Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

30.03. 2021

Migros-Gruppe gewann im Jahr 2020 Marktanteile und baute ihre Online-Führungsposition aus

Von PPS



Bild Rechte
Migros-Genossenschafts-Bund

(Zürich)(PPS) **Die Migros-Gruppe hat das Geschäftsjahr 2020 trotz Coronavirus-Pandemie erfolgreich gemeistert. Dank ausgebauter, kundennaher Angebote sowie Investitionen in die Produktqualität und günstigere Preise konnte sie Marktanteile gewinnen. Der Umsatz stieg um 4.4% auf 29.947 Mrd. Franken. Der Gruppengewinn betrug 1.757 Mrd. Franken, was hauptsächlich auf einmalige Erfolge durch die Veräusserungen von Globus und des Glattzentrums zurückzuführen ist. Ohne diese ausserordentlichen Erlöse verzeichnete die Migros einen Gruppengewinn von 555 Mio. Franken. Dies obwohl wichtige Geschäftsfelder wie Reisen, die Gastronomie und das Freizeitgeschäft schmerzhafte Rückschläge erlitten. Im E-Commerce konnte die Migros-Gruppe die klare Führungsposition in der Schweiz weiter ausbauen. Der Online-Detailumsatz verzeichnete ein Rekordwachstum von 45.5%. Der gesamte Online-Umsatz erreichte 2.995 Mrd. Franken und damit erstmals die 10-Prozent-Marke des Gesamtumsatzes. Mit ihrem gesellschaftlichen**

Engagement investierte die Migros 159 Mio. Franken in Kultur, Bildung, Freizeit, Pionierprojekte und Entwicklungsarbeit.

Die Coronavirus-Pandemie beeinflusste den Geschäftsgang der Migros-Gruppe 2020 massgeblich. Im stationären Handel und auf den Online-Plattformen erhöhte sich die Nachfrage markant. Gleichzeitig erlitten Geschäftsfelder wie Reisen, Gastronomie sowie Fitness- und Freizeitangebote starke Rückschläge. Diese Herausforderungen hat die Migros erfolgreich gemeistert. In der belastenden Zeit der Pandemie war sie für die Menschen da und übernahm eine zentrale Rolle in der Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Dabei zeigten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr grosses Engagement. «Dafür möchte ich mich bei allen Mitarbeitenden in der Migros-Gruppe ausdrücklich bedanken. Sie haben sichtbar bei den Kunden und logistisch im Hintergrund unter schwierigsten Bedingungen Ausserordentliches geleistet», sagt Fabrice Zumbrunnen, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB).

Trotz anhaltender Krise setzte die Migros-Gruppe ihre strategischen Ziele mit der Bereinigung des Unternehmensportfolios, den Investitionen in Wachstumsfelder und ins Preis-Leistungs-Verhältnis für die Kundinnen und Kunden erfolgreich um. Die Migros steigerte die Qualität der Eigenprodukte und senkte seit September 2020 die Preise von 1000 der beliebtesten Produkte dauerhaft.

Kerngesunde finanzielle Basis

Dieser konsequente Fokus auf die Kundenbedürfnisse und auf das Kerngeschäft zeigte Wirkung. Der konsolidierte Umsatz der Migros-Gruppe stieg um 4.4% auf 29.947 Mrd. Franken. Die Treiber waren neben dem erfolgreichen Supermarkt-Geschäft der stark wachsende Onlinehandel sowie die Bereiche Convenience und Discount. Die Migros-Gruppe steigerte ihren Marktanteil am Detailumsatz im anspruchsvollen Wettbewerbsumfeld um 1.2 Prozentpunkte auf 23.3%.

Das Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) betrug 1.866 Mrd. Franken. Vor Portfolioanpassungen und bereinigt um die Auswirkungen der neu eingeführten Rechnungslegungsverordnung der FINMA für die Migros Bank resultierte ein operativer Betriebsgewinn auf Stufe EBIT von 718 Mio. Franken, was gegenüber dem Vorjahr einem Plus von 4.7% entspricht. Unter dem Strich belief sich der Gruppengewinn auf 1.757 Mrd. Franken. Dieses Resultat ist massgeblich beeinflusst

durch Einmaleffekte aus dem Verkauf von Globus – einschliesslich der Immobilien der grossen Globus-Standorte – sowie dem Verkauf des Glattzentrums. Vor Portfoliobereinigung betrug der Gruppengewinn 555 Mio. Franken. Der Gewinn ermöglicht es der Migros-Gruppe, weiter in den Ausbau kundennaher Angebote und das Preis-Leistungs-Verhältnis ihrer Produkte zu investieren.

Die Migros-Gruppe konnte die Eigenkapitalbasis um 1.707 Mrd. auf 20.489 Mrd. Franken erhöhen und weist im Handels- und Industriegeschäft eine Eigenkapitalquote von 71.7% aus. «Die Migros kommt gestärkt aus dem anspruchsvollen Jahr heraus. Sie verfügt mehr denn je über ein starkes Fundament, um sich strategisch weiterentwickeln zu können», sagt Finanzchef Jörg Zulauf.

Führungsposition im Online-Handel ausgebaut

Im E-Commerce konnte die Migros ihre seit Jahren unbestrittene Spitzenposition im Schweizer Markt weiter ausbauen. Der Online-Detailumsatz verzeichnete ein Rekordwachstum von 45.5%. Der gesamte Online-Umsatz erreichte 2.995 Mrd. Franken und damit erstmals zehn Prozent des Gesamtumsatzes. Zu diesem Erfolg trugen insbesondere Digitec Galaxus (+56.4% in der Schweiz), Migros Online (+40.0%) und das digitale Geschäft der Fachmärkte (Online-Zuwachs +138.8%) bei. Migros Online ging als digitaler Supermarkt im Herbst 2020 aus LeShop hervor. Mit der erfolgreichen Überführung rückte das Online-Angebot näher zu den Migros Supermärkten, was den Kundinnen und Kunden ein nahtloses Einkaufserlebnis ermöglicht.

Nachhaltige Produkte besonders beliebt

Der Detailumsatz, welcher den Genossenschaftlichen Detailhandel und die Unternehmen des Geschäftsfeldes Handel umfasst, stieg um 2.6% auf 24.379 Mrd. Franken. Bereinigt um die Verkäufe von Globus und Depot resultierte ein Detailumsatz von 24.195 Mrd. Franken (+7.3%). Die zehn Genossenschaften und ihre Tochtergesellschaften im In- und Ausland erwirtschafteten einen Umsatz von 16.559 Mrd. Franken (+ 3.1 %). Sie erhöhten ihren Markanteil im Inland um 0.7 Prozentpunkte auf 15.9%. Während der Umsatz im Bereich Gastronomie um 41.5% auf 434 Mio. Franken sank, erzielten die Super- und Verbrauchermärkte einen Umsatz von 12.455 Mrd. Franken (+7.4%).

Als besonders beliebt erwiesen sich nachhaltige und regionale Produkte. Der Umsatz mit biologischen Lebensmitteln konnte um 15.6% auf 1.213 Mrd. Franken gesteigert werden. Die Produkte mit ökologischem oder sozialem Mehrwert, etwa solche mit einem ASC- oder MSC-Label, erzielten einen Umsatz von 3.382 Mrd. Franken (+7.4%).

Investitionen in Migros-Eigenprodukte

Die Migros-Gruppe investierte in den vergangenen fünf Jahren 7.7 Mrd. Franken, davon 1.479 Mrd. im vergangenen Jahr. Sie leistete damit einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des Werkplatzes Schweiz. Allein die zehn Genossenschaften haben mehr als eine Milliarde Franken investiert, um mit mehr regionaler Präsenz noch näher zu den Kundinnen und Kunden zu rücken und ihre Filialen zu modernisieren. Zudem investierte die Migros in die Eigenindustrie. So hat sie das Preis-Leistungs-Verhältnis weiter verbessert und innovative Produkte lanciert, wie zum Beispiel vegan- oder vegetarisch-zertifizierte Produkte unter der neuen Marke V-Love.

Gesundheitsbereich mit Zahnmedizin, Optik und Hörgeräten erweitert

Die Medbase-Gruppe baute im vergangenen Jahr ihr Angebot in der Grundversorgung, bestehend aus Arztpraxen und Apotheken, weiter aus. Mit der Übernahme von zahnarztzentrum.ch expandierte sie in die Zahnmedizin. Zudem ging sie strategische Kooperationen mit medizinischen Leistungserbringern wie Spitälern ein. Der Umsatz im Gesundheitsgeschäft stieg um 68.4% auf 380 Mio. Franken. Mit der Lancierung von MiSENSO ergänzte die Migros-Gruppe ihr Gesundheitsportfolio mit einem attraktiven Angebot in den Bereichen Optik und Hörgeräteakustik. Inzwischen betreibt sie vier MiSENSO-Geschäfte in Supermärkten in Bern, Schönbühl (BE), Baden und Buchs (AG).

Grosser Beitrag an das Gemeinwohl in herausfordernden Zeiten

Das gesellschaftliche Engagement ist und bleibt ein zentrales Anliegen der Migros. «Der freiwillige Beitrag an das Gemeinwohl und den Zusammenhalt der Gesellschaft

liegt der Migros gerade in herausfordernden Zeiten wie im Jahr 2020 besonders am Herzen», sagt Fabrice Zumbrunnen. Während der Pandemie unterstützte sie Künstlerinnen und Künstler mit Förderbeiträgen, obschon die meisten Veranstaltungen abgesagt werden mussten. Mit ihrem freiwilligen gesellschaftlichen Engagement investierte die Migros-Gruppe rund 159 Millionen Franken in Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit, Wirtschaft, Pionierprojekte und in die nationale sowie internationale Entwicklungsarbeit. Ein Teil davon floss in den Bildungsbereich der Klubschule Migros. Diese bekam infolge der Pandemie starke Einschränkungen zu spüren. 2020 besuchten 228'719 Personen eine Weiterbildung vor Ort oder online, das sind gut 100'000 weniger als im Jahr zuvor. Dennoch gelang es, zahlreiche Präsenzkurse online durchzuführen und neue Online-Angebote zu lancieren.

Verlässliche Arbeitgeberin auch in der Krisenzeit

Die Migros-Gruppe beschäftigte Ende letzten Jahres 99'155 Mitarbeitende aus 163 Nationen. Das sind 6.6% weniger als 2019, was vor allem auf die Verkäufe von Gries Deco Company GmbH (inkl. Depot in der Schweiz und in Deutschland) und Globus zurückzuführen ist. Gleichzeitig hat die Migros in der Schweiz Arbeitsplätze geschaffen, namentlich im Online-Handel und im Bereich Gesundheit. Damit bleibt sie die grösste private Arbeitgeberin der Schweiz.

CO2-Ausstoss um ein Viertel gesenkt

Die Migros Gruppe unternimmt intensive zusätzliche Anstrengungen im Bereich Nachhaltigkeit. Im Genossenschaftlichen Detailhandel hat sie den Ausstoss von Treibhausgasen gegenüber 2010 um insgesamt 25.5% reduziert, damit wurde das Ziel von 20 Prozent bis 2020 deutlich übertroffen. Überdies konnten während den letzten acht Jahren mehr als 6'900 Tonnen Verpackungsmaterial eingespart oder umweltfreundlicher gestaltet werden. Auch hier liegt das Resultat klar über dem Ziel von 6'000 Tonnen bis ins Jahr 2020.

Um das Klima-Engagement zu forcieren, trat die Migros-Gruppe im Frühjahr 2020 der Science Based Targets Initiative (SBTi) bei und verpflichtete sich damit, ihren Beitrag für die Ziele des Pariser Klimaschutzabkommens zu leisten.

Verpflichtungen zu mehr Tierwohl

Als erste Detailhändlerin der Schweiz verkauft die Migros im Genossenschaftlichen Detailhandel seit Ende 2020 nur noch Hühnereier aus Freilandhaltung. Bei zahlreichen verarbeiteten Produkten mit Eiern stellte sie ebenfalls auf Freilandhaltung um. Seit 2020 führt die Migros ausserdem «Respeggt»-Eier im Sortiment, bei denen keine männlichen Küken getötet werden.

Einkaufen für die Menschen vereinfachen

Die Migros erwartet für 2021 trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten aufgrund der Pandemie eine positive Entwicklung ihrer strategischen Geschäftsfelder. Sie legt den Schwerpunkt auch künftig darauf, das Preis-Leistungs-Verhältnis im Interesse der Kunden weiter zu optimieren und so das beste Sortiment zu fairen Preisen anzubieten. Daneben arbeitet sie daran, das Einkaufen in verschiedenen Kanälen weiter zu vereinfachen. Auch dem Ausbau von Bio-, Convenience- und pflanzenbasierten Produkten kommt eine grosse Bedeutung zu, ebenso wie dem Thema Nachhaltigkeit. «Wir führen das Engagement für die Umwelt mit Hochdruck weiter, damit wir auch in Zukunft die weltweit nachhaltigste Detailhändlerin bleiben», sagt Fabrice Zumbrunnen.

Ausführliche Informationen zum Geschäftsgang und zum Engagement der Migros finden sich im Online-Geschäftsbericht 2020 unter Link www.migros.ch/bilanz und report.migros.ch.

Pressekontakt:

Migros-Genossenschafts-Bund
Direktion Kommunikation & Medien
Limmatstrasse 152
CH-8031 Zürich

Mediennummer +41 (0) 58 570 38 38
media @ migros.ch

Kategorie
Handel & Finanzen & Wirtschaft

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/migros-gruppe-*

gewann-im-jahr-2020-marktanteile-und-baute-ihre-online