

Bericht der Präsidenten

Trotz schwacher Konjunktur in der EU ist die Schweizer Wirtschaft auch 2014 kräftig gewachsen. Das Brutto-Inlandprodukt nahm um 2% zu. Die Migros-Gruppe hat sich mit einem Wachstum von 2.1% und einem Umsatz von CHF 27.3 Mrd. ausgezeichnet entwickelt und konnte erneut Marktanteile zulegen.



Andrea Broggin, Präsident der Verwaltung (rechts)
Herbert Bolliger, Präsident der Generaldirektion (links)

Die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten beurteilten Anfang 2014 die allgemeinen Wirtschaftsaussichten noch positiv, Ende Jahr waren sie kritischer. Auch die Aussichten für die persönliche finanzielle Lage und die Entwicklung der Arbeitslosigkeit schätzten sie pessimistischer ein. Entsprechend sank der Gesamtindex der Konsumentenstimmung mit - 11 Punkten unter den langjährigen Durchschnitt von - 9 Punkten. Die Jahresteuern betrug 0% und der Einkaufstourismus legte erneut zu.

In diesem Umfeld erreichte die Migros-Gruppe ein ausgezeichnetes Wachstum von 2.1% und erwirtschaftete insgesamt CHF 27.3 Mrd. Umsatz. Erstmals im Ertrag enthalten ist der Umsatz von Schild, der Ospena Group AG (Restaurants Molino; ab 1.6.2014), von SweetWorks in den USA (ab 1.4.2014) und des Ferienhausvermittlers Inter Chalet.

CHF 27.3 Mrd.

Umsatz erwirtschaftete die Migros-Gruppe
2014, 2.1% mehr als im Vorjahr.

Nachhaltige Entwicklung

Die gesunde Entwicklung in allen Geschäftsfeldern zeigt, dass in den letzten Jahren die richtigen strategischen Massnahmen getroffen wurden. Dies gilt auch für das soziale, ökologische und kulturelle Engagement, das im Nachhaltigkeitsprogramm Generation M zusammengefasst ist. Die renommierte Ratingagentur Oekom Research untersucht die wichtigsten Handelsunternehmen weltweit. Die Migros-Gruppe erreichte 2014 mit Abstand das beste Resultat und ist somit die nachhaltigste Detailhändlerin der Welt.

Das Ergebnis vor Finanzerfolg, Ertragssteuern und Vorsorgeeffekt (EBIT) der Migros-Gruppe liegt im Berichtsjahr mit CHF 1'148.2 Mio. um 10% über dem Vorjahr (2013: CHF 1'043.9 Mio.). Die Verbesserung resultiert aus einem nachhaltigen Kostenmanagement, Effizienzprogrammen und dem Beschaffungsmanagement.

Die Investitionen blieben mit CHF 1'640.9 Mio. (2013: CHF 1'324.2 Mio.) auf sehr hohem Niveau. Damit war Migros 2014 wiederum ein wichtiger wirtschaftlicher Partner in der Schweiz und half mit, Tausende von Arbeitsplätzen zu sichern. Bedeutende Investitionen erfolgten insbesondere in den Geschäftsfeldern Genossenschaftlicher Detailhandel und Handel mit CHF 1'202.8 Mio. bzw. CHF 189.8 Mio. (Vorjahr CHF 941.8 Mio. bzw. CHF 174.4 Mio.).

Der Detailumsatz im Kerngeschäft, d.h. der Nettoumsatz aller Detailhandelsunternehmen von Migros (nicht konsolidiert), stieg nominal um 0.8% auf CHF 23.05 Mrd. Ohne Migrol betrug er im Inland CHF 19.612 Mrd., was einem Plus von 2.3% entspricht. Der Detailumsatz im Ausland verringerte sich im Vergleich zum Vorjahr um CHF 17.9 Mio. oder 1.0% auf CHF 1.817 Mrd. Der Umsatzrückgang ist vor allem auf den Verkauf des Filialgeschäfts der Migros Deutschland zurückzuführen sowie auf die tegut-Gruppe und Migros France.

Der Umsatz im Genossenschaftlichen Detailhandel im Inland lag bei CHF 14.604 Mrd. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 1.0%. Begleitet von der Kampagne "Von uns. Von hier." der M-Industrie entwickelten sich die Migros-Eigenmarken erfreulich. Inklusiv Ausland stiegen die Umsätze im Genossenschaftlichen Detailhandel um 0.4% auf CHF 15.91 Mrd. Die Ausland-Umsätze der Genossenschaften haben sich um insgesamt CHF 75.9 Mio. (5.5 %) verringert.

Marktführerschaft weiter ausgebaut

Insgesamt wurden für knapp CHF 2.5 Mrd. Produkte mit ökologischem oder sozialem Mehrwert verkauft. Die Nachfrage nach Produkten des Labels "Aus der Region. Für die Region." stieg um über 5%. Insgesamt konnte mit nachhaltigen und regionalen Produkten ein Umsatz von CHF 3.343 Mrd. erzielt werden.



Das Verkaufsstellennetz der Migros umfasste Ende 2014 insgesamt 648 Standorte, neun mehr als im Vorjahr. Sechs Standorte wurden geschlossen, 15 neue eröffnet, neun Ersatzneubauten erstellt und fünf grössere Um- und Erweiterungsbauten vorgenommen.

Befragungen im Berichtsjahr zeigten, dass die Kundenzufriedenheit sehr hoch ist. Kundinnen und Kunden der Migros sind mit der Produktauswahl, dem Dienstleistungsangebot und dem Preis-Leistungs-Verhältnis äusserst zufrieden. Der Austausch über die Kommunikationsplattformen M-Infoline und Migipedia sowie über Facebook oder Twitter erfreut sich wachsender Nachfrage. Der Dialog ist Ausdruck der engen Kundenbindung.

Im E-Commerce-Geschäft konnte Migros ihre unbestrittene Position als Marktführerin erneut ausbauen. Der Online-Umsatz überstieg erstmals die Milliardengrenze und betrug CHF 1.086 Mrd. (plus 16.6%). Die wichtigsten Treiber sind LeShop.ch, die Online-Aktivitäten der Hotelplan-Gruppe, das Online-Geschäft von Ex Libris, die Office-World-Gruppe, Migrol, Probikeshop, Micasa, SportXX, Melectronics, Denner, Frey, Delica und Gries Deco. Im Online-Detailhandelsbereich wurden CHF 881.7 Mio. erzielt (plus 19.1%).

Die M-Industrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland weiter ausbauen. Sie erzielte einen Umsatz von CHF 6.016 Mrd. (Vorjahr CHF 5.764 Mrd.), was einem Plus von 4.4% entspricht. Im Umsatz enthalten ist seit 01.04.2014 auch das Ergebnis der in den USA domizilierten Unternehmensgruppe SweetWorks.

Der Umsatz der Hotelplan-Gruppe erhöhte sich um 17.0% auf CHF 1.322 Mrd. (2013: CHF

Die Migros-Gruppe erreichte 2014 mit Abstand das beste Resultat weltweit beim Oekom Rating.

Die M-Industrie konnte ihre Marktstellung im In- und Ausland weiter ausbauen; ihr Umsatz wuchs um 4.4%.

1.130 Mrd.). Zum organischen Wachstum haben vor allem der Schweizer Reiseveranstalter Hotelplan Suisse, die Interhome-Gruppe sowie Hotelplan UK beigetragen. Der Hauptanteil der Umsatzzunahme ist auf die Vollkonsolidierung der Inter Chalet Ferienhaus GmbH zurückzuführen.

Die Migros Bank setzte ihren Wachstumskurs fort. Der kräftige Zustrom an Kundengeldern hielt an und das Volumen der Hypothekarkredite entwickelte sich weiterhin erfreulich. Die Bilanzsumme übertraf im Berichtsjahr erstmals CHF 40 Mrd. Der Geschäftsertrag und der Bruttogewinn erreichten ebenfalls neue Höchstwerte.

Vielfältige gesellschaftliche Verantwortung

Das Migros-Kulturprozent hat 2014 aus dem Umsatz des Genossenschaftlichen Detailhandels wiederum CHF 122.3 Mio. in Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft investiert, z.B. in die Konzertreihe Classics oder das Migros Museum für Gegenwartskunst. Die Institution, die auf die Idee von Gottlieb Duttweiler zurückgeht und in den Statuten der Migros verankert ist, stellt eine weltweit einzigartige freiwillige Verpflichtung dar.

In Ergänzung zum Migros-Kulturprozent wurde 2012 der Förderfonds Engagement Migros der Migros-Gruppe ins Leben gerufen. Mit diesem Fonds verpflichten sich die Unternehmen aus den Strategischen Geschäftsfeldern Handel, Finanzdienstleistungen und Reisen, 10% ihrer Dividende für die Unterstützung von Projekten aus den Bereichen Kultur, Nachhaltigkeit, Wirtschaft und Sport zu investieren. 2014 wurden insgesamt CHF 9.8 Mio. zur Verfügung gestellt (ausgegeben CHF 6.1 Mio.).

CHF 9.8 Mio.

stellte der Förderfonds Engagement Migros zur Verfügung.

Ende 2014 beschäftigte die Migros-Gruppe insgesamt 97'456 Mitarbeitende, davon rund 84'000 in der Schweiz. Die Zunahme um 3.4% (2013: 7.8%) ist hauptsächlich auf Veränderungen im Konsolidierungskreis zurückzuführen. Migros ist weiterhin die grösste private Arbeitgeberin der Schweiz. Mit überdurchschnittlichen Sozialleistungen und einem von Wertschätzung geprägten Arbeitsklima übernimmt sie gegenüber ihren Mitarbeitenden besondere Verantwortung.

Der Erfolg des Unternehmens 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 zu den zehn Prinzipien des Global Compact.

Die Grundlage für die gesunde Entwicklung der Migros-Gruppe bilden das genossenschaftliche Gedankengut, die nationale und regionale Verankerung sowie die Verpflichtung, sich mit professioneller Leidenschaft glaubwürdig, leistungsorientiert und verantwortungsbewusst für die Kundinnen und Kunden einzusetzen.

Ausblick

Migros ist ein kerngesundes, innovatives und profitables Unternehmen, das in der Schweizer Bevölkerung grösstes Vertrauen geniesst. Sie wird weiterhin Effizienzgewinne und tiefere Beschaffungskosten konsequent in Form von günstigeren Preisen weitergeben. Auch künftig wird sie den Online-Handel forcieren und alles tun, um das beste Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten. Gleichzeitig verspricht sie, neben der Stärkung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit das soziale und ökologische Engagement auszuweiten und ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen.



Migros verpflichtet sich langfristig, die Umwelt zu schützen, den nachhaltigen Konsum zu fördern, gegenüber Gesellschaft und Mitarbeitenden sozial und vorbildlich zu handeln und sich für einen gesunden Lebensstil einzusetzen. Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist im Unternehmensleitbild und in der Gruppenstrategie der Migros verankert. Dies ganz im Sinne der Leitidee, sich mit Leidenschaft für die Lebensqualität ihrer Genossenschafterinnen und Genossenschafter, Kundinnen und Kunden einzusetzen.

"Mit Leidenschaft für
Lebensqualität"

Migros Leitidee

Handwritten signature of Andrea Brogгинi in black ink.

Andrea Brogгинi, Präsident der Verwaltung

Handwritten signature of Herbert Bolliger in black ink.

Herbert Bolliger, Präsident der
Generaldirektion