

EHl-STUDIE

Diversity, Equity und Inclusion (DEI) im Handel 2025

Vielfalt im deutschen Einzelhandel

EHl





Liebe Leserinnen und Leser,

Diversity, Equity und Inclusion (DEI) sind entscheidende Faktoren für eine erfolgreiche und zukunftsorientierte Arbeitswelt. Vielfalt in Teams sorgt durch unterschiedliche Perspektiven, Erfahrungen und Ideen für kreative Lösungen und innovative Ansätze. Voraussetzung dafür ist ein gerechtes Arbeitsumfeld, in dem alle Mitarbeitenden die gleichen Möglichkeiten haben, ihr volles Potenzial auszuschöpfen – unabhängig von persönlichen Merkmalen wie Geschlecht, ethnischer Zugehörigkeit, Alter oder sexueller Orientierung.

Ein gutes Diversitätsmanagement kann auch eine Lösung sein, dem demografischen Wandel bei anhaltend hohem Fachkräftebedarf etwas entgegenzusetzen. Einerseits steigert ein Arbeitsumfeld, in dem sich alle Mitarbeitenden wertgeschätzt und respektiert fühlen, die Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung. Andererseits erweitert es die Zielgruppe möglicher Kandidat:innen im Recruiting.

Die vorliegende Trendstudie bietet einen Überblick über den Status quo und die aktuellen Herausforderungen im deutschen Einzelhandel in Bezug auf diese Themen. Sie zeigt auch, welche Maßnahmen ergriffen werden, um der Vielfalt von Mitarbeitenden gerecht zu werden und sie als Chance zu erkennen.

Wir bedanken uns herzlich bei allen Unternehmen, die sich an der Befragung beteiligt haben, und freuen uns auf Anregungen für weitere Untersuchungsthemen.

Köln, im März 2025



Ulrike Witt

Leiterin Forschungsprojekt Personal
EHI Retail Institute



Inhalt

2 VORWORT

4 MANAGEMENT SUMMARY

6 METHODIK UND TEILNEHMENDEN-STRUKTUR

6 Befragung

6 Studienteilnehmer:innen

9 DIVERSITY, EQUITY UND INCLUSION (DEI)

10 Status quo und Relevanz

12 Ziele und Maßnahmen

15 Herausforderungen und Potenzial

17 Zukünftige Maßnahmen

18 FAZIT

20 ANHANG

20 Abbildungsverzeichnis

21 Impressum



Ein Großteil der in der Studie **abgebildeten Grafiken** ist in unserer Online-Statistik-Datenbank **handelsdaten.de** verfügbar und kann heruntergeladen werden.



59

Prozent der Befragten Unternehmen repräsentieren den stationären Einzelhandel.

Methodik und Teilnehmenden-Struktur

Befragung

Die Studie erfolgte im Januar und Februar 2025 als Onlinebefragung mit standardisierten Fragebögen, die hauptsächlich aus geschlossenen sowie einigen

offenen Fragen bestanden. Subjektive Einschätzungen wurden mit mehrstufigen Skalen erfasst.

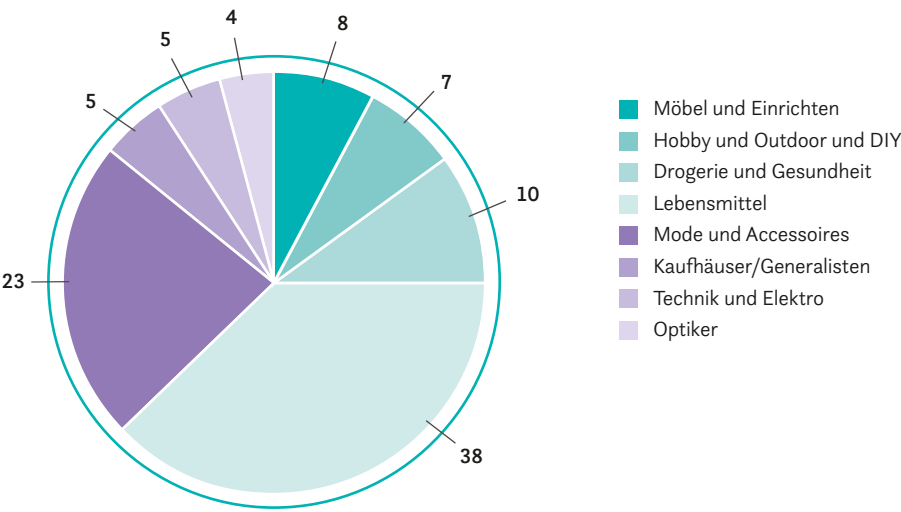
Studienteilnehmer:innen

Befragt wurden HR-Verantwortliche des deutschen Einzelhandels. Die Zusammensetzung der teilnehmenden Handelsunternehmen hinsichtlich Branche, Vertriebskanal, Anzahl der Mitarbeiter:innen und Umsatz ist heterogen und bildet damit eine große Bandbreite ab. Insgesamt haben sich 42 Unternehmen beteiligt. Der Lebensmittelhandel sowie die Modebranche sind mit 38 und 23 Prozent am häufigsten vertreten. Die meisten der befragten

Unternehmen (59 Prozent) repräsentieren den stationären Einzelhandel, 36 Prozent der Teilnehmenden sind dem Omnichannel-Handel zuzuordnen. Gut die Hälfte der Unternehmen beschäftigt mehr als 10.000 Mitarbeitende. Insgesamt weisen die teilnehmenden Unternehmen einen Jahresumsatz von rund einem Viertel des gesamten Einzelhandelsumsatzes in Deutschland aus (siehe Abb. 1–4).

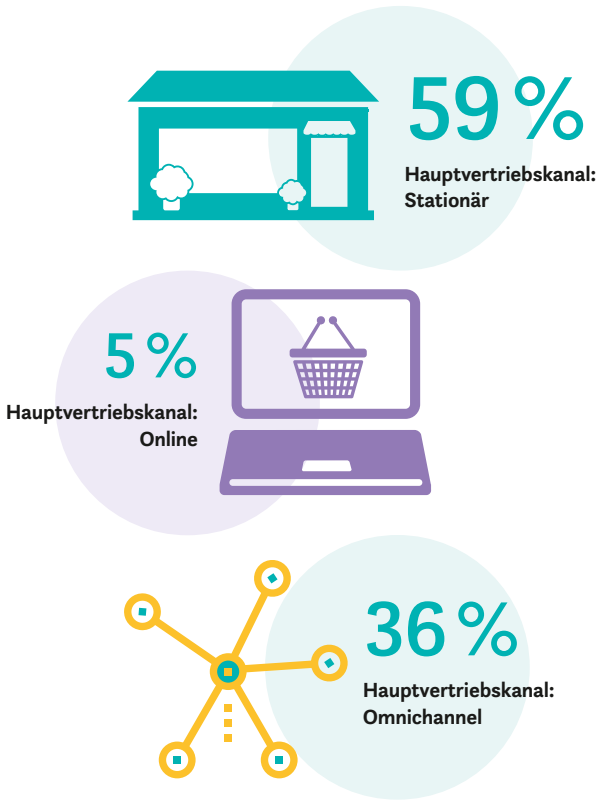
Welcher Branche lässt sich Ihr Unternehmen zuordnen?
(Abb. 1)

Anteile in Prozent



N = 42
Quelle: EHI

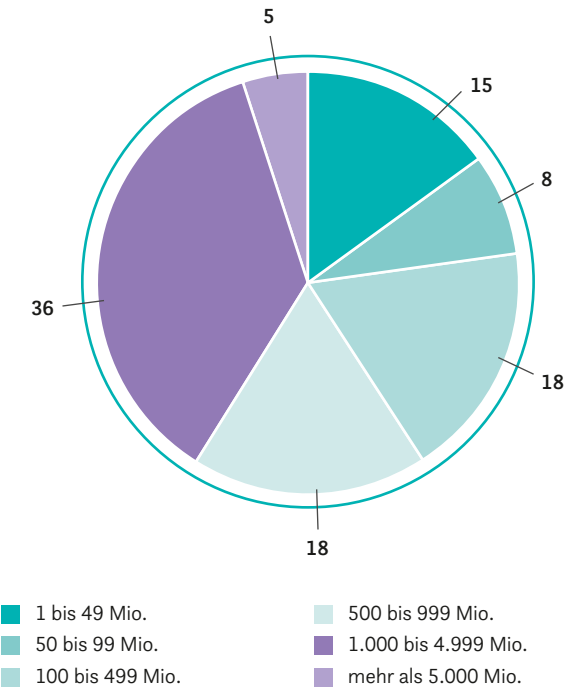
Welches ist der vorherrschende Vertriebskanal
Ihres Unternehmens?
(Abb. 2)



N = 42
Quelle: EHI

Welcher Umsatzklasse ordnen Sie Ihr
Unternehmen zu?
(Deutschland 2024) (Abb. 3)

Anteile in Prozent

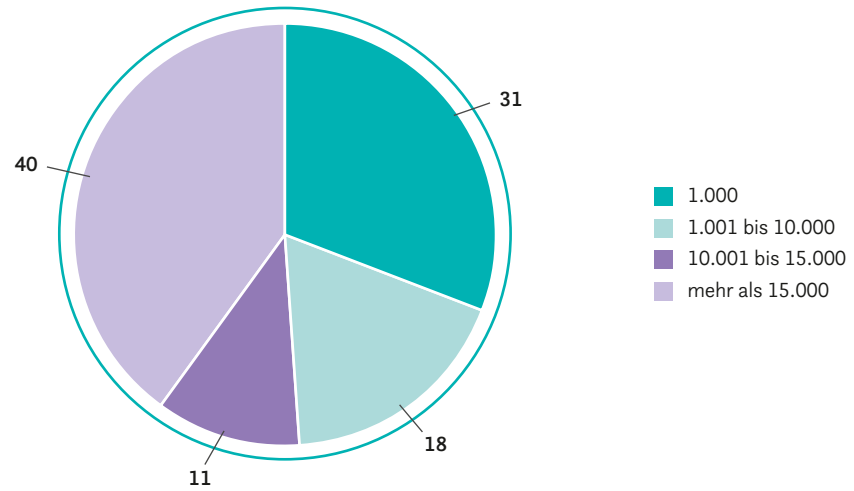


N = 42
Quelle: EHI

Wie viele Mitarbeiter:innen sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt?

(Abb. 4)

Anteile in Prozent



N = 42

Quelle: EHI

**VERLAG**

EHI Retail Institute GmbH
 Spichernstraße 55
 50672 Köln
 Tel. +49 221 57993-0
 Fax +49 221 57993-45
 info@ehi.org
 www.ehi.org

HERAUSGEBER

EHI Retail Institute e. V.

GESCHÄFTSFÜHRUNG EHI RETAIL INSTITUTE

Michael Gerling

AUTORIN

Ulrike Witt, witt@ehi.org

LAYOUT

EHI Retail Institute GmbH

COPYRIGHT© 2025

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Das EHI Retail Institute versucht mit größtmöglicher Sorgfalt, in der vorliegenden Studie richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Das EHI Retail Institute übernimmt daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig begangen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

BESTELLMÖGLICHKEITEN

Tel. +49 221 57993-43
 vertrieb@ehi.org
 www.ehi.org/wissen/publikationen/

ISBN: 978-3-87257-618-7

PREIS: 195,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

BILDRECHTE:

Seite 2: Jacob Lund/stock.adobe.com
 Seite 3: KayExam/peopleimages.com/
 stock.adobe.com
 Seite 4: Liubomir/stock.adobe.com

IHRE ANSPRECHPARTNERIN ZUM THEMA PERSONAL IM HANDEL



Ulrike Witt
 Leiterin Forschungsprojekt
 Personal
 EHI Retail Institute
 Tel. +49 221 57993-994
 witt@ehi.org