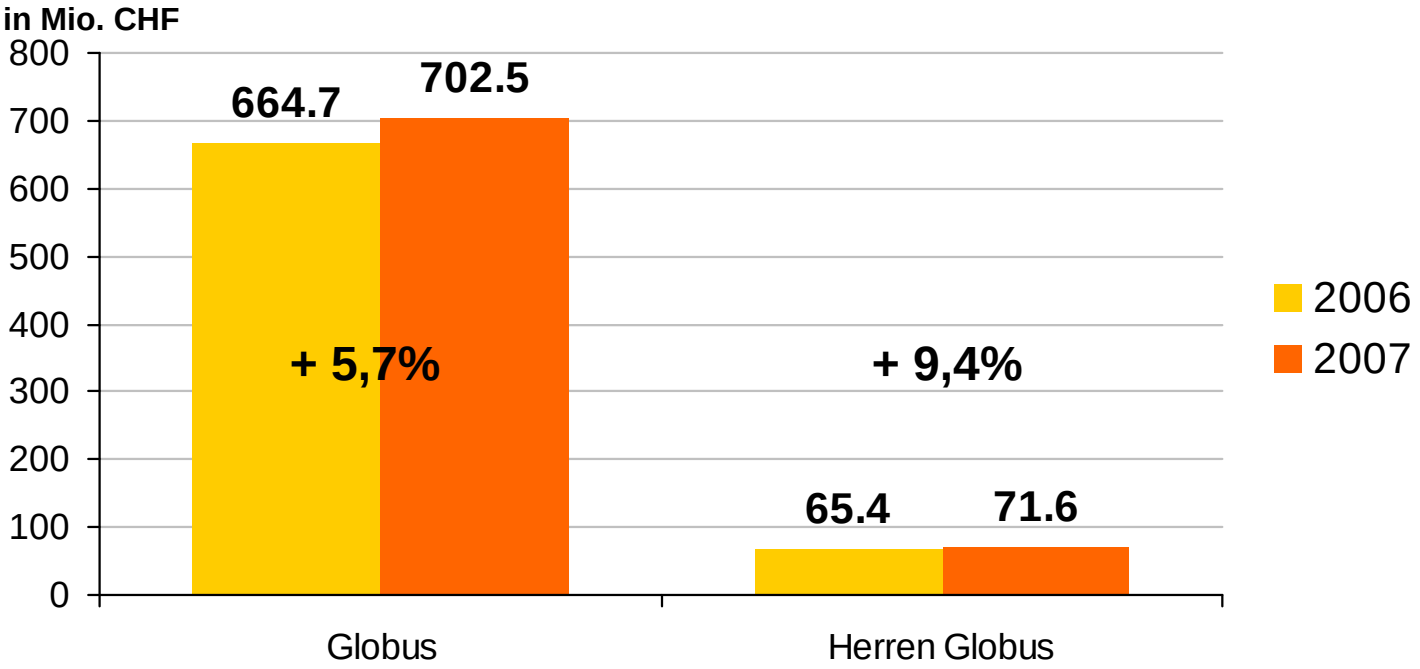
Magazine zum Globus

Highlights

- Das 100-Jahr-Jubiläum der Magazine zum Globus wird mit zahlreichen Aktivitäten für die Kundschaft und die Mitarbeitenden gefeiert.
- Die Warengruppen modische Accessoires, Parfümerie und Herrenmode wachsen ausserordentlich.
- Die neu gestalteten 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% sehr gut.

Magazine zum Globus

Nettoumsätze	781,3 Mio. CHF
Veränderung	7,0%



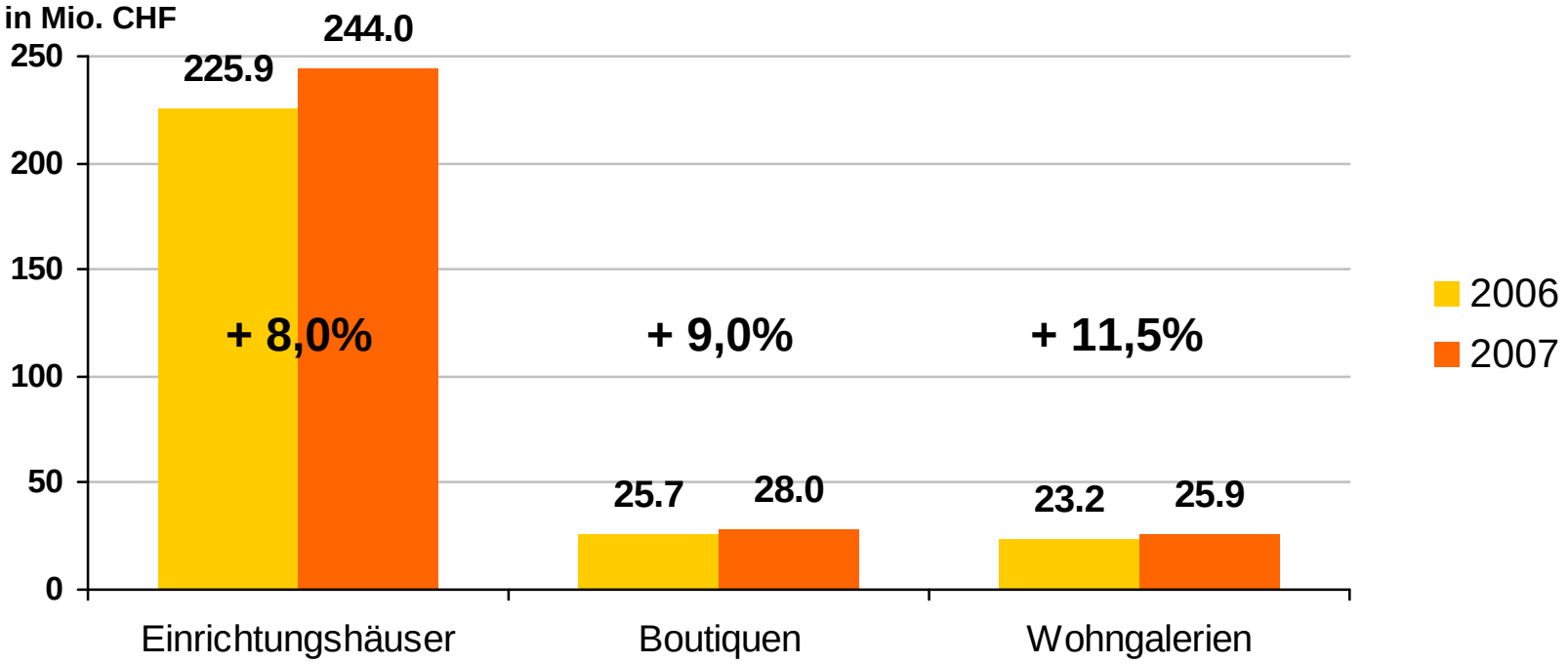
Nettoumsätze Magazine zum Globus umfassen neben Spartenumsätzen noch Übriges.

Interio
Highlights

- Interio wächst ohne Flächenexpansion überdurchschnittlich.
- In der sehr expansiven und kompetitiven Einrichtungsbranche können Marktanteile gewonnen werden.
- Die Einrichtungshäuser in Schönbühl BE und Abtwil SG werden erneuert.

Interio

Nettoumsätze 287,4 Mio. CHF
Veränderung + 15,3 Mio. CHF / + 5,6%
Interio war im Vorjahr Bestandteil der Globus Gruppe



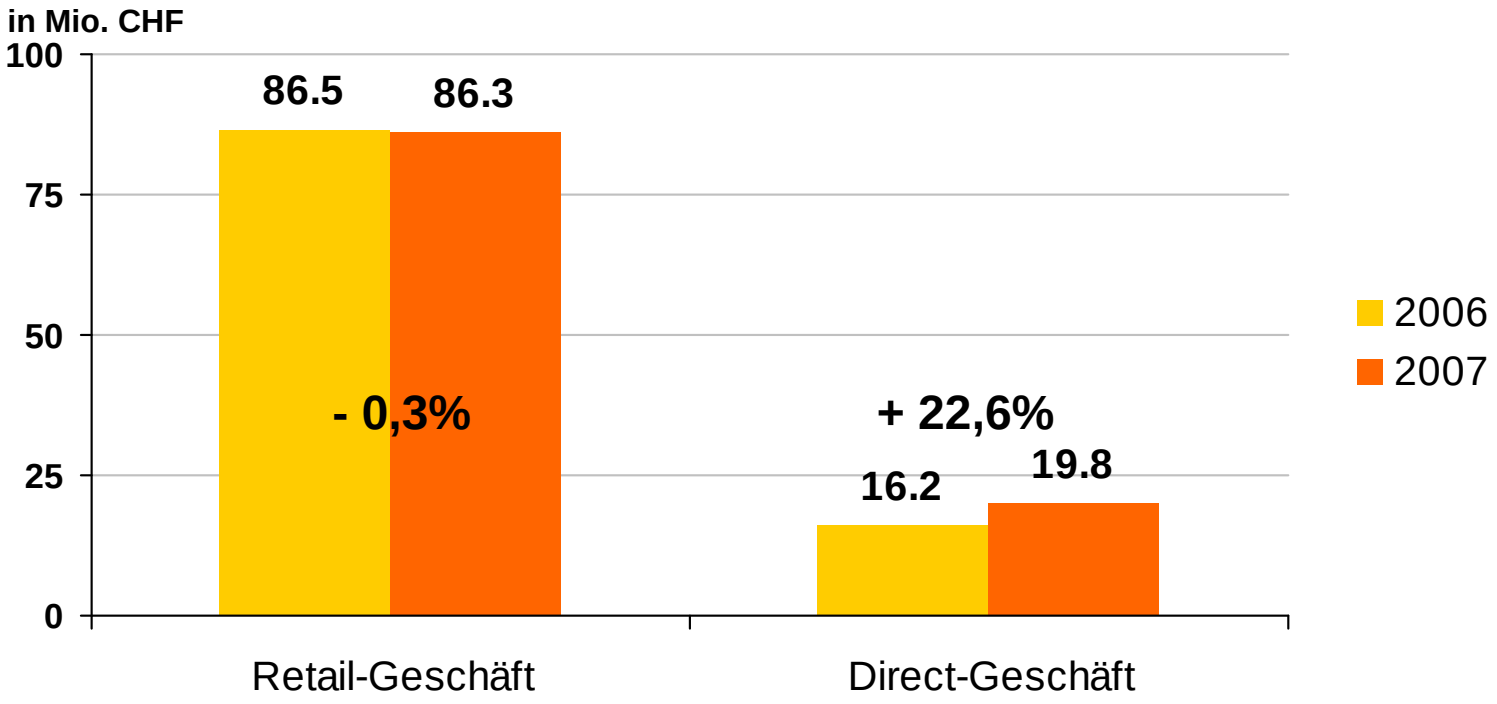
Office World

Highlights

- Das Onlinegeschäft ist stark gewachsen.
- Das Service- und Dienstleistungsangebot in den Filialen wird erweitert.

Office World

Nettoumsätze	106,1 Mio. CHF
Veränderung	+ 3,4 Mio. CHF / + 3,3%



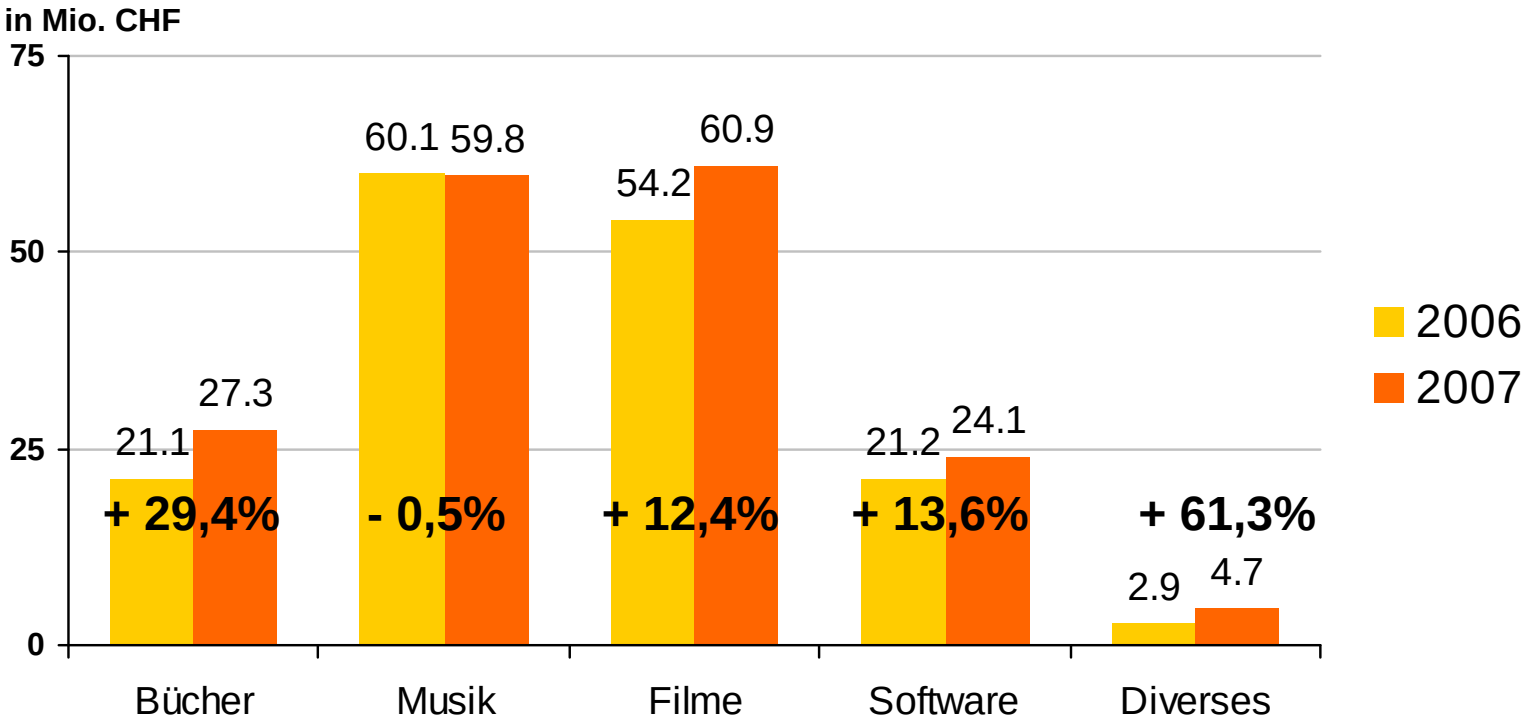
Ex Libris

Highlights

- Der Nettoumsatz ist auf ein neues Rekordniveau geklettert.
- Ex Libris hat ein flächendeckendes Netz mit 119 Verkaufspunkten.
- Im Mai 2007 hob der Bundesrat die Buchpreisbindung auf.
- Die Internetumsätze liegen 41,5% über dem Vorjahr.
- Monatlich besuchen mehr als 2,2 Millionen Besucher das Internetportal.

Ex Libris

Nettoumsätze 178,2 Mio. CHF
Veränderung + 17,4 Mio. CHF / + 10,8%

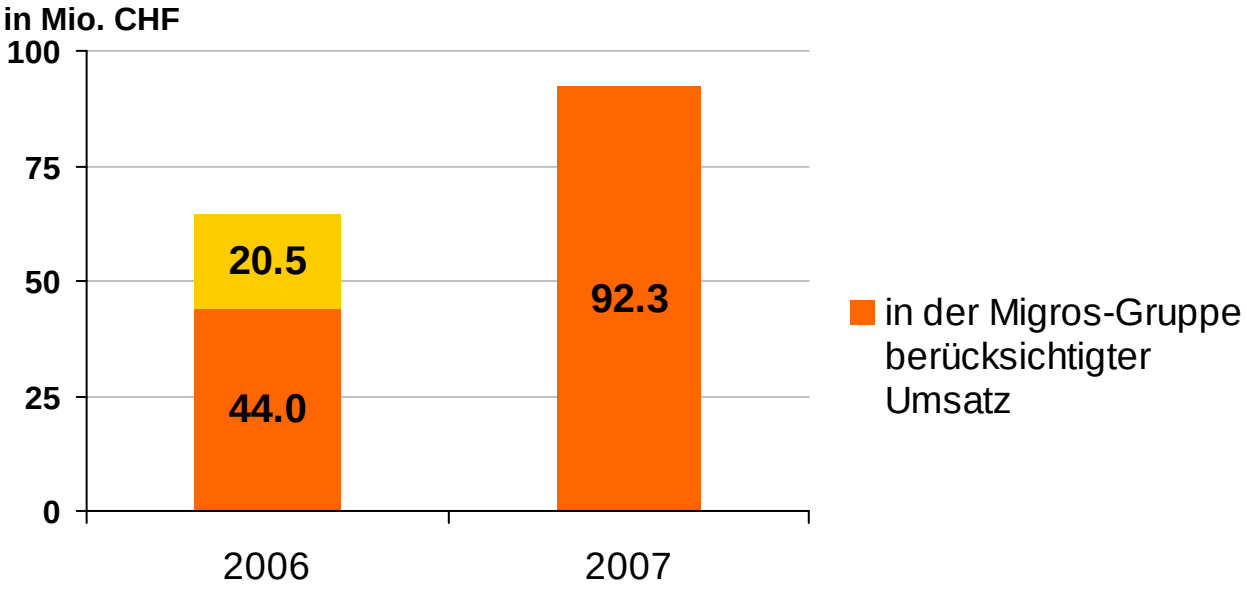


LeShop
Highlights

- Die Nettoumsätze wachsen um 43%.
- 434‘400 Bestellungen wurden 2007 verarbeitet.
- Das zweite Logistikzentrum in Ecublens VD wird reibungslos in Betrieb genommen.
- Das Sortiment wird mit neuen Abteilungen wie Fanshop M’08 oder SportXX ausgebaut.

LeShop

Nettoumsätze	92,3 Mio. CHF
Veränderung	+ 27,7 Mio. CHF / + 43%

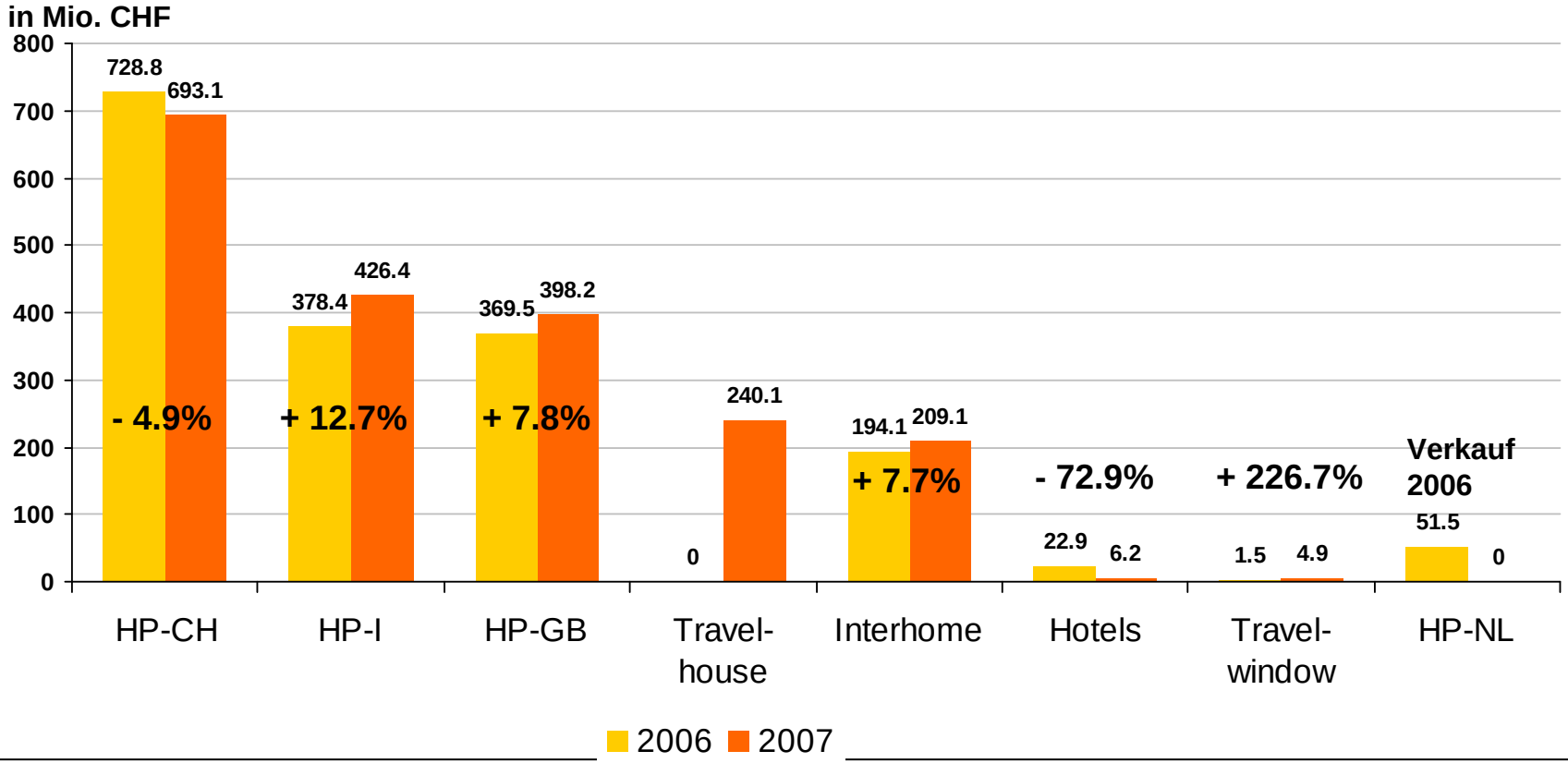


Hotelplan-Gruppe
Highlights

- Belair bildet eine strategische Allianz mit Air Berlin, indem 49% der Belair an Air Berlin verkauft werden.
- Die Hotels in Spanien und Italien werden verkauft.
- In Russland wird die Mehrheitsbeteiligung an Ascent übernommen.
- Travelhouse wird in die Berichterstattung eingebunden.

Hotelplan-Gruppe

Nettoumsätze 1‘978 Mio. CHF
Veränderung + 231,3 Mio. CHF / + 13,2%

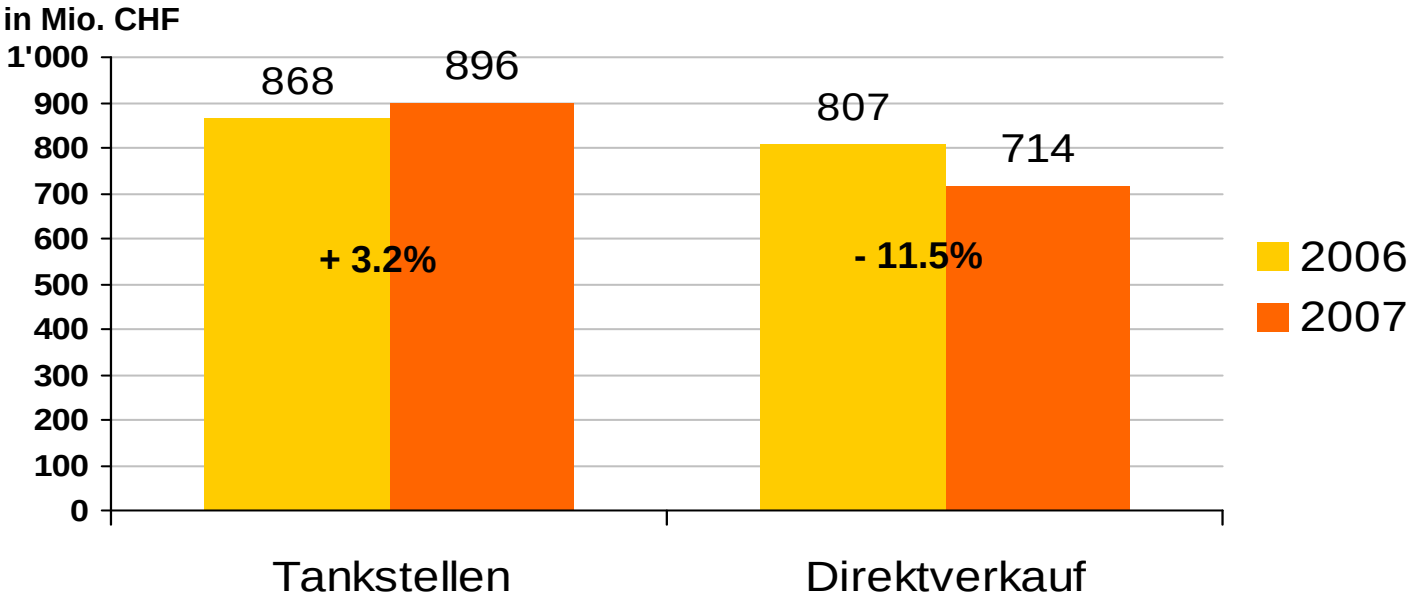


Migrol
Highlights

- Der Absatz von Heizöl bricht um einen Drittel ein.
- Die avec.-Shops entwickeln sich überdurchschnittlich.
- Seit Herbst 2007 findet ein Testlauf mit Shell statt.
- In den nächsten drei Jahren sind bis zu 50 neue Tankstellen mit Shops geplant.

Migrol

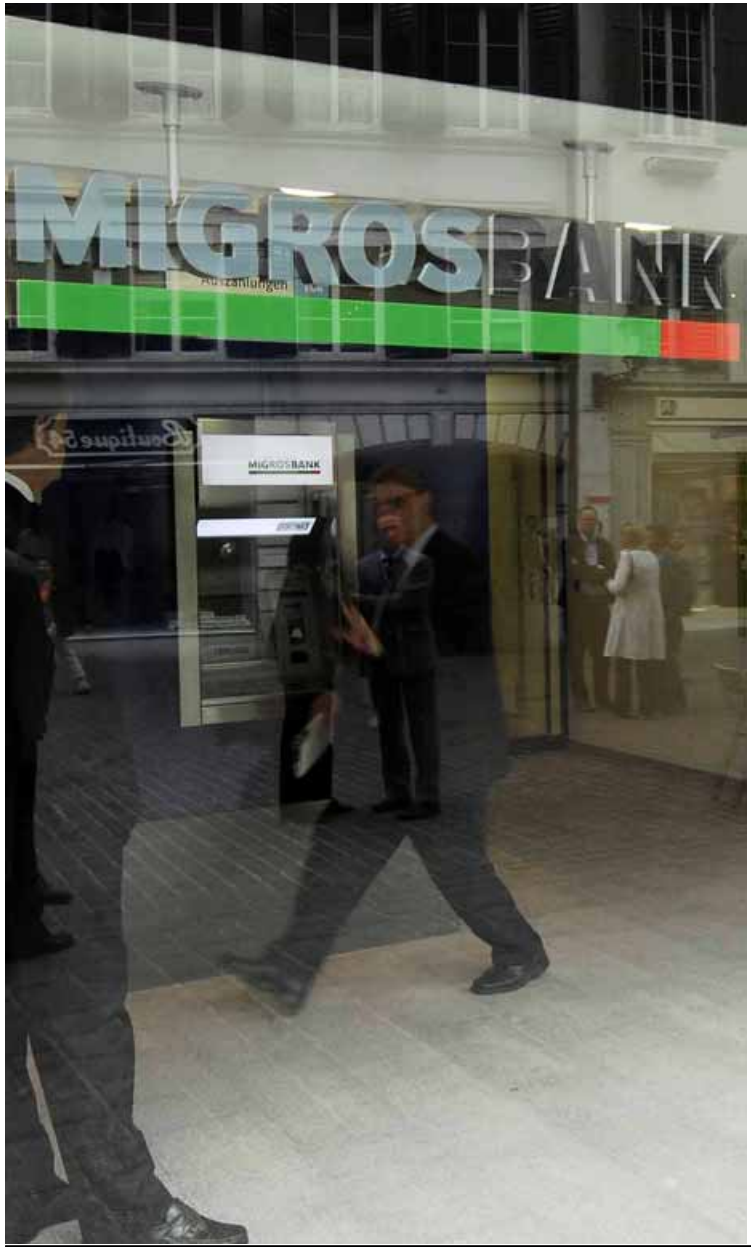
Nettoumsätze 1‘627,4 Mio. CHF*
Veränderung - 47,8 Mio. CHF / - 2,9%



* Inklusive Umsatz Convenience-Shops:
207 Mio. CHF / Veränderung + 18 Mio. CHF / + 9,5%

Migros Bank
Highlights

- Im Hypothekargeschäft werden Marktanteile gewonnen.
- Das Geschäftsstellennetz wird in den nächsten zwei Jahren um 18 Standorte ausgebaut.
- Die Migros Bank geht keine Engagements in „Krisenmärkten“ ein.



Migros Bank
Kennzahlen

in Mio. CHF	**2007**	2006	Veränd. zu Vorjahr
Hypothekar- & andere Kundenforderungen	**24‘941**	23‘718	5,2%
Kunden-/Spareinlagen	**19‘613**	19‘869	- 1,3%
Bilanzsumme	**28‘915**	28‘698	0,8%
Erfolg aus Zinsgeschäft	**411**	390	5,4%
Erfolg aus Komm‘geschäft	**82**	67	22,4%
Erfolg aus Finanzanlagen	**47**	66	- 28,8%
Total Geschäftsertrag	**540**	523	3,3%
Anzahl Kunden	**750‘000**	721‘000	4,0%

Migros Bilanz-Medienkonferenz 2. April 2008

Finanzen I Joerg Zulauf I Leiter Departement Finanzen

Wichtige Kennzahlen
Migros-Gruppe

MIGROS

Die Highlights

in Mio. CHF	**2007**	2006	Veränd. zu Vorjahr
Gruppenumsatz	**22‘697**	21‘375	1‘322
EBITDA	**2‘018**	1‘855	163
in % vom Gruppenumsatz	8,9	8,7	
EBIT	**1‘043**	948	95
in % vom Gruppenumsatz	4,6	4,4	
Finanzergebnis	**- 46**	46	- 92
Gruppengewinn	**801**	839	- 38
in % vom Gruppenumsatz	3,5	3,9	
Eigenkapital	**11‘639**	10‘857	782
in % vom Gesamtkapital	24,9	24,8	
Investitionen	**1‘421**	997	424

Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 113

Einführung von IFRS

Wichtigste Neuerungen

Die neue Rechnung

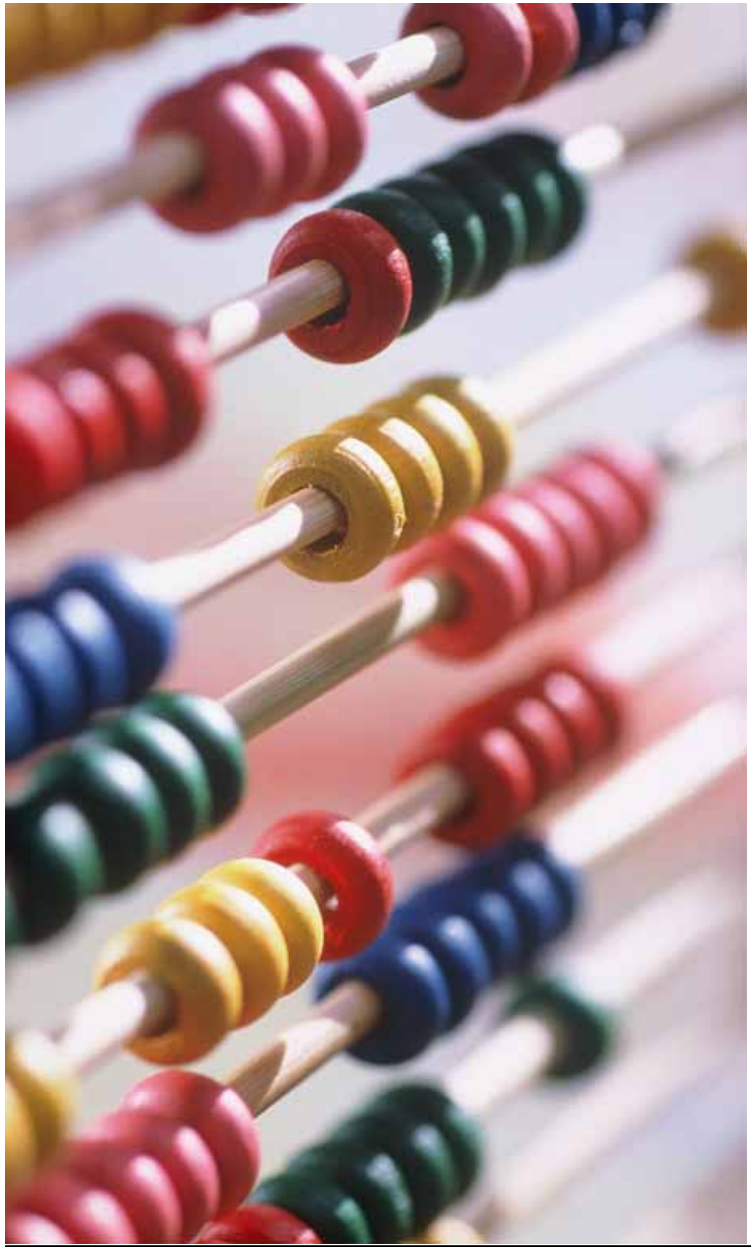
- Vollkonsolidierung der Migros Bank
  - Massive Erhöhung der Bilanzsumme (Faktor 2,5)
  - Migros Bank beeinflusst Kennzahlen (z.B. Geldfluss aus Geschäftstätigkeit)
- Bilanzgliederung nach Liquidität
- Starke Zunahme der Offenlegungsanforderungen
- Ausführliche Beschreibung des finanziellen Risikomanagements
- Transparente Segmentberichterstattung
- Einmalige IFRS-Umstellungseffekte für 2006
- Getrennte Darstellung des Handels-/Industriegeschäfts und des Finanzdienstleistungsgeschäfts im finanziellen Lagebericht

Einführung IFRS

Die Segmentberichterstattung

- → Bildung von 5 Geschäftsbereichen plus „Übriges Segment“
- → Bildung von zwei Regionen (Schweiz, Ausland)
- → Ausweis von Ertrag (Dritte/intern) und EBIT nach Geschäftsbereichen
- → Ausweis der Segmentaktiven und -verbindlichkeiten

Segment	Unternehmen
Detailhandel Migros	Genossenschaften, Industrie, Logistik, MGB, Migros Beteiligungen AG
Detailhandel Andere	Globus, Interio, Office World, Ex Libris, LeShop, Denner (ab 1.10.2007)
Reisen	Hotelplan
Brenn- und Treibstoffe	Migrol
Finanzdienstleistungen	Migros Bank
Übrige	Übrige Genossenschaften (Freizeit, Kultur, Klubschulen), Limmatdruck

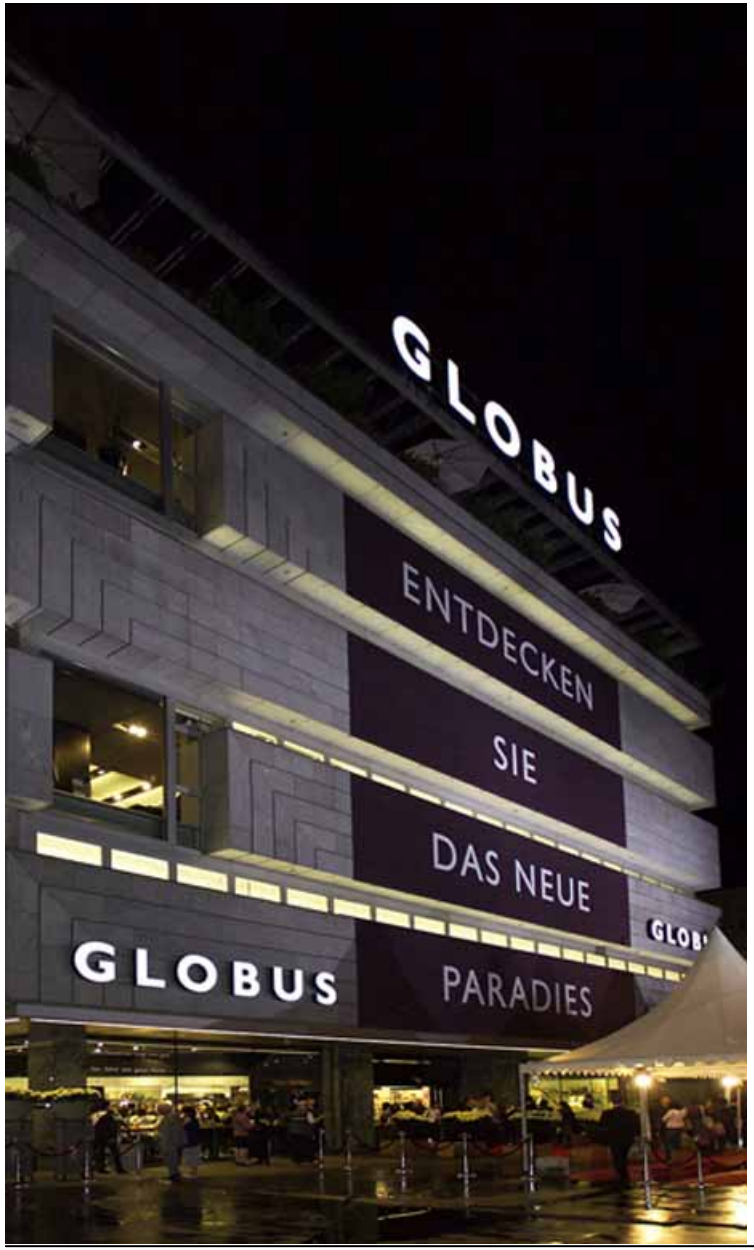


Einführung IFRS

Umstellungseffekte: Umsatz 2006

Nur marginale Änderungen

Überleitung Gruppenumsatz Swiss GAAP FER – IFRS	2006 in Mio. CHF
Gruppenumsatz Swiss GAAP FER	**20‘644**
IFRS-Effekte:	
+ Buchgewinne auf Anlagevermögen	45
+ Aktivierte Eigenleistungen/Übriges	4
- Aktionsbeiträge	- 64
- Cumulus-Effekt Genossenschaften	- 189
Gruppenumsatz IFRS (ohne Migros Bank)	**20‘440**
Veränderung	*- 1%*
+ Erträge Migros Bank	935
Total Ertrag IFRS	**21‘375**
Veränderung	*3,5%*



Einführung IFRS

Umstellungseffekte: Gewinn 2006

Umstellungseffekte

Überleitung Gruppengewinn Swiss GAAP FER – IFRS	2006 in Mio. CHF
Gruppengewinn Swiss GAAP FER	**755**
IFRS-Effekte:	
+ Verkauf Aktien der Generali (Schweiz) Holding AG	40
+ Goodwill-Amortisation	13
+ Diverse Einflüsse netto	1
+ Latente Ertragssteuern auf IFRS-Effekte (inkl. Globus)	30
Total	84
Gruppengewinn IFRS	**839**
Veränderung	*11,1 %*

→ Primär einmalige Einflüsse in der Umstellung

Quelle: Geschäftsbericht Finanzielle Berichterstattung S. 46

Einführung IFRS

Umstellungseffekte: Eigenkapital 2006

Beinahe kein Effekt

Überleitung Eigenkapital Swiss GAAP FER – IFRS	31.12.06 in Mio. CHF	01.01.06 in Mio. CHF
Gruppen-Eigenkapital Swiss GAAP FER	**10‘704**	**9‘944**
IFRS-Effekte gesamt	153	115
Gruppen-Eigenkapital IFRS	**10‘857**	**10‘059**
Veränderung	*1,4%*	*1,2%*

Quelle: Geschäftsbericht Finanzielle Berichterstattung S. 43

Erfolgsrechnung
Migros-Gruppe

Unsere Resultate

in Mio. CHF	2007	%	2006	%
Ertrag vor Finanz-DL[1]-Ertrag	**21‘706**	95,6	**20‘462**	95,7
Ertrag aus Finanz-DL	**991**	4,4	**913**	4,3
Total Ertrag	**22‘697**	100,0	**21‘375**	100,0
Material- und DL-Aufwand	**12‘907**	56,9	**12‘037**	56,3
Aufwand für Finanz-DL	**446**	2,0	**385**	1,8
Personalaufwand	**4‘653**	20,5	**4‘615**	21,6
Abschreibungen	**975**	4,3	**907**	4,2
Andere Aufwendungen	**2‘672**	11,8	**2‘483**	11,6
EBIT	**1‘043**	4,6	**948**	4,4
Finanz-/übriges Ergebnis	**- 46**	- 0,2	**46**	0,2
Steuern	**- 196**	- 0,9	**- 155**	- 0,7
Gruppengewinn	**801**	3,5	**839**	3,9

[1] Dienstleistungen

Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 212

Erfolgsrechnung

Handel und Industrie / Finanzdienstleistungen

Getrennte Darstellung

in Mio. CHF	Migros-Gruppe	Handel/ Industrie[1]	Finanz-DL[1]
Ertrag	**22‘697**	**21‘706**	**997**
Material- und DL[2]-Aufwand	**12‘907**	**12‘908**	**0**
Aufwand für Finanz-DL[2]	**446**	**0**	**452**
Personalaufwand	**4‘653**	**4‘510**	**143**
Abschreibungen	**975**	**963**	**13**
Andere Aufwendungen	**2‘672**	**2‘548**	**126**
EBIT	**1‘043**	**777**	**263**

[1] vor Konsolidierung der Beziehungen (gilt für alle getrennten Darstellungen)

[2] Dienstleistung

Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 196

Ertrag
Migros-Gruppe

Ertrag mit Dritten nach Segmenten

in Mio. CHF	**2007**	2006	Veränd. zu Vorjahr
Detailhandel Migros	**15‘423**	15‘233	1,2%
Detailhandel Andere	**2‘183**	1‘354	61,2%
Reisen	**2‘030**	1‘778	14,2%
Brenn- und Treibstoffe	**1‘609**	1‘651	- 2,5%
Finanzdienstleistungen	**996**	935	6,5%
Übrige	**456**	424	7,5%
Total Ertrag	**22‘697**	21‘375	6,2%

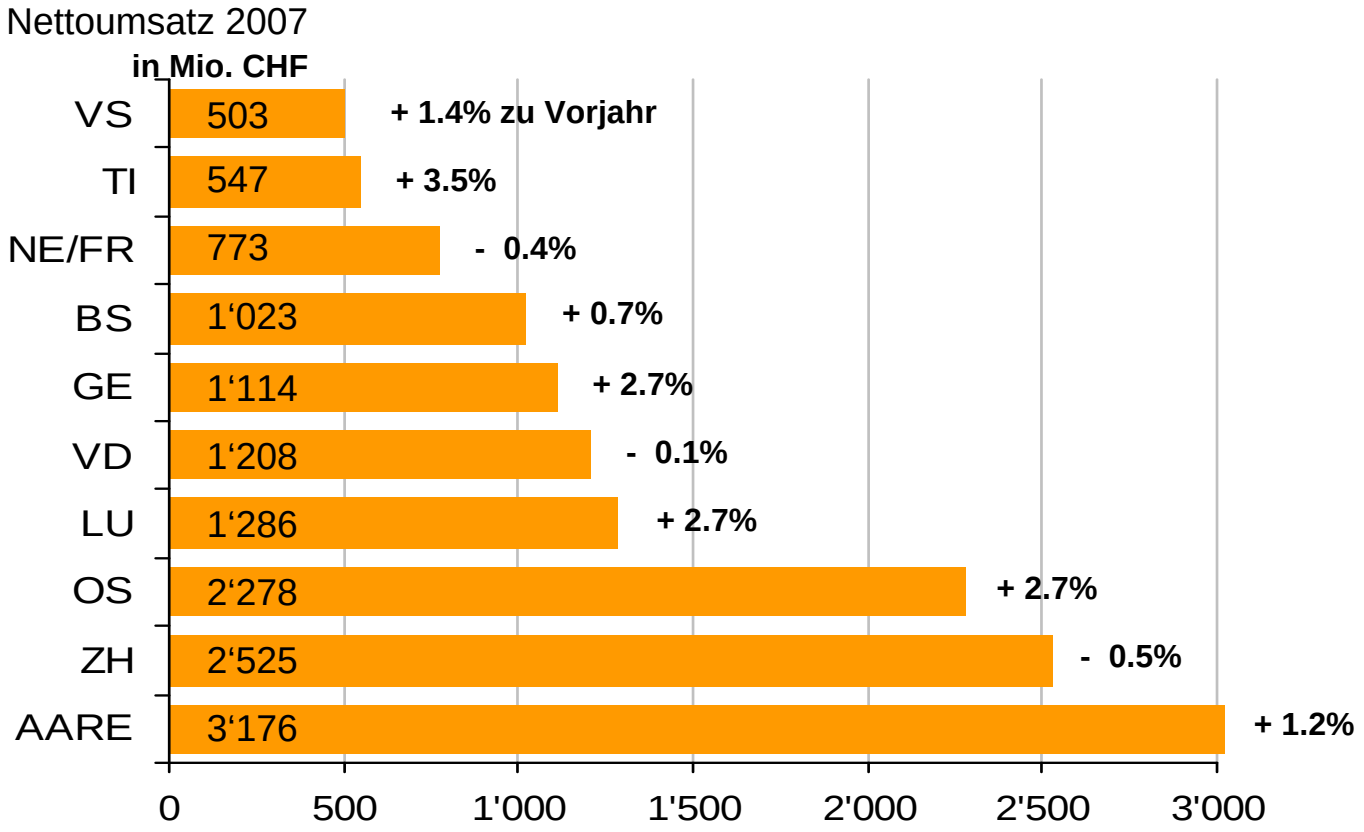
Total Ertrag beinhaltet die Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen sowie die anderen betrieblichen Erträge.

Quelle: Geschäftsbericht Finanzielle Berichterstattung S. 66f.

Genossenschaften

Gesamtumsatz (Nettoumsätze ohne Steuern)

Total 14‘433 Mio. CHF (+ 178 Mio. CHF oder 1,3% zu Vorjahr)

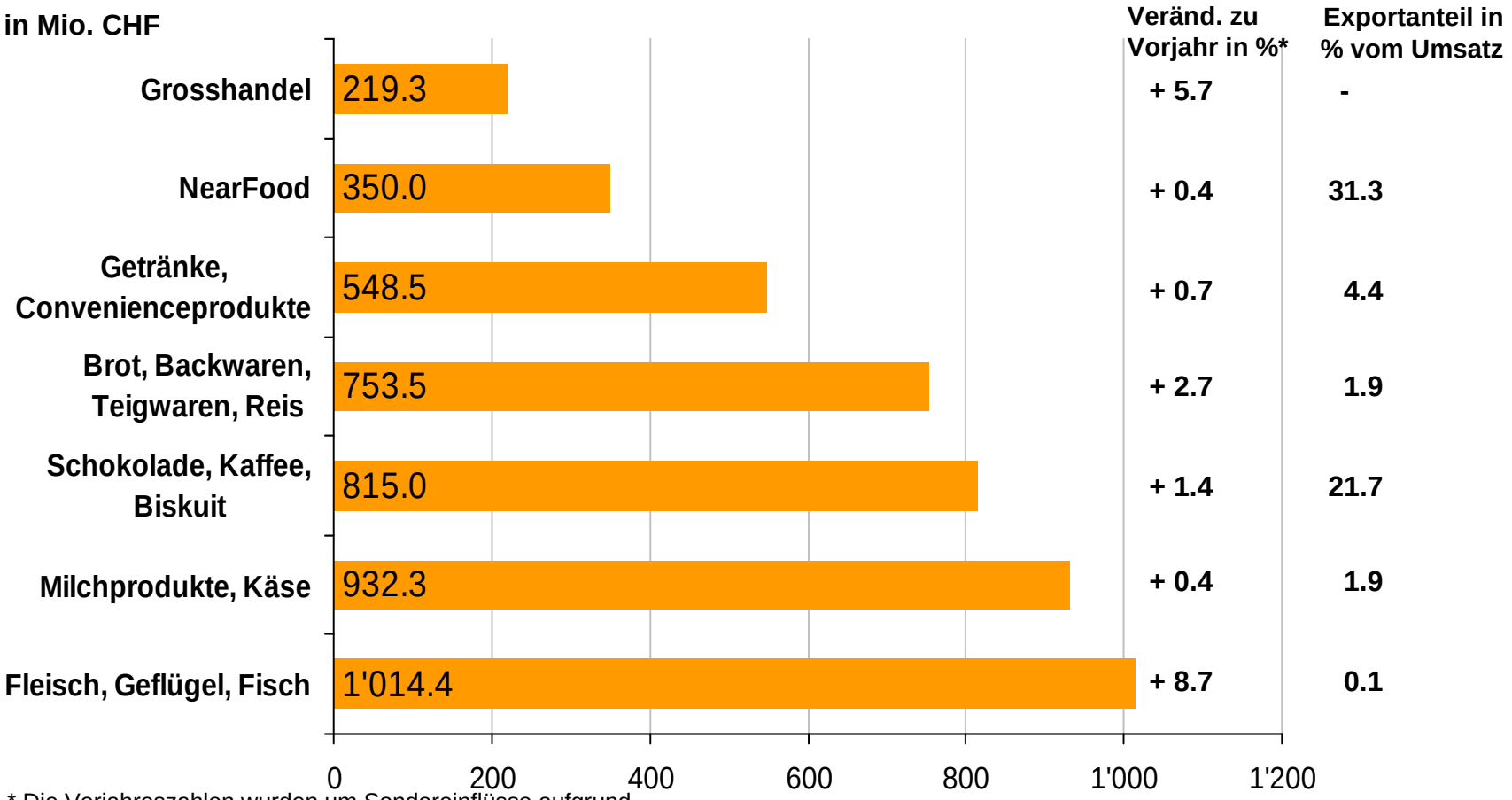


Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 135

Industrie: Unsere starke Basis

Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen nach Geschäftsfeldern

Total 4‘633 Mio. CHF (+ 132 Mio. CHF oder + 2,9% zu Vorjahr)



* Die Vorjahreszahlen wurden um Sondereinflüsse aufgrund interner Verrechnungsänderung in der Frische bereinigt.

Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 152

Industrie

Geschäftsfelder Industrie

Neue Gruppierung

Geschäftsfeld	Unternehmen	Mitar-beiter	Invest. in Mio CHF
Grosshandel	Scana	217	3,9
NearFood	Mibelle, Mifa	768	22,8
Getränke, Convenienceprodukte	Bina, Seba	1‘038	26,5
Brot, Back-/Teigwaren, Reis	Jowa, Riseria	3‘253	28,7
Schokolade, Biskuit, Kaffee	Frey, Midor, Delica	1‘678	47,2
Milchprodukte, Käse	Elsa, Mifroma	829	44,4
Fleisch, Geflügel, Fisch	Micarna, Mérat	2‘006	29,9
Total		**9‘789**	**203,4**

Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 152

Finanzdienstleistungen
Ertragsentwicklung

Migros Bank: Eine starke Stütze

in Mio. CHF	2007	2006	Veränd. zu Vorjahr
Erfolg Zinsgeschäft vor Wertminderung	**421**	404	4,2%
Erfolg Zinsgeschäft nach Wertminderung	**411**	390	5,4%
Erfolg aus Kommissionsgeschäft	**82**	67	22,4%
Erfolg aus Finanzanlagen	**47**	66	- 28,8%
Total Geschäftsertrag	**540**	523	3,3%

Ausweis in der Erfolgsrechnung Finanzdienstleistungsgeschäft unter:	2007	2006
Ertrag aus Finanzdienstleistungen	**992**	914
Aufwand aus Finanzdienstleistungen	**- 452**	- 391
Total Geschäftsertrag	**540**	523

Operative Kosten

Migros-Gruppe

Überblick

in Mio. CHF	**2007**	2006	Veränd. zu Vorjahr
Personalaufwand	**4‘653**	4‘615	0,8%
Abschreibungen	**975**	907	7,5%
Andere Aufwendungen	**2‘672**	2‘483	7,6%
Total Operative Kosten	**8‘300**	8‘005	3,7%

Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 212

Operative Kosten

Handel und Industrie / Finanzdienstleistungen

Getrennte Darstellung

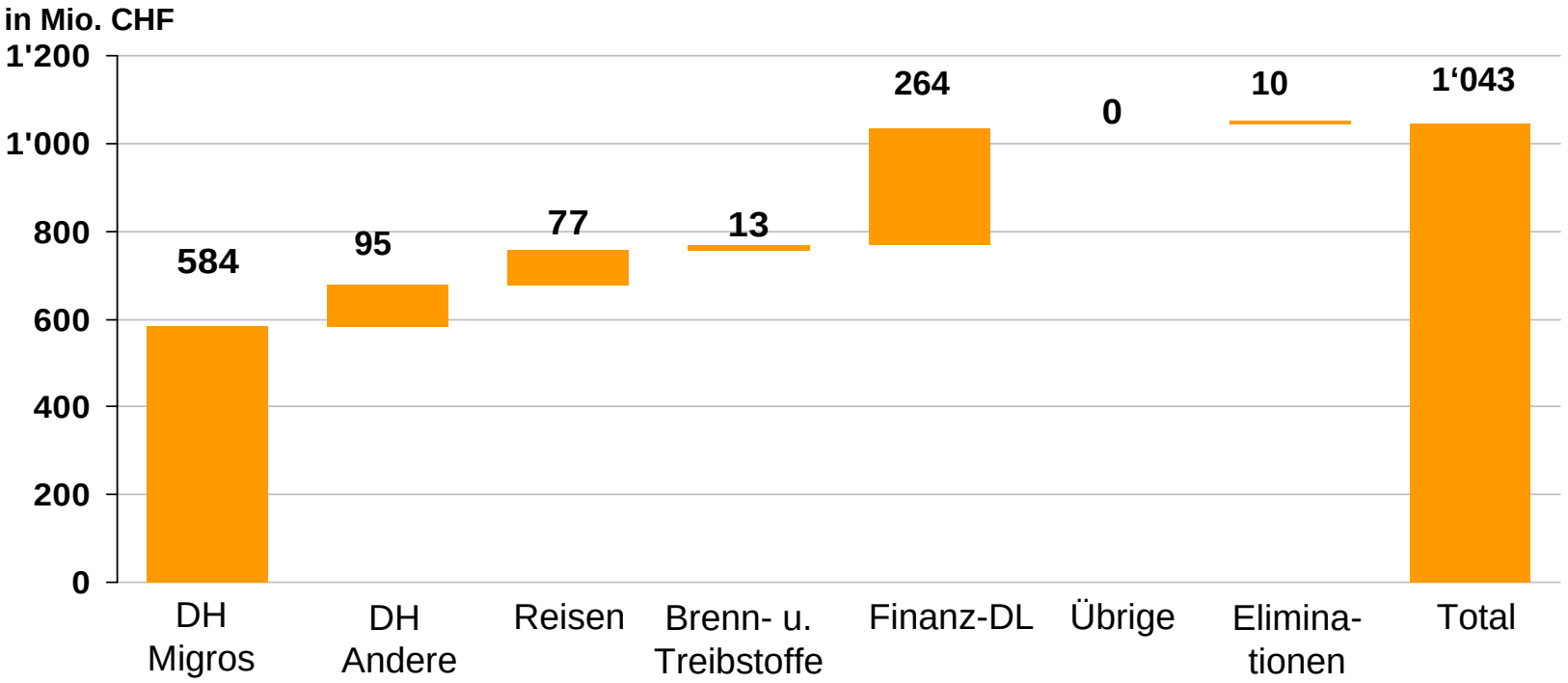
in Mio. CHF	Migros-Gruppe	Handel/ Industrie	Finanz-DL
Personalaufwand	**4‘653**	4‘510	143
Abschreibungen	**975**	963	13
Andere Aufwendungen	**2‘672**	2‘548	126
Total Operative Kosten	**8‘300**	8‘021	282

Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 196

EBIT

Zusammensetzung nach Geschäftsbereichen

Unsere Leistung

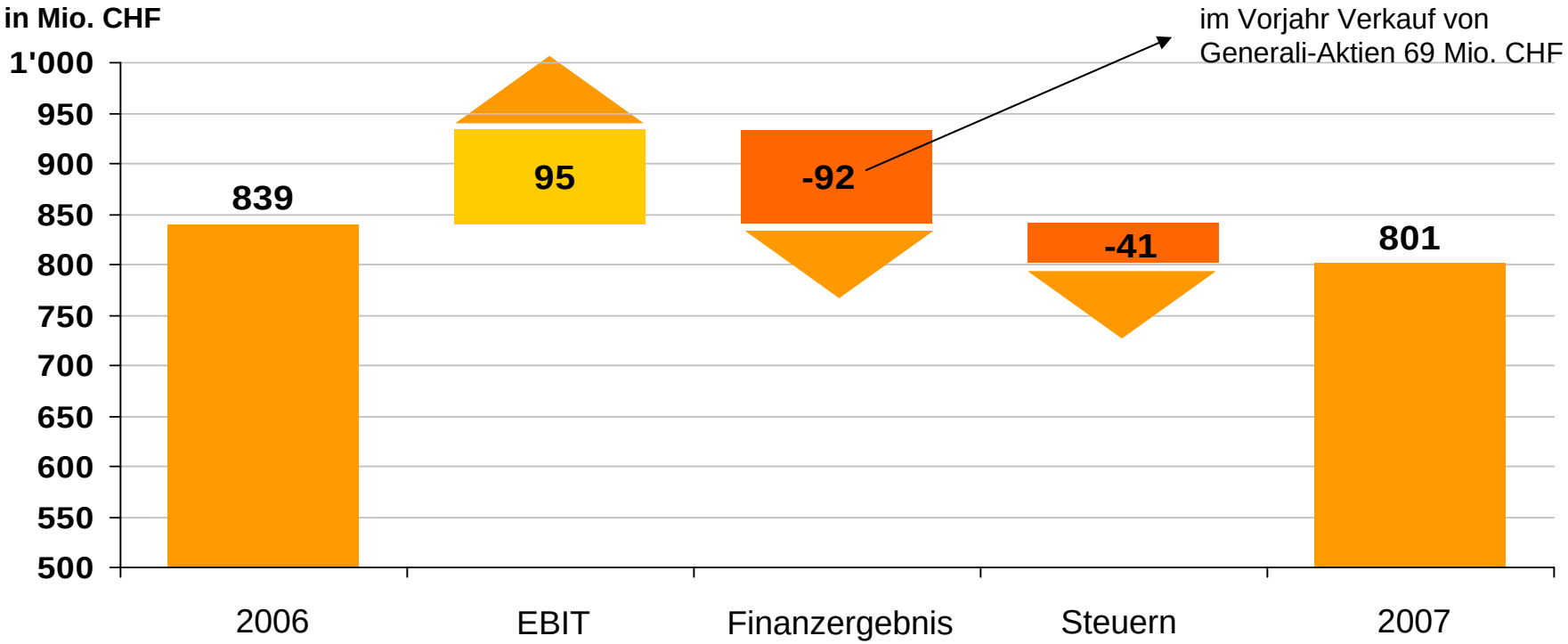


Quelle: Geschäftsbericht Finanzielle Berichterstattung S. 66

Gruppengewinn

Entwicklung Gruppengewinn 2006 – 2007

Weiterhin starke Ertragskraft der Gruppe



Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 212

Bilanz Aktivseite

Migros-Gruppe

Eine starke Bilanz

in Mio. CHF	2007	%	2006	%	
Flüssige Mittel	**2‘835**	6,1	2‘412	5,5	↗
Forderungen	**1‘315**	2,8	1‘026	2,3	↗
Hypothekarforderungen	**24‘890**	53,3	23‘672	54,1	↗
Vorräte	**2‘041**	4,4	1‘788	4,1	↗
Finanzanlagen	**3‘423**	7,3	4‘009	9,2	↘
Sachanlagen	**10‘638**	22,8	9‘985	22,8	↗
Immaterielle Anlagen	**1‘073**	2,3	285	0,7	↗
Andere Aktiven	**517**	1,1	540	1,2	↘
Bilanzsumme	**46‘732**	100,0	43‘717	100,0	↗

Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 213

Bilanz Aktivseite

Handel und Industrie / Finanzdienstleistungen

Getrennte Darstellung

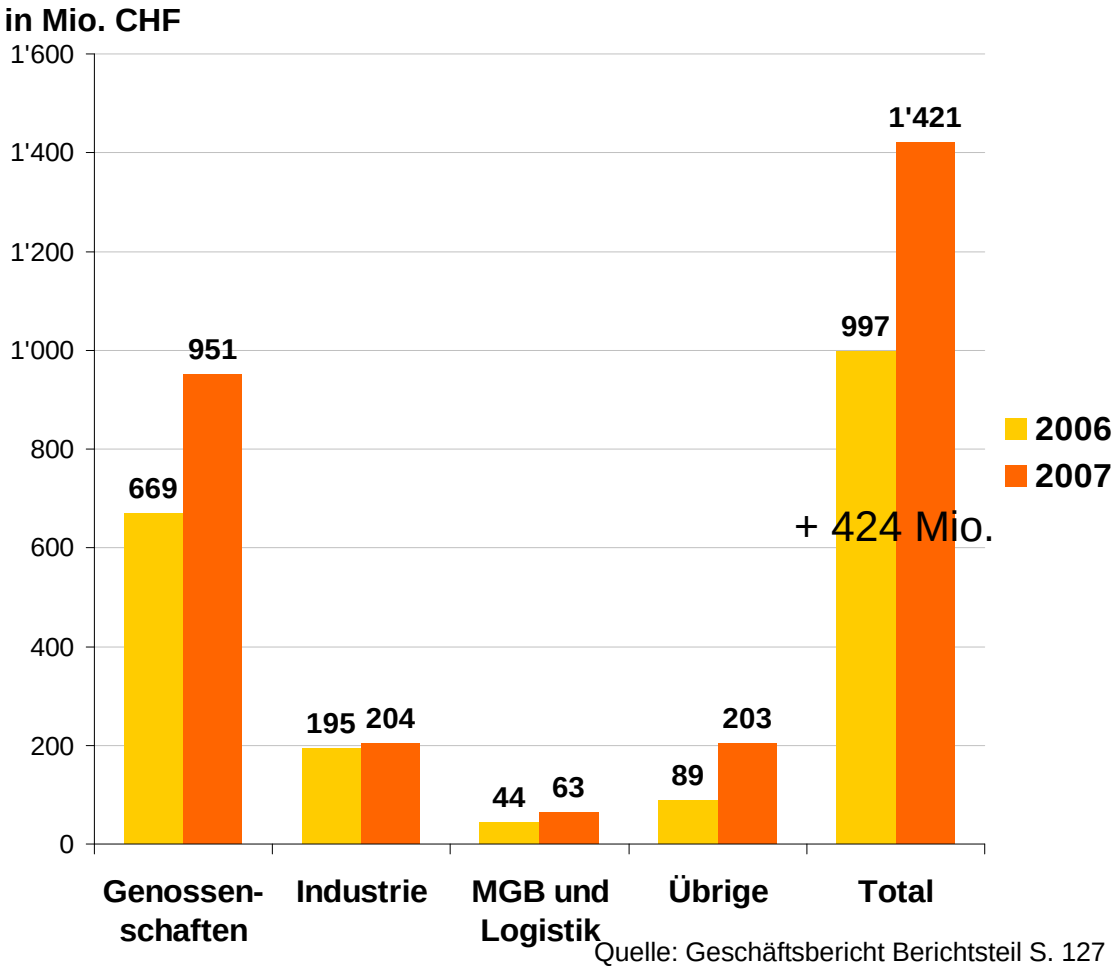
in Mio. CHF	Migros-Gruppe	Handel/ Industrie	Finanz-DL
Flüssige Mittel	**2‘835**	**1‘758**	**1‘204**
Forderungen	**1‘315**	**1‘257**	**156**
Hypothekarforderungen	**24‘890**	**0**	**24‘941**
Vorräte	**2‘041**	**2‘041**	**0**
Finanzanlagen	**3‘423**	**1‘780**	**2‘380**
Sachanlagen	**10‘638**	**10‘475**	**165**
Immaterielle Anlagen	**1‘073**	**1‘068**	**5**
Andere Aktiven	**517**	**454**	**64**
Bilanzsumme	**46‘732**	**18‘833**	**28‘915**

Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 197

Bruttoinvestitionen

Migros-Gruppe

Standort Schweiz gestärkt



Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 127

Bilanz Passivseite

Migros-Gruppe

Überblick

in Mio. CHF	2007	%	2006	%	
Finanzverbindlichkeiten	**3‘572**	7,6	2‘637	6,0	↗
Kundeneinlagen und -verbindlichkeiten	**19‘392**	41,5	19‘290	44,1	↗
Rückstellungen	**99**	0,2	104	0,2	↘
Ausgegebene Schuldtitel	**7‘341**	15,7	6‘537	15,0	↗
Ertragssteuerverbindlichkeiten	**1‘411**	3,0	1‘241	2,8	↗
Andere Verbindlichkeiten	**3‘278**	7,0	3‘051	7,0	↗
Eigenkapital	**11‘639**	24,9	10‘857	24,8	↗
Bilanzsumme	**46‘732**	100,0	43‘717	100,0	↗

Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 213

Bilanz Passivseite

Handel und Industrie / Finanzdienstleistungen

Getrennte Darstellung

in Mio. CHF	Migros-Gruppe	Handel/ Industrie	Finanz-DL
Finanzverbindlichkeiten	**3‘572**	**3‘440**	**172**
Kundeneinlagen und -verbindlichkeiten	**19‘392**	**0**	**19‘613**
Rückstellungen	**99**	**94**	**5**
Ausgegebene Schuldtitel	**7‘341**	**992**	**6‘349**
Ertragssteuerverbindlichkeiten	**1‘411**	**1‘129**	**281**
Andere Verbindlichkeiten	**3‘278**	**3‘039**	**263**
Eigenkapital	**11‘639**	**10‘139**	**2‘232**
Bilanzsumme	**46‘732**	**18‘833**	**28‘915**

Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 197

Finanzierung

Handels- und Industriegeschäft

3 + 1-Säulen-Prinzip

Mittelherkunft	31.12.07 in Mio. CHF	31.12.06 in Mio. CHF	Veränd. in Mio. CHF
Banken	**1‘272**	**707**	**+ 565**
Institutionelle und Retailinvestoren	**992***	**642**	**+ 350**
Mitarbeitende u. Nahestehende	**2‘129**	**1‘691**	**+ 438**
Eigenfinanzierung	**10‘139**	**9‘420**	**+ 719**
Kapitalisierung	**14‘531**	**12‘460**	**+ 2'071**

* Der Anstieg um 350 Mio. CHF ist vorübergehend, da die im April 2008 fällige 350-Mio.-CHF-Anleihe bereits 2007 refinanziert wurde.

Gruppengeldfluss

Migros-Gruppe

Der Überblick

in Mio. CHF	Migros-Gruppe	Handel/ Industrie	Finanz-DL
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit	**1‘267,7**	**1‘945,8**	**- 876,8**
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	**- 1‘677,3**	**- 2‘092,6**	**416,2**
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	**829,5**	**369,7**	**356,6**
Veränderung der flüssigen Mittel	**419,9**	**222,9**	**- 104,0**
Flüssige Mittel Anfang Jahr	**2‘412,2**	**1‘532,4**	**1‘308,4**
Währungseinfluss	**2,8**	**2,8**	**-**
Flüssige Mittel Ende Jahr	**2‘834,9**	**1‘758,1**	**1‘204,4**

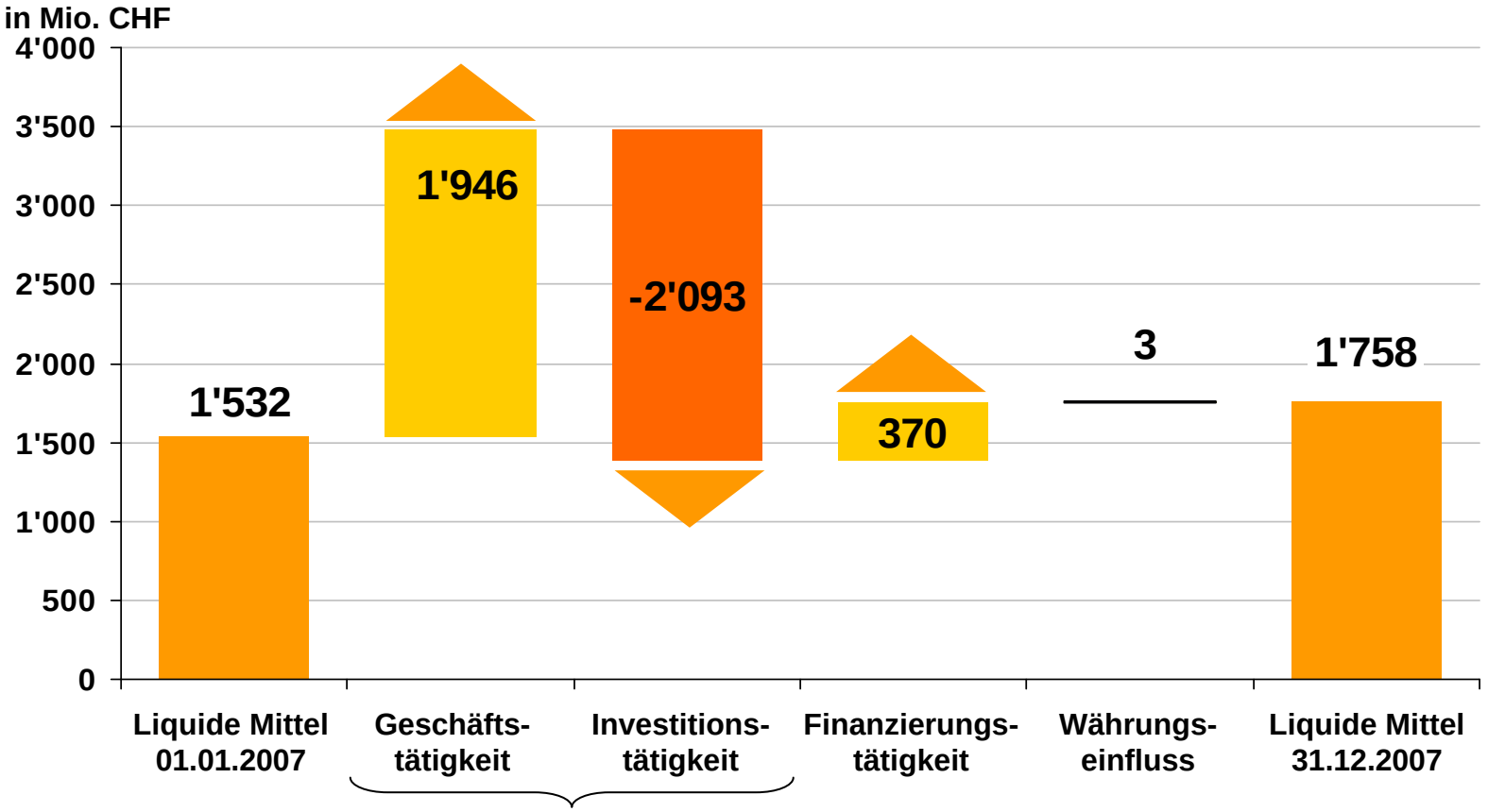
Zahlen „Handel/Industrie“ und „Finanz-DL“ ungeprüft, vor Konsolidierung der Beziehungen zwischen den Teilbereichen.

Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 197

Geldfluss

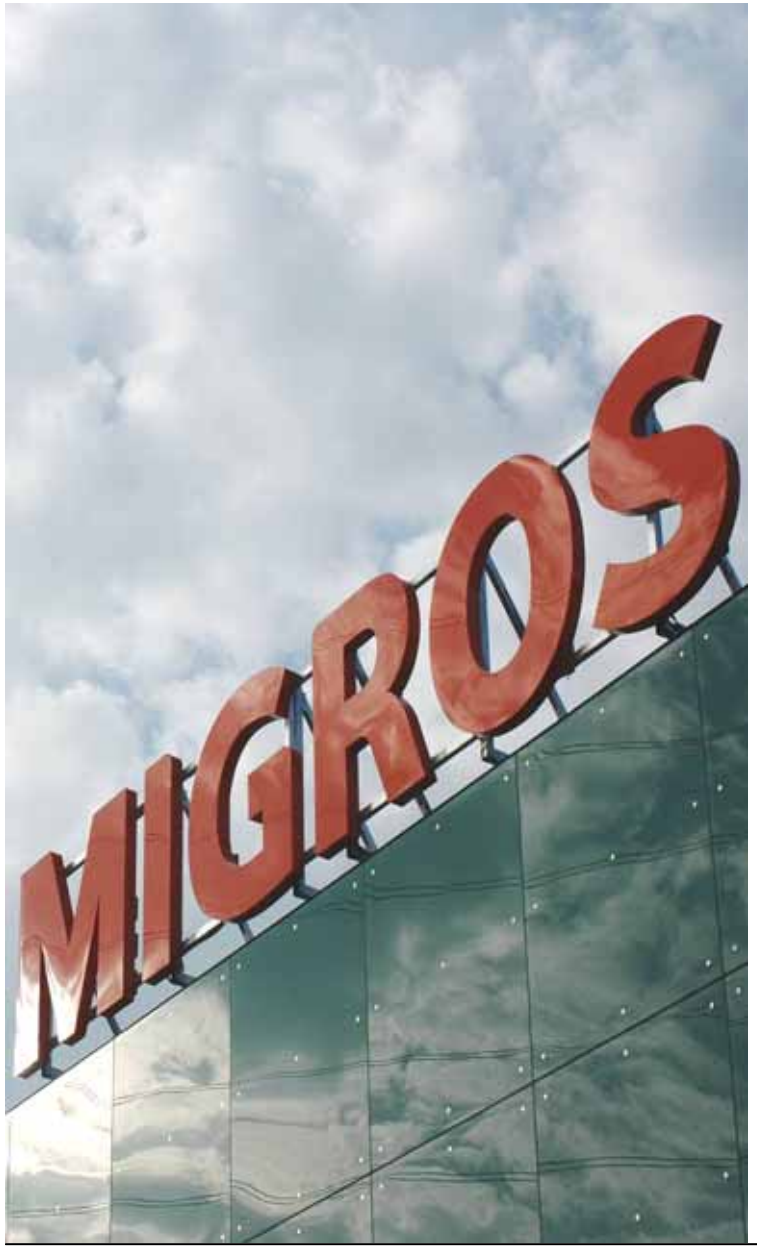
Handels- und Industriegeschäft*

Mittelerwirtschaftung und Mittelverwendung



* Ungeprüft; vor Konsolidierung der Beziehungen mit Teilbereich Finanzdienstleistungsgeschäft.

Quelle: Geschäftsbericht Berichtsteil S. 197



Fazit

Die Migros hat ein starkes Fundament für weitere Aktivitäten am Markt

1. Umsatz der Migros ist auf hohem Niveau wiederum organisch und akquisitorisch ansehnlich gestiegen (+ 6,2%).

2. Verbesserte Effizienz gleicht Preisnachlässe aus und führt zu einem verbesserten operativen Ergebnis (+ 10,1%).

3. Viele Migros-Unternehmungen tragen zu der positiven Entwicklung bei.

4. Free Cash Flow aus operativem Geschäft wird für Zukäufe genutzt. Verschuldung ist leicht angestiegen. Es besteht weiter eine starke Eigenkapitalbasis (53,8% Handels- und Industriegeschäft).

5. Neue finanzielle Berichterstattung stärkt Transparenz (IFRS/Geschäftsbericht).

Migros Bilanz-Medienkonferenz 2. April 2008

Strategie und Marketing I Herbert Bolliger I Präsident der Generaldirektion

Die Strategie der Migros-Gruppe

Unternehmensleitbild der Migros

Unser Engagement für die Lebensqualität

„Die Migros ist das Schweizer Unternehmen, das sich mit Leidenschaft für die Lebensqualität seiner Kundinnen und Kunden einsetzt.“

Migros-Gruppenstrategie: Die Ausgangslage

Mission, Vision, Werte

- **Mission:** Die Migros ist das Schweizer Unternehmen, das sich mit Leidenschaft für die Lebensqualität seiner Kundinnen und Kunden einsetzt. Wir verpflichten uns, für unsere Anspruchsgruppen (Mitarbeitende, Genossenschafter, Lieferanten, Gesellschaft, Umwelt) nachhaltige Werte zu schaffen.

- **Vision: Migros – täglich besser leben.** Migros ist bei ihren Kundinnen und Kunden, Mitarbeitenden und in der lokalen Öffentlichkeit als das führende Unternehmen für Lebensqualität anerkannt. Unter Lebensqualität verstehen wir die Summe der wesentlichen Elemente, welche die Lebensbedingungen in einer Gesellschaft beschreiben und das subjektive Wohlbefinden des Einzelnen ausmachen.

- **Werte:** Die Migros ist durch den genossenschaftlichen Grundgedanken geprägt und fühlt sich der Schweiz verbunden. Als glaubwürdiger Partner richten wir unsere Neugierde und unser Interesse auf die Verbesserung der Lebensqualität unserer Kundinnen und Kunden.

Migros-Gruppenstrategie: Die Ziele

Marktführerschaft, Wachstum, Ausgewogenheit

- Wir wollen im Schweizer Detailhandel die unbestrittene Marktführerin bleiben.
  In den andern Geschäftsfeldern beanspruchen wir eine führende Rolle im jeweiligen Marktsegment.

- Wir suchen gezielt Wachstum im Ausland mit der Absicht, dadurch auch die bestehenden Geschäftsfelder und die Migros-Gruppe zu stärken.
  Gesamthaft für die Migros-Gruppe streben wir ein profitables Wachstum an.

- Mit unseren Zielen streben wir die Ausgewogenheit der drei Leistungs-dimensionen an, an denen sich die Migros-Gruppe ausrichtet:
  Wirtschaft, Ökologie und Soziales.

Strategische Initiativen

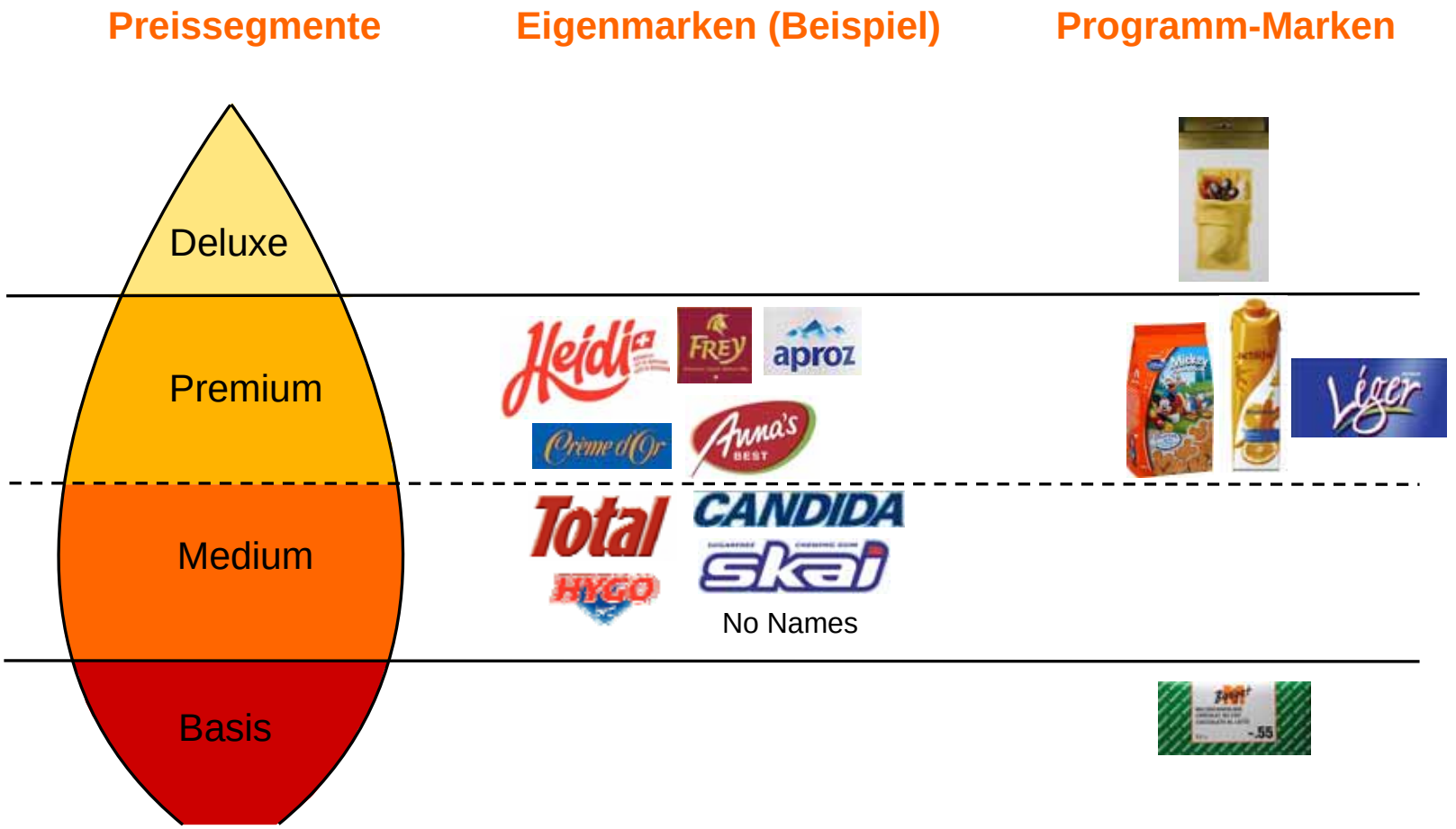
Produktführerschaft

- Produktführerschaft meint Produkte, Sortimente und Dienstleistungen, welche einen für den Kunden relevanten Mehrwert bieten.
- Produktführerschaft richtet die gesamte Wertschöpfungskette auf übergeordnete Ziele aus.
- Diese Ziele sind einerseits die Schaffung von Mehrwert für den Konsumenten, andererseits die Differenzierung zur Konkurrenz.

Ausrichtung an Kundenbedürfnissen

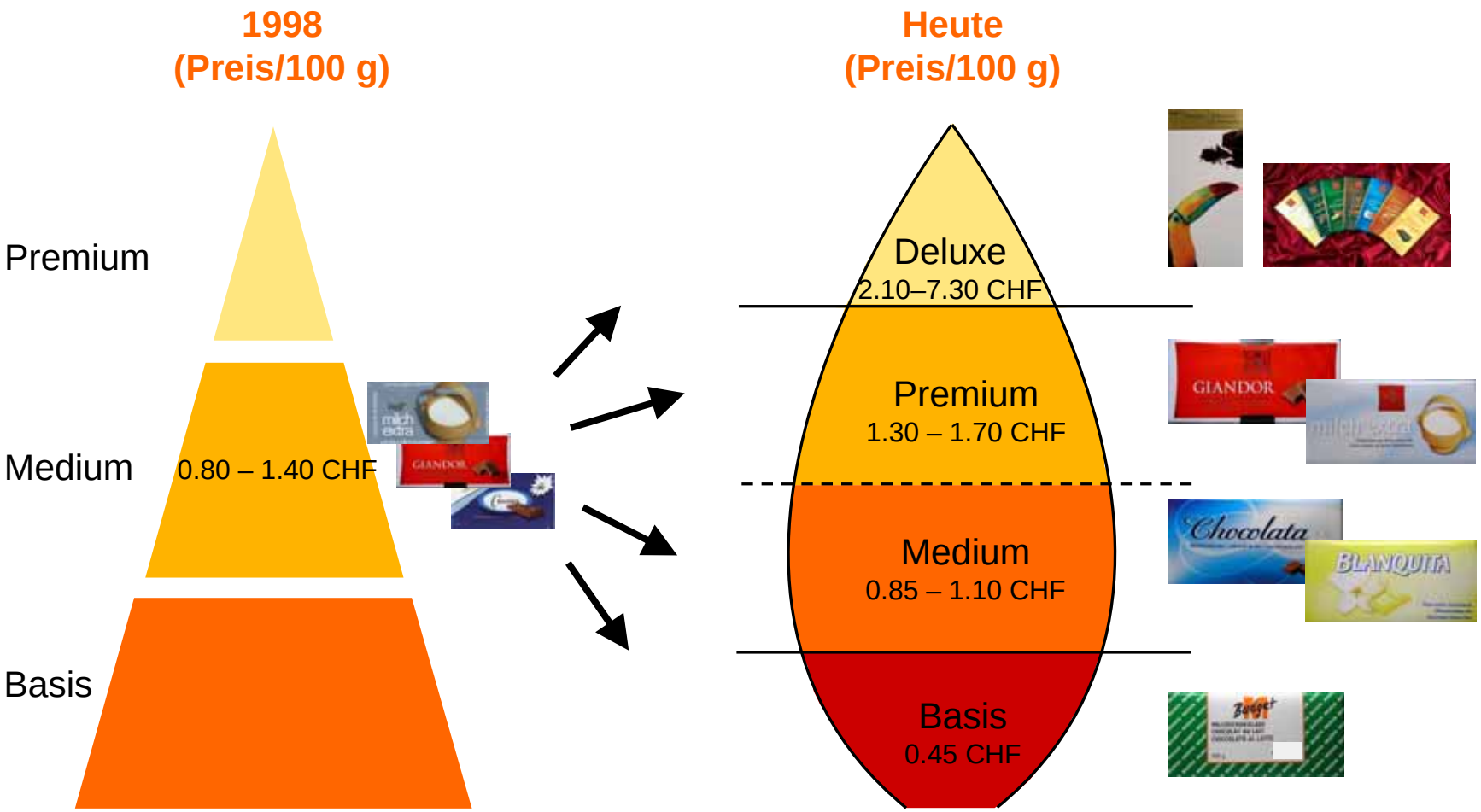
Eigenmarken in den vier Preissegmenten

Unterschiedliche Kundenbedürfnisse im Preis



Differenzierung durch Segmentierung

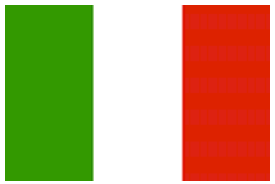
Beispiel Schokoladetafeln



Differenzierung durch ethnische Trends

Beispiel: Anna‘s Best

1998



Italien

Heute

Italien

Thailand

Indien

Diverse

Gesundheit und Wellness

Die Programm-Marke Actilife

Resultate	2007	Veränd. zu Vorjahr
Umsatz	**50 Mio. CHF**	+ 10 Mio. CHF
Artikel	**161**	+ 81
Aktive Kunden	**1,3 Mio.**	

Ziele 2008

- Verankern von Actilife als strategische Programm-Marke der Migros im Bereich Ernährung, Bewegung, Entspannung.
- Das Grundversprechen „actilife. Das gesunde Plus“ ist für den Konsumenten bei sämtlichen Aktivitäten klar erkennbar.

Ernährung, Bewegung, Entspannung

Actilife: Mehrwert auf drei Ebenen

- Produktebene: Produkte mit einem gesunden Plus aus allen Bereichen.
- Dienstleistungsebene: www.actilife.ch bietet Tests, Videos und Informationen aus den Bereichen Gesundheit und Wellness. Das Magazin „actilife“ motiviert lustvoll zu einem gesunden Lebensstil.
- Preisebene: Produkte zu bekannt günstigen Migros-Preisen.

Gesundheit und Wellness

Léger – für Genuss ohne Reue

Resultate	2007	Veränd. zu Vorjahr
Umsatz	**65 Mio. CHF**	+ 10 Mio. CHF
Artikel	**105**	+ 25
Aktive Kunden	**1,6 Mio.**	

Ziele 2008

- Massiver Ausbau des Sortiments auf über 150 Artikel, z.T. in neuen Bereichen (Getränke).
- Zur einfacheren Orientierung der Kunden wird die Anzahl der Light-Marken reduziert. Slimline wird in Léger überführt.

Genuss

Sélection – Ausbau und Profilierung

Resultate	2007	Veränd. zu Vorjahr
Umsatz	**44 Mio. CHF**	+ 12 Mio. CHF
Artikel	**210**	+ 98
Aktive Kunden	**933‘000**	

Ziele 2008

- → Sortimentsausbau in Food, Frische und NearFood.
- → Saisonale Profilierung konsequent fördern.
- → Sélection in Bedientheken forcieren (Fleisch, Käse, Fisch, Charcuterie).
- → Distributionsausdehnung auf avec., LeShop und Micasa/Interio.

TerraSuisse

- TerraSuisse-Produkte sind naturnah und tiergerecht produziert.
- TerraSuisse-Produkte sind Schweizer Produkte.
- TerraSuisse-Produkte werden auf Betrieben produziert, die Lebensräume für Wildtiere fördern und erhalten.
- TerraSuisse-Produkte tragen dazu bei, dass unsere Schweizer Kulturlandschaft geschützt wird.

Migros-Gastronomie

Neue Formate für neue Bedürfnisse

- Délifit steht seit Anfang Jahr für leichte und gesunde Gerichte in den Migros-Restaurants.
- Sessibon, das neue Konzept für kleinere Migros-Restaurants mit frischem Take-away-Angebot. Start: Mitte Mai 2008.
- Vorstoss in das trendige Segment „Quick Casual“ durch Übernahme der exklusiven Lizenzrechte von Cha Cha – Thai Street Kitchen. Start: Oktober 2008.

Klimaschutz bei der Migros

Nachhaltigkeit aus Verpflichtung und Tradition

- Die Migros betreibt Klimaschutz seit 30 Jahren.
- Zwei Beispiele: Minus 57% CO_2 -Ausstoss pro m^2 Ladenfläche seit 1990.
  Minus 800‘000 Tonnen CO_2 seit 1990 (entspricht dem Jahresausstoss von 300‘000 Einfamilienhäusern moderner Bauart).
- Kommunikationskampagne, um unsere Leistungen bekannt zu machen.
- Nationaler Presenting Sponsor von myblueplanet.

CO_2-Deklaration auf Produkten

Transparenz gegenüber den Kunden

- Die Migros unterstützt ihre Kunden beim Klimaschutz mit einer Fülle von Produkten und Dienstleistungen.
- Drei Beispiele: Produkte „Aus der Region, für die Region“, Bio + Fair-Treibstoffe, klimaneutrale Flüge bei Hotelplan.
- Deklaration von „CO_2-Champions“: Die Produkte einer Kategorie mit der besten Klimabilanz erhalten ein Label.
- Eine unabhängige Trägerschaft garantiert Transparenz und Offenheit.

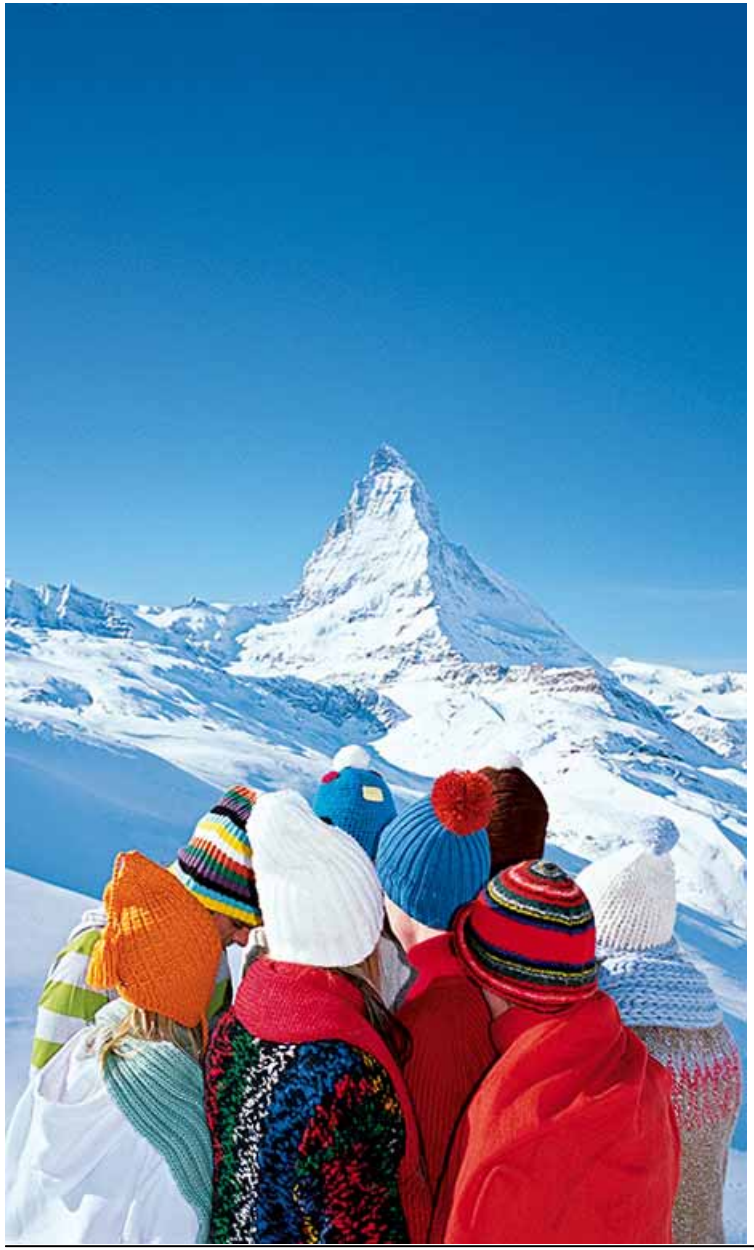
Start 2008

Die ersten drei Monate

Erfreulicher Start	Veränd. zu Vorjahr
Oranges M	+ 4%
Globus Warenhäuser	+ 5,2%
Herren Globus	+ 4,1%
Office World	+ 4,3%
LeShop	+ 30%
Denner	+ 8,1%

Erwartungen aus dem Marktumfeld

- Gegenläufige Tendenzen mit steigenden Rohstoffpreisen und weiteren Preisabschlagsrunden.
- Der Markteintritt von Lidl wird den Preiskampf auf Markenartikeln verschärfen.



Ausblick Migros

- Die Migros-Gruppe wird 2008 um rund 10% wachsen.
- Die Erneuerung der Filialen und die Expansion werden forciert.
- Die Migros hat anspruchsvolle Wachstumsziele für alle strategischen Geschäftsfelder.

Fazit

- Das operative Ergebnis ist sehr gut. Wir konnten uns im Vergleich zum Vorjahr erneut steigern und haben somit eine gesunde Basis, um für unsere Kundinnen und Kunden den Preiskampf zu führen.
- Die Migros ist gemäss unabhängigen Erhebungen nach wie vor die Marke mit dem grössten Vertrauen.
- Wir sind im Internet-Verkauf klar die Nummer 1 und werden diese Führungsposition weiterhin stark ausbauen. Wir glauben an diesen Zukunftsmarkt.
- Wir werden unsere im vergangenen Jahr verabschiedete Gruppenstrategie mit dem Fokus auf Wachstum und der Vision „Lebensqualität“ konsequent umsetzen.
- Mit dem CO_2-Label, mit dem unsere Klima-Champions in den Sortimenten gekennzeichnet werden, haben wir eine ehrliche, praktikable, für unsere Kundinnen und Kunden sehr gut nachvollziehbare Lösung gefunden.
- Es ist uns gelungen, die Vakanzen in der General-direktion mit hochqualifizierten Personen zu besetzen.

MIGROS