

Rewe-Chef: Markenartikel verlieren an Bedeutung

Köln. Markenartikel sind für den Einzelhandelskonzern Rewe heute weniger wichtig als noch vor einigen Jahren. »Sie verlieren definitiv an Bedeutung. Wir können das zwar nicht für jeden Artikel sagen, aber insgesamt gehen Mengen und Umsätze im Vergleich zu unseren Eigenmarken zurück«, sagte Rewe-Chef Lionel Souque am Mittwoch gegenüber *dpa*. Kunden kauften Markenprodukte immer häufiger nur noch im Sonderangebot. Als Beispiel nannte Souque Schokolade. Man habe »die Hersteller gewarnt, die Preise nicht zu stark zu erhöhen«. Dennoch seien etwa Produkte von Lindt, Mondelez, Nestlé und Mars erneut teurer geworden. Entsprechend sei weniger verkauft worden. (dpa/jW)

<https://www.jungewelt.de/artikel/521397.rewe-chef-markenartikel-verlieren-an-bedeutung.html>