

**CASH**  
DAS HANDELSMAGAZIN

*Pocket*

**Lebensmittelhandel  
Drogeriefachhandel  
Österreich 2015**

**Mit Unterstützung von**

**tcc**  
changing shopper behaviour



**Machen Sie es sich in der ersten Recycling-Klasse bequem und lehnen Sie sich zurück:** ARApus bietet Ihnen – neben der rechtssicheren Entpflichtung Ihrer Verpackungen und Elektrogeräte – maßgeschneiderte und flexible Lösungen für Ihr professionelles Abfallmanagement und das Outsourcing von Geschäftsprozessen. Außerdem unterstützen wir Sie bei der Umsetzung des Energieeffizienzgesetzes und helfen Ihnen, Geld zu sparen.

Sagen Sie uns, was Sie brauchen – den Rest erledigen wir.  
[www.araplus.at](http://www.araplus.at)

**UNSER SERVICE  
IST IHR PLUS.**

**ARA**plus+

— DIE SERVICEMARKE DER ARA GRUPPE



## Hoffnung auf Zielerreichung

In der Juli-August-Ausgabe von CASH, auf der dieses Pocket aufgeklebt ist, präsentieren wir eine Kurzumfrage im Lebensmittelhandel. Heraus kommt, dass die Handelsbosse an ihr großes Umsatzpotenzial bis Ende des Jahres glauben. Leider glauben sie aber auch, dass sich der Preiskampf bis dahin noch verschärfen wird. Daraus ergibt sich eine höchst brisante Lage, in der sich alle befinden, und das schon seit ein paar Jahren: Jeder gibt sein Bestes, was sich in der Innovationsfreudigkeit der Branche niederschlägt; echt schöne Läden werden fast wie am Fließband eröffnet; man investiert in Studien, um die Bedürfnisse der Konsumenten noch besser zu befriedigen – und der Handel so wie die Industrie stecken viel Geld in die Preispolitik, um zu den attraktivsten Anbietern zu zählen. Aber sogar all diese Bemühungen reichen nicht immer für jeden Händler aus, um am Ende sagen zu können: Wir haben unser Ziel erreicht.

Mit diesem Pocket wollen wir Ihnen einen Überblick über große und mittelständische Marktplayer geben, die eines gemeinsam haben: Sie kämpfen um ihr Wohl. Dass ihnen das gelingen möge, das wünscht ihnen und ihren Mitarbeitern das CASH-Team!

Herzlichst, Ihre

Silvia Meißl

# Inhalt

Editorial	3	Metro	14
Inhalt	4	MPreis	15
LEH Marktanteile	6	Pfeiffer	16
Hofer	8	Rewe International	18
Kastner	9	Spar	19
Kiennast	10	Wedl	20
Lidl	11	Bipa	21
Markant	12	dm drogerie markt	22

# Impressum

VERLEGER: Manstein Zeitschriftenverlagsges.m.b.H.  
AUF SICHTSRATSVORSITZENDER: Prof. Hans-Jürgen Manstein  
GESCHÄFTSFÜHRUNG: Mag. Dagmar Lang, MBA  
CHEFREDAKTION: Silvia Meißl  
LEITENDER FACHREDAKTEUR: Mag. Stefan Pirker  
ANZEIGENLEITUNG: Martina Rosenauer  
ANZEIGENVERKAUF: Mag. Eva Salvarani, Susi Wernbacher  
GRAFISCHES GRUNDKONZEPT UND LAYOUT: Christian Huttar  
COVERFOTO: shutterstock.com  
LEKTORAT: Martina Bauer  
SEKRETARIAT: Michaela Andrä  
VERLAGSSITZ, VERWALTUNG, GESCHÄFTSFÜHRUNG, REDAKTION:  
Brunner Feldstraße 45, A-2380 Perchtoldsdorf  
Tel.: +43/(0)1/866 48-0, Fax: DW-400  
HOMEPAGE: [www.cash.at](http://www.cash.at), [www.manstein.at](http://www.manstein.at)  
DRUCK: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., Wienerstraße 80,  
A-3580 Horn  
ERSCHEINUNGSWEISE: mehrmals pro Jahr als Beilage zum  
Handelsmagazin CASH  
AUFLAGE: 27.500 Exemplare

# www.cash.at

Ihr K(l)ick zu den Top-News



**Lebensmittelhandel**



**Drogeriefachhandel**



**Markenartikelindustrie**



**...**

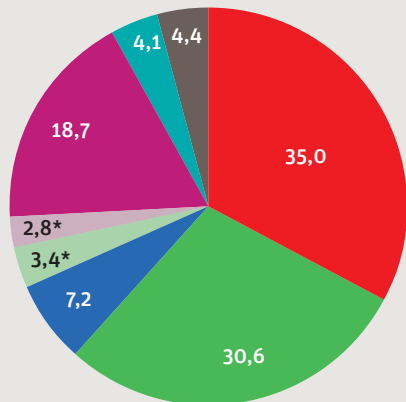
**Lokal. Regional.**

**National. International.**

# www.cash.at

## Lebensmitteleinzelhandel Marktanteile

Gesamtumsatz 2014: 18,8 Mrd. Euro (2013: 18,7)



Marktanteile nach Umsatz in % (Klammerwerte 2013); Quelle: Eigenrecherche;  
Basis: Nielsen Strukturdaten; CASH-Schätzung;  
\*Marktanteile Pfeiffer/Zielpunkt sind auch bei Markant enthalten.



# Kamill



# Für gepflegte Hände nur die **Nr.1**\*




## Nr.1

**Kamill**  
meistgekaufte  
Handpflege-Marke  
2014

Freuen Sie sich auf den Sommer! Mit Kamill fühlen sich jetzt auch Ihre Hände wohl. Dafür sorgt die natürliche Pflege aus den Kräften der Natur. Mit hautberuhigender Kamille werden Ihre Hände sanft geschützt und zart gepflegt - Tag für Tag.

Mehr Informationen unter [www.kamill-streicheleinheiten.de](http://www.kamill-streicheleinheiten.de)



# LEBENSMITTELHANDEL ÖSTERREICH 2015

<b>HÄNDLER</b>		www.hofer.at	
<b>NATIONALE ZENTRALE</b>		Hofer KG, 4642 Sattledt	
<b>EIGENTUMSVERHÄLTNISSE</b>		Aldi Süd, D-Mülheim	
<b>LAGER</b>		ZNL: Sattledt, Stockerau, Trumau, Loosdorf, Rietz, Hausmannstätten, Weißenbach	
<b>VERTRIEBSLINIEN</b>	<b>SUPERMÄRKTE/ KAUFLEUTE</b>	–	
	<b>VERBRAUCHER- MÄRKTE</b>	–	
	<b>DISKONTER</b>	ca. 450	
	<b>C&amp;C MÄRKTE + GH</b>	–	
	<b>SONSTIGE/ DROGERIEMÄRKTE</b>	–	
<b>UMSATZ IN EUR (2014)</b>		ca. 3,73 Mrd.	
<b>MITARBEITER</b>		über 9.000	
<b>LEH- MARKT- ANTEILE</b>	<b>UMSATZ</b>	2014: k.A.	2013: k.A.
	<b>ANZAHL</b>	2014: k.A.	2013: k.A.
<b>EIGEN-/EXKLUSIVMARKEN</b>		Alio, Bella, Choceur, Crane, Flying Power, Goldland, Gourmet, Grandessa, Happy Fruits, Lomee, Milfina, Monarc, Moser Roth, Natur aktiv, New Lifestyle, Ombia, Pure Fruits, Solo, Tandil, Tevion, Workzone, Zurück zum Ursprung	
<b>AUSLANDSAKTIVITÄTEN</b>		SLO: ca. 76 Hofer Läden, CH: ca. 175 Aldi Läden, HU: ca. 100 Aldi Läden	
<b>BETEILIGUNG AN/ KOOPERATIONEN MIT:</b>		–	

k.A.: Das Unternehmen stellt keine Daten zur Verfügung.





# LEBENSMITTELHANDEL ÖSTERREICH 2015

<b>HÄNDLER</b>		www.kastner.at		
<b>NATIONALE ZENTRALE</b>		KASTNER Gruppe, 3910 Zwettl		
<b>EIGENTUMSVERHÄLTNISSE</b>		Kastner Beteiligungsges.m.b.H. Familie Kastner		
<b>LAGER</b>		Zwettl, Jennersdorf (Brückler)		
<b>VERTRIEBSLINIEN</b>	<b>SUPERMÄRKTE/ KAUFLEUTE</b>	18 Eigenfilialen		
	<b>VERBRAUCHER- MÄRKTE</b>	REAL Markt Jennersdorf		
	<b>DISKONTER</b>	-		
	<b>C&amp;C MÄRKTE + GH</b>	6 C&C Märkte		
	<b>SONSTIGE/ DROGERIEMÄRKTE</b>	-		
<b>UMSATZ IN EUR (2014)</b>		199,0 Mio. (+5,64 % gegenüber 2013)		
<b>MITARBEITER</b>		800		
<b>LEH- MARKT- ANTEILE</b>	<b>UMSATZ</b>	2014: k.A.	2013: k.A.	
	<b>ANZAHL</b>	2014: k.A.	2013: k.A.	
<b>EIGEN-/EXKLUSIVMARKEN</b>		Jeden Tag, SELEX, Donauland Schwein		
<b>MITGLIED EINER ORG.</b>		Markant Österreich, ZEV Nah&Frisch		
<b>BETEILIGUNG AN/ KOOPERATIONEN MIT:</b>		Brückler GroßhandelsgesmbH, Biogast GmbH, Stebel Ges.m.b.H., Knapp GmbH, myProduct.at GmbH		


k.A.: Das Unternehmen stellt keine Daten zur Verfügung.

# LEBENSMITTELHANDEL ÖSTERREICH 2015

<b>HÄNDLER</b>		www.kiennast		
<b>NATIONALE ZENTRALE</b>		Julius Kiennast LMGH GmbH, 3571 Gars am Kamp		
<b>EIGENTUMSVERHÄLTNISSE</b>		KR Julius Kiennast Mag. Herbert Kiennast Raimund Kiennast Mag. (FH) Alexander Kiennast Mag. Julius Kiennast		
<b>LAGER</b>		ZL: Gars am Kamp		
<b>VERTRIEBSLINIEN</b>	<b>SUPERMÄRKTE/ KAUFLEUTE</b>	140 selbstständige Kaufleute, davon 65 Nah&Frisch und 10 Raiffeisen Lagerhaus Märkte		
	<b>VERBRAUCHER- MÄRKTE</b>	-		
	<b>DISKONTER</b>	-		
	<b>C&amp;C MÄRKTE + GH</b>	Logistikzentrum Gars am Kamp		
	<b>SONSTIGE/ DROGERIEMÄRKTE</b>	-		
<b>UMSATZ IN EUR (2014)</b>		75,3 Mio.		
<b>MITARBEITER</b>		230		
<b>LEH- MARKT- ANTEILE</b>	<b>UMSATZ</b>	2014: k.A.	2013: k.A.	
	<b>ANZAHL</b>	2014: k.A.	2013: k.A.	
<b>EIGEN-/EXKLUSIVMARKEN</b>		natürlich für uns, Jeden Tag, Eurogast		
<b>MITGLIED EINER ORG.</b>		Markant Österreich, ZEV Nah&Frisch, Eurogast Österreich GmbH		
<b>BETEILIGUNG AN/ KOOPERATIONEN MIT:</b>		ÖGS HandelsgesmbH (33,33 %), Shop Top Service HandelsgesmbH (50 %), Eurogast (8,33 %)		


k.A.: Das Unternehmen stellt keine Daten zur Verfügung.

# LEBENSMITTELHANDEL ÖSTERREICH 2015

<b>HÄNDLER</b>		www.lidl.at	
<b>NATIONALE ZENTRALE</b>		Lidl Österreich, 5020 Salzburg	
<b>EIGENTUMSVERHÄLTNISSE</b>		Lidl Stiftung & Co. KG, D-Neckarsulm	
<b>LAGER</b>		Zentrallager: Laakirchen, Müllendorf, Wundschuh	
<b>VERTRIEBSLINIEN</b>	<b>SUPERMÄRKTE/ KAUFLEUTE</b>	-	
	<b>VERBRAUCHER- MÄRKTE</b>	-	
	<b>DISKONTER</b>	203 (Stand 06/2015)	
	<b>C&amp;C MÄRKTE + GH</b>	-	
	<b>SONSTIGE/ DROGERIEMÄRKTE</b>	-	
<b>UMSATZ IN EUR (GJ 2014)</b>		1 Mrd. netto	
<b>MITARBEITER</b>		knapp 4.500	
<b>LEH- MARKT- ANTEILE</b>	<b>UMSATZ</b>	2014: 5,5 % (laut GfK)	2013: 5,2 % (laut GfK)
	<b>ANZAHL</b>	2014: k.A.	2013: k.A.
<b>EIGEN-/EXKLUSIVMARKEN</b>		Ein gutes Stück Heimat, Echt herzlich, Alpengut, Dorfgold, Stiftsgold, Wiesentaler, Deluxe, JD Gross, Fairglobe	
<b>AUSLANDSAKTIVITÄTEN</b>		-	
<b>BETEILIGUNG AN/ KOOPERATIONEN MIT:</b>		-	

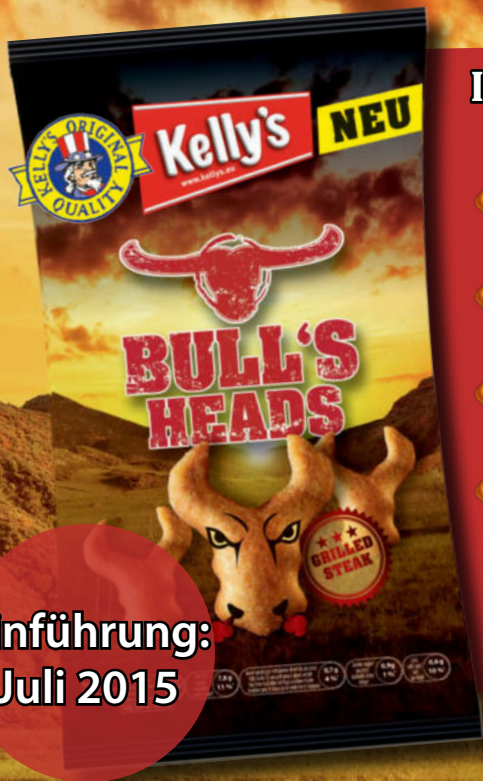
k.A.: Das Unternehmen stellt keine Daten zur Verfügung.

# LEBENSMITTELHANDEL ÖSTERREICH 2015

<b>HÄNDLER</b>		www.markant.co.at	
<b>NATIONALE ZENTRALE</b>		Markant Österreich GmbH, 1020 Wien	
<b>EIGENTUMSVERHÄLTNISSE</b>		100 % MARKANT AG (Schweiz)	
<b>LAGER</b>		–	
<b>VERTRIEBSLINIEN</b>	<b>SUPERMÄRKTE/ KAUFLEUTE</b>	918	
	<b>VERBRAUCHER- MÄRKTE</b>	4	
	<b>DISKONTER</b>	–	
	<b>C&amp;C MÄRKTE + GH</b>	50	
	<b>SONSTIGE/ DROGERIEMÄRKTE</b>	384	
<b>UMSATZ IN EUR (2014)</b>		4,1 Mrd.	
<b>MITARBEITER</b>		19.429	
<b>LEH- MARKT- ANTEILE</b>	<b>UMSATZ</b>	2014: 7,2 %	2013: 7,4 %
	<b>ANZAHL</b>	2014: 18,2 %	2013: 18,5 %
<b>EIGEN-/EXKLUSIVMARKEN</b>		Jeden Tag, Selex	
<b>AUSLANDSAKTIVITÄTEN</b>		–	
<b>BETEILIGUNG AN/ KOOPERATIONEN MIT:</b>		Markant, EMD	

Quelle Marktanteile: Nielsen Strukturdaten 2013/2014; Firmeneigenangaben

# Die Bullen sind los! Packen Sie den Umsatz bei den Hörnern!




Einführung:  
Juli 2015

Ihr einzigartiger  
Snackgenuss:


-  knuspriger  
Kartoffelsnack
-  3 dimensionale  
Bullenform
-  einzigartige  
Technologie
-  würziger Flavour  
„Grilled Steak“

# LEBENSMITTELHANDEL ÖSTERREICH 2015

<b>HÄNDLER</b>		www.metro.at	
<b>NATIONALE ZENTRALE</b>		Metro Cash & Carry Österreich GmbH, 2331 Vösendorf	
<b>EIGENTUMSVERHÄLTNISSE</b>		73 % Metro Cash & Carry International Holding GmbH 27 % ASPIAG Management AG	
<b>LAGER</b>		–	
<b>VERTRIEBSLINIEN</b>	<b>SUPERMÄRKTE/ KAUFLEUTE</b>	–	
	<b>VERBRAUCHER- MÄRKTE</b>	–	
	<b>DISKONTER</b>	–	
	<b>C&amp;C MÄRKTE + GH</b>	12	
	<b>SONSTIGE/ DROGERIEMÄRKTE</b>	9 Metro-Restaurants	
<b>UMSATZ IN EUR (2014)</b>		793 Mio. netto	
<b>MITARBEITER</b>		2.300	
<b>LEH- MARKT- ANTEILE</b>	<b>UMSATZ</b>	2014: k.A.	2013: k.A.
	<b>ANZAHL</b>	2014: k.A.	2013: k.A.
<b>EIGEN-/EXKLUSIVMARKEN</b>		Active, ARO, Authentic, Cascina Verdesole, Fairline, Fine Life, Henri de Verlaine, H-Line, Horeca Select, Rioba, Sigma, Tarrington House, Vve Pelletier	
<b>AUSLANDSAKTIVITÄTEN</b>		–	
<b>BETEILIGUNG AN/ KOOPERATIONEN MIT:</b>		–	






k.A.: Das Unternehmen stellt keine Daten zur Verfügung.

# LEBENSMITTELHANDEL ÖSTERREICH 2015

<b>HÄNDLER</b>		www.mpreis.com	
<b>NATIONALE ZENTRALE</b>		MPREIS Warenvertriebs GmbH, 6176 Völs	
<b>EIGENTUMSVERHÄLTNISSE</b>		Dipl.-Vw. Hansjörg Mölk, Ernst Johann Mölk, Mag. Anton Mölk, Herbert Mölk, Martin Mölk	
<b>LAGER</b>		Völs	
<b>VERTRIEBSLINIEN</b>	<b>SUPERMÄRKTE/ KAUFLER</b>	238 Filialen (Stand: 31.12.2014)	
	<b>VERBRAUCHER- MÄRKTE</b>	-	
	<b>DISKONTER</b>	-	
	<b>C&amp;C MÄRKTE + GH</b>	-	
	<b>SONSTIGE/ DROGERIEMÄRKTE</b>	162 Baguette-Café/Bistros (Stand: 31.12.2014)	
<b>UMSATZ IN EUR (2014)</b>		rund 772 Mio. brutto, Firmengruppe MPREIS	
<b>MITARBEITER</b>		5.500 (Stand: 31.12.2014)	
<b>LEH- MARKT- ANTEILE</b>	<b>UMSATZ</b>	2014: k.A.	2013: k.A.
	<b>ANZAHL</b>	2014: k.A.	2013: k.A.
<b>EIGEN-/EXKLUSIVMARKEN</b>		Brot und Wurstwaren aus eigener Produktion – Marken "Bäckerei Therese Mölk" und "alpenbäckerei" bzw. "alpenmetzgerei", "BIO vom BERG" (KEINE Eigenmarke, gehört den Tiroler Bio-Bauern), "Qualität Tirol" (KEINE Eigenmarke, kontrollierte Qualitätsprodukte aus Tirol), MBio, Natürlich für uns, Jeden Tag	
<b>AUSLANDSAKTIVITÄTEN</b>		16 Filialen in Südtirol/Italien (Stand: 31.12.2014)	
<b>BETEILIGUNG AN/ KOOPERATIONEN MIT:</b>		-	

k.A.: Das Unternehmen stellt keine Daten zur Verfügung.

# LEBENSMITTELHANDEL ÖSTERREICH 2015

<b>HÄNDLER</b>		www.pfeiffer.at	
<b>NATIONALE ZENTRALE</b>		Pfeiffer HandelsgmbH (Holding), 4050 Traun	
<b>EIGENTUMSVERHÄLTNISSE</b>		100 % Familie Pfeiffer	
<b>LAGER</b>		Zentrallager Traun, Graz-Seiersberg, Wien	
<b>VERTRIEBSLINIEN</b>	<b>SUPERMÄRKTE/ KAUFLERTE</b>	128  455 	UNIMARKT-Standorte, Nah&Frisch, 232  Zielpunkt-Filialen
	<b>VERBRAUCHER- MÄRKTE</b>	-	
	<b>DISKONTER</b>	-	
	<b>C&amp;C MÄRKTE + GH</b>	12 	C+C Pfeiffer, davon 8 Standorte mit Coffee&Snack-Bereich
	<b>SONSTIGE/ DROGERIEMÄRKTE</b>	9 „Land lebt auf“	
<b>UMSATZ IN EUR (2014)</b>		1.338 Mio. (Stand Ende 2014)	
<b>MITARBEITER</b>		6.499 (Stand April 2015)	
<b>LEH- MARKT- ANTEILE</b>	<b>UMSATZ</b>	2014: k.A.	2013: k.A.
	<b>ANZAHL</b>	2014: k.A.	2013: k.A.
<b>EIGEN-/EXKLUSIVMARKEN</b>		natürlich für uns, Jeden Tag, Java, premium-Fleisch, Prime Beef, Asaredo Beef, TOPSELLER, Limomix, Ömi, Sellini	
<b>MITGLIED BEI ORG.</b>		Markant Österreich, ZEV Nah&Frisch	
<b>BETEILIGUNG AN/ KOOPERATIONEN MIT:</b>		Emma's Box, kochabo.at Europäische Kooperationen: Markant	

k.A.: Das Unternehmen stellt keine Daten zur Verfügung.



# INNOVATION HAT IHREN PREIS

Ananas – so wurde die neue Trophäe des Medien-Zukunftspreises schon oft genannt. Diese Betitelung stellt aber keinesfalls eine Verleumdung dar, legte doch auch die Ananas nach ihrer Entdeckung durch Christoph Columbus eine beispielhafte Erfolgsgeschichte hin. Ob die Frucht nun als Vorbild für die Schöpfer des Preises fungierte, sei dahingestellt. Fest steht nur, dass er seit 2014 an die innovativsten Projekte und Personen der Medienbranche verliehen wird. So auch heuer. Danke allen Einreichern. Fehlen uns nur noch die Gewinner.

MEDIEN  
ZUKUNFTS  
PREIS  
2015

**SAVE  
THE DATE  
23.09.2015**








PREISVERLEIHUNG  
BEI DEN  
ÖSTERREICHISCHEN  
MEDIENTAGEN

Eine Initiative von

**HORIZONT**







**MIV**  
mansteinverlag

# LEBENSMITTELHANDEL ÖSTERREICH 2015

<b>HÄNDLER</b>		www.rewe-group.at	
<b>NATIONALE ZENTRALE</b>		REWE International AG, 2355 Wr. Neudorf	
<b>EIGENTUMSVERHÄLTNISSE</b>		REWE Group, D-Köln www.rewe-group.com	
<b>LAGER</b>		Wr. Neudorf, Olsdorf, Ansfelden, Hallein, Hörsching, Inzersdorf, Kalsdorf, Lauterach, St. Pölten, St. Veit, Stams	
<b>VERTRIEBSLINIEN</b>	<b>SUPERMÄRKTE/ KAUFLERTE</b>	rd. 1.000  www.billa.at rd. 430  www.adeg.at	
	<b>VERBRAUCHER- MÄRKTE</b>	rd. 130  www.merkurmarkt.at	
	<b>DISKONTER</b>	rd. 300  www.penny.at	
	<b>C&amp;C MÄRKTE + GH</b>	rd. 20  www.agm.at	
	<b>SONSTIGE/ DROGERIEMÄRKTE</b>	rd. 600  www.bipa.at rd. 70 Merkur Restaurants	
<b>UMSATZ IN EUR (2014)</b>		brutto/Gesamtkonzern: 13,02 Mrd. (+0,39 %) brutto/Ö, inkl. Bipa: 8,01 Mrd. (+0,32 %)	
<b>MITARBEITER</b>		Konzern gesamt: rd. 76.200 Österreich gesamt: rd. 40.750	
<b>LEH- MARKT- ANTEILE</b>	<b>UMSATZ</b>	2014: 35,0 %	2013: 35,4 %
	<b>ANZAHL</b>	2014: k.A.	2013: k.A.
<b>EIGEN-/EXKLUSIVMARKEN</b>		Ja! Natürlich, clever, Da komm' ich her!, Wunderlinge, Vegavita, Chefmenü, Hofstädter, BILLA, BILLA Corso, MERKUR Immer gut, My, LOOK BY BIPA, bi good, iQ Cosmetics u.v.m.	
<b>AUSLANDSAKTIVITÄTEN</b>		Billa: Bulgarien, Kroatien, Rumänien, Russland, Slowakei, Tschechien, Ukraine	
<b>BETEILIGUNG AN/ KOOPERATIONEN MIT:</b>		Sutterlüty 24,9 % / CORE / Coopernic / ConocoPhillips, JET (BILLA stop&shop) / BP (Merkur inside)	



Quelle Marktanteile: Nielsen Umsatzbarometer 2013/Nielsen Strukturdaten 2014; Firmeneigenangaben

# LEBENSMITTELHANDEL ÖSTERREICH 2015

<b>HÄNDLER</b>		www.spar.at		
<b>NATIONALE ZENTRALE</b>		SPAR AG, 5015 Salzburg		
<b>EIGENTUMSVERHÄLTNISSE</b>		3 Holdinggesellschaften im Besitz der Gründerfamilien und Aktionären aus späteren Fusionen		
<b>LAGER</b>		Zweigniederlassungen: Dornbirn, Wörgl, Marchtrenk, St. Pölten, Graz, Maria Saal; Zentrallager: Wels		
<b>VERTRIEBSLINIEN</b>	<b>SUPERMÄRKTE/ KAUFLEUTE</b>	1.470		
		(inkl. Spar-Kaufleute)		
	<b>VERBRAUCHER- MÄRKTE</b>	62		
		7		
	<b>DISKONTER</b>	-		
<b>C&amp;C MÄRKTE + GH</b>	-			
<b>SONSTIGE/ DROGERIEMÄRKTE</b>	120 Gastronomiestandorte 91  Spar express TS-Shops			
<b>UMSATZ IN EUR (2014)</b>		Spar Österreich Gruppe: 12,63 Mrd. (+1,9 %) Spar Österreich: 5,91 Mrd. (+1,9 %)		
<b>MITARBEITER</b>		Spar Österreich-Gruppe: 73.335 (Stand: 31.12.2014) Spar Österreich: 39.750		
<b>LEH- MARKT- ANTEILE</b>	<b>UMSATZ</b>	2014: 30,6 %	2013: 30,1 %	
	<b>ANZAHL</b>	2014: 26,0 %	2013: 25,9 %	
<b>EIGEN-/EXKLUSIVMARKEN</b>		Barbecue, Beauty Kiss, Despar, Drive, Fiffy, Holzbauer, Kaiserhof, Lovely, New York, Pascarel, Pretty Baby, Regio, Rubin, S-Budget, Scotty & Molly, Simpex, Spar enjoy, Spar Feine Küche, Spar free from, Spar Natur* pur, spar office, Spar Premium, Spar Veggies, Spar Vital, Spar, Splendid, Sun Kiss, Tann, Weingut Schloss Fels		
<b>AUSLANDSAKTIVITÄTEN</b>		ASPIAG mit Märkten in Nordostitalien, Slowenien, Ungarn, Kroatien		
<b>BETEILIGUNG AN/ KOOPERATIONEN MIT:</b>		Metro Cash & Carry 27 %; dm 32 %; Spar Finanz Bank AG 50 %, BIGS		


Quelle Marktanteile: Nielsen Strukturdaten 2013/2014; Firmeneigenangaben

# LEBENSMITTELHANDEL ÖSTERREICH 2015

<b>HÄNDLER</b>		www.wedl.at		
<b>NATIONALE ZENTRALE</b>		Wedl & Hofmann GesmbH, 6068 Mils		
<b>EIGENTUMSVERHÄLTNISSE</b>		KR Leopold Wedl (59 %) Fam. Hofmann (41 %)		
<b>LAGER</b>		ZL: Mils		
<b>VERTRIEBSLINIEN</b>	<b>SUPERMÄRKTE/ KAUFLEUTE</b>	1 Eigenfiliale, 67 Nah&Frisch-Kaufleute		
	<b>VERBRAUCHER- MÄRKTE</b>	-		
	<b>DISKONTER</b>	-		
	<b>C&amp;C MÄRKTE + GH</b>	9 in Österreich, 1 in Deutschland		
	<b>SONSTIGE/ DROGERIEMÄRKTE</b>	-		
<b>UMSATZ IN EUR (2014)</b>		549,2 Mio. netto (inkl. Ausland)		
<b>MITARBEITER</b>		1.280 (Stand: 2014, inkl. Ausland)		
<b>LEH- MARKT- ANTEILE</b>	<b>UMSATZ</b>	2014: k.A.	2013: k.A.	
	<b>ANZAHL</b>	2014: k.A.	2013: k.A.	
<b>EIGEN-/EXKLUSIVMARKEN</b>		Breda, Bristot, Walzertraum, Deorsola, Vescovi, Testa Rossa caffè, Wedl, Wedl Kaffee, Cuisine Noblesse, First Price, Viva Maria, Selex, Markant		
<b>MITGLIED EINER ORG.</b>		Markant Österreich, ZEV Nah&Frisch		
<b>BETEILIGUNG AN/ KOOPERATIONEN MIT:</b>		Testa Rossa, Procaffè, Wörndle Interservice, Shop Top Service, TK Express Grabher, Duschlbaur, Minus		


k.A.: Das Unternehmen stellt keine Daten zur Verfügung.

# DROGERIEMÄRKTE ÖSTERREICH 2015

HÄNDLER		www.bipa.at	
NATIONALE ZENTRALE		Bipa Parfümerien GesmbH, 2355 Wr. Neudorf	
EIGENTUMSVERHÄLTNISSE		REWE International AG	
LAGER		Wr. Neudorf	
VERTRIEBSLINIEN	SUPERMÄRKTE/ KAUFLEUTE	-	
	VERBRAUCHER- MÄRKTE	-	
	DISKONTER	-	
	C&C MÄRKTE + GH	-	
	SONSTIGE/ DROGERIEMÄRKTE	rd. 600 (Österreich) rd. 70 (Kroatien)	
UMSATZ IN EUR (2014)		790 Mio. brutto (+1,6 % gegenüber 2013)	
MITARBEITER		rd. 4.000 (Österreich) rd. 300 (Kroatien)	
LEH- MARKT- ANTEILE	UMSATZ	2014: Keine Erhebung durch Nielsen	2013: 49 %
	ANZAHL	2014: k.A.	2013: k.A.
EIGEN-/EXKLUSIVMARKEN		bi good, b.pretty, B.STYLED, GOSH, iQ Cosmetics, little Girl, LOOK BY BIPA, MY	
AUSLANDSAKTIVITÄTEN		Kroatien	
BETEILIGUNG AN/ KOOPERATIONEN MIT:		-	

Quelle Marktanteile: Nielsen Zensuserhebung 2013; Firmeneigenangaben

# DROGERIEMÄRKTE ÖSTERREICH 2015

<b>HÄNDLER</b>		www.dm-drogeriemarkt.at, www.meindm.at 	
<b>NATIONALE ZENTRALE</b>		dm drogerie markt GmbH, 5071 Wals/Himmelreich	
<b>EIGENTUMSVERHÄLTNISSE</b>		68 % dm drogerie markt Verwaltungs GmbH (die sich wiederum in 25 % Bauer Vermögensverwaltungs GmbH und 75 % dm Holding aufteilt) 32 % ASPIAG Management AG	
<b>LAGER</b>		Enns	
<b>VERTRIEBSLINIEN</b>	<b>SUPERMÄRKTE/ KAUFLEUTE</b>	–	
	<b>VERBRAUCHER- MÄRKTE</b>	–	
	<b>DISKONTER</b>	–	
	<b>C&amp;C MÄRKTE + GH</b>	–	
	<b>SONSTIGE/ DROGERIEMÄRKTE</b>	384 Filialen (Stand: 9/2014)	
<b>UMSATZ IN EUR (2013/14)</b>		Österreich: 756 Mio., Teilkonzern: 1,92 Mrd., Konzern: 8,32 Mrd. (Stand: 9/2014)	
<b>MITARBEITER</b>		Österreich: 6.226, Teilkonzern: 15.846, Konzern: 52.062 (Stand: 9/2014)	
<b>LEH- MARKT- ANTEILE</b>	<b>UMSATZ</b>	2014: k.A.	2013: k.A.
	<b>ANZAHL</b>	2014: k.A.	2013: k.A.
<b>EIGEN-/EXKLUSIVMARKEN</b>		ALANA, alverde NATURKOSMETIK, babylove, Balea, Balea MAN, dm Bio, DAS gesunde PLUS, Dein Bestes, Denkmit, Dontodent, ebelin, FASCINO, Jessa, Paradies, Prinzessin Sterenzauber, Profissimo, PUSBLU, SauBär, s.he stylezone, Sanft & Sicher, Soft & Sicher, Saugstark & Sicher, SUNDANCE, S-quitofree, VISIOMAX	
<b>AUSLANDSAKTIVITÄTEN</b>		dm verbundene Länder in CZ, SK, HU, SLO, HR, BiH, SRB, MK, BG, RO (Filialen gesamt: 1.058)	
<b>BETEILIGUNG AN/ KOOPERATIONEN MIT:</b>		Markant Österreich	

k.A.: Das Unternehmen stellt keine Daten zur Verfügung.



ES BEGINNT  
MIT DIR

**NEU**



**WELTWEITE NR.1**  
DER HAUTPFLEGE-MARKEN FÜR MÄNNER\*

# MÄNNER! DAS IST EURE CREME.

Zieht schnell ein und fettet nicht. Für Gesicht, Körper und Hände. Für ein gutes Gefühl auf der Haut.

\* Euromonitor International Limited: NIVEA nach globalen Markennamen in der Kategorie Männer-Hautpflege; Einzelhandelsumsatz 2013.



# tcc

changing shopper behaviour

Marketingprogramme für den Einzelhandel, die Einkaufsfrequenz und Warenkorb des Kunden erhöhen und den Gesamtumsatz eines Geschäftes steigern.