



# HANDEL

## REGAL EXKLUSIV: RegioPlan

- ▶ Standort-Anzahl schrumpft weiter:  
Nur mehr 5.800 Outlets
- ▶ Diskont stagniert bei 27,9 Prozent
- ▶ Verkaufsfläche:  
Rewe vor Spar und Hofer

# Rewe

Österreichs Lebensmittelmarkt ist hart umkämpft, sowohl was die Fläche als auch die Erträge betrifft. Eine aktuelle RegioPlan-Studie nahm die wichtigsten Marktteilnehmer 2012 genauer unter die Lupe. Das vergangene Jahr war gekennzeichnet von der Schließung vieler Kleinflächen und der Expansion der zwei großen Player, des Diskonts und regionaler Anbieter wie MPreis.

**Weniger Outlets, mehr Fläche.** Lag die Outlet-Anzahl im österreichischen LEH 2010 erstmals knapp unter 6.000, sind es 2011 nur mehr 5.804 LEH-Standorte in Österreich. Das ist ein Minus von 144 Standorten. Eine bedauerliche Struktur-Bereinigung auf Kosten der Nahversorger. Grund dafür ist vor allem die Schließung von kleineren Adeg- und Nah&Frisch-Geschäften. Steigerungen konnten hingegen die Billa-Flotte (+0,7 Prozent) und Spar-Präsident Dr. Gerhard Drexel mit Spar/Eurospar (+1,2 Prozent) verzeichnen. Auch Hofer, Lidl und MPreis konnten ihre Standort-Anzahl leicht in die Höhe schrauben. Laut Stand Mai/Juni 2012 stockten Billa, Lidl, MPreis und Zielpunkt ihre Outletanzahl im ersten Halbjahr nochmals im niedrigen einstelligen Bereich auf, Spar/Eurospar und Kiennast sogar um 13 bzw. 12 Standorte.

**Rewe Verkaufsflächensieger.** Der Schließung zahlreicher Kleinflächen steht die Eröffnung einiger großer Geschäfte gegenüber. Dadurch stieg die Verkaufsfläche um 0,2 Prozent auf insgesamt 3,1 Millionen Quadratmeter. Als Verkaufsflächensieger hat die

beleuchtet österreichischen Lebensmittelhandel



RegioPlan-Chef  
DI Wolfgang Richter

# Verkaufsfläche: hat die Nase vorn

**Spar mit 1.483 Märkten,  
Markant mit 1.058**



UMSATZ PRO M <sup>2</sup>	
Marktteilnehmer	Umsatz/m <sup>2</sup> 2011 in €
<b>Hofer</b>	<b>11.125</b>
<b>Lidl</b>	<b>4.891</b>
<b>M-Preis</b>	<b>5.538</b>
<b>Norma</b>	<b>2.917</b>
<b>REWE</b>	<b>5.738</b>
Adeg	6.769
Billa	6.072
Merkur	5.622
Penny	4.643
Sutterlüty	5.602
<b>Spar-Gruppe</b>	<b>5.131</b>
Spar/Eurospar	4.983
Interspar/Maximarkt	5.574
<b>Zielpunkt</b>	<b>3.550</b>
<b>Sonstiger Einzelhandel</b>	<b>9.770</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>5.746</b>

Quelle: RegioPlan Consulting, ohne Einzelwerte der Markant-Gesellschafter

## UMSATZANTEILE DISKONT

Tabelle 5: Umsatzanteile Diskont, sonst. Vertriebsformen

Betriebstyp	Umsatzanteil 2010 Prozent	Umsatzanteil 2011 Prozent
Diskont	28,0	27,9
Sonstige Vertriebsformen	72,0	72,1
<b>Gesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Quelle: RegioPlan Consulting

Rewe (1.067.000 Mio. m<sup>2</sup>) die Tanne (1.044.632 Mio. m<sup>2</sup>) überholt. Gemeinsam nehmen die zwei LEH-Riesen einen Anteil von rund 68 Prozent ein. Konstant auf Platz drei bleibt Hofer mit rund zehn Prozent Anteil an der Gesamtverkaufsfläche.

**Bundesländer.** Im Österreich-Ranking holt sich die Rewe mit 1.733 Outlets erneut Platz eins, ge-

folgt von der Spar-Gruppe (1.483) und an dritter Stelle – trotz Schließungen zahlreicher Wedl- und Pfeiffer-Standorte – Markt (1.058). Am meisten Niederlassungen wurden in der Steiermark geschlossen (-46), Outlet-Zuwächse gab es einzig in Vorarlberg (+2) und Wien (+6).

**Hofer erneut höchste Flächenproduktivität.** Was den Umsatz

pro Quadratmeter betrifft, ist Hofer die ungeschlagene Nummer eins. Der Diskonter setzt hier 11.125 Euro um. Auf den Plätzen zwei bis fünf: Rewe (5.738 Euro), MPreis (5.538), Spar-Gruppe (5.131) und Lidl (4.891).

**Der Umsatz im gesamten Lebensmitteleinzelhandel** betrug im Vorjahr 17,834 Milliarden Euro.

## OUTLETANZAHL DER BEDEUTENDSTEN MARKTTEILNEHMER

Marktteilnehmer	B	K	NÖ	OÖ	S	ST	T	V	W	Gesamt
<b>Hofer</b>	<b>12</b>	<b>36</b>	<b>82</b>	<b>70</b>	<b>35</b>	<b>66</b>	<b>35</b>	<b>17</b>	<b>85</b>	<b>438</b>
<b>Lidl</b>	<b>8</b>	<b>21</b>	<b>47</b>	<b>28</b>	<b>12</b>	<b>32</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>199</b>
<b>M-Preis</b>	-	<b>12</b>	-	-	<b>16</b>	-	<b>167</b>	-	-	<b>195</b>
<b>Norma</b>	-	-	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	-	<b>1</b>	-	-	<b>15</b>
<b>REWE</b>	<b>78</b>	<b>145</b>	<b>398</b>	<b>229</b>	<b>115</b>	<b>259</b>	<b>81</b>	<b>70</b>	<b>358</b>	<b>1.733</b>
Adeg	25	33	76	36	22	42	18	35	3	290
Billa	34	85	218	135	69	150	50	11	256	1.008
Merkur	5	10	21	13	9	22	5	2	34	121
Penny	14	17	83	45	15	45	8	-	65	292
Sutterlüty	-	-	-	-	-	-	-	22	-	22
<b>Spar-Gruppe</b>	<b>49</b>	<b>134</b>	<b>221</b>	<b>298</b>	<b>119</b>	<b>238</b>	<b>183</b>	<b>96</b>	<b>145</b>	<b>1.483</b>
Spar/Eurospar	47	128	213	285	113	230	177	91	134	1.418
Interspar/Maximarkt	2	6	8	13	6	8	6	5	11	65
<b>Zielpunkt</b>	<b>24</b>	<b>1</b>	<b>74</b>	<b>27</b>	-	<b>41</b>	-	-	<b>139</b>	<b>306</b>
<b>ZEV gesamt</b>	<b>64</b>	<b>10</b>	<b>382</b>	<b>235</b>	<b>41</b>	<b>278</b>	<b>31</b>	<b>17</b>	-	<b>1.058</b>
Kastner	63	-	97	1	-	37	-	-	-	198
Klennast	-	-	209	-	-	-	-	-	-	209
Pfeiffer	1	8	54	181	25	208	-	-	-	477
Unimarkt	-	-	22	53	5	33	-	-	-	113
Wedl	-	2	-	-	11	-	31	17	-	61
<b>Sonstiger EH</b>	<b>14</b>	<b>30</b>	<b>73</b>	<b>60</b>	<b>22</b>	<b>55</b>	<b>37</b>	<b>16</b>	<b>60</b>	<b>367</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>249</b>	<b>389</b>	<b>1.278</b>	<b>956</b>	<b>364</b>	<b>969</b>	<b>548</b>	<b>228</b>	<b>813</b>	<b>5.794</b>

Quelle: RegioPlan Consulting

## VERKAUFSFLÄCHEN DER MARKTTEILNEHMER

Marktteilnehmer	Verkaufsfläche 2011 in m <sup>2</sup>	Anteil 2011 in %
<b>Hofer</b>	<b>311.000</b>	<b>10,0</b>
<b>Lidl</b>	<b>138.000</b>	<b>4,4</b>
<b>M-Preis</b>	<b>106.000</b>	<b>3,4</b>
<b>Norma</b>	<b>10.800</b>	<b>0,3</b>
<b>REWE</b>	<b>1.067.000</b>	<b>34,4</b>
Adeg	65.000	2,1
Billa	502.300	16,2
Merkur	299.700	9,7
Penny	180.900	5,8
Sutterlüty	19.100	0,6
<b>Spar-Gruppe</b>	<b>1.044.632</b>	<b>33,7</b>
Spar/Eurospar	782.714	25,2
Interspar/Maximarkt	261.918	8,4
<b>Zielpunkt</b>	<b>152.100</b>	<b>4,9</b>
<b>ZEV Gesellschafter</b>	<b>225.425</b>	<b>7,3</b>
Kastner	27.734	0,9
Kiennast	40.600	1,3
Pfeiffer	146.250	4,7
Wedl	10.841	0,3
<b>Sonstiger Einzelhandel</b>	<b>48.967</b>	<b>1,6</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>3.103.924</b>	<b>100,0</b>

Quelle: RegioPlan Consulting

Die Prognose für 2012 liegt bei 18,260 Milliarden, einem Plus von 2,4 Prozent. Die Umsatzanteile des Diskonts lagen 2011 bei 27,9 Prozent – stagnierend im Vergleich zu 2010.

Verena Widl

