

## Standort+Markt Studie

# Ungehemmte Expansion ist vorbei



Bis März 2025 eröffnete Woolworth bereits 27 Filialen.

© REGAL/VERENA SCHNEEWEISS

**Wer expandiert im Diskont?** Die S+M Diskontmarktstudie Österreich 2024/25 zeigt: Der Diskontmarkt ist im Vergleich zum stationären Einzelhandel dynamischer, aber nicht mehr in allen Bereichen. Die etablierten Diskontketten wie Hofer, Lidl und Penny haben ihre Expansionsgeschwindigkeit deutlich reduziert. Der Lebensmitteldiskontbereich weist bei der Filialzahl seit 2009 mit minus drei Prozent einen leichten Rückgang auf, wobei zwischen 2015 und 2017 durch die Zielpunktinsolvenz (ca. minus 250 Filialen) ein starker Einbruch erfolgt ist. Durch die Expansion von Hofer und Lidl konnte die Anzahl der Filialen wieder auf ein höheres Niveau gebracht werden.

**Aktionspostenmärkte zeigen sich expansiv.** 2009 gab es lediglich 13 Aktionspostenmärkte in Österreich – heute sind es bereits 376. Besonders bedeutsam waren die Markteintritte von Tedi (2013), Action (2017) und Woolworth (2024). Letzterer sorgt derzeit für einen regelrechten Expansionsboom: Bis März 2025 eröffnete Woolworth bereits 27 Filialen – und das Wachstum geht weiter.

**Pro-Kopf-Quote.** Mit einer durchschnittlichen Pro-Kopf-Quote von 882 Euro je Einwohner:in geben die Österreicher:innen bei Betrachtung der einzelnen Diskontketten am meisten Geld bei den Lebensmitteldiskontern aus. Darauf folgen Bekleidungsdiskonter und Aktionspostenmärkte.

**S**tabile Filialzahl im LEH. Laut dem S+M Expansionshandbuch Österreich 2024/25 hat sich die Zahl der Konzepte seit 2009 verdoppelt, die Filialanzahl stieg um 50 Prozent. Derzeit ist die Entwicklung stabil. Spar liegt mit rund 1.400 Filialen vorne, gefolgt von Billa mit 1.260. Abgesehen von der Zielpunkt-Insolvenz 2015 gab es keine größeren Marktveränderungen. Das Wachstum resultierte vor allem aus der Expansion großer Supermarktketten und der starken Verbreitung von Tankstellenshops. Seit 2023 ist ein leichter Rückgang bei Konzepten und Filialen zu erkennen.

## Spar

### Spar baut Eigenmarken weiter aus

**D**er Eigenmarkenanteil bei der Spar liegt mittlerweile bei 45 Prozent. „In Österreich machen wir insgesamt 4,2 Mrd. Euro Umsatz mit Food, Nearfood und Non-food-Eigenmarken“, erklärt Spar-Vorstand Mag. Markus Kaser. International liegt dieser Eigenmarken-Anteil bereits bei 6,6 Mrd. Euro. Die umsatzstärkste Eigenmarke ist S-Budget. Die Preiseinstiegslinie wuchs 2024 um 8,5 Prozent, Spar Veggie um 12,7 Prozent und Spar Premium um 11,2 Prozent. Spar Natur Pur legte um 8,3 Prozent zu. Unter dem Strich operiert die Spar mit 6.000 Eigenmarken-Artikeln.



Spar-Vorstand  
Mag. Markus Kaser

© ROBERT HARSON



© MÜLLER

## Expansion

### Müller mit Schweiz-Plänen

**D**rogerieriese Müller investiert heuer 28,3 Mio. Euro in der Schweiz. Aktuell umfasst das Filialnetz 89 Standorte. Neun Neueröffnungen und vier Standorterweiterungen stehen 2025 auf der Agenda. Die gesamte Verkaufsfläche in der Schweiz beträgt dann 91.000 m<sup>2</sup>. Die größte Filiale im Netz ist in Bern angesiedelt, mit einer Verkaufsfläche von 1.935 m<sup>2</sup> auf sieben Etagen. Die kleinste Filiale steht in Zermatt mit rund 232 m<sup>2</sup>.