

Die Migros in der Zentralschweiz

Rotary Club Schwyz-Mythen 6. März 2014



Walter Baumann Leiter Bau / Immobilien Mitglied der Geschäftsleitung Migros Luzern

Agenda

-
- 1 Vorstellung Migros
 - 2 Umfeld und Herausforderungen im Detailhandel
 - 3 Antworten der Migros
-



Gottlieb Duttweiler

Der Pionier 1888 - 1962

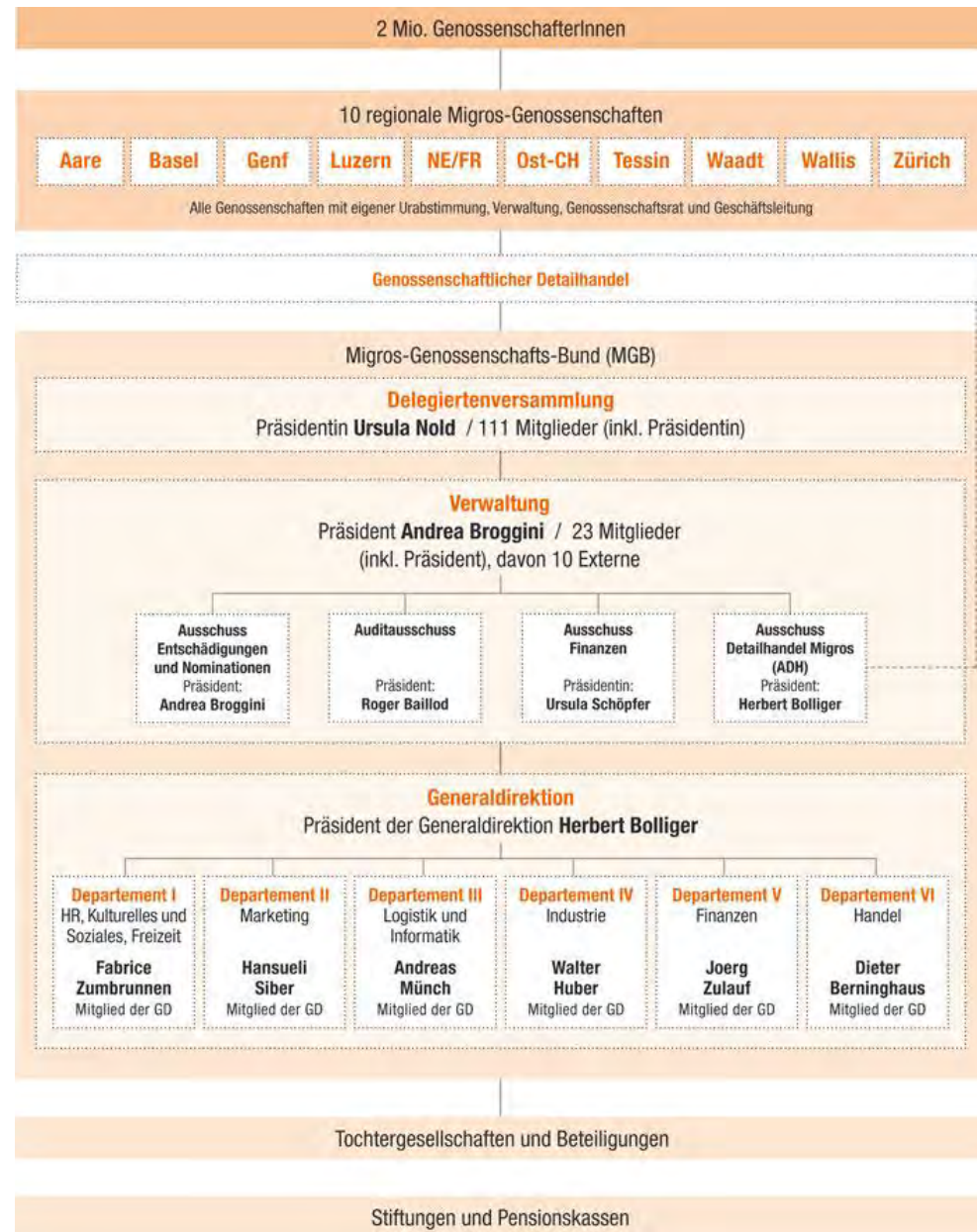
Mit einem preisgünstigen, begrenzten Sortiment wollte Gottlieb Duttweiler eine direkte Brücke vom Produzenten zum Konsumenten schlagen.

Zu diesem Zweck gründete er am 15. August 1925 die Migros AG. Mit fünf Verkaufslastwagen und 16 Mitarbeitenden revolutionierte Duttweiler den Schweizer Detailhandel.

Die sechs angebotenen Basisartikeln Kaffee, Reis, Zucker, Teigwaren, Kokosfett und Seife waren bis zu 40 Prozent günstiger als bei der Konkurrenz.

Die Migros-Gruppe

Das Organigramm



Die Migros-Gruppe

Die Geschäftsfelder

MIGROS

Genoss. Detailhandel

- SM/VM
- Gastronomie
- Fachmärkte
- Freizeitanlagen

Handel

- Denner
- Depot
- Ex Libris
- Globus
- Interio
- LeShop
- m-way
- Migrol
- Migrolino
- Office World

Industrie & Grosshandel

- Aproz
- Bina
- Delica
- Dörig
- Elsa
- Favorit
- Frey
- Gastina
- Jowa
- Mérat
- Mibelle
- Micarna
- Midor
- Mifroma
- Mifroma F
- Riseria
- Scana

Finanzdienst- leistungen

- Migros Bank

Reisen

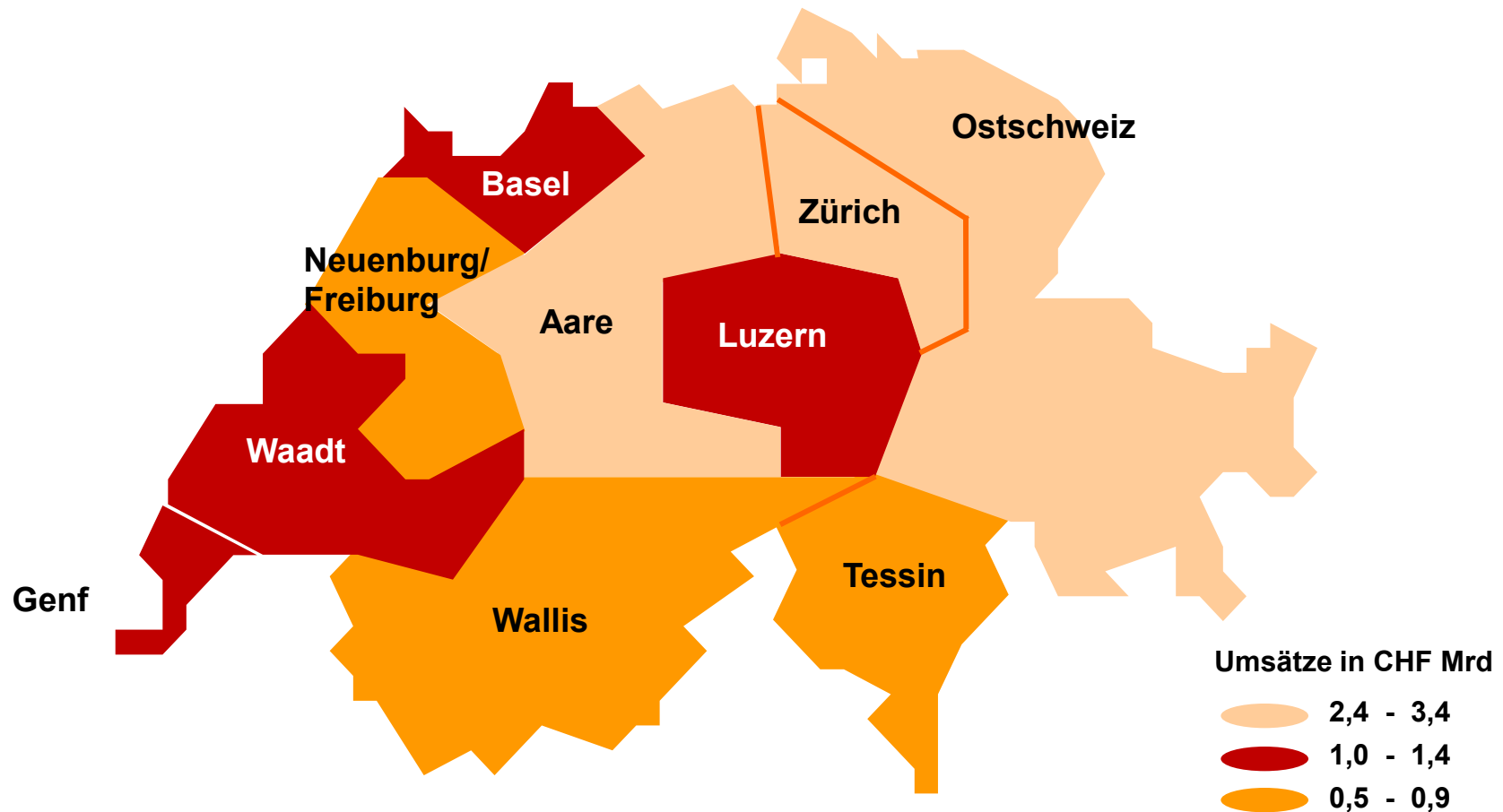
- Hotelplan

Corporate-Funktionen (HR, Recht, Unternehmensentwicklung etc.)

Shared Services (IT, Logistik, Immobilien etc.)

Migros-Kulturprozent

Die zehn Genossenschaften der Migros



Die Genossenschaft Migros Luzern

Die Migros Luzern ist die grösste Arbeitgeberin in der Zentralschweiz.

Das Wirtschaftsgebiet umfasst die Kantone Luzern, Zug, Schwyz (ausser Bezirke Einsiedeln, March, Höfe), Nidwalden, Obwalden und Uri.



Migros Luzern – Kennzahlen 2013

| | | |
|--------------------------------|---------|-------------------|
| Nettoverkaufsumsatz exkl. MWSt | 1'392 | Mrd. CHF |
| Investitionen (brutto) | 42.8 | Mio. CHF |
| Unternehmensergebnis | 47.2 | Mio. CHF |
| Verkaufsfläche (gewichtet) | 103'484 | m ² |
| Anzahl Kundenkontakte | 33.3 | Mio. |
| Einkauf pro Kunde | 35.83 | CHF |
| Mitarbeitende | 5'960 | Mitarbeitende |
| Personaleinheiten | 3'231 | Personaleinheiten |
| Anzahl Lernende | 209 | Lernende |
| Genossenschafts-Mitglieder | 181'590 | Personen |

Einkaufszentrum der Migros Luzern

→ 26 Mio. (Miet-)Umsatz 2013



Einkaufszentrum Zugerland
Seit 1979
Migros und 44 Geschäfte
218 Mio. Umsatz 2013 / Rang 2*



Einkaufszentrum Surseepark
Seit 1973
Migros und 45 Geschäfte
201 Mio. Umsatz 2013 / Rang 3*



Einkaufszentrum Länderpark
Seit 1980
Migros und 51 Geschäfte
169 Mio. Umsatz 2013 / Rang 5*



MParc Ebikon
Seit 1997
Migros und Migros Fachmärkte
55 Mio. Umsatz 2013 / Nicht im Ranking

*im Einkaufszentrum-Ranking der Zentralschweiz (nach Umsatzgrösse)

Super- und Verbrauchermarkt

→ 1'000 Mio. Umsatz 2013

In den Migros-Filialen finden Kundinnen und Kunden alles für den täglichen Bedarf.
44 Super- und Verbrauchermärkte (M, MM, MMM) sind über das gesamte Wirtschaftsgebiet verteilt.

Zudem führen **9 Migros Partner** Migros-Produkte in ihrem Sortiment.



Fachmärkte

→ 133 Mio. Umsatz 2013

Das Angebot der Super- und Verbrauchermärkte wird durch vier Fachmärkte erweitert.



Fachmarkt für Handwerker und Gärtner mit Tagesprojekten.

5 Standorte in der Migros Luzern



Umfassende Auswahl elektronischer Geräte führender Markenartikelhersteller und Migros Qualitätsmarken.

7 Standorte in der Migros Luzern



Viertgrösste Anbieterin für Wohnungseinrichtungen in der Schweiz.

4 Standorte in der Migros Luzern



Der Sportfachhandel mit einem breiten Sortiment an Sport-Ausrüstungen und –bekleidungen.

5 Standorte in der Migros Luzern

Outlet der Migros Luzern

→ 14 Mio. Umsatz 2013

In den Migros Outlets profitieren Kundinnen und Kunden von Tiefstpreisen. Liquidationswaren wie Haushaltsartikel, Kleider, Spielwaren oder Kolonialware sind zu attraktiven Preisen erhältlich. Zudem finden Kunden ein begrenztes Sortiment an Lebensmitteln zu günstigen Preisen in gewohnter Migros-Qualität.

Standorte:

Outlet Migros Reiden
Outlet Migros Dierikon
Outlet Migros Alpnach



Migros Gastronomie

→ 45 Mio. Umsatz 2013

Die Migros Gastronomie setzt Konzepte für verschiedene Bedürfnisse um. Dabei steht der Gast, die Frische sowie hohe Qualität im Zentrum.



Frischer Genuss und unkomplizierte Küche in familienfreundlichem Selbstbedienungsrestaurant
10 Standorte in der GMLU



Frisch, gut und schnell: Migros-Take Aways stehen für professionelle und einladende Gastronomie
9 Standorte in der GMLU



Kaffee- und Teespezialitäten auf höchstem Niveau um beim Einkaufen auszuspannen.
2 Standorte in der GMLU



Event-Gastronomie auf höchstem Niveau.
Catering-Partner für Anlässe ab 100 Personen.

Zusätzlich bieten die Catering Services massgeschneiderte Lösungen für Betriebs- und Gemeinschaftsgastronomie

Migros Klubschule

→ 21 Mio. Umsatz 2013

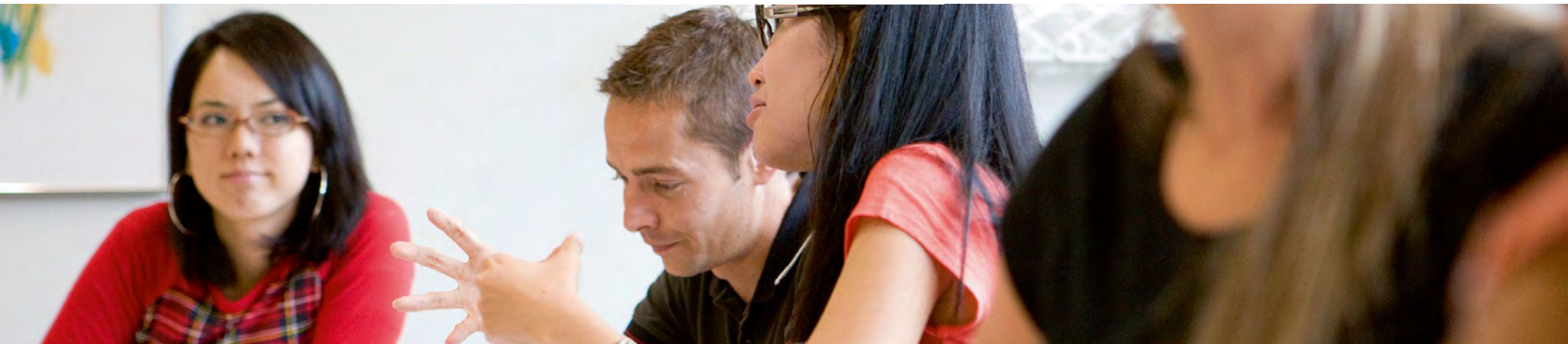
Bildung für alle – unter diesem Leitgedanken bietet die Klubschule Migros über 600 Kurse in den Bereichen Sprachen, Kultur & Kreativität, Bewegung & Gesundheit, Management & Wirtschaft, Informatik & Neue Medien und Ausbildung für Auszubildende.

Standorte:

Klubschule Migros Luzern

Klubschule Migros Sursee

Klubschule Migros Zug



Migros Fitnesspark

23 Mio. Umsatz

Die Genossenschaft Migros Luzern betreibt in der Zentralschweiz drei Fitnessparks. Diese bieten eine abwechslungsreiche Kombination von Fitness-, Kurs-, und Wellnessangeboten unter einem Dach an.

Standorte:

Fitnesspark National Luzern

Fitnesspark Allmend Luzern

Fitnesspark Eichstätte Zug



ONE Training Center

13 Mio. Umsatz

Seit 2011 ist ONE Training Center eine Tochtergesellschaft der Genossenschaft Migros Luzern und eine optimale Ergänzung zum bestehenden Fitnessangebot.

8 Center in:

Baar

Küssnacht

Luzern

Sursee

Stans

Schwyz

Rotkreuz

Rothenburg



Migros Golfpark

→ 13 Mio. Umsatz 2013

Golf für alle – Mit drei Golfparks in der Zentralschweiz will die Migros den Sport einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen.

Standorte:

Golfpark Holzhäusern

Golfpark Oberkirch



Migros-Kulturprozent

→ 6.6 Mio. Vergabungen

Als weltweit einziges Unternehmen investiert die Migros einen Teil des Detailhandelsumsatz in die Gesellschaft.

Das Kulturprozent unterstützt Projekte aus den Bereichen Bildung, Kultur, Freizeit und Sport, Jugendförderung, Soziales und Wirtschaftspolitik. Rund 2/3 wird in die Bildung (Klubschule) investiert.

Migros-Kulturprozent unterstützt vielseitig. Seit 1957. Freiwillig.

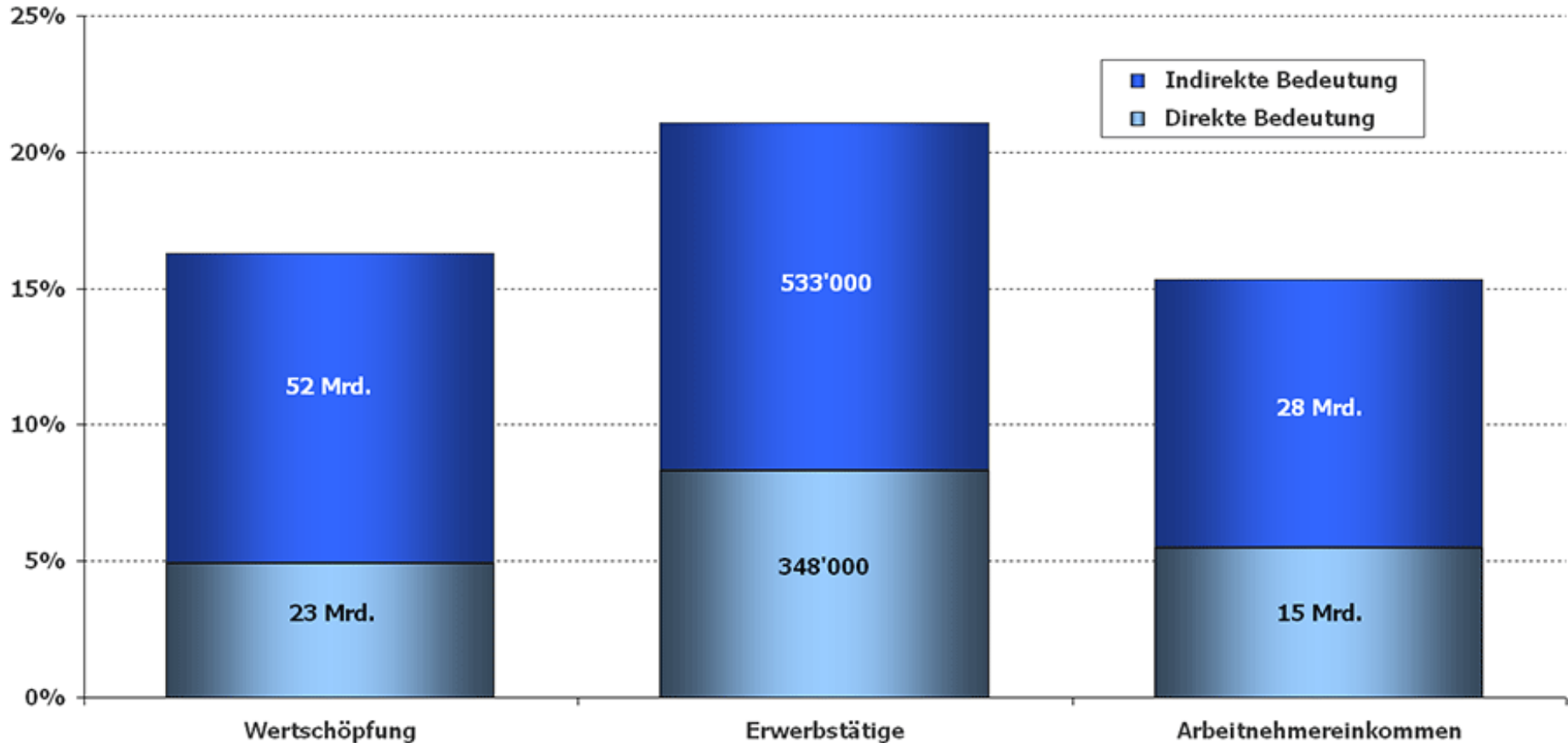


Umfeld und Herausforderungen im Detailhandel

Volkswirtschaftliche Bedeutung des Detailhandels

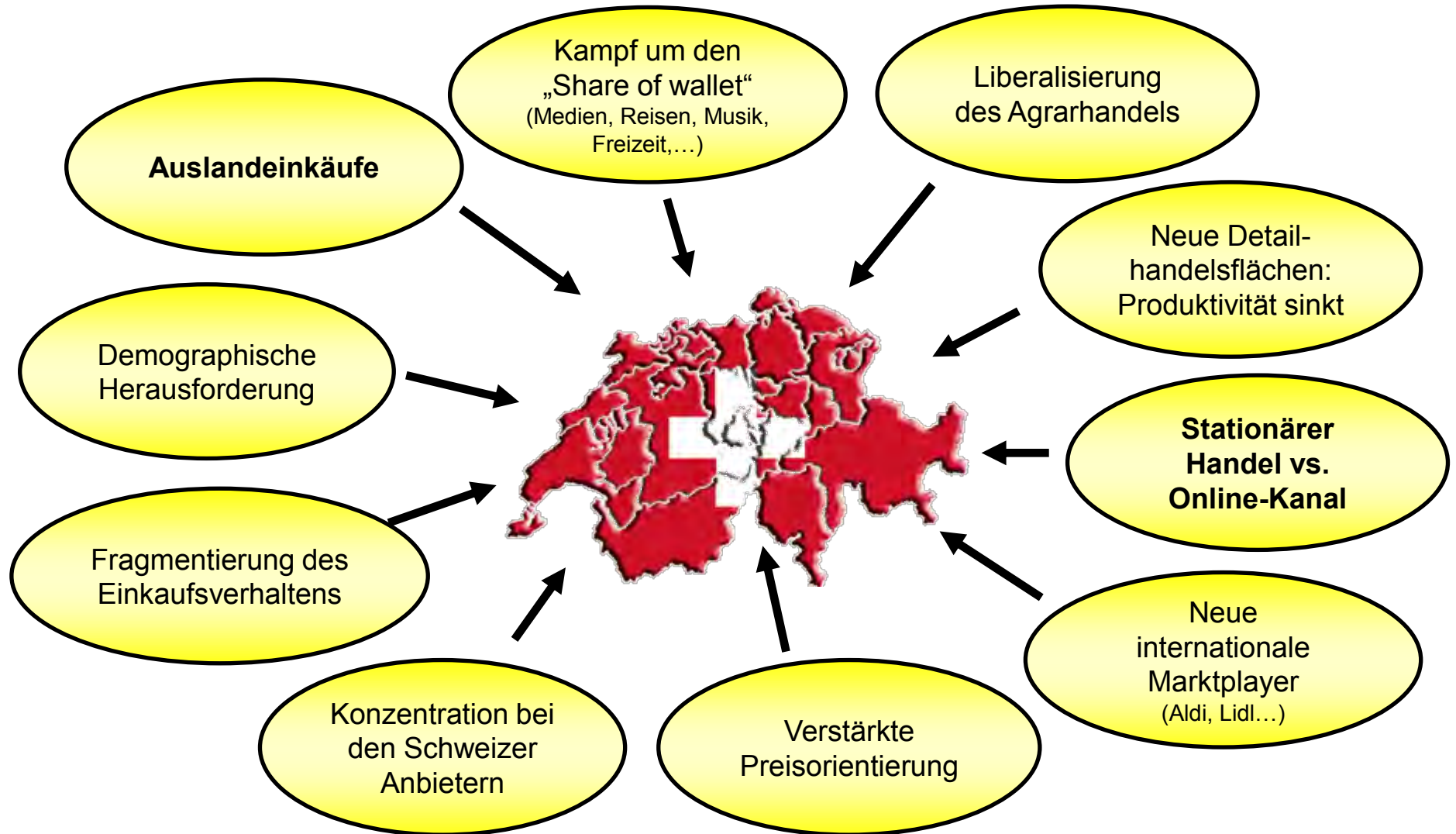
Direkte und indirekte volkswirtschaftliche Bedeutung des Detailhandels

Anteil an der Gesamtwirtschaft



Quelle: BAKBASEL 2012

Herausforderungen im Detailhandel Schweiz



Struktur der Haushaltsausgaben in der Schweiz

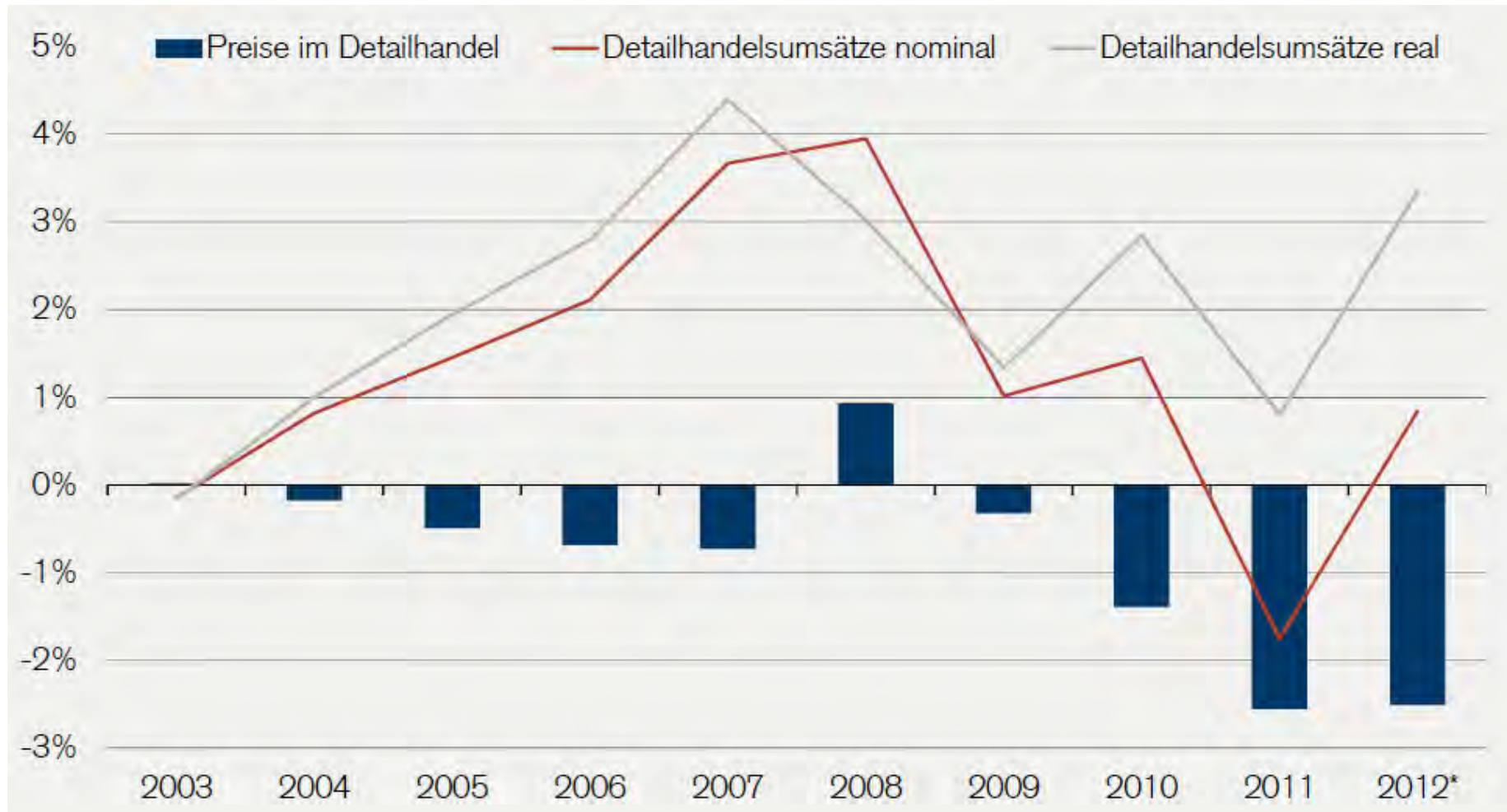
| Jahr | Nahrungsmittel inkl. Getränke | Verkehr / Reisen | Transfer- ausgaben |
|------|----------------------------------|---------------------|-----------------------|
| 1925 | 42 % | 2 % | 9 % |
| 1971 | 22 % | 8 % | 18 % |
| 2008 | 8 % | 15 % | 27 % |
| 2012 | 7.2 % | | |

Quelle: Bundesamt für Statistik

* Transferausgaben: Versicherungen, Steuern, Gebühren etc.

Detailhandelsumsätze und Preisentwicklung

Veränderung zum Vorjahr in Prozent



Quelle: Credit Suisse

Veränderungen im Detailhandel Schweiz

Vergleich der letzten Jahre – ohne Anspruch auf Vollständigkeit

IN



OUT



Veränderungen im Lebensmittelhandel Schweiz

Vergleich der letzten Jahre – ohne Anspruch auf Vollständigkeit

IN



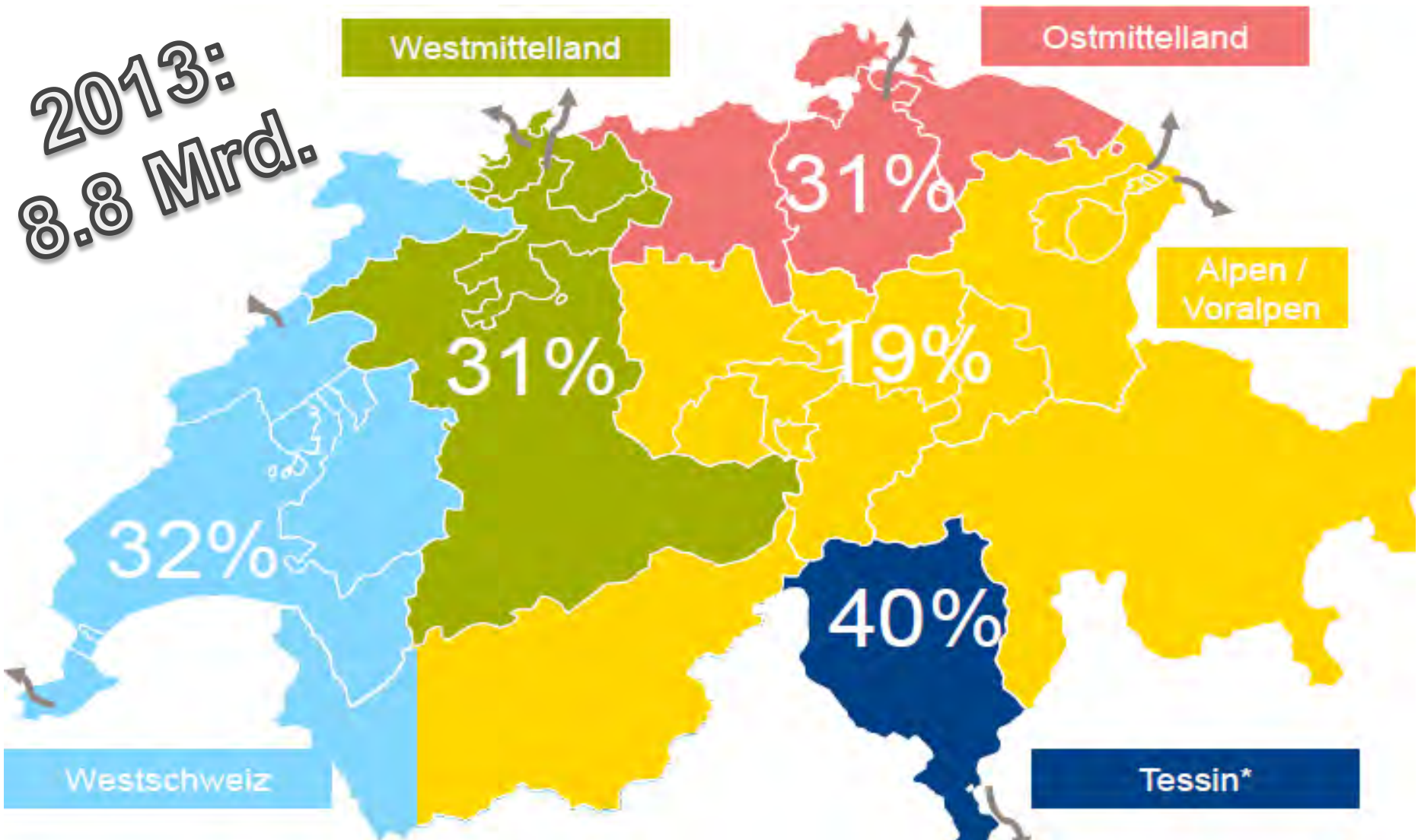
OUT



Geplante Expansion in der Zentralschweiz 2013 - 2018

| Anbieter | Verkaufsfläche in m2 |
|--|----------------------|
| Mall of Switzerland (ohne Coop) | 35'000 |
| Coop Zentralschweiz | 17'500 |
| Migros Luzern | 15'000 |
| EKZ Spichermatt Stans | 10'000 |
| ALDI / LIDL | 10'000 |
| | |
| Total | 84'500 |
| Umsatzabschöpfung in CHF (ca. Fr. 5'000.-/m2) | ca. 420 Mio. |

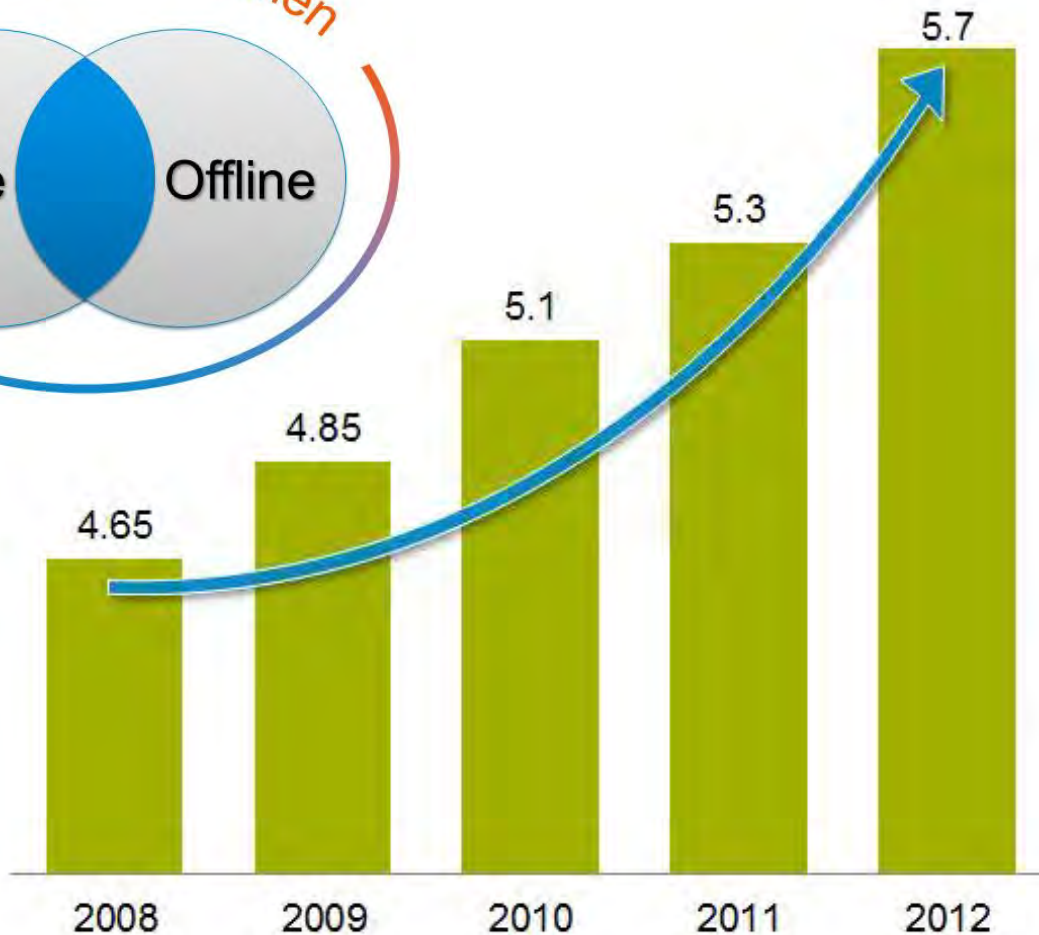
Einkaufstourismus – auch aus der Zentralschweiz...



Quelle: GfK 2012, Auslandseinkäufe

Online / Cross Channel

Entwicklung Marktvolumen Online- und Versandhandel
Umsatz in Mrd. CHF



- Online- und Versandhandelsmarkt wächst 2012 total **7.5 % oder 400 Mio. CHF**
- davon Online-Bestellwert 2012 ca. **4.7 Mrd. CHF** (VJ: 4.2 Mrd CHF)
- Online- und Versandhandel wächst **stärker** als der gesamte Detailhandel

Antworten der Migros

Hauptkriterien für die Wahl des Einkaufsortes / -kanals



Kernwerte



| Kernwerte... | bilden Synthese mit... | Leitbild |
|---|------------------------|------------------------|
| Leistungsversprechen | | |
| Preis-Leistung | | Einfachheit |
| Migros ist der Erfinder des maximalen Mehrwerts für den Kunden – für 1 Schweizer Franken erhält der Kunde immer den grössten Mehrwert | | |
| Frische | | Gesundheit |
| Migros Frische-Artikel sind die wertvollsten und gesündesten – Migros heisst Frischegarantie | | |
| Werteversprechen | | |
| Swissness | | Verlässlichkeit |
| Die Migros ist traditionell ein Teil der schweizerischen Gesellschaft und bekennt sich mit der Einbindung seiner 13 Produktionsunternehmen dazu | | |
| Regionalität | | Zugehörigkeit |
| Die Nähe und die Kompetenz der 10 Genossenschaften zu den Kunden ist Grundlage für die Attraktivität der gesamten Leistung vor Ort | | |
| Nachhaltigkeit | | verantwortung |
| Wer für sich und andere an morgen denkt, lebt bewusst und gesund. Migros lebt Nachhaltigkeit in Ökonomie, Ökologie, Ethik, Sozialem und in der Förderung der Gesundheit vor | | |

Kernwert Swissness: 'von uns – von hier'



Kernwert Regionalität: 'Aus der Region – Für die Region'

- Zunehmender Bedeutung als Gegengewicht zur Globalisierung
- 8'000 Produkten von 7'500 Produzenten
- Umsatz Migros 2012 ca. CHF 791 Mio.
- Frische und Qualität
- begrenzte Transportwege - lokale Arbeitsplätze
- Umsatz Migros Luzern 2013: CHF 112.6 Mio.



Kernwert Nachhaltigkeit: Generation M

Mit verbindlichen Versprechen zu Gesundheit, Konsum, Mitarbeitenden, Umwelt und Gesellschaft engagieren wir uns für die Generation von morgen.

Wir versprechen Beni,
bis 2015 unser Bio-
Sortiment auszubauen
und dadurch weiteren
300 Bio-Bauern die
Existenz zu sichern.

GENERATION M



GENERATION M

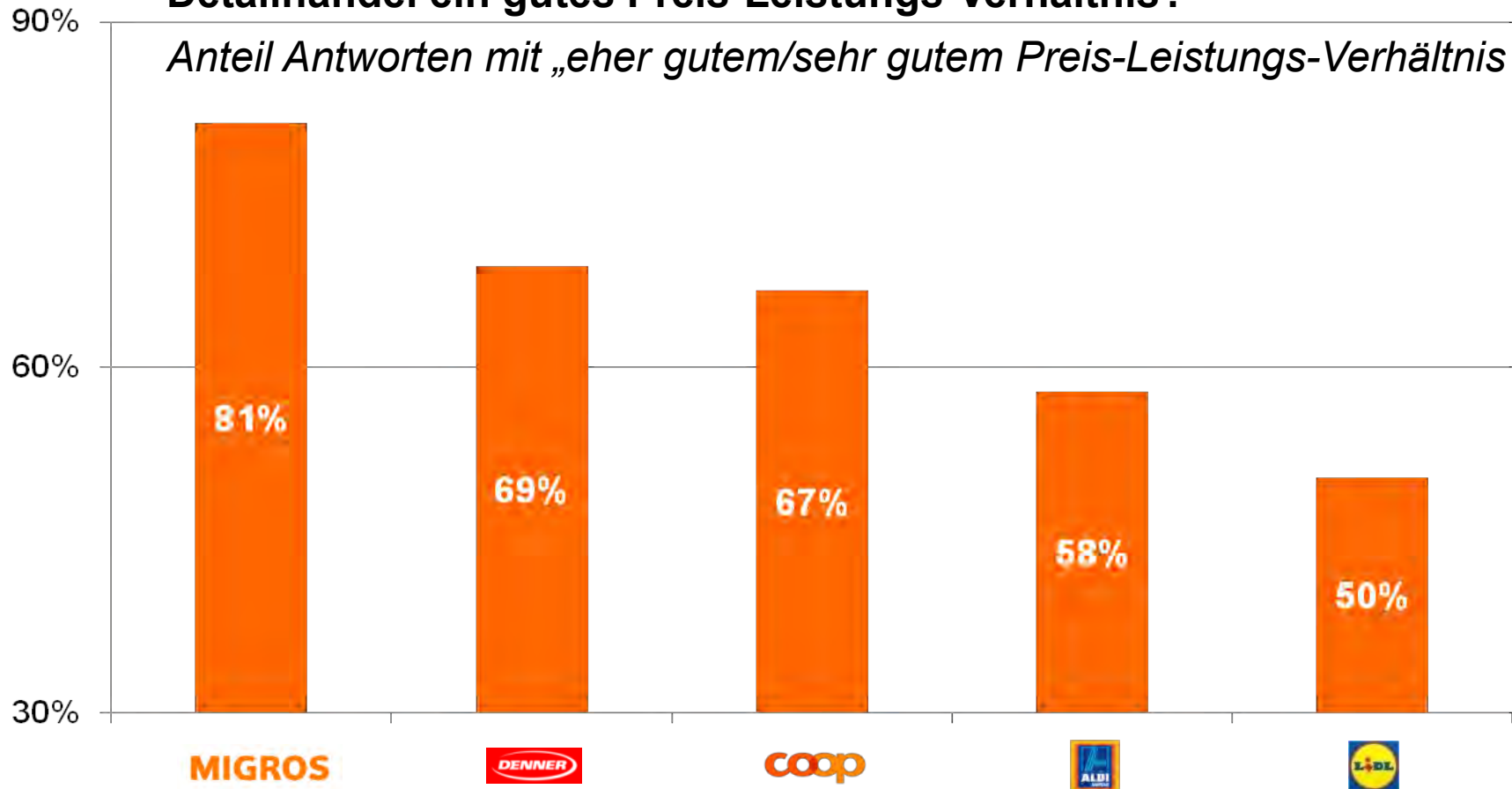
Auswahl / Sortimentsaufbau



Migros hat das beste Preis-Leistungs-Verhältnis

unabhängige Marktforschungs-Studie von marketagent.com
(Handels-Check Lebensmittel-Detailhandel')

Inwieweit bieten die folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis?



Konsequentes Kostenmanagement

- Optimierung / Überprüfung der Prozesse
- Umsetzung Beschaffungsstrategie
- Positive Kostenentwicklung in Supply Chain / Logistik





Neubau VOI Beromünster September



Kauf Einkaufszenter Herti Zug



Umbau MM/MR Mythen Center Schwyz Oktober



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

