

Internationale Stärke: Rewe Group wächst trotz schwieriger Lage

Trotz Inflation und Konsumzurückhaltung konnte die Rewe Group im internationalen Handelsgeschäft deutlich zulegen. Auch Österreich bleibt im Fokus – mit Milliardeninvestitionen, regionalem Engagement und nachhaltigen Initiativen.



© REWE Group

Das Jahr 2024 war für den Handelskonzern **Rewe** erneut durch wirtschaftliche Unsicherheiten geprägt. Dennoch gelang es dem Unternehmen, seine Position in vielen Märkten nicht nur zu sichern, sondern weiter auszubauen. Besonders das internationale Geschäft sowie die Entwicklungen in Österreich sorgten für positive Impulse.

Internationales Handelsgeschäft legt weiter zu

In einem Umfeld, das durch Inflation und teils rezessive Tendenzen gekennzeichnet war, steigerte die **Rewe Group** ihren internationalen Bruttoumsatz um 6,1 Prozent auf 23,82 Milliarden Euro. Damit bewies das Unternehmen einmal mehr seine Resilienz auf internationalem Parkett. Die Einzelhandelssparte **Penny International** verzeichnete dabei starke Zuwächse – allen voran in Rumänien (+14,9 %), gefolgt von Tschechien (+9,7 %), Ungarn (+5,8 %), Österreich (+3,5 %) und Italien (+1,4 %).

Auch in den Ländern Mittel- und Osteuropas zeigte sich ein stabiles Wachstum bei den Vollsortimentern: **Billa** und **IKI** konnten ihre Marktstellung in Bulgarien, der Slowakei, Tschechien und Litauen weiter festigen. Der Umsatz im CEE-Vollsortiment erreichte 4,58 Milliarden Euro – ein Anstieg um 4,8 Prozent.

Investitionsoffensive stärkt Standort Österreich

In Österreich plant die Rewe Group bis Ende 2027 eine Rekordinvestition von 1,5 Milliarden Euro – die größte in der Geschichte des Konzerns. Bereits 2024 wurden über 400 Millionen Euro in Modernisierungen, Filialnetze und Logistikzentren investiert. Der Fokus liegt auf der Weiterentwicklung nachhaltiger Infrastruktur, etwa dem Logistikzentrum in Wiener Neudorf. Hier sollen allein 600 Millionen Euro in die Trockensortimentslogistik fließen. Auch im stationären Einzelhandel zeigt sich die REWE Group innovativ: Die Modernisierungsoffensive umfasst Neubauten und Umbauten zahlreicher Märkte – etwa bei **PENNY**, wo bis 2027 alle Standorte auf ein neues Konzept umgestellt werden sollen. 2024 wurden österreichweit 78 neue Penny-Märkte eröffnet.

Regionalität & Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktoren

Ein klarer Schwerpunkt liegt auf Regionalität und Nachhaltigkeit.

2024 wurden Produkte im Wert von über 2,7 Milliarden Euro von heimischen Produzent:innen abgenommen. BILLA und PENNY setzen dabei gezielt auf nationale Lieferketten und ein erweitertes Sortiment regionaler Eigenmarken. Der Bio-Pionier „**Ja! Natürlich**“ feierte sein 30-jähriges Bestehen und bleibt ein zentrales Aushängeschild. Zudem wächst das Engagement für nachhaltige Filialkonzepte. Der BILLA-Markt in der Wiener Pilotengasse wurde zum Vorzeigemodell für ökologisches Bauen und erhielt mehrere Umweltzertifikate. Ziel ist es, bis Ende 2025 über 50 Filialen nach dem Green-Pass-Modell zu zertifizieren.

Ausbildung, Tourismus und Großhandel mit positiver Bilanz

Mit rund 2.400 Lehrlingen verzeichnete die REWE Group 2024 einen neuen Höchststand in der Lehrlingsausbildung. Auch im Tourismusbereich legte der Konzern deutlich zu: Die Reisesparte erzielte ein Umsatzplus von 39 Prozent – insbesondere durch gestiegene Nachfrage nach Mittelmeerdestinationen. Im Großhandel wuchs der Umsatz um 3,2 Prozent. Das Hybridkonzept der ADEG-Kaufleute – mit Selbstbedienungslösungen außerhalb der Öffnungszeiten – wurde weiter ausgebaut. Zudem wurden 632 Tankstellenshops mit REWE-Marken beliefert.

Klare Haltung zu Konsumtrends und Öffnungszeiten

Mit Blick auf das sich wandelnde Konsumverhalten setzt REWE auf digitale Services, stärkere Online-Angebote und flexible Öffnungszeiten. Der Konzern spricht sich klar für die gesetzliche Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten aus – insbesondere für digital betriebene Nahversorger im ländlichen Raum. In Vösendorf, Wiener Neudorf und bald auch in Wien-Favoriten laufen bereits erste Pilotprojekte.

Besuchen Sie uns auf: baeckerzeitung.at