

Umsatz im österreichischen Lebensmittel- und Drogeriefachhandel wächst auf 32,1 Milliarden Euro

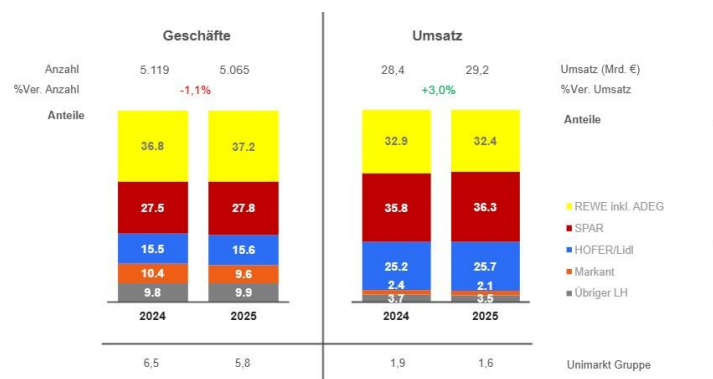
- Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) und Drogeriefachhandel (DFH) setzt 2025 32,1 Milliarden Euro um
- Die Anzahl der Geschäfte im LEH bleibt weiterhin rückläufig
- Verbrauchermärkte (>1.000 Quadratmeter Verkaufsfläche) treiben das Wachstum im LEH
- Der DFH entwickelt sich dynamischer und erreicht 2,8 Milliarden Euro Umsatz

Wien, 19. Mai 2026 – Die österreichischen KonsumentInnen gaben im Jahr 2025 32,1 Milliarden Euro für Produkte des täglichen Bedarfs in Lebensmittel- und Drogeriegeschäften aus. Dies wurde bei der jährlichen Strukturdatenerhebung von NielsenIQ, der „Volkszählung im Lebensmitteleinzel- und Drogeriefachhandel“, konstatiert. In absoluten Zahlen entspricht diese Entwicklung einem Plus von 0,9 Milliarden Euro (+3,1 Prozent) im Vergleich zum Jahr 2024.

Im Rahmen der jährlichen Strukturdatenerhebung für den österreichischen Lebensmitteleinzel- und Drogeriefachhandel, erhebt NielsenIQ einmal im Jahr umfangreiche Informationen zu Kennzahlen wie beispielsweise Umsatz, Standorten und Verkaufsflächen der teilnehmenden Handelsorganisationen. Daraus ergibt sich für das Jahr 2025 das Bild, dass der österreichische Totalmarkt, bestehend aus dem Lebensmitteleinzelhandel inklusive Diskonter (LEH inkl. H/L) sowie dem Drogeriefachhandel (DFH), ein nominales Wachstum von 3,1 Prozent verzeichnete. Im selben Zeitraum betrug die Inflationsrate in Österreich laut Statistik Austria 3,6 Prozent. Damit blieb die Branchenentwicklung unterhalb der Teuerungsrate, was inflationsbereinigt einem leichten realen Rückgang entspricht.

Marktanteile für das Gesamtjahr 2025 vs. 2024 des Lebensmitteleinzelhandels inklusive Diskont

Der Lebensmitteleinzelhandel inklusive Diskont (LEH inkl. H/L) erzielte im Jahr 2025 ein Umsatzwachstum von 3,0 Prozent und steigerte damit sein Gesamtvolumen auf 29,2 Milliarden Euro. Gleichzeitig verringerte sich die Zahl der Standorte um 54, womit der Lebensmitteleinzelhandel inklusive Diskont im Jahr 2025 insgesamt 5.065 Filialen umfasste. Die Gesamtverkaufsfläche stieg leicht um +0,4 Prozent auf 3,56 Millionen Quadratmeter an.



Quelle: NIQ Sensus Daten | Stand: Dezember 2025 | Rundungsdifferenzen möglich

SPAR kann die Marktführerschaft im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel gemessen an Marktanteilen im Jahr 2025 weiter ausbauen und erreichte einen Umsatzmarktanteil von 36,3 Prozent. Das entspricht einem Zuwachs von 0,5 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Die REWE-Lebensmittelhandelsgruppe (ohne BIPA) erreicht einen Umsatzmarktanteil von 32,4 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Rückgang von 0,5 Prozentpunkten. Die Discounter HOFER und Lidl setzen den Diskont-Wachstumspfad auch 2025 fort. Gemeinsam erzielen die beiden einen Marktanteil von 25,7 Prozent und legten damit um 0,5 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr zu. Besonders bemerkenswert ist das dynamische Wachstum von Lidl im Umsatz mit 6,6 Prozent, welches ihn zum Umsatzwachstumssieger im Jahr 2025 macht. Die Markant-Gruppe (exkl. MPREIS), bestehend aus den Standorten von Unimarkt und Nah&Frisch, erzielte im Gesamtjahr 2025 einen Marktanteil von 2,1 Prozent und verzeichnete damit einen Rückgang von -0,3 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Grund dafür sind vor allem die zahlreichen Standortschließungen bei Unimarkt, welcher durch den Rückzug der Marke aus dem österreichischen Lebensmitteleinzelhandel resultiert. Der übrige Lebensmitteleinzelhandel, bestehend aus MPREIS sowie dem nicht-filialisierten Lebensmittelhandel, verzeichnete im Jahr 2025 einen Marktanteilsrückgang von -0,2 Prozentpunkten und bilanziert bei 3,5 Prozent.

Die Gesamtverkaufsfläche im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel steigt 2025 leicht um +0,4 Prozent auf insgesamt 3,56 Millionen Quadratmeter. Die Flächenproduktivität kann um +2,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Damit bilanziert der Lebensmitteleinzelhandel inklusive Diskont bei 8,200 Euro pro Quadratmeter im Jahr 2025, was einer absoluten Steigerung von 200 Euro pro Quadratmeter entspricht. Bei genauerer Betrachtung der unterschiedlichen Geschäftstypen weisen vor allem die Verbrauchermärkte (Flächen über 1.000 Quadratmeter) die stärkste Dynamik auf. Dieses Format legt sowohl bei Anzahl an Geschäften sowie Umsatzwachstum entsprechend zu. Die Entwicklung aller selbstständigen Kaufleute ist ebenfalls sehr dynamisch: Sie erzielen ein Umsatzwachstum von +5,0 Prozent bei rückläufiger Anzahl der Geschäfte und können so ihre Bedeutung im österreichischen Handel steigern. Insgesamt beläuft sich das erwirtschaftete Gesamtumsatzvolumen auf 3,9 Milliarden Euro, wobei das Kaufleute-Netzwerk 1.571 Standorte umfasst. Damit liegt der Anteil der Kaufleute an allen Geschäften im Lebensmitteleinzelhandel inklusive Diskont bei 31,0 Prozent. Der Marktanteil der selbstständigen Kaufleute hebt sich von 13,1 Prozent im Jahr 2024 auf nunmehr 13,4 Prozent im Jahr 2025.

Drogeriefachhandel in Österreich geht in Richtung 3 Milliarden Euro Umsatz

Mit einem Umsatzplus von +3,7 Prozent wächst der österreichische Drogeriefachhandel in 2025 stärker als der Lebensmitteleinzelhandel und bilanziert 2025 bei 2,8 Milliarden Euro und insgesamt 1.044 Standorten.

Definition der Strukturdatenerhebung und All Commodity Umsatz

Die **jährliche Strukturdatenerhebung (Zensus)** der an diesem Service teilnehmenden Händler erfolgt nach Definition des **All Commodity (AC) Umsatzes**. Der All Commodity Umsatz umfasst den gesamten Bruttoumsatz inklusive Mehrwertsteuer aller verkauften Artikel im besagten Zeitraum (Kalenderjahr) und inkludiert Umsätze aus den Geschäften, aus Hauszustellungen und aus Onlinebestellungen. Er umfasst somit den Totalumsatz, der entweder über die Ladenkassen oder über mobile Kassensysteme (online) abgewickelt wird.

NielsenIQ Österreich

Diese Pressemitteilung finden Sie ab 19. Mai 2026 auch unter:

<https://nielseniq.com/global/de/news-center/2026/umsatz-im-osterreichischen-lebensmittel-und-drogeriefachhandel-wachst-auf-321-milliarden-euro-geschäftsanzahl/>

Pressekontakt: Verona Klug, T: +41 632 9115, verona.klug@nielseniq.com

Über NielsenIQ

NielsenIQ (NIQ) ist ein weltweit führendes Consumer Intelligence Unternehmen, das ein umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens von Verbrauchern liefert und neue Wege zum Wachstum aufzeigt. NIQ ist in mehr als 90 Ländern tätig und deckt rund 85 Prozent der Weltbevölkerung sowie über 7,2 Billionen US-Dollar an globalen Verbraucherausgaben ab. Mit einer ganzheitlichen Betrachtung des Einzelhandels und den umfassendsten Einblicken in das Konsumverhalten, die mittels fortgeschrittener Analysen über hochmoderne Plattformen geliefert werden, bietet NIQ das Gesamtbild — the Full View™.

Weitere Informationen finden Sie unter www.niq.com/de