

Drexel: Der Anteil unserer Eigenmarken am Großhandelsumsatz liegt bei 45 Prozent.

medianet: Welche Größendimension ist noch möglich?

Drexel: Das pendelt sich langsam ein, eine Obergrenze wird vermutlich bei ca. 50% liegen. Aber es ist immer noch genügend Potenzial nach oben vorhanden. So konnten wir 2018 bei wichtigen Eigenmarkenlinien zweistellig wachsen, wie z.B. bei Spar Natur*pur um 14 Prozent, bei S-Budget um 11 Prozent, bei Spar Premium um 13 Prozent, bei Spar enjoy um 11 Prozent und bei unserer kultigen Nonfood-Eigenmarke Simpex um 25 Prozent.

medianet: Was ist Ihr persönlicher Favorit?

Drexel: Mit Spar Natur*pur konnten wir in den letzten zwölf Jahren im Durchschnitt ein jährliches Wachstum von 15% erzielen! Das ist ein großartiger Erfolg!

medianet: Was ist der Gedanke hinter der doch sehr expansiv angelegten Spar-Eigenmarkenpolitik?

Drexel: Mit unseren Spar-Eigenmarken wollen wir Trends frühzeitig aufgreifen, oft sogar antizipieren, höhere Qualitätsstandards selbst bestimmen und den Kunden schnell und flexibel ihre Wünsche erfüllen. Dazu fühlen wir uns berufen, weil es einfach zu wenige Innovationen am Markt gibt. Also machen wir's selber, möglichst als erste. Die Eigenmarke gibt bei uns als Trendsetter in vielen Belangen den Ton an, beispielsweise bei der gentechnikfreien Produktion schon seit den 90er-Jahren oder aktuell beim Thema Zuckerreduktion. Ganz besonders auch beim Thema Palmöl, wo unsere Eigenmarken bereits zu 99% palmölfrei sind.

medianet: Palmölfreie Produktion hat zwei Gesichter – letztlich geht damit auch der Verlust von Arbeitsplätzen einher.

Drexel: Umweltorganisationen wie z.B. Greenpeace warnen seit Längerem vor den erheblichen negativen Konsequenzen des Palmölanbaus für unsere

Spar international auf Expansionskurs

Spar in Norditalien

Im von Spar bearbeiteten Gebiet in Norditalien gibt es derzeit 537 DeSpar- und EuroPar-sowie 37 Interspar-Hypermärkte. Der Gesamtumsatz konnte um 4,2% auf 2,25 Mrd. € gesteigert werden. Aktuell werden in der Nähe von Padua das neue Distributionszentrum und gleichzeitig das neue Tann-Werk gebaut.

Spar in Kroatien

Nach Übernahme und Integration der Billa-Standorte 2017 widmete sich Spar Kroatien 2018 der Eigenexpansion und eröffnete zwei neue Interspar-Hypermärkte in Rijeka sowie fünf Spar-Supermärkte. Der Brutto-Verkaufsumsatz belief sich auf 688 Mio. € – ein Plus von 14,6% (wechsellkursbereinigt).

Spar in Slowenien

Von den 122 Standorten (109 x Spar, 13 x Interspar) werden mittlerweile 19 von selbstständigen Spar-Kaufleuten geführt. Gleich sechs neue selbstständige Einzelhändler konnten 2018 ihre Märkte eröffnen. Spar Slowenien erzielte einen Bruttoverkaufsumsatz von 816 Mio. €, ein Plus von 4,1% zum Vorjahr.

Spar in Ungarn

Von insgesamt 555 Standorten von Spar Ungarn werden 174 von selbstständigen Einzelhändlern geführt, davon sind 102 Tankstellenshops. 2018 wurde das Netz der Tankstellenshops um 17 Standorte erweitert. Der Umsatz von Spar Ungarn wuchs um +9,8% (wechsellkursbereinigt) auf 1,94 Mrd. €.



Marktanteil

Gemäß Marktforscher Nielsen hat Spar 2018 beim Marktanteil 0,7 Prozentpunkte dazugewonnen und hält jetzt bei einem Marktanteil von 31,9%.

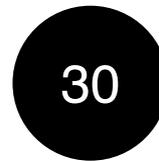
Umwelt, aber auch vor den Gefahren für unsere Gesundheit – Grund genug für Spar, Palmöl aus unseren Eigenmarken komplett zu verbannen.

medianet: Wie stehen Sie als Händler zu Greenpeace?

Drexel: Wir arbeiten intensiv mit Greenpeace zusammen – wie auch mit anderen NGOs, etwa mit Global 2000 und dem WWF. Sie alle helfen uns, unsere Rolle als Anwalt für die Konsumenten noch besser wahrzunehmen.

medianet: Abschließend würde ich gern auf den digitalen Wandel im Handel zu sprechen kommen. Spar agiert da etwas dezenter als andere.

Drexel: Man kann zum Thema E-Commerce nicht einfach Ja oder Nein sagen. Dieses Thema ist differenziert zu betrachten. Mit Interspar sind wir im Online-Weingeschäft bereits seit dem Jahr 2000 pionierhaft am Markt. Im Weingeschäft haben sich bei uns Online- und Offline-



Standorte

Rund 30 Spar und EuroSpar-Standorte wurden 2018 neu eröffnet. Dennoch sank die Gesamtanzahl der Märkte auf 1.560 (2018) – bedingt durch den Abgang der Spar express-Tankstellenshops der Mineralölkette Shell.

Geschäft gegenseitig beflügelt. Auch Nonfood funktioniert unter dem Interspar-Dach online sehr gut. Was das Online-Geschäft mit frischen und gekühlten Lebensmitteln betrifft, so ist das sicherlich die anspruchsvollste Art des Onlinehandels.

medianet: Der bei Interspar wie viel zum Gesamtumsatz beiträgt?

Drexel: In etwa ein Prozent. Unser Online-Shop mit frischen Lebensmitteln ist 2018 zwar um über 50% gewachsen, aber der Umsatz befindet sich immer noch auf einem geringen Niveau. Wir beliefern derzeit Wien und Umgebung sowie Salzburg und Umgebung.

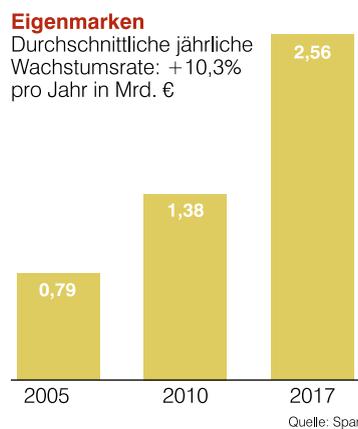
medianet: Wann gehen Sie die übrigen Bundesländer an?

Drexel: Erst, wenn wir die gesamte Prozesskette kostendeckend bewerkstelligen können. Das ist schlicht ein Gebot der betriebswirtschaftlichen Vernunft.

medianet: Inwieweit lässt Sie die betriebswirtschaftliche Vernunft an neuen Entwicklungen am Onlinemarkt denn partizipieren?

Drexel: Wir sind mitten drin in der Materie, wir sammeln täglich neue Erfahrungen. Aktuell nenne ich dazu unsere Einkaufs-Abholboxen, die wir in Kooperation mit den ÖBB und den Wiener Linien installiert haben. Gerade für die Pendler ist das sehr konvenient, und unsere ersten Erfahrungen sind absolut vielversprechend. Wir betreiben gelebte F&E im Retail-Business – und erleben immer wieder schöne Erfolge.

Großhandels-Umsatz



Umsatzanteil

