

# Bericht der Präsidenten

Die Migros-Gruppe steigerte 2019 den Umsatz um 0.8% auf CHF 28.683 Mrd. und legte in den strategischen Wachstumsfeldern Online, Discount und Convenience deutlich zu. Das operative Ergebnis vor Portfoliobereinigung wurde um 5.5% auf CHF 686 Mio. verbessert.



Sehr geehrte Damen und Herren

Die Migros-Gruppe hat 2019 **wichtige Schritte zur verstärkten Fokussierung auf ihr Kerngeschäft** und zur Steigerung des Preis-Leistungs-Verhältnisses für ihre Kundinnen und Kunden unternommen. Schwerpunkte waren die strategischen Wachstumsfelder Online, Discount und Convenience. Der Prozess zur Anpassung des Portfolios im Non-Food-Bereich konnte lanciert und innerhalb weniger Monate mit dem Verkauf der Gries Deco-Gruppe, der Filialen von Interio, von m-way sowie Globus (Februar 2020) erfolgreich abgeschlossen werden.

Der konsolidierte Umsatz der Migros-Gruppe erreichte CHF 28.683 Mrd., was gegenüber dem Vorjahr einem Wachstum von 0.8% entspricht. Damit hat die Migros den **grössten Umsatz ihrer Unternehmensgeschichte erwirtschaftet** und die Kundenfrequenz um 0.8% auf 353 Mio. Einkäufe erhöht.

In ihren Supermärkten hat die Migros die **Preise der beliebtesten Produkte für die Kundinnen und Kunden gesenkt** und die Qualität wichtiger Eigenprodukte erhöht. Mit der breit angelegten Initiative zur Steigerung des Preis-Leistungs-Verhältnisses fokussierte sie sich noch stärker auf die in den Statuten festgelegten Werte. Sie leistet einen entscheidenden Beitrag dazu, dass sich die Bevölkerung in der Schweiz mit qualitativ hochwertigen, gesunden und nachhaltigen Produkten zu fairen Preisen ernähren kann.

Mit dem Migros-Kulturprozent unterstützte die Migros im Berichtsjahr mit CHF 118 Mio. wichtige Projekte in den Bereichen Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft. Damit leistete sie einen **freiwilligen Beitrag an das Gemeinwohl und den Zusammenhalt** in der Gesellschaft. In Ergänzung zum Migros-Kulturprozent unterstützte der Förderfonds Engagement Migros 62 Projekte aus den Bereichen Kultur, Nachhaltigkeit, Wirtschaft und Innovation mit insgesamt CHF 18 Mio.

## **Portfoliobereinigungen belasten das finanzielle Ergebnis**

Das Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) vor Portfoliobereinigung der Migros-Gruppe liegt im Berichtsjahr mit CHF 686 Mio. um 5.5% über dem Vorjahr. Diese positive Entwicklung ist auf umfassende, erfolgreich umgesetzte **Massnahmen entlang der Wertschöpfungskette** zurückzuführen. Damit ist es der Migros-Gruppe möglich, in neue Angebote zu investieren, das Einkaufserlebnis für ihre Kundinnen und Kunden weiter auszubauen und auf die veränderte Marktsituation auszurichten. Als Folge der Verluste durch die Veräusserungen der Depot-Gruppe und von m-way sinkt der Gruppengewinn jedoch um 29.6% auf CHF 335 Mio.

Die **Investitionen** bewegten sich mit CHF 1'574 Mio. (2018: CHF 1'516 Mio.) auf hohem Niveau.

Der **Detailumsatz im Inland**, der den Genossenschaftlichen Detailhandel und die Unternehmen des Strategischen Geschäftsfeldes Handel umfasst, wuchs im Vorjahresvergleich um 0.6% auf CHF 22.030 Mrd.

Der **konsolidierte Umsatz aus dem Genossenschaftlichen Detailhandel** sank 2019 leicht auf CHF 16.756 Mrd. (-0.6%). Die Super-/Verbrauchermärkte der Migros erwirtschafteten im Inland CHF 11.596 Mrd. (-1.4%). Denner hat sich trotz starkem Wettbewerb als führender Discounter in der Schweiz behaupten können.

Regionale und nachhaltige Produkte befanden sich 2019 erneut auf Wachstumskurs. Bei **Produkten mit ökologischem oder sozialem Mehrwert** lag der Umsatz bei CHF 3.148 Mrd. (+0.6%). Damit erwirtschaftete die Migros im Genossenschaftlichen Detailhandel jeden fünften Franken mit Produkten aus diesem zukunftssträchtigen Segment. Erstmals kauften Kundinnen und Kunden in der Migros biologische Lebensmittel im Umfang von über einer Milliarde Franken.

Im E-Commerce behauptete die Migros ihre Position als **Marktführerin im Schweizer Onlinehandel**. Der Onlineumsatz der Migros-Gruppe wuchs deutlich um 9.8% auf CHF 2.285 Mrd. Der Onlinehändler Digitec Galaxus erzielte einen Rekordumsatz von CHF 1.106 Mrd. (+16.1%).

Im Bereich Gesundheit hat Medbase/Santémed im vergangenen Jahr **das therapeutische und medizinische Angebot weiter ausgebaut**. Der Umsatz betrug CHF 226 Mio. (+50.8%). Nebst dem organischen Wachstum hat die Integration der Topwell-Apotheken in die Medbase-Gruppe massgeblich zur positiven Entwicklung beigetragen.

## **Wachstum der M-Industrie im Ausland**

Die M-Industrie baute 2019 ihre Marktstellung im Ausland weiter aus. Sie erzielte einen konsolidierten Umsatz von CHF 5.872 Mrd. (Vorjahr: CHF 5.829 Mrd.). Treiber für das Wachstum war primär das **erfolgreiche Auslandgeschäft mit einer Zunahme von 9.9%**. Insbesondere das südkoreanische Tochterunternehmen Gowoon Cosmetics verzeichnete hohe Wachstumsraten. Im Schweizer Markt war ein leichter Rückgang von 0.7% zu verzeichnen.

## **Hotelplan-Gruppe**

Die Hotelplan-Gruppe fokussierte sich im Geschäftsjahr 2018/2019 auf **qualitativ hochwertige Reisen und eine damit verbundene Margenverbesserung**. Der Reisekonzern erzielte einen Umsatz von CHF 1'188 Mio. (Vorjahr: CHF 1'259 Mio.). Die Passagierzahlen sanken um 6.8%. Das Ergebnis wurde durch externe Faktoren wie den Brexit und die Insolvenz von Thomas Cook beeinflusst.

## **Migros Bank**

Die Migros Bank ist 2019 in einem anspruchsvollen Umfeld erneut gewachsen. Das **Hypothekenvolumen verzeichnete ein Plus von 3.6%**. Erfreulich entwickelten sich auch das Anlage- und das Firmenkundengeschäft. Über alle Sparten hinweg stieg der Gewinn um 12.9% auf CHF 231 Mio.

## Gesellschaftliches Engagement

Das Migros-Kulturprozent investierte 2019 CHF 118 Mio. in die Bereiche Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft. Dazu gehören etwa die Klubschule Migros, das Gottlieb Duttweiler Institute (GDI) oder das Migros Museum für Gegenwartskunst. Das Migros-Kulturprozent wurde **von Gottlieb Duttweiler initiiert und 1957 in den Statuten verankert**.

In Ergänzung zum Migros-Kulturprozent wurde 2012 der Förderfonds Engagement Migros ins Leben gerufen. Mit dem Fonds verpflichteten 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 Innovation zu investieren. Im Berichtsjahr wurden insgesamt CHF 20 Mio. zur Verfügung gestellt (ausgegeben CHF 18 Mio.).

## Governance

Die regionale Verankerung ist für die Migros-Gruppe wichtig, nur so ist sie nahe bei ihren Kundinnen und Kunden. Ihre Strukturen widerspiegeln die Vielfalt der Schweiz und ihrer Regionen. Die Gruppe verfügt über **starke Werte und ausgezeichnete Kontrollsysteme und -prozesse**, um eine gute Unternehmensführung sicherzustellen. Identifizierte Probleme rasch zu lösen, ist aufgrund der dezentralen Zuständigkeiten jedoch nicht immer einfach. Aus diesem Grund hat die Migros 2019 entschieden, Möglichkeiten sorgfältig zu prüfen, um die Governance weiter zu entwickeln.

## Die Migros als Arbeitgeberin

2019 beschäftigte die Migros 106'119 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon waren 89'140 in der Schweiz tätig, **was einer Abnahme um 531 Stellen entspricht**. Bereinigt um die veräusserten Unternehmen im Departement Handel reduzierte die Migros-Gruppe 2019 die Anzahl Arbeitsplätze im Vergleich zum Vorjahr leicht um 357 (-0.4%).

Damit ist die Migros **weiterhin die grösste private Arbeitgeberin in der Schweiz**. Unser Ziel ist es, gegenüber den Mitarbeitenden mit überdurchschnittlichen Sozialleistungen und einem von Wertschätzung geprägten Arbeitsklima besondere Verantwortung zu übernehmen.

## Ausblick

Die Migros wird in Zukunft verstärkt **in die Profilierung im Kerngeschäft und in die Stärkung der Eigenindustrie investieren**. Der Ausbau des Convenience-Segments, digitale Vertriebskanäle sowie die Weiterentwicklung des Gesundheitsbereichs bilden die Schwerpunkte der weiteren Entwicklung. Damit baut die Migros-Gruppe ihr Angebot für ihre Kundinnen und Kunden in der ganzen Schweiz gezielt weiter aus.

Die Migros verpflichtet sich, 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 in Zukunft wird sich die Migros **kompromisslos für die Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten einsetzen**. Sie wird sich für das Gemeinwohl und den Zusammenhalt in der Gesellschaft engagieren. Damit bleibt die Migros einzigartig.



Ursula Nold  
Präsidentin der Verwaltung



Fabrice Zumbrunnen  
Präsident der Generaldirektion