



© Rewe International; Spar/Heige Kirchberger; Hofer

Rewe, Spar, Hofer: Die Macht der Drei

Die Supermärkte von Billa und Spar brummen und haben neue Konzepte gestartet. Hofer reüssiert auf hohem Niveau.

••• Von Christian Novacek

Der Handel will sich nicht wandeln, zumindest nicht rasch: Die Zahl der Angestellten im Handel legte 2016 um 0,4 Prozent zu – wiewohl doch gerade erst der Trend zur Digitalisierung harsch in den Startlöchern scharfte. Auch die Aktionspolitik blieb fokussiert wie je – für manche Vertreter der Lebensmittelindustrie mag das unverständ-

lich sein, zumal – siehe aktuelle RollAMA – das Aktionsangebot lediglich die sogenannten Drei As anzieht, also Alkoholranke, Arbeitslose und Azubis. Bei den Promotionsanteilen sind Bier und Waschmittel weiterhin derart jenseits der Ratio, dass man ebendiese jenen abspricht, die Bier und Waschmittel nicht zum Schleuderpreis kaufen.

Was die wichtigen Player im LEH betrifft, herrschen eingefahrene Verhältnisse. Beziehungsweise: Auf eingefahrenen

Bahnen wird zielsicher weiter gearbeitet – was zuletzt für die Branche (lt. Nielsen) ein Wachstum von 1,9 Prozent generierte. Dieses überboten letztlich alle bis auf Hofer und Nah&Frisch.

Billa top bei Rewe

Das heißt für den Marktführer Rewe International konkret ein Plus von 4,39 Prozent mit den Vertriebslinien Billa, Merkur und Penny. Bei Merkur wirkte sich die Neupositionierung mit einem Plus von 3,35 Prozent aus,



© Lidl Österreich

Christian Schug gibt Gas mit Lidl.