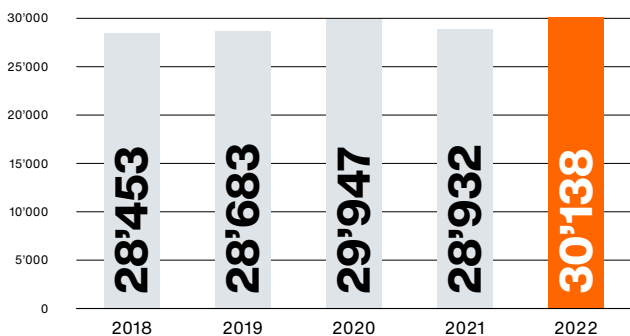


# Das Jahr 2022 der Migros-Gruppe in Zahlen und Fakten

Finanzen

**Umsatz**  
in Mio. CHF

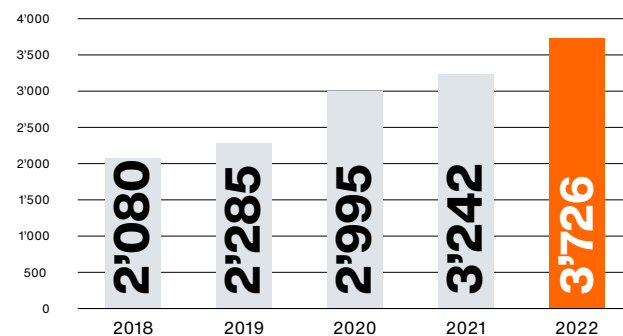


## 30.1 Mrd.

Der Gruppenumsatz stieg gegenüber dem Vorjahr um 4.2 % auf CHF 30.138 Mrd.

Finanzen

**Online-Umsatz**  
in Mio. CHF

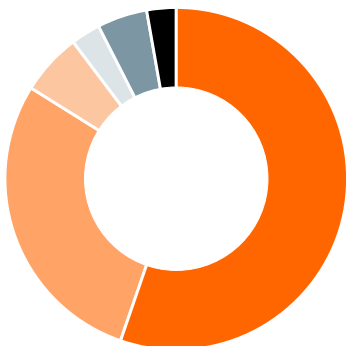


## 3.726 Mrd.

Der Online-Umsatz wuchs um 14.9 % auf CHF 3.726 Mrd.

Finanzen

**Umsatz pro Segment**  
in %

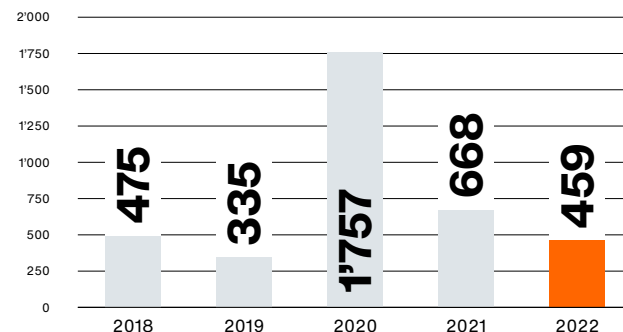


## 6 Segmente

Genossenschaftlicher Detailhandel: 55.3 %, Handel: 28.7 %, Migros Industrie: 5.8 %, Finanzdienstleistungen: 2.8 %, Reisen: 4.8 %, Übrige: 2.5 %

Finanzen

**Gewinn**  
in Mio. CHF

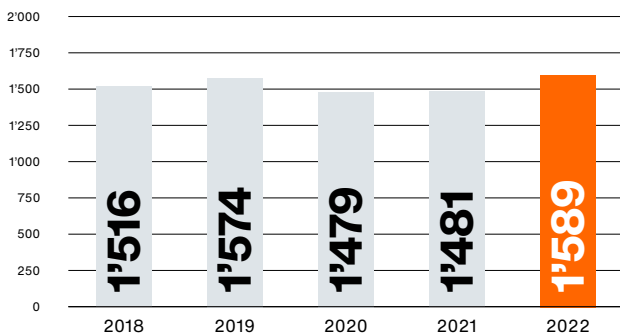


## 459 Mio.

Der Gewinn der Migros-Gruppe betrug 2022 CHF 459 Mio.

Finanzen

**Investitionen**  
in Mio. CHF

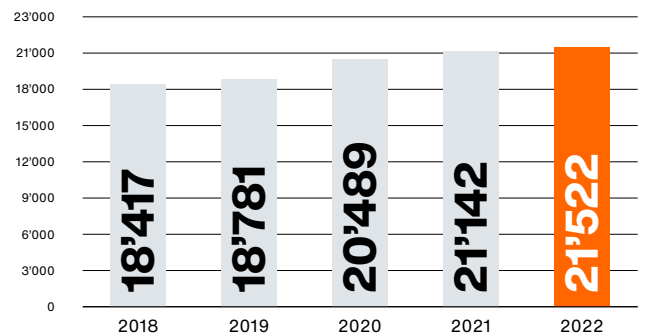


**1.589 Mrd.**

Die Gesamtinvestitionen der Migros-Gruppe beliefen sich 2022 auf CHF 1.589 Mrd.

Finanzen

**Eigenkapital**  
in Mio. CHF

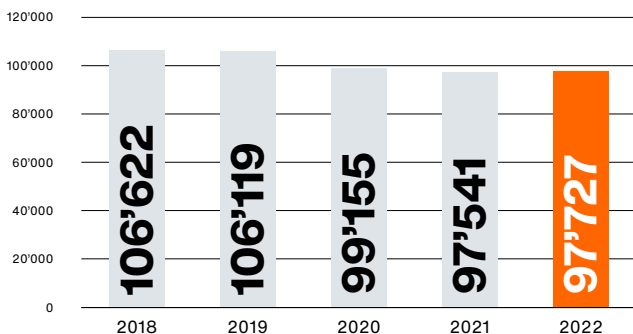


**21.522 Mrd.**

Das Eigenkapital der Migros-Gruppe betrug 2022 CHF 21.522 Mrd.

Mitarbeitende / Genossenschafter

**Personalbestand**  
Anzahl Personen (Jahresdurchschnitt)



**97'727**

Die Migros-Gruppe beschäftigte 2022 durchschnittlich 97'727 Personen (Anzahl Mitarbeitende konsolidierte Unternehmen Schweiz und Ausland).

Mitarbeitende / Genossenschafter

**Mitarbeitende nach Geschlecht**  
in %



**58.5 %**

2022 betrug der Frauenanteil der Mitarbeitenden 58.5% (Vorjahr: 58.6%).

Mitarbeitende / Genossenschafter

### Anteil Teilzeitbeschäftigte in %



# 49.1%

Von den 85'855 Mitarbeitenden in der Schweiz arbeitete rund die Hälfte Teilzeit (Vorjahr: 49.2%).

Mitarbeitende / Genossenschafter

### Lernende

# 3'754

3'754 Jugendliche absolvierten 2022 ihre Grundbildung in über 60 verschiedenen Berufen in der Migros-Gruppe (Vorjahr: 3'621).

Mitarbeitende

### Anzahl Genossenschafter per 31.12.2022



# 2'307'939

2'307'939 Genossenschafterinnen und Genossenschafter zählte die Migros 2022 (Vorjahr: 2'281'761).

Nachhaltigkeit

### Netto-Null bis 2050

# -55.8%

Reduktion der betrieblichen Treibhausgasemissionen der Migros-Gruppe gegenüber Referenzjahr 2019.

Nachhaltigkeit

M-Check

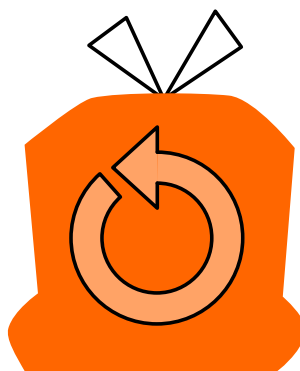


> 4'700

Über 4'700 Produkte mit M-Check-Bewertung auf der Verpackung für Transparenz bezüglich Nachhaltigkeit (Vorjahr: rund 3'000).

Nachhaltigkeit

Recycling von Plastikverpackungen

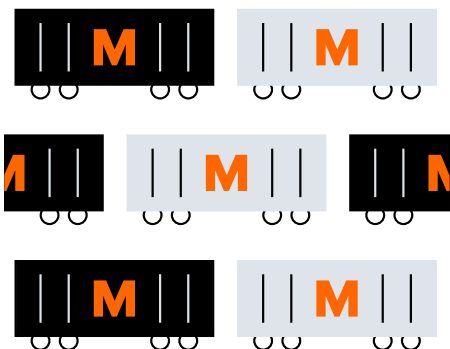


83

Anzahl Filialen, die Ende 2022 den Migros-Plastik-Sammelsack angeboten haben (Vorjahr: 59).

Nachhaltigkeit

Warentransporte per Bahn



110'000

Rund 110'000 Bahntransporte führte die Migros 2022 durch.

Engagement

Migros-Engagement



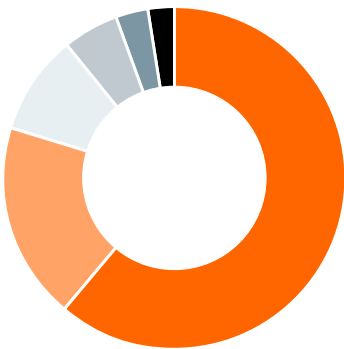
156 Mio.

CHF 156 Mio. wurden 2022 in das gesellschaftliche Engagement und in Bereiche wie das Zusammenleben, Bildung und Ethik investiert.

Engagement

**Migros-Kulturprozent**

Ausgaben nach Bereichen 2022

**139 Mio.**

Das Migros-Kulturprozent investierte 2022 CHF 139 Mio. in die Bereiche Bildung (61.3%), Kultur (18.6%), Freizeit (9.4%), Gesellschaft (5.2%), Verwaltung (3.1%) und Wirtschaft 2.4%.

Engagement

**Migros-Pionierfonds****16 Mio.**

2022 wurden für den Migros-Pionierfonds der Migros-Gruppe CHF 16 Mio. zur Verfügung gestellt (ausgegeben CHF 16 Mio.).

Engagement

**Migros-Unterstützungsfonds****1 Mio.**

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

# Kennzahlen im Detail

Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2018	2019	2020	2021	2022	Veränderung zu Vorjahr in %	
<b>Ertrag</b>	<b>28'453</b>	<b>28'683</b>	<b>29'947</b>	<b>28'932</b>	<b>30'138</b>	<b>+4.2</b>	
davon Ertrag vor Finanzdienstleistungsertrag	27'677	27'914	29'189	28'173	29'313	+4.0	
davon Detailumsatz Migros	23'729	23'757	24'379	24'744	24'678	-0.3	
davon Umsatz (Ertrag) der Genossenschaften <sup>1</sup>	16'255	16'062	16'559	16'364	15'986	-2.3	
Total M- Vertriebsstandorte	Anzahl	727	737	726	735	748	+1.8
Total M-Verkaufsfläche	m <sup>2</sup>	1'476'827	1'478'738	1'415'437	1'437'315	1'448'891	+0.8
<b>EBITDA (Ergebnis vor Finanzerfolg, Ertragssteuern und Abschreibungen)</b>	<b>2'118</b>	<b>1'732</b>	<b>3'349</b>	<b>2'094</b>	<b>1'883</b>	<b>-10.1</b>	
in % vom Ertrag	%	7.4	6.0	11.2	7.2	6.2	
davon EBITDA aus dem Handels- und Industriegeschäft		1'796	1'390	3'096	1'841	1'569	-14.8
<b>EBIT (Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern)</b>	<b>651</b>	<b>201</b>	<b>1'866</b>	<b>800</b>	<b>628</b>	<b>-21.5</b>	
in % vom Ertrag	%	2.3	0.7	6.2	2.8	2.1	
<b>Gewinn</b>	<b>475</b>	<b>335</b>	<b>1'757</b>	<b>668</b>	<b>459</b>	<b>-31.4</b>	
in % vom Ertrag	%	1.7	1.2	5.9	2.3	1.5	
<b>Geldfluss aus Geschäftstätigkeit</b>	<b>1'361</b>	<b>1'820</b>	<b>2'934</b>	<b>3'353</b>	<b>-70</b>	<b>-102.1</b>	
in % vom Ertrag	%	4.8	6.3	9.8	11.6	-0.2	
davon Geldfluss aus Geschäftstätigkeit des Handels- und Industriegeschäftes		1'641	1'382	1'598	1'322	1'505	+13.9
<b>Investitionen</b>	<b>1'516</b>	<b>1'574</b>	<b>1'479</b>	<b>1'481</b>	<b>1'589</b>	<b>+7.3</b>	
<b>Eigenkapital</b>	<b>18'417</b>	<b>18'781</b>	<b>20'489</b>	<b>21'142</b>	<b>21'522</b>	<b>+1.8</b>	
in % der Bilanzsumme	%	27.7	27.5	28.2	27.1	26.7	
davon Eigenkapital aus dem Handels- und Industriegeschäft		15'282	15'438	17'004	17'545	17'686	+0.8
in % der Bilanzsumme	%	67.1	69.1	71.7	71.9	72.5	
<b>Bilanzsumme</b>	<b>66'601</b>	<b>68'402</b>	<b>72'781</b>	<b>77'982</b>	<b>80'746</b>	<b>+3.5</b>	
davon Bilanzsumme aus dem Handels- und Industriegeschäft		22'789	22'331	23'727	24'416	24'393	-0.1

<b>Aufwendungen für kulturelle, soziale und wirtschaftspolitische Zwecke</b>		<b>120</b>	<b>118</b>	<b>142</b>	<b>142</b>	<b>139</b>	<b>-2.0</b>
<hr/>							
<b>Mitarbeitende/ Genossenschafter</b>							
<hr/>							
Personalbestand (Personen Jahresdurchschnitt)	Anzahl	106'622	106'119	99'155	97'541	97'727	+0.2
<hr/>							
Migros-Genossenschafter (Mitglieder)	Anzahl	2'215'194	2'236'811	2'268'184	2'281'761	2'307'939	+1.1
<hr/>							

<sup>1</sup> Genossenschaften inkl. Tochtergesellschaften In- und Ausland

# Genossenschaftlicher Detailhandel

**Die Migros-Gruppe setzte 2022 ihren Wachstumskurs im Online-Geschäft fort. Gleichzeitig prägten nachlassende Pandemie-Effekte den stationären Handel. Mit einem konsolidierten Umsatz von CHF 16.774 Mrd. schnitt der Genossenschaftliche Detailhandel etwas schwächer ab (-1.9%).**

Die zehn regionalen Migros-Genossenschaften inklusive Tochtergesellschaften erwirtschafteten 2022 einen Nettoumsatz von CHF 15.904 Mrd. (-2.0 %). Davon entfielen CHF 1.384 Mrd. auf das Auslandsgeschäft. Der erwartete Rückgang war eine Folge der normalisierten Nachfrage nach der Aufhebung der Covid-19-Massnahmen. Zusammen mit den Umsätzen aus Migros Online, Miduca, MGB und weiteren Unternehmen ergibt sich ein konsolidierter Umsatz von CHF 16.774 Mrd. (-1.9 %).

Die Super- und Verbrauchermärkte im Inland erzielten einen Umsatz von CHF 11.947 Mrd. (-3.2 %), inklusive dem Geschäft von Migros Online betrug der Umsatz CHF 12.276 Mrd. (-3.1 %). Im Ausland ging der Umsatz um 6.3 % auf CHF 1.384 Mrd. zurück.

## 5.5 %

Erhöhung der Kundenfrequenz in den Super- und Verbrauchermärkten

### Höhere Kundenfrequenz

Die Verteuerung von Rohstoffen, Verpackung und Energie machte 2022 eine Anhebung der Preise in den Super- und Verbrauchermärkten erforderlich. Bei einer durchschnittlichen Anpassung um zirka +1.2 % blieb der Anstieg jedoch moderat.

Die gedämpfte Konsumnachfrage sorgte dafür, dass sich der Warenkorb pro Einkauf gegenüber 2021 verkleinerte. Dafür erhöhte sich die Kundenfrequenz in den Super- und Verbrauchermärkten das zweite Jahr in Folge und erreichte 351.3 Mio. Einkäufe (+5.5 %).

**Das Sortiment pflanzenbasierter Fleisch- und Milchersatz-Erzeugnisse der Eigenmarke V-Love vergrösserte sich 2022 auf über 150 Produkte.**

### Ökologische Verantwortung

Die Migros hat 2022 ihr ökologisches Engagement weiter verstärkt und das Angebot nachhaltig produzierter Lebensmittel erweitert. Das Sortiment pflanzenbasierter Fleisch- und Milchersatz-Erzeugnisse der Eigenmarke V-Love vergrösserte sich um rund vierzig auf über 150 Produkte (einschliesslich saisonaler Produkte). In den Migros-Filialen wurde per Ende 2022 sämtliches Plastik-Einwegbesteck ersetzt. Dadurch lassen sich jährlich 17 Tonnen Plastikmaterial einsparen.

Gegenüber dem Vorjahr stieg der Umsatz bei Produkten mit ökologischem oder sozialem Mehrwert um 1.5 % auf CHF 3.455 Mrd. Der Umsatz bei biologischen Lebensmitteln wuchs um 1.2 % auf CHF 1.264 Mrd.

→ Nachhaltigkeit

### Fachmärkte

Das veränderte Marktumfeld war auch in den Fachmärkten Micasa, SportXX, Bike World, Do it + Garden, Melectronics und OBI zu spüren. Der Umsatz ging insgesamt um 6.7 % auf CHF 1.612 Mrd. zurück. Positiv entwickelte sich die Gastronomie, die in den Vorjahren unter Covid-19-bedingten Schliessungen und Einschränkungen gelitten hatte. Ihre Umsätze verbesserten sich gegenüber Vorjahr um +46.5 % auf CHF 577 Mio.



# 46.5%

Umsatzsteigerung in der Gastronomie gegenüber Vorjahr

## Migros Online

Der Online-Supermarkt Migros Online konnte zwar nicht an das starke Wachstum des Vorjahres anknüpfen, blieb aber mit einem Umsatz von CHF 328 Mio. nur leicht unter dem Niveau des Vorjahres (-0.7 %). Damit verteidigte Migros Online die führende Position im Schweizer Markt.

## Verkaufsflächen

2022 eröffnete die Migros 19 neue Standorte (neun quartiernahe M-Standorte, vier Bike-World-Filialen, zwei Alnatura-Supermärkte, zwei Teo-Filialen und zwei M-Outlet-Standorte). Gleichzeitig wurden fünf M-Standorte geschlossen. Per Ende Jahr umfasste das Migros-Verkaufsstellennetz 748 Standorte (Vorjahr: 735). Netto stieg die Verkaufsfläche der Super- und Verbrauchermärkte, der Fachmärkte und der Gastronomie um 0.79 % auf 1'448'891 m<sup>2</sup>.

## Finanzzahlen Genossenschaftlicher Detailhandel

Mio. CHF	2022	2021	Veränderung in %
<b>Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen</b>			
Genossenschaften inkl. Tochtergesellschaften <sup>1</sup>	15'904	16'277	-2.3 %
MGB	5'445	5'434	0.2 %
Migros Online SA	328	330	-0.7 %
Logistik	389	408	-4.8 %
Weitere Unternehmen	3	0	
<b>Total Nettoerlöse aus Lieferungen u. Leistungen</b>	<b>22'069</b>	<b>22'450</b>	<b>-1.7 %</b>
Elimination Intra-Segment	-5'295	-5'351	
<b>Segmentumsatz (Nettoerlöse aus Lieferungen u. Leistungen)</b>	<b>16'774</b>	<b>17'099</b>	<b>-1.9 %</b>
Andere betriebliche Erträge	474	433	9.6 %
<b>Total Ertrag</b>	<b>17'248</b>	<b>17'531</b>	<b>-1.6 %</b>
<b>Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)</b>	<b>245</b>	<b>430</b>	<b>-43.0 %</b>
Segmentaktiven	10'655	10'597	
Investitionen in langfristiges Vermögen	1'103	1'059	
Mitarbeitende	63'830	65'142	

<sup>1</sup> Genossenschaften inkl. Tochtergesellschaften In- und Ausland

## Vertriebszahlen Genossenschaftlicher Detailhandel

	Anzahl Standorte 2022	Anzahl Standorte 2021	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> ) 2022	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> ) 2021
<b>Vertriebsstandorte Schweiz</b>				
<b>Migros-Standorte</b>				
M	372	368	309'134	301'309
MM	213	212	490'263	487'516
MMM	50	50	364'286	369'332
<b>Total</b>	<b>635</b>	<b>630</b>	<b>1'163'683</b>	<b>1'158'157</b>
MParcs/Fachmarktcenter/Obi <sup>1</sup>	40	40	245'487	244'129
Spezialläden <sup>2</sup>	62	53	38'208	33'468
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>93</b>	<b>283'695</b>	<b>277'597</b>
Eigenständige Gastrobetriebe	11	12	1'513	1'561
<b>Total Standorte</b>	<b>748</b>	<b>735</b>	<b>1'448'891</b>	<b>1'437'315</b>
<b>Vertriebslinien Schweiz</b>				
Supermärkte				
M, MM und MMM	635	630	959'333	950'945
Alnatura <sup>3</sup>	20	19	7'566	7'624
Übrige Supermärkte <sup>4</sup>	9	9	13'996	13'605
<b>Total Supermärkte</b>	<b>664</b>	<b>658</b>	<b>980'895</b>	<b>972'174</b>
Fachmärkte				
Do It+Garden	41	41	97'324	96'685
Micasa	36	35	70'046	69'434
SportXX	69	65	83'643	79'561
Melectronics	98	101	38'574	39'636
Obi-Baumarkt/Garten	11	11	90'069	90'069
<b>Total Fachmärkte</b>	<b>255</b>	<b>253</b>	<b>379'656</b>	<b>375'385</b>
Gastronomie				
<b>Total Gastronomie<sup>5</sup></b>	<b>227</b>	<b>235</b>	<b>83'811</b>	<b>89'756</b>
<b>Vertriebsstandorte Ausland</b>				
Frankreich (Migros France)				
MMM	2	2	10'883	10'883
MM	1	1	1'638	1'638
Deutschland				
Tegut	315	296	323'081	313'040
<b>Total Ausland</b>	<b>318</b>	<b>299</b>	<b>335'602</b>	<b>325'561</b>

**Grosshandel Genossenschaften und Diverse**

Migros Partner	51	49
VOI	65	61

**Freizeit und Stiftungen**

Aquaparks <sup>6</sup>	2	2
Sportparks	3	3
Golfparks	6	8
Stiftungen «Park im Grünen» und Monte Generoso	5	5

<sup>1</sup> Standort kann SMVM Filialen beinhalten

<sup>2</sup> Outlets, Alnatura Bio-Supermärkte, eigenständige Outdoor by SportXX-Filialen usw.

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

<sup>4</sup> in MParcs oder Fachmarktcenter integriert

<sup>5</sup> M-Restaurants, Take Aways und weitere Gastroformate (Kaimug, Hitzberger, Coffee&Time), Säntispark, Bernaqua

<sup>6</sup> Säntispark, 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. Im 2022 konnten Marktanteile weiter ausgebaut werden.**

## 126 Mio.

Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) in CHF

Trotz herausforderndem Marktumfeld konnte das Departement Handel den Umsatz weiter steigern. Verändertes Konsumverhalten wie die Rückkehr in die Gastronomie, erhöhte Reisetätigkeit oder steigendes Preisbewusstsein waren deutlich spürbar. Zudem hatten die Inflation und der hohe Erdölpreis einen Einfluss auf Kosten und Absatz.

Das Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) lag mit CHF 126 Mio. unter dem Ergebnis des Vorjahres von CHF 162 Mio. Die Gründe hierfür waren insbesondere höhere Rohstoffpreise, gestiegene Einkaufspreise, welche nicht vollständig an die Konsumentinnen und Konsumenten weitergegeben werden konnten, und die Investition in das Wachstum von Galaxus Deutschland.

## 8.7%

Steigerung des Plattformumsatzes der Digitec Galaxus Gruppe

### Klar positioniertes Handelsportfolio

Mit dem klar positionierten Handelsportfolio besetzt die Migros führende Marktpositionen in den Bereichen Convenience und Discount sowie im schnell wachsenden Online-Bereich. Alle fünf Unternehmen erreichten im Jahr 2022 ein zweistelliges Umsatzwachstum im Vergleich zu 2019. Damit leistet das Handelsportfolio einen wichtigen Beitrag zum profitablen Wachstum der Gruppe.

**Digitec Galaxus** steigerte den Plattformumsatz (inkl. Deutschland) um 8.7 % auf CHF 2.427 Mrd. Das Unternehmen wuchs in der Schweiz schneller als die Konkurrenz und gewann sowohl im Online- als auch im Gesamtmarkt Marktanteile. Dank einer Verdoppelung des Produkte-Angebots und dank dem Ausbau des Logistikzentrums in Krefeld (DE) konnte Galaxus Deutschland den Umsatz um fast 80 % erhöhen. Der Umsatz der Digitec Galaxus Gruppe lag bei CHF 2.207 Mrd. gegenüber CHF 2.054 Mrd. im Vorjahr.

**Ex Libris** feierte im Jahr 2022 sein 75-Jahr-Jubiläum. Der grösste Online-Buchhändler der Schweiz litt unter einem Umsatzrückgang im Schweizer Buchmarkt und einer spürbaren Rückverlagerung des Geschäfts in den stationären Handel. Der Umsatz belief sich auf CHF 119 Mio. und lag damit unter Vorjahr (-11.3 %), aber immer noch deutlich über 2019 (+19.8 %).

## 5.1%

Umsatzsteigerung der migrolino AG

### Starke Marktposition

**Denner** konnte in einem rückläufigen Food-Retail-Markt weiter Marktanteile gewinnen und erzielte einen Umsatz von CHF 3.685 Mrd. (-3.2 %). Als diskontierender Nahversorger mit einem dichten Filialnetz profitierte Denner von einem Ausbau der Frische-Sortimente und überzeugte in einem inflationären Umfeld dank starker Preispositionierung. Das Filialnetz wurde um netto 10 auf 860 Standorte ausgebaut und damit die Nähe zu den Kundinnen und Kunden weiter gestärkt.

**Migrolino** steigerte den Umsatz um 5.1 % auf CHF 784 Mio. dank organischem Wachstum und Expansion. Das Format mio by migrolino wurde von 17 auf 50 Shops ausgebaut. Die Anzahl Shops der migrolino AG inklusive der Formate migrolino, mio und goods wuchs auf 366 (Vorjahr: 337).

**Migrol** verzeichnete ein deutliches Umsatzplus von 23.8 % vor allem aufgrund des stark gestiegenen Erdölpreises und setzte CHF 1.795 Mrd. um. Gleichzeitig baute Migrol das Netzwerk von Fast Charging Standorten für Elektrofahrzeuge auf 18 Stationen aus.

**Finanzzahlen Handel**

Mio. CHF	2022	2021	Veränderung in %
<b>Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen</b>			
Denner AG	3'685	3'808	-3.2 %
Migrol AG	1'795	1'450	23.8 %
Digitec Galaxus	2'207	2'054	7.4 %
migrolino AG	784	747	5.1 %
Ex Libris AG	119	134	-11.3 %
Weitere Unternehmen	5	5	0.2 %
<b>Total Nettoerlöse aus Lieferungen u. Leistungen</b>	<b>8'595</b>	<b>8'198</b>	<b>4.8 %</b>
Elimination Intra-Segment	-13	-16	
<b>Segmentumsatz (Nettoerlöse aus Lieferungen u. Leistungen)</b>	<b>8'583</b>	<b>8'182</b>	<b>4.9 %</b>
Andere betriebliche Erträge	107	96	12.5 %
<b>Total Ertrag</b>	<b>8'690</b>	<b>8'277</b>	<b>5.0 %</b>
<b>Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)</b>	<b>126</b>	<b>162</b>	<b>-22.2 %</b>
Segmentaktiven	1'376	1'366	
Investitionen in langfristiges Vermögen	143	134	
Mitarbeitende	9'065	9'263	

**Vertriebsnetzzahlen Handel**

	2022	2021
<b>Denner: Filialen, Satelliten und Denner-Express</b>	<b>860</b>	<b>850</b>
<b>Migrol-Tankstellen</b>	<b>310</b>	<b>310</b>
<b>Migrol-Shops</b>	<b>46</b>	<b>49</b>
<b>Migrol Fast Charging Standorte</b>	<b>18</b>	<b>15</b>
<b>migrolino/mio/goods Shops</b>	<b>366</b>	<b>337</b>
<b>Ex Libris</b>	<b>15</b>	<b>14</b>
<b>Digitec Galaxus</b>	<b>10</b>	<b>10</b>

# Migros Industrie

**Im herausfordernden Marktumfeld erzielte die Migros Industrie 2022 einen Umsatz von CHF 5.779 Mrd. (+0.5%). Der wichtigste Wachstumstreiber war die Expansion im Ausland.**

Mit ihren Industriebetrieben ist die Migros weltweit eine der grössten Produzentinnen von Eigenmarken. Daneben beliefert sie mit ihren Produkten und Dienstleistungen auch zahlreiche Drittkunden im In- und Ausland. Die Migros Industrie erzielte ein Umsatzwachstum von 0.5 % dank dem Ausbau des Auslandsgeschäfts und der Erholung des Gastro-Geschäfts im Inland.

**Ein wichtiger Meilenstein war die Lancierung des innovativen Kaffeesystems CoffeeB.**

## **Kostenanstieg bei Rohstoffen und Energie**

2022 war geprägt von signifikanten Kostenanstiegen bei Rohstoffen und Energie sowie von Versorgungsengpässen, welche erfolgreich bewältigt wurden. Im Rahmen des Programms «Winning Together» wurde die konzerninterne Zusammenarbeit weiter intensiviert. Vertreterinnen und Vertreter der Genossenschaften, des Migros-Genossenschafts-Bundes und der Industrie engagieren sich für die Optimierung von Kosten und Prozessen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dank diesen Massnahmen kann ein wesentlicher Teil der Kostensteigerungen kompensiert werden, um die Preiserhöhungen für die Kundinnen und Kunden möglichst tief zu halten.

Ein wichtiger Meilenstein war die Lancierung des innovativen Kaffeesystems CoffeeB, dessen Kugeln aus gepresstem Kaffee zu 100 % gartenkompostierbar sind und keinen Aluminium- oder Plastikabfall erzeugen.

Der Umsatz in der Schweiz sank um –0.6 % auf CHF 4'753 Mio. infolge der Normalisierung von pandemiebedingten Sondereffekten in den Vorjahren. Die Aufhebung der Restriktionen führte erwartungsgemäss zu tieferen Umsätzen im stationären Detailhandel. Dieser Effekt wurde teilweise kompensiert durch die Erholung im Gastro- und Grosshandelsgeschäft.

**+6.3 %**

ist das internationale Geschäft im Berichtsjahr gewachsen.

## **Internationale Marktposition ausgebaut**

Das internationale Geschäft ist im Berichtsjahr um 6.3 % auf CHF 1'026 Mio. gewachsen. Haupttreiber waren die Gewinnung neuer Vertriebspartner im Kaffee- und Schokoladen-Exportgeschäft der Delica, die Akquisition von Marq Labs, einem Hersteller von Beauty-Produkten in den USA, sowie dem erneut erfreulichen Wachstum der Mibelle-Tochter Gowoonsesang in Südkorea.

**237 Mio.**

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

## **Investitionen in den Werkplatz Schweiz**

Die Migros Industrie investierte im Berichtsjahr rund CHF 237 Mio., insbesondere in den Werkplatz Schweiz. Der Schwerpunkt lag wie in den Vorjahren auf der Automatisierung und Digitalisierung der Prozesse zur Erhöhung der Produktivität wie auch bei Investitionen im Bereich der Nachhaltigkeit zur weiteren Senkung des CO<sub>2</sub>-Ausstosses.

2022 beschäftigte die Migros Industrie im Durchschnitt 13'321 Mitarbeitende. Als engagierte Auszubildende bildete sie insgesamt 513 Lernende in über 30 verschiedenen Berufen aus.

**Finanzzahlen Migros Industrie**

Mio. CHF	2022	2021	Veränderung in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	5'779	5'748	0.5 %
Andere betriebliche Erträge	82	61	36.2 %
<b>Total Ertrag</b>	<b>5'861</b>	<b>5'809</b>	<b>0.9 %</b>
<b>Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)</b>	<b>9</b>	<b>133</b>	<b>-93.3 %</b>
Segmentaktiven	2'339	2'182	
Investitionen in langfristiges Vermögen	237	206	
Mitarbeitende	13'321	13'119	



# Finanzdienstleistungen

**Die Migros Bank ist ertrags- und volumenmässig deutlich gewachsen. Über alle Geschäftssparten hinweg erhöhte sich der Geschäftsertrag im Berichtsjahr um 7.8% auf CHF 703 Mio.**

Die Migros Bank lancierte 2022 erfolgreich die neue Cumulus Kreditkarte der Migros. Dank der neu gewonnenen Karteninhaberinnen und -inhaber baute sie ihre Kundenbasis deutlich aus, auf über eine Million Kundinnen und Kunden (+26.6 %).

## 1'007'600

Gesamtkundenbestand

### Wachstum bei Kundeneinlagen

Ein hohes Wachstum erfuhren auch die Kundeneinlagen, mit +5.3 % auf CHF 44.3 Mrd., was das Kundenvertrauen in die Migros Bank widerspiegelt. Parallel zu den Kundeneinlagen wuchsen die Kundenausleihungen um 8.4 % auf CHF 48.8 Mrd.

Der Netto-Erfolg aus dem Zinsgeschäft stieg um 6.4 % auf CHF 513 Mio. Der Erfolg aus dem Kommissionsgeschäft erhöhte sich seinerseits um 8.9 % auf CHF 126 Mio. Dazu trugen das Wachstum bei der Vermögensverwaltung und den Anlagefonds sowie das Kartengeschäft bei. Letzteres profitierte davon, dass nach der Pandemie die Menschen wieder vermehrt reisten und ihre Karten im Ausland einsetzten.

Die verstärkte Reisetätigkeit führte auch zu einem höheren Erfolg aus dem Handelsgeschäft (+6.4 % auf CHF 49 Mio.), dies insbesondere dank Mehrumsätzen im Sorten- und Notenhandel. Unter Berücksichtigung des übrigen ordentlichen Erfolgs resultierte ein Geschäftsertrag von insgesamt CHF 703 Mio. (+7.8 %).

## 5.3%

Zunahme der Kundeneinlagen

### Investitionen ins Kerngeschäft

Die Migros Bank nutzte im Berichtsjahr ihre Ertragskraft für gezielte Investitionen in den Ausbau ihres Kerngeschäfts. Der Geschäftsaufwand belief sich insgesamt auf CHF 387 Mio. (+13.0 %). Darunter fielen substanzielle Aufbauinvestitionen ins Kartengeschäft im Zusammenhang mit der Cumulus Kreditkarte und anderen Zahlkarten. Weitere Investitionen erfolgten in den Vertriebskanälen, wie beispielsweise ein Kapazitätsausbau im Kundencenter und die Einführung einer neuartigen Videoberatung.

### Beitrag an gesellschaftliches Engagement

Nach Abschreibungen und Rückstellungen betrug der Geschäftserfolg CHF 292 Mio. Nach Steuern resultierte ein Gewinn in Vorjahreshöhe von CHF 240 Mio. Dieser versteht sich nach Abzug eines namhaften Beitrags an den Migros-Pionierfonds. Damit ermöglicht die Migros Bank Pionierprojekte in den Bereichen klimaneutrale Gesellschaft, Mensch und Digitalisierung sowie kollaborative Innovation. Gemeinsam mit weiteren Tochtergesellschaften der Migros-Gruppe alimentiert die Migros Bank den Pionierfonds jährlich mit namhaften Beträgen.

### Strategisch gut aufgestellt

Die Rahmenbedingungen werden im laufenden Jahr herausfordernd bleiben. Neben den Unsicherheiten bezüglich Geopolitik, Energiemangel und Lieferkettenengpässen bleibt abzuwarten, wie Konsumentinnen und Konsumenten sowie Unternehmen mit der anhaltend hohen Inflation und den wachsenden Konjunkturrisiken umgehen. Vor dem Hintergrund dieser Herausforderungen sieht sich die Migros Bank strategisch gut aufgestellt mit den 2022 erfolgten Investitionen zum Ausbau des Kerngeschäfts und der Lancierung der neuen Cumulus Kreditkarte.

**Finanzzahlen Finanzdienstleistungen**

Mio. CHF	2022	2021	Veränderung in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	15	14	12.2 %
Ertrag aus Finanzdienstleistungen	833	762	9.3 %
Andere betriebliche Erträge	-	2	-100.0 %
<b>Total Ertrag</b>	<b>849</b>	<b>778</b>	<b>9.1 %</b>
<b>Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)</b>	<b>288</b>	<b>233</b>	<b>23.7 %</b>
Segmentaktiven	57'270	54'556	
Investitionen in langfristiges Vermögen	47	39	
Mitarbeitende	1'823	1'722	

# Reisen

**Hotelplan Group erzielte einen Umsatz von CHF 1'435 Mio., was einem Plus von 122.5 % gegenüber Vorjahr entspricht. Der Konzern profitierte von einem starken Nachholbedarf der Kundinnen und Kunden nach der Pandemie.**

Das Geschäftsjahr 2021/2022 von Hotelplan Group war zu Beginn nach wie vor von der Covid-19-Pandemie geprägt. Ab dem Frühjahr wurde jedoch ein starker Nachholbedarf der Kundinnen und Kunden verzeichnet sowohl bei den Ferienreisen als auch bei den Geschäftsreisen. Insgesamt erwirtschaftete Hotelplan Group einen Umsatz von CHF 1'435 Mio. (Vorjahr: CHF 645 Mio.). Dies entspricht einem Plus von 122.5 % gegenüber Vorjahr und einem Plus von 20.8 % gegenüber 2019.

**Badeferien rund um das Mittelmeer mit den Marken Hotelplan, Migros Ferien und vtours waren bei den Kundinnen und Kunden sehr beliebt.**

#### **Buchungsboom und Rekordergebnis**

Insbesondere bei Badeferien und Städtereisen mit den Marken Hotelplan, Migros Ferien und vtours konnte im Geschäftsjahr 2021/2022 ein Buchungsboom festgestellt werden. Der Bereich Volume Tour Operating erzielte einen Umsatz von CHF 703 Mio., was gegenüber Vorjahr einem Plus von 123.4 % entspricht.

Grosser Beliebtheit erfreuten sich zudem Ferien in einer Ferienwohnung oder einem Ferienhaus von Interhome Group. Mit einem Umsatz von CHF 371 Mio. (+34.9 % gegenüber Vorjahr) geht das Geschäftsjahr 2021/2022 als Rekordjahr in die 57-jährige Geschichte von Interhome Group ein. Das Ergebnis ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass die Anzahl betreuter Unterkünfte sowie der lokalen Service-Büros erhöht wurde.

Ebenfalls erfolgreich schloss die britische Tochtergesellschaft Hotelplan UK das Geschäftsjahr ab. Der Umsatz konnte gegenüber Vorjahr von CHF 8.3 Mio. auf CHF 180 Mio. gesteigert werden.

**Hotelplan Group hat sein Nachhaltigkeitsengagement weiter ausgebaut und die Strategie im Bereich Nachhaltigkeit geschärft.**

#### **Nachhaltigkeitsengagement ausgebaut**

Hotelplan Group hat im Geschäftsjahr 2021/2022 sein Nachhaltigkeitsengagement weiter ausgebaut und die Strategie im Bereich Nachhaltigkeit geschärft. Das Unternehmen verfolgt einen ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz entlang der drei Säulen One Planet, People & Places, Responsible Business. Zum einen schloss sich Hotelplan Group im Berichtsjahr dem Verein Futouris an, der sich für eine zukunftsfähige, nachhaltige Reisebranche einsetzt. Zum andern trat der Konzern als Gründungsmitglied dem Verein KlimaLink bei, dessen Ziel einheitliche Berechnungsstandards für Klima-Emissionen der gesamten Reisebranche sind.

Mit der Marke Migros Ferien wurden Pauschalreisen mit dem Zug ins Portfolio aufgenommen. Bei Explore, dem Soft-Adventure Spezialisten von Hotelplan UK, ist der CO<sub>2</sub>-Fussabdruck jeder Reise neu bereits auf der Buchungswebsite ersichtlich. Mit dem Angebot für Workation-Aufenthalte für die eigenen Mitarbeitenden oder der sogenannten Green Office Initiative wurden zudem die internen Nachhaltigkeitsbestrebungen ausgebaut.

**Finanzzahlen Reisen**

Mio. CHF	2022	2021	Veränderung in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	1'435	645	122.5 %
Andere betriebliche Erträge	7	9	-23.7 %
<b>Total Ertrag</b>	<b>1'442</b>	<b>654</b>	<b>120.4 %</b>
<b>Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)</b>	<b>26</b>	<b>-41</b>	<b>162.8 %</b>
Segmentaktiven	-1	23	
Investitionen in langfristiges Vermögen	6	3	
Mitarbeitende	2'117	1'900	

# 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 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.

## **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. Damit wurde eine Verteillogistik mit 400'000 Palettenplätzen etabliert, die auch zukünftige anspruchsvolle Bedürfnisse des Marktes und der Kundinnen und Kunden erfolgreich abzudecken vermag. Mit den Anlagen und dem Hochregallager in Neuendorf (SO) kam im Berichtsjahr das Projekt Logistik 4.0 zum Abschluss – ein weiterer Schritt in der Transformation.

Zudem unterstützt die Migros mit ihrem umfassenden Know-how in sämtlichen Prozessschritten der Lieferkette die Entwicklung innovativer und umweltfreundlicher Logistiklösungen in der gesamten Schweiz. Rund 110'000 Bahntransporte führte die Migros im Berichtsjahr durch. Mit der Bahnstrategie schafft sie die Grundlagen für den weiteren optimalen Einsatz der Bahn für die heutigen und zukünftigen Warenströme.

# 5'000

Technologiearbeitsplätze bei der Migros

## **Die Zukunft mitgestalten**

Mit rund 5'000 Technologiearbeitsplätzen ist die Migros eine der grössten und attraktivsten Technologiearbeitgeberinnen der Schweiz. 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, erfolgt die Zusammenarbeit nach Lean-Agile Prinzipien (SAFe): Agile Teams arbeiten cross-funktional und interdisziplinär auf gemeinsame Ziele hin.