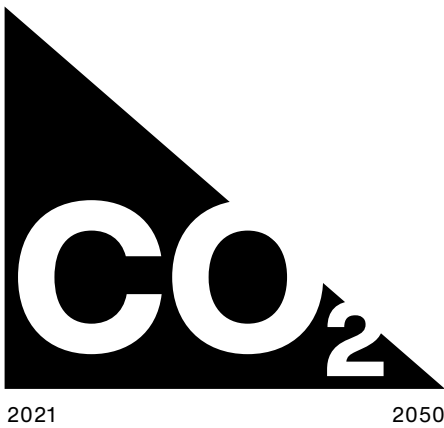


Das Jahr 2021 der Migros-Gruppe in Zahlen und Fakten

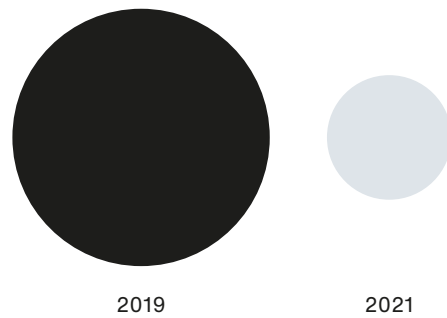
Nachhaltigkeit



Netto-Null

CO₂: Netto-Null bis 2050 ist das ambitionierte Klimaziel, das sich die Migros-Gruppe 2021 gesetzt hat.

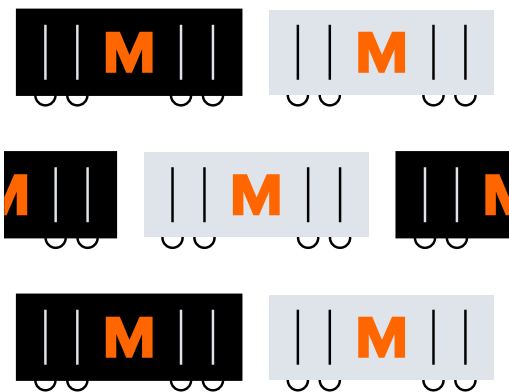
Nachhaltigkeit



-51.6%

Betrag die Reduktion der betrieblichen Treibhausgas-Emissionen der Migros-Gruppe 2021 gegenüber dem Referenzjahr 2019. Die Zielperiode dauert von 2020 bis 2030.

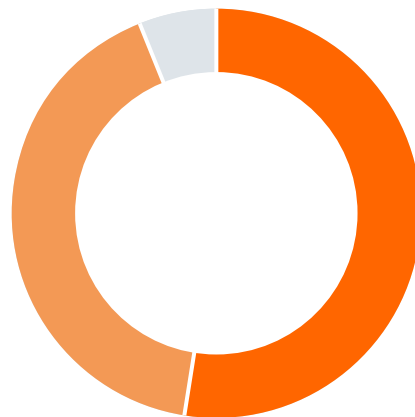
Nachhaltigkeit



400

Über 400 Bahnwagen sind jeden Tag für die Migros unterwegs.

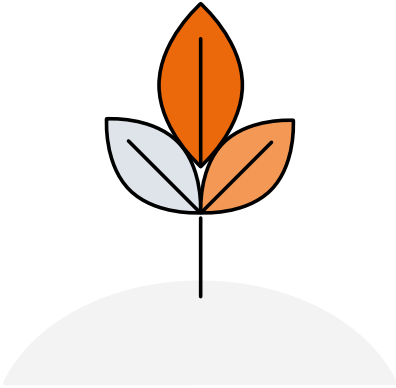
Nachhaltigkeit



188

188 Fahrzeuge umfasst die klimafreundliche LKW-Flotte der Migros: 99 Elektro-LKW und -Transporter, 78 Biogas- und Biodieselfahrzeuge, 11 Wasserstoff-Fahrzeuge.

Nachhaltigkeit



+3%

Steigerung Umsatz mit Bio-Lebensmitteln im Genossenschaftlichen Detailhandel (inkl. Alnatura) gegenüber dem Vorjahr

Nachhaltigkeit

-2.1%

Betrag die Reduktion des betrieblichen Energieverbrauchs der Migros-Gruppe 2021 gegenüber dem Referenzjahr 2019. Die Zielperiode dauert von 2020 bis 2030.

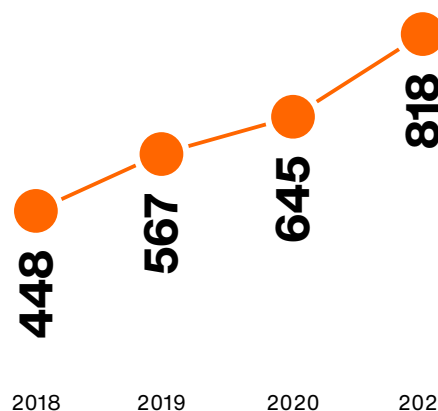
Nachhaltigkeit



265 Mio.

Anzahl gesammelte PET-Getränkeflaschen im Genossenschaftlichen Detailhandel 2021

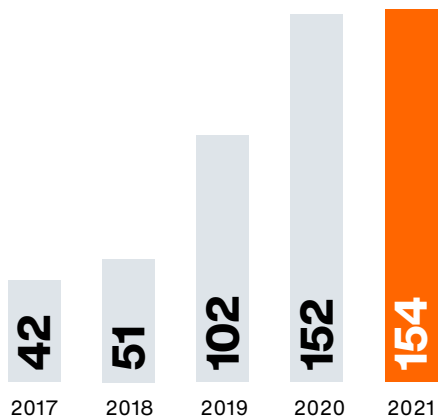
Gesundheit



818

Entwicklung Anzahl vegan zertifizierter Produkte

Gesundheit



154 Standorte

Entwicklung der medizinischen, zahnmedizinischen und pharmazeutischen Anlaufstellen der Medbase Gruppe in den letzten 5 Jahren

Engagement



160 Mio.

CHF 160 Mio. wurden 2021 in das gesellschaftliche Engagement und in Bereiche wie das Zusammenleben, Bildung und Ethik investiert. Davon kamen CHF 142 Mio. dem Migros-Kulturprozent zu Gute.

Engagement



18 Mio.

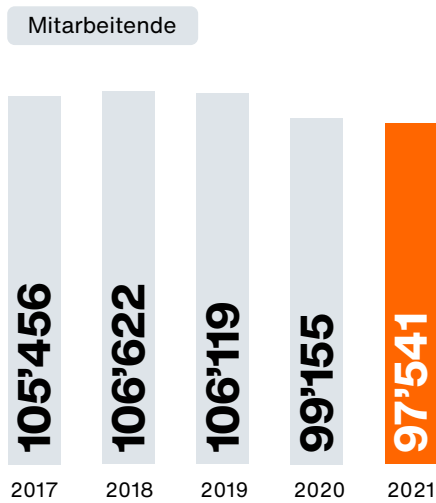
2021 wurden für den Migros-Pionierfonds der Migros-Gruppe CHF 17 Mio. zur Verfügung gestellt (ausgegeben CHF 18 Mio.).

Engagement



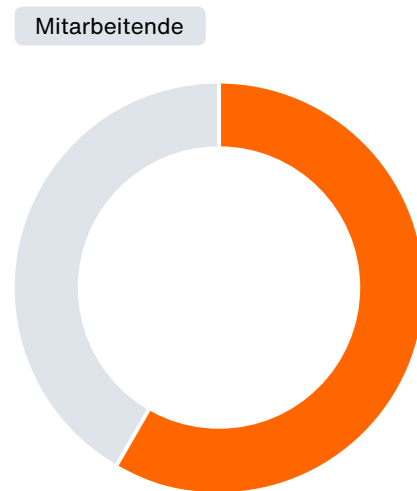
1 Mio.

CHF 1 Mio. pro Jahr wird seit 1979 an Projekte der Entwicklungszusammenarbeit geleistet.



97'541

97'541 Mitarbeitende in der Migros-Gruppe davon 3'621 Lernende in über 60 unterschiedlichen Berufen



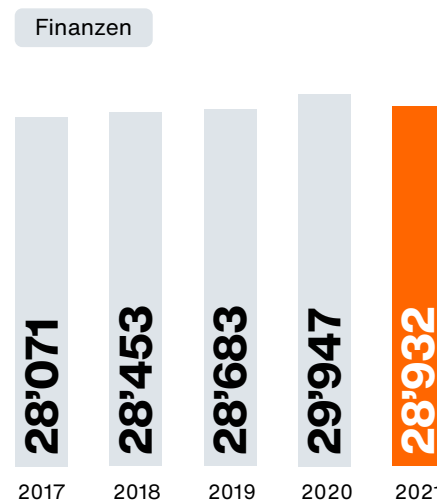
58.6%

2021 betrug der Frauenanteil der Mitarbeitenden 58.6%.



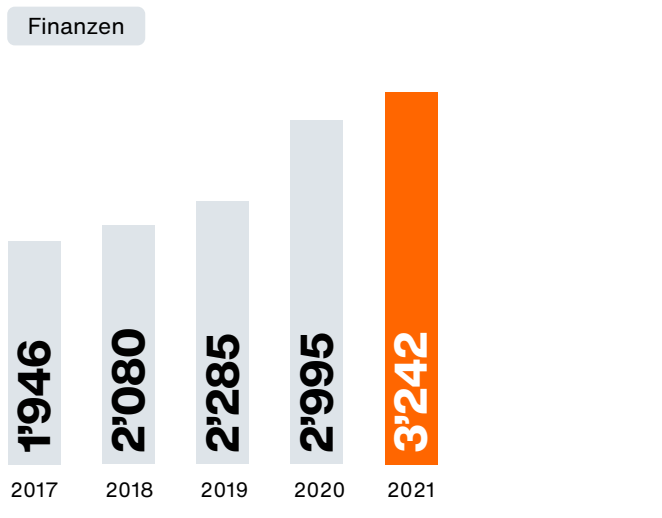
49.2%

49.2% der Mitarbeitenden arbeiteten 2021 Teilzeit.



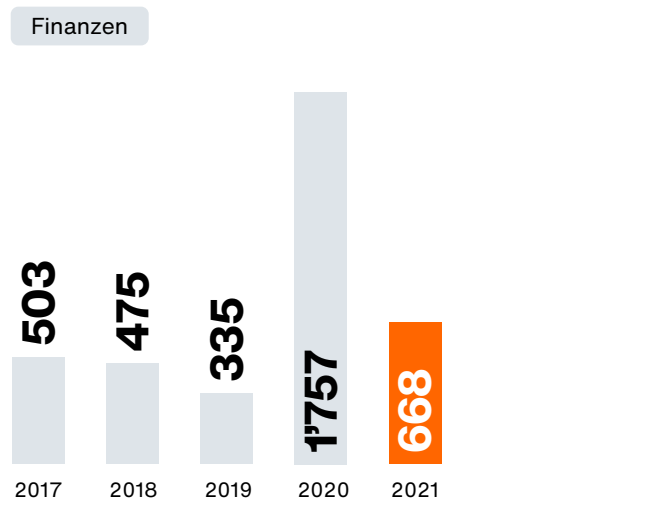
28.932 Mrd.

Der Gruppen-Umsatz stieg auf vergleichbarer Basis gegenüber dem Vorjahr um 2.3% auf CHF 28.932 Mrd.



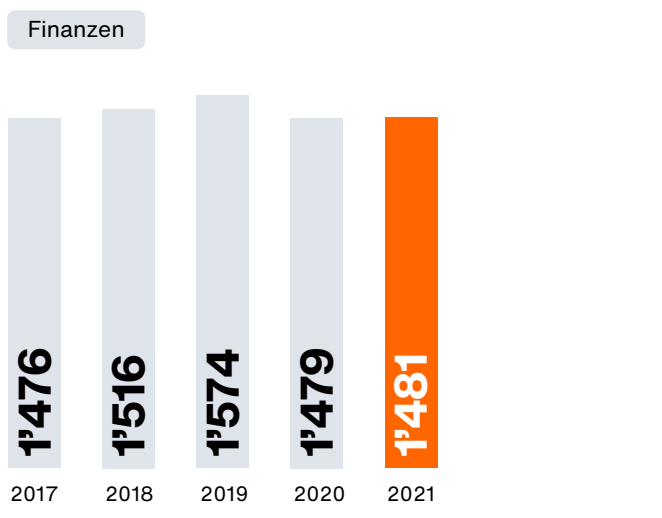
3.242 Mrd.

Über die vergangenen 5 Jahre weist die Migros im Online-Geschäft ein Wachstum von 67% aus. Der Umsatz 2021 betrug CHF 3.242 Mrd.



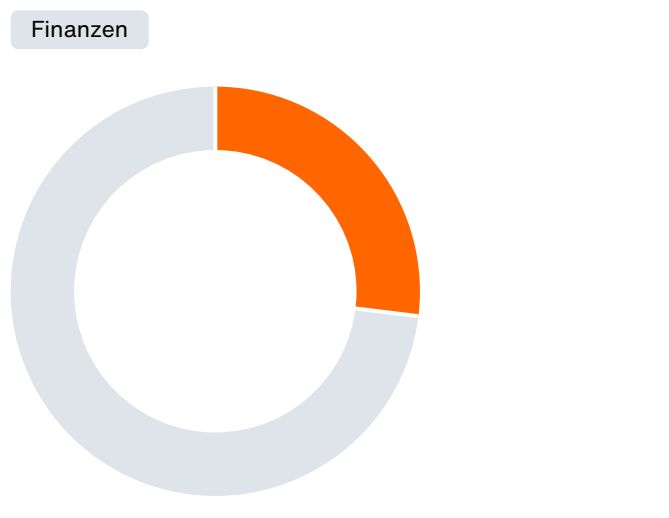
668 Mio.

Der Gewinn der Migros-Gruppe betrug 2021 CHF 668 Mio.



1.481 Mrd.

Die Gesamtinvestitionen der Migros-Gruppe beliefen sich 2021 auf CHF 1.481 Mrd.



21.142 Mrd.

Eigenkapital CHF 21.142 Mrd.
27.1% der Bilanzsumme

Kennzahlen im Detail

Mio. CHF bzw. wie angemerkt		2017	2018	2019	2020	2021	Veränderung zu Vorjahr in %
Ertrag		28'071	28'453	28'683	29'947	28'932	-3.4
davon Ertrag vor Finanzdienstleistungsertrag		27'292	27'677	27'914	29'189	28'173	-3.5
davon Detailumsatz Migros		23'296	23'729	23'757	24'379	24'744	+1.5
davon Umsatz (Ertrag) der Genossenschaften ¹		15'557	16'255	16'062	16'559	16'364	-1.2
Total M-Vertriebsstandorte	Anzahl	701	727	737	726	735	+1.2
Total M-Verkaufsfläche	m ²	1'402'169	1'476'827	1'478'738	1'415'437	1'437'315	+1.5
EBITDA (Ergebnis vor Finanzerfolg, Ertragssteuern und Abschreibungen)		2'103	2'118	1'732	3'349	2'094	-37.5
in % vom Ertrag	%	7.5	7.4	6.0	11.2	7.2	
davon EBITDA aus dem Handels- und Industriegeschäft		1'795	1'796	1'390	3'096	1'841	-40.5
EBIT (Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern)		603	651	201	1'866	800	-57.1
in % vom Ertrag	%	2.1	2.3	0.7	6.2	2.8	
Gewinn		503	475	335	1'757	668	-62.0
in % vom Ertrag	%	1.8	1.7	1.2	5.9	2.3	
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit		1'170	1'361	1'820	2'934	3'353	+14.3
in % vom Ertrag	%	4.2	4.8	6.3	9.8	11.6	
davon Geldfluss aus Geschäftstätigkeit des Handels- und Industriegeschäftes		1'619	1'641	1'382	1'598	1'322	-17.3
Investitionen		1'476	1'516	1'574	1'479	1'481	+0.1
Eigenkapital		17'913	18'417	18'781	20'489	21'142	+3.2
in % der Bilanzsumme	%	27.7	27.7	27.5	28.2	27.1	
davon Eigenkapital aus dem Handels- und Industriegeschäft		14'931	15'282	15'438	17'004	17'545	+3.2
in % der Bilanzsumme	%	67.3	67.1	69.1	71.7	71.9	
Bilanzsumme		64'581	66'601	68'402	72'781	77'982	+7.1
davon Bilanzsumme aus dem Handels- und Industriegeschäft		22'176	22'789	22'331	23'727	24'416	+2.9
Aufwendungen für kulturelle, soziale und wirtschaftspolitische Zwecke		122	120	118	142	142	-0.1
Mitarbeitende/Genossenschafter							
Personalbestand (Personen Jahresdurchschnitt)	Anzahl	105'456	106'622	106'119	99'155	97'541	-1.6
Migros-Genossenschafter (Mitglieder)	Anzahl	2'187'818	2'215'194	2'236'811	2'268'184	2'281'761	+0.6

¹ Anpassung ab 2018: Genossenschaften inkl. Tochtergesellschaften In- und Ausland

Genossenschaftlicher Detailhandel

Die Migros-Gruppe baute 2021 das Online-Geschäft aus, stärkte die regionale Vielfalt, verkaufte mehr nachhaltige Produkte und senkte die Preise. Der konsolidierte Umsatz im Genossenschaftlichen Detailhandel blieb mit CHF 17.719 Mrd. stabil.

Die zehn regionalen Migros Genossenschaften einschliesslich Tochtergesellschaften erwirtschafteten im Inland einen Umsatz von CHF 14.865 Mrd. Sie entwickelten sich damit leicht schwächer als im äusserst erfolgreichen Vorjahr. Die Super- und Verbrauchermärkte erzielten einen Umsatz von CHF 12.344 Mrd. (-0.9%), inklusive das Geschäft von Migros Online betrug der Umsatz CHF 12.644 Mrd. (-0.4%). Im Ausland resultierte ein Umsatz von CHF 1.499 Mrd. (+0.1%).

1.7%

Durchschnittliche Preissenkung in den Super- und Verbrauchermärkten

Preise gesenkt

Die Migros senkte die Preise in den Super- und Verbrauchermärkten um durchschnittlich 1.7%. Sie verfolgte damit konsequent ihre Strategie, den Kundinnen und Kunden das beste Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten. Die Detailhändlerin konnte diese Preisnachlässe durch stetige Kostenreduktionen finanzieren.

Die tieferen Preise drückten auf den Wert des durchschnittlichen Warenkorb. Dieser sank gegenüber dem Vorjahr, unter anderem aufgrund des veränderten Einkaufsverhaltens der Kundinnen und Kunden. Diese tätigten 2021 verglichen zum Vorjahr kleinere Einkäufe, sie kamen aber häufiger in die Läden. So stieg die Kundenfrequenz um 3.6% auf rund 333 Mio. Einkäufe.

Die zehn regionalen Genossenschaften führen inzwischen rund 10'000 Produkte des Labels «Aus der Region. Für die Region» im Sortiment.

110

Produkte der Eigenmarke V-Love mit pflanzenbasierten Zutaten im Sortiment

Nachhaltigkeit und Regionales im Fokus

Die Migros stärkte auch 2021 die regionale Vielfalt. So führen die zehn regionalen Genossenschaften inzwischen rund 10'000 Produkte des Labels «Aus der Region. Für die Region» im Sortiment. Dies entspricht einer Zunahme von rund 500 Produkten. Zudem wurde im Berichtsjahr die Auswahl nachhaltig produzierter Lebensmittel erweitert. Mit der Einführung der IP-Suisse Wiesenmilch verkauft die Migros als einzige Detailhändlerin in der Schweiz ausschliesslich nachhaltig hergestellte Trinkmilch. Verbesserungen erzielte sie auch im Bereich Tierwohl. Seit 2021 bietet sie nur noch Eier aus Freilandhaltung an.

Um das nachhaltige Einkaufen zu vereinfachen, lancierte die Migros 2021 den M-Check, ein im Schweizer Detailhandel einzigartiges System zur Bewertung der Migros-Eigenmarken in punkto Tierwohl und Klimaverträglichkeit.

Weitere Innovationen realisierte die Migros auch bei Fleisch- und Milchersatz-Produkten. Die im Vorjahr eingeführte Eigenmarke V-Love mit pflanzenbasierten Zutaten wurde um knapp 57 auf mehr als 110 Produkte erweitert.

Bei Produkten mit ökologischem oder sozialem Mehrwert erzielte die Migros einen Umsatz von CHF 3.404 Mrd. (+0.7%). Der Umsatz mit biologischen Lebensmitteln stieg nach dem bereits hohen Wachstum im Vorjahr nochmals um 3.0% auf CHF 1.250 Mrd.

→ Nachhaltigkeit

Fachmärkte erneut gewachsen

Die Fachmärkte Micasa, SportXX, melectronics, Do it + Garden und OBI wurden 2021 in die Migros Fachmarkt AG überführt. Diese definiert die strategische Ausrichtung der Formate und erbringt alle zentralen Leistungen. Die Fachmärkte konnten auch im schwierigen Umfeld der Pandemie die Dynamik des Vorjahres halten. Der Umsatz stieg um 0.9% auf CHF 1.730 Mrd., gleichzeitig sanken die Preise um 2.2%. Das Umsatzplus resultierte insbesondere im stationären Geschäft.

24.5%

Umsatzsteigerung beim Online-Supermarkt Migros Online

Migros Online stärkt Leader-Position

Der Online-Supermarkt Migros Online baute im Berichtsjahr die führende Position im Schweizer Markt weiter aus. Er steigerte den Umsatz um 24.5% auf einen Rekordwert von CHF 330 Mio. Die Anzahl gelieferter Bestellungen stieg mit 38.0% erneut markant.

Filialnetz ausgebaut

Die Migros eröffnete 18 neue Standorte, darunter mehrere quartiernahe M- und MM-Standorte, einen OBI-Fachmarkt und fünf Alnatura Supermärkte. Gleichzeitig wurden neun Standorte geschlossen, wobei es sich vor allem um alleinstehende Gastrobetriebe handelte. Insgesamt umfasste das Migros-Verkaufstellennetz 735 Standorte (Vorjahr 726). Netto stieg die Verkaufsfläche der Super- und Verbrauchermärkte, der Fachmärkte und der Gastronomie um 1.5% auf 1'437'315 m².

Finanzzahlen Genossenschaftlicher Detailhandel

Mio. CHF	2021	2020	Veränderung in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen			
Genossenschaften inkl. Tochtergesellschaften ¹	16'364	16'559	-1.2%
Medbase (Medbase-Gruppe inkl. Medbase Apotheken & Zahnarztzentrum, konsolidiert)	490	380	28.8%
MGB	5'434	5'618	-3.3%
Migros Online SA	330	266	24.5%
Logistik	408	423	-3.6%
Weitere Unternehmen	6	3	64.4%
Total Nettoerlöse aus Lieferungen u. Leistungen	23'032	23'249	-0.9%
Elimination Intra-Segment	-5'313	-5'513	
Segmentumsatz (Nettoerlöse aus Lieferungen u. Leistungen)	17'719	17'736	-0.1%
Andere betriebliche Erträge	438	1'691	-74.1%
Total Ertrag	18'157	19'428	-6.5%
Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)	304	1'522	-80.0%
Segmentaktiven	11'191	10'950	
Investitionen in langfristiges Vermögen	1'099	1'088	
Mitarbeitende	71'537	71'437	

¹ Genossenschaften inkl. Tochtergesellschaften In- und Ausland

Vertriebszahlen Genossenschaftlicher Detailhandel

	Anzahl Standorte 2021	Anzahl Standorte 2020	Verkaufsfläche (m ²) 2021	Verkaufsfläche (m ²) 2020
Vertriebsstandorte Schweiz				
Migros-Standorte				
M	368	367	301'309	300'290
MM	212	204	487'516	475'695
MMM	50	50	369'332	373'327
Total	630	621	1'158'157	1'149'311
MParcs/Fachmarktcenter/Obi ¹	40	40	244'129	234'243
Spezialläden ²	53	48	33'468	29'552
Total	93	88	277'597	263'794
Eigenständige Gastrobetriebe	12	17	1'561	2'332
Total Standorte	735	726	1'437'315	1'415'437
Vertriebslinien Schweiz				
Supermärkte				
M, MM und MMM	630	621	950'945	941'883
Alnatura ³	19	-	7'624	-
Übrige Supermärkte ⁴	9	9	13'605	12'531
Total Supermärkte	658	630	972'174	954'414
Fachmärkte				
Do It+Garden	41	41	96'685	97'323
Micasa	35	34	69'434	69'625
SportXX	65	63	79'561	76'931
Melectronics	101	101	39'636	40'284
Obi-Baumarkt/Garten	11	11	90'069	86'045
Total Fachmärkte	253	250	375'385	370'208
Gastronomie				
M-Restaurants	-	153	-	77'738
Take-Aways und weitere Gastroformate ⁵	-	135	-	13'077
Total Gastronomie⁶	235	288	89'756	90'815
Vertriebsstandorte Ausland				
Frankreich (Migros France)				
MMM	2	2	10'883	10'883
MM	1	1	1'638	1'638
Deutschland				
Tegut	296	283	313'040	306'178

Total Ausland	299	286	325'561	318'699
Grosshandel Genossenschaften und Diverse				
Migros Partner	49	49		
VOI	61	59		
Gesundheit, Freizeit und Stiftungen				
Medbase Standorte	154	152		
MiSENSO (Akustik & Optik) ⁷	9	2		
Fitness Inland ⁸	139	138		
Fitness Ausland ⁹	170	167		
Aquaparks ¹⁰	2	2		
Sportparks	3	3		
Golfparks	8	8		
Stiftungen «Park im Grünen» und Monte Generoso	5	5		

¹ Standort kann SMVM Filialen beinhalten

² Outlets, Alnatura Bio-Supermärkte, eigenständige Outdoor by SportXX-Filialen usw.

³ Alnatura wird neu einzeln ausgewiesen, bisher wurde die Fläche den M/MM/MMM Standorten zugeordnet

⁴ in MParcs oder Fachmarktcenter integriert

⁵ Chickeria (2020), Kaimug, Hitzberger, Coffee&Time

⁶ Angepasste Berechnungsgrundlage

⁷ in Migros-Filialen integriert (shop-in-shop)

⁸ Migros Fitnessparks (inkl. Fitnesspark im Sport- und Erlebnispark Milandia), Migros Fitnessclubs, Migros Fitnesscenter, Activ Fitness (AG), ONE Training Center (AG), Only Fitness; +

FT-Club

⁹ ACISO Fitness&Health GmbH (ELEMENTS-Studios in D; INJOY-Franchise-Anlagen in D, A und BE; FT-Clubs in D, A, CH, NL, I)

¹⁰ Sântispark, Bernaqua

Handel

Das Departement Handel bearbeitet für die Migros die Food-Retail-Teilmärkte Convenience und Discount. Ausserdem treibt es mit Digitec Galaxus und Ex Libris das Online-Wachstum voran. Alle Unternehmen konnten 2021 ihre Marktanteile steigern.

162 Mio.

Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) in CHF

Dank der erfolgreichen Transformation des Handelsportfolios während der letzten Jahre mit einer Fokussierung auf Convenience, Discount und den Online-Handel, konnte das Departement Handel im Berichtsjahr einen weiteren deutlichen Wachstumsschub erzielen. Die Unternehmen Digitec Galaxus und Ex Libris reagierten flexibel auf die wiederum stark angestiegene Online-Nachfrage und bauten ihre Online-Marktführerschaft deutlich aus. Zugleich konnte der Discounter Denner Marktanteile gewinnen und auch im Teilmarkt Convenience wurden mit migrolino und Migrol deutliche Fortschritte erzielt.

Das Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) übertraf mit CHF 162 Mio. das ausgewiesene Ergebnis des Vorjahres von CHF 127 Mio. deutlich.

16%

Steigerung des Plattformumsatzes der Digitec Galaxus Gruppe

Langfristig profitables Wachstum im Online-Handel

Im Rahmen der Portfolio-Optimierungen wurde die Abhängigkeit der Migros-Gruppe vom stationären Non-Food Geschäft stark reduziert. Im Gegenzug forciert die Migros-Gruppe das Wachstum im Online-Geschäft.

Digitec Galaxus steigerte den Plattformumsatz um 16% auf CHF 2'122 Mio. Das Unternehmen wuchs deutlich schneller als die Konkurrenz und gewann in allen Bereichen Marktanteile hinzu. Mit einer verstärkten Bearbeitung des deutschen Marktes konnte Galaxus Deutschland über EUR 100 Mio. Plattformumsatz erzielen und damit einen wichtigen Meilenstein im Aufbau des Geschäfts erreichen. Der Nettoumsatz der Digitec Galaxus Gruppe lag bei CHF 2'054 Mio. gegenüber CHF 1'745 Mio. im Vorjahr.

Ex Libris schloss die Transformation vom stationären Anbieter zum Online-Händler erfolgreich ab. Mit dem weiterhin starken Online-Wachstum und einer positiven Entwicklung auch im Filialgeschäft stieg der Umsatz um 10.3% auf CHF 134 Mio. Ex Libris hat damit seine Position als führender Online-Buchhändler in der Schweiz nochmals deutlich ausgebaut.

4.3%

Umsatzsteigerung der migrolino AG

Starke Entwicklung in Discount und Convenience

Denner erzielte einen Umsatz von CHF 3'808 Mio. (+1.2%) in einem insgesamt rückläufigen Food-Retail-Markt. Aufgrund des geänderten Kaufverhaltens während der Covid-19-Pandemie konnte Denner seine Stärken als diskontierender Nahversorger mit einem dichten Filialnetz ausspielen. Zudem gelang es Denner, die im Vorjahr gewonnene Kundschaft an sich zu binden. Das Filialnetz wurde um netto 12 auf 850 Standorte ausgebaut und damit die Nähe zu den Kundinnen und Kunden weiter gestärkt.

Migrolino steigerte den Umsatz um 4.3% auf CHF 747 Mio. Die Frequenzen in den Shops blieben stabil gegenüber dem bereits starken Vorjahr. Das Grosshandelsgeschäft legte durch den Gewinn neuer Geschäftspartner ebenfalls deutlich zu. Die Anzahl der Shops der migrolino AG mit den Formaten migrolino, mio by migrolino und goods wurde auf 337 ausgebaut (Vorjahr: 323).

Migrol konnte nach rückgängigen Umsätzen im Vorjahr auch aufgrund der gesunkenen Treibstoff- und Heizölpreise und des verminderten Individualverkehrs im Berichtsjahr ein starkes Umsatzwachstum auf CHF 1'450 Mio. (+18.3%) verzeichnen. Die Absatzmengen im Tankstellengeschäft haben sich im 2021 im Vergleich zum Vor-Pandemie-Niveau noch nicht ganz erholt.

Finanzzahlen Handel

Mio. CHF	2021	2020	Veränderung in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen			
Denner AG	3'808	3'762	1.2%
Migrol AG	1'450	1'227	18.3%
Digitec Galaxus	2'054	1'745	17.7%
migrolino AG	747	716	4.3%
Ex Libris AG	134	122	10.3%
Weitere Unternehmen ¹	5	200	-97.7%
Total Nettoerlöse aus Lieferungen u. Leistungen	8'198	7'771	5.5%
Elimination Intra-Segment	-16	-38	
Segmentumsatz (Nettoerlöse aus Lieferungen u. Leistungen)	8'182	7'733	5.8%
Andere betriebliche Erträge	96	83	14.9%
Total Ertrag	8'277	7'816	5.9%
Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)	162	127	27.0%
Segmentaktiven	1'366	1'262	
Investitionen in langfristiges Vermögen	134	130	
Mitarbeitende	9'263	9'565	

¹ Magazine zum Globus und Swisstherm AG im Vorjahr bis zum Veräusserungszeitpunkt enthalten

Vertriebsnetzzahlen Handel

	Anzahl Standorte 2021	Anzahl Standorte 2020	Verkaufsfläche (m ²) 2021	Verkaufsfläche (m ²) 2020
Denner	850	838		
Denner Filialen	580	570	232'986	228'123
Denner Satelliten (inkl. Denner-Express)	270	268		
Ex Libris AG	14	14	1'427	1'427
MIGROL				
Tankstellen total	310	309		
Migrol-Auto-Service/Migrol-Service	149	148		
Tankstellen (Automat)	161	161		
Von Migrol betriebene Convenience Stores (migrolino und Migrol-Shops)	(149)	(148)		
Convenience Stores Total	386	371		
migrolino ¹	337	322		
Migrol-Shops	49	49		

¹ Diese Standorte sind aufgeteilt in Standalone-migrolinos, Migrol-migrolinos, Shell-migrolinos, Socar-migrolinos und Picadilly-migrolinos.

Migros Industrie

Im herausfordernden Marktumfeld erzielte die Migros Industrie 2021 einen Umsatz von CHF 5.748 Mrd. (-3.8%). Das Wachstum im Ausland vermochte den pandemiebedingten Rückgang im Inland und die Auswirkung der Portfoliobereinigung weitgehend zu kompensieren.

Mit ihren Industriebetrieben ist die Migros eine der grössten Produzentinnen von Eigenmarken, daneben beliefert sie mit ihren Produkten auch zahlreiche Drittkunden im In- und Ausland. 2021 bekam sie die pandemiebedingten Auswirkungen im Inland und insbesondere im Bereich Gastronomie zu spüren. Mit einem Wachstum in der Belieferung von Kundinnen und Kunden im Ausland vermochte sie diese jedoch weitgehend zu kompensieren.

Im Rahmen des Projekts «Winning together» wurde die konzerninterne Zusammenarbeit weiter ausgebaut. Vertreter der Genossenschaften, des Migros-Genossenschafts-Bundes und der Industrie engagierten sich für die end-to-end Optimierung, was die Marktpositionierung der Migros langfristig verbessern wird. Dies wird von der Industrie durch die Einführung eines Cost-Plus-Preismodells unterstützt.

In der herausfordernden Pandemie-Situation konnte die Migros Industrie ihren Leistungsauftrag dank dem ausserordentlichen Engagement ihrer Mitarbeitenden jederzeit erfüllen.

206 Mio.

investierte die Migros Industrie in den Werkplatz Schweiz (in CHF).

Aktive Portfoliobereinigung im Inland

Im Schweizer Markt (Detailhandel und Grossverbrauchergeschäft) hat sich die Migros Industrie im Vorjahr vom Gastro-Grosshändler Saviva getrennt. Dies führte 2021 im Vorjahresvergleich über alle Kanäle im Inland zu einer Umsatzreduktion von CHF 310 Mio. (-6.1%). In der herausfordernden Pandemie-Situation konnte die Migros Industrie ihren Leistungsauftrag dank dem ausserordentlichen Engagement ihrer Mitarbeitenden jederzeit erfüllen.

Internationale Marktposition gehalten

Das internationale Geschäft ist im Berichtsjahr erfreulich gewachsen um CHF 83 Mio. (+9.4%). Haupttreiber waren die Exportgeschäfte von Delica und Mifroma sowie das Wachstum der Auslandsgesellschaften der Mibelle Group in Korea (Dr. G) und Frankreich (Ondal).

Investitionen in den Werkplatz Schweiz

Die Migros Industrie investierte 2021 rund CHF 206 Mio. in den Werkplatz Schweiz. Der Schwerpunkt lag wie in den Vorjahren auf der Automatisierung und Digitalisierung der Prozesse.

2021 beschäftigte die Migros Industrie im Durchschnitt 13'119 Mitarbeitende. Aufgrund der Portfoliobereinigung (Saviva) im 2020 sank die Anzahl der Mitarbeitenden im Berichtsjahr um 831 gegenüber dem Vorjahr. Als engagierte Ausbilderin hat die Migros Industrie insgesamt 527 Lernende in über 30 verschiedenen Berufen ausgebildet.

Finanzzahlen Migros Industrie

Mio. CHF	2021	2020	Veränderung in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	5'748	5'975	-3.8%
Andere betriebliche Erträge	61	72	-16.3%
Total Ertrag	5'809	6'048	-4.0%
Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)	133	111	20.1%
Segmentaktiven	2'182	2'234	
Investitionen in langfristiges Vermögen	206	220	
Mitarbeitende	13'119	13'950	

Finanzdienstleistungen

Die Migros Bank ist in ihrem Kerngeschäft volumen- und ertragsmässig erneut deutlich gewachsen. Über alle Sparten erhöhte sich der Geschäftsertrag im Berichtsjahr um 14% auf CHF 652 Mio.

Aufgrund des anhaltend grossen Kundenvertrauens baute die Migros Bank auch 2021 ihr Kerngeschäft deutlich aus. So wuchsen u.a. die Kundeneinlagen um 9.4% auf CHF 42.2 Mrd. und die Anzahl Vermögensverwaltungsmandate um +53%.

6.5%

Zunahme des Hypothekarvolumens

Erfreuliche Entwicklung der Ausleihungen

Parallel zu den Kundeneinlagen erhöhten sich die Kundenausleihungen. Die Hypothekarforderungen stiegen um 6.5% auf CHF 42.6 Mrd. Über alle Bereiche hinweg betrug die Zunahme der Kundenausleihungen CHF 2.8 Mrd. (+6.7%). Davon entfiel rund die Hälfte auf das Firmenkundengeschäft, das sein bislang bestes Geschäftsjahr verbuchte, u.a. dank einer Verdoppelung der Anzahl Akquisitions- und Nachfolgefinanzierungen. Das Wachstum der Kundenausleihungen erfolgte sowohl im Firmen- als auch im Privatkundengeschäft bei einer unverändert vorsichtigen Risikopolitik, was u.a. zum höheren Netto-Erfolg aus dem Zinsengeschäft beitrug (CHF 482 Mio., +15.2%).

Die Migros Bank bietet laufend neue Services an. Im Privatkundengeschäft entstand mit der Tochtergesellschaft CSL Immobilien AG das Maklerangebot Nextkey. Privatkunden profitierten zudem von Partnerschaften für nachhaltige Lösungen, wie z.B. mit Helion für energetische Sanierungen und gowago.ch für E-Mobilität.

19.6%

Wertanstieg sämtlicher Wertschriften in Depots der Migros Bank

Anlagegeschäft weiter ausgebaut

Das Anlagegeschäft entwickelte sich ebenfalls erfreulich. Der Wert sämtlicher Wertschriften, welche Kunden in Depots der Migros Bank hielten, stieg um 19.6% auf CHF 16.8 Mrd. Dank dem guten Anlagegeschäft nahm der Kommissionserfolg um 7.9% auf CHF 115 Mio. zu. Das Handelsgeschäft wuchs um 25.5%. Über alle Sparten hinweg erhöhte sich der Geschäftsertrag um 14% auf CHF 652 Mio.

Investitionen in die Zukunft

Der Geschäftsaufwand betrug CHF 342 Mio. (+9.1%). Dabei stiegen sowohl der Personal- als auch der Sachaufwand. Die Migros Bank stellte 2021 rund 100 neue Mitarbeitende ein. Gleichzeitig investierte sie in die Ausbildung, um die Beratung noch mehr auf spezifische Kundenbedürfnisse auszurichten und den neuen Anforderungen und Berufsbildern der digitalen Transformation Rechnung zu tragen. Der Sachaufwand stieg um 11.6%, insbesondere aufgrund von Investitionen in die Marke sowie in erweiterte digitale Angebote.

Die Cost-Income-Ratio lag mit 51.5% im Branchenvergleich weiterhin auf einem erfreulich tiefen Niveau. Diese Kennzahl wäre ohne Sondereffekt noch besser ausgefallen: Die Migros Bank zahlte, wie am 3. November 2021 angekündigt, freiwillig Retrozessionen auf Migros Bank-Fonds in der Höhe von CHF 60 Mio. an rund 37'000 Kundinnen und Kunden aus. Davon wurden CHF 7.6 Mio. dem Kommissionsgeschäft und CHF 52.4 Mio. den Rückstellungen/Verlusten belastet. Nach Abschreibungen, Rückstellungen und Verlusten resultierte ein Geschäftserfolg von CHF 234 Mio.

Gut gerüstet dank strategischen Initiativen

Angesichts des anhaltenden Margendrucks im Zinsengeschäft bleiben die Rahmenbedingungen 2022 herausfordernd. Die Migros Bank sieht sich gut aufgestellt, auch dank ihrer strategischen Initiativen. Diese betreffen den Ausbau des Direktvertriebs, die Intensivierung von Innovation zur Stärkung des Kerngeschäfts mit Firmen- und Privatkunden, die Verbesserung der operationellen Abläufe sowie die Ausschöpfung von Synergiepotenzialen mit der Migros-Gruppe, z.B. mit der Cumulus-Kreditkarte.

Finanzzahlen Finanzdienstleistungen

Mio. CHF	2021	2020	Veränderung in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	14	11	25.1%
Ertrag aus Finanzdienstleistungen	762	758	0.5%
Andere betriebliche Erträge	2	0	307.4%
Total Ertrag	778	770	1.0%
Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)	233	234	-0.5%
Segmentaktiven	54'556	50'615	
Investitionen in langfristiges Vermögen	39	38	
Mitarbeitende	1'722	1'622	

Reisen

Die Pandemie hat das Geschäftsergebnis der Hotelplan Gruppe erneut massiv beeinträchtigt. Aufgrund des weitgehend fehlenden Wintergeschäfts sank der Nettoumsatz verglichen zum Vorjahr um 11.9% auf CHF 645 Mio.

Die Auswirkungen von Covid-19 trübten das Geschäftsjahr 2020/2021 der Hotelplan Gruppe erneut beträchtlich. Insbesondere im Winterhalbjahr buchten und reisten Kundinnen und Kunden deutlich weniger. Während der Sommermonate entspannte sich die Pandemie-Situation, was zu höheren Buchungseingängen im Vergleich zur Vorjahresperiode führte. Bei den Geschäftseinheiten Hotelplan Suisse, vtours und Interhome Group lag der Buchungseingang während mehreren Wochen über dem pandemiefreien Jahr 2019. Insgesamt erwirtschaftete die Hotelplan Gruppe im Berichtsjahr einen Nettoumsatz von CHF 645 Mio. (Vorjahr: CHF 732 Mio.)

Mit neu lancierten Angeboten ermöglicht Hotelplan Suisse den Kundinnen und Kunden mehr Flexibilität bei Änderungen von bevorstehenden Reisen.

50%

will die Hotelplan Gruppe die Treibhausgas-Emissionen bis im Jahr 2030 reduzieren.

Flexible Annullationsbedingungen eingeführt

Eine 2021 durchgeführte Kundenumfrage von Hotelplan Suisse zeigte, dass sich Kundinnen und Kunden Sicherheit sowie flexible Annullationsbedingungen wünschen. Diesem Bedürfnis kam Hotelplan Suisse mit dem neu lancierten «Rundum-Sorglos-Paket» nach, welches unter anderem flexible Annullationsbedingungen für ausgewählte Destinationen sowie Informationen zu tagesaktuellen Einreisebestimmungen beinhaltet. Auch der von vtours eingeführte Tarif «Flexible 50» ermöglicht den Kundinnen und Kunden mehr Flexibilität bei Änderungen von bevorstehenden Reisen.

Fokus auf Nachhaltigkeit und Kundenerlebnis

Um den sich ändernden Marktbedingungen Rechnung zu tragen und für die Zeit nach der Pandemie gerüstet zu sein, nutzte die Hotelplan Gruppe das Geschäftsjahr 2020/2021 für eine Schärfung ihrer Strategie. Aus dem gruppenweiten Strategieprozess resultierte das Programm ONWARDS!, das auf die Kernthemen Nachhaltigkeit und Kundenerlebnis fokussiert. Im Bereich Nachhaltigkeit unterschrieb die Hotelplan Gruppe 2021 als erstes Schweizer Reiseunternehmen die «Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism». Sie hat damit zugesichert, die Treibhausgas-Emissionen bis im Jahr 2030 um 50% zu reduzieren und bis 2050 das Netto-Null-Ziel zu erreichen.

Zudem hat sich die Hotelplan Gruppe dazu verpflichtet, ab dem laufenden Jahr klimaneutral zu sein, indem die noch nicht reduzierten eigenen Treibhausgas-Emissionen kompensiert werden. Im weiteren wird das Produktportfolio mit nachhaltigen Reisen ausgebaut. Im Bereich Kundenerlebnis strebt die Hotelplan Gruppe eine optimale Verknüpfung von on- und offline-Berührungspunkten mit Kundinnen und Kunden über die gesamte Customer Journey an, von der ersten Kontaktaufnahme, über die Buchung und den Aufenthalt in der Destination.

Finanzzahlen Reisen

Mio. CHF	2021	2020	Veränderung in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	645	732	-11.9%
Andere betriebliche Erträge	9	3	231.3%
Total Ertrag	654	734	-10.9%
Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)	-41	-117	64.5%
Segmentaktiven	23	28	
Investitionen in langfristiges Vermögen	3	3	
Mitarbeitende	1'900	2'581	

Services

Die Migros investiert konsequent in zukunftsgerichtete Technologielösungen. Im Fokus stehen die Digitalisierung der Geschäftsbereiche, die Transformation der Supply Chain sowie die Positionierung als attraktive Technologiearbeitgeberin.

Um die Zukunft der Migros zu bauen, bedarf es eines modernen digitalen Fundaments. Die Weichen dafür hat die Migros-Gruppe gestellt: In den nächsten Jahren wird der genossenschaftliche Detailhandel konsequent mit innovativen Technologielösungen noch fitter gemacht.

Mit dem Programm EIGER standardisiert die Migros ihre Prozesse, um die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden effektiver und effizienter zu erfüllen.

Digitalisierung der Migros-Gemeinschaft

Die Digitalisierung ist zu einem zentralen Enabler aller Geschäftsfelder der Migros-Gemeinschaft geworden. Entsprechend rüsten sich die Unternehmen gemeinsam für die Zukunft, indem sie den digitalen Kern erneuern, die historisch gewachsene Komplexität in der IT-Architektur reduzieren, Synergien vermehrt nutzen und Schlüsselfaktoren für die Zukunft aufbauen.

Dafür hat die Migros verschiedene Initiativen lanciert: Mit dem Programm EIGER, dem grössten Transformationsprogramm ihrer Geschichte, erneuert sie den digitalen Kern komplett. Ziel ist es, möglichst viele Prozesse zu standardisieren, und so die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden effektiver und effizienter zu erfüllen. Zudem soll das Thema Nachhaltigkeit deutlich spürbarer vermittelt werden. Zukünftig will die Migros ihren Kundinnen und Kunden bereits in der Filiale aufzeigen, woher die Produkte stammen, wer sie angepflanzt und geerntet hat, wie sie in die Schweiz gekommen sind und wie der ökologische Fussabdruck aussieht. Dafür werden die Produkte in der virtuellen Welt abgebildet, als sogenannter «Digitaler Zwilling», der beim Einkauf online abgefragt werden kann.

Ergänzend hat die Migros im Berichtsjahr Schlüsselbereiche für die erfolgreiche Transformation, wie zum Beispiel das Digital Business, Analytics oder Enterprise IT-Architecture, weiter aufgebaut und etabliert.

Sichere und ökologische Supply Chain

Neben der Digitalisierung steht für die Migros die Transformation der Supply Chain im Fokus. Durch Vereinfachung und Automatisierung bündelt sie ihre Kompetenzen und stärkt die Logistik. Mit dem grössten und vollautomatisch betriebenen Tiefkühlager der Schweiz, das in Neuendorf im Berichtsjahr in Betrieb ging, ist ein erster Schritt zur Umsetzung der Transformation erfolgt. Weiter unterstützt die Migros mit ihrem umfassenden Know-how in sämtlichen Prozessschritten der Lieferkette die Entwicklung innovativer und umweltfreundlicher Logistikhösungen in der gesamten Schweiz.

3'000

Technologiearbeitsplätze bei der Migros

Die Zukunft mitgestalten

Mit fast 3'000 Technologiearbeitsplätzen ist die Migros zu einem der grössten und attraktivsten Technologiearbeitgeber der Schweiz geworden. Damit die Transformation gelingt, setzt die Migros auch auf qualifizierte interne Mitarbeitende, die mit ihrem Know-how und ihrer Expertise die Zukunft der Gruppe mitgestalten. Um frühzeitig innovative Technologielösungen für Kundinnen und Kunden sowie Mitarbeitende bereitzustellen, wurde 2021 flächendeckend die Zusammenarbeit nach Lean-Agile Prinzipien (SAFe) umgesetzt: Agile Teams arbeiten cross-funktional und interdisziplinär auf gemeinsame Ziele hin.