

**Big Three** Frank Hensel (Rewe), Gerhard Drexel (Spar) und Günther Helm (Hofer) stehen für eine Marktanteils-power weit jenseits der 80 Prozent.

## Lebensmitteleinzelhandel

Rang	Unternehmen	Umsatz 2016	Umsatz 2015	Veränderung in Prozent	Filialen
1	Rewe International	7.520	7.230	+4	1.892
2	Spar Österreich	6.420	6.100	+5,3	1.560
3	Hofer KG	4.000	4.000	+/- 0	479
4	Lidl	1.200	1.100	+10	220
5	MPreis	835	804	+3,86	244
6	Nah&Frisch	300	295	+1,5	500
7	Unimarkt	286	275	+4,12	131

Werte in Mio. €. Alle Angaben sind Unternehmensangaben; Bei Spar Österreich ist es der Konzernumsatz inkl. Endumsätze der Kaufleute, bei Rewe International sind es die Umsätze von Billa, Merkur, Penny (6,47 Mrd. €) plus der Großhandelsumsatz für Adeg, AGM, Sutterlütty und Tankstellenshops.

am besten performte aber Billa mit +5,08 Prozent.

Aber auch die lange Zeit um Profil ringende Diskontschiene Penny war diesmal erfolgreich, ebenso wie die Kaufleute der Adeg. „Wir sind jetzt an einem Punkt angekommen, wo das Ganze Früchte trägt“, sagt Vorstandsvorsitzender Frank Hensel bezüglich der Rewe-Händlerorganisation. „Es geht nach vorn“, ist er überzeugt, „wir haben hier viel Gutes in die richtige Richtung gelenkt.“ Der Stellenwert der Adeg-Kaufleute für Rewe in Österreich ist, gemessen an der Interessenslage der Rewe-Mutter in Deutschland, nicht geringzuschätzen: Die Rewe ist ein genossenschaftliches Unternehmen, die Rewe-Kaufleute in Deutschland eine stabil tragende Säule.

2017 soll für Rewe International ein formidables Jahr werden: Man hat sich neu organisiert, der gesamte internationale

### Ranking

Laut Marktforscher Nielsen betrug das Branchenwachstum 2016 solide 1,9 Prozent. Das konnten viele überbieten, Lidl beeindruckte am meisten mit 10% Zuwachs. Verlierer war diesmal Hofer mit einem Nullwachstum – das man aber gleichsam als Konsolidierung auf hohem Niveau betrachten könnte.

Handel wird nun am Standort Wiener Neudorf gebündelt.

### Serien-Wachstumsführer

Hinter Marktführer Rewe drängelt die Spar nicht gerade ungestüm, aber hartnäckig – Spar-Präsident Gerhard Drexel weist darauf hin, dass die Tanne hoch über dem Branchenschnitt wachse, was entsprechende Auswirkungen auf die Marktanteils-situation habe: „Wir haben 1,1 Prozentpunkte Marktanteil zugelegt und sind von 30,2 Prozent in 2015 auf 31,3 Prozent Marktanteil in 2016 gestiegen. Was mich in diesem Zusammenhang sehr freut, ist, dass wir in den vergangenen sieben Jahren ganze sechs Mal die Wachstumsführerschaft errungen haben.“

Hofer als der Dritte der Großen Drei im LEH hat in 2016 offenbar stagniert – wohl aber nicht tachiniert. Zwar wäre ein Nullwachstum vor gar nicht so langen Jahren ein echtes

No-Go gewesen, aber die Zeiten ändern sich, und der eine oder andere Ökonom fragt heute zumindest halblaut: „Braucht eine gesunde Wirtschaft wirklich dauernd Wachstum?“

Hofer hat es diesmal nicht, aber der Diskonter spielt auch in den derzeit neuen Wachstumsgefilen bis dato keine Rolle. Dem Onlinehandel zeigt er die

”

*Wir sind mit Adeg jetzt an einem Punkt angekommen, wo das Ganze Früchte trägt. Es geht nach vorn, wir haben viel Gutes in die richtige Richtung gelenkt.*

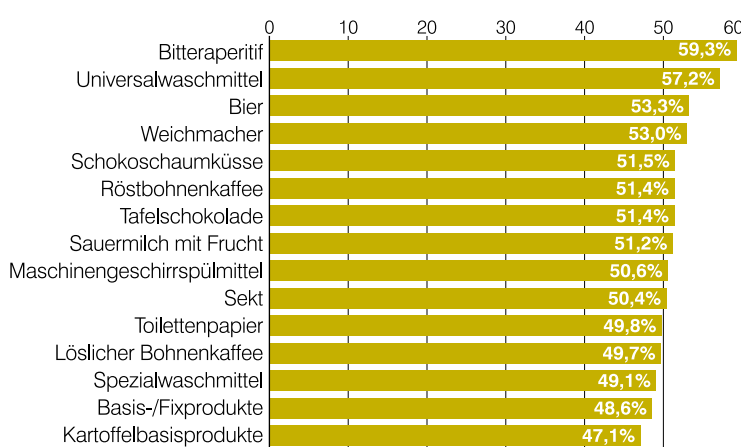
**Frank Hensel**  
Rewe International

“

## Entwicklungen Promotion-Anteile

### Top 15

Waschmittel & Bier sind Dauerbrenner



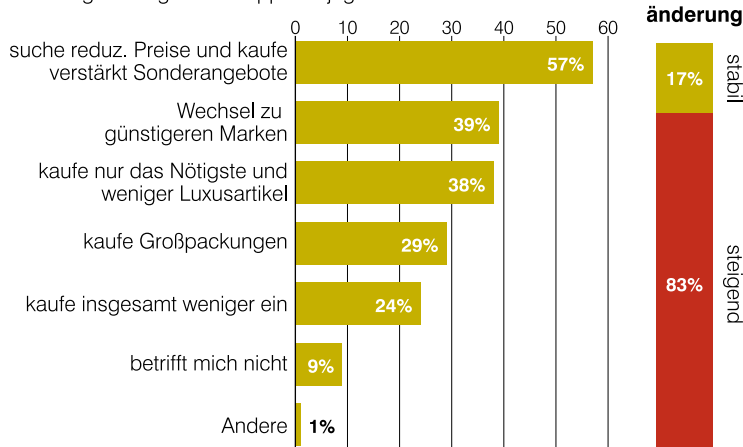
Promotion-Anteile Pro Warengruppe, Top 15 im LEH exkl. Hofer/Lidl im Jahr 2015; Quelle: Nielsen Market Track Daten

## Reaktion auf steigende Nahrungsmittelpreise

### Konsumentenverhalten

Teuerungen bringen Schnäppchenjäger auf Touren

### Wahrnehmung der Preisveränderung



Quelle: Nielsen Shopper Trends 2015