

# Migros-Gruppe bleibt auf Wachstumskurs und baut Online-Geschäft stark aus



Ursula Nold, Präsidentin der Verwaltung MGB, und Fabrice Zumbrunnen, Präsident der Generaldirektion MGB

**Die Migros-Gruppe erzielte 2021 einen konsolidierten Umsatz von CHF 28.932 Mrd. (auf bereinigter Vorjahresbasis +2.3%) und ist weiterhin klare Marktführerin im Schweizer Detailhandel. Der Gruppengewinn belief sich auf CHF 668 Mio.**



→ **Reporting Academy**  
Interview mit Ursula Nold und Fabrice Zumbrunnen

Die Covid-19-Pandemie führte auch 2021 zu Einschränkungen für die Bevölkerung. Die Migros-Gruppe, die mit ihren Angeboten viele Bereiche des täglichen Lebens abdeckt, spürte die Auswirkungen erneut. Das Reise- und Freizeitgeschäft sowie die Gastronomie erlitten wiederum Einbussen. Gleichzeitig entwickelte sich das Kerngeschäft Detailhandel erfolgreich. Es gelang der Migros-Gruppe, das hohe Vorjahresniveau zu übertreffen, insbesondere bei den E-Commerce-Plattformen für Food und Non-Food sowie in den Bereichen Convenience, Discount und Gesundheit.

Dieser Erfolg ist dem grossen Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu verdanken. Sie setzten sich tagtäglich mit viel Ausdauer und vereinten Kräften für unsere Kundinnen und Kunden ein. Für diesen beeindruckenden Einsatz bedanken wir uns herzlich.

# +2.3%

Der Detailumsatz aller Migros-Unternehmen nahm bereinigt um 2.3% auf CHF 24.744 Mrd. zu.

# 28.932 Mrd.

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

**Sämtliche Unternehmen der Migros-Gruppe haben sich Etappenziele gesetzt, um bis spätestens 2050 das Ziel Netto-Null zu erreichen. Dies bedeutet, dass unter dem Strich keine Treibhausgase mehr ausgestossen werden.**

### Klare Nummer 1 im Schweizer Detailhandel

Die Migros-Gruppe ist dank ihrer regionalen Verankerung und der Fokussierung auf die strategisch wichtigen Geschäftsfelder gut aufgestellt. Im Berichtsjahr konnte sie ihre führende Position als klare Nummer 1 im Detailhandel Schweiz stationär und online bestätigen.

Der Detailumsatz aller Migros-Unternehmen nahm bereinigt um 2.3% auf CHF 24.744 Mrd. zu. Ihre Marktführerschaft im E-Commerce-Geschäft stärkte sie weiter und ist mit ihren Online-Plattformen wie Migros Online und Digitec Galaxus die unbestrittene Nummer eins im Schweizer Onlinehandel. Zudem förderte sie mit neuen Produkten und zusätzlichen Standorten die regionale Vielfalt und investierte in den Bereich Nachhaltigkeit sowie in neue Angebote für ihre Kundinnen und Kunden.

Auf vergleichbarer Basis, bereinigt um die Beteiligungs- und Immobilienverkäufe im Vorjahr, stieg der Gruppen-Umsatz um 2.3% auf CHF 28.932 Mrd. Die Bereinigung beinhaltet im Wesentlichen Umsatzanteile und Erträge aus den Veräusserungen von Globus, des Gastro-Grosshändlers Saviva und des Einkaufszentrums Glatt im Jahr 2020. Der Online-Detailhandels-Umsatz über alle Bereiche der Migros-Gruppe hinweg wuchs um 15.5% auf CHF 3.242 Mrd. Dazu trugen insbesondere Migros Online (+24.5%) und Digitec Galaxus (+17.7%) bei.

### Gesellschaftliches und nachhaltiges Engagement ausgebaut

Die Migros ist seit 80 Jahren als Genossenschaft organisiert und leistet vielfältige Beiträge, um den gesellschaftlichen Zusammenhalt in der Schweiz zu stärken. Seit 2021 wird das gesellschaftliche Engagement der Migros-Gruppe unter der kommunikativen Klammer «Migros-Engagement» gebündelt. Dazu gehören das seit 1957 in den Statuten verankerte Migros-Kulturprozent, der Migros-Pionierfonds und der Migros-Unterstützungsfonds. Im Berichtsjahr wurden Projekte in den Bereichen Zusammenleben, Kultur, Bildung, Gesundheit, Technologie und Ethik sowie Klima und Ressourcen mit insgesamt CHF 160 Mio. (2020: CHF 159 Mio.) unterstützt.

Die Migros hat 2021 ihr Engagement im Bereich Nachhaltigkeit weiter verstärkt. Sie entschied sich für ambitionierte Klimaziele, welche kompatibel sind mit dem Pariser Klimaabkommen. Sämtliche Unternehmen der Migros-Gruppe haben sich dazu Etappenziele gesetzt, um bis spätestens 2050 das Ziel Netto-Null zu erreichen. Dies bedeutet, dass unter dem Strich keine Treibhausgase mehr ausgestossen werden. Die Ziele wurden im Rahmen der anerkannten Science Based Targets Initiative (SBTi) verabschiedet. Gleichzeitig lancierte sie neue Dienstleistungen und Projekte, um nachhaltiges Einkaufen zu vereinfachen. So zum Beispiel den M-Check, der Migros-Eigenmarken in punkto Tierwohl und Klimaverträglichkeit bewertet. Zudem baute die Migros das Angebot nachhaltig produzierter Lebensmittel stark aus, ebenso wie die Auswahl an Produkten, welche die Kundinnen und Kunden dabei unterstützen, einen nachhaltigen Lebensstil zu führen.

# 1.481 Mrd.

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

# 668 Mio.

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

## 2021 im Detail

### Investitionen

Erneut investierte die Migros in bedeutende Produkteinnovationen. So wurde beispielsweise die Eigenmarke V-Love mit pflanzenbasierten Fleisch- und Milchersatz-Erzeugnissen um 60 auf neu 130 Produkte verdoppelt.

Die Gesamtinvestitionen der Migros-Gruppe beliefen sich 2021 auf CHF 1.481 Mrd. Die zehn Genossenschaften haben rund CHF 726 Mio. investiert, um mit mehr regionaler Präsenz noch näher zu den Kundinnen und Kunden zu rücken und ihre Filialen zu modernisieren. Ein Teil der Mittel floss zudem in die Migros Industrie, welche namentlich in moderne Produktionsanlagen investierte und damit einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des Arbeitsplatzes Schweiz leistete.

### Gute finanzielle Performance

Das finanzielle Ergebnis der Migros-Gruppe wurde im Vorjahr stark von ausserordentlichen Effekten geprägt. Das Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) betrug im Berichtsjahr CHF 800 Mio. Der Gruppengewinn belief sich auf CHF 668 Mio. Auf bereinigter Basis wuchs der EBIT um 11.4%, der Gruppengewinn stieg um 20.4% (Vorjahr: CHF 555 Mio. vor Portfoliobereinigung). Das Eigenkapital stieg um CHF 654 Mio. auf CHF 21.142 Mrd. Die Migros-Gruppe ist finanziell stark aufgestellt, um auch künftig weiter das Einkaufserlebnis für ihre Kundinnen und Kunden mit Innovationen attraktiv zu gestalten und Veränderungen im Markt frühzeitig anzugehen.

### Genossenschaftlicher Detailhandel

Die zehn regionalen Migros Genossenschaften erwirtschafteten im Inland einen Umsatz von CHF 14.664 Mrd. Sie entwickelten sich damit leicht schwächer als im äusserst starken Vorjahr. Dabei machten sich die erneuten Einschränkungen infolge der Covid-19-Pandemie bemerkbar, insbesondere in der Gastronomie sowie bei den Freizeit- und Fitnessanlagen. Die Super- und Verbrauchermärkte erzielten inklusive des Geschäfts von Migros Online einen Umsatz von CHF 12.674 Mrd. (-0.4%). Im Ausland entwickelte sich der Genossenschafts-Umsatz mit CHF 1.499 Mrd. stabil (+0.1%). In den Supermärkten profitierten Kundinnen und Kunden von Preissenkungen im Umfang von rund CHF 190 Mio. oder durchschnittlich 1.7%.

### Handel

Das Geschäftsfeld Handel erzielte, bereinigt um den Verkauf von Globus und Swisstherm, eine Umsatzsteigerung von 8.5% auf CHF 8.182 Mrd. Der Onlinehändler Digitec Galaxus steigerte den Umsatz um 17.7% auf CHF 2.054 Mrd. und gewann erneut Marktanteile. Auch Ex Libris erhöhte den Umsatz markant, um 10.3% auf CHF 134 Mio. Denner erzielte im umkämpften Discount-Markt einen Umsatz von CHF 3.808 Mrd. (+1.2%). Migrolino knüpfte an das erfolgreiche Vorjahr an und wuchs um 4.3% auf CHF 747 Mio.

### Migros Industrie

Die Migros Industrie spürte 2021 erneut die pandemiebedingten Auswirkungen im Inland, insbesondere im Bereich Gastronomie. Mit dem Ausland-Geschäft vermochte sie die Rückgänge jedoch weitgehend auszugleichen. Bereinigt um die veräusserten Unternehmen blieb der Umsatz mit CHF 5.748 Mrd. stabil (-0.2%).

### Gesundheit

Der Bereich Gesundheit erwies sich erneut als Wachstumsträger. Die Medbase-Gruppe verzeichnete in allen drei Geschäftsfeldern Medizin, Pharmazie und Zahnmedizin ein deutliches Plus. Der Gruppen-Umsatz stieg um 28.8% auf CHF 490 Mio., wobei zahnarztzentrum.ch 2021 erstmals ganzjährig konsolidiert wurde.

**Hotelplan Gruppe**

Die Reisetätigkeit war wegen der Auswirkungen der Covid-19-Pandemie nach wie vor stark eingeschränkt. Hotelplan erzielte einen Nettoumsatz von CHF 645 Mio. (-11.9%). 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 Hotelplan Suisse, vtours und Interhome Group lag der Buchungseingang während mehreren Wochen über dem pandemiefreien Jahr 2019.

**Migros Bank**

Die Migros Bank wuchs 2021 in ihrem Kerngeschäft deutlich. Die Kundeneinlagen erhöhten sich um 9.4% auf CHF 42.2 Mrd., das Hypothekarvolumen erzielte ein Plus von 6.5%. Die Vermögensverwaltungsmandate verzeichneten wiederum eine deutliche Zunahme. Ihre Zahl stieg um 53%, nachdem bereits im Geschäftsjahr 2020 ein Plus von 23.2% verzeichnet worden war. Über alle Geschäftssparten hinweg nahm der Geschäftsertrag um 14% auf CHF 652 Mio. zu.

**Die Migros als Arbeitgeberin**

2021 beschäftigte die Migros 97'541 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (2020: 99'155). Die leichte Abnahme ist auf den Verkauf von Globus und Saviva AG sowie den Rückgang beim Reisegeschäft zurückzuführen. Gleichzeitig schuf die Migros-Gruppe über Tausend neue Stellen insbesondere im Online-Handel sowie im Gesundheitsbereich. Sie bleibt die grösste private Arbeitgeberin der Schweiz.

**Ausblick**

Der Krieg in der Ukraine und die weltweite Rohstoffknappheit, die zu grossen Unsicherheiten und steigenden Kosten führen werden, stellen im laufenden Geschäftsjahr eine Herausforderung dar. Die Migros ist für die Entwicklungen der Zukunft gut gerüstet und stark aufgestellt. Sie wird ihren Kundinnen und Kunden weiterhin das beste Preis-Leistung-Verhältnis anbieten. Für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird sie eine verlässliche Arbeitgeberin sein und ihre Verantwortung in der Versorgung der Schweizer Bevölkerung mit hoher Zuverlässigkeit wahrnehmen. Die Migros-Gruppe hat sich zum Ziel gesetzt, auch in Zukunft die erste Referenz für das gesellschaftliche Engagement in der Schweiz zu sein.



Ursula Nold,  
Präsidentin der  
Verwaltung MGB



Fabrice Zumbrunnen,  
Präsident der  
Generaldirektion MGB