



EHl-Studie

# Stationärer Einzelhandel Deutschland 2016

Marktstudie der 1.000 größten  
Vertriebslinien

Mit freundlicher Unterstützung von:

**EHl** handelsdaten.de

Herausgeber:

**EHl** Retail Institute®

# Inhalt



<b>Vorwort</b>	<b>3</b>
<b>Management Summary</b>	<b>4</b>
<b>Methodik</b>	<b>5</b>
<b>Volkswirtschaftliche Bedeutung des Einzelhandels</b>	<b>8</b>
<b>Einzelhandelssegmente</b>	<b>11</b>
<b>Übergreifende Studienergebnisse</b>	<b>15</b>
Geografische Konzentration	15
Rechtsformen	19
E-Commerce-Aktivitäten	20
Kundenbindungsprogramme	23
<b>Stationäre Handelsstruktur</b>	<b>24</b>
Organisation des Einzelhandels	24
Verbundgruppen	25
Franchise	27
Handelsgruppen	28
Edeka	28
Rewe	31
Metro und Otto	33
<b>Branchenanalyse</b>	<b>34</b>
Lebensmitteleinzelhandel	34
DIY & Einrichten	38
Mode & Accessoires	41
Körper & Gesundheit	44
Haushalt & Freizeit	47
Technik & Foto	49
Waren- und Kaufhäuser	51
<b>Fazit</b>	<b>53</b>
<b>Anhang</b>	<b>55</b>
Abbildungsverzeichnis	55
Tabellenverzeichnis	56
Quellenverzeichnis	57
Über das EHI	58
Impressum	60

# Vorwort



## Liebe Leserinnen und Leser,

das EHI Retail Institute veröffentlicht in der 3. Auflage einen detaillierten Überblick über den stationären Einzelhandel in Deutschland.

Der Fokus liegt dabei wieder auf den 1.000 umsatzstärksten Vertriebslinien, untersucht nach Merkmalen wie Umsatzerlöse im stationären Einzelhandel, Anzahl der Verkaufsstellen und Mitarbeiter, Adressen, Angaben zur Unternehmensleitung sowie weitere interessante Details wie die Branchen- und Konzernzugehörigkeit oder Kundenbindungsprogramme.

Erstmals wurden auch einige selbstständige Kaufleute aus dem Edeka-Verbund oder der Rewe-Gruppe in die Untersuchung aufgenommen. Ein Kriterium hierfür war nicht nur die eigenständige operative Einheit, sondern ein eigenes Profil oder Wahrnehmung sowohl in der Fachwelt als auch bei den Kunden.



**Michael Gerling**  
Geschäftsführer  
EHI Retail Institute



**Peter Cyganek**  
Forschungsbereich Handelsstruktur  
EHI Retail Institute



# Management Summary

## Ergebnisse und Kernaussagen

Es gibt für den stationären Handel in Deutschland keine vergleichbare detaillierte und empirische Veröffentlichung. Die Studie rankt die größten und wichtigsten Vertriebslinien in Deutschland nach Höhe des stationären Umsatzes.

Der Gesamtumsatz der Top 1.000 der Vertriebslinien im stationären Einzelhandel in Deutschland liegt bei fast 300 Milliarden Euro. Ein direkter Vergleich mit dem Gesamtumsatz der Studie aus dem Jahr 2014 kann wegen der Aufnahme von Tankstellenshops und selbstständigen Lebensmittelkaufleuten nicht herangezogen werden.

In den Top 10 findet man dieselben Vertriebslinien wie vor zwei Jahren, diese Handelsformate erwirtschaften insgesamt knapp 132 Milliarden Euro, das entspricht 44 Prozent der Umsatzerlöse aller Teilnehmer der Untersuchung.

Es ist nicht verwunderlich, dass der stationäre Einzelhandel weiterhin vom Lebensmitteleinzelhandel dominiert wird. Neun der zehn umsatzstärksten Vertriebslinien stammen aus dieser Branche. Einziger Nonfood-Anbieter in den Top 10 ist wieder der Elektronik-Händler Media Markt auf Platz 10.

Die Handelskonzerne Edeka und Rewe führen die meisten Vertriebslinien im stationären Einzelhandel. Inclusive Bäckereifilialisten und Getränkemärkten betreibt die Edeka-Gruppe 19 stationäre Vertriebslinien und liegt damit vor dem Wettbewerber Rewe (13 Vertriebslinien).

Der stationäre Einzelhandel ist nach wie vor die tragende Säule des deutschen Einzelhandels. Auch wenn Online- und Versandhandel zunehmend an Marktanteilen gewinnen, ist der Einzelhandel dennoch weiterhin durch den stationären Vertrieb geprägt. Der zweitgrößte und aus den Medien bekannte Online-Händler Zalando ist mit dem Umsatz von 1 Milliarde Euro auf dem Niveau von Platz 50.

**„Der stationäre Einzelhandel wird weiterhin vom Lebensmittel-einzelhandel dominiert.“**

**Peter Cyganek**  
EHI Retail Institute

## Segmente



# 56

Prozent des Einzelhandelsumsatzes entfallen auf den Lebensmitteleinzelhandel.

## Einzelhandelssegmente

### Übersicht

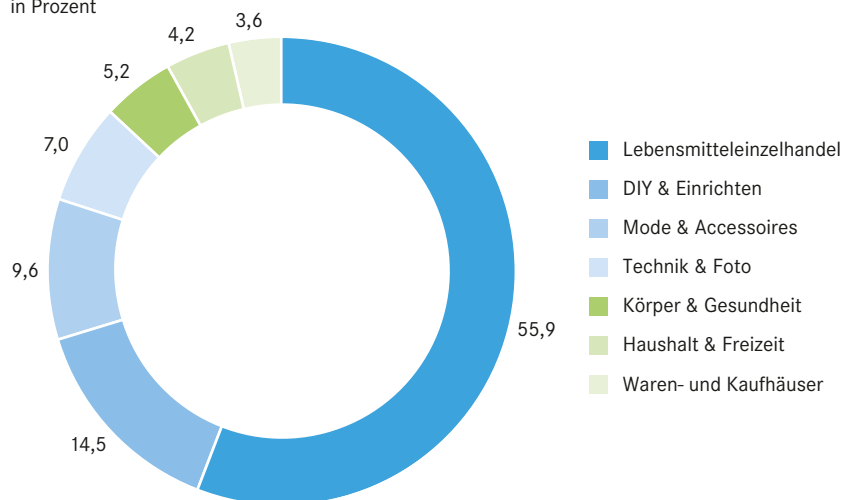
Bei der Betrachtung der Einzelhandelssegmente ist die herausragende Bedeutung des Lebensmittelhandels direkt erkennbar.

Etwa ein Drittel des Einzelhandelsumsatzes wird im Lebensmittelhandel erwirtschaftet. Betrachtet man die Umsatzanteile der 1.000 umsatzstärksten Vertriebslinien des stationären Einzelhandels, wird deutlich sichtbar, wie konzentriert der Lebensmitteleinzelhandel ist. Auf ihn entfallen 56 Prozent der Umsatzerlöse der Top 1.000 (s. Abb. 5).

### Verteilung der Umsätze der 1.000 Vertriebslinien des stationären Einzelhandels

(Abb. 5)

in Prozent



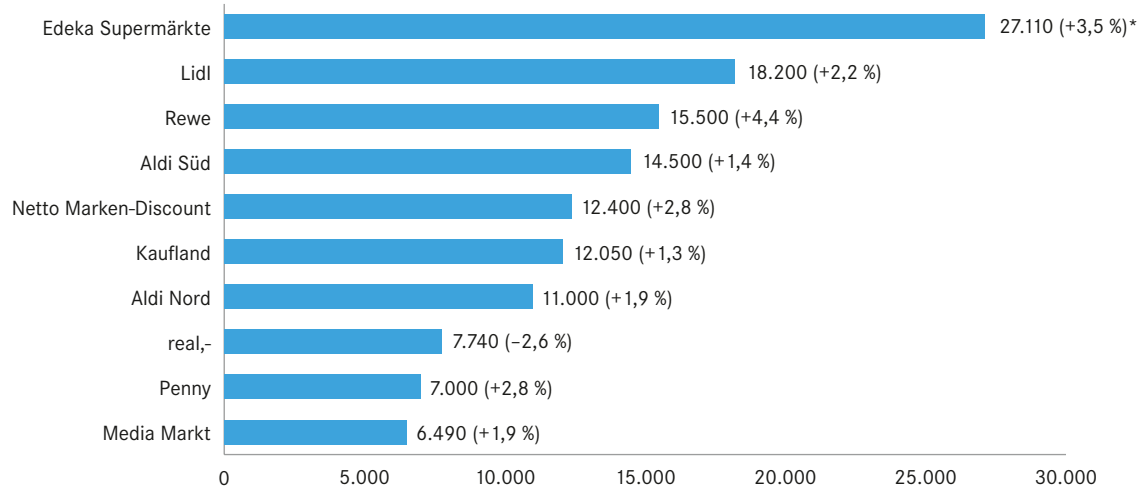
Quelle: EHI

Die herausragende Stellung des Lebensmitteleinzelhandels wird dadurch verdeutlicht, dass zu den zehn größten Vertriebslinien neun Lebensmittelhändler gehören (s. Abb. 6).

### Top 10 Vertriebslinien

(Abb. 6)

Umsatz in Millionen Euro



\* Veränderung zum Vorjahr, nicht flächenbereinigt

Quelle: EHI

Für viele Betrachtungen ist die Unterteilung in sieben Branchen zu grob. In der Studie sind den einzelnen Vertriebslinien auch Unterbranchen wie z.B. Schmuck & Uhren oder Zoofachmärkte zugeordnet. Die Liste der 20 umsatzstärksten Unterbranchen wird von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten angeführt (s. Tab. 2).



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

Autoren:

Peter Cyganek, cyganek@ehi.org

Layout:

Annette Vellay, vellay@ehi.org

Copyright© 2016

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 aufgenommen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

Bestellmöglichkeiten:

Tel. +49 221 57993-64  
vertrieb@ehi.org  
www.ehi-shop.de

ISBN: 978-3-87257-471-8

Preis: 980,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

Bildrechte:

Fotolia (2: Franz Pfluegl 2010; 4: Peter Atkins),  
iStockphoto (Cover: Halfpoint; 3: choja)