

Demgegenüber mutet die Aussage von Rewe-Chef Marcel Haraszi, es gehe der Rewe nicht um Marktanteile, sondern um zufriedene Kunden, dann eher defensiv an.

Hofer wächst mit dem Markt

Während mancher Branchenkenner die Entwicklung von Hofer bereits mit dem Attribut Stagnation versieht, etwa, weil bereits heute jeder Österreicher innert 15 Minuten mit dem Auto eine Hofer-Filiale in guter Reichweite hat, sieht man die Situation in der Hofer-Zentrale in Sattledt durchaus entspannt: „Der Marktanteil von Hofer liegt seit Jahren bei gut zwanzig Prozent, wir wachsen also in etwa mit dem Markt“, ordnet das Hofer-Chef Horst Leitner ein.



© Spar/Brunbauer

Der neue Marktführer im LEH

Marktanteile neu gemischt

Die einstige Nummer eins auf dem Markt, Rewe Group Austria, hat 2020 nach zwei Jahrzehnten die Marktführerschaft verloren. 2020 stieg der Umsatz von Spar in Österreich um fast 16% auf 8,32 Mrd. € – damit konnte Spar den großen Rivalen nicht nur überholen, sondern gleich um 1,3 Prozentpunkte abhängen. Spar liegt nun mit 34,6% an der Spitze. Bei den Discounter ist Hofer führend vor Lidl. Zusammen beherrschen die vier mehr als 90% des Marktes.

”

Die Nah&Frisch-Kaufleute, die das Jahr 2020 überstanden haben, können sich im Schnitt über ein Umsatzplus von 13% freuen.

Hannes Wuchterl
Nah&Frisch

Wie Rewe-Chef Haraszi stellt sich auch Leitner die Frage, „wie zufrieden unsere Kundinnen und Kunden sind“. Diese Zufriedenheit wird monatlich evaluiert, anhand der Fragen: „Werden wir als der große Preisführer wahrgenommen? Wie schlagen wir uns in der Krise? Sind wir ein sicherer Platz zum Einkaufen? All das sind Dinge, die uns in der aktuellen Situation wichtig sind“, stellt Leitner klar. Für die Zukunft stellt er neben der Preisführerschaft den regionalen Aspekt stärker in den Fokus.

“

Diskontkollege Lidl ist aus dem Krisenjahr ebenfalls mit einem Umsatzplus von sieben Prozent herausgekommen; Alessandro Wolf, Vorsitzender der Geschäftsleitung, zieht folgendes Resümee: „Das vergangene Jahr war wirklich herausfordernd. Dank unseres großartigen Teams haben wir aber nicht nur die besondere Situation gemeistert, sondern auch viele Projekte auf den Weg gebracht, die uns in den nächsten Jahren den nötigen Schwung geben werden.“

Dass Regionalität eine Trumpfkarte ist, die derzeit besonders gut sticht, stellen Nah&Frisch, Unimarkt und MPreis unter Beweis. Unimarkt hat mit +13% den zweithöchsten Umsatzsprung der Lebensmittelhändler absolviert. Geschäftsführer Andreas Haider dazu: „Dies liegt einerseits natürlich an der Pandemie, aber auch an unserer guten Arbeit, unserem innovativen Denken und der ständigen Weiterentwicklung. So werden die gelebte Regionalität, unser nachhaltiges Wirtschaften und die Modernisierung unserer Standorte von den Kundinnen und Kunden sehr geschätzt.“

Nah&Frisch im Aufwind

Erfreulich sind die 6,5% Zugewinn im Erlös bei Nah&Frisch, zumal die letzten Jahre mehr von Konsolidierung als von Wachstum geprägt waren. Im Detail erhellt sich aber, wie wenig aussagekräftig ein Durchschnittswert bei einer Flotte von Kaufleuten ist. Nah&Frisch-Geschäftsführer Hannes Wuchterl führt das so aus: „Jene Nah&Frisch-Kaufleute, die das herausfordernde Jahr 2020 überstanden haben, können sich im Schnitt über ein Umsatzplus von 13% freuen. Leider haben sich aber auch einige Kaufleute angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen entschieden, nicht weiterzumachen.“

Lebensmitteleinzelhandel

Rang	Unternehmen	Umsatz 2020	Umsatz 2019	Veränderung in Prozent	Filialen
1	Spar Österreich	8.320	7.200	+15,6	1.578
2	Rewe International*	8.268	7.800	+6	2.000
3	Hofer	4.600	4.300	+7	>530
4	Lidl	1.470	1.375	+7	255
5	MPreis	981	942	+4,1	290*
6	Nah&Frisch	309	290	+6,5	436
7	Unimarkt	325	285	+13	128

Umsatzzahlen in Mio. €. Alle Angaben sind Unternehmensangaben; bei Spar Österreich ist es der Konzernumsatz inkl. Endumsätze der Kaufleute und exkl. Hervis. Bei Rewe International sind es die Umsätze von Billa, Merkur, Penny und Adeg inklusive Großhandel. Nennungen mit Stern* sind Schätzungen von medianet, basierend auf Internetrecherche und Fachartikeln, den Vorjahresdaten, Interviews mit Unternehmen und Marktteilnehmern und Vergleichen der Zu-/Abgänge von Kunden. Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht.