

der Discounter allgemein: Laut Branchenschätzungen ist der Umsatzanteil der Discounter am österreichischen Gesamtmarkt von 24,9 auf 23,1% gesunken.

Dabei hat es Hofer mit einem Erlösminus von 4,3% stärker erwischt als Penny. Hofer-Chef Horst Leitner verweist indes auf einen über Jahre stabilen Marktanteil: „Hofer ist nicht nur der größte Discounter, sondern einer der größten Lebensmittelhändler in Österreich mit einem stabilen Marktanteil von rund zwanzig Prozent.“ Der Erfolg des Unternehmens beruhe auf einer DNA aus traditionellen Werten: Schlanke Strukturen, höchste Effizienz und der daraus resultierende Kostenvorteil. „Hofer kalkuliert transparent und fair – sowohl für Lieferanten als auch Kundinnen und Kunden“, so Leitner.

”

*Es lohnt sich, für seine Kunden persönlich da zu sein. Nach dem guten Jahr 2020 haben wir noch einmal kräftig zulegen können.*

**Hannes Wuchterl**  
Nah&Frisch

“

Im Vergleich nahezu herausragend ist die Performance von Lidl mit zwei Prozent Umsatzzuwachs. Entsprechend erfreut äußert sich Lidl-Chef Alessandro Wolf: „Die Pandemie hat die Wettbewerbssituation in Österreich weiter verschärft. Wir mussten uns ordentlich anstrengen. Am Ende haben wir den Umsatz leicht gesteigert und auch den Marktanteil leicht ausgebaut – und das bei einer nahezu



## Lidl erfolgreichster Discounter in 2021

### Discounter unter Druck?

Zu Beginn der Coronapandemie wurden Hofer & Co als die einfache Lösung gepriesen, die der Konsument nun brauche. Das hat sich gedreht: Mittlerweile vertrauen die Kunden offenbar bevorzugt auf die Kompetenz des vollsortierten Supermarkts. Während nun Hofer (–4,3%) und Penny (–2,69%) im Erlös Abschläge hinnehmen mussten, hat sich Lidl gut geschlagen – mit einem Plus von zwei Prozent auf 1,47 Mrd. € sei das das Ergebnis „ordentlicher Anstrengung“.

gleichbleibenden Anzahl unserer Standorte und längeren Schließzeiten durch Umbauarbeiten.“

### Nahversorger im Trend

Hinter den Top 4 im LEH war das Handelsjahr 2021 gleichfalls bewegt, bei Nah&Frisch im positiv vorwärts gerichteten Sinn. Geschäftsführer Hannes Wuchterl im Rückblick auf das Corona-Jahr 2021: „Es lohnt sich, für seine Kunden persönlich da zu sein: Im Schnitt haben unsere Kaufleute nach dem guten Jahr 2020 noch einmal kräftig zulegen können.“

Beim nahen Verwandten von Nah&Frisch, Unimarkt, war das kleine Minus zwar nicht unbedingt willkommen, aber de facto nicht unerwartet, versichert jedenfalls Unimarkt-Chef Andreas Haider: „Wir liegen mit den Zahlen zwar etwas unter dem Vorjahresniveau, haben aber überplanmäßig abgeschlossen, in allen Bereichen eine gute Performance bewiesen und sind mit den Zahlen zufrieden. Im neuen Geschäftsjahr investieren wir ca. 15 Mio. Euro in die Standortentwicklung sowie in die stetige Weiterentwicklung in den Bereichen Nachhaltigkeit und Digitalisierung.“

### Regionalpower made in Tyrol

Ein genauerer Blick auf das Geschäftsjahr 2021 lohnt sich bei MPreis. Dessen Umsatzplus von gut einem Prozent ist nämlich insofern nicht ohne, als die Abhängigkeit vom Tourismus in Tirol, wo MPreis seinen Stammsitz wie auch die stärkste Präsenz hat, stark ist. Adäquat äußert sich Neo-Geschäftsführerin Kerstin Neumayer: „Ein sehr zufriedenstellendes Ergebnis, wenn man die Einschränkungen und Auflagen bedenkt, mit denen sich die Wirtschaft und das Alltagsleben laufend konfrontiert sahen.“ Auf eine Ende von Einschränkungen und Auflagen hofft in 2022 indes der gesamte Lebensmittelhandel.

## Lebensmitteleinzelhandel

Rang	Unternehmen	Umsatz 2021	Umsatz 2020	Veränderung in Prozent	Filialen
1	Spar Österreich	8.630	8.293	+3,9	1.519
2	Rewe Group Österreich	8.340	8.162	+2,14	2.000*
3	Hofer	4.400	4.600	–4,3	>530
4	Lidl	1.500	1.470	+2	255
5	MPreis	990	980	+1,01	300*
6	Nah&Frisch	321	309	+4	430
7	Unimarkt	320	325	–1,6	132

Umsatzzahlen in Mio. €. Alle Angaben sind Unternehmensangaben; bei Spar Österreich ist es der Umsatz Spar, Interspar, Maximarkt inkl. Endumsätze der Kaufleute und exkl. Hervis. Bei Rewe International sind es die Umsätze von Billa, Bipa, Adeg. 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.