

Die Migros-Gruppe bleibt 2021 auf Wachstumskurs und baut Online-geschäft stark aus

Zürich, 18. Januar 2022 – Die Migros-Gruppe hat den um Veräusserungseffekte bereinigten Umsatz im Jahr 2021 gesteigert. Die Kundinnen und Kunden profitierten in den Migros-Supermärkten von durchschnittlich 1.7% tieferen Preisen. Das Sortiment nachhaltiger Produkte wurde ausgebaut und erzielte weiter steigende Umsätze. Hingegen erlitten das Reise- und Freizeitgeschäft sowie die Gastronomie pandemiebedingt wiederholt Einbussen. Der konsolidierte, deinvestitionsbereinigte Umsatz der Migros-Gruppe nahm um 2.2% auf CHF 28.848 Mrd. zu. Der Online-Detailhandels-Umsatz wuchs mit 15.6% erneut stark und überstieg erstmals die Schwelle von CHF 3 Mrd. Das breite Online-Angebot steuerte damit 11.2% des Gesamtumsatzes der Migros-Gruppe bei.

Zwei Entwicklungen haben das Geschäftsjahr 2021 der Migros-Gruppe geprägt. Die Corona-Pandemie beeinflusste den Geschäftsgang weiterhin. Insbesondere das Reise- und Freizeitgeschäft sowie die Gastronomie litten unter pandemiebedingten Einschränkungen. Gleichzeitig entwickelte sich das Kerngeschäft, auf welches sich die Migros durch die Bereinigung des Portfolios fokussiert, erfolgreich. Das Online-Geschäft im Food- und Nonfood-Bereich übertraf die starken Ergebnisse des Vorjahres deutlich. Auch die Formate Migrolino und Denner schnitten mit weiteren Zuwächsen positiv ab.

«Die Migros-Gruppe ist stark aufgestellt. Es ist gelungen, das hohe Vorjahresniveau im Detailhandel zu übertreffen. Dieser Erfolg ist dem grossen Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Schweiz und im Ausland zu verdanken. Sie haben sich im vergangenen Jahr erneut tagtäglich mit grossem Einsatz für unsere Kundinnen und Kunden engagiert. Das gute Resultat zeigt, dass sich die Fokussierung auf die strategisch wichtigen Geschäftsfelder positiv auswirkt», sagt Fabrice Zumbrunnen, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes.

Online-Umsatz übersteigt erstmals die CHF 3-Milliarden-Grenze

Auf vergleichbarer Basis, bereinigt um die Beteiligungs- und Immobilienverkäufe im Vorjahr, stieg der Gruppen-Umsatz um 2.2% auf CHF 28.848 Mrd. Die Bereinigung beinhaltet Umsatzanteile und Erträge aus den Veräusserungen von Globus, des Gastro-Grosshändlers Saviva und des Einkaufszentrums Glatt im Jahr 2020. Unbereinigt betrug der Umsatz der Migros-Gruppe CHF 28.909 Mrd. Der Detailumsatz aller Migros-Unternehmen nahm bereinigt um 2.3% auf CHF 24.749 Mrd. zu.

Im E-Commerce verbesserte die Migros ihre Marktposition erneut deutlich und baute die Position als Schweizer Marktführerin weiter aus. Der gesamte Online-Detailhandels-Umsatz über alle Bereiche der Migros-Gruppe hinweg wuchs um 15.6% auf CHF 3.244 Mrd. Der Supermarkt Migros Online legte um 24.5% auf CHF 330 Mio. zu. Digitec Galaxus, das grösste Online-Warenhaus der Schweiz, überschritt erstmals die Umsatz-Schwelle von CHF 2 Mrd. (+17.7%).

Genossenschaftlicher Detailhandel: Kunden profitieren von Preissenkungen

Super- und Verbrauchermärkte

Die zehn regionalen Migros Genossenschaften erwirtschafteten im Inland einen Umsatz von CHF 14.669 Mrd. und blieben leicht unter dem äusserst starken Vorjahresergebnis (-1.2%), insbesondere aufgrund rückläufiger Umsätze in den Bereichen Gastronomie und Fitness. Die Gastronomie erlitt einen Umsatzrückgang um 9.0% auf CHF 398 Mio., dies vor allem wegen pandemiebedingten Schliessungen und Einschränkungen. Im Ausland blieb der Umsatz mit CHF 1.499 Mrd. stabil (+0.1%). Die Super- und

Verbrauchermärkte inklusive Migros Online erzielten im Inland nach dem ausserordentlichen Vorjahresergebnis einen Umsatz von CHF 12.673 Mrd. (-0.4%). Während sich die verkauften Mengen von Produkten stabil entwickelten, hat die Migros in den Supermärkten die Preise im vergangenen Jahr um durchschnittlich 1.7% gesenkt. Sie verfolgte damit konsequent die Strategie, ihren Kundinnen und Kunden das beste Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten. Diese günstigeren Angebote konnte die Migros 2021 trotz steigender Rohstoffpreise umsetzen, indem sie ihre Kosten weiter senkte.

Fachmärkte

Die Fachmärkte Micasa, SportXX, melectronics, Do it + Garden und OBI wurden Anfang 2021 in die Migros Fachmarkt AG überführt. Diese definiert die strategische Ausrichtung der Formate und erbringt alle zentralen Leistungen. Die Fachmärkte vermochten den Schwung des Vorjahres trotz der schwierigen Corona-Situation mit einem weiteren Lockdown Anfang 2021 zu halten. Ihr Umsatz stieg um 0.9% auf CHF 1.730 Mrd., dies trotz Preissenkungen um insgesamt 2.2%. Das Umsatzplus resultierte insbesondere im stationären Geschäft. Der Online-Umsatz ging nach dem rekordhohen Wachstum im Vorjahr insgesamt um 1.1 % leicht zurück. Die Online-Shops von Micasa (+24.3%) und SportXX (+3.0%) konnten die starken Vorjahres-Resultate nochmals übertreffen.

Migros Online

Die Migros investierte 2021 weiter stark in den E-Commerce und konnte ihre führende Position im Schweizer Markt weiter ausbauen. Der Online-Supermarkt «Migros Online» legte kräftig zu und steigerte seinen Umsatz um 24.5% auf einen neuen Rekordwert von CHF 330 Mio. Auch die Anzahl gelieferter Bestellungen stieg mit 38.0% erneut markant. Der Online-Supermarkt der Migros ist damit klare Nummer 1 in der Schweiz.

Departement Handel: Umsatzsteigerung um fast 9 Prozent

Das Departement Handel erzielte, bereinigt um den Verkauf von Globus, eine Umsatzsteigerung von 8.6% auf CHF 8.184 Mrd. Nach dem bereits markanten Wachstum im Vorjahr konnten alle Handelsunternehmen 2021 ein weiteres Umsatzplus verzeichnen. Der Umsatz des Onlinehändlers Digitec Galaxus stieg um 17.7% auf CHF 2.054 Mrd. und gewann damit erneut Marktanteile. Ex Libris erhöhte den Umsatz markant um 10.3% auf CHF 134 Mio. und erreichte damit nach einer erfolgreichen Transformation zum grössten Online-Buchhändler der Schweiz das Umsatzniveau von 2014, als Ex Libris noch 88 Filialen betrieb. Denner entwickelte sich im umkämpften Discount-Markt positiv und erzielte einen Umsatz von CHF 3.810 Mrd. (+1.3%). Der Convenience-Anbieter Migrolino knüpfte an das erfolgreiche Vorjahr an und wuchs auf CHF 747 Mio. (+4.3%) durch eine positive Entwicklung sowohl im Shop-Geschäft als auch im Grosshandel. Migrol steigerte den Umsatz um 18.3% auf CHF 1.451 Mrd.

Migros Industrie: Internationales Geschäft kompensiert Verluste in der Gastronomie

Mit ihren Industriebetrieben ist die Migros eine der weltweit grössten Produzentinnen von Eigenmarken, daneben beliefert sie auch zahlreiche Drittkunden im In- und Ausland. 2021 spürte sie erneut die pandemiebedingten Auswirkungen im Inland – insbesondere im Bereich Gastronomie. Mit einem Wachstum in der Belieferung von Kunden im Ausland vermochte sie diese Rückgänge jedoch weitestgehend auszugleichen. Bereinigt um die veräusserten Unternehmen wie etwa dem Gastro-Grosshändler Saviva blieb der Umsatz mit CHF 5.740 Mrd. stabil (-0.4%).

Gesundheit: starkes Wachstum in allen Bereichen

Die Medbase Gruppe verzeichnete in allen drei Geschäftsfeldern – Medizin, Pharmazie und Zahnmedizin – ein deutliches Plus. Der Gruppen-Umsatz stieg um 28.0% auf CHF 487 Mio., dabei wurde die 2020 akquirierte zahnarztzentrum.ch im 2021 erstmals ganzjährig konsolidiert.

Hotelplan Group: Gutes Sommergeschäft trotz herausforderndem Umfeld

Die Reisetätigkeit war wegen der Auswirkungen der Corona-Pandemie nach wie vor stark eingeschränkt, insbesondere im Winterhalbjahr haben Kundinnen und Kunden sehr wenig gebucht und sind entsprechend wenig gereist. Im Sommer und Herbst entspannte sich die Situation, der Buchungseingang lag in dieser Zeitspanne durchwegs über der Vorjahresperiode. Bei Hotelplan Suisse, Interhome Group und vtours lag der Buchungseingang über Wochen hinweg sogar über dem coronafreien Jahr 2019. Der Verlust der Wintermonate November 2020 bis April 2021 konnte damit jedoch nicht vollständig aufgeholt werden, der Reisekonzern erzielte einen Nettoumsatz von CHF 645 Mio. (-11.9%). Die Hotelplan Gruppe wird ihre detaillierten Umsatzzahlen am 26. Januar 2022 bekanntgeben.

Migros Bank

Die Migros Bank wird ihr detailliertes Jahresergebnis am 24. Januar 2022 veröffentlichen.

Bilanz-Medienkonferenz

Die Bilanz-Medienkonferenz des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) findet am Dienstag, 29. März 2022 in Zürich statt. Die Einladung dazu folgt.

Weitere Informationen:

Migros-Genossenschafts-Bund, Medienstelle, Tel. 058 570 38 38, media@migros.ch