

EHl-STUDIE

# Stationärer Einzelhandel Deutschland 2025

Marktstudie der 1.000 größten Vertriebslinien

EHl



# Liebe Leserinnen und Leser,

das EHI Retail Institute veröffentlicht zum achten Mal eine umfassende Übersicht über den stationären Einzelhandel in Deutschland. In der aktuellen Ausgabe wird der Fokus erneut auf die 1.000 umsatzstärksten Vertriebslinien gelegt. Das Ranking basiert primär auf den Umsatzzahlen des stationären Einzelhandels und wird durch weitere Kriterien wie Anzahl der Verkaufsstellen, Adressen, Angaben zum Management und Expansionsverantwortlichen ergänzt. Darüber hinaus werden weitere interessante Details wie die Branchen- und Konzernzugehörigkeit sowie Kundenbindungsprogramme berücksichtigt.

In die Untersuchung wurden ebenfalls die selbstständigen Kaufleute des Edeka-Verbundes und der Rewe-Gruppe integriert. Ein entscheidendes Kriterium für die Teilnahme war, dass die Unternehmen sowohl von Kundinnen und Kunden als auch von Lieferanten als eigenständige Vertriebslinien wahrgenommen werden.

Köln, August 2025

**Peter Cyganek**  
Projektleiter Forschungsbereich  
Handelsstruktur  
EHI Retail Institute



<b>Vorwort</b>	<b>2</b>	<b>Branchenanalyse</b>	<b>34</b>
<b>Management Summary</b>	<b>4</b>	Lebensmittelhandel	35
<b>Methodik</b>	<b>7</b>	DIY & Einrichten	38
<b>Volkswirtschaftliche Bedeutung des Einzelhandels</b>	<b>12</b>	Mode & Accessoires	40
<b>Einzelhandelssegmente</b>	<b>15</b>	Körper & Gesundheit	42
<b>Übergreifende Studienergebnisse</b>	<b>19</b>	Hobby & Freizeit	44
Geographische Konzentration	20	Technik	46
Rechtsformen	22	Waren- und Kaufhäuser	48
E-Commerce-Aktivitäten	23	<b>Fazit</b>	<b>50</b>
Kundenbindungsprogramme	24	<b>Anhang</b>	<b>52</b>
Soziale Netzwerke	25	Abbildungsverzeichnis	52
<b>Handelsstruktur</b>	<b>26</b>	Tabellenverzeichnis	53
Organisation des Einzelhandels	27	Literaturverzeichnis	54
Handelsgruppen	30	Quellenverzeichnis	55
		Impressum	56



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

# Management Summary



# Kernergebnisse

- Für den stationären Handel in Deutschland liegt keine vergleichbar detaillierte und empirisch fundierte Veröffentlichung vor. Die vorliegende Studie hat die Zielsetzung, die größten und wichtigsten Vertriebslinien in Deutschland nach der Höhe ihres Filialumsatzes zu ordnen.
- Der Gesamtumsatz der 1.000 umsatzstärksten Vertriebslinien im stationären Einzelhandel in Deutschland beläuft sich auf knapp 370 Milliarden Euro. Unter diesen Unternehmen befinden sich 167 auch selbstständige Edeka- und Rewe-Kaufleute mit Filialen, die eine herausragende Stellung unter den Supermärkten einnehmen.
- Die ersten sieben Plätze sowie der neunte Platz der Rangliste werden von den großen Lebensmittelhändlern belegt. Die beiden Drogeriemarktbetreiber dm-Drogeriemarkt (Platz 8) und Rossmann (Platz 10) vervollständigen die Top 10.
- Gemeinsam generieren die zehn größten Vertriebslinien einen Umsatz von über 200 Milliarden Euro und somit mehr als die Hälfte des Umsatzes aller untersuchten Unternehmen.
- Die Umsatzanteile der Top 1.000 des stationären Einzelhandels werden zu fast zwei Dritteln vom Lebensmittelhandel dominiert.
- Im Bereich des stationären Einzelhandels nehmen die Handelskonzerne Edeka und Rewe eine führende Position als Betreiber von Vertriebslinien ein. Die Edeka-Gruppe betreibt insgesamt 17 verschiedene Vertriebslinien des stationären Handels, zu denen Bäckereifilialen, Getränkemärkte und Nonfood-Vertriebslinien zählen. Damit übertrifft sie den Wettbewerber Rewe, der neun Vertriebslinien unterhält.

369,7 Mrd.

Euro



369,7 Mrd. Euro  
erwirtschafteten die  
Top 1.000  
Vertriebslinien im  
Jahr 2024

## Kernergebnisse

- Nach der signifikanten wirtschaftlichen Destabilisierung, die durch die Corona-Pandemie verursacht wurde, bestand in sämtlichen Bereichen der Wirtschaft die Erwartung einer zeitnahen Erholung.
- Dem russischen Angriff auf die Ukraine im Jahr 2022 folgten steigende Energiekosten, unterbrochene Lieferketten und Unsicherheiten auf den Weltmärkten. In den darauffolgenden zwei Jahren war kein wirtschaftlicher Aufschwung zu verzeichnen.
- Das Jahr 2024 war insbesondere von politischen Unsicherheiten gekennzeichnet. Der Ausgang der Wahlen in den Vereinigten Staaten wurde mit Spannung erwartet. In Deutschland wurde zunehmend mit dem Bruch der Regierungskoalition und Neuwahlen gerechnet.
- Die vorliegenden Faktoren tragen dazu bei, dass die Wirtschaftsentwicklung gehemmt und die Kauffreude reduziert wird. Die Zurückhaltung beim Kauf von Kleidung, Möbeln oder Elektronikprodukten führt dazu, dass der Lebensmittelhandel im Vergleich zu anderen Handelsbranchen an Bedeutung gewinnt.

„Der Kunde ist in Wahrheit kein Zuschauer, sondern Schiedsrichter, denn er entscheidet am Ende, wo er einkauft“\*

Lionel Souque

Vorstandsvorsitzender der REWE Group

\*Lionel Souque „Die Preiskämpfe sind noch lange nicht vorbei“. Interview von Florian Kolf, 9.6.2023

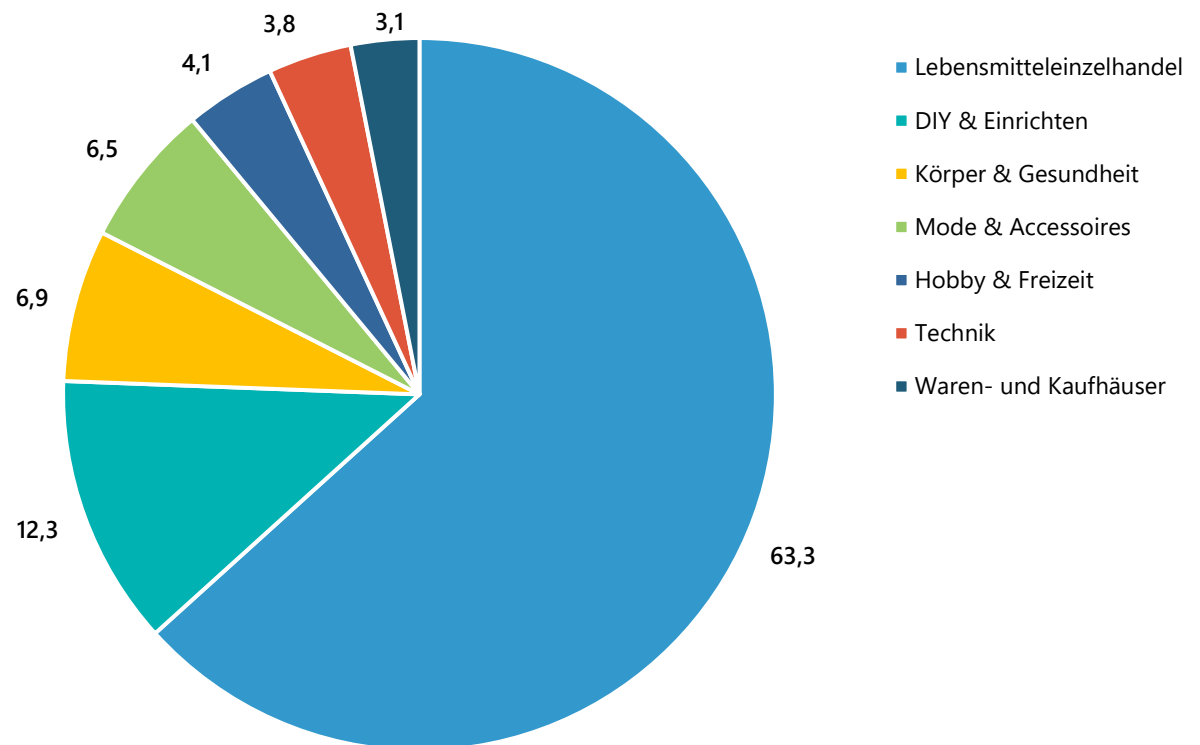
# Branchen des Einzelhandels

## Umsatzanteile

- Bei der Analyse der Einzelhandelssegmente zeigt sich die signifikante Relevanz des Lebensmittelhandels. Gemäß den Veröffentlichungen des GfK GeoMarketing wird mehr als die Hälfte des Einzelhandelsumsatzes im Lebensmittelhandel erzielt.
- Betrachtet man die 1.000 umsatzstärksten Vertriebslinien des stationären Einzelhandels, wird dies noch deutlicher. Der Lebensmittelhandel generiert mehr als 60 Prozent des Umsatzes.
- Diese Diskrepanz ist darauf zurückzuführen, dass bei der GfK-Betrachtung auch die Online-Umsätze berücksichtigt wurden, die im Lebensmittelhandel eine deutlich geringere Bedeutung haben als in den anderen Branchen.

**Verteilung der Umsätze der 1.000 Vertriebslinien des stationären Einzelhandels (Abb. 6)**

Angaben in Prozent



## Anzahl der Verkaufsstellen

Anzahl der Verkaufsstellen und Umsatzanteile nach Branchen (Tab. 2)

Branche	Anzahl der Verkaufsstellen	Umsatzanteil in Prozent
Lebensmitteleinzelhandel	58.014	63,3
Mode & Accessoires	19.074	6,5
Körper & Gesundheit	11.041	6,9
Hobby & Freizeit	9.222	4,1
DIY & Einrichten	8.643	12,3
Waren- und Kaufhäuser	4.656	3,1
Technik	4.456	3,8





Das EHI ist ein Forschungs-, Bildungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner mit rund 80 Mitarbeitenden und einem internationalen Netzwerk von 850 Mitgliedsunternehmen des Handels, der Konsum- und Investitionsgüterindustrie sowie der Dienstleisterbranche. Das EHI ist auch Gesellschafter der GS1 Germany sowie der Agraya und Partner der Messe Düsseldorf bei bedeutenden Handelsmessen wie der EuroShop. Präsident des EHI ist Markant-Chef Markus Tkotz und Geschäftsführer ist Michael Gerling.

#### Über den EHI Forschungsbereich Handelsstruktur:

Die Strukturen des deutschen Einzelhandels zwischen Filialsystemen, Verbundgruppen und kleinen Einzelhändlern, zwischen Lebensmittelhandel, Fashion, Baumärkten und Elektronik, zwischen Innenstadt und Grüner Wiese uvm., sind vielfältig und im ständigen Wandel. Aufgabe des Forschungsbereiches Handelsstrukturen ist es, Überblick und Detailinformationen rund um den deutschen und internationalen Handel zur Verfügung zu stellen.

#### Verlag:

EHI Retail Institute GmbH  
Spichernstraße 55  
50672 Köln  
Tel. +49 221 57993-0  
Fax +49 221 57993-45  
[info@ehi.org](mailto:info@ehi.org)  
[www.ehi.org](http://www.ehi.org)

#### Herausgeber:

EHI Retail Institute e.V.

#### Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Michael Gerling

#### Autor:

Peter Cyganek, [cyganek@ehi.org](mailto:cyganek@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 aufgenommen. 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](mailto:vertrieb@ehi.org)

[www.ehi.org/wissen/publikationen/](http://www.ehi.org/wissen/publikationen/)

ISBN: 978-3-87257-627-9

Preis: 980,00 €, zzgl. gesetzlicher MwSt.

## Ihr Kontakt



**Peter Cyganek**

Projektleiter Forschungsbereich  
Handelsstruktur  
EHI Retail Institute  
Tel. +49 221 57993-27  
[cyganek@ehi.org](mailto:cyganek@ehi.org)

