

PRESSEGESPRÄCH UNIGruppe

29. März 2023

Die Themen

- Geschäftsergebnisse 2022/23
- Fokus auf Ausbau der digitalen Prozesse und Abläufe der Unternehmensgruppe
- unik: Strategische Neuausrichtung & Bündelung der Kompetenzen
- Nachhaltige Entwicklung: Gründung von Energiegemeinschaften

Ihre Gesprächspartner

- Dkfm. Andreas Haider, Eigentümer und Geschäftsführer der UNIGruppe
- Mag. Robert Knöbl, Geschäftsführer der UNIGruppe

Bildhinweis: UNIGruppe (Abdruck bei Nennung honorarfrei)

PRESSEINFORMATION zum Pressegespräch

Digitalisierung als Treiber der Zukunft

UNIGruppe schließt trotz herausforderndem Umfeld Geschäftsjahr erfolgreich ab, setzt neue strategische Akzente und legt einen zentralen Fokus auf die Digitalisierung von Prozessen.

Die UNIGruppe blickt auf ein solides Geschäftsjahr 2022/23 zurück. Die Gruppe, unter deren Dach die Unimarkt Handelsgesellschaft, der UNIGroßhandel und die UNILogistik firmieren, erzielte ein konsolidiertes EBT in Höhe von rund 1 Mio. Euro. Der konsolidierte Umsatz der UNIGruppe liegt bei rund 446 Mio. Euro. *„Wir sind mit unseren Ergebnissen 2022/23 zufrieden. Trotz der großen Herausforderungen im letzten Jahr, wie die steigende Energie- und Treibstoffpreise, die Schwierigkeiten bei der Rohstoffbeschaffung, die Preissteigerungen der Industrie, der Mitarbeitermangel sowie der Rückgang der Kaufkraft, blicken wir auf ein turbulentes, aber trotzdem gutes Jahr zurück. Die dennoch positive Entwicklung ist auf unsere Erfolgssäulen zurückzuführen: die breit diversifizierte Struktur unserer Gruppe, die Visionen und Weiterentwicklungen und die gelebte Regionalität und Nachhaltigkeit“*, so Dkfm. Andreas Haider, Eigentümer und Geschäftsführer der UNIGruppe.

Mit Blick auf das Geschäftsjahr 2023/24 liegt der Fokus vor allem auf der Digitalisierung von Prozessen und Abläufen innerhalb und außerhalb des Unternehmens. Auch die Nachhaltigkeit mit Schwerpunkt Energiekosteneinsparung und ressourcenschonender Energienutzung stehen im Mittelpunkt. *„Die digitale Transformation und die Nachhaltigkeit sind die zentralen Treiber unserer Zeit und unverzichtbar für weiteres Wachstum und für die Zukunftssicherung. Daher planen wir in diesem Bereich heuer einige Investitionen um die Themen weiter voranzutreiben“*, erklärt Mag. Robert Knöbl, Geschäftsführung UNIGruppe. Im letzten Jahr wurden aufgrund der Herausforderungen und äußeren Umstände nur rund 10 Mio. Euro, anstatt der angekündigten 15 Mio. Euro investiert.

Unimarkt forciert Digitalisierung

Die Unimarkt Handelsgesellschaft erreichte im abgelaufenen Geschäftsjahr, trotz der Schließung von drei Standorten, mit einem Umsatz von rund 316 Mio. Euro ein zufriedenstellendes Ergebnis.

Unimarkt sieht sich als starker regionaler Nahversorger und lebt dies in allen Bereichen. *„Aktuell erzielen wir mit unseren regionalen und lokalen Marken einen Sortiments-Anteil von rund 17 %, hier merkt man deutlich, dass sich das Einkaufsverhalten der Kund:innen im letzten Jahr verändert hat, was natürlich nicht optimal für uns ist. Dafür entwickelt sich aber unsere Preis-Leistungsmarke UNIpur sowie Jeden Tag mit einem Sortimentsanteil von knapp unter 10 % recht gut“*, erklärt Haider. Das Bio-Segment mit der Eigenmarke natürlich für uns und der Bio-Marke Alnatura ist leider auch von der Veränderung des Kaufverhaltens betroffen und liegt aktuell bei rund 10 %.

Auch heuer wird der eingeschlagene Weg zur Franchiseorganisation konsequent weiterverfolgt, auch wenn es aufgrund der äußeren Umstände schwieriger ist neue Partner zu finden. *„Durch Themen wie Krieg in der Ukraine, Teuerung oder Inflation ist die Unsicherheit natürlich aktuell sehr groß. Daher entscheiden sich weniger Menschen für die Selbstständigkeit. Wir blicken aber trotzdem optimistisch in die Zukunft. So haben wir im März zwei neue Franchise-Standorte in der Steiermark, einen in Rohrbach an der Lafnitz und einen in Thal, eröffnet. Unser Ziel ist es 2023 insgesamt fünf Standorte zu eröffnen“*, erklärt Haider. Im Sommer folgt dann noch ein weiterer Standort in Lamprechtshausen und im Spätherbst wird in Liebenau ein weiterer Standort von einem Partner eröffnet. Der Schwerpunkt im Bereich Franchise liegt aber heuer auch ganz klar in der Umsetzung verschiedener Digitalisierungsprojekte, wie beispielsweise auf der Einführung der papierlosen Buchhaltung bei den Franchisepartnern sowie auf dem Thema Energiegemeinschaften. Aktuell werden 69 der 130 Standorte von Franchisepartnern geführt.

„Am Vormittag einkaufen und klassisch an der Kasse bezahlen, am Nachmittag die Bezahlung selbst per autonomen Self-Checkout abwickeln – ein Konzept, welches schon erfolgreich bei einigen Nah&Frisch-Kaufleuten eingeführt wurde und in Kürze auch bei Unimarkt zum Einsatz kommt“, so Haider. So wird im April der erste Unimarkt Hybridmarkt in Kematen/Innbach getestet. *„Die Zukunft des Lebensmittelhandels ist Hybrid. Es wird immer schwieriger Mitarbeiter:innen zu finden und mit dem Konzept des Hybrid-Supermarktes kann man dieser Entwicklung ganz klar entgegensteuern. Außerdem können die maximalen Rahmenöffnungszeiten dank der Automatisierung optimal ausgenutzt werden“*, erklärt Andreas Haider. So wird auch der bestehende Partner-Standort am Grundlsee in Kürze auf Hybrid umgerüstet und dann rechtzeitig vor Saisonstart als Hybridmarkt eröffnet.

Weitere Schwerpunkte liegen in der Fortführung der Digitalisierungsoffensive (z.B. neues Kassensysteme, elektronische Preisauszeichnungen, ...) sowie auf der Weiterentwicklung des

bestehenden Online Shop. *„Aktuell haben sich die Bestellungen im Unimarkt Online Shop wieder auf dem Level wie vor der Pandemie eingependelt. Wir sind hier daher gerade dabei an einer neuen Ausrichtung zu arbeiten, die noch besser zur UNIGruppe passt“,* erklärt Haider.

„Ein weiterer Schritt, der umgesetzt wurde, um den Servicegrad am POS weiter zu verbessern, ist die Möglichkeit für unsere Kaufleute ab sofort auf ca. 20.000 Artikel der Sortimente von Transgourmet zugreifen zu können um in der Vor-Ort-Versorgung noch mehr Kundenbedürfnisse befriedigen zu können“, so Haider

Die Digitalisierung der Kommunikation ist auch ein wichtiger Part in diesem Geschäftsjahr bei Unimarkt und wird laufend weiterentwickelt. So rücken die diversen Social Media Plattformen des Unternehmens noch mehr in den Fokus und spielen eine immer wichtigere Rolle in der Kommunikation mit den Kund:innen, eine weiterer digitale Transformation betrifft das Unimarkt Flugblatt. *„Ab April bieten wir unseren Kund:innen die Möglichkeit nach einer kostenlose Anmeldung unsere Flugblätter, neben Print und Website, auch über WhatsApp zu erhalten. Mit dem digitalen Flugblatt auf WhatsApp bekommen Kund:innen alle Angebote auf ihr Smartphone und verpassen keine Aktionen mehr. Einfach und nachhaltig ein weiterer Schritt Richtung Zukunft“,* so Haider.

Auch wurde die bestehende Kooperation mit dem Kundenbindungsprogramm PAYBACK für weitere drei Jahre verlängert. *„Aktuell liegen wir mit PAYBACK bei einer Umsatzdurchdringung von fast 50 %, was sehr erfreulich ist. Wir sehen in PAYBACK ein effizientes und innovatives Instrument zur Kundenansprache, sowohl im offline als auch im online Bereich und freuen uns daher sehr auf die nächsten gemeinsamen Jahre mit PAYBACK“,* so Haider. Mit PAYBACK wird bei jedem Einkauf bares Geld gespart. Ab 200 gesammelten Punkten können diese unter anderem auch direkt an der Kassa eingelöst werden. Eingelöst werden können alle Punkte, egal bei welchem PAYBACK Partner die Punkte gesammelt wurden. Um PAYBACK nützen zu können, muss einfach die Karte oder App registriert und dann bei jedem Einkauf an der Kassa vorgezeigt werden. Dabei gibt es ab 2 € Umsatz einen PAYBACK-Punkt. Mit Coupons können Kunden die Punkte zudem schnell vervielfachen, ihren Punktestand dadurch rasch erhöhen und noch viel mehr sparen.

Nah&Frisch Hybridmärkte auf Erfolgskurs

„2022 eröffneten wir den ersten Hybrid-Markt in Gafrenz, mittlerweile gibt es bereits in vier Gemeinden (Gafrenz, Schenkenfelden, Pabneukirchen und Nußdorf am Attersee) Hybrid-Supermärkte. Das Konzept ist uns voll aufgegangen und wird von den Kund:innen sehr gut angenommen. Der

Vorteil für die Kaufleute liegt klar auf der Hand: Sie können die maximalen Rahmenöffnungszeiten ohne zusätzliche Kosten ausnützen, was einerseits den Servicegrad für die Kund:innen erhöht und sich andererseits auch in den betriebswirtschaftlichen Kennzahlen widerschlägt“, so Robert Knöbl. Aufgrund der positiven Reaktionen wird dieses zukunftsweisende System heuer noch auf ca. 25 weitere Standorte ausgerollt, unter anderem auch auf einen Land lebt auf Tankstelle, die noch vor dem Sommer eröffnet wird.

Aktuell beliefert der UNIGroßhandel 319 Standorte (überwiegend Nah&Frisch-Märkte, Land lebt auf), fünf davon liegen im Salzburger Pongau und wurden im Herbst 2022 vom Handelshaus Wedl von der UNIGruppe übernommen. Der UNIGroßhandel erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Lieferumsatz von rund 95 Mio. Euro und somit einen POS (Point of Sale)- Außenumsatz von rund 220 Mio. Euro.

Dann steht bei Nah&Frisch heuer noch ein großes Jubiläum an, und zwar feiert die Marke im Juni ihr 40-jähriges Bestehen. *„Diesen besonderen Geburtstag zelebrieren wir mit einer Jubiläumskampagne. Vom Flugblatt, über Plakate bis hin zu TV-Spots und natürlich mit vielen tollen Preisaktionen machen wir unsere Kund:innen auf unser Jubiläum aufmerksam. Darüber hinaus stehen natürlich auch unsere selbstständigen Kaufleute im Mittelpunkt, um ihre großartige Arbeit wertzuschätzen“,* so Knöbl.

UNIBox als digitaler Treiber

Aktuell werden 17 UNIBox-Standorte in Oberösterreich und in der Steiermark betrieben. *„Nach zwei Jahren Erfahrung wissen wir mittlerweile, welche Standorte gut funktionieren und für welche das Konzept weniger geeignet ist. So zeigt sich, dass in es in ländlichen Gebieten, wo es jahrelang keinen Nahversorger gab, sehr schwierig für die UNIBox ist, da die Menschen es dort gewohnt sind sich anders zu versorgen“,* erklärt Haider. Super funktioniert die UNIBox an hochfrequentierten Standorten, wie bei Tankstellen, Bahnhöfen oder Bürokomplexen. Die steigenden Energiekosten stellen aber auch bei der UNIBox eine große Belastung dar. *„So sind beispielsweise die Klimaanlage oder auch die Tiefkühlung große Energiefresser, spürt man natürlich und macht uns im puncto Kosten zu schaffen“,* so Haider.

Weiters wenig erfreulich ist, dass der Antrag auf Änderung des Öffnungszeitengesetzes auf Bundesebene abgelehnt wurde und es zum derzeitigen Zeitpunkt zu keiner Gleichstellung mit dem Tankstellengesetz kommt. *„Eine Entscheidung, die wir überhaupt nicht verstehen und auch nicht nachvollziehen können. Wir werden definitiv weiter dafür kämpfen, damit es hier zu einer Änderung*

bzw. Anpassung kommt. Auch aufgrund dieser Entscheidung haben wir intern beschlossen, bei den UNIBoxen heuer den Schwerpunkt auf Evaluierung und Optimierung zu legen.“

„Sehr stolz sind wir auch, dass wir mit dem innovativen UNIBox-Konzept vom Österreichischen Franchiseverband in der Kategorie Franchisesystem Newcomer des Jahres 2023 nominiert sind. Die Award-Verleihung ist im Mai 2023“, erzählt Haider.

In den nächsten Monaten steht die Umrüstung weiterer UNIBox-Standorte auf Zutritt mit Bankomatkarte an. *„Geplant ist die Umstellung auf Bankomat in den Standorten Wernstein, Feldkirchen und Utzenaich, diese soll bis Anfang Juni abgeschlossen sein. Dann sind es mit Dorf an der Pram, Kitzreck und der Tabakfabrik in Linz insgesamt sechs Standorte, bei denen der Zutritt mit Bankomatkarte möglich ist“,* erklärt Haider. Und ergänzt noch: *„Leider ist es zum aktuellen Zeitpunkt aufgrund der Sicherheit nicht überall möglich auf Bankomat umzustellen, da es an manchen Standorten ein zu großes Risiko von vermehrten Diebstählen gibt. Deshalb müssen wir hier jeden einzelnen Standort genau evaluieren und gehen dann Schritt für Schritt vor.“*

UNIBox Neueröffnungen stehen heuer – wie schon erwähnt - nicht im Mittelpunkt, der Fokus liegt stärker auf Nah&Frisch- und Unimarkt-Hybridmärkten. *„Wir sind aber sehr froh die UNIBoxen zu haben, denn so konnten wir in den letzten beiden Jahren viel Know-How sammeln und uns sowohl technisch als auch im Servicebereich weiterentwickeln und haben so eine tolle Basis für die Digitalisierung am POS und für die Hybridisierung unserer stationären Flächen geschaffen“,* so Haider.

Gelebte Nachhaltigkeit: Projekt Energiegemeinschaften

Nach zweijähriger Test- und Entwicklungsphase hat der Unimarkt Franchisenehmer Erhard Meindl in der Gemeinde Waldhausen im Jänner 2023 mit Bürger:innen / Kund:innen, Gemeinde & weiteren Unternehmern sowie mit der Fa. Neoom eine speziell entwickelte digitale Plattform, die gemeinsam mit der TU Wien entwickelt wurde, gestartet. Seit dem Start bezieht der Unimarkt Nahversorger den überschüssigen Strom von Partnern der gegründeten Energiegemeinschaft. Durch monatliche Liefer- und Verbrauchsabrechnungen erhalten die privaten Stromlieferanten, mit einem fix vereinbarten Tarif, in Form von Unimarkt-Einkaufsgutscheinen oder Barauszahlung den gelieferten Strom, vergütet. *„Dieses Projekt zeigt, dass Nachhaltigkeit für uns keine Marketingfloskel ist, sondern wir aktiv daran arbeiten nachhaltige Schritte für die Zukunft zu setzen. Die Energiegemeinschaften sind überhaupt für unsere ländlich-strukturierten Unimarkt und Nah&Frisch-Standorte essenziell, da diese zur Energiekosteneinsparung beitragen und auch ein wichtiges Kundenbindungsinstrument sind“,*

erklärt Haider. Weitere Vorteile der Energiegemeinschaften sind die erneuerbare Energieproduktion, die lokale und regionale Wertschöpfung, Sensibilisierung der Bevölkerung sowie ein gut kalkulierbarer Strompreis. Derzeit sind bereits 7 Standorte (Unimarkt- und Nah&Frisch-Standorte) in der Projektphase mit den örtlichen Kommunen.

unik: Der Convencienversorger der Zukunft

Rund ein Jahr liegt die Übernahmen der unik (vormals Lekkerland) nun zurück und in den letzten Monaten ist einiges passiert. So wurde letztes Jahr im April ein neues ERP-System (Enterprise Resource Planning-System) eingeführt, welches viele Herausforderungen mit sich brachte, mittlerweile aber gut integriert wurde. *„Überhaupt hat die Integration von unik in unsere Stammhäuser gut funktioniert und wir haben eine solide Basis für eine erfolgreiche gemeinsame Zukunft geschaffen. Jetzt geht es an die Weiterentwicklung von unik zu einem echten Convenience-Versorger für die österreichische Kleinstruktur“*, erklärt Haider. So lag der Umsatz der unik im Geschäftsjahr 2022 bei rund 80 Mio. Euro, ein Wert, der sehr zufriedenstellend ist.

Eine weitere große Veränderung war die Schließung des Lagers in Ternitz. *„Nach einer Evaluierung der Lagerstrategie haben wir uns im letzten Jahr entschieden das Lager in Ternitz zu schließen, und die Synergien durch die Integration der unik-Kund:innen in unsere vorhandenen Lagerstrukturen zu nutzen. Mit Ende Februar wurde das Lager geschlossen und wir sind sehr froh, dass der Prozess reibungslos funktioniert, hat“*, erklärt Haider.

Aktuell werden die Prozesse der Stammhäuser UNIGruppe und Kiennast optimiert und die Sortimente harmonisiert. *„Ein Zusammenschluss in diesem ist natürlich ein wahnsinniger Kraftakt, der viele Herausforderungen mit sich bringt und viele Ressourcen benötigt. Wir sind aber sehr zufrieden mit dem Projektverlauf und freuen uns jetzt auf alles was mit unik auf uns zu kommt“*, erzählt Haider.

Status Quo: UNILogistik

„Die UNILogistik konnte den Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 35 Mio. Euro steigern“, so Knöbl. Und ergänzt: *„Eine große Herausforderung stellen aber auch hier die gestiegenen Treibstoffpreise dar. Wir fahren pro Jahr rund 4 Mio. Kilometer, man kann sich also vorstellen, welche enorme Kostenbelastung dies für uns ist.“* Auch in der UNILogistik sind die Kühlanlagen natürlich große Energiefresser und wirken sich negativ auf die Kosten aus. Auch der akute Mitarbeitermangel hat der UNILogistik sehr zu schaffen gemacht.

Durch die Schließung des ehemaligen Lekkerland-Lagers in Ternitz ergibt sich bei UNILogistik eine deutliche Mengensteigerung an beiden Standorten durch das Volumen der unik. Aktuell liegt der Fokus auf der Optimierung der Logistikkette, außerdem werden noch einigen Nachjustierungen und Anpassungen vorgenommen, um für Kund:innen einen reibungslosen Ablauf und einen weiterhin hohen Servicegrad zu gewährleisten.

Mit Schwung ins zweite Messejahr

„Es ist uns eine große Freude auch heuer wieder die größte Messe für selbstständige Lebensmittelhändler in Österreich als Kooperation zwischen der UNIGruppe und dem Handelshaus Kiennast veranstalten zu können“, so Haider. Auch heuer sind wieder mehr als 100 Aussteller sowie mehr als 450 Unternehmer an beiden Messetagen in der 9.000 m² großen Messehalle dabei. Erwartet werden außerdem mehr als 1.000 Besucher. *„Unsere Fachmesse dient als Plattform um sich mit anderen Kaufleuten, Franchisepartnern, Industriepartnern und Produzenten zu treffen und sich auszutauschen. Dadurch können Partnerschaften weiterwachsen und neue Netzwerke entstehen“,* erklärt Haider. Und Knöbl ergänzt: *„Darüber hinaus werden wieder spannende Brancheninnovationen und Produktneuheiten für das nächste Jahr präsentiert und die Besucher: innen können sich auf zahlreiche interessante Inputs rund um die Themen Digitalisierung, Social Media, Nachhaltigkeit aber auch zu gegenwärtig heiß diskutierten Themen im LEH wie Energie und Einweg-/Mehrweg freuen.“*

Die UNIGruppe per 28. Februar 2023

Die UNIGruppe GmbH erzielte im Geschäftsjahr 2022/23 mit rund 3.100 Mitarbeitern (davon ca. 1.310 in der Zentrale, in den Eigenfilialen und der Logistik; die restlichen Mitarbeiter teilen sich auf die Unimarkt-Franchisepartner und Nah&Frisch-Kaufleute auf) einen Umsatz von 446 Mio. Euro. Die zentralen Servicebereiche der UNIGruppe dienen als Dienstleister für den selbstständigen Kaufmann (Nah&Frisch, Land lebt auf, Sonderkunden), die Unimarkt-Franchisepartner, die Unimarkt-Filialen und die UNIBox. Die UNIGruppe positioniert sich als regionaler Nahversorger mit Familienfokus in unterschiedlichen Größen und Ausprägungen und ist in den Bundesländern Oberösterreich, Niederösterreich, Salzburg, Steiermark und Burgenland vertreten. In der UNIGruppe sind der UNIGroßhandel (Nah&Frisch, Land lebt auf, Sonderkunden), die UNILogistik und die Unimarkt Handels GmbH, jeweils zu 100%, vereint, sowie die unik, als 50% - Tochter der UNIGruppe. Die unik erzielte im Geschäftsjahr 2022 einen Umsatz von 80 Mio. Euro. Im Einkauf werden die Kräfte über die 50%-Tochter, TopTeam-Zentraleinkauf (Transgourmet Schweiz und UNIGruppe), gebündelt.



Unimarkt-Flugblatt per WhatsApp erhalten – einfach QR-Code scannen und den Anweisung per WhatsApp folgen:

