

Schwarz-Gruppe: Starkes Umsatzplus und 20.000 neue Jobs 2024!

Die Schwarz-Gruppe wächst 2024 um 4,9 % und schafft 20.000 neue Arbeitsplätze. Investitionen steigen auf 9,6 Milliarden Euro.



Rheine, Deutschland - Die Schwarz Gruppe, als eine der führenden Handelsgruppen in Europa, hat kürzlich ihre Geschäftszahlen für das Jahr 2024 veröffentlicht. Der Gesamtumsatz des Unternehmens stieg um 4,9 Prozent auf 175,4 Milliarden Euro. Trotz schwieriger globaler Herausforderungen verzeichneten alle Geschäftsfelder Zuwächse. Der Erfolg wurde besonders durch die Discountermarke Lidl getragen, die ihren Umsatz um 5,3 Prozent auf 132,1 Milliarden Euro steigern konnte. Kaufland, eine weitere Marke der Schwarz Gruppe, erzielte ebenfalls ein Wachstum von 2,9 Prozent auf 35,2 Milliarden Euro.

Im Fokus der positiven Entwicklung steht auch die Schaffung

von Arbeitsplätzen. So konnte die Schwarz Gruppe rund 20.000 neue Stellen schaffen und beschäftigt nun insgesamt 595.000 Mitarbeiter weltweit. Diese Expansion spiegelt sich auch in den Investitionen wider, die im Geschäftsjahr 2024 um 7,5 Prozent auf 8,6 Milliarden Euro erhöht wurden. Davon fließen 3,3 Milliarden Euro in Deutschland. Für das Jahr 2025 plant die Schwarz Gruppe, die Investitionen auf 9,6 Milliarden Euro zu erhöhen, wobei 3,7 Milliarden Euro in Deutschland investiert werden sollen.

Umsatzentwicklung und Wettbewerb

Besonders bemerkenswert ist, dass die Schwarz Gruppe mit ihrem Umsatzwachstum im Geschäftsjahr 2023/24 von 8,5 Prozent auf 167,2 Milliarden Euro unter der Lebensmittelinflationsrate in der EU von 12,6 Prozent blieb. Dies zeigt eine hohe Effizienz und Herstellerkompetenz in einem herausfordernden Markt. Im Vergleich dazu erreichte die Rewe Group einen Umsatz von 92,3 Milliarden Euro mit einem Wachstum von 8,9 Prozent, während Tesco knapp 80 Milliarden Euro mit 5 Prozent Zuwachs erwirtschaftete. Aldi positioniert sich zwischen diesen Größen, genaue Zahlen sind jedoch nicht verfügbar.

Das Konzept der niedrigen Preise und effizienten Kostenmanagements steht bei Lidl und Kaufland weiterhin im Vordergrund. Während Lidl seine Filialen um 200 im Vergleich zu früheren Jahren erhöhte, bleibt der Umbau des internationalen Einkaufs hinter den Erwartungen zurück. Dennoch laufen Vorbereitungen für die Expansion in Bosnien und Nordmazedonien.

Online-Handel und Nachhaltigkeit

Im Bereich des Online-Geschäfts vermeldete die Schwarz Gruppe einen stabilen Umsatz von 1,7 Milliarden Euro, was im Vergleich zum Vorjahr konstant bleibt. Die digitalen Lösungen von Schwarz Digits tragen zur Stabilität des Unternehmens bei

und sichern dessen digitale Unabhängigkeit, wodurch der Umsatz in diesem Sektor ebenfalls bei 1,9 Milliarden Euro stabil bleibt.

Ein weiteres Highlight der Schwarz Gruppe ist das Segment PreZero, das sich auf Kreislaufwirtschaft fokussiert und seinen Umsatz um 5,4 Prozent auf 3,9 Milliarden Euro steigern konnte. Neue Produktionskapazitäten in der Nussrösterei in Rheine und einem Getränkewerk in Derby (UK) unterstützen die Wachstumsstrategie des Unternehmens, das sich zu nachhaltigem Wachstum verpflichtet hat.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Schwarz Gruppe trotz marktlicher Herausforderungen und inflationärer Entwicklungen gut aufgestellt ist. Die Zukunftsperspektiven für den Lebensmitteleinzelhandel bleiben jedoch angespannt, wie die Studie „State of Grocery 2025“ von McKinsey & Company und EuroCommerce verdeutlicht. Diese prognostiziert, dass 55% der Führungskräfte im Lebensmitteleinzelhandel Stabilität für 2025 erwarten, während 29% eine Verschlechterung befürchten.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Rheine, Deutschland
Quellen	• www.ots.at • www.fim-online.de • www.mckinsey.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at