


REWE Group wächst beim Umsatz auf über 50 Milliarden Euro

REWE Group wächst beim Umsatz auf über 50 Milliarden Euro - Mittelständische REWE-Partnerkaufleute mit Umsatzplus von 9,3 Prozent und historischem Höchststand bei Umsatz und Ergebnis - Internationales Geschäft von Vollsortiment und Discount wächst um über 3 Prozent - EBITA des REWE-Konzerns steigt um 15,3 Prozent auf 466 Millionen Euro - REWE Group-Umsatz wächst um 2,9 Prozent auf 50,6 Milliarden Euro - Vollsortiment National mit 16,4 Milliarden Euro umsatzstärkstes Geschäftsfeld - REWE-Supermärkte legen beim Umsatz um 4,2 Prozent zu - Vollsortiment International steigert Umsatz um 3,2 Prozent - Discount National mit schließungsberinigtem Umsatzplus von 3,3 Prozent - Discount International weiterhin auf Wachstumskurs mit plus 3,1 Prozent - Fachmarkt National: toom Baumarkt trotz dem negativen Branchentrend - Touristik trotz schwieriger Marktbedingungen auf Vorjahresniveau - Die REWE Group hat im Jahr 2013 den Gesamtaußenumsatz aus fortgeführtem Geschäft um 2,9 Prozent auf 50,6 Milliarden Euro gesteigert. Zur erfolgreichen Entwicklung trug das Geschäft in Deutschland mit einem Umsatzplus von 2,9 Prozent auf 36,2 Milliarden Euro bei. Die Umsätze der Auslandsaktivitäten in zwölf Ländern wuchsen ebenfalls um 2,9 Prozent auf 14,4 Milliarden Euro. "Unsere Unternehmensgruppe hat damit ihren Kurs des profitablen Wachstums fortgesetzt und ihre starke Position im In- und Ausland weiter ausgebaut", erklärte Alain Caparros, Vorstandsvorsitzender der REWE Group, bei der Vorlage der noch nicht testierten Geschäftszahlen am 27. März in Köln. "Eine der entscheidenden Voraussetzungen für diesen Erfolg sind unsere hohen Investitionen in die Modernisierung unserer Märkte, in die organische Expansion unseres Vertriebsnetzes und in neue Vertriebskonzepte", so Caparros. "Wir haben in den vergangenen Jahren unsere Investitionen kontinuierlich erhöht. Im Jahr 2013 waren es 1,4 Milliarden Euro, und 2014 werden wir die Investitionssumme nochmals auf 1,6 Milliarden Euro steigern." - Der stärkste Wachstumstreiber der REWE Group war erneut das nationale und internationale Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft. "Insbesondere die Umsätze unserer REWE-Märkte in Deutschland entwickeln sich seit Jahren deutlich über dem Branchendurchschnitt. Zugleich tragen unsere BILLA- und PENNY-Märkte im europäischen Ausland kräftig zum Wachstum unseres Unternehmens bei. Diese sehr erfreuliche Entwicklung hat sich auch im Geschäftsjahr 2013 fortgesetzt", erklärte Caparros. "Herausragend war erneut das Umsatzwachstum unserer selbstständigen mittelständischen REWE-Partnerkaufleute in Deutschland, die ein Umsatzplus von 9,3 Prozent erzielten", betonte Caparros. "Ebenso sind unser Vollsortiment International und Discount International mit einem Plus von jeweils über 3 Prozent weiter auf einem sehr guten Kurs. Das Auslandsgeschäft der REWE Group insgesamt ist eine tragende Säule unseres Unternehmens und entwickelt sich exzellent." - REWE Group: Selbstständiger Einzelhandel als Wachstumstreiber - Mit 11,3 Milliarden Euro (+6,2%) erzielte der selbstständige Einzelhandel unter dem Dach der REWE Group einen Rekordumsatz. In Deutschland stiegen die Umsätze auf 10,8 Milliarden Euro (2012: 10,1 Mrd. Euro). Die Umsätze der selbstständigen REWE-Partnerkaufleute (ohne REWE Dortmund) erhöhten sich um 9,3 Prozent. "Selbstständigkeit ist für unsere Kaufleute gleichermaßen attraktiv wie lukrativ. Tag für Tag beweisen unsere mittelständischen Kaufleute ihren Kunden vor Ort wie leistungsstark, serviceorientiert und ideenreich sie sind. Diese Erfolgsgeschichte wollen und werden wir weiter vorantreiben durch eine gezielte Förderung und Stärkung der selbstständigen Kaufleute unter dem Dach unserer Unternehmensgruppe", erklärte Caparros. - REWE Group: Mehr Märkte und Mitarbeiter - Die Zahl der in Deutschland und zwölf weiteren europäischen Ländern belieferten Märkte wuchs um 2,2 Prozent auf 14.888 (2012: 14.566). In Deutschland legte das Filialnetz um 2,5 Prozent auf 10.121 Märkte (2012: 9.870) zu. - Die Mitarbeiterzahl in Europa stieg im Geschäftsjahr 2013 leicht um 0,6 Prozent auf 329.418, davon 225.998 in Deutschland (+0,1%) und 103.420 im Ausland (+1,6%). Die Zahl der Auszubildenden in Deutschland erhöhte sich von 7.711 um 1,8 Prozent auf 7.848. - REWE-Konzern: Umsatz erhöht und Ergebnis verbessert - Der REWE-Konzernumsatz aus fortgeführtem Geschäft (ohne selbstständigen Einzelhandel, Beteiligungen und At-Equity-Gesellschaften) wuchs um 2,2 Prozent von 41,1 Milliarden Euro auf 42 Milliarden Euro. Zugleich verbesserte sich das EBITA des REWE-Konzerns aus fortgeführtem Geschäft um 15,3 Prozent von 404 auf 466 Millionen Euro. Darin nicht enthalten ist das EBITA der selbstständigen REWE-Partnerkaufleute unter dem Dach des Unternehmens, das mit deutlich über 200 Millionen Euro im Jahr 2013 ein neues Rekordniveau erreichte. - Das REWE-Konzernergebnis aus fortgeführtem Geschäft vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen auf Anlagevermögen und Firmenwerte (EBITDA) erhöhte sich von 1,21 auf 1,26 Milliarden Euro. - Der Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit vor Working Capital Effekten lag bei 1,13 Milliarden Euro und damit auf Vorjahresniveau. - Die Investitionen des Jahres 2013 lagen mit 1,37 Milliarden Euro um mehr als 200 Millionen Euro über dem vergleichbaren Vorjahreswert von 1,16 Milliarden Euro. - Die Eigenkapitalquote blieb stabil hoch bei rund 30 Prozent. - "Die bilanzielle Situation unseres Unternehmens ist hervorragend", sagte Alain Caparros. "Wir sind bestens gerüstet für die vor uns liegenden Herausforderungen. Einerseits werden wir die Modernisierungsoffensive für unser stationäres Geschäft weiter mit Hochdruck vorantreiben. Andererseits arbeiten wir konsequent an der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, insbesondere auch im Bereich des E-Commerce. Zugleich haben wir weiterhin alle Möglichkeiten, mit Akquisitionen auf sich ergebende Marktchancen zu reagieren, wenn sie zu unserer langfristigen Strategie passen." - Geschäftsfeld Vollsortiment National - Das Vollsortiment National mit REWE, REWE Center, REWE City, REWE to go und TEMMA trug als umsatzstärkstes Geschäftsfeld maßgeblich zum Erfolg der Gruppe bei. Der Umsatz stieg von 15,9 Milliarden Euro um 2,9 Prozent auf 16,4 Milliarden Euro. Der Anteil des Geschäftsfeldes Vollsortiment National am Gesamtumsatz stieg auf 39 Prozent. - Das Supermarkt-Geschäft in Deutschland war dabei Wachstumstreiber mit einem Umsatzplus von 4,2 Prozent. Damit ist das deutsche Supermarkt-Geschäft der REWE einmal mehr deutlich stärker gewachsen als der deutsche Lebensmitteleinzelhandel im Durchschnitt, für den die GfK ein Umsatzplus im Jahr 2013 von 2,7 Prozent errechnet hat. Zugleich liegt das Umsatzplus bei REWE in Deutschland erneut über dem von der GfK für die deutschen Vollsortimenter ermittelten Wachstumswert von plus 3,2 Prozent. Auch unter Berücksichtigung der Preisinflation im Sortiment von REWE in Deutschland, die bei plus 0,8 Prozent lag, wuchs das Supermarkt-Geschäft weiter dynamisch aus eigener Kraft. - Auf einem guten Weg sind auch die innovativen Vertriebsformate TEMMA, REWE to go und das E-Commerce-Geschäft mit REWE Online. - REWE Online - mit seinen beiden Angeboten Lieferservice in neun Städten und Drive-in in elf Städten - konzentriert sich erfolgreich auf Ballungsgebiete und Großstädte. Im laufenden Jahr wird der Online-Service nochmals deutlich ausgeweitet. - Die vier REWE to go-Märkte konnten im vergangenen Jahr ihre Umsätze verdreifachen. Das ist auf Expansion, aber auch deutlich gestiegene Kundenzahlen zurückzuführen. In diesem Jahr wird das Standortnetz auf zehn Märkte ausgeweitet. Hinzu kommt der einjährige Test des Konzeptes in den Shops von zehn ARAL-Tankstellen in Bochum, Düsseldorf und Köln. - TEMMA als Weiterentwicklung des Bio-Konzeptes mit eigenständiger Gastronomie in den Regionen NRW, Hamburg und dem Rhein-Main-Gebiet steigerte den Umsatz um 44 Prozent. Dazu trugen neben der Eröffnung neuer Märkte sowohl höhere Kundenzahlen als auch gestiegene Bonsummen bei. - Geschäftsfeld Vollsortiment International - Das Geschäftsfeld Vollsortiment International verzeichnete im Jahr 2013 einmal mehr eine exzellente Entwicklung; der Umsatz stieg um 3,2 Prozent auf 9,3 Milliarden Euro. Das Geschäftsfeld fasst die Aktivitäten der REWE Group im zweiten Heimatmarkt Österreich, in Italien, Tschechien, der Slowakei, Russland, Rumänien, Kroatien, der Ukraine und Bulgarien zusammen. - In Österreich erhöhte sich der Umsatz von BILLA, BIPA, MERKUR und ADEG um insgesamt 3,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. - Aufgrund seiner großen Leistungsfähigkeit konnte das Vollsortiment International in Österreich seine Rolle als Marktführer im Lebensmittelhandel erfolgreich behaupten: Der Marktanteil liegt bei über 30 Prozent. - Der Umsatz von BILLA in Österreich um 4,2 Prozent. Auch 2013 war BILLA ein starker Wachstumsmotor und Innovationstreiber. Insgesamt wurden 120 BILLA-Filialen grundlegend modernisiert und neu eröffnet. Die Investitionen dafür lagen bei rund 195 Millionen Euro. - Die 127 MERKUR-Verbrauchermärkte legten beim Umsatz um 3,3 Prozent zu. Die 612 modernen BIPA-Drogeriemärkte untermauerten die Marktführerschaft in Österreich. Ihr Umsatz stieg im vergangenen Jahr um 2,6 Prozent. Eine gute Entwicklung verzeichneten zudem die selbstständigen ADEG-Kaufleute und die Kooperationspartner im Großhandel (Tankstellenshops) mit einem Umsatzplus von 7,3 Prozent. Nach dem Ende der Pilotphase wurden an rund 40 BP-Tankstellen in Österreich die One-Stop-Shops "MERKUR inside" integriert. Das BILLA stop shop Konzept ist bereits an insgesamt 120 Tankstellenshops (Jet-Tankstellen) umgesetzt. - Mit einem unverändert hohen Tempo entwickeln sich die Märkte in Mittel- und Osteuropa. In Bulgarien, Rumänien, Russland, der Slowakei, Tschechien, der Ukraine und Kroatien stieg der Umsatz um 8,3 Prozent auf 2,8 Milliarden Euro. - Geschäftsfeld Discount National - Die 2.200 PENNY-Filialen steigerten den Umsatz, bereinigt um die planmäßigen Schließungen, im Jahr 2013 um 3,3 Prozent (nominal 0,6 Prozent) auf 6,8 Milliarden Euro. Damit liegt PENNY im Hinblick auf den für 2016 angepeilten Turnaround im Plan und über dem

von der GfK ermittelten durchschnittlichen Wachstum der Discounter von 3,2 Prozent. Bis Ende vergangenen Jahres wurden bereits 1.444 Filialen auf das neue PENNY-Konzept umgestellt, die von den Kunden sehr gut angenommen werden. Im Jahr 2014 sind weitere 440 Umbauten geplant. Im Hinblick auf die Sortimente gehen von den neu eingeführten Eigenmarken PENNY, Mühlenhof, Today und PENNY to go starke Impulse aus. Zugleich entwickelt sich aber auch das Geschäft mit Markenartikeln ausgezeichnet. Geschäftsfeld Discount International In den sechs Ländern Italien, Österreich, Ungarn, Tschechien, Rumänien und Bulgarien erwirtschaftete PENNY ein Umsatzplus von 3,1 Prozent auf 4,0 Milliarden Euro. Damit setzte das internationale Discountgeschäft des REWE-Konzerns seinen profitablen Wachstumskurs erfolgreich fort. Die Anzahl der Märkte bei jeweils 1,8 Prozent auf 1.344. Mit einem Umsatz von 1,12 Milliarden Euro ist Tschechien unverändert der größte Auslandsmarkt von PENNY, gefolgt von Italien mit einem Umsatz von 1,06 Milliarden Euro. Mit 13,8 Prozent erzielte PENNY das größte Umsatzplus in Rumänien. Diese positive Entwicklung des internationalen Discountgeschäfts unterstreicht, dass sich PENNY in diesen Ländern als landestypischer Discounter mit einem hohen Anteil an nationalen Produkten sehr gut auf die jeweiligen Marktbedingungen ausrichtet. Der Sortimentsanteil nationaler Erzeuger bei PENNY im Ausland liegt bei jeweils mindestens 50 Prozent. Besonders erfreulich ist auch die anhaltende Erfolgsgeschichte des Ambiente-Konzepts bei PENNY Italien. In diesem Land - mit relativ geringer Affinität zum Discount - erzielte PENNY 2013 ein Umsatzplus von 6,6 Prozent. Geschäftsfeld Fachmarkt National Im Mai vergangenen Jahres gab der Vorstand der REWE Group die Trennung von der Unterhaltungselektroniksparte bekannt. 32 der zuletzt 54 ProMarkt-Standorte wurden an Expert (18), Medimax (10) und Euronics (4) abgegeben. Die verbliebenen 22 Märkte wurden geschlossen. Das Geschäftsfeld Fachmarkt National umfasst daher ausschließlich die Baumarkt-Aktivitäten (toom, B1). Deren Umsatz lag mit 1,9 Milliarden Euro auf dem Niveau des Vorjahres. Belastet wird die Umsatzentwicklung des Jahres 2013 durch einen schwierigen Saisonstart mit wetterbedingten Umsatzeinbußen im Gartensegment. Der Umsatz der toom Baumärkte allein (ohne B1) stieg um 0,2 Prozent auf 1,6 Milliarden Euro. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund des nominalen Rückgangs der gesamten Branche von 3,4 Prozent (Quelle: BHB) ein erfreuliches Ergebnis. Erfolgsfaktoren waren vor allem die konsequente Repositionierung als klassischer Baumarkt, ein klar gegliedertes Flächenkonzept in Groß-, Mittel- und Kleinflächen sowie die Spätöffnung an Freitagen. Geschäftsfeld Touristik Trotz politischer Unruhen in Zielländern wie Ägypten und Thailand und einem weiterhin sehr herausfordernden Markt für Geschäftsreisen entwickelte sich das Geschäftsfeld Touristik mit einem fakturierten Umsatz von 4,6 Milliarden Euro etwa auf Vorjahresniveau. Dazu trug seit April 2013 der national wie international neue Auftritt entscheidend bei: Sämtliche Unternehmen der Sparte erscheinen seither unter der Dachmarke DER Touristik, erkennbar am roten DER Touristik-Logo. Entsprechend wurde der Außenauftritt der Reisebüros angepasst: Ende 2013 waren bereits mehr als 500 Filialen und ebenso viele Franchise- und Kooperations-Reisebüros sichtbar mit den neuen roten Gestaltungselementen von DER Touristik gekennzeichnet. Mit mehr als 1.000 Reisebüros ist dies schon jetzt der größte geschlossene Markenauftritt einer Reisevertriebsorganisation in Deutschland. Auch Online ist die Marke DER Touristik bereits etabliert - nämlich mit dem übergreifenden Reiseportal der.com. Das bis Februar 2014 kumulierte Umsatzplus von 5,1 Prozent zeigt die sehr gute Positionierung der DER Touristik als führendes Touristikunternehmen in Deutschland und Europa. Der Januar 2014 war der bislang buchungsstärkste Monat der Firmengeschichte. Ansprechpartner REWE GROUP-Unternehmenskommunikation Tel.: 0221 - 149-1050 E-Mail: presse(at)rewe-group.com 

Pressekontakt

Rewe Group

50668 Köln

presse(at)rewe-group.com

Firmenkontakt

Rewe Group

50668 Köln

presse(at)rewe-group.com

Vorstand Alain Caparros (Vorsitzender) Manfred Esser Jan Kunath Dr. Christian Mielsch Lionel Souque Frank Wiemer Aufsichtsratsvorsitzender Herr Dr. Klaus Burghard Handelsregister Amtsgericht Köln HRB 5281 Umsatzsteueridentifikationsnummer DE 122 789 648