

Führung und Zukunftsgestaltung...

...im wachsenden Convenience-Markt

01.05.2026

Lorence Weiss

The Migrolino logo is displayed in a white rounded rectangle at the bottom center. It features the brand name "migrolino" in a bold, lowercase, orange sans-serif font. Below the text are three horizontal bars: an orange bar under "mi", a green bar under "gro", and a yellow bar under "li".

migrolino



Um zu führen, muss man seinen Markt verstehen...

Das schnelllebige Convenience-Geschäft ist unser Spielfeld

FOOD-MARKT

OUT-OF-HOME

Gemein-

Vergnügung

Bediente Restaurants

Selbstbed. Restaurants

Sofortkonsum

AT-HOME

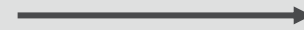


Markt-Charakteristik

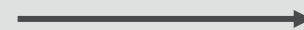
Transaktionsgeschwindigkeit und **Frequenzpeaks** prägen die Formate (Bahnhöfe, Tankstellen, ÖV-Hubs)



Hohe Kosten (z.B. Miete, Kleinflächen-Management) und **strikte Regulierung** (Öffnungszeiten, Arbeitsrecht)



Hohe **Wettbewerbsintensität** erzwingt **Qualitäts-Leuchtturm** bei Ready-to-Eat



Erste Führungsvorgaben

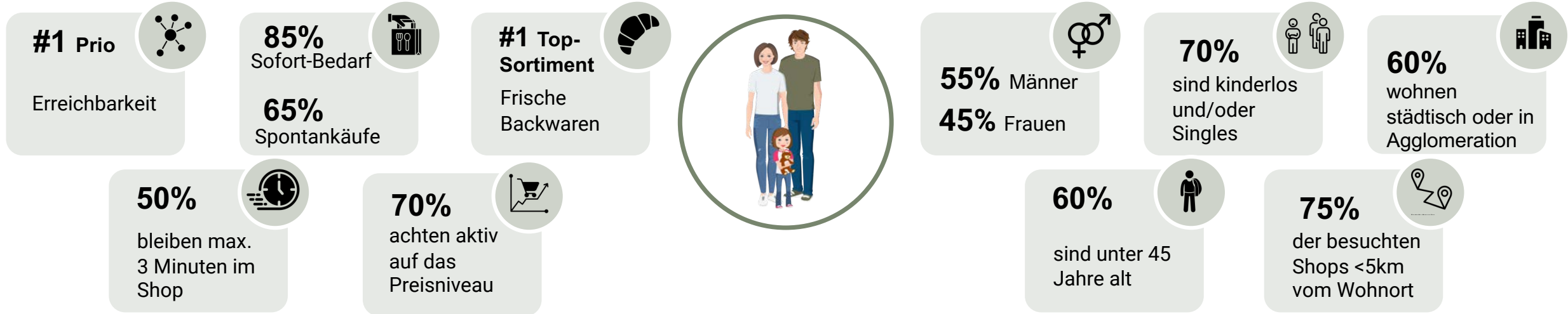
Tageszeit-Steuerung für Bewirtschaftung und Zusammenarbeit von **Digitalisierung** und **Mensch**

Hohe **Flächenproduktivität** durch hohe Sortimentsrotation und **Effizienzsteigerung** durch **flache Sortimente** und verlässliche, lange **Öffnungszeiten**

Hohe **Frischekompetenz** und resiliente **Supply Chain** mit Fokus auf **Frische**

Um zu führen, muss man seine Kundschaft verstehen...

Junge, urbane Singles im Berufsleben prägen unser Geschäft



Kundenbedürfnisse

Erste Führungsvorgaben

- Hoher **Convenience-Anspruch** (Schnelligkeit, Nähe, 7 Tage) → **Präsenz:** Dichtes Netz, schnelle & intuitive Abwicklung, lange Öffnungszeiten
- **Spontan-** und **Sofortkonsum**-Käufe dominieren → **Sortiment:** Fokus auf Ready-to-Eat/Heat & attraktive Bundles
- **Qualität** bei **Food-to-Go** und **Frische** treiben Frequenz → **Verfügbarkeit:** Tägliche Frische-Bestellungen & -Kontrollen, kein Out-of-Stock
- **KEINE höhere Preisbereitschaft** durch eilige Kundschaft → **Value:** kompromisslos ausgezeichnete Preis-Leistung; stringente Preisarchitektur und auf Kundschaft ausgerichtete Promotionen
- Steigender Wunsch nach **gesunden, schnellen Meals** → **Innovation:** Schnelle Integration von Food-Trends um urbane Zielgruppe zu binden

Um zu führen, muss man Franchising verstehen...

Vereinbarkeit von lokalem Unternehmertum mit einer starken, zentral geführten Marke

100% unseres Shopgeschäfts wird im Franchising betrieben

Was migrolino liefert



Was der Partner einbringt

Vertrauen: Klare Positionierung, Marktauftritt-Stringenz

Marke

Gesicht: Freundlichkeit, Vertrautheit, Lokalität

Basics: Logistik, IT & Treuhand

Betrieb

Excellence: Verkaufsbereitschaft, Infrastrukturpflege

Rahmen: Cluster-/Modul-Vorgabe, HVP's

Standards

Umsetzung: Frische, Verkaufsförderung, Qualität

Know-how: Schulungskonzepte

Mensch

Team: Rekrutierung, Entwicklung & Motivation

Vorteile

- + Unternehmertum
- + Eigenverantwortung
- + Nähe zur Kundschaft
- + Enge Partnerschaft
- + Rasche Expansion / Multiplikation



Franchising

Nachteile

- Nur indirekte Konzeptumsetzung



Und wie bringt man die beiden Welten zusammen?

Und führt trotzdem unterschiedlich?



Was nicht half....

Vision, Mission, Führungsprinzipien, Purpose, Frische-Grundsätze, Gastgeber Principles, etc....



Unsere **Winning** steht über allem.
Unsere **Aspiration** Werte sind unser aller Fundament.

Winning Aspiration



Werte

«Der Lieblingsort für den schnellen Einkauf und die genussvolle Verpflegung unterwegs»



Unterschiedliche Massstäbe für Zentrale und Shops

Unterschiede bewusst nutzen – Gemeinsame Richtung und gemeinsamer Siegeswillen



migrolino AG Zentrale

Qualitative strategische Ziele

-  Hohe Kundenzufriedenheit
-  Nähe zur Migros
-  Einfach, schnell und verlässlich
-  Hohe Sortimentszufriedenheit
-  Netzabdeckung / hohe Erreichbarkeit

Quantitative strategische Ziele

-  + xy Standorte bis 2035
-  + CHF xy Mio. bis 2035
-  Nachhaltige EBIT-Marge von xy%

Überprüfung via

- Rollierende Messung definierter Kriterien
- Individuelle Mitarbeitergespräche

- Abweichung BPL






migrolino GmbH Shops

Operative Ziele

-  Konzept Umsetzung
-  Service-Exzellenz
-  Sauberkeit
-  Frische & Qualität
-  Operationelle Excellence

Quantitative Ziele

-  Budget Erreichung
-  Warenverfügbarkeit
-  Lückenlose Buchhaltung

Überprüfung via

- Experten-Audits
- Mystery Shopping

- Analyse Shop-KPI's
- Besuche vom Verkaufsteam

Dreiteilung der Massnahmen

Feiern, weiter Optimieren, Offboarding

Feiern



Für eine starke **Führung** braucht es eine klare **Strategie**, gemeinsame **Werte**, gemeinsame **Winning Aspiration**...
...und es braucht aber auch **Vertrauen** und **Spass** dabei!

Denn auch in Zukunft erwarten uns einige Führungsherausforderungen...

Personalmangel
Technologie

Kostendruck

Margendruck
Lebensformen



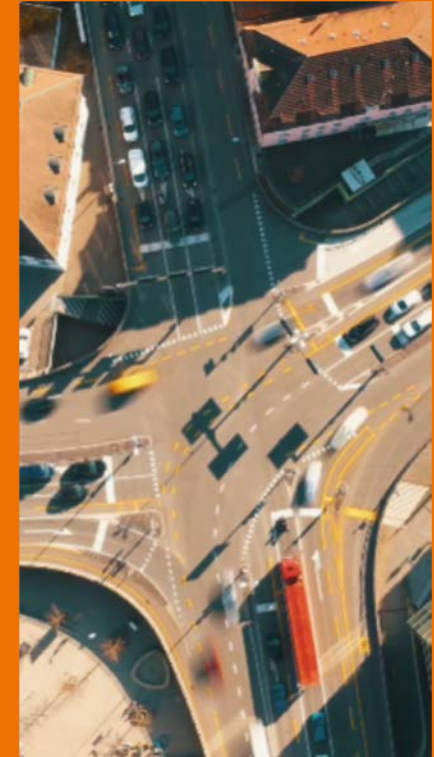
Offboarding

- Nachfolgeregelung

Führung in Bildern erklärt...



[migrolino](#)
[Strategie 2035](#)



migrolino

Danke



migrolino