

Migros entwickelt sich erfolgreich auf Wachstumskurs

Zürich, 29. März 2022 – Die Migros-Gruppe ist weiterhin Marktführerin im Schweizer Detailhandel und übertraf das bereits äusserst erfolgreiche Vorjahr. Mit Preissenkungen sowie Produkte- und Dienstleistungsinnovationen gestaltete sie das Einkaufen für ihre Kundinnen und Kunden erneut attraktiver. Der konsolidierte Gruppen-Umsatz stieg auf bereinigter Basis um 2.3% auf CHF 28.932 Mrd. Der Gruppengewinn betrug CHF 668 Mio. Dies obwohl wichtige Geschäftsfelder wie Reisen, die Gastronomie und das Freizeitgeschäft wiederum Rückschläge erlitten. Mit ihrem gesellschaftlichen Engagement förderte die Migros zahlreiche Projekte in den Bereichen Kultur, Bildung, Freizeit, Zusammenleben, Pioniervorhaben und Entwicklungsarbeit mit insgesamt CHF 160 Mio.

Die Covid-19-Pandemie wirkte sich 2021 erneut auf den Geschäftsgang der Migros-Gruppe aus. Während das Reise- und Freizeitgeschäft sowie die Gastronomie Einbussen erlitten, entwickelte sich das Kerngeschäft Detailhandel erfolgreich. Es gelang der Migros-Gruppe, das hohe Vorjahresniveau zu übertreffen. Insbesondere die E-Commerce-Plattformen für Food und Non-Food sowie die Bereiche Convenience, Discount und Gesundheit waren bei den Kundinnen und Kunden beliebter denn je.

Diese Leistung ist den Mitarbeitenden der Migros-Gruppe zu verdanken. «Ich bin beeindruckt, wie die Kolleginnen und Kollegen vor und hinter den Kulissen sich tagtäglich mit viel Ausdauer und vereinten Kräften für unsere Kundinnen und Kunden einsetzen. Für diesen grossartigen Einsatz danke ich Ihnen herzlich», sagt Fabrice Zumbrunnen, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschaftsbundes.

Klare Nummer 1 im Schweizer Detailhandel

Die Migros-Gruppe legte den Fokus 2021 auf die strategisch wichtigen Geschäftsfelder und bestätigte ihre führende Marktposition im Kerngeschäft Detailhandel Schweiz stationär und online. Mit den Online-Plattformen wie Migros Online und Digitec Galaxus ist sie die unbestrittene Nummer 1 im Schweizer E-Commerce. Sie förderte die regionale Vielfalt mit neuen Produkten und zusätzlichen Standorten. Im Zentrum standen überdies die Nachhaltigkeit sowie neue und attraktive Angebote für Kundinnen und Kunden. In den Supermärkten profitierten diese von Preissenkungen im Umfang von rund CHF 190 Mio. oder durchschnittlich 1.7%. Denner entwickelte sich im umkämpften Discount-Markt positiv und erzielte einen Umsatz von CHF 3.808 Mrd. (+1.2%). Der Convenience-Anbieter Migrolino knüpfte an das erfolgreiche Vorjahr an und wuchs auf CHF 747 Mio. (+4.3%).

Finanzielle Performance verbessert

Der Gruppen-Umsatz stieg auf vergleichbarer Basis, bereinigt um die Beteiligungs- und Immobilienverkäufe im Vorjahr, um 2.3% auf CHF 28.932 Mrd. Die Bereinigung umfasst im Wesentlichen Umsatzanteile und Erträge aus den Veräusserungen von Globus, des Gastro-Grosshändlers Saviva und des Einkaufszentrums Glatt im Jahr 2020. Der Detailumsatz aller Migros-Unternehmen betrug bereinigt CHF 24.744 Mrd. (+2.3%). Die grössten Wachstumstreiber waren neben dem Online-Geschäft die Bereiche Convenience, Discount und Gesundheit.

Das Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) wuchs auf bereinigter Basis um 11.4% auf CHF 800 Mio. Die operative Performance verbesserte sich somit im vierten Jahr in Folge. Unter dem Strich resultierte 2021 ein Gruppengewinn von CHF 668 Mio. mit einem Wachstum von 20.4% (Vorjahr: CHF 555 Mio. vor Portfoliobereinigung). Das Eigenkapital nahm um CHF 654 Mio. auf CHF 21.142 Mrd. zu. «Die Migros-Gruppe ist finanziell stark aufgestellt, um die aktuellen Herausforderungen am Markt anzugehen und das Einkaufen für ihre Kundinnen und Kunden mit Innovationen noch attraktiver zu gestalten», sagt Finanzchefin Isabelle Zimmermann.

Auch klare Nummer 1 im Schweizer Online-Handel

Im E-Commerce hat die Migros-Gruppe das bereits starke Vorjaheresergebnis nochmals übertroffen. Der Online-Detailumsatz überschritt erstmals die 3-Milliarden-Schwelle. Über alle Segmente hinweg stieg dieser 2021 um 15.5% auf CHF 3.242 Mrd. Das Online-Geschäft macht inzwischen mehr als ein Zehntel des Gesamtumsatzes der Migros-Gruppe aus. In den vergangenen fünf Jahren wuchs der Online-Umsatz um insgesamt 67%. Mit ihren Plattformen wie Migros Online und Digitec Galaxus ist die Migros-Gruppe die unbestrittene Nummer 1 im Schweizer Online-Handel. Migros Online (Umsatz +24.5%) nahm zusätzliche Migros-Produkte ins Sortiment auf und ermöglicht den Kundinnen und Kunden ein bequemes Einkaufen von zuhause oder unterwegs. Digitec Galaxus (+17.7%) übersprang die Umsatzhürde von zwei Milliarden und setzte den Fokus auf Preistransparenz und Nachhaltigkeit. Immer häufiger kompensieren Kundinnen und Kunden den CO₂-Ausstoss ihrer Einkäufe.

10'000 Produkte «Aus der Region. Für die Region»

Die zehn regionalen Migros Genossenschaften mit ihren Tochtergesellschaften im In- und Ausland erwirtschafteten einen Nettoumsatz von CHF 16.364 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. Der Gastronomie-Umsatz sank um 9.5% auf CHF 394 Mio. Die Super- und Verbrauchermärkte erzielten inklusive des Geschäfts von Migros Online einen Umsatz von CHF 12.674 Mrd. (-0.4%) und entwickelten sich damit stabil. Die Fachmärkte Micasa, SportXX, melectronics, Do it + Garden und OBI vermochten den Schwung des Vorjahres zu halten. Ihr Umsatz stieg um 0.9% auf CHF 1.730 Mrd., dies trotz Preissenkungen um insgesamt 2.2%.

Die regionale Vielfalt der Migros mit Angeboten lokaler Produzentinnen und Produzenten erhielt erneut stärkeres Gewicht. Die Genossenschaften lancierten rund 500 zusätzliche Produkte «Aus der Region. Für die Region». Inzwischen stehen für die Kundinnen und Kunden 10'000 Produkte des bedeutenden Labels zur Auswahl. Auch die im Vorjahr bereits stark gestiegene Nachfrage für nachhaltige Produkte blieb ungebrochen. Der Umsatz mit biologischen Lebensmitteln nahm um 3.0% zu, bei Produkten mit ökologischem oder sozialem Mehrwert wurde ein Wachstum von 0.7% auf CHF 3.404 Mrd. erzielt.

Milliarden-Investitionen in die Industrie, in neue Produkte und Dienstleistungen

Erneut investierte die Migros in bedeutende Produkte-Innovationen. Die Gesamtinvestitionen der Migros-Gruppe beliefen sich 2021 auf CHF 1.481 Mrd. In den vergangenen fünf Jahren investierte sie insgesamt CHF 7.5 Mrd. Im Jahr 2021 verwendeten die zehn Genossenschaften CHF 726 Mio., um mit dem Ausbau von quartiernahen Filialen noch näher zu den Kundinnen und Kunden zu rücken und ihre Filialen zu modernisieren. Ein Teil der Mittel der Migros-Gruppe floss zudem in die Migros Industrie, die insbesondere in moderne Produktionsanlagen investierte und damit einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des Arbeitsplatzes Schweiz leistete.

Gesundheitsangebot ausgebaut

Die in der Medizin, Zahnmedizin und Pharmazie tätige Tochtergesellschaft Medbase baute ihr Standortnetz aus und trug mit Impf- und Testzentren dazu bei, die Covid-19-Pandemie zu bewältigen. Das im Vorjahr lancierte Format Misenso für Optik- und Hörgeräteakustik wurde 2021 in der Deutschschweiz um sieben weitere Fachgeschäfte erweitert.

160 Millionen Franken für das Gemeinwohl

Seit Jahrzehnten leistet die Migros vielfältige Beiträge, um den gesellschaftlichen Zusammenhalt in der Schweiz zu stärken. 2021 wurden die drei Stützen des gesellschaftlichen Engagements der Migros-Gruppe unter der verbindenden Klammer «Migros-Engagement» zusammengefasst. Dazu gehören das seit 1957 bestehende Migros-Kulturprozent, der Migros-Pionierfonds und der Migros-Unterstützungsfonds. 2021 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.

Ambitionierte Klimaziele

Wesentliche Errungenschaften erzielte die Migros-Gruppe bei der Nachhaltigkeit. Sie entschied sich für ambitionierte Klimaziele, die kompatibel sind mit dem Pariser Klimaabkommen und die Erderwärmung auf 1.5°C beschränken sollen. Sämtliche Unternehmen der Migros-Gruppe haben sich dafür ehrgeizige Etappenziele gesetzt, um bis spätestens 2050 das Ziel Netto-Null zu erreichen, womit unter dem Strich keine Treibhausgase mehr ausgestossen werden sollen. Als Etappenziel sollen die betrieblichen Treibhausgasemissionen der Migros-Gruppe bis 2030 gegenüber 2019 um 70% reduziert werden. Die Ziele wurden im Rahmen der anerkannten Science Based Targets Initiative (SBTi) validiert. 2021 reduzierte die Migros-Gruppe die Treibhausgasemissionen um 51.6 % gegenüber 2019. Der Energieverbrauch sank im gleichen Zeitraum um 2.1%.

Nachhaltiges Einkaufen vereinfacht

Gleichzeitig lancierte die Migros neue Dienstleistungen, um nachhaltiges Einkaufen zu vereinfachen. So zum Beispiel den M-Check, welcher Migros-Eigenmarken auszeichnet. Eine Skala auf den Produkteverpackungen bewertet das Tierwohl und die Klimaverträglichkeit mit einem bis fünf Sternen. Mehr als 3'000 Produkte sind bereits mit dem M-Check ausgezeichnet. Bis 2025 sollen sämtliche Eigenmarken die neue Bewertung erhalten. Damit leistet die Migros Pionierarbeit im Schweizer Detailhandel.

Die Migros bleibt die grösste private Arbeitgeberin der Schweiz

2021 beschäftigte die Migros 97'541 Mitarbeitende (2020: 99'155). Die 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. Mehr als 3'600 junge Menschen absolvierten ihre Grundbildung in über 60 verschiedenen Berufen in der Migros-Gruppe. Sie bleibt die grösste private Arbeitgeberin der Schweiz.

Reporting Academy: Junge Migros-Mitarbeitende berichten

Der Geschäftsbericht der Migros-Gruppe bekommt ein neues Gesicht. Alle Informationen sollen damit noch einfacher zugänglich sein. Als Neuerung lancierte die Migros die Reporting Academy. Erstmals haben Lernende und Trainees der Migros-Gruppe einen Teil des Geschäftsberichts erstellt. Dieses Jahr sind Videos entstanden. Die jungen Migros-Mitarbeitenden interviewten die Präsidentin der Verwaltung, Ursula Nold, und den Präsidenten der Generaldirektion, Fabrice Zumbrennen.



Link: report.migros.ch/2021/de/academy

Weitere Informationen

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