

MIGROS



Migros Frischland im Super- und Verbrauchermarkt.

Bild Dick Vredenberg

macht vorwärts

Die Migros-Gruppe kann auf ein gutes Jahr zurückblicken. An ihrer diesjährigen Bilanzmedienkonferenz präsentierte sie die Geschäftsergebnisse 1999.

Voller Tatendrang präsentiert sich die Migros 75 Jahre nach ihrer Gründung und treibt ihre Strategien konsequent voran. An der Bilanzmedienkonferenz konnte Peter Everts, Präsident der Verwaltungsdelegation des MGB, auf ein zufrieden stellendes Jahr zurückblicken. So stieg der Konzernumsatz auf rund 18,7 Milliarden Franken und erhöhte sich um 2,5 Prozent respektive um 453 Millionen Franken.

Der Konzernumsatz setzt sich im Wesentlichen aus folgenden Geschäftsaktivitäten zusammen: dem Detailhandel der Migros-Genossenschaften, dem Detailhandel der Globus-Gruppe, dem Dienstleistungsbereich sowie der Migros-Industrie.

Nach einer Konsolidierungsphase im traditionellen Detailhandel der Migros zeigt der Umsatzpfeil im laufenden Jahr mit +3,5 Prozent per Ende April wieder stärker nach oben.

■ Neue Konzepte

Neue, attraktive und auf ein modernes Konsumverhalten zugeschnittene Konzepte, wie der Food Court am Limmatplatz in Zürich oder die Umnutzung von lokalen Bahnhofstandorten durch «avec»-Convenience-Stores, haben ihre Testphase hinter sich. Erste Resultate liegen vor, und die sind viel versprechend. Zudem geht die Migros Marktsegmente mit überdurchschnittlichem Wachstumspotenzial durch den Auf- und Ausbau der Fachmärkte gezielt an.

■ Convenience-Markt

Die rasche Entwicklung des Convenience-Marktes bietet der Migros eine echte Wachstumschance. Sie ist in diesem Segment mit den «avec»-Bahnhofläden, den Migrol-Tankstellen-Shops sowie mit M-Online-Shopping und dem Blumen-Heimlieferdienst Florissimail präsent. Bereits heute setzt die Migros in diesen Bereichen über

100 Millionen Franken um. Auch Convenience-Produkte boomen. Ess- und kochbereite Speisen weisen zweistellige Zuwachsraten auf. Mit einem Marktanteil von rund 50 Prozent konnte die Migros ihre Position weiter ausbauen und verstärken.

■ Online-Shopping

Der Umsatz mit E-Commerce hat sich 1999 mit vier Millionen Franken Umsatz vervierfacht. Diese Entwicklung wird sich auch in Zukunft auf den Schweizer Detailhandel auswirken. Laut einer Studie der CS werden im Jahr 2002 rund 40 Prozent der Einwohner in der Schweiz über einen Internet-Anschluss verfügen. Die Migros wird deshalb ihre führende Position weiter ausbauen und ihre E-Commerce-Aktivitäten entsprechend vorantreiben.

■ Starke Migros-Industrie

Die Migros-eigenen Industriebetriebe verzeichneten 1999 einen Umsatz von 2,954 Milliarden Franken. Die Zunahme beträgt 2,8 Prozent oder 80 Millionen Franken. Etwa die Hälfte des Umsatzwachstums wurde in Drittmärkten – vorwiegend im Export – erzielt. Zur Migros-Industrie gehören Unternehmen wie Jowa, Micarna, Estavayer Lait, Bischofszell Nahrungsmittel, Chocolat Frey, Midor, Optigal, Mifa, Mibelle, Seba Aproz und Dietiker Switzerland.

■ Dienstleistungsunternehmen

Den grössten Beitrag zum Konzernumsatz leisten von den M-Dienstleistungsunternehmen Hotelplan und Migrol. Die Umsatzsteigerung der Hotelplan-Gruppe wird mittels attraktiver Angebote und Innovationen im In- und Ausland aus

eigener Kraft erzielt. Bei Migrol wirken sich die Übernahme der Aral-Tankstellen und das sich im vergangenen Jahr abzeichnende hohe Benzinpreis-Niveau aus. Migrol hat 1999 erstmals die Milliardengrenze überschritten.

■ Die Globus-Gruppe

Die Übernahme der Globus-Gruppe hat sich für die Migros aus strategischer wie auch aus finanzieller Sicht als sehr erfolgreich erwiesen. Erfreulich ist die Entwicklung der einzelnen Unternehmen. So konnten Umsatz und Ertrag wesentlich gesteigert werden.

■ Ausblick

Heute tragen die Globus-Gruppe, die Dienstleistungsunternehmen Hotelplan, Migros Bank und Migrol sowie die Produktionsbetriebe bereits einen Drittel zum Konzernumsatz und wesentlich zum Konzerngewinn bei.

Durch gezielte Bearbeitung und Nutzung der gesamten Wertschöpfungskette im klassischen Detailhandel, die Ergänzung durch komplementäre Dienstleistungen und die Abbrundung nach oben durch die Besetzung höherwertiger Marktsegmente ist die Migros als Konzern strategisch gut auf die Zukunft vorbereitet. EBS

Migros-Konzern: Die Kennzahlen 1999

Konzernumsatz (Total betrieblicher Ertrag)	Mio. Fr.	18 696
Detailhandelsumsatz (netto)	Mio. Fr.	14 440
Betriebsgewinn	Mio. Fr.	485
• in % vom betrieblichen Ertrag		2,6
Konzerngewinn	Mio. Fr.	613
• in % vom betrieblichen Ertrag		3,3
Bilanzsumme	Mio. Fr.	16 048
Eigenkapital	Mio. Fr.	7 077
• Eigenkapitalanteil in %		44,1
Cash-Flow	Mio. Fr.	1 339
Nettoinvestitionen (ohne Finanzforderungen)	Mio. Fr.	1 133

Kultur/Bildung und Freizeit

Aufwendungen für kulturelle, soziale und wirtschaftspolitische Zwecke

Kulturelle Zwecke	Mio. Fr.	105
Soziale Zwecke	Mio. Fr.	7
Wirtschaftspolitische Zwecke	Mio. Fr.	3
Verwaltungskosten/Rückstellungen	Mio. Fr.	6
TOTAL	Mio. Fr.	121
Statutarischer Soll-Aufwand ¹	Mio. Fr.	101

¹ Der statutarische Soll-Aufwand setzt sich zusammen aus:

½ Prozent des Detailhandelsumsatzes und 1 Prozent des Grosshandelsumsatzes MGB.

Ⓜ Nähere Informationen
www.migros.ch

NEU IM INTERNET

■ Richtlinien zu Migros-Bio?

■ Die Liste der Zusatzstoffe in Lebensmitteln?

■ Alternativen zur Zerstörung des Regenwaldes?

Antwort zu diesen und vielen anderen Themen rund um das Ethik- und Umweltengagement der Migros erhalten Sie ab sofort per Mausclick unter www.miosphere.ch