

## WKÖ

## „Krisenstimmung belastet Handel“

WIEN. „Wenn ich permanent nur ‚Krise, Krise, Krise‘ höre, werde ich mit der Zeit vorsichtig sein“, sieht Rainer Trefelik, WKÖ-Spartenobmann des Handels, ein wesentliches Problem der Branche in der aktuell schlechten Stimmung. „Wir bemerken im Einzelhandel eine Bremsspur.“ Derzeit leide der Handel neben den hohen Energiepreisen sowie der „geringen Umsatzrentabilität von drei bis vier Prozent“ unter der Zurückhaltung der Konsumenten. Dabei „lebt der Handel vom Optimismus“, so Trefelik.

## Krise, Krise, Krise

Für den Handel rechnet der Spartenobmann mit einem schwierigen Jahr 2023: „Wenn die neuen Energieverträge kommen, wird es schlimm“, stimmt Trefelik selbst in die Krisenstimmung mit ein. Inflation und steigende Personalkosten würden die Situation weiter „verschlimmern“, daher müssten die Umsätze des Handels wieder anziehen. „Dazu muss jedoch das Konsumentenvertrauen steigen. Es ist tragisch: Der Staat schüttet 30 Mrd. Euro aus, aber keiner merkt es. Das wird ausgeblendet“, meint Trefelik. Ein wesentlicher Teil dieser Zahlungen sei bei den privaten Haushalten gelandet, die aktuelle Kaufzurückhaltung daher überzogen. (red)



© APA/Georg Hochmuth

## VKI rät zum Preisvergleich

Günstige Lebensmittel haben sich besonders stark verteuert; vergleichsweise gering fällt die Teuerung bei Bio-Ware aus.



© APA/Barbara Gindl

Der Preisunterschied zwischen Diskontern und Supermärkten schwindet: Er hat sich seit 2018 auf drei Prozent halbiert.

WIEN. Ein vom VKI durchgeführter Vergleich von Lebensmittelpreisen von 2022 mit 2018 bei Spar, Billa, Hofer und Lidl zeigt, dass sich in den vergangenen vier Jahren vor allem Produkte aus dem Niedrigpreissegment stark verteuert haben: Im Jahr 2018 sei der Abstand zwischen Diskontern und Supermärkten noch bei sechs Prozent gelegen, heuer habe er sich auf drei Prozent halbiert, stellt der VKI fest. Im Vergleich zu Juli 2018 sind im

August 2022 „Preiseinstiegsprodukte“ um 22 bis 27% teurer geworden; Markenprodukte haben sich um 22 bis 24% und damit ebenfalls deutlich über der allgemeinen Inflationsrate verteuert. Konzern-Eigenmarken verteuerten sich „tendenziell“ mehr als Markenartikel.

## Niedrigerer Anstieg bei Bio

Den geringsten Preisanstieg gab es bei Bio-Waren mit 15 bis 17% – das entspricht ziemlich

genau dem allgemeinen Anstieg der Verbraucherpreise (VPI) von rund 16% in diesem Zeitraum. „Wer derzeit möglichst günstig einkaufen möchte, muss in jedem Fall ausgiebig Preise vergleichen“, rät Christian Kornherr, Leiter des Bereichs Untersuchung im VKI.

Für den Vergleich wurden die Preise von 135 Produkten herangezogen und in Preiseinstiegs-, Marken- und Bioprodukte gegliedert. (APA/red)

## Tedi wird Payback-Partner

Neuzugang für Multipartner-Bonusprogramm.

WIEN. Nach der Verlängerung der gemeinsamen Partnerschaft mit Otto Österreich ist Payback ein weiterer Coup gelungen: Das Bonuspartnerprogramm konnte Tedi als neuen Partner verpflichten. Ab sofort können die nach Eigenangaben über 3,2 Mio. Payback-Kunden in jeder der österreichweit 180 Filialen des Non-Food-Diskonters Punkte sammeln.

„Wir freuen uns sehr, Tedi als neuen Partner bei Payback begrüßen zu dürfen. Mit der großen Auswahl an unterschiedlichen Produkten des täglichen Bedarfs ergänzt Tedi unser Angebot für die Kundinnen und Kunden optimal“, so Payback Österreich-Geschäftsführer Walter Lukner (am Bild r. mit Martin Reischl, Geschäftsführer Tedi Österreich). (red)



© Payback