

Spitzengruppe eng beieinander

Die Vor-Finalisten beim Supermarkt des Jahres 2016 liegen bei vielen wirtschaftlichen Kennziffern dicht beieinander. Das macht sie trotz aller Unterschiede vergleichbar. **Christina Steinhausen**

>> **Zahlen lügen nicht** – einerseits. Andererseits: Traue keiner Statistik, die du nicht selbst gefälscht hast, wusste schon der englische Politiker Winston Churchill. Und kein Land auf der Welt hält den Wettbewerbsgedanken und die Liebe zu Vergleichen und Wettkämpfen so hoch wie England. Wer als Vollsortimenter sein Lebensmittel-Geschäft für richtig gut hält und entspannt mal seine Kennziffern mit jenen der Vor-Finalisten des Branchenwettbewerbs Supermarkt des Jahres vergleichen will, kann das auf dieser und den folgenden Seiten tun.

Die Lebensmittel Praxis hat dazu eine ganze Reihe von Daten der 61 Märkte ausgewertet, die es im Verlaufe des Branchenwettbewerbs bis auf die vorletzte Stufe geschafft haben: Das sind die zwölf Finalisten, die in LP 7/2016 ausführlich vorgestellt wurden, sowie die 49 Märkte, die aufgrund ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit eine reelle Chance hatten, den Einzug ins Finale zu schaffen. Sie waren von den 100 Märkten, die das Endverbrauchermagazin „meine Familie&ich“ bundesweit durch Kunden-Feedback ermittelt hatte, übrig geblieben. Fast die Hälfte, näm-

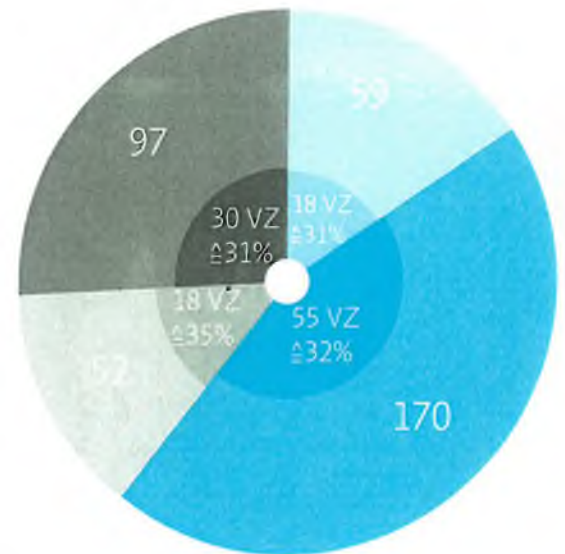
lich 30 der 61, sind Edekaner (unter ihnen zwei Marktkauf-Häuser), gefolgt von der Rewe (21), Kaufland (4), Famila (2), Globus (2), Konsum (1) sowie ein Ketten-unabhängiger Anbieter. So viel zur Verdichtung im Handel.

Stark unterrepräsentiert ist der Osten Deutschlands. Von den 61 Vor-Finalisten stammen nur sechs (zwei von ehemals fünf aus Sachsen-Anhalt, je zwei von vier aus Sachsen und Brandenburg und keiner von ursprünglich zwei aus Mecklenburg-Vorpommern) aus den fünf neuen Bundesländern (unter den 100 besten waren es 15). Die meisten Vor-Finalisten finden sich keineswegs in Großstädten, eher sind die Städte ein bis zwei Nummern kleiner. Oft handelt es sich um lokale Leuchttürme, vor Ort lange etabliert, mit vielen Stammkunden und guter Vernetzung ins örtliche Vereins- und Gesellschaftsleben. Das „sagen“ freilich nicht die Zahlen, sondern das Studium der eingereichten Bewerbungsmappen: Man kooperiert mit örtlichen Landwirten und Erzeugern, mit Vereinen und sozialen Einrichtungen, beliefert Schulen und Altenheime, unterstützt Sportvereine.

Trends und Tendenzen sind überall gleich: Bedientheken kommen

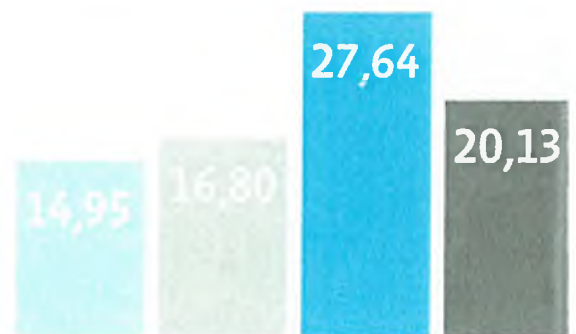
Mitarbeiter: Vollzeit ist selten

Der Anteil der Vollzeitkräfte liegt generell bei gut 30 Prozent.



Durchschnittsböden 2015

Je größer die Fläche und je höher der Nonfood-Anteil, desto höher fällt der Durchschnittsböden aus.



- Filialisten unter 2.000 qm
- Selbstständige unter 2.000 qm
- Filialisten über 2.000 qm
- Selbstständige über 2.000 qm

Verkaufsfläche: Größe ist nicht alles

Wer viel Platz hat, hat auch mehr Erfolgsdruck. Selbst bei den beiden Kategorien mit mehr als 2.000 qm Verkaufsfläche liegt der Durchschnitt deutlich unter 5.000 qm, bei den großen Selbstständigen sogar nur knapp über der Kategorie-Grenze.



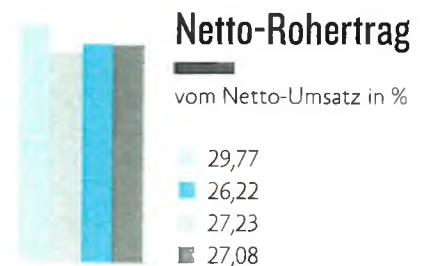
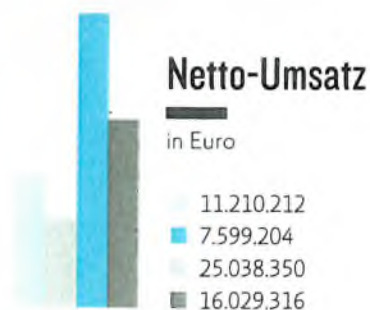
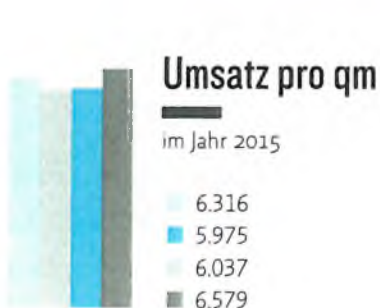
Artikel-Anzahl 2015 im Durchschnitt

Je größer die Verkaufsfläche, desto mehr Artikel umfasst das Sortiment. Doch mit der Anzahl wächst auch der Aufwand und das Risiko für Regallücken.



Anzahl Kassenbons 2015

Die durchschnittliche Anzahl der Bons ist im Schnitt bei großen Filialen doppelt so hoch wie bei kleinen Selbstständigen.



wieder und werden sogar ausgebaut (Verlängerung der Thekenmeter) und aufgerüstet (Räucherofen, heiße Theke, Dry-aged-Reifeschrank usw.). Von den 61 Vor-Finalisten haben nur 5 Prozent keine Bedientheke.

BEDIENTHEKEN WERDEN AUFGERÜSTET

Bedenkt man, dass mancher Bewerber nur rund 700 qm Verkaufsfläche hat (der kleinste Markt im Rennen hat 553 qm), wird noch deutlicher, dass Bedienung bei den Besten der Branche heute (wieder) ein Muss ist. Kein Wunder, ist doch abgesehen vom Kassivorgang das Kundengespräch an der Bedientheke für die Händler oft die einzige Chance zum direkten Kontakt mit seiner Kundschaft. Aus diesem Grund und um sich noch mehr vom Wettbewerb zu differenzieren, investieren stetig mehr Händler in Gastrokonzepte: Selbst bei Selbstständigen mit weniger als 2.000 qm Verkaufsfläche haben mehr als 25 Prozent ein Gastrokonzept, bei den Filialen mit mehr als 2.000 qm Verkaufs-

fläche sind es bereits 73 Prozent. Dass nur relativ neue und moderne Märkte im Wettbewerb eine Chance hätten, wie die Redaktion oft zu hören bekommt, wird abermals widerlegt: In jeder Kategorie stammen die ältesten Märkte aus den 60er- und 70er-Jahren, und z. B. der Globus im saarländischen Losheim am See und A. Glasmeyer im Landhaus in Hamburg haben eine Nominierung geschafft. Auffällig: Quer über alle Kategorien hinweg liegt der Anteil der Vollzeitkräfte bei gut 30 Prozent der Mitarbeiter. Auch der qm-Umsatz hat überall ein Niveau (von 5.975 Euro bei den kleinen Selbstständigen bis hin zu 6.579 Euro bei den großen Selbstständigen). Und der „Netto-Rohhertrag vom Netto-Umsatz in Prozent“ schwankt nur zwischen 26,22 Prozent (kleine Selbstständige) und 29,77 Prozent (kleine Filialen). Der „Personalaufwand in Prozent vom Netto-Umsatz“ scheint bei 13 Prozent in Stein gemeißelt zu sein, und Frauen in Führungspositionen sind im Handel noch selten. Nur fünf der 61 Märkte werden von Frauen geleitet.

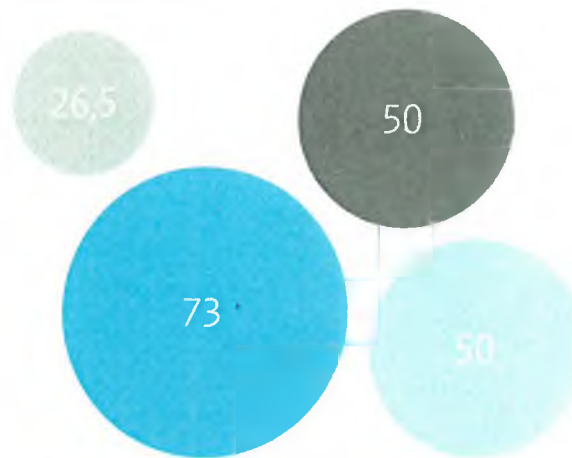
Sponsoren

Mit Unterstützung von:



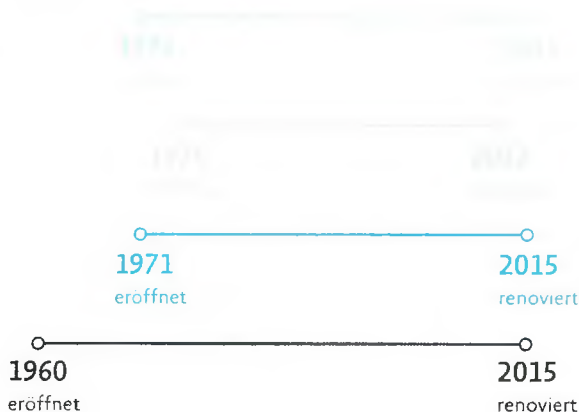
Gastrokonzept in Prozent

An Gastronomie-Angeboten kommt der Handel kaum mehr vorbei.



Älteste Märkte

Der älteste Markt pro Kategorie und die neuesten Renovierungen



- Filialisten unter 2.000 qm
- Selbstständige unter 2.000 qm
- Filialisten über 2.000 qm
- Selbstständige über 2.000 qm

EBITDA

IN EURO

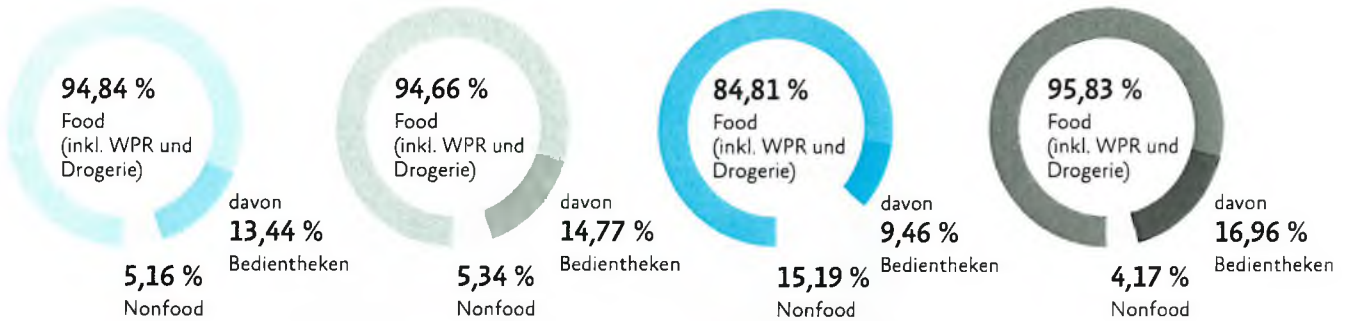


IN PROZENT



Umsatzanteile 2015

Der Anteil der Bedientheken vom Bruttoumsatz ist fast überall zweistellig.



Teilnehmer

34%

Filialisten

66%

Selbstständige

35%

mit mehr als 2.000 qm

65%

mit weniger als 2.000 qm

Von allen
Bewerbern
haben

5%

keine
Bedientheken.

Personalaufwand

in Prozent vom Nettoumsatz

