

Bericht der Präsidenten

Andrea Brogini, Präsident der Verwaltung **Herbert Bolliger, Präsident der Generaldirektion**

Die Schweizer Wirtschaft hatte aufgrund der weltweiten Finanz- und Schuldenkrise sowie des schwachen Euro erneut ein anspruchsvolles Jahr. Die Migros-Gruppe hat sich im schwierigen Umfeld sehr gut behauptet. Sie erzielte einen Umsatz von CHF 24.999 Mrd. oder 0.6% mehr als im Vorjahr.

Das vergangene Jahr war gekennzeichnet durch eine angespannte Stimmung in der Schweizer Wirtschaft, die sich auch auf die Stimmung der Konsumenten übertragen hat. So verzeichnete der **Konsumentenindex** einen Rückgang von 0.7% (2011: +0.2%). Die Preise der Inlandgüter blieben im Durchschnitt unverändert, diejenigen der Importgüter gingen um 2.7% zurück. Diese Entwicklung spiegelt die Situation am Währungsmarkt, der von einem schwachen Euro geprägt ist.

Der **Umsatz** der Migros-Gruppe erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 140 Mio. oder 0.6% auf CHF 24.999 Mrd. (2011: CHF 24.859 Mrd.). Das gute Resultat gelang trotz massiven Preisabschlägen sowie einem rückgängigen Umsatz im Reisegeschäft.

Das Ergebnis vor Finanzerfolg, Ertragssteuern und Vorsorgeeffekt (EBIT) der Migros-Gruppe liegt im Berichtsjahr mit CHF 985.6 Mio. um 0.7% über dem Vorjahr (2011: CHF 979.0 Mio.). Die Verbesserung resultiert einerseits aus der stabilen Bruttomarge im Genossenschaftlichen Detailhandel. Neben Effizienzprogrammen sind auch das Beschaffungsmanagement, die Rohstoffpreissituation und die Wechselkurse dafür verantwortlich. Andererseits wirken sich die Verstärkung des Grosshandelsgeschäftes sowie der Verkauf des Verpackungsgeschäftes im Vorjahr entsprechend aus.

Die Investitionen in der Höhe von CHF 1'224.8 Mio. (2011: CHF 1'265.3 Mio.) blieben auf sehr hohem Niveau. Damit war die Migros 2012 wiederum ein wichtiger wirtschaftlicher Partner in der Schweiz und sicherte Tausende von Arbeitsplätzen. Bedeutende Investitionen erfolgten im Bereich Genossenschaftlicher Detailhandel, in den Geschäftsbereichen Handel und Industrie & Grosshandel wurde mit CHF 193.9 Mio. bzw. CHF 127.6 Mio. gegenüber dem Vorjahr etwas weniger investiert.

Im **Genossenschaftlichen Detailhandel** war es uns dank besseren Einkaufskonditionen aufgrund des schwachen Euros und weiter optimierten Prozessen möglich, die Preise wiederum zu senken. Insgesamt wurden 2012 auf über 2000 Artikeln Preisabschläge im Umfang von CHF 204 Mio. vorgenommen, was eine durchschnittliche Minusteuerung von 1.4% bedeutet. Insbesondere die Fachmärkte Melectronics (-6.4%) und Micasa (-4.9%) profitierten von namhaften Preisreduktionen. Die Migros konnte damit ihren Vorsprung beim besten Preis-Leistungs-Verhältnis weiter ausbauen. Die Mitarbeitenden trugen massgeblich zum Erfolg bei.

Die Preisabschläge wirkten sich auf die **Umsätze und das Ergebnis** aus. Real konnte der Genossenschaftliche Detailhandel im Berichtsjahr 1% mehr umsetzen. Nominal ging der Umsatz um 0.4% (bereinigt um Sondereffekt) auf CHF 14.524 leicht zurück.

Das **Verkaufsnetz** der Migros vergrösserte sich 2012 um acht auf 631 Standorte. Die Verkaufsfläche für die Super-/Verbrauchermärkte, für Fachmärkte und die Gastronomie wuchs dadurch um 12'341 m² auf 1'344'738 m², das entspricht einem Zuwachs von 0.9%.

1'225 Mio.

investierte die Migros
im Berichtsjahr.



«Die Migros konnte dank namhaften Preisreduktionen ihren Vorsprung beim besten Preis-Leistungs-Verhältnis weiter ausbauen. Die Mitarbeitenden trugen massgeblich zu diesem Erfolg bei.»

Herbert Bolliger
Präsident der Generaldirektion

«Die Grundlage für die gesunde Entwicklung der Migros-Gruppe bilden das genossenschaftliche Handeln, die regionale Verankerung sowie Werte wie Glaubwürdigkeit, professionelle Leidenschaft und Verantwortungsbewusstsein.»

Andrea Brogini
Präsident der Verwaltung

Highlights und Innovationen: Online-Handel, Famigros, Bio-Supermärkte

Der **Online-Handel** wurde 2012 gezielt forciert, womit die Migros-Gruppe ihre Position als Nummer eins im Online-Geschäft stärkte. Nach Melectronics und Micasa konnte mit SportXX ein weiterer Online-Shop eröffnet werden, zudem übernahm die Migros eine Minderheitsbeteiligung von 30% an der Galaxus AG mit ihren Online-Shops digitec.ch und galaxus.ch

Mit **LeShop** ist die Migros weiterhin mit Abstand der grösste Online-Food-Händler der Schweiz. Ihre Dienstleistungen baut LeShop.ch laufend aus. Besonders erfolgreich war die neue iPad-App, über die bereits 23% des Gesamtumsatzes von CHF 149.5 Mio. erzielt werden. Neue Abholstellen wie LeShop.ch DRIVE und LeShop.ch RAIL bewährten sich.

Hotelplan Suisse lancierte erfolgreich die neu gestaltete «Dynamic-Touroperating»-Plattform, die dem Reiseveranstalter ein vielversprechendes Wachstumsfeld eröffnet.

Unter dem Namen «**Famigros**» lancierte die Migros Anfang Jahr im Genossenschaftlichen Detailhandel einen Familien-Club. Dieser verfolgt das Ziel, Familien in all ihren Lebensphasen zu begleiten.

Im Frühjahr erhöhte die Migros ihre Beteiligung an **Cash+Carry Angehrn** auf 80%, was zu einer markanten Umsatzsteigerung im Grossverbrauchergeschäft führte.

Weitere Highlights 2012 waren die Lancierung des ersten **Alnatura-Bio-Supermarktes** in Zürich sowie die Übernahme des deutschen Detailhandelsunternehmens **tegut** durch die Genossenschaft Migros Zürich auf Anfang Januar 2013.

Nachhaltigkeit: Versprechen an die Generation M

2012 lancierte die Migros das Nachhaltigkeitsprogramm «**Generation M**», mit dem sie sich langfristig verpflichtet, die Umwelt zu schützen, den nachhaltigen Konsum zu fördern, gegenüber Gesellschaft und Mitarbeitenden sozial und vorbildlich zu handeln sowie sich für einen gesunden Lebensstil einzusetzen.

Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist im Unternehmensleitbild und in der Gruppenstrategie der Migros verankert. 2012 hat die Migros ihr Verständnis von Nachhaltigkeit in der Gruppenstrategie präzisiert und das Verantwortungsbewusstsein als zusätzlichen Kernwert aufgenommen. Für die gesamte Migros-Gruppe gelten zudem soziale und ökologische Basisanforderungen.

Im Berichtsjahr wurde zudem das Angebot an **nachhaltigen Produkten** weiter vergrössert. Ein starkes Wachstum verzeichneten insbesondere die Labels Migros Bio, MSC (Fisch aus nachhaltigem Fischfang), FSC (Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft) und Topten. Nach dem Kaffee werden nun auch Kakao und Tee aus sozial- und umweltverträglichem Anbau zertifiziert nach UTZ Certified bezogen.

Das **Migros-Kulturprozent** hat 2012 wiederum CHF 125 Mio. in Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft investiert, z.B. in die Konzertreihe «Classics» oder das Tanzfestival «Steps». Diese Institution, die auf die Idee von Gottlieb Duttweiler zurückgeht, stellt ein weltweit einzigartiges Engagement dar. Aus Anlass des 50. Todestages des Migros-Gründers wurde in Rüschlikon im vergangenen Jahr der Orange Garten mit einem Pavillon eröffnet, der mit modernster Technologie die Unternehmensgeschichte darstellt.

In Ergänzung zum Migros-Kulturprozent wurde zudem der Förderfonds «**Engagement Migros**» ins Leben gerufen. Mit diesem Fonds verpflichten sich die weiteren Unternehmen der Migros-Gruppe, 10% ihrer Dividende für die Unterstützung von Projekten aus den Bereichen Kultur, Nachhaltigkeit, Wirtschaft und Sport zu investieren.

Im Rahmen ihrer **Sponsoring-Aktivitäten** verpflichtet sich die Migros den Werten der Swissness, Regionalität und Nachhaltigkeit. 2012 unterstützte sie Schwingveranstaltungen, Open-Air-Festivals und den WWF. Eine neue Partnerschaft ging sie mit dem Schweizer Alpen-Club SAC ein.

Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist im Unternehmensleitbild und in der Gruppenstrategie der Migros verankert.

Kundenzufriedenheit

Befragungen der Kundinnen und Kunden zeigten 2012, dass sie mit der Produktauswahl, dem Dienstleistungsangebot und dem Preis-Leistungs-Verhältnis der Migros sehr zufrieden sind. Der Austausch über M-Infoline, Migipedia und die sozialen Netzwerke wie Facebook oder Twitter erfreut sich wachsender Nachfrage. Der Dialog ist Ausdruck des grossen Vertrauens der Genossenschafterinnen und Genossenschafter sowie der Kundinnen und Kunden in die Migros.

3358

Lernende wurden in über
40 Berufen ausgebildet.

Führungsgremien und Mitarbeitende

In den Führungsgremien ist es 2012 zu Wechseln gekommen: Andrea Broggini wurde als Präsident der Verwaltung des MGB gewählt. Er ersetzte Claude Hauser, der altershalber ausschied. Aus der Generaldirektion des MGB zog sich Gisèle Girgis, Leiterin des Departements HR, Kultur + Soziales, Freizeit zurück. Auf sie folgte Fabrice Zumbrunnen, der zuvor die Genossenschaft Migros Neuenburg-Freiburg leitete.

Ende 2012 beschäftigte die Migros 87'461 Mitarbeitende. Sie ist damit weiterhin die grösste private Arbeitgeberin der Schweiz. Die Zunahme um 1068 Mitarbeitende ist vorwiegend durch die Akquisition der CCA und die Expansion bei der Gries Deco Company bedingt. Im Berichtsjahr wurden 3358 Lernende in über 40 Berufen ausgebildet.

Unverwechselbarkeit

Der Erfolg der Migros basiert auf einer langfristig ausgerichteten Strategie im Interesse aller Stakeholder. Sie stellt im Sinne ihres Gründers Gottlieb Duttweiler die soziale Verantwortung in den Mittelpunkt und bekennt sich zum Global Compact.

Die Grundlage für die gesunde Entwicklung der Migros-Gruppe bilden das genossenschaftliche Handeln, die regionale Verankerung sowie Werte wie Glaubwürdigkeit, die professionelle Leidenschaft durch Offenheit, Neugierde, Interesse und Verantwortungsbewusstsein.

Ausblick

Die Migros ist ein kerngesundes, innovatives und profitables Unternehmen, das in der Schweizer Bevölkerung grösstes Vertrauen genießt. Die Hausaufgaben wurden in guten Zeiten gemacht; das lässt sie auch in einem anspruchsvollen Umfeld verantwortungsvoll und mit Selbstvertrauen agieren.

Das Unternehmen wird weiterhin Effizienzgewinne und tiefere Beschaffungskosten konsequent in Form von günstigeren Preisen weitergeben. 2013 werden sich jedoch auch steigende Preise in verschiedenen Rohstoffmärkten auf die Verkaufspreise auswirken. Die Migros wird auch künftig den Online-Handel forcieren und alles unternehmen, um das beste Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten. Gleichzeitig verspricht sie, neben der Stärkung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit ihr soziales und ökologisches Engagement auszuweiten. Dies ganz im Sinne ihrer Leitidee, sich mit Leidenschaft für die Lebensqualität ihrer Genossenschafterinnen und Genossenschafter, Kundinnen und Kunden einzusetzen.



Andrea Broggini Präsident der Verwaltung



Herbert Bolliger Präsident der Generaldirektion