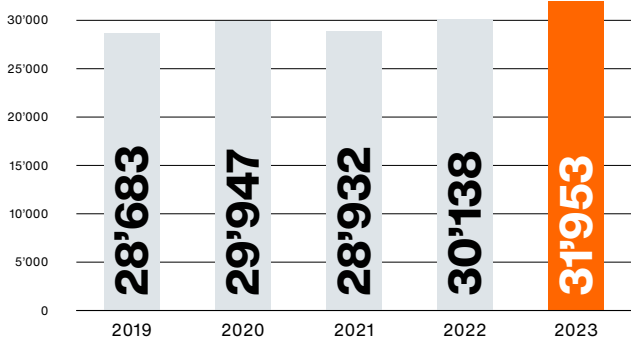


Das Jahr 2023 der Migros-Gruppe in Zahlen und Fakten

Finanzen

Umsatz
in Mio. CHF

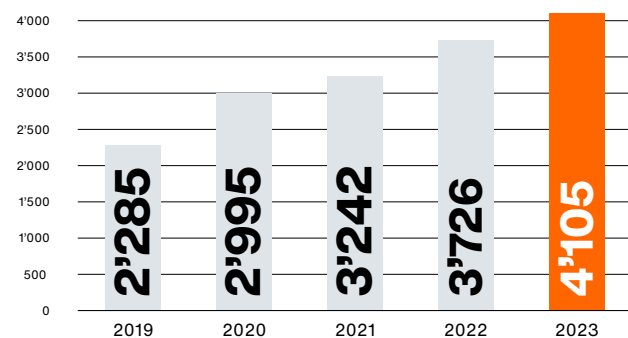


32.0 Mrd.

Der Gruppenumsatz stieg gegenüber dem Vorjahr um 6.0% auf CHF 31.953 Mrd.

Finanzen

Online-Umsatz
in Mio. CHF

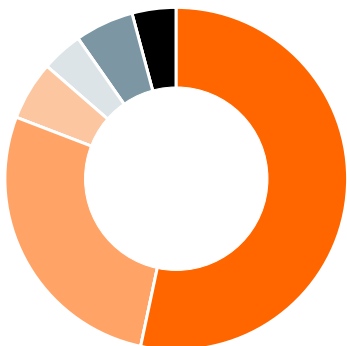


4.105 Mrd.

Der Online-Umsatz wuchs um 10.2% auf CHF 4.105 Mrd.

Finanzen

Umsatz pro Segment
in %

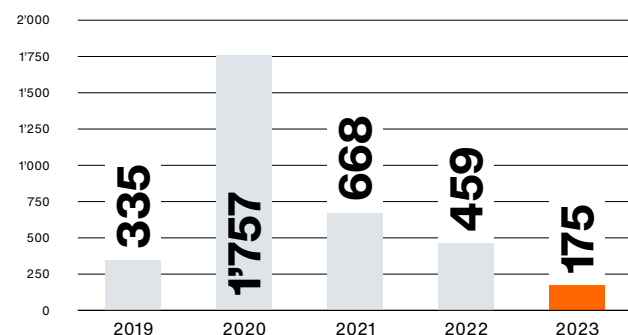


6 Segmente

Genossenschaftlicher Detailhandel: 53.3%, Handel: 27.5%, Migros Industrie: 5.6%, Finanzdienstleistungen: 4.0%, Reisen: 5.4%, Übrige: 4.1%

Finanzen

Gewinn
in Mio. CHF

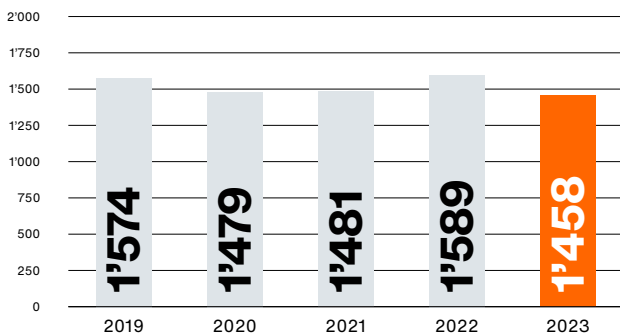


175 Mio.

Der Gewinn der Migros-Gruppe betrug 2023 CHF 175 Mio.

Finanzen

Investitionen
in Mio. CHF

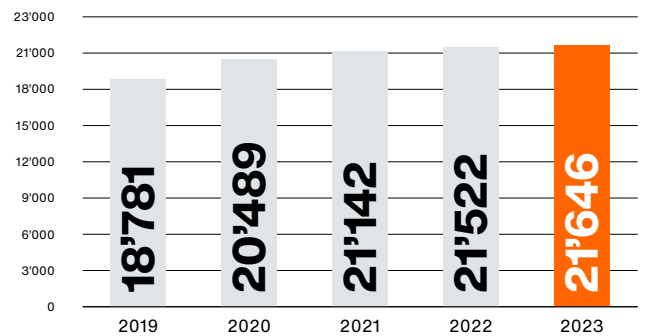


1.458 Mrd.

Die Gesamtinvestitionen der Migros-Gruppe beliefen sich 2023 auf CHF 1.458 Mrd.

Finanzen

Eigenkapital
in Mio. CHF

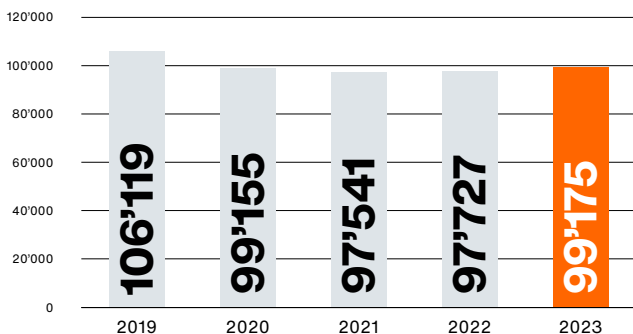


21.646 Mrd.

Das Eigenkapital der Migros-Gruppe betrug 2023 CHF 21.646 Mrd.

Mitarbeitende / Genossenschafter

Personalbestand
Anzahl Personen (Jahresdurchschnitt)



99'175

Die Migros-Gruppe beschäftigte 2023 durchschnittlich 99'175 Personen (Anzahl Mitarbeitende konsolidierte Unternehmen Schweiz und Ausland).

Mitarbeitende / Genossenschafter

Mitarbeitende nach Geschlecht
in %



57.8 %

2023 betrug der Frauenanteil der Mitarbeitenden 57.8% (Vorjahr: 58.5%).

Mitarbeitende / Genossenschafter

Anteil Teilzeitbeschäftigte
in %



49.1%

Von den 87'197 Mitarbeitenden in der Schweiz arbeitete rund die Hälfte Teilzeit (Vorjahr: 49.1%).

Mitarbeitende / Genossenschafter

Lernende

3'670

3'670 Jugendliche absolvierten 2023 ihre Grundbildung in über 60 verschiedenen Berufen in der Migros-Gruppe (Vorjahr: 3'754).

Mitarbeitende

Anzahl Genossenschafter
per 31.12.2023



2'320'426

2'320'426 Genossenschafterinnen und Genossenschafter zählte die Migros 2023 (Vorjahr: 2'307'939).

Nachhaltigkeit

Netto-Null bis 2050

-57.5%

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

Nachhaltigkeit

M-Check

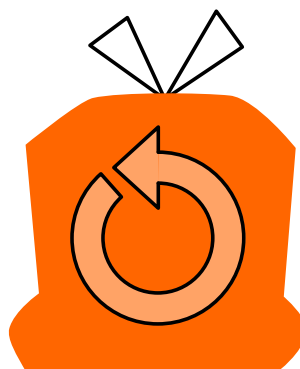


> 6'900

Über 6'900 Produkte mit M-Check-Bewertung auf der Verpackung für Transparenz bezüglich Nachhaltigkeit (Vorjahr: 4'700).

Nachhaltigkeit

Recycling von Plastikverpackungen

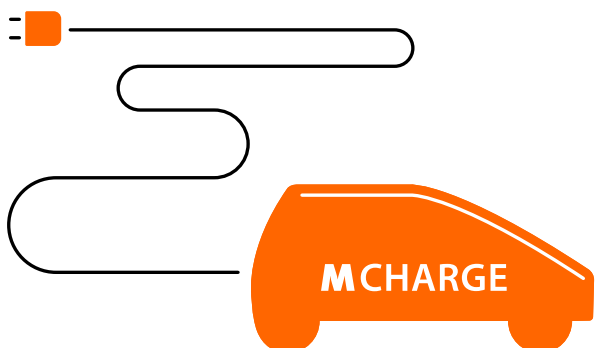


≈ 4'000 t

Rund 4000 Tonnen Kunststoffe wurden 2023 aus Plastiksammelsäcken und der Sammlung von unterschiedlichen Plastikflaschen recycelt (Vorjahr: 3'700 t).

Nachhaltigkeit

E-Ladestationen



154

Anzahl Standorte mit E-Ladestationen für Kund/-innen von Migros-Filialen (124) und Migrol-Standorten (30)

Engagement

Migros-Engagement



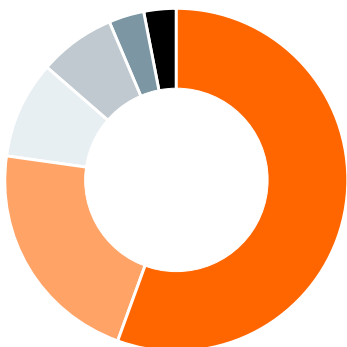
140 Mio.

CHF 140 Mio. wurden 2023 in das gesellschaftliche Engagement und in Bereiche wie das Zusammenleben und Bildung investiert.

Engagement

Migros-Kulturprozent

Ausgaben nach Bereichen 2023



121 Mio.

Das Migros-Kulturprozent investierte 2023 CHF 121 Mio. in die Bereiche Bildung (55.5%), Kultur (21.7%), Freizeit (9.3%), Gesellschaft (7.1%), Verwaltung (3.5%) und Wirtschaft (2.8%).

Engagement

Migros-Pionierfonds



18 Mio.

2023 wurden für den Migros-Pionierfonds der Migros-Gruppe CHF 18 Mio. zur Verfügung gestellt (ausgegeben CHF 18 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	2019	2020	2021	2022	2023	Veränderung zu Vorjahr in %	
Ertrag	28'683	29'947	28'932	30'138	31'953	+6.0	
davon Ertrag vor Finanzdienstleistungsertrag	27'914	29'189	28'173	29'313	30'708	+4.8	
davon Detailumsatz Migros	23'757	24'379	24'744	24'678	25'693	+4.1	
davon Umsatz (Ertrag) der Genossenschaften ¹	16'062	16'559	16'364	15'986	16'425	+2.7	
Total M- Vertriebsstandorte	Anzahl	737	726	735	748	761	+1.7
Total M-Verkaufsfläche	m ²	1'478'738	1'415'437	1'437'315	1'448'891	1'441'226	-0.5
EBITDA (Ergebnis vor Finanzerfolg, Ertragssteuern und Abschreibungen)	1'732	3'349	2'094	1'883	2'068	+9.8	
in % vom Ertrag	%	6.0	11.2	7.2	6.2	6.5	
davon EBITDA aus dem Handels- und Industriegeschäft		1'390	3'096	1'841	1'569	1'645	+4.8
EBIT (Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern)	201	1'866	800	628	286	-54.4	
in % vom Ertrag	%	0.7	6.2	2.8	2.1	0.9	
Gewinn	335	1'757	668	459	175	-61.8	
in % vom Ertrag	%	1.2	5.9	2.3	1.5	0.5	
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit	1'820	2'934	3'353	-70	-1'630		
in % vom Ertrag	%	6.3	9.8	11.6	-0.2	-5.1	
davon Geldfluss aus Geschäftstätigkeit des Handels- und Industriegeschäftes		1'382	1'598	1'322	1'505	372	-75.3
Investitionen	1'574	1'479	1'481	1'589	1'458	-8.3	
Eigenkapital	18'781	20'489	21'142	21'522	21'646	+0.6	
in % der Bilanzsumme	%	27.5	28.2	27.1	26.7	26.9	
davon Eigenkapital aus dem Handels- und Industriegeschäft		15'438	17'004	17'545	17'686	17'502	-1.0
in % der Bilanzsumme	%	69.1	71.7	71.9	72.5	72.8	
Bilanzsumme	68'402	72'781	77'982	80'746	80'433	-0.4	
davon Bilanzsumme aus dem Handels- und Industriegeschäft		22'331	23'727	24'416	24'393	24'050	-1.4

Aufwendungen für kulturelle, soziale und wirtschaftspolitische Zwecke		118	142	142	139	121	-12.5
Mitarbeitende/ Genossenschafter							
Personalbestand (Personen Jahresdurchschnitt)	Anzahl	106'119	99'155	97'541	97'727	99'175	+1.5
Migros-Genossenschafter (Mitglieder)	Anzahl	2'236'811	2'268'184	2'281'761	2'307'939	2'320'426	+0.5

¹ Genossenschaften inkl. Tochtergesellschaften In- und Ausland

Genossenschaftlicher Detailhandel

Die Migros-Gruppe erzielte 2023 ein starkes Online-Wachstum und deutlich höhere Kundenfrequenzen in ihren Super- und Verbrauchermärkten. Dagegen blieb das Marktumfeld für die Fachmärkte herausfordernd. Insgesamt legte der Umsatz im Detailhandel um 3.0 % zu.

Die zehn regionalen Migros-Genossenschaften inklusive Tochtergesellschaften erwirtschafteten 2023 einen Nettoumsatz von CHF 16.301 Mrd. (+2.5 %). Auf das Auslandsgeschäft entfielen dabei CHF 1.375 Mrd. Das Wachstum war teilweise getrieben durch Preiserhöhungen im Zuge der Inflation. Zusammen mit den Umsätzen aus Migros Online, Miduca, Migros-Genossenschafts-Bund und weiteren Unternehmen ergibt sich ein konsolidierter Umsatz von CHF 17.283 Mrd. (+3.0 %).

Der Umsatz der Super- und Verbrauchermärkte (Inland) erhöhte sich im Berichtsjahr um +3.6 % auf CHF 12.374 Mrd. Inklusiv des Geschäfts von Migros Online ergibt sich ein Umsatz von CHF 12.717 Mrd. (+3.6 %). Im Ausland sinkt der Umsatz währungsbedingt um 0.7 % auf CHF 1.375 Mrd.

Höhere Kundenfrequenzen

Die Super- und Verbrauchermärkte erzielten den Zuwachs unter anderem dank einer deutlich höheren Kundenfrequenz sowie leicht gestiegenen Mengenabsätzen. Mit insgesamt 369 Mio. Einkäufen (+5.2 %) hat sich das Wachstum das dritte Jahr in Folge intensiviert.

Ein weiterer Treiber für den Umsatzanstieg war die Teuerung bei den Rohstoffen, die teilweise an die Kundinnen und Kunden weitergegeben werden musste. Dies hatte Auswirkungen auf die Warenkörbe: Es gab eine vermehrte Nachfrage nach günstigen Produkten in gewissen Warengruppen.

+2.9%

Anteil nachhaltiger Produkte am
Gesamtumsatz

Soziale und ökologische Verantwortung

In den Super- und Verbrauchermärkten (inkl. Migros Online) erhöhte sich der Anteil nachhaltiger Produkte am Gesamtumsatz im Berichtsjahr auf 31.8 % (Vorjahr: 30.9 %). Bis Ende 2025 soll der Umsatzanteil auf 35 % gesteigert werden.

Marktverschiebung bei Fachmärkten

Die Migros-Fachmärkte sind seit einigen Jahren mit einer erheblichen Marktverschiebung konfrontiert. Durch den grossen Erfolg des Online-Handels im Non-Food-Bereich steht der stationäre Handel dauerhaft unter Druck. Entsprechend gingen die Umsätze bei Bike World, Do it + Garden, Melectronics, SportX, Micasa und OBI um -7.7 % auf CHF 1.5 Mrd. zurück.

Weiterhin positiv entwickelte sich hingegen die Gastronomie. Der Umsatz vergrösserte sich um +10.2 % auf CHF 556 Mio. (ohne Beteiligungen wie zum Beispiel Molino). Nach der Pandemie kehrten die Beschäftigten unterschiedlicher Branchen vermehrt an den Arbeitsplatz zurück und gaben entsprechend mehr Geld für Auswärtsverpflegung aus. Zudem wurde der Anstieg durch teilweise höhere Verkaufspreise aufgrund der stark gestiegenen Rohstoff- und Energiekosten beeinflusst.

4.7 %

Umsatzsteigerung des Online-Supermarkts Migros Online

Umsatzsteigerung bei Migros Online

Der Online-Supermarkt Migros Online steigerte 2023 seinen Umsatz um +4.7 % auf CHF 344 Mio. Damit konnte Migros Online den leichten Rückgang vom Vorjahr (-0.7 %) kompensieren und die führende Position im Schweizer Markt ausbauen.

2023 eröffnete die Migros 21 neue Standorte (neun kleinere und mittlere Migros-Supermärkte, ein Do it + Garden, vier Bike-World-Filialen, drei Alnatura-Supermärkte, zwei Teo-Filialen und zwei M-Outlet-Standorte). Gleichzeitig wurden 17 zum Teil flächenstarke Standorte geschlossen. Die Nettoverkaufsfläche der Super- und Verbrauchermärkte sowie der Fachmärkte verringerte sich dadurch um 0.5 % auf 1'441'226 m². Das Migros-Verkaufstellennetz erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr dagegen von 748 auf 761 Standorte.

Finanzzahlen Genossenschaftlicher Detailhandel

Mio. CHF	2023	2022	Veränderung in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen			
Genossenschaften inkl. Tochtergesellschaften ¹	16'301	15'904	2.5 %
MGB	5'554	5'445	2.0 %
Migros Online SA	344	328	4.7 %
Logistik	407	389	4.7 %
Weitere Unternehmen	3	3	1.7 %
Total Nettoerlöse aus Lieferungen u. Leistungen	22'609	22'069	2.4 %
Elimination Intra-Segment	-5'326	-5'295	
Segmentumsatz (Nettoerlöse aus Lieferungen u. Leistungen)	17'283	16'774	3.0 %
Andere betriebliche Erträge	501	474	5.6 %
Total Ertrag	17'783	17'248	3.1 %
Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)	67	245	-72.5 %
Segmentaktiven	10'312	10'655	
Investitionen in langfristiges Vermögen	880	1'103	
Mitarbeitende	63'314	63'179	

¹ Genossenschaften inkl. Tochtergesellschaften In- und Ausland

Vertriebszahlen Genossenschaftlicher Detailhandel

	Anzahl Standorte 2023	Anzahl Standorte 2022	Verkaufsfläche (m ²) 2023	Verkaufsfläche (m ²) 2022
Vertriebsstandorte Schweiz				
Migros-Standorte				
M	373	372	309'759	309'134
MM	216	213	492'873	490'263
MMM	50	50	357'919	364'286
Total	639	635	1'160'551	1'163'683
MParcs/Fachmarktcenter/Obi ¹	39	40	236'229	245'487
Spezialläden ²	72	62	42'960	38'208
Total	111	102	279'189	283'695
Eigenständige Gastrobetriebe	11	11	1'487	1'513
Total Standorte	761	748	1'441'226	1'448'891
Vertriebslinien Schweiz				
Supermärkte				
M, MM und MMM	639	635	962'474	959'333
Alnatura ³	23	20	8'686	7'566
Übrige Supermärkte ⁴	10	9	14'315	13'996
Total Supermärkte	672	664	985'475	980'895
Fachmärkte				
Do it+Garden	38	41	90'879	97'324
Micasa	36	36	69'726	70'046
SportX	72	69	85'104	83'643
Melectronics	90	98	33'307	38'574
Obi-Baumarkt/Garten	11	11	82'203	90'069
Total Fachmärkte	247	255	361'219	379'656
Gastronomie				
Total Gastronomie⁵	232	227	94'532	83'811
Vertriebsstandorte Ausland				
Frankreich (Migros France)				
MMM	2	2	10'883	10'883
MM	1	1	1'638	1'638
Deutschland				
Tegut	345	315	341'676	323'081
Total Ausland	348	318	354'197	335'602

Grosshandel Genossenschaften und Diverse

Migros Partner	46	51
VOI	71	65

Gesundheit, Freizeit und Stiftungen

Medbase und santémed Gesundheitszentren	173	167
MiSENSO (Akustik & Optik) ⁶	24	15
Fitness Inland ⁷	138	140
Fitness Ausland ⁸	0	0
Aquaparks ⁹	2	2
Sportparks	2	3
Golfparks	6	6
Stiftungen «Park im Grünen» und Monte Generoso	5	5

¹ Standort kann SM/VM Filialen beinhalten

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

³ Alnatura wird seit 2021 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 in Migros-Filialen integriert (shop-in-shop)

⁷ Migros Fitnessparks (inkl. Fitnesspark im Sport- und Erlebnispark Milandia), Migros Fitnessclubs, Migros Fitnesscenter, Activ Fitness (AG), ONE Training Center (AG), Only Fitness; + FT-Club

⁸ Die ACISO Fitness & Health GmbH (mit den Fitnessmarken ELEMENTS, INJOY und FT-CLUB) wurde per 1.1.2022 von der GMZ an die Lafayette Mittelstand Capital veräussert.

⁹ Säntispark, Bernaqua

Handel

Das Departement Handel bearbeitet für die Migros die Food-Retail-Teilmärkte Convenience und Discount. Ausserdem treibt es mit Digitec Galaxus das Online-Wachstum voran. Im Jahr 2023 konnten die Marktanteile weiter ausgebaut werden.

109 Mio.

Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) in CHF

Trotz herausforderndem Marktumfeld konnte das Departement Handel den Umsatz weiter steigern. Die getrübbte Konsumentenstimmung und eine höhere Inflation spiegeln sich deutlich im Verhalten der Kundinnen und Kunden.

Das Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) lag mit CHF 109 Mio. unter dem Ergebnis des Vorjahres von CHF 126 Mio. Die Gründe hierfür waren insbesondere tiefere Margen und die Investition in das Wachstum von Galaxus Deutschland.

13.1%

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. Damit leistet das Handelsportfolio einen wichtigen Beitrag zum profitablen Wachstum der Migros-Gruppe.

Digitec Galaxus steigerte den Plattformumsatz (inkl. internationalem Geschäft) um 13.1 % auf CHF 2.744 Mrd. Das Unternehmen wuchs in der Schweiz schneller als die Konkurrenz und gewann sowohl im Online- als auch im Gesamtmarkt Marktanteile. Auch in Deutschland konnten die Marktanteile ausgebaut werden. Galaxus International steigerte den Umsatz um 54.0 %.

Ex Libris, der grösste Online-Buchhändler der Schweiz, erlebte 2023 wie der gesamte Schweizer Buchmarkt einen Rückgang bei der Nachfrage. Der Umsatz belief sich auf CHF 117 Mio. und lag damit leicht unter Vorjahr (-1.7 %).

>90

Standorte mit M-Charge Ladestationen für Elektrofahrzeuge

Starke Marktposition

Denner konnte in einem inflationären Food-Retail-Markt weitere Marktanteile gewinnen und erzielte einen Umsatz von CHF 3.834 Mrd. (+4.0 %). Als diskontierender Nahversorger mit einem dichten Filialnetz profitierte Denner von einem Ausbau der Frische-Sortimente und überzeugte dank starker Preispositionierung. Das Filialnetz wurde um vier auf 864 Standorte ausgebaut und damit die Nähe zu den Kundinnen und Kunden weiter gestärkt.

Migrolino erzielte einen Umsatz von CHF 784 Mio. Der Rückgang um 0.1 % gegenüber Vorjahr resultiert aus dem Verlust eines gewichtigen Grosshandelskunden. Der Shop-Umsatz konnte dank organischem Wachstum deutlich zulegen. Die Anzahl Shops der migrolino AG inklusive der Formate migrolino, mio und goods wuchs auf 371 (Vorjahr: 366).

Migrol verzeichnete vor allem aufgrund der stark gefallenen Rohstoffpreise ein deutliches Umsatzminus von 15.0 % und setzte CHF 1.525 Mrd. um. Gleichzeitig baute Migrol das Netzwerk von M-Charge Ladestationen für Elektrofahrzeuge markant aus: Per Ende 2023 bietet sie an über 90 Standorten die Möglichkeit, Elektrofahrzeuge aufzuladen; 61 davon befinden sich bei Migros-Filialen.

Finanzzahlen Handel

Mio. CHF	2023	2022	Veränderung in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen			
Denner AG	3'834	3'685	4.0 %
Migrol AG	1'525	1'795	-15.0 %
Digitec Galaxus	2'464	2'207	11.6 %
migrolino AG	784	784	-0.1 %
Ex Libris AG	117	119	-1.7 %
Weitere Unternehmen	5	5	13.6 %
Total Nettoerlöse aus Lieferungen u. Leistungen	8'729	8'595	1.6 %
Elimination Intra-Segment	-13	-13	
Segmentumsatz (Nettoerlöse aus Lieferungen u. Leistungen)	8'716	8'583	1.5 %
Andere betriebliche Erträge	111	107	3.1 %
Total Ertrag	8'826	8'690	1.6 %
Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)	109	126	-13.5 %
Segmentaktiven	1'345	1'376	
Investitionen in langfristiges Vermögen	158	143	
Mitarbeitende	9'473	8'998	

Vertriebsnetzzahlen Handel

	Anzahl Standorte 2023	Anzahl Standorte 2022	Verkaufsfläche (m ²) 2023	Verkaufsfläche (m ²) 2022
Denner	864	860		
Denner Filialen ²	-	580		232'986
Denner Satelliten (inkl. Denner-Express) ²	-	270		
Ex Libris AG	15	15		1'427
MIGROL				
Tankstellen total	309	310		
Migrol-Auto-Service/Migrol-Service ²	-	-		
Tankstellen (Automat) ²	-	-		
Von Migrol betriebene Convenience Stores (migrolino und Migrol-Shops) ²	-	-		
Convenience Stores Total	413	408		
migrolino ¹	371	366		
Migrol-Shops	42	42		
M-Charge³				
M-Charge Standorte bei Tankstellen	30	18		
M-Charge Standorte bei Migros-Filialen	67	0		

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

² Die Daten dazu werden nicht mehr detailliert ausgewiesen.

³ Zahlen werden ab 2024 gemeldet.

Migros Industrie

Die Migros Industrie erzielte 2023 einen Umsatz von CHF 6.004 Mrd. (+3.9%). Der wichtigste Wachstumstreiber war die robuste Nachfrage im Migros Supermarktgeschäft.

Mit ihren Industriebetrieben ist die Migros weltweit eine der grössten Produzentinnen von Eigenmarken. Die Migros Industrie profitierte im Berichtsjahr von der starken Nachfrage im Migros Supermarktgeschäft und konnte den Gesamtumsatz um 3.9 % auf CHF 6.004 Mrd. steigern. Haupttreiber des Wachstums war die grosse Nachfrage im Inland, die sich in einem Umsatzwachstum von +4.9 % auf CHF 4.984 Mrd. äusserte.

+4.9 %

Umsatzwachstum beim Inlandgeschäft

Leichter Umsatzrückgang im internationalen Geschäft

Das internationale Geschäft sank im Berichtsjahr um -0.6 % auf CHF 1.020 Mrd. Der positive Effekt von Preiserhöhungen wurde teilweise kompensiert durch tiefere Volumen und die Aufwertung des Schweizer Frankens. Zusätzlich wirkte sich die Schliessung einer US-Tochtergesellschaft im Schokoladengeschäft negativ auf das Umsatzwachstum aus.

Fokussierung auf das Kerngeschäft in der Schweiz

Das Resultat wurde belastet durch Wertberichtigungen und andere Bereinigungen im Auslandgeschäft aufgrund veränderter Marktbedingungen. Die Bereinigungen legen den Grundstein für die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und die Erhöhung der Ertragskraft im Migros Detailhandel in den kommenden Jahren.

Auch 2023 war die Inflation bei Rohstoff- und Energiepreisen ein Kostentreiber. Die konzerninterne Zusammenarbeit zwischen Genossenschaften, Migros-Genossenschafts-Bund und Migros Industrie ermöglichte die Optimierung von Kosten und Prozessen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dank verschiedener Massnahmen zur Kostenoptimierung konnten die Preise für die Konsumentinnen und Konsumenten trotz Inflation tief gehalten werden.

299 Mio.

Investitionen der Migros Industrie insbesondere in den Werkplatz Schweiz (in CHF)

Investitionen in den Werkplatz Schweiz

Die Migros Industrie investierte im Berichtsjahr rund CHF 299 Mio. insbesondere in den Werkplatz Schweiz. Wie in den Vorjahren lag der Schwerpunkt auf der Automatisierung und Digitalisierung der Prozesse zur Steigerung der Produktivität. Ebenso wurden Investitionen im Bereich der Nachhaltigkeit getätigt, um den CO₂-Ausstoss weiter zu reduzieren.

2023 beschäftigte die Migros Industrie im Durchschnitt 13'225 Mitarbeitende. Als engagierte Ausbilderin bildete sie insgesamt 472 Lernende in über 30 verschiedenen Berufen aus.

Finanzzahlen Migros Industrie

Mio. CHF	2023	2022	Veränderung in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	6'004	5'779	3.9 %
Andere betriebliche Erträge	96	82	16.9 %
Total Ertrag	6'101	5'861	4.1 %
Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)	-175	9	-
Segmentaktiven	2'248	2'339	
Investitionen in langfristiges Vermögen	299	237	
Mitarbeitende	13'225	13'321	

Finanzdienstleistungen

Die Migros Bank baute 2023 ihr Geschäft weiter erfolgreich aus. Der Geschäftsertrag erhöhte sich über alle Sparten hinweg um 17.7% auf CHF 828 Mio.

Die Migros Bank vergrösserte ihre Kundenbasis im Berichtsjahr um 10.9% auf 1.1 Mio. Kundinnen und Kunden. Dazu trug insbesondere das anhaltende Wachstum des Cumulus-Kreditkartengeschäfts bei.

1'120'000

Gesamtkundenbestand

Solide Eigenmittelbasis

Mit einer Gesamtkapitalquote von über 20% zählt die Migros Bank zu den eigenmittelstärksten Schweizer Retailbanken. Auf dieser Basis baute sie die Kundenausleihungen um 2.2% auf CHF 49.9 Mrd. aus, während die Kundeneinlagen CHF 44.7 Mrd. (+0.4%) erreichten.

Das Zinsgeschäft stand im Zeichen der Zinswende: Gegenüber 2022 erhöhte die Schweizerische Nationalbank ihren Leitzins deutlich in den positiven Bereich. Daraus resultierten höhere Zinserträge auf den Ausleihungen sowie höhere Zinsaufwände für die Kundeneinlagen. Insgesamt stieg der Zinserfolg auf CHF 641 Mio. (+25.0%).

49.9 Mrd.

Kundenausleihungen in CHF

Verbesserung der Cost-Income-Ratio

Die weiteren Geschäftserträge sanken leicht auf CHF 186 Mio. (-1.8%). Dafür verantwortlich waren die marktbedingt geringere Börsenaktivität der Kundinnen und Kunden sowie der Aufbau des Cumulus-Kreditkartenportfolios. Über alle Sparten hinweg resultierte ein Geschäftsertrag von CHF 828 Mio. (+17.7%). Vor allem dank der insgesamt guten Ertragssituation und dem kontrollierten Kostenwachstum verbesserte sich die Cost-Income-Ratio weiter auf 47.3%, ausgehend vom bereits im Vorjahr tiefen Wert von 53.6%.

Der Geschäftsaufwand stieg auf CHF 413 Mio. (+6.7%). Darunter fielen unter anderem Realloohnerhöhungen, die Lancierung neuer Beratungsangebote sowie der Ausbau der Vertriebskanäle. In diesem Zusammenhang wurden interne Abläufe und Prozesse verbessert und weiterhin stark in die kundenzentrierte Digitalisierung investiert. Die Migros Bank gilt inzwischen als digitalste Schweizer Retailbank für Privatkunden.

Beitrag an gesellschaftliches Engagement

Nach Abschreibungen und Rückstellungen betrug der Geschäftserfolg CHF 383 Mio. (+31.3%). Nach Steuern resultierte ein Gewinn von CHF 313 Mio. (+30.3%). Dieser versteht sich nach Abzug eines Beitrags in der Höhe von rund CHF 7 Mio. an den 7 Migros-Pionierfonds. Damit ermöglicht die Migros Bank Pionierprojekte etwa in den Bereichen klimaneutrale Gesellschaft und Digitalisierung. Gemeinsam mit weiteren Tochtergesellschaften der Migros-Gruppe unterstützt sie den Pionierfonds jährlich mit namhaften Beträgen.

Strategisch gut aufgestellt

Die Rahmenbedingungen bleiben im laufenden Jahr herausfordernd. Neben den Unsicherheiten bezüglich Geopolitik betrifft dies vor allem die Entwicklung der generellen Zinssituation und der Konjunkturrisiken für Konsumentinnen und Konsumenten sowie Unternehmen. Mit ihrer starken Eigenmittelausstattung und der breiten Verankerung in der ganzen Schweiz ist die Migros Bank strategisch und finanziell gut aufgestellt, um ihrer Kundschaft weiterhin Verlässlichkeit und Stabilität zu gewährleisten.

Finanzzahlen Finanzdienstleistungen

Mio. CHF	2023	2022	Veränderung in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	12	15	-20.4 %
Ertrag aus Finanzdienstleistungen	1'245	825	50.9 %
Andere betriebliche Erträge	9	9	1.3 %
Total Ertrag	1'267	849	49.3 %
Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)	376	288	30.5 %
Segmentaktiven	58'650	57'270	
Investitionen in langfristiges Vermögen	60	47	
Mitarbeitende	1'958	1'823	

Reisen

Hotelplan Group erzielte einen Umsatz von CHF 1'731 Mio., was einem Plus von 20.6 % gegenüber Vorjahr entspricht. Der Konzern steigerte den Umsatz in allen Geschäftsbereichen.

Hotelplan Group hat das Geschäftsjahr 2022/2023 sehr erfolgreich abgeschlossen. Mit einem Umsatz von CHF 1'731 Mio. wurde das Vorjahresergebnis insgesamt um 20.6 % übertroffen. Gegenüber dem letzten pandemiefreien Geschäftsjahr 2018/2019 liegt die Umsatzsteigerung bei einem Plus von 45.7 %.

In allen Geschäftseinheiten zeigte sich nach der Pandemie weiterhin ein Nachholbedarf.

Buchungsboom und Rekordergebnis

In allen Geschäftseinheiten zeigte sich nach der Pandemie weiterhin ein Nachholbedarf. So nahm die Nachfrage nach Individualreisen mit den spezialisierten Marken travelhouse und tourisme pour tous von Hotelplan Suisse stark zu. Hotelplan Suisse erzielte einen Umsatz von CHF 228 Mio. (+44 % gegenüber Vorjahr).

Reisen mit Hotelplan, Migros Ferien und vtours erfreuten sich ebenfalls grosser Beliebtheit. Insbesondere bei Badeferien und Städtereisen war wiederum ein Boom zu verzeichnen. Der Bereich Volume Tour Operating erzielte einen Umsatz von CHF 858 Mio., was einer Zunahme von 22 % gegenüber Vorjahr entspricht.

Interhome Group schloss das Geschäftsjahr erneut mit einem Rekord ab. Der Ferienwohnungsvermittler erzielte einen Umsatz von CHF 390 Mio. (+5.1 % gegenüber Vorjahr). Die Steigerung gelang unter anderem dank einer qualitativen Verbesserung des Portfolios von Ferienwohnungen und Ferienhäusern.

Die britische Tochtergesellschaft Hotelplan UK schloss das Geschäftsjahr ebenfalls mit einem starken Ergebnis ab. Zum Ende des Geschäftsjahres lag der Umsatz bei Hotelplan UK bei CHF 239 Mio. (+32.9 % gegenüber Vorjahr.). Dank zahlreicher Neukundinnen und Neukunden konnten auch die Geschäftsreiseanbieter bta first travel und Finass Reisen ihren Umsatz klar ausbauen.

Hotelplan Group setzte ihre ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie konsequent weiter um.

Weiterentwicklung im Bereich Nachhaltigkeit

Hotelplan Group setzte ihre ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie entlang der drei Säulen One Planet, People & Places und Responsible Business im Berichtsjahr konsequent weiter um. So wurde der Prozess definiert, um bis 2050 die Treibhausgas-Emissionen zu halbieren und das Klimaziel Netto-Null zu erreichen. Zudem wurde der Verkauf von nachhaltigem Flugkraftstoff (Sustainable Aviation Fuel) stark gefördert.

Im Rahmen von People & Places stellte Hotelplan Group CHF 10 Mio. für die Finanzierung von Nachhaltigkeitsprojekten von Partnerunternehmen zur Verfügung. Im Bereich von Responsible Business lag der Schwerpunkt auf der nachhaltigeren Gestaltung von Arbeitsplätzen und Standorten sowie auf der Schulung und Weiterbildung von Mitarbeitenden.

Finanzzahlen Reisen

Mio. CHF	2023	2022	Veränderung in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	1'731	1'435	20.6 %
Andere betriebliche Erträge	5	7	-22.0 %
Total Ertrag	1'736	1'442	20.4 %
Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT)	27	26	2.5 %
Segmentaktiven	-21	-1	
Investitionen in langfristiges Vermögen	8	6	
Mitarbeitende	2'345	2'117	

Services

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

5'000

Technologiearbeitsplätze in der Migros

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, braucht es ein modernes digitales Fundament. Die Weichen dafür hat die Migros-Gruppe gestellt: In den nächsten Jahren wird der genossenschaftliche Detailhandel konsequent mit neuen Technologielösungen noch fitter gemacht.

Digitalisierung der Migros-Gemeinschaft

Die Digitalisierung ist zu einem zentralen Katalysator 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.

Verteillogistik erweitert

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 neuen Hochregallager Silo G in Suhr (AG) wurde die Verteillogistik mit 21'000 Paletten auf insgesamt 421'000 Paletten-Lagerplätze erweitert. So wird gewährleistet, dass die anspruchsvollen Bedürfnisse des Marktes und der Kundinnen und Kunden auch künftig erfolgreich abgedeckt werden.

Zudem unterstützt die Migros mit ihrem umfassenden Know-how in sämtlichen Prozessschritten der Lieferkette die Entwicklung innovativer und umweltfreundlicher Logistikkösungen 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.

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.