

Genossenschaftlicher Detailhandel

Im Kerngeschäft Genossenschaftlicher Detailhandel stieg der Umsatz 2014 um 0.4% auf CHF 15.910 Mrd. In der Schweiz betrug der Umsatz CHF 14.604 Mrd., was einem Wachstum von 1.0% entspricht. Die zehn Migros-Genossenschaften gewannen erneut Marktanteile und steigerten die Kundenfrequenzen.

Finanzzahlen Genossenschaftlicher Detailhandel

Genossenschaftlicher Detailhandel

Mio. CHF	2013	2014	Veränderung zum Vorjahr
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen			
Genossenschaften (inkl. Ausland)	15'844.3	15'910.2	0.4%
MGB	5'186.1	5'258.8	1.4%
Logistik	332.5	343.1	3.2%
Weitere Unternehmen	204.9	287.5	40.3%
Total Nettoerlöse aus Lieferungen u. Leistungen	21'567.8	21'799.6	1.1%
Andere betriebliche Erträge	175.9	190.4	8.2%
Eliminationen	-5'081.4	-5'124.6	0.9%
Total Ertrag	16'662.3	16'865.4	1.2%
Ergebnis vor Finanzerfolg, Ertragssteuern und Vorsorgeeffekt (EBIT)	579.9	605.2	4.4%
Segmentaktiven	9'434.7	9'993.4	5.9%
Investitionen in langfristiges Vermögen	941.8	1'202.8	27.7%
Mitarbeitende (Jahresdurchschnitt)	64'579	65'758	1.8%

Vertriebsnetz Genossenschaftlicher Detailhandel

Vertriebsnetz Genossenschaftlicher Detailhandel

	Anzahl Standorte		Verkaufsfläche (m2)	
	2013	2014	2013	2014
Vertriebsstandorte Schweiz				
Migros-Standorte				
M	306	310	240'211	245'034
MM	212	212	497'185	481'293
MMM	43	47	343'734	368'376
Total	561	569	1'081'130	1'094'703
MParcs/Fachmarktcenter/Obi	43	42	249'309	251'237
Spezialläden ^[1]	29	29	16'621	14'363
Total	72	71	265'930	265'600
Eigenständige Restaurants	6	8	1'604	1'779
Total Standorte	639	648	1'348'664	1'362'082

Vertriebslinien Schweiz				
Supermärkte				
M, MM und MMM	561	569	885'353	895'245
Übrige Supermärkte ^[2]	11	11	13'033	13'037
Total Supermärkte	572	580	898'386	908'282
Fachmärkte				
Do It+Garden	48	47	105'602	106'417
Micasa	27	28	72'488	73'029
sportXX	54	57	64'877	68'306
m-electronics	72	72	35'644	35'160
Obi-Baumarkt/Garten	10	10	80'107	80'109
Total Fachmärkte	211	214	358'718	363'021
Migros-Gastronomie				
M-Restaurants eigenständig	6	8	1'604.00	1'779
M-Restaurants integriert	186	183	89'956.00	89'000
Total Restaurants	192	191	91'560.00	90'779
Vertriebsstandorte Ausland				
Frankreich (Migros France)				
MMM	2	2	9'947.00	10'789
MM	1	1	1'317.00	1'317
Deutschland				
Tegut...	280	280	294'923	293'779
Total Ausland	283	283	306'187	305'885
Grosshandel Genossenschaften und Diverse				
Migros Partner	62	60	-	-
VOI	23	30	-	-
Freizeit, Gesundheit und Stiftungen				
Fitness-/Wellnessparks ^[3]	63	70	-	-
Medbase Gesundheitszentren	12	12	-	-
Aquaparks	3	3	-	-
Sportparks	3	3	-	-
Golfparks	8	8	-	-
Stiftungen "Park im Grünen"	4	4	-	-

1 Anatura Bio-Supermärkte, Outlets usw.

2 In MParcs oder Fachmarktcenter integriert

3 Inkl. Tochtergesellschaften (Activ Fitness, Flower Power, One TC, MFIT, Elements Deutschland)

Der Genossenschaftliche Detailhandel wurde im Berichtsjahr erneut durch den weiterhin boomenden Einkaufstourismus und starke Konkurrenten geprägt. Dennoch verzeichneten die zehn regionalen Migros-Genossenschaften eine gesunde Wachstumsdynamik. In der Schweiz betrug der Umsatz in den Supermärkten CHF 11.829 Mrd., was einer Steigerung gegenüber Vorjahr um 1.6% entspricht.

Nach dem Motto "Was uns am Herzen liegt, das machen wir selber!" und begleitet von der Marketing-Kampagne "Von uns. Von hier.", entwickelten sich die Migros-Eigenmarken sehr erfreulich. Die Kundenfrequenz erhöhte sich um 1.3% auf insgesamt 341.5 Mio. Einkäufe. Der durchschnittliche Umsatz pro Einkauf betrug wie im Vorjahr CHF 34.

CHF 15.910 Mrd.

betrug der Umsatz im
Genossenschaftlichen Detailhandel.

Die Fachmärkte Micasa, SportXX, Melectronics, Do it + Garden und OBI erzielten einen Umsatz von CHF 1.673 Mrd. (-0.6%). Die Kundenfrequenz war mit 39 Mio. Einkäufen leicht rückläufig gegenüber Vorjahr (-2.5%). Im Schnitt wurde in den Fachmärkten für CHF 40 eingekauft (+1.5%).

Inklusive Gastronomie, Klubschulen, Freizeitanlagen etc. betrug das Wachstum bei den regionalen Migros-Genossenschaften in der Schweiz 1.0%, der Umsatz erhöhte sich auf CHF 14.603 Mrd. Die durchschnittliche Teuerung auf allen Migros-Sortimenten belief sich auf 0.3%.

Die Ausland-Umsätze der regionalen Migros-Genossenschaften sind gegenüber Vorjahr um CHF 75.9 Mio. (-5.5%) zurückgegangen. Der Rückgang ist auf die negative Umsatzentwicklung bei der Tegut-Gruppe mit CHF 1.176 Mrd. (-2.1%), der Migros France mit CHF 129.7 Mio (-7.9%) und den Verkauf des Filialgeschäfts der Migros Deutschland zurückzuführen. Im In- und Ausland stiegen die Umsätze im genossenschaftlichen Detailhandel um 0.4% auf CHF 15.910 Mrd.

Nachhaltige und regionale Produkte: markante Gewinne

Im Berichtsjahr konnte die Migros ihren Umsatz mit nachhaltigen Produkten um erfreuliche 10.4% steigern. Insgesamt wurden für knapp CHF 2.5 Mrd. Produkte mit ökologischem oder sozialem Mehrwert verkauft. Grösste Wachstumstreiber waren das Bio-Sortiment (+14.8%), das UTZ-Label für Produkte aus sozial- und umweltverträglichem Anbau (+47.1%) sowie Produkte aus nachhaltiger Fischerei und Fischzucht mit den Labels MSC und ASC (+21.1%).

CHF 3.343 Mrd.

Umsatz konnte mit nachhaltigen und regionalen Produkten erzielt werden.

Die Nachfrage nach Produkten "Aus der Region. Für die Region" (AdR) stieg um über 5.0%. Der Umsatz mit dem bereits vor 15 Jahren lancierten AdR-Label lag bei über CHF 870 Mio. Insgesamt konnte mit nachhaltigen und regionalen Produkten ein Umsatz von CHF 3.343 Mrd. erzielt werden.

Weitere Versprechen für die Generation M

Das Nachhaltigkeitsprogramm [<http://www.migros.ch/generation-m>] Generation M [<http://www.migros.ch/generation-m>] stiess 2014 auf positive Reaktionen: Eine repräsentative Umfrage ergab, dass es einer breiten Bevölkerung in der Schweiz bekannt ist. Seit der Lancierung des Programms im Jahr 2012 hat Migros insgesamt 61 verbindliche Versprechen an die Generation von morgen abgegeben, die teilweise bereits erfüllt sind.

Im Berichtsjahr hat die Migros sieben neue Versprechen lanciert. Bei zwei Versprechen geht es um den Schutz der Biodiversität. So will das Unternehmen gänzlich auf Insekten- und Pflanzenschutzmittel verzichten, die Bienen gefährden. Zudem will es bis Ende 2015 mindestens 2.5 Mio. Quadratmeter naturnahen Lebensraum für Tiere und Pflanzen schaffen.