

Das Match über die Eigenmarken

Anteil steigt weiter. Nur nicht bei Hofer.

WIEN. Bereits 20 Prozent des Umsatzes machen heimische Handelsketten mit Eigenmarken wie Ja! Natürlich, Clever oder S-Budget. Ihr Vormarsch ist noch nicht gestoppt, denn Spar-Chef Gerhard Drexel hält für sein Unternehmen einen Eigenmarken-Anteil von mehr als 40 Prozent für möglich. Derzeit macht Spar mit seinen fast 30 Eigenmarken 35 Prozent des Umsatzes.

Hofer verfolgte jahrelang eine strikte Eigenmarkenstrategie, doch ausgerechnet vom Discounter kommt nun die Gegenbewegung: Hofer führt immer mehr Markenartikel in seinem Sortiment – sehr zur Freude der Markenartikelindustrie.

„Die Angleichung der Sortimente scheint sich zu beschleunigen“, erklärte Günter Thumser, Präsident der österreichischen Markenartikelindustrie. Hofer änderte seine Strategie auch deshalb, da Rewe (Billa, Merkur, Penny und andere) sowie Spar immer mehr auf Eigenmarken im unteren Preissegment setzten und Hofer Marktanteile wegnahmen. Der steigende Anteil bereitet dem Markenartikelverband noch keine Sorgen, denn international ist er deutlich höher; so beträgt der Anteil am Umsatz in der Schweiz bereits 50 Prozent.

Dennoch führen die Markenartikelhersteller auch heuer wieder ihre gemeinsam geführte Kampagne „Achten Sie auf die Marke“ durch. 24 Firmen bzw. 30 Marken nehmen daran teil, sie investieren drei Millionen Euro in die Kampagne.



Spar-Chef Gerhard Drexel forciert weiter Eigenmarken

SPAR