

Köln, 28. März 2012

REWE Group auf Wachstumskurs im In- und Ausland

Erfolgreiche Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr 2011

REWE Supermärkte entwickeln sich deutlich besser als die Branche

- REWE-Konzern wächst um 3,5 Prozent auf 40,3 Mrd. Euro
- Alle fünf Geschäftsfelder tragen zum Umsatzwachstum bei
- Vollsortiment National erzielt erneut Umsatzrekord mit 15,2 Mrd. Euro (+6,9 Prozent)
- Vollsortiment International steigert Umsatz um 3,7 Prozent
- Wachstum bei Discount National von 1,9 Prozent
- Discount International mit Umsatzplus von 6,8 Prozent
- Fachmarkt National mit leichtem Umsatzplus von 0,3 Prozent
- Touristiksparte der REWE Group wächst um 4,2 Prozent auf 4,5 Mrd. Euro

Die REWE Group hat im Geschäftsjahr 2011 erneut deutlich beim Umsatz zugelegt. Der Kölner Handels- und Touristikkonzern wuchs trotz eines schwierigen wirtschaftlichen Marktumfelds in Deutschland und Europa in allen seinen Geschäftsfeldern. Der REWE-Konzernumsatz (ohne selbstständigen Einzelhandel und At-Equity-Beteiligungen) stieg auf Basis noch nicht testierter Zahlen von 39 Mrd. Euro (2010) um 3,5 Prozent auf 40,3 Mrd. Euro. In Deutschland konnte der Konzernumsatz auf 27,5 Mrd. Euro (+3,1%), im Ausland auf 12,8 Mrd. Euro (+4,4%) gesteigert werden. Anfang 2011 trennte sich die REWE Group von ihrem Anteil am B2B-Joint Venture transGourmet Holding S.E. Deshalb ging der Gesamtaußenumsatz der Unternehmensgruppe (d.h. inklusive Kooperationen und selbstständigem Einzelhandel) im vergangenen Jahr von 53 Mrd. Euro auf 48,1 Mrd. Euro zurück. Bereinigt um das abgegebene B2B-Geschäft liegt der Gruppenumsatz der REWE Group gegenüber 2010 (46,8 Mrd. Euro) um 2,7 Prozent über dem des Vorjahres.

„Unsere Entwicklung im Jahr 2011 beweist, dass wir sowohl im Einzelhandel als auch in der Touristik mit einer langfristigen Strategie und modernen, kundenfreundlichen Vertriebsformaten auf Erfolgskurs sind“, sagte Alain Caparros, Vorstandsvorsitzender der REWE Group. „Auch unter herausfordernden Rahmenbedingungen wachsen wir kontinuierlich und profitabel. Dabei setzen wir auf konsequente Kundenorientierung, überzeugende Produkte und Services sowie auf die Verdichtung und Modernisierung unserer Vertriebsnetze und gezielte Akquisitionen“, so Caparros.

Der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland insgesamt verzeichnete im vergangenen Jahr nominal einen Umsatzanstieg von 2,4 Prozent. Mit einem Umsatzplus von 6,9 Prozent auf 15,2 Mrd. Euro (14,2 Mrd. Euro 2010) hob sich das Geschäftsfeld Vollsortiment National

(REWE, toom Verbrauchermarkt) deutlich positiv vom Branchentrend ab. Dazu trugen die REWE-Supermärkte in Deutschland mit einem Umsatzplus von 9,7 Prozent entscheidend bei.

Das Geschäftsfeld Vollsortiment International (BILLA, MERKUR, BIPA, ADEG) umfasst die Aktivitäten der REWE Group in Österreich und Italien sowie in Mittel- und Osteuropa. Die Märkte erzielten einen Umsatz von 8,9 Mrd. Euro (2010: 8,5 Mrd. Euro), das entspricht einem Plus von 3,7 Prozent. Eine sehr positive Entwicklung verzeichneten vor allem die Märkte in Österreich (+5,1%) und Russland (+14,6%).

Auch die Discounttochter PENNY entwickelte sich im Jahr 2011 positiv. Die in Deutschland eingeleiteten Maßnahmen zur Neuausrichtung zeigten bereits Wirkung und resultierten in einem Anstieg der Umsätze um 1,9 Prozent von 6,5 Mrd. Euro (2010) auf 6,7 Mrd. Euro. Die Umsatzentwicklung im Discount International von 6,8 Prozent wurde wesentlich durch das dynamische Wachstum in Italien (+7,1%) und Tschechien (+6,6%) getragen. Der Gesamtumsatz im In- und Ausland steigerte sich um 3,6 Prozent von 10 Mrd. Euro (2010) auf 10,3 Mrd. Euro.

Im Geschäftsfeld Fachmarkt National führten bei toom Baumarkt insbesondere die vielfältigen Maßnahmen zur Rückorientierung auf das klassische Baumarktgeschäft und die Spätöffnung an Freitagen zu einem erfreulichen Umsatzwachstum. Mit einem Umsatzplus von 1,7 Prozent auf 1,9 Mrd. Euro setzen die Baumärkte der REWE Group 2011 die positive Entwicklung der Vorjahre fort. Die Unterhaltungselektronik (ProMarkt) konnte sich der allgemeinen Kaufzurückhaltung im stationären Elektro-Einzelhandel nicht entziehen und verbuchte einen Umsatzrückgang um 3,8 Prozent.

Die Touristik der REWE Group baute ihre starke Marktstellung in Deutschland im zurückliegenden Geschäftsjahr weiter aus. Trotz Buchungsrückgängen nach den Krisen in Nordafrika stieg der fakturierte Umsatz um 4,2 Prozent auf 4,5 Mrd. Euro.

Die REWE Group wird ihr Geschäftsergebnis 2011 in ihrer Bilanzpressekonferenz am 22. Mai 2012 in Köln detailliert vorstellen.

Für Rückfragen:

REWE Group-Unternehmenskommunikation,

Tel.: 0221-149-1050; Fax: 0221-138898, E-Mail: presse@rewe-group.com