

# Action-Erlös steigt auf 11,3 Mrd. Euro

Das fette Umsatzwachstum um rund 28 Prozent spiegelt den Expansionsdrang des Discounters wider.

## Action im Sortiment

Action bietet mehr als 6.000 Produkte in 14 Kategorien – stets zum niedrigsten Preis. Jede Woche gibt es 150 neue Produkte.

ZWAAGDIJK/WIEN. Der Non Food-Discounter Action schaffte 2023 einen Nettoumsatz von 11,3 Mrd. €, was einer erheblichen Steigerung um 27,8% entspricht. Auch flächenbereinigt ist das Umsatzwachstum mit 16,7% hoch.

Der Händler mit Sitz in den Niederlanden eröffnete im Vorjahr 303 neue Filialen und betrieb insgesamt 2.566 Geschäfte in elf Ländern. Das operative EBITDA stieg um 34% auf 1,6 Mrd. €. 8.988 neue Arbeitsplätze wurden geschaffen, mittlerweile hält das Unternehmen bei 69.040 Mitarbeitern.

## Action neu in Portugal

Auch konnte Action 2023 die Expansion in ein weiteres Land vorantreiben und die Vorbereitungen für seinen Markteintritt in Portugal abschließen – am 29. Februar wurde die erste Filiale in Porto eröffnet, gefolgt von einer zweiten Filiale in Coimbra. Das ist somit der zwölfte europäische Markt, in dem der Discounter vertreten ist.



© Action (2)

„Unsere attraktive und flexible Formel hat sich wieder einmal als Grundlage unseres Erfolgs erwiesen. Wir haben die Preise vieler unserer Produkte gesenkt, damit unsere Kundinnen und Kunden von verbesserten Lieferbedingungen profitieren können“,

sagt Hajir Hajji, CEO von Action. Im Jahr 2023 belief sich die Frequenz im Durchschnitt auf 15,3 Mio. Kunden pro Woche (alle Geschäfte).

„Ich bin sehr stolz auf unsere 69.040 engagierten Mitarbeiter, die diese wachsende Zahl von Kunden bedient haben. Wir konnten 3.183 Kollegen intern befördern, um ihre berufliche Entwicklung zu unterstützen und die DNA von Action zu erhalten“, führt Hajji aus.

Zur DNA gehört heutzutage auch ein profundes Nachhaltigkeitsprogramm. Dieses sei auf dem besten Weg, die Ziele in den vier Säulen People, Planet, Product und Partnership zu erreichen. Hajji: „Wir reduzieren die Emissionen in unseren eigenen Geschäftstätigkeiten laufend und haben jetzt die Basis für unsere Scope-3-Emissionen festgelegt. Wir sind ständig bestrebt, die Produktqualität und die Nachhaltigkeit zu verbessern.“

Konkret hat Action die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Vergleich zu 2021 um 46% reduziert. Dazu bedurfte es eines Bündels an Maßnahmen, etwa: eigene Lkws in den Niederlanden mit „HVO 100“-Kraftstoff, die Ausstattung von 99% der Filialen mit LED-Beleuchtung, Umstellung von Gas auf Strom in 300 Filialen.

## Erweiterte Nachhaltigkeit

Erstmals nimmt sich Action auch die Scope-3-Emissionen vor, also jene Emissionen, deren Verursacher außerhalb des Unternehmens liegen. Und zwar erfolgt die Emissionsbilanzierung nach dem Greenhouse Gas (GHG)-Protokoll. Die GHG orientiert sich an der internationalen Klimapolitik, schließt aber Regelungslücken, die von staatlicher Seite nicht ausgefüllt wurden. Das GHG gilt als der am weitesten verbreitete Standard zur Erstellung von Treibhausgasbilanzen. (red)



”

*Wir haben die Preise vieler unserer Produkte gesenkt, damit unsere Kunden von verbesserten Lieferbedingungen profitieren können.*

**Hajir Hajji**  
CEO Action

“