

MIGROS KURZBERICHT 2009



1.5 Mrd. CHF Investitionen



1.3 Mrd. CHF Umsatz Öko-Labels
mit nachhaltigen Produkten



Weit über
80'000 Mitarbeitende
mit einer Gesamtlohnsumme von rund 3.9 Mrd. CHF



114 Mio. CHF
für Kultur
als Beiträge durch das
Migros-Kulturprozent



126 Mio.
Fitness-Franken
aus rund 99'000 verkauften
Fitness-Abos



+18% Wachstum
Umsatz LeShop
132 Mio. CHF

0 Franken
Bonus
für die Unternehmensleiter
der Migros und die Verwaltung
des MGB



750 Mio. CHF
Umsatz AdR
mit regionalen Produkten



5.2 Mrd. CHF Umsatz
der Industriebetriebe
der Migros

24.95 Mrd. CHF Gesamtumsatz
der Migros-Gruppe

Unser Geschäftsbericht geht online

Nachhaltigkeit war der Migros schon immer ein besonderes Anliegen. Konsequenterweise haben wir uns deshalb entschieden, auf den Druck des Geschäftsberichtes 2009 zu verzichten und diesen dafür in mediengerechter Form ins Internet zu stellen – als erstes grosses Schweizer Unternehmen. Folgend eine Übersicht, was Sie erwartet auf → www.migros.ch/m09

▼ SCHWERPUNKTE 09

AUF EINEN BLICK

Kennzahlen, Diagramme und Highlights 2009 zusammengefasst. Und ein Jahresrückblick als Animationsfilm.



BERICHTE DER PRÄSIDENTEN

Rückschau und Ausblick in schriftlicher Form und als Videos.



AUS DER SCHWEIZ – FÜR DIE SCHWEIZ

Reportageartige Beiträge zum besonderen Engagement der Migros in der Schweiz und für die Schweiz.



▼ DIE MIGROS-GEMEINSCHAFT

ORGANISATION

Animierte Übersicht der Struktur der Migros-Gemeinschaft.



STRATEGIE

Kurzform und Link zu PDF der Gruppenstrategie «Täglich besser leben».

UNSERE VERANTWORTUNG

Das verantwortungsbewusste Handeln der Migros 2009.

MITARBEITENDE

Informationen zu diesem zentralen Thema, von der Arbeitsplatzqualität über Bildung, Familie und Gesundheit bis zur Landeskommission. Mit vier Videos.

DIE FÜNF STRATEGISCHEN GESCHÄFTSFELDER

Fakten und Zahlen zu den fünf Geschäftsfeldern Genossenschaftlicher Detailhandel, Handel, Industrie & Grosshandel, Finanzdienstleistungen und Reisen.

SHARED SERVICES

AUSBLICK 2010

Wegmarken und Ziele für das neue Jahr.

▼ UMWELT & GESELLSCHAFT

NACHHALTIGER KONSUM

Reportagen und Fachartikel, von Palmöl über nachhaltige Labels, Produktsicherheit und -qualität bis zur Ernährung.

ÖKOLOGIE

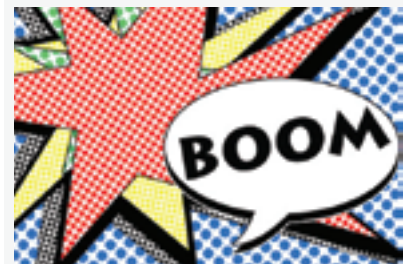
Umfassendes Reporting mit Storys, Fachbeiträgen, Tabellen, Diagrammen.



DIALOG

Die Migros im Dialog mit ihrem neuen strategischen Partner WWF, den Kundinnen und Kunden und der Politik.

MIGROS-KULTURPROZENT



DIREKTE HILFE

Das soziale Engagement der Migros hat Tradition: 30 Jahre Hilfsfonds, Kids School, Adele-Duttweiler-Preis.

▼ **COOPERATIVE
GOVERNANCE**

GRUNDSÄTZE

Bekenntnis zur Cooperative Governance.

**MIGROS-GENOSSENSCHAFTS-
BUND (MGB)**

Informationen zur Rechtsform und zu den Aufgaben des MGB.

DELEGIERTENVERSAMMLUNG

Organisation, Arbeitsweise, Büro und Arbeitsgruppen sowie Mitglieder.



VERWALTUNG

Organisation, Arbeitsweise, Ausschüsse und personelle Besetzung.

GENERALDIREKTION

Aufgaben, personelle Besetzung und Direktionsbereiche.



**INFORMATIONSD- UND
KONTROLLINSTRUMENTE**

Vom Risikomanagement bis zu den internen und externen Revisionsstellen.

ENTSCHÄDIGUNGEN

▼ **FINANZBERICHTE**

**FINANZBERICHT
MIGROS-GRUPPE**

Eine Auswahl der wichtigsten Tabellen und Links zum Download der umfassenden Berichterstattung.



**KOMMENTARE FINANZBERICHT
MIGROS-GRUPPE**

**KONSOLIDIERTE JAHRES-
RECHNUNG MIGROS-GRUPPE**

**FINANZBERICHT MIGROS-
GENOSSENSCHAFTS-BUND**

▼ **DOWNLOAD/PDFs**

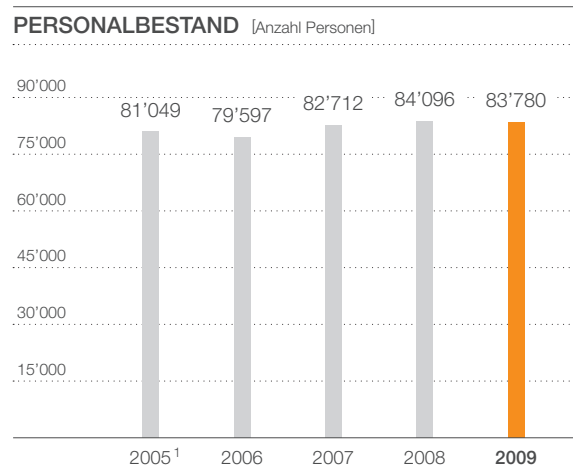
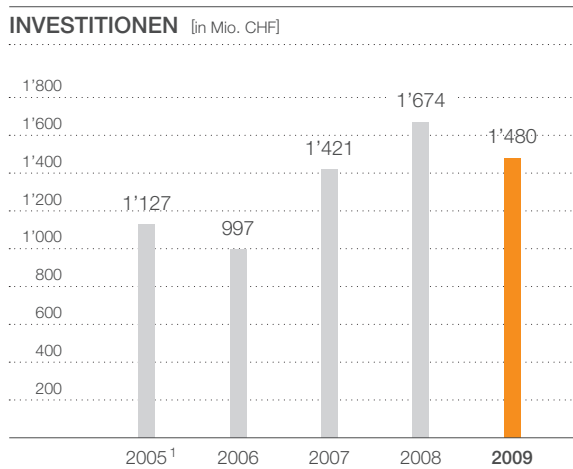
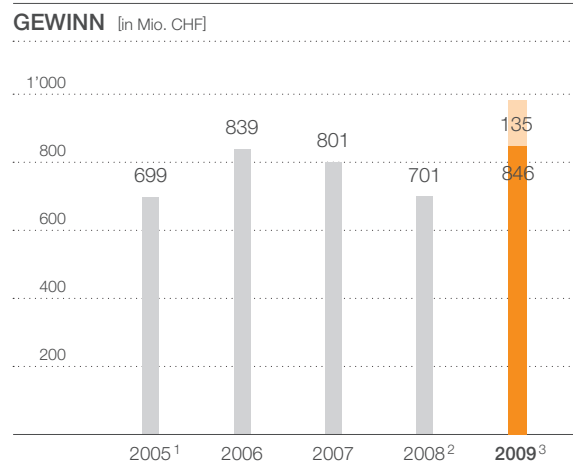
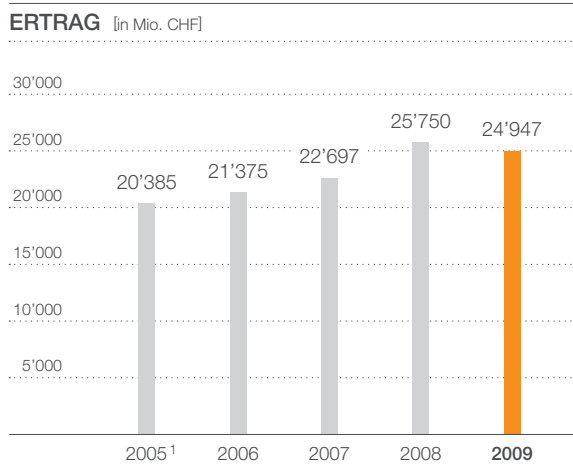
PDFs UND ANDERE DATEIEN

Eine Sammlung aller wesentlichen Informationen in gängigen Dateiformaten.



2009 im Überblick

Das vergangene Jahr war eines der erfolgreichsten in der Geschichte der Migros. Dass dieser Erfolg trotz einem generell schwierigen Umfeld möglich war, ist ein deutliches Zeichen für die Stärke des Unternehmens.



¹ Kennzahlen basieren auf Swiss GAAP FER ohne Vollkonsolidierung der Migros Bank; sie sind daher nur bedingt vergleichbar mit den Folgejahren.

² Anpassung aufgrund geänderter Vorgaben von IAS 38 betreffend die zeitliche Erfassung von Katalogkosten.

³ Gewinn der Migros-Gruppe vor Vorsorgeeffekt 846.3 Mio. CHF; inkl. Vorsorgeeffekt CHF 981.6 Mio.

KENNZAHLEN [Mio. CHF]	2005 ¹	2006	2007	2008 ²	2009	Veränderung zu Vorjahr in %
ERTRAG	20'385	21'375	22'697	25'750	24'947	-3.1
davon Ertrag vor Finanzdienstleistungsertrag	-	20'462	21'705	24'732	23'958	-3.1
davon Detailumsatz Migros	17'355	17'510	18'535	21'557	21'037	-2.4
davon Umsatz (Ertrag) der Genossenschaften	14'621	14'480	14'658	15'388	15'222	-1.1
EBITDA³						
Ergebnis vor Finanzerfolg, Ertragssteuern und Abschreibungen	1'460	1'855	2'018	2'097	2'278	8.7
in % vom Ertrag	7.2	8.7	8.9	8.1	9.1	
davon EBITDA aus dem Handels- und Vertriebsgeschäft	1'460	1'568	1'739	1'869	2'039	9.1
EBIT³						
Ergebnis vor Finanzerfolg und Steuern	607	948	1'043	1'113	1'153	3.6
in % vom Ertrag	3.0	4.4	4.6	4.3	4.6	
GEWINN³	699	839	801	701	846	20.8
in % vom Ertrag	3.4	3.9	3.5	2.7	3.4	
GELDFLUSS AUS GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	1'378	311	1'268	2'472	2'410	-2.5
in % vom Ertrag	6.8	1.5	5.6	9.6	9.7	
davon Geldfluss aus Geschäftstätigkeit des Handels- und Industriegeschäfts	1'378	1'235	1'946	1'887	1'495	-20.8
INVESTITIONEN	1'127	997	1'421	1'674	1'480	-11.6
EIGENKAPITAL	9'634	10'857	11'639	12'254	13'363	9.1
in % der Bilanzsumme	57.4	24.8	24.9	25.1	26.3	
davon Eigenkapital aus dem Handels- und Industriegeschäft		9'420	10'139	10'699	11'635	8.8
in % der Bilanzsumme		57.5	53.8	56.0	59.5	
BILANZSUMME	16'782	43'717	46'732	48'741	50'805	4.2
davon Bilanzsumme aus dem Handels- und Industriegeschäft		16'385	18'833	19'088	19'564	2.5
AUFWENDUNGEN FÜR KULTURELLE, SOZIALE UND WIRTSCHAFTSPOLITISCHE ZWECKE	112	116	127	120	114	-4.7
PERSONALBESTAND						
Anzahl Personen Jahresdurchschnitt	81'049	79'597	82'712	84'096	83'780	-0.4
MIGROS-GENOSSENSCHAFTER						
Mitglieder	1'982'033	1'993'543	2'022'060	2'055'044	2'074'259	0.9
VERTRIEBSNETZ						
Total M-Vertriebsstandorte	590	590	589	601	604	0.5
Total M-Verkaufsfläche m ²	1'202'013	1'227'728	1'225'382	1'251'115	1'266'062	1.2

¹ Kennzahlen basieren auf Swiss GAAP FER ohne Vollkonsolidierung der Migros Bank; sie sind daher nur bedingt vergleichbar mit den Folgejahren.

² Anpassung aufgrund der geänderten Vorgaben von IAS 38 betreffend die zeitliche Erfassung von Katalogkosten.

³ Vor Vorsorgeeffekt.

Nachhaltigkeitskennzahlen

Bei all ihren Tätigkeiten strebt die Migros nach einem Gleichgewicht zwischen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Ansprüchen. Trotz konjunkturellem Gegenwind arbeitete sie im vergangenen Jahr weiter an nachhaltigen Lösungen. Die Kennzahlen verdeutlichen, warum internationale Fachleute die Migros 2009 zur nachhaltigsten Detailhändlerin der Welt kürten.

KENNZAHLEN NACHHALTIGKEIT ⁽¹⁾	Einheiten	2005	2006	2007	2008	2009	Veränderung zu Vorjahr in %
MITARBEITENDE							
Beschäftigung							
Mitarbeitende (MA)	Personen	81'049	79'597	82'712	84'096	83'780	-0.4
Vollzeitstellen (PE)	Anzahl	59'934	59'345	61'463	62'412	61'734	-1.1
Anteil MA im Ausland	%	3.0	2.5	2.5	2.7	2.6	-3.7
Anteil Frauen am Gesamtbestand	%	59.2	59.8	60.7	60.8	60.9	0.2
Anteil ausländische MA	%	28.2	28.5	27.6	27.4	27.6	0.7
Anteil Frauen im Kader	%	19.6	22.1	22.3	22.6	23.6	4.4
Fluktuationsrate GAB/KAB	%	11.6	11.8	13.5	13.9	12.7	-8.6
Anstellungsverhältnisse/Löhne							
MA Migros-L-GAV	%	76.2	71.3	71.3	70.5	69.4	-1.5
MA Globus-GAV	%	4.4	4.7	5.1	5.3	5.3	-0.8
MA ausserhalb GAV	%	19.4	24.0	23.6	24.2	25.3	4.5
Lohnaufwand (Löhne und Gehälter)	Mio. CHF	3'578	3'530	3'629	3'801	3'847	1.2
Verhandelte Lohnerhöhung	%	1.5–2.0	1.5–2.0	2.0–2.5	1.5–2.5	2.8–3.3	52.5
Massgebende Teuerung für Lohnerhöhung	%	0.9	1.4	0.8	0.7	2.9	314.3
Ausbildung							
Lernende	Anzahl	2'896	2'809	2'957	3'178	3'264	2.7
Weiterbeschäftigung nach der Lehre	%	60	60	63	62	65	4.8
Erfolgsquote	%	95	95	97	97	98	1.0
AUFWENDUNGEN FÜR KULTURELLE, SOZIALE UND WIRTSCHAFTSPOLITISCHE ZWECKE							
Aufwendungen Migros-Kulturprozent	Mio. CHF	112	116	127	120	114	-4.7
Hilfsfonds	Mio. CHF	1	1	1	1	1	0
NACHHALTIGER KONSUM							
Umsatz nachhaltige Labels ⁽²⁾	Mio. CHF	1'344	1'333	1'822	1'995	2'089	4.7
Umsetzung Verhaltenskodex BSCI Non-Food	%	60	80	90	90	92	2.2
Umsetzung Verhaltenskodex BSCI Food	%	10	85	98	98	98	0
Anteile Lieferanten GlobalGAP Früchte&Gemüse	%	85	95	95	98	98	0
Anteile Lieferanten GlobalGAP Blumen&Pflanzen	%	30	50	75	85	85	0
Anteile Lieferanten GFSL	%	80	95	97	98	98	0

¹ **Berichterstattung nach GRI:** Die Berichterstattung der Migros legt die ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen im Berichtsjahr 2009 offen. Dabei hält sich die Migros an die Grundsätze der Global Reporting Initiative GRI (Version 3). Die GRI ist ein Multi-Stakeholder-Dialog und entwickelt allgemein anerkannte Richtlinien für die Darlegung der Performance im Bereich der nachhaltigen Entwicklung. Ein vollständiges Inhaltsverzeichnis nach GRI findet sich im Online Migros Geschäftsbericht 2009 unter www.migros.ch/m09. Die Berichterstattung stellt ausserdem einen Fortschrittsbericht im Sinne des Global Compact dar. Diese Initiative der Vereinten Nationen (UNO) umfasst zehn Prinzipien, die auf weithin anerkannten Wertvorstellungen guter Unternehmensführung basieren.

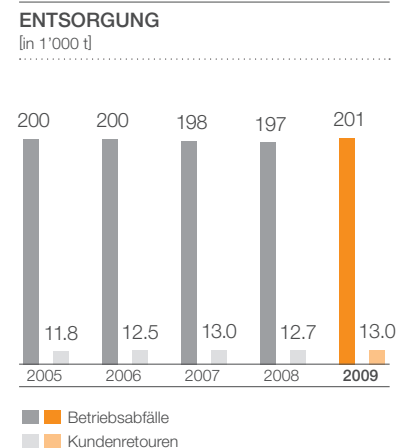
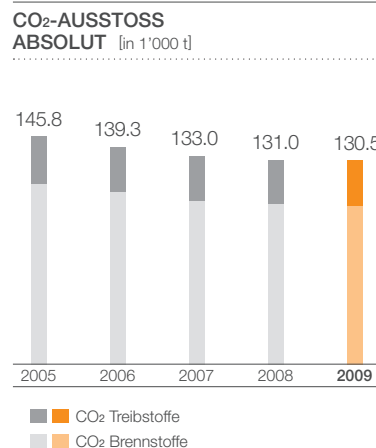
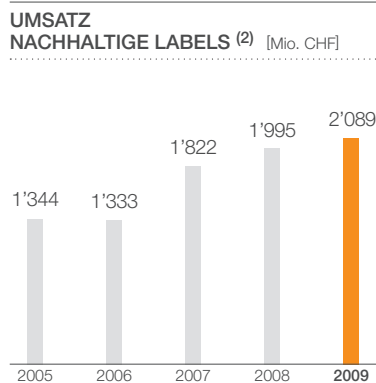
Die Systemgrenzen zur Erhebung der ökonomischen, ökologischen und sozialen/gesellschaftlichen Daten sind im Verhältnis zum Vorjahr im Wesentlichen unverändert. Aus organisatorischen Gründen sind nicht alle Daten mit denselben Systemgrenzen vorhanden. Angaben zu Mitarbeitende beziehen sich auf die gesamte Migros-Gruppe. Die übrigen Angaben aus dem Bereich Umwelt & Gesellschaft beziehen sich auf die Geschäftsfelder Genossenschaftlicher Detailhandel und Industrie- und Grosshandel sowie den Migros-Genossenschafts-Bund.

² Die Migros führt folgende nachhaltige Labels: Bio, Bio-Baumwolle, climatop, FSC, Max Havelaar, MSC, TerraSuisse, Topten. Der Umsatz des Labels «Aus der Region» wird ab 2007 unter dem Gesamtumsatz der nachhaltigen Labels aufgeführt.

	Einheiten	2005	2006	2007	2008	2009	Veränderung zu Vorjahr in %
UMWELT							
Energie							
Gesamtenergieverbrauch absolut (aus Strom-, Wärme- und Treibstoffverbrauch)	GWh	1'666	1'670	1'644	1'635	1'636	0.1
Gesamtenergieverbrauch spezifisch (aus Strom-, Wärme- und Treibstoffverbrauch)	kWh pro 1'000 CHF Umsatz ⁽³⁾	108.0	109.2	104.5	99.5	100.4	0.9
Spezifischer Energieverbrauch der Industriebetriebe (aus Strom-, Wärmeverbrauch)	kWh pro t Produktion	569.0	567.3	566.0	541.9	551.6	1.9
Spezifischer Energieverbrauch der Filialen (aus Strom-, Wärmeverbrauch)	kWh pro m ² Verkaufsfläche	535.2	524.7	505.6	490.6	480.2	-2.1
Klimabelastung/CO₂-Ausstoss							
CO ₂ -Ausstoss absolut (aus Brenn- und Treibstoffverbrauch)	1'000 t	145.8	139.3	133.0	131.0	130.5	-0.4
CO ₂ -Ausstoss spezifisch	kg pro 1'000 CHF Umsatz ⁽³⁾	9.45	9.11	8.45	7.97	8.00	0.5
CO ₂ -Intensität	%	85.0	81.3	79.6	78.6	⁽⁴⁾	
Kälteanlagen mit natürlichen Kältemitteln							
CO ₂ -Kälteanlagen (in den Migros-Filialen)	Anzahl	5	10	18	50	81	53
Transport							
Kilometerleistung LKW (eigene Flotte)	Mio. km	32.0	31.0	30.8	30.6	30.0	-1.5
Kilometerleistung Bahntransport	Mio. km	10.5	10.1	9.4	10.1	10.3	1.9
Emissionen Stickoxide LKW (eigene Flotte)	t	240.0	206.3	186.8	169.0	143.8	-14.9
Emissionen Feinstaub LKW (eigene Flotte)	t	5.4	4.4	3.9	3.5	2.9	-16.7
Wasser							
Wasserverbrauch	1'000 m ³	8'436	8'219	8'018	7'650	7'617	-0.4
Wasserverbrauch spezifisch	m ³ pro 1'000 CHF Umsatz ⁽³⁾	0.547	0.538	0.510	0.466	0.467	0.4
Entsorgung/Recycling							
Betriebsabfälle total	1'000 t	200.3	200.3	197.9	197.2	201.4	2.1
Betriebsabfälle spezifisch	kg pro 1'000 CHF Umsatz ⁽³⁾	13.0	13.1	12.6	12.0	12.4	2.9
Verwertungsquote Betriebsabfall	%	60.8	62.3	65.6	67.1	68.0	1.3
Kundenretouren	1'000 t	11.8	12.5	13.0	12.7	13.0	2.6

³ Ertrag Detailhandel Migros (Migros-Genossenschaften, MGB, Industrie- und Logistikbetriebe).

⁴ Der Wert für 2009 stand bei Berichtslegung noch nicht zur Verfügung. Weitere Informationen unter www.migros.ch/m09.



Berichte der Präsidenten

BERICHT DES PRÄSIDENTEN DER VERWALTUNG

LIEBE LESERINNEN UND LESER

Trotz den stürmischen Bedingungen im Berichtsjahr blieb die Migros auf Kurs. Strategisch und operativ wurden wesentliche Fortschritte erzielt und damit Werte für die Kunden, für die Mitarbeitenden und die Genossenschafterinnen und Genossenschafter erzeugt.

Das Jahr 2009 war geprägt von einer weltweiten Wirtschaftskrise. Der Vertrauensverlust in die Finanzmärkte, aufkommende Unsicherheiten und zurückhaltende Investitionen haben die Industrie und den Handel vor grosse Herausforderungen gestellt.

Die Migros-Gruppe darf trotz den schwierigen Rahmenbedingungen auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2009 zurückblicken. Die strategische Positionierung und langfristige Ausrichtung der Migros haben es ermöglicht, dass auch in schwierigen Zeiten eine positive Bilanz gezogen werden kann.

Die Basis für diesen unternehmerischen Erfolg und die Stabilität ist systembedingt. Die Migros folgt im Interesse aller Stakeholder einem langfristigen Auftrag. Unsere Genossenschafter sind gleichzeitig Eigner, Partner und Kunden der Organisation. Sie sind Teil des Systems und partizipieren nicht nur am Gewinn des Unternehmens.

«Dank der langfristigen Ausrichtung können wir auch 2009 eine positive Bilanz ziehen.»

In den letzten Jahren haben wir erlebt, wie unter dem Begriff «shareholder value» eine Kultur des «immer schneller, immer grösser» Einzug gehalten hat. Die Exponenten dieser Kultur wurden von allen Seiten gefeiert und mit Boni in teilweise astronomischen Höhen belohnt.

Quartalszahlen dominierten die Stossrichtung, langfristiges Denken blieb zu oft die Ausnahme. Die Konsequenzen kamen 2009 zum Vorschein. Wir erlebten die grösste Wirtschaftskrise seit 1931 und den Verlust zehntausender Arbeitsplätze – auch im Handel.

Die Verwaltung der Migros orientiert sich nicht an einer Gewinnbeteiligung der Eigner, sondern an einer nachhaltigen Wertschöpfung. Dieses Prinzip führt zu einer sehr stark inhaltlich getriebenen Unternehmensentwicklung: Kundenorientierung und Langfristigkeit sind für Genossenschaften keine Werbebotschaften, sie sind die Grundpfeiler des Unternehmens.

Dass dies nach nachhaltigen Grundsätzen erfolgt, liegt auf der Hand. Die Migros lebt dies seit der Gründungszeit. Wir bekennen uns zu den Prinzipien des Global Compact, verfolgen ehrgeizige Klimaziele und setzen uns für faire und angemessene Arbeits- und Sozialstandards ein. Nachhaltigkeit ist für uns kein Trend- oder Positionierungsthema. Wir leben diese Grundwerte seit Jahrzehnten und wollen an diesem Engagement auch in Zukunft festhalten.

Unsere Gruppenstrategie mit der damit verbundenen Vision «Migros – täglich besser leben» verfolgen wir konsequent weiter. Im Zentrum unseres Handelns steht die Lebensqualität unserer Kundinnen und Kunden. Wir nutzen hier gezielt die vertikale und die horizontale Integration der Gruppe.

Die Kommunikation mit unseren Kunden, Lieferanten und Geschäftspartnern ist und bleibt ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Die Online-Kommunikation gewinnt dabei weiter an Bedeutung. Sie erlaubt uns, gezielter auf die Kundenbedürfnisse einzugehen, aber auch intern die Synergien zwischen den Geschäftseinheiten stärker zu nutzen. Die Kommunikation über das Internet betrifft aber auch die Berichterstattung über das Unternehmen. Wir haben uns entschieden, den Migros-Geschäftsbericht und gleichzeitig auch den darin integrierten Nachhaltigkeitsbericht zukünftig primär im Internet zu veröffentlichen.

An den übergeordneten Werten der Migros halten wir fest: Genossenschaftliches Handeln, regionale Verbundenheit, Erfolgs- und Leistungsorientierung, Glaubwürdigkeit und Leidenschaft zählen auch in Zukunft zu den Kernelementen unserer Gruppe. Der Detailhandel orientiert sich ergänzend an den Werten Swissness, Regionalität, Nachhaltigkeit, Frische und natürlich bestes Preis-Leistungs-Verhältnis.

Die schwerwiegenden wirtschaftlichen Veränderungen im Berichtsjahr stellten auch unsere Führungskräfte und die über 80'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor eine grosse Bewährungsprobe. Sie haben diese gemeistert und in diesem Jahr Ausserordentliches geleistet. Damit konnten wir das Vertrauen der Kundinnen und Kunden, Lieferanten und Geschäftspartner sichern. Dafür danken wir ihnen allen ganz herzlich.



Claude Hauser
Präsident der Verwaltung



**« 2009 war für
die Migros-Gruppe ein
erfolgreiches Jahr, trotz
schwierigen Umständen.
Eine tolle Leistung. »**

Herbert Bolliger
Präsident der Generaldirektion

**« Kein anderes Unternehmen
engagiert sich so für
die Schweiz wie wir. »**

Claude Hauser
Präsident der Verwaltung

BERICHT DES PRÄSIDENTEN DER GENERALDIREKTION

Die Migros konnte sich im Berichtsjahr erfreulich weiterentwickeln und ihre führende Position im Schweizer Markt behaupten. Dies trotz einem sehr anspruchsvollen Umfeld. Preisabschläge, gesunkene Rohölpreise und der rückläufige Reisemarkt belasteten den Umsatz. Der Marktanteil im Detailhandel verringerte sich zwar leicht, über alle Bereiche gesehen konnte der Marktanteil aber – trotz dem stärkeren Wettbewerb – gehalten werden. Das operative Ergebnis stieg dank Prozessverbesserungen und einer verstärkten gruppenweiten Zusammenarbeit.

Das Jahr 2009 war geprägt von einer breiten Verunsicherung durch die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise und einer gedämpften Konsumentenstimmung. Gemäss SECO, dem Staatssekretariat für Wirtschaft, ist die Konsumentenstimmung erst per Ende 2009 wieder angestiegen (– 7 Punkte Ende 2009 gegenüber – 39 Punkten im Juli). Die Aufhellung der Konsumentenstimmung ist hauptsächlich auf optimistischere Erwartungen bezüglich der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung und der Situation am Arbeitsmarkt zurückzuführen.

Die Zurückhaltung der Konsumenten im Jahr 2009 betraf schwergewichtig den Non-Food-Bereich, wobei der Abschwung die einzelnen Marktsegmente unterschiedlich traf. Während beispielsweise der Bereich von höherwertigen und langlebigeren Gütern – wie Sportgeräte oder Möbel – keinen wesentlichen Umsatzrückgang verzeichnete, gingen die Einnahmen beim Reisegeschäft deutlich zurück. Im Detailhandel machte sich zudem der verschärfte Wettbewerb durch die neuen Mitbewerber bemerkbar, welche im Berichtsjahr ihre Präsenz im Schweizer Markt deutlich ausbauten.

Marktanteil gehalten

Mehr als ein Viertel der Lebensmittel in der Schweiz werden in Geschäften der Migros-Gruppe eingekauft. Trotz den wirtschaftlich schwierigen Voraussetzungen und der sich verändernden Wettbewerbssituation konnten der Umsatz und die Marktanteile von 20.5% gehalten werden. Dies ist in erster Linie dem starken Wachstum von Denner (+2.5%) und der – trotz schrumpfendem Markt – positiven Entwicklung in den Fachmärkten (Umsatzwachstum von 1.6%) zu verdanken. Die Marktanteile des Genossenschaftlichen Detailhandels sind 2009 leicht gesunken.

Das Ergebnis vor Finanzerfolg, Ertragssteuern und Vorsorgeeffekt (EBIT) der Migros-Gruppe liegt im Berichtsjahr mit

1'153.1 Mio. CHF um 3.6 % oder 39.8 Mio. CHF über dem Vorjahreswert von 1'113.3 Mio. CHF. Die Verbesserung resultiert aus einer gesteigerten gruppenweiten Zusammenarbeit und signifikanten Verbesserungen der Prozesse in allen Geschäftsbereichen.

Die Investitionen in der Höhe von 1'480 Mio. CHF (Vorjahr 1'674 Mio.) blieben auf sehr hohem Niveau. Damit ist und bleibt die Migros ein gewichtiger wirtschaftlicher Partner in der Schweiz und sichert tausende von Arbeitsplätzen. Investiert wurde vorwiegend bei den Genossenschaften und den Handelsunternehmen mit neuen, erweiterten und modernisierten Verkaufsstandorten und bei der Industrie mit der Modernisierung und Kapazitätsausweitung der Produktionsanlagen.

« Das gute Ergebnis 2009 schafft die Basis für weitere Investitionen in der Schweiz. »

Verkaufsnetz erweitert, Preise reduziert

Die Verkaufsfläche nahm im vergangenen Jahr im Super-/Verbrauchermarkt und in den Fachmärkten um 1.2% auf 1'266'062 m² zu (Vorjahr 1'251'115 m²).

Die verkauften Volumen der Migros-Genossenschaften stiegen gegenüber dem Vorjahr. Die Preisabschläge auf dem gesamten Sortiment von über 300 Mio. CHF wirkten sich jedoch im Berichtsjahr deutlich auf die Umsätze aus.

Highlights 2009

Die Zusammenarbeit innerhalb der Migros wurde im Berichtsjahr weiter ausgebaut. Dazu wurden verschiedene strategische Initiativen umgesetzt und die internen Prozesse optimiert. So hat beispielsweise Interio gemeinsam mit Depot in der Schweiz das Depot-Interio-Ladenkonzept realisiert. Rascher als geplant wurden bis Ende 2009 über 130 migrolino-Filialen eröffnet.

Im Genossenschaftlichen Detailhandel konnte 2009 das Ladenkonzept 2010 in den Einkaufszentren Schönbühl (Bern) und Stücki (Basel) sowie in den Filialen Kreuzlingen und Pully umgesetzt werden. Das neue Konzept macht das Einkaufen zum Erlebnis.

Innovationen sind ein wesentliches Differenzierungsmerkmal. Neue Ansätze haben bei der Migros Tradition. So hat die Migros beispielsweise als erste Detailhändlerin bereits vor Jahrzehnten mit M-Data das auf dem Produkt angebrachte Verbrauchsdatum eingeführt.

Die Migros hat auch 2009 gezielt in neue Produkte, Prozesse oder Vertriebskanäle investiert. Beispiele wichtiger Produktinnovationen im Berichtsjahr sind ein neuer, aus Schweizer Äpfeln hergestellter Wirkstoff der Mibelle Cosmetics, auf den sogar Michelle Obama, die Frau des US-Präsidenten, vertraut.

Die Positionierung der Migros wurde 2009 weiter gestärkt. Im Frühling präsentierte sich das Unternehmen unter dem neuen Slogan «Ein M besser». Migros steht für Swissness, Regionalität, Nachhaltigkeit, Frische, aber auch für das beste Preis-Leistungs-Verhältnis. Mit dem Claim wollen wir diesen Anspruch plakativ zum Ausdruck bringen.

Ende 2009 beschäftigte die Migros 83'780 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Berichtsjahr wurden 3'264 Lernende in über 40 Berufen ausgebildet. Für 2009 konnte die Migros insgesamt 1'303 neue Ausbildungsplätze anbieten. Unsere Mitarbeitenden haben in einem schwierigen Marktumfeld gut gearbeitet. Und dafür danken wir ihnen, genauso wie unseren Kunden, Lieferanten und allen Genossenschaftlerinnen und Genossenschaftlern.

Gelebte Nachhaltigkeit

Nachhaltiges Handeln war auch 2009 ein wesentliches Element der Geschäftstätigkeit der Migros. Die verantwortungsvolle Unternehmensführung ist ein integraler Bestandteil der Unternehmenskultur und Gruppenstrategie.

Die Nachhaltigkeitspolitik der Migros wurde im Berichtsjahr belohnt. Am World Retail Congress 2009 in Barcelona ernannte die Jury die Migros zur nachhaltigsten Detailhändlerin der Welt.

Auch bei ihren Produkten sorgt die Migros dafür, dass bei der Herstellung ökologische und soziale Standards eingehalten werden. Beispiele sind die Business Social Compliance Initiative (BSCI), die von der Migros initiiert wurde und für menschenwürdige Arbeitsbedingungen bei den Zulieferern sorgt, sowie das Label TerraSuisse, das für naturnahe und tierfreundliche Landwirtschaft steht.

Seit 2008 kennzeichnet die Migros die klimaschonendsten Produkte im Sortiment mit dem CO₂-Label der unabhängigen Organisation climatop und macht es den Kunden damit leicht, klimaschonend einzukaufen.

Ausblick und Ziele 2010

Die Migros ist entschlossen, den eingeschlagenen Weg konsequent weiterzugehen. Als führendes Handelsunter-

nehmen der Schweiz will sie ihre Position gezielt nutzen, um dem Unternehmenscredo gerecht zu werden, damit Konsumentinnen und Konsumenten landesweit «täglich besser leben».

Weiterhin gesundes Wachstum

Trotz den verhaltenen Aussichten soll die Strategie eines gesunden Wachstums auch im nächsten Jahr weiterverfolgt werden. An den Expansionszielen hält die Migros fest. Strategische Allianzen und Arrondierungen werden realisiert, wo sie der Gemeinschaft und den Konsumenten einen realen Nutzen bringen.

Bedeutende Investitionen im Schweizer Markt

Auch die Investitionen im Schweizer Markt sollen planmässig ausgelöst werden. In den kommenden drei Jahren will die Migros in der Schweiz rund 5 Mia. CHF investieren. Diese Investitionen dienen der weiteren Stärkung der lokalen Präsenz und einem umfassenden Kundenservice. Dazu zählen der gezielte Ausbau der Infrastruktur und eine Erweiterung der Online-Plattformen.

Nachhaltigkeit leben

Mit einem ambitionierten Klimaschutzkonzept will die Migros ihre Kohlendioxidemissionen gegenüber dem Jahr 2000 bis 2012 um 27% vermindern. Industriebetriebe, Filialen und die Betriebszentralen liegen auf Zielkurs. Der Massnahmenplan für dieses Jahr sieht unter anderem vor, die Energieeffizienz von Gebäuden und Anlagen weiter zu erhöhen, klimaschädigende Emissionen aus Kälteanlagen zu vermindern, Verpackungsmaterial zu reduzieren und Bahntransporte zu steigern.

Steigerung der Effizienz

In der ganzen Gruppe gilt es, durch gezielte operative Massnahmen die Effizienz weiter zu steigern und gleichzeitig den Qualitätsanspruch hochzuhalten. Die Generaldirektion ist zuversichtlich, dass die Migros die Herausforderungen auch 2010 und in der weiteren Zukunft meistern und damit allen Kundinnen und Kunden ein umfassendes Angebot bieten wird – einfach «Ein M besser».



Herbert Bolliger
Präsident der Generaldirektion

Bilanz

Migros-Gruppe

AKTIVEN	Anhang	31.12.2009 Mio. CHF	31.12.2008 Mio. CHF (angepasst) ¹	01.01.2008 Mio. CHF (angepasst) ¹
Flüssige Mittel	17	3'167.2	3'148.8	2'834.9
Forderungen gegenüber Banken	18	383.3	91.3	391.1
Hypothekar- und andere Kundenforderungen	19	27'530.7	26'476.9	24'889.5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	20	524.4	560.3	596.6
Andere Forderungen	20	194.1	345.5	327.7
Vorräte	21	2'056.0	2'093.7	2'041.1
Finanzanlagen	22–26	3'369.0	3'022.4	3'323.0
Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsunternehmen	13	96.7	101.7	99.6
Renditelegenschaften	27	300.8	327.3	305.3
Sachanlagen	28	11'236.7	10'887.5	10'333.5
Immaterielle Anlagen	29	1'207.4	1'190.9	1'072.9
Guthaben aus Leistungen an Arbeitnehmer	38	482.1	292.7	256.8
Laufende Ertragssteuerguthaben		1.2	6.8	5.0
Latente Ertragssteuerguthaben	14	29.4	30.6	40.8
Andere Vermögenswerte	30	226.2	157.7	202.2
		50'805.2	48'734.1	46'720.0
Zur Veräusserung gehaltene langfristige Vermögenswerte	31	–	6.8	5.8
TOTAL AKTIVEN		50'805.2	48'740.9	46'725.8
PASSIVEN				
FREMDKAPITAL				
Verbindlichkeiten gegenüber Banken	32	1'063.5	1'257.4	1'439.3
Kundeneinlagen und -verbindlichkeiten	33	23'080.1	21'114.0	19'391.6
Andere Finanzverbindlichkeiten	34	1'887.5	2'224.2	2'132.6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	35	1'671.1	1'677.0	1'703.2
Andere Verbindlichkeiten	35	954.9	1'041.5	1'058.7
Rückstellungen	36	113.1	120.4	98.9
Ausgegebene Schuldtitel	37	6'525.2	7'030.8	7'340.8
Verbindlichkeiten aus Leistungen an Arbeitnehmer	38	527.2	546.7	516.2
Laufende Ertragssteuerverbindlichkeiten		195.4	109.7	83.9
Latente Ertragssteuerverbindlichkeiten	14	1'423.8	1'365.2	1'326.1
Verbindlichkeiten in Verbindung mit zur Veräusserung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten	31	–	–	–
TOTAL FREMDKAPITAL		37'441.8	36'486.9	35'091.3
EIGENKAPITAL				
Genossenschaftskapital	39	20.8	20.6	20.3
Gewinnreserven		13'291.6	12'306.2	11'604.9
Währungsumrechnungsdifferenzen		–28.5	–22.9	11.7
Andere Reserven		64.7	–69.6	–16.9
DEN GENOSSENSCHAFTERN ZURECHENBARES EIGENKAPITAL		13'348.6	12'234.3	11'620.0
Minderheitsanteile		14.8	19.7	14.5
TOTAL EIGENKAPITAL		13'363.4	12'254.0	11'634.5
TOTAL PASSIVEN		50'805.2	48'740.9	46'725.8

Die Revisionsstelle PricewaterhouseCoopers AG empfiehlt der Verwaltung des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) die konsolidierte Jahresrechnung der Migros-Gruppe vorbehaltlos zur Genehmigung.

Erfolgsrechnung Migros-Gruppe

	Anhang	2009 Mio. CHF	2008 Mio. CHF (angepasst) ¹
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen		23'701.1	24'449.5
Andere betriebliche Erträge	8	257.3	282.5
Ertrag vor Finanzdienstleistungsertrag		23'958.4	24'732.0
Zins- und Kommissionserträge sowie Gewinne (netto) auf Finanzinstrumenten des Finanzdienstleistungsgeschäfts	7	988.5	1'017.8
Total Ertrag	6	24'946.9	25'749.8
Material- und Dienstleistungsaufwand	9	14'455.8	15'414.8
Zins- und Kommissionsaufwendungen sowie Wertberichtigungen des Finanzdienstleistungsgeschäfts	7	426.5	509.6
Personalaufwand	10	4'931.7	4'901.4
Abschreibungen	27–29	1'125.3	983.9
Andere betriebliche Aufwendungen	11	2'854.5	2'826.8
Ergebnis vor Finanzerfolg, Ertragssteuern und Vorsorgeeffekt		1'153.1	1'113.3
Vorsorgeeffekt vor Steuern	10	171.1	–
Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern		1'324.2	1'113.3
Finanzertrag	12	64.2	–73.0
Finanzaufwand	12	–96.2	–132.5
Erfolg aus assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsunternehmen	13	–25.2	2.5
Gewinn vor Ertragssteuern		1'267.0	910.3
Ertragssteuern	14	285.4	209.4
Gewinn der Migros-Gruppe		981.6	700.9
ZUSATZINFORMATION			
Vorsorgeeffekt nach Steuern	10	135.3	–
Gewinn vor Vorsorgeeffekt		846.3	700.9
ZURECHENBARKEIT DES GEWINNES DER MIGROS-GRUPPE			
Den Genossenschafte rn zurechenbarer Gewinn		985.8	701.5
Den Minderheiten zurechenbarer Gewinn/(Verlust)		–4.2	–0.6
GEWINN DER MIGROS-GRUPPE		981.6	700.9

¹ Anpassung aufgrund der geänderten Vorgaben von IAS 38 betreffend die zeitliche Erfassung von Katalogkosten.
Siehe dazu auch Anhang 2.

→ Die oben angegebenen Anhänge können Sie im kompletten PDF des Jahresberichtes der Migros-Gruppe auf der Website unter <http://www.migros.ch/m09/download> finden.

Bilanz

Migros-Genossenschafts-Bund

AKTIVEN	Erläuterungen	31.12.2009 TCHF	31.12.2008 TCHF
UMLAUFVERMÖGEN			
Flüssige Mittel und Festgelder	1	1'296'691	1'127'429
Wertschriften	2	592'551	516'806
Kurzfristige Forderungen:			
– gegenüber Unternehmen der Gruppe	3	1 059'602	1'196'143
– aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten		13'820	16'211
Andere kurzfristige Forderungen	4	314'840	49'041
Vorräte	5	196'504	211'087
Aktive Rechnungsabgrenzung		100'957	100'316
TOTAL UMLAUFVERMÖGEN		3'574'965	3'217'033
ANLAGEVERMÖGEN			
Finanzanlagen			
Langfristige Forderungen:			
– gegenüber Unternehmen der Gruppe	6	2'271'855	2'117'014
– gegenüber Dritten		2'900	244'650
Beteiligungen:			
– an Unternehmen der Gruppe	7	1'588'272	1'554'873
– an Dritten	8	130'998	86'626
Sachanlagen	9	70'658	65'860
Immaterielle Anlagen		11'542	6'081
TOTAL ANLAGEVERMÖGEN		4'076'225	4'075'104
BILANZSUMME		7'651'190	7'292'137

PASSIVEN	Erläuterungen	31.12.2009 TCHF	31.12.2008 TCHF
KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL			
Finanzverbindlichkeiten	10	254'550	375'000
Verbindlichkeiten:			
– gegenüber Unternehmen der Gruppe	11	1'956'145	1'361'681
– aus Lieferungen und Leistungen Dritter		330'388	277'550
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	12	182'753	511'000
Personal- und M-Partizipationskonten		9'596	9'715
Kurzfristige Rückstellungen	13	133'264	166'168
Passive Rechnungsabgrenzungen		30'256	36'631
TOTAL KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL		2'896'952	2'737'745
LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL			
Verbindlichkeiten:			
– gegenüber Dritten	14	551'000	705'000
– gegenüber Unternehmen der Gruppe		0	20'000
Personalanlagekonten	15	1'378'903	1'293'841
Obligationenanleihen/Privatplatzierungen	16	650'000	600'000
Langfristige Rückstellungen	17	94'153	96'842
TOTAL LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL		2'674'056	2'715'683
TOTAL FREMDKAPITAL		5 571 008	5 453 428
EIGENKAPITAL			
Genossenschaftskapital		15'000	15'000
Gesetzliche Reserven		20'000	20'000
Sonstige Reserven	18	1'800'007	1'760'007
Reserven Kulturprozent	19	5'993	2'457
Freier Bilanzgewinn	19	239'182	41'245
TOTAL EIGENKAPITAL		2'080'182	1'838'709
BILANZSUMME		7'651'190	7'292'137

→ Die oben angegebenen Erläuterungen können Sie im kompletten PDF des Jahresberichtes des MGB auf der Website unter <http://www.migros.ch/m09/download> finden.

Erfolgsrechnung und Verwendung des Bilanzgewinnes Migros-Genossenschafts-Bund

	Erläuterungen	2009 TCHF	2008 TCHF
Nettoumsatz	20	5'414'159	5'502'163
Sonstige Betriebserträge	21	227'555	247'375
Gesamtertrag aus betrieblicher Tätigkeit		5'641'714	5'749'538
Material-, Waren- und Dienstleistungsaufwand		4'784'923	4'917'385
Bruttogewinn aus betrieblicher Tätigkeit		856'791	832'153
Personalaufwand	22	226'180	223'522
Werbeaufwand	23	258'395	266'043
Verwaltungs- und Betriebsaufwand	24	186'840	155'988
Betriebliche Abschreibungen	25	10'285	16'333
EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)		175'091	170'267
Finanzergebnis	26	151'661	-101'928
Übriges Ergebnis	27	-11'439	-17'112
Gewinn vor Steuern		315'313	51'227
Steuern		73'240	8'158
UNTERNEHMENSERGEBNIS		242'073	43'069

ANTRAG DER VERWALTUNG ÜBER DIE VERWENDUNG DES BILANZGEWINNES:	2009 TCHF
Gewinnvortrag vom Vorjahr	645
Gewinn des laufenden Jahres	242'073
Bildung Reserven Kulturprozent ¹	-3'536
Freier Bilanzgewinn zur Genehmigung durch die Delegiertenversammlung	239'182
4% Zins auf das Genossenschaftskapital MGB	600
Zuweisung an die sonstigen Reserven	238'000
Vortrag auf neue Rechnung	582

¹ Die Statuten legen fest, dass mindestens 1/3 % des Detailhandelsumsatzes für kulturelle, soziale und wirtschaftspolitische Zwecke aufgewendet werden muss. Jährlich wird ermittelt, ob zu viel oder zu wenig für das Kulturprozent ausgegeben wurde. Minderausgaben müssen innerhalb von fünf Jahren verwendet werden.

Die Revisionsstelle PricewaterhouseCoopers AG empfiehlt der Delegiertenversammlung des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) die Jahresrechnung des MGB vorbehaltlos zur Genehmigung.