



### Auf der Überholspur

In Österreich über 85 Mal, europaweit (in insgesamt zehn Ländern) über 2.100 Mal vertreten: Action ist der am schnellsten wachsende Non-Food-Diskonter Europas.

© Action/Martin Hörmanninger (2)

# Action weiter auf Wien-Expansion

Die Neueröffnung in The Mall ist die vierte in Wien seit Juni – Non-Food-Diskonter sieht „noch viel Potenzial“.

WIEN. Vergangene Woche eröffnete der niederländische Non-Food-Diskonter Action eine neue Filiale in The Mall in Wien-Mitte – und damit bereits den vierten neuen Standort in der Bundeshauptstadt seit Sommerbeginn. Österreichweit eröffnete Action 2022 damit bisher insgesamt sechs Filialen.

**Von der Peripherie in die City**  
„Action ist ein wichtiger Player der österreichischen Handelslandschaft. In Wien sehen wir noch mehr Potenzial. Deswegen beschleunigen wir hier unsere Expansion, denn auch die Wienerinnen und Wiener schätzen die Vorzüge unseres Angebots. Mit den Neueröffnungen erweitern wir den Kundenkreis und stärken gleichzeitig die Nahversorgung“, erklärt Boyko Tchakarov, Geschäftsführer von Action Österreich.

Die neue Filiale bietet auf einer Fläche von rd. 800 m<sup>2</sup> über

6.000 Artikel aus 14 Produktkategorien – von Dekoration, Heimwerkerbedarf, Spielzeug & Multimedia, über Haushaltswaren, Garten- und Outdoorartikel bis hin zu Körperpflege, Mode und Heimtextilien. Darunter befinden sich sowohl Eigenmarken als auch Markenprodukte.

Eingebettet in einen 130.000 m<sup>2</sup> Gebäudekomplex samt Bahnhof, rückt Action mit der Eröffnung in The Mall – wie schon zuvor mit der Eröffnung in der Bahnhofcity Wien West beim Westbahnhof – zunehmend von der Peripherie ins Zentrum; in Österreich seit Ende 2015 aktiv, betreibt das Unternehmen aktuell über 85 Filialen und beschäftigt mehr als 1.600 Mitarbeiter.

**Zwölf Mio. Kunden in Europa**  
Beim Sortiment setzt Action auf viel Abwechslung, zwei Drittel des Angebots ändern sich regelmäßig; jede Woche landen über 150 neue Artikel in den Regalen.

Europaweit zählt der Diskonter nach Eigenangaben mehr als zwölf Mio. Kunden pro Woche. Tchakarov: „Überall, wo wir eine neue Filiale eröffnen, stoßen wir auf große Zustimmung in der Bevölkerung. Es ist unser Mix aus niedrigen Preisen, nützlichen Produkten und einem kontinuierlichen Überraschungs-

moment, der unsere Kundschaft überzeugt.“

### Nachhaltigkeits-Ambitionen

Naturgemäß erntet Action – wie auch der Mitbewerber – aufgrund seines schnell drehenden Sortiments regelmäßig Kritik; dem entgegen wirken will die 1993 gegründete Kette mit einer Reihe an Maßnahmen, mit denen die Ressourcenverschwendung eingedämmt werden soll. So sollen bis Ende Jahres sämtliche Action-Filialen – über 2.100 in zehn Ländern – bis Ende des Jahres mit zu 100% erneuerbarer Energie betrieben und sämtliche Verpackungen recyclingfähig gemacht werden. Bereits seit dem Vorjahr werden 70% der Holz- und 86% der Baumwollprodukte aus nachhaltigeren Quellen bezogen. (red)



Boyko Tchakarov, seit Februar 2020 Geschäftsführer von Action Österreich.