

Ausblick & Ziele

Nachhaltig, innovativ und mit den Stakeholdern im Dialog: Migros bleibt ihren erfolgreichen Geschäftsprinzipien treu und weitet ihr gesellschaftliches Engagement kontinuierlich auf die gesamte Unternehmens-Gruppe aus.

Prognosebericht für das laufende Jahr

Migros erwartet für das Jahr 2015 grundsätzlich eine kontinuierliche Weiterentwicklung in ihren Strategischen Geschäftsfeldern. Durch die Freigabe des Wechselkurses zum Euro hat der Franken eine signifikante Aufwertung erfahren. Bleibt diese Situation bestehen, muss mit einem negativen Einfluss auf Umsatz und Ergebnis der Migros-Gruppe gerechnet werden.

Dies wird durch das Zusammenspiel mehrerer Effekte bedingt. Dazu gehören u.a. die Weitergabe sinkender Einkaufspreise an die Kundschaft, die Entwicklung des Einkaufstourismus, der erschwerte Export von Produkten der M-Industrie sowie der Umrechnungseffekt auf Umsätze und Ergebnisse ausländischer Gruppengesellschaften. Eine quantitative Abschätzung ist derzeit aufgrund der unklaren Prognosen in Bezug auf die Entwicklung der Schweizer Gesamtwirtschaft wie auch des Frankenwechelkurses vor allem zum Euro nicht möglich.

Einen positiven Beitrag werden auf alle Fälle die Konsolidierung der akquirierten Firmen, insbesondere von Digitec/Galaxus, liefern.

Der Druck auf Umsatz und Ergebnis bedeutet für alle Unternehmen der Migros-Gruppe, dass die ohnehin geplanten und eingeleiteten Massnahmen zur Effizienz- und Ertragssicherung forciert und die Arbeiten im Bereich Innovation verstärkt werden.

Um den veränderten Kundenbedürfnissen entgegenzukommen, wird Migros in verschiedenen Formaten auch in den kommenden Jahren den Bereich e-Commerce und Cross-Channel-Management weiter verstärken.

Auch an den geplanten Investitionen für das laufende Jahr soll festgehalten werden, um damit langfristig die Wettbewerbsfähigkeit weiter zu stärken und eine solide Basis für weiteres Wachstum zu legen.

Mittelfrist-Perspektive

Der Vision "Migros – täglich besser leben" folgend, wird Migros auch in Zukunft alles daran setzen, bei Kundinnen und Kunden, Mitarbeitenden und in der Öffentlichkeit als das führende Unternehmen für Lebensqualität anerkannt zu werden.

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.

Im Sinne des Migros-Gründers Gottlieb Duttweiler nimmt das Unternehmen neben seiner wirtschaftlichen auch seine soziale Verantwortung wahr. Es investiert u.a. einen Teil des Umsatzes in kulturelle und soziale Projekte und lässt dadurch eine breite Öffentlichkeit an gesellschaftlichen Fragestellungen teilhaben.

In Ergänzung zum Migros-Kulturprozent, das aus dem Umsatz des genossenschaftlichen Detailhandels finanziert wird, setzt die Migros-Gruppe mit dem Förderfonds Engagement Migros weitere Mittel für Projekte aus den Bereichen Kultur, Nachhaltigkeit, Wirtschaft und Sport ein. Das Unternehmen erstreckt somit sein gesellschaftliches Engagement über die gesamte Gruppe.

Mit dem Nachhaltigkeitsprogramm Generation M verpflichtet sich Migros langfristig, die Umwelt zu schützen, den bewussten Konsum zu fördern und gegenüber Gesellschaft und Mitarbeitenden sozial und vorbildlich zu handeln. Das Angebot an nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen wird kontinuierlich erweitert.

Auch unter schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen hält das Unternehmen an den strategischen Kernzielen fest: Die Marktführerschaft im Schweizer Detailhandel sowie eine führende Rolle in den andern Geschäftsfeldern, ein verstärktes Wachstum im Ausland, sei es durch organisches Wachstum, durch strategische Allianzen oder Akquisitionen, sowie ein profitables Wachstum.

Migros wird alles unternehmen, um ihren Kundinnen und Kunden auch in Zukunft das beste Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten.

Im operativen Geschäft setzt die Migros-Gruppe auf Innovationen in der Produktpalette und den Ausbau der digitalen Geschäftsmodelle. Attraktive Cross-Channel-Angebote werden für Migros zum strategischen Faktor.

Mit Investitionen in den Ausbau der Infrastruktur wird die lokale Präsenz der Migros-Betriebe und das Filialnetz weiter gestärkt. Das Unternehmen setzt sich damit nicht zuletzt für die langfristige Sicherung ihrer Arbeitsplätze im In- und Ausland ein.