



© Merkur Warenhandels AG/Harson

Merkur macht auch den stationären LEH digital

Mit neuen Features und Gimmicks rüstet Merkur Markt die stationäre Welt digital aus – und setzt auf Expansion im Kompaktformat.

••• Von Christian Novacek

Die Digitalisierung kommt – darin sind sich Forscher genauso wie Händler einig. Aber wie nun wirklich und mit welchem Intensitätsgrad sie in die heimische Handelsszene hineinspielen wird

– das lässt sich derzeit nur mutmaßen. Die Rewe-Verbrauchermarktkette Merkur hat sich intensiv mit dieser Digitalisierung auseinandergesetzt. Und bleibt nach einer ersten Bestandsaufnahme gelassen: „Wir sind überzeugt, dass der stationäre Lebensmittelhandel trotz neuer digitaler Technologien weiterhin

Wachstumschancen birgt“, sagt Vorstandsvorsitzende Kerstin Neumayer und verweist im Kontext auf die diesjährige Expansionsoffensive mit 13 Neu- und Umbauten.

Sieben Neueröffnungen

Das heurige Jahr ist damit das stärkste Expansionsjahr in der

Geschichte von Merkur. Dank eines Investitionsvolumens von 100 Mio. € stehen sieben Neueröffnungen und sechs Umbauten an. Und wie es sich für eine solide Eröffnungswelle gehört, wird an vier der Neueröffnungen ein neues, flächenmäßig kompakteres Format ins Rennen gehen. Das heißt: Die umfassende Viel-