



© Penny/Robert Harson

Jubelfest!

Insgesamt 2.744 Mitarbeiter (im Bild nur ein kleiner Ausschnitt) feiern 15 Jahre Penny-Jubiläum; den Markendiskonter gibt es bereits 296 Mal in Österreich.

Penny: 15 Jahre in Österreich

Einst ein Mondo im Wlaschek-Imperium, heute ein Penny der Rewe International: Das Diskontformat wird heimisch.

WIENER NEUDORF. Am 27. August feiert Penny die Eröffnung der ersten österreichischen Filiale vor 15 Jahren. Mittlerweile bietet der Markendiskonter österreichweit in 296 Pennys ein Sortiment mit rd. 2.000 Artikeln – alles zum Diskont-Preis, mit Fokus auf Marken, Regionalität und Frische.

Trotz immer wiederkehrender Unkenrufe in den letzten Jahren verweist Penny heute auf eine positive Umsatzentwicklung. In den ersten Monaten dieses Jahres hat sich Penny stärker als der restliche heimische Diskont-Markt entwickelt, heißt es seitens Rewe International.

Aktuell liegt der Fokus auf qualitativer Expansion: Ältere Filialen werden modernisiert bzw. ersetzt, das Sortiment geht

in die Breite. Im Rahmen der Modernisierungs-Offensive wurden im Zeitraum 2012 bis 2018 rund 250 Filialen umgebaut.

Starke Filialfleischhauer

Mit Eigenmarken zum besten Preis-Leistungsverhältnis wartet Penny in 20 Warengruppen auf. Besonders stark war das Wachstum zuletzt beim Fleisch, wo zum einen die hohe Qualität der regionalen Fleischprodukte punktet – zum anderen ist das Service des Filialfleischhauers im heimischen Diskontermarkt einzigartig.

„Penny ist aktuell der Diskonter, der sich am österreichischen Markt in den letzten Monaten am besten entwickelt hat“, konstatiert die Geschäftsführerin Brigitte Brunner. Sie verweist

auf eine Strategie, die bei Kunden und Mitarbeitern gleichsam gut ankommt. Ihre Conclusio: „Wir befinden uns auf dem richtigen Weg!“

Penny als Arbeitgeber

Derzeit beschäftigt der Rewe-Diskonter 2.744 Mitarbeiter österreichweit. 2018 wurden bis dato 317 neue Personen eingestellt, knapp 80% der Mitarbeiter sind weiblich. Und: Aktuell besteht das Team aus nicht weniger als 49 Nationalitäten. Ralf Teschmit, zweiter Geschäftsführer, dazu: „Der menschliche Faktor spielt bei uns eine übergeordnete Rolle: Faire Arbeitsbedingungen und neue familienfreundliche Maßnahmen für unsere Mitarbeiter sorgen dafür, dass die Mitarbeiterzufriedenheit und damit der Erfolg von Penny weiter steigen.“ (red)



© Penny

Die beiden Penny-Geschäftsführer Brigitte Brunner und Ralf Teschmit.