

Rewe Group trotz den Krisen - und setzt auf Expansion

Trotz hoher Inflation, Konsumzurückhaltung und wirtschaftlicher Unsicherheiten konnte die Rewe Group 2024 ein starkes Ergebnis erzielen. Der internationale Handel wächst, Österreich bleibt mit Milliardeninvestitionen ein zentraler Schwerpunkt.



© REWE Group

Obwohl sich die wirtschaftliche Lage in vielen europäischen Märkten 2024 als herausfordernd erwies, konnte die **Rewe Group** ihr internationales Handelsgeschäft ausbauen. Der Konzern meldet ein wechselkursbereinigtes Umsatzplus von 6,1 Prozent und beweist damit wirtschaftliche Widerstandskraft und kluge strategische Weichenstellungen.

Penny auf Erfolgskurs in ganz Europa

Insbesondere das Discountgeschäft entwickelte sich positiv. In

Italien, Österreich, Ungarn, Tschechien und Rumänien legte **Penny International** in allen Märkten zu. Spitzenreiter war erneut Rumänien mit einem Umsatzwachstum von fast 15 Prozent, dicht gefolgt von Tschechien und Ungarn. Österreich verzeichnete ein Plus von 3,5 Prozent, während Italien mit einem moderaten Wachstum von 1,4 Prozent abschloss.

Auch das Vollsortimentsgeschäft in Zentral- und Osteuropa zeigte sich stabil. Marken wie **Billa** und **IKI** erzielten Zuwächse – allen voran in Bulgarien und Tschechien. Insgesamt erreichte das Segment einen Umsatz von 4,58 Milliarden Euro.

Milliarden für Modernisierung und Logistik

In Österreich investierte die Rewe Group allein im Jahr 2024 über 400 Millionen Euro – ein Vorgriff auf die größte Investitionsinitiative der Unternehmensgeschichte: Bis Ende 2027 sollen 1,5 Milliarden Euro in Standortmodernisierungen, Filialausbau und Logistikstrukturen fließen. Ein Herzstück bildet dabei das **Logistikzentrum in Wiener Neudorf**, dessen Umbau mit rund 600 Millionen Euro budgetiert ist.

Auch das Filialnetz wird weiter ausgebaut: Bei Penny kamen 78 neue Standorte hinzu, bei BILLA und **BILLA PLUS** liegt der Fokus auf der Optimierung bestehender Märkte. In der Ostregion wird zudem die Zustelllogistik für den Online-Handel ausgeweitet.

Bio, Eigenmarken und Regionalität stärken den Absatz

Ein wachsender Teil des Erfolgs basiert auf nachhaltigen Sortimenten und regionaler Verankerung. Allein durch die Zusammenarbeit mit heimischen Produzent:innen wurde ein Umsatzvolumen von 2,7 Milliarden Euro erzielt. BILLA setzt mit über 2.800 regionalen Lieferpartner:innen ein klares Zeichen für kurze Transportwege und Herkunftssicherheit. Eigenmarken wie **„Ja! Natürlich“** oder die Nachhaltigkeitslinie **„bi good“** erfreuen sich weiterhin großer Beliebtheit – auch im

Drogeriebereich. **BIPA** konnte seinen Umsatz 2024 um fast 6 Prozent steigern und legte damit ein starkes Wachstum vor. Besonders in Kroatien florierte das Geschäft mit über 17 Prozent Zuwachs.

Lehrlingsförderung und neue Jobperspektiven

Die Rewe Group zählt mit rund 2.400 Lehrlingen zu den größten Ausbildern Österreichs. Während die Lehrlingszahlen im Handel österreichweit rückläufig sind, baute das Unternehmen seine Ausbildungsplätze um 12 Prozent aus. Zusätzliche Fortbildungsangebote und firmeneigene Ausbildungsklassen stärken die Qualität der Lehre. Parallel dazu wurden im Jahr 2024 über 1.400 neue Arbeitsplätze geschaffen, besonders in den Bereichen Logistik, Filialbetrieb und Onlinehandel. Die Zahl der Mitarbeitenden stieg damit auf über 95.000.

Zukunftsmodell: hybride Konzepte und digitale Services

Ob digital betriebene Nahversorger oder flexible **Click & Collect**-Lösungen – die Rewe Group zeigt sich offen für neue Formate. In Vösendorf und Wiener Neudorf gibt es bereits stationäre Selbstbedienungs-Märkte. Weitere Standorte – auch in Wien – sind geplant. Die Forderung nach einer gesetzlichen Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten ist daher Teil einer zukunftsgerichteten Handelsstrategie.

Auch die genossenschaftlich organisierten BILLA-Kaufleute profitieren vom System: Unterstützt durch zentrale Dienstleistungen und gleichzeitig lokal verankert, steigerten sie 2024 ihre Umsätze deutlich.

Tourismus zieht wieder an

Die touristischen Aktivitäten der Rewe Group legten kräftig zu: Mit einem Umsatzplus von 39 Prozent war 2024 ein starkes Jahr.

Beliebte Reisedestinationen wie Griechenland, Spanien oder die Türkei sowie Fernreisen in die Malediven oder nach Thailand sorgten für volle Buchungszahlen. Die Insolvenz eines Mitbewerbers und ein anhaltender Nachholeffekt nach der Pandemie beflügelten das Geschäft.

Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](https://www.fleischundco.at)