

EHl-Studie

# Stationärer Einzelhandel Deutschland 2019

Marktstudie der 1.000 größten  
Vertriebslinien



Mit freundlicher Unterstützung von:



Herausgeber:



# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>3</b>
<b>Management Summary</b>	<b>4</b>
<b>Methodik</b>	<b>6</b>
<b>Volkswirtschaftliche Bedeutung des Einzelhandels</b>	<b>9</b>
<b>Einzelhandelssegmente</b>	<b>12</b>
<b>Übergreifende Studienergebnisse</b>	<b>16</b>
Geografische Konzentration	16
Rechtsformen	20
E-Commerce-Aktivitäten	21
Kundenbindungsprogramme	24
Social Media	25
<b>Stationäre Handelsstruktur</b>	<b>27</b>
Organisation des Einzelhandels	27
Verbundgruppen	28
Franchise	30
Handelsgruppen	31
<b>Branchenanalyse</b>	<b>37</b>
Lebensmitteleinzelhandel	37
DIY & Einrichten	41
Mode & Accessoires	44
Körper & Gesundheit	47
Hobby & Freizeit	50
Technik	52
Waren- und Kaufhäuser	54
<b>Fazit</b>	<b>56</b>
<b>Anhang</b>	<b>58</b>
Abbildungsverzeichnis	58
Tabellenverzeichnis	59
Quellenverzeichnis	60
Über das EHI	61



**EHI** Statistik auf [handelsdaten.de](https://handelsdaten.de):  
123456 in Suchmaske eingeben

In der Studie sind einige Statistiken mit einem solchen Hinweis auf eine Kennziffer versehen.

Wenn Sie die Ziffer in die Suchmaske auf [www.handelsdaten.de](https://www.handelsdaten.de) eingeben, wird Ihnen nach der Anmeldung/Registrierung die entsprechende Statistik angezeigt, die Sie dann bequem in den Formaten **Excel, JPEG** oder **PDF downloaden** und so bspw. für Präsentationen verwenden können.



# Vorwort

## Liebe Leserinnen und Leser,

das EHI Retail Institute veröffentlicht in der 5. Auflage einen detaillierten Überblick über den stationären Einzelhandel in Deutschland.

Der Fokus liegt auch in dieser Ausgabe auf den 1.000 umsatzstärksten Vertriebslinien. Die Umsatzerlöse im stationären Einzelhandel bilden bei der Aufstellung das Hauptkriterium. Ergänzt werden sie durch weitere Merkmale wie Anzahl der Verkaufsstellen und Beschäftigten, Adressen, Angaben zur Unternehmensleitung oder Expansionsleitung sowie weitere interessante Details wie die Branchen- und Konzernzugehörigkeit oder Kundenbindungsprogramme. Auch in diese Untersuchung wurden selbstständige Kaufleute aus dem Edeka-Verbund oder der Rewe-Gruppe aufgenommen. Zu den wichtigsten Kriterien für die Aufnahme in die Studie gehörte die Wahrnehmung der Betriebe als eigene Vertriebslinie sowohl von den Kunden als auch von den Lieferanten.



**Michael Gerling**  
Geschäftsführer  
EHI Retail Institute



**Peter Cyganek**  
Forschungsbereich Handelsstruktur  
EHI Retail Institute



## Summary

# Management Summary

## Ergebnisse und Kernaussagen

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

Der Gesamtumsatz der Top 1.000 der Vertriebslinien im stationären Einzelhandel in Deutschland liegt bei über 310 Milliarden Euro. Erstmals wurden auch selbstständige Kaufleute des Lebensmitteleinzelhandels mit einer Betriebsgröße von mehr als 4.000 qm Gesamtverkaufsfläche berücksichtigt.

dm-drogeriemarkt hat als erster Nicht-Lebensmittelhändler den Sprung unter den Top 10 geschafft. Der Lebensmitteldiscounter Penny tauschte mit dem SB-Warenhaus Real die Plätze. Sonstige Platzierungen blieben unverändert.

Die 10 größten Vertriebslinien erwirtschaften insgesamt knapp 137 Milliarden Euro, das entspricht 44 Prozent der Umsatzerlöse aller untersuchten Unternehmen.

Mit einem Umsatzanteil von deutlich über 50 Prozent wurden die Top 1.000 des stationären Einzelhandels vom Lebensmittelhandel geprägt.

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

**„Mit einem Umsatzanteil von deutlich über 50 Prozent werden die 1.000 stationären Vertriebslinien vom Lebensmittelhandel geprägt.“**

**Peter Cyganek**  
EHI Retail Institute

Der stationäre Einzelhandel ist nach wie vor die tragende Säule des deutschen Einzelhandels. Auch wenn der Onlinehandel zunehmend an Marktanteilen gewinnt, ist der Einzelhandel dennoch weiterhin durch den stationären Vertrieb geprägt. Der größte Online-Händler Deutschlands Amazon gerammt mit einem Querschnitt aller Warengruppen auf einen Umsatz von 9 Mrd. Euro, was dem 7. Platz entsprechen würde, Zalando – der drittgrößte Onlinehändler – ist mit einem Umsatz von 1,4 Mrd. Euro gerade auf dem Niveau von Platz 50. Die Top 3 Vertriebslinien des stationären Einzelhandels generieren mehr Umsatz als der gesamte Online-Handel in Deutschland.

## Segmente



# 57

Prozent des Einzelhandelsumsatzes der Top 1.000 entfallen auf den Lebensmitteleinzelhandel.

## Einzelhandelssegmente

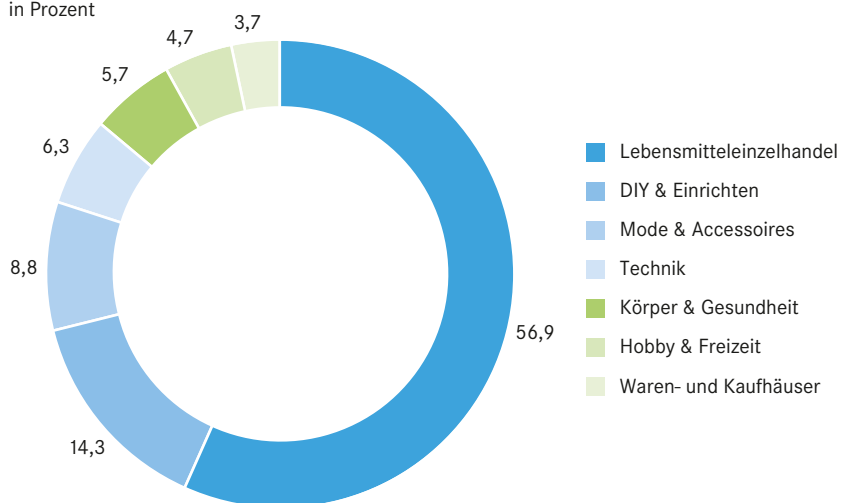
Bei der Betrachtung der Einzelhandelssegmente ist die herausragende Bedeutung des Lebensmittelhandels direkt erkennbar.

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 fast 57 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



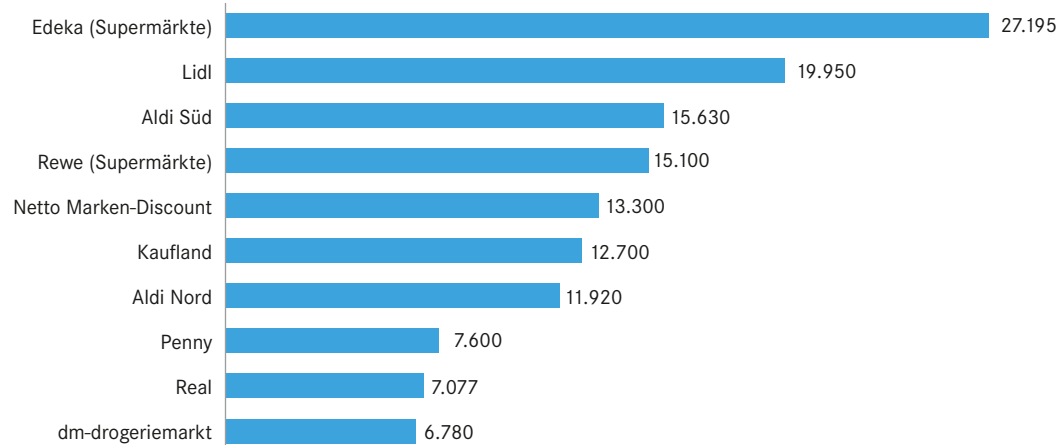
Statistik auf [handelsdaten.de](https://handelsdaten.de): 463484 in Suchmaske eingeben

Die Bedeutung des Lebensmitteleinzelhandels wird dadurch verdeutlicht, dass zu den 10 größten Vertriebslinien 9 Lebensmittelhändler gehören und mit dm-drogeriemarkt eine lebensmittelnähe Handelsorganisation die Top 10 vervollständigt (s. Abb. 6).

## Top 10 Vertriebslinien

(Abb. 6)

Umsatz in Millionen Euro



Quelle: EHI

**EHI** Statistik auf [handelsdaten.de](https://handelsdaten.de): 463498 in Suchmaske eingeben

Für viele Betrachtungen ist die Unterteilung in sieben Branchen nicht ausreichend detailliert. 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

Autor:

Peter Cyganek, cyganek@ehi.org

Layout:

EHI Retail Institute GmbH

Copyright© 2019

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 57993-64  
vertrieb@ehi.org  
www.ehi-shop.de

ISBN: 978-3-87257-522-7

Preis: 980,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

Bildrechte:

Cover: Robert Kneschke/stock.adobe.com  
02: iStock/Rawpixel.com  
03: iStock/William  
04: Fotolia/Peter Atkins