

# Leitbild

**Migros-  
Gruppe**

Liebe Leserin, lieber Leser

Die Migros-Gruppe befindet sich in einem dynamischen Umfeld. Um weiterhin erfolgreich im Markt zu agieren, brauchen wir als Gruppe eine klare Strategie. Sie gibt uns Orientierung, schafft Verbindlichkeit und unterstützt uns darin, gemeinsam unsere Ziele zu erreichen.

Das Kernelement dieser Strategie ist unser Leitbild. Es setzt sich aus drei Elementen zusammen: Zielbild, Werte und Raison d'Être.

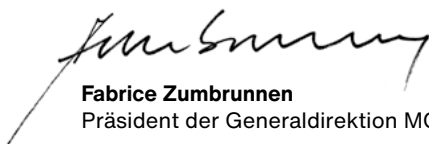
Unser Zielbild umfasst vier Zieldimensionen für 2025 – das Jahr unseres 100-jährigen Bestehens. Bis dahin wollen wir dieses Zielbild erreichen und gemeinsam zur nachhaltigen Entwicklung der Migros-Gruppe beitragen. Unsere Werte bestimmen, wie und mit welcher Haltung wir in der Migros-Gruppe zusammenarbeiten. Den Antrieb finden wir in unserer Raison d'Être. Sie beschreibt, wonach wir Tag für Tag streben: «Wir engagieren uns täglich mit Herz für die Lebensqualität der Menschen und für die Gesellschaft.»

Wir freuen uns, mit Ihnen gemeinsam auf dieser Basis voranzugehen und die Migros-Gruppe weiterzuentwickeln.

Zürich, November 2021



**Ursula Nold**  
Präsidentin der Verwaltung MGB



**Fabrice Zumbrunnen**  
Präsident der Generaldirektion MGB

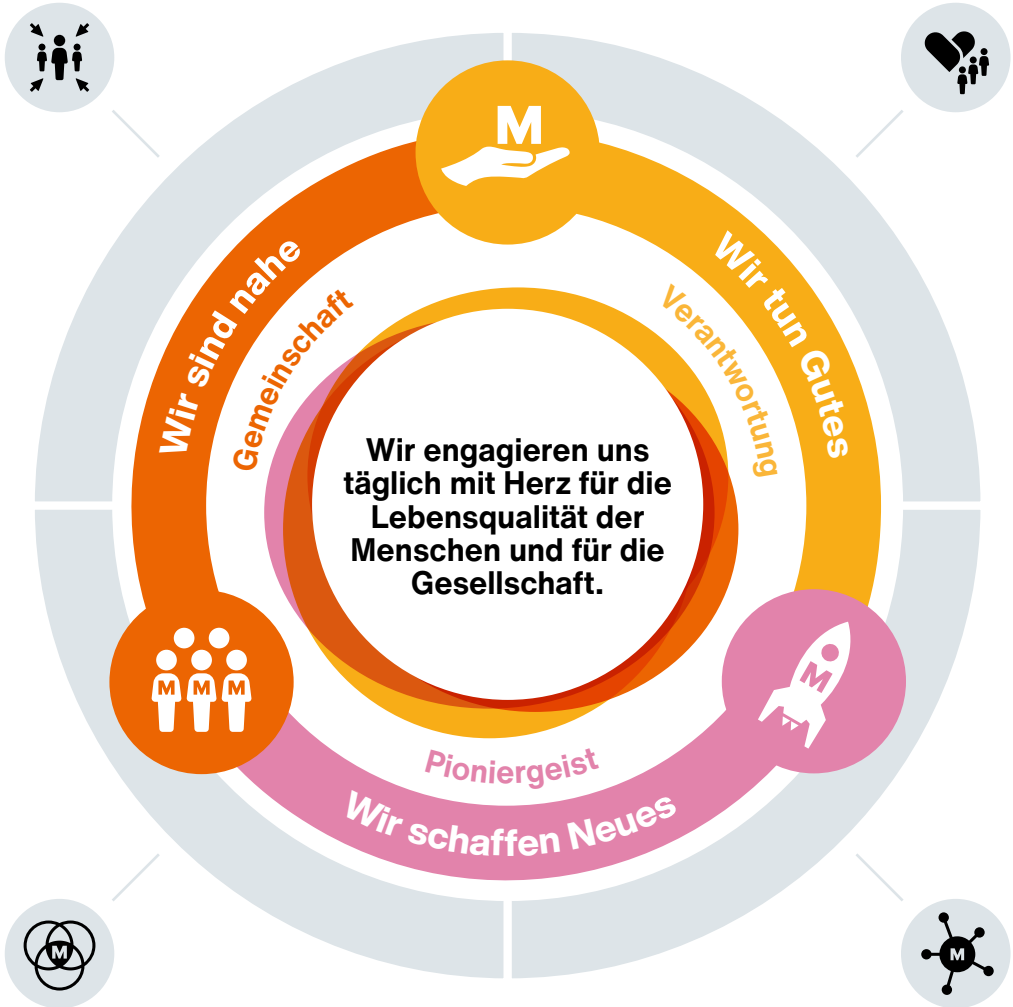
# Leitbild

## Konsequente Kundenorientierung

Die Migros-Gruppe orientiert sich konsequent an den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden.

## Gesellschaftliches Engagement

Die Migros-Gruppe ist in der Schweiz die erste Referenz für gesellschaftliches Engagement.



## Gemeinsamer Fokus

Die Migros-Gruppe hat einen gemeinsamen strategischen Fokus und alle Aktivitäten zielen darauf ab.

## Unternehmerisches Ökosystem

Die Migros-Gruppe ist mit ihren Unternehmen so aufgestellt, dass nachhaltig Rentabilität für die Gruppe resultiert.

## Zielbild

**Unser Zielbild beschreibt, was wir bis 2025 erreichen möchten. Dann nämlich feiert die Migros ihr 100-jähriges Bestehen. Vier Zieldimensionen stehen dabei im Zentrum.**

### Konsequente Kundenorientierung



- Wir setzen den Menschen und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt all unserer Bestrebungen.
- Wir bieten ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis.
- Wir schaffen einmalige kanalunabhängige Angebote (stationär wie online) durch eine gemeinsame Daten- und Technologie-Basis. Hierbei fokussieren wir uns strategisch auf die Bedürfnisfelder «Essen & Genuss», «Gesundheit & Well-Being», «Lifestyle & Zuhause» sowie «Zahlung, Anlage & Finanzierung».

### Gesellschaftliches Engagement



- Wir schaffen Vertrauen und Begeisterung bei unseren Kundinnen und Kunden dank unseres gesellschaftlichen Engagements.
- Insbesondere unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Genossenschafterinnen und Genossenschafter identifizieren sich mit unseren Werten.
- Wir erreichen auch künftig die Gesellschaft in ihrer ganzen Breite – überall und jederzeit.
- Wir engagieren uns wie kein anderes Unternehmen für Bildung, Gesundheit, Nachhaltigkeit, Inklusion und Kultur.

### Gemeinsamer Fokus



- Wir fokussieren uns auf Geschäftsaktivitäten mit strategischer Relevanz und/oder finanziellem Beitrag.
- Unser geografischer Fokus ist die Schweiz – internationale Aktivitäten stiften der Gruppe und/oder den Kundinnen und Kunden in der Schweiz Nutzen.
- Wir sind eine sehr attraktive Arbeitgeberin für die besten Talente.
- Unsere Haltung ist gemeinschaftlich und wir leisten individuell unseren Beitrag zum Erreichen des gemeinsamen Zielbildes.
- Wir sind eine lernende Organisation – unser struktureller und kultureller Rahmen ist so gesetzt, dass wir uns laufend weiterentwickeln.

### Unternehmerisches Ökosystem



- Wir überraschen laufend mit neuen Produkten und Dienstleistungen und spielen eine aktive Rolle im Markt.
- Wir kooperieren in einem agilen Netzwerk und schaffen dadurch Kundennähe und Geschwindigkeit.
- Unsere Unternehmen sind nahe am Markt, wettbewerbsfähig, schnell, effektiv und effizient.
- Wir stellen sicher, dass jedes Unternehmen mit klarer Strategie, Rolle und Ambition seinen Beitrag zur Erreichung des Zielbildes leistet und die Migros-Gruppe dadurch nachhaltig rentabel ist.

## Werte

**Unsere drei Werte beschreiben die Haltung, mit welcher wir innerhalb der Migros-Gruppe zusammenarbeiten. Sie schaffen Identifikation, geben Orientierung und unterstützen uns bei der Umsetzung der Strategie.**

### Gemeinschaft



#### Wir sind nahe

- Wir sind nahe bei unseren Kundinnen und Kunden, denken aus ihrer Perspektive und sind mit unseren Angeboten und Leistungen dort, wo sie uns brauchen.
- Wir sind nahe bei unseren Partnern und stehen mit ihnen im Dialog.
- Wir tragen nachhaltig zur Entwicklung der Schweizer Wirtschaft bei.

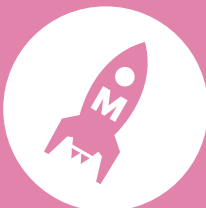
### Verantwortung



#### Wir tun Gutes

- Wir setzen uns für die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden ein.
- Wir verbessern die Lebensqualität der Menschen und übernehmen Verantwortung gegenüber der Gesellschaft.
- Wir sind ein fairer, berechenbarer und zuverlässiger Partner für unsere Kundinnen und Kunden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Lieferanten.

### Pioniergeist




#### Wir schaffen Neues

- Wir überraschen unsere Kundinnen und Kunden laufend mit neuen, unverwechselbaren Produkten und Dienstleistungen.
- Wir schaffen innovative Geschäftsmodelle sowie moderne und attraktive Arbeitsbedingungen für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

## Raison d'Être

**Die Raison d'Être beschreibt, was uns antreibt und wonach wir gemeinsam Tag für Tag streben.**



**Wir engagieren uns  
täglich mit Herz für die  
Lebensqualität der  
Menschen und für die  
Gesellschaft.**

**Wir ...**

Jede und jeder von uns, jedes Team und jede (Geschäfts-)Einheit gemeinsam.

---

**... engagieren uns täglich ...**

Wir setzen uns nicht nur ein, sondern geben jeden Tag unser Bestes.

---

**... mit Herz ...**

Mit Menschlichkeit, Leidenschaft, Empathie und positiver Haltung.

---

**... für die Lebensqualität der Menschen ...**

Das Leben Tag für Tag besser und einfacher machen für jede Einzelne und jeden Einzelnen.

---

**... und für die Gesellschaft.**

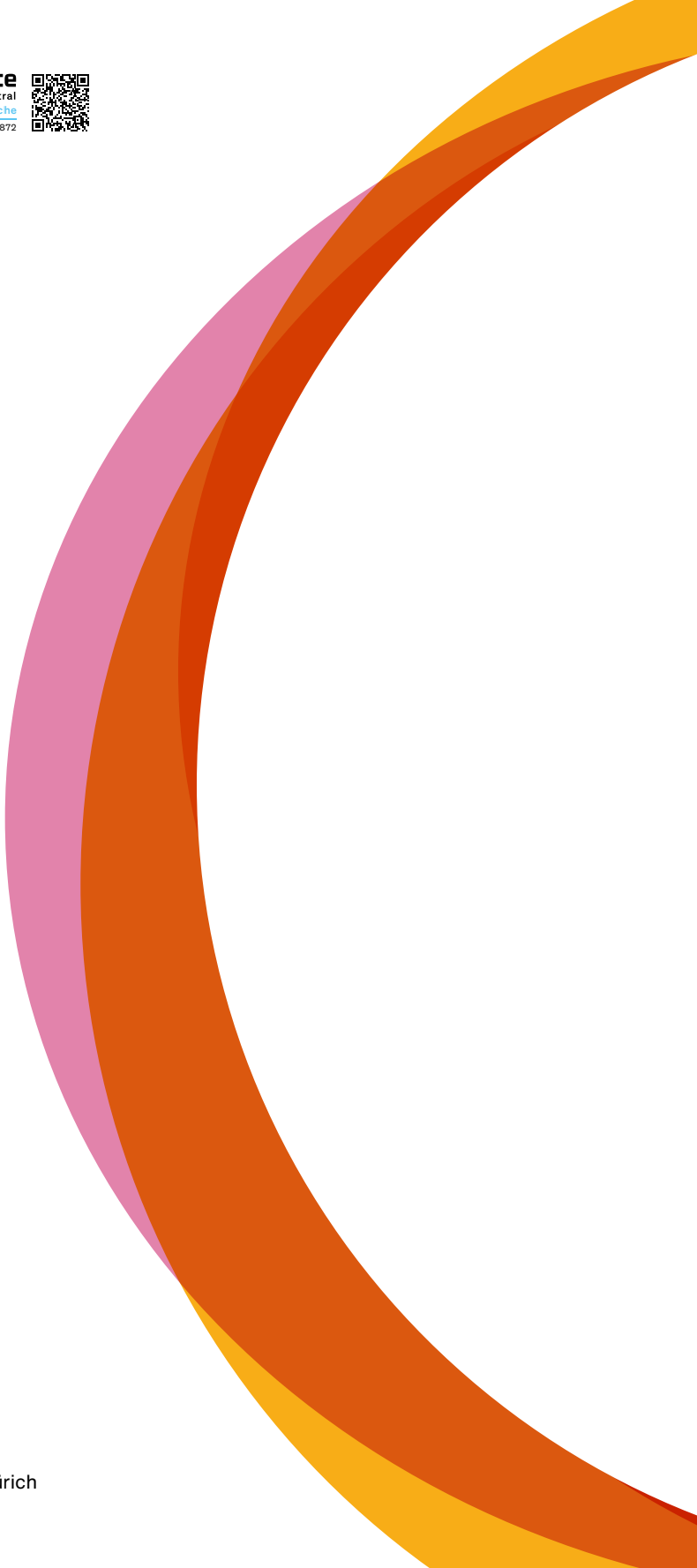
Verantwortung für das grosse Ganze im Sinne des sozialen Kapitals und nach dem Ideengut von Gottlieb und Adele Duttweiler.

## Umsetzung

**Für eine erfolgreiche Erreichung unseres Zielbildes brauchen wir einen strategischen Rahmen. Dieser legt fest, auf welche Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden wir uns gemeinsam als Migros-Gruppe fokussieren und mit welcher Ambition wir unsere Aktivitäten angehen.**

### Strategischer Rahmen

Bedürfnisfelder im strategischen Fokus (extern)	Bearbeitung mit Strategischen Geschäftsfeldern (intern)	Ambition
 <b>Ernährung &amp; Genuss</b>	Food Retail (inkl. Industrie & Food Service)	Wir nehmen die führende Stellung sowohl im Gesamtmarkt Food als auch in allen kundenrelevanten Food-Retail-Teilmärkten (Ernährung & Genuss) ein – mit starken Eigenmarken.
 <b>Gesundheit &amp; Well-Being</b>	Gesundheit	Wir agieren als ganzheitliche Gesundheitsanbieterin mit einer führenden Marktposition und erbringen eine integrierte Versorgung im Schweizer Gesundheitswesen – von der Gesundheitsförderung bis zur Rehabilitation.
 <b>Lifestyle &amp; Zuhause</b>	Non-Food Retail	Wir sind die klare Nummer eins in der Schweiz im Non-Food Omnichannel Retail (Lifestyle & Zuhause) mit einer kanalunabhängigen Kundenerfahrung, eigenen Sortimenten und einem Marktplatzangebot.
 <b>Zahlung, Anlage &amp; Finanzierung</b>	Finanzdienstleistungen	Wir sind näher an den Bedürfnissen der Menschen als jede andere Bank. Wir helfen unseren Kundinnen und Kunden, täglich bessere Finanzentscheidungen zu treffen. Schnell, einfach und menschlich.



**Migros-Genossenschafts-Bund**  
Limmatstrasse 152, CH-8031 Zürich