

Die Rewe vor

- ▶ Rewe und Spar bei 64,6 Prozent
- ▶ Hofer: Plus 2,4% bei Fläche
- ▶ Diskont bei 30,6 Prozent

Die Wirtschaft wächst derzeit sowohl international als auch in Österreich kräftig und dürfte ihren Schwung auch in den nächsten Monaten beibehalten. Die konjunkturelle Dynamik in Österreich setzt sich nach derzeitigen Prognosen des WIFO auch im Jahr

2018 fort. Derzeit geht man von einem realen BIP-Wachstum von 2,8 % für das Jahr 2018 aus, wobei das Wachstumstempo in der zweiten Jahreshälfte etwas zurückgehen wird. Für diese Entwicklung ist vor allem das Exportgeschäft verantwortlich, das ab Jahresmitte etwas

Vertriebslinie	Umsatz AT 2017 (Mio €) brutto	Standorte AT 2017	Verkaufsfläche in m ² AT 2017	Umsatz pro Standort in €
REWE Austria gesamt	7.058,5	1.796	1.145.000	3.930.122
Spar-Gruppe gesamt	6.666,7	1.556	1.176.480	4.284.512
Spar/Eurospar	4.999,5	1.483	874.439	3.371.207
Hofer	4.100,0	480	430.000	8.541.667
Billa	3.664,2	1.069	600.000	3.427.646
Merkur	2.027,4	132	290.000	15.359.070
Interspar/Maximarkt	1.667,2	73	302.041	22.838.356
Lidl	1.477,0	230	184.000	6.421.739
Penny	914,4	295	160.000	3.099.790
M-Preis/T&G	778,0	245	132.100	3.175.510
Adeg	452,5	300	95.000	1.508.370
Pfeiffer Gruppe gesamt	401,4	522	141.976	768.966
Unimarkt	288,1	130	74.106	2.216.154
Sutterlüty	116,0	23	17.500	5.043.478
Nah&Frisch Pfeiffer	113,3	392	67.870	289.031
Kastner/Nah&Frisch	101,3	204	29.531	496.569
Kiennast/Nah&Frisch	74,9	163	23.600	459.509
denns	60,0	27	11.700	2.222.222
Etsan	47,4	25	12.400	1.896.000
Norma	38,4	21	15.000	1.828.571
SE&PAS	21,4	16	7.800	1.337.500
Wedl/Nah&Frisch	13,5	51	8.200	264.706
Aycan	5,0	12	2.000	416.667
biofeld	4,3	4	800	1.075.000
Top Marktteilnehmer	20.963,8	5.375	3.338.087	3.900.242
Lebensmitteleinzelhandel gesamt	21.249,7	5.666	3.368.388	3.750.390

Strukturanalyse des LEH für 2017

Spar & Hofer

ruhiger ausfallen dürfte, auch die Inlandsnachfrage wird im 2. Halbjahr etwas an Schwung einbüßen.

Bedingt durch den Kursanstieg des Euro gegenüber dem US-Dollar um rund 15 % hat sich die Inflation in den ersten beiden Monaten 2018 auf

1,8 % verringert. Der Anstieg des Ölpreises etwa zur Jahresmitte 2018 wird für einen moderaten Anstieg der Teuerung auf über 2,0 % sorgen. Nach derzeitigen Einschätzungen ist für das Jahr 2018 eine durchschnittliche Inflation von 2,0 % zu erwarten, 2017 lag dieser Wert bei 2,1 %.

Quelle: Regiodata Research GmbH (Berechnungen, Schätzungen), Marktteilnehmer. Umsatzangaben und Marktanteile von RegioData berechnet bzw. geschätzt (auf Basis publizierter Informationen wie Geschäftsberichte, Websites, Presseberichten, Daten aus anderen Ländern, Datenbanken). Adeg, Pfeiffer, Kastner, Kiennast, Wedl: Nur Einzelhandelsaußenumsatz.

Verkaufsfläche pro Standort in m ²	Umsatz pro m ² Verkaufsfläche in €	Marktanteil an Top-Marktteilnehmer in %	Marktanteil an Lebensmittel-einzelhandel gesamt in %
638	6.165	33,7	33,2
756	5.667	31,8	31,4
590	5.717	23,8	23,5
896	9.535	19,6	19,3
561	6.107	17,5	17,2
2.197	6.991	9,7	9,5
4.138	5.520	8,0	7,8
800	8.027	7,0	7,0
542	5.715	4,4	4,3
539	5.889	3,7	3,7
317	4.763	2,2	2,1
272	2.827	1,9	1,9
570	3.888	1,4	1,4
761	6.629	0,6	0,5
173	1.669	0,5	0,5
145	3.430	0,5	0,5
145	3.174	0,4	0,4
433	5.128	0,3	0,3
496	3.823	0,2	0,2
714	2.560	0,2	0,2
488	2.744	0,1	0,1
161	1.646	0,1	0,1
167	2.500	0,0	0,0
200	5.375	0,0	0,0
621	6.280	100,0	98,7
594	6.309		100,0

HANDEL

Konsumausgaben

Die jährlichen Ausgaben der privaten Haushalte für die, im Lebensmittelhandel, relevanten Produktgruppen sind in den letzten Jahren deutlich über der jeweiligen Inflationsrate gestiegen und betragen derzeit ca. 3.079 Euro pro Einwohner im Jahr. Der Hauptgrund dafür liegt, wie auch in den letzten Jahren, einerseits in den empfindlichen Preissteigerungen in einigen Segmenten und andererseits in der Änderung der Werthaltungen der Konsumenten („regional“, „bio“, „natürlich“, „ethisch korrekt“, „gesund“, „fair produziert“, „CO₂-neutral“, vegan, etc.), welche die Nachfrage an tendenziell teureren Produkten stärkt.



Gesamtmarkt Lebensmitteleinzelhandel

Der Umsatz jener Unternehmen, deren überwiegender Geschäftszweck der Einzelhandel mit Lebensmittel ist, lag im aktuellen Beobachtungsjahr von RegioData 2017 bei rund 21,3 Mrd. (brutto), was eine Steigerung von 3,3 %, im Vergleich zum Vorjahr, bedeutet.

Der Diskontbereich (Hofer, Lidl, Penny) konnte sich insgesamt betrachtet mit einem Umsatzplus von 3,6 % leicht über der Gesamtsteigerungsrate entwickeln, seine Marktbedeutung jedoch nicht wesentlich ausbauen. Im Vergleich zum Vorjahr liegen sie mit einem Anteil gemessen am Gesamtmarkt bei 30,6 % (+ 0,1 Prozent-Punkte im Vergleich zum Vorjahr). Alle anderen in dieser Studie erhobenen Marktteilnehmer erwirtschafteten eine Umsatzsteigerung von 3,2 %.

Unter den gesamtwirtschaftlichen Voraussetzungen und unter Bezugnahme auf die Entwicklung der einzelnen Marktteilnehmer, kann für den österreichischen Lebensmitteleinzelhandel im Jahr 2018 ein weiteres Umsatzwachstum von ca. 3,5 % prognostiziert werden.

Online

Der Online-Anteil war im Vergleich zu anderen Branchen auch im Jahr 2017 mit etwa 2,1 %, gemessen am Gesamtmarkt, sehr gering. Inkludiert dabei sind Umsätze von in- und ausländischen Onlineshops der Pure-Player und Multi-Channel-Umsätze

der stationären Händler. Dieser geringe Anteil liegt natürlich in der Art der Produkte (Verderblichkeit), der Einkaufssituation der Kunden (kurzfristige Nahversorgung) und der noch immer problematischen Logistik. Dementsprechend machen auch die in dieser Hinsicht unsensiblen Produkte (Wein, Getränke allgemein, Spezialprodukte, etc.) noch den größten Anteil des Onlinegeschäftes aus. Die meisten stationären Händler dieser Branche haben in den letzten Jahren Onlineshops eingerichtet und berichten von stark steigenden Umsätzen auf dieser Vertriebschiene, sodass auch weiterhin mit einer Zunahme der Online-Anteile gerechnet werden kann.

Marktteilnehmer

Betrachtet man die beiden Branchenriesen Rewe Austria und die Spar-Gruppe, so konnten diese ihre Vorjahreswerte nur zum Teil wieder erreichen. Der Marktführer Rewe konnte im Beobachtungsjahr 2017 laut RegioData eine Umsatzsteigerung von 2,0 % erzielen. Die Spar-Gruppe konnte insgesamt gesehen den Umsatz um weitere 4,2 % und den Marktanteil um 0,3 Prozent-

Punkte auf 31,4 % steigern. Rewe konnte die Flächenproduktivität im Vergleich zum Vorjahr um 0,7 %, die Spar-Gruppe um 2,8 % erhöhen, so RegioData. Mit einer Marktdominanz von 64,6 % liegen die beiden Unternehmen zusammen in etwa auf Vorjahresniveau (minus 0,2 Prozent-Punkte).

Im Diskontbereich konnte auch im Jahr 2017 Lidl am besten reüssieren: Mit einer Umsatzsteigerung von 8,6 % und einem Flächenwachstum von 4,5 % konnte das Unternehmen seine Flächenleistungen um 3,9 % erhöhen. Hofer hat seine Verkaufsflächen um weitere 2,4 % erweitert und den Umsatz um ca. 2,5 % erhöhen können, somit blieb die Flächenproduktivität in etwa auf Vorjahresniveau. Penny

hat auf gleichbleibender Fläche ein Umsatzwachstum von 1,0 % erzielen können.

Die in dieser Studie erhobenen Ethno-Supermärkte haben ihre Standorte im Jahr 2017 nicht mehr nennenswert ausgebaut, insgesamt betrachtet, konnten diese Marktteilnehmer jedoch eine Umsatzsteigerung von 11,5 % erzielen, wiewohl der Marktanteil derzeit noch bei insgesamt nur 0,3 % liegt.

Die Expansionsphase von dennis dürfte weitestgehend abgeschlossen sein. Das Unternehmen erzielte bei gleichbleibender Fläche ein Umsatzwachstum von 2,8 %.

MPreis kann auch im Jahr 2017 mit 4,9 % Umsatzplus deutlich über dem Gesamtmarkt wachsen.

Verkaufsfläche

Die Gesamtverkaufsflächen des österreichischen Lebensmitteleinzelhandels sind laut RegioData im Jahr 2017 insgesamt betrachtet um 1,5 % gestiegen, bei einem gleichzeitigen Umsatzwachstum von 3,3 % ergibt dies insgesamt gesehen einen Anstieg der Flächenproduktivität um 1,8 %.

Gregor Schuhmayer