

EHl-STUDIE

Stationärer Einzelhandel Deutschland 2023

Marktstudie der 1.000 größten Vertriebslinien

EHl





Liebe Leserinnen und Leser,

das EHI Retail Institute veröffentlicht zum siebten Mal eine umfassende Übersicht über den stationären Einzelhandel in Deutschland. Auch in der neuen Ausgabe liegt der Fokus auf den 1.000 umsatzstärksten Vertriebslinien. Das Ranking basiert in erster Linie auf den Umsatzzahlen des stationären Einzelhandels und wird durch weitere Kriterien wie Anzahl der Verkaufsstellen, Mitarbeitende, Adressen, Angaben zum Management und Expansionsstrategien ergänzt. Hinzu kommen weitere interessante Details wie Branchen- und Konzernzugehörigkeit sowie Kundenbindungsprogramme. Auch die selbstständigen Kaufleute der Edeka-Gruppe und der Rewe-Gruppe wurden in die Untersuchung einbezogen, wobei ein entscheidendes Aufnahme-

kriterium war, dass die Unternehmen sowohl von Kundinnen und Kunden als auch von Lieferanten als eigenständige Vertriebslinien wahrgenommen werden.



Michael Gerling
Geschäftsführer
EHI Retail Institute



Peter Cyganek
Forschungsbereich Handelsstruktur
EHI Retail Institute



Inhalt

4	MANAGEMENT SUMMARY	18	STATIONÄRE HANDELS- STRUKTUR
5	METHODIK	18	Organisation des Einzelhandels
7	VOLKSWIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES EINZEL- HANDELS	19	Verbundgruppen
9	EINZELHANDELSSEGMENTE	21	Franchise
12	ÜBERGREIFENDE STUDIEN- ERGEBNISSE	23	Handelsgruppen
12	Geografische Konzentration	23	Edeka
14	Rechtsformen	25	Rewe
15	E-Commerce-Aktivitäten	27	Schwarz Gruppe
16	Kundenbindungsprogramme	27	Otto
16	Soziale Netzwerke	28	BRANCHENANALYSE
		28	Lebensmitteleinzelhandel
		31	DIY & Einrichten
		33	Mode & Accessoires
		35	Körper & Gesundheit
		37	Hobby & Freizeit
		39	Technik
		40	Waren- und Kaufhäuser
		42	FAZIT
		44	ANHANG
		44	Abbildungsverzeichnis
		45	Tabellenverzeichnis
		46	Quellenverzeichnis
		47	Impressum

EHI

Ein Großteil der in der vorliegenden Studie abgebildeten Grafiken ist in unserer Online-Statistik-Datenbank www.handelsdaten.de verfügbar und kann als xls-, pdf- und jpg-Datei heruntergeladen werden.

Die Grafiken finden Sie auf unserer Handelsthemen-seite „Stationärer Einzelhandel“ unter:

<https://www.handelsdaten.de/handelsthemen/stationaerer-einzelhandel>





Management Summary

Ergebnisse und Kernaussagen

Für den stationären Handel in Deutschland gibt es keine vergleichbar detaillierte und empirisch fundierte Veröffentlichung. Die Studie ordnet die größten und wichtigsten Vertriebslinien in Deutschland nach der Höhe ihres Filialumsatzes.

Der Gesamtumsatz der Top 1.000 Vertriebslinien im stationären Einzelhandel in Deutschland liegt bei über 350 Milliarden Euro. Unter den Top 1.000 befinden sich auch 166 selbstständige Edeka- und Rewe-Kaufleute, die mit ihren Filialen eine herausragende Stellung unter den Supermärkten einnehmen.

Die großen Lebensmittelhändler belegen die ersten acht Plätze der Rangliste. Die Drogeriemarktbetreiber dm-Drogeriemarkt und Rossmann komplettieren die Top 10. Die zehn größten Vertriebslinien erwirtschaften zusammen über 185 Milliarden Euro und damit die Hälfte des Umsatzes aller untersuchten Unternehmen.

Die Top 1.000 des stationären Einzelhandels werden mit einem Umsatzanteil von deutlich über 60 Prozent vom Lebensmittelhandel dominiert.

Die Handelskonzerne Edeka und Rewe sind die führenden Betreiber von Vertriebslinien im stationären Einzelhandel. Inklusive ihrer Bäckereifilialen und Getränkemärkte unterhält die Edeka-Gruppe insgesamt 16 stationäre Vertriebslinien und übertrifft somit den Wettbewerber Rewe mit seinen neun Vertriebslinien.

Das Jahr 2022 wurde stark vom Angriffskrieg in der Ukraine geprägt. Dies hatte steigende Energiekosten, Unsicherheiten auf den Weltmärkten und unterbrochene Lieferketten zur Folge. Diese Faktoren führten zu einer außergewöhnlich hohen Inflation, die wiederum eine vorsichtige Haltung der Verbraucherinnen und Verbraucher nach sich zog.

Dies erklärt auch, warum viele Unternehmen zumindest in Bezug auf Absatzzahlen das Niveau des Vor-Corona-Jahres nicht erreichen konnten. Die Tatsache, dass die Online-Umsätze der Händler nach Aufhebung der Coronabeschränkungen zurückgingen, verdeutlicht jedoch, dass der stationäre Einzelhandel nach wie vor eine akzeptierte und gefragte Option ist.



61,2

Prozent der Umsatzerlöse entfallen
auf den Lebensmitteleinzelhandel

Einzelhandelssegmente

Bei der Betrachtung der Einzelhandelssegmente wird die herausragende Bedeutung des Lebensmittelhandels unmittelbar deutlich.

Mehr als die Hälfte des Einzelhandelsumsatzes wird nach Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes im Lebensmittelhandel erwirtschaftet.

Betrachtet man die 1.000 umsatzstärksten Vertriebslinien des stationären Einzelhandels, wird dies noch deutlicher. Hier entfallen über 60 Prozent

des Umsatzes auf den Lebensmitteleinzelhandel (vgl. Abb. 5).

Diese Diskrepanz ist darauf zurückzuführen, dass bei der Zusammensetzung der Top 1.000 nur der klassische Einzelhandel berücksichtigt wurde; Apotheken oder der Handel mit Motorkraftstoffen sind in dieser Analyse nicht enthalten. Zudem ist der Umsatz pro Verkaufsfläche und pro Verkaufsstelle im Lebensmitteleinzelhandel deutlich höher als z. B. im Textilhandel.

Die Branche DIY & Einrichten gehörte zu den Gewinnern der Pandemie. Im Jahr 2022 sank der Umsatzanteil dieser Branche um zwei Prozentpunkte im Vergleich zum Pandemiejahr 2020. Die Branche Mode & Accessoires erholte sich im ersten Jahr nach der Pandemie leicht und erreichte einen Umsatzanteil von knapp 7 Prozent (s. Tab. 1).

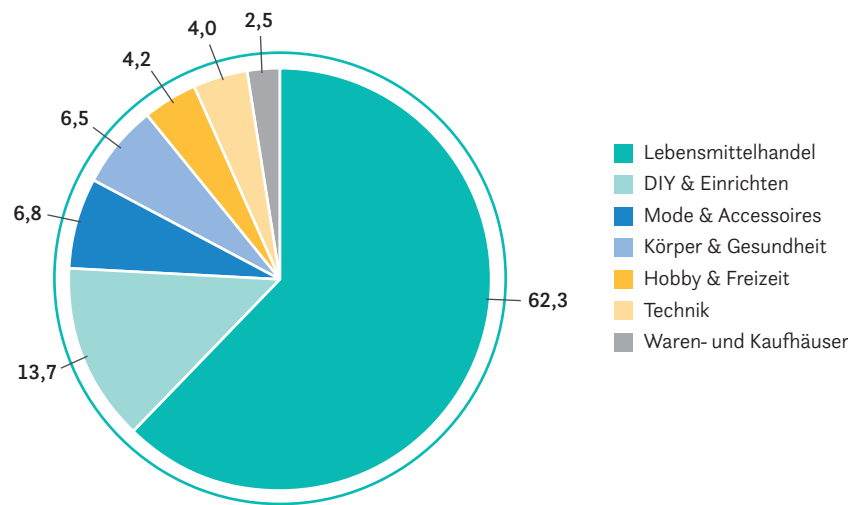
Betrachtet man die Anzahl der Verkaufsstellen, so findet man die große Mehrheit im Lebensmittel-einzelhandel, gefolgt von Mode & Accessoires.

„Nach zwei sehr guten Jahren für den Lebensmittelhandel war 2022 von großen Herausforderungen geprägt. Die Kaufzurückhaltung der Haushalte war deutlich spürbar.“

Michael Gerling
EHI Retail Institute

Verteilung der Umsätze der 1.000 Vertriebslinien des stationären Einzelhandels
(Abb. 5)

Angaben in Prozent



Quelle: EHI

Umsatz und Anzahl der Verkaufsstellen nach Branchen
(Tab. 1)

Branche	Anzahl der Verkaufsstellen	Umsatzanteil in Prozent
Lebensmittelhandel	57.911	62,3
Mode & Accessoires	20.271	6,8
DIY & Einrichten	11.578	13,7
Körper & Gesundheit	11.143	6,5
Hobby & Freizeit	9.783	4,2
Technik	5.119	4,0
Waren- und Kaufhäuser	4.292	2,5

Quelle: EHI

Für viele Betrachtungen ist die Unterteilung in sieben Branchen nicht detailliert genug. In der Studie werden den einzelnen Vertriebslinien auch Unterbranchen wie z. B. Schmuck & Uhren oder

Schuhe und Lederwaren im Bereich Mode & Accessoires zugeordnet. Die Liste der 20 umsatzstärksten Unterbranchen wird von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten angeführt.

Umsatzanteile der 20 umsatzstärksten Unterbranchen

(Tab. 2)

Unterbranche	Umsatzanteil in Prozent
Discounter	25,4
Supermärkte	22,1
SB-Warenhäuser	9,1
Baumärkte	5,5
Drogerie & Kosmetikhändler	5,0
Möbelhäuser	4,1
Technikmärkte	3,9
Sport- & Freizeitartikelhändler	2,7
Modegeschäft	2,4
Kleine Formate (im LEH)	2,0
Warenhäuser & Kaufhäuser	1,6
Bekleidungshaus	1,5
Bäckereien	1,4
Textildiscounter	1,3
Möbel-Discount	1,2
Optiker & Hörgeräte	1,1
Sonderposten	1,1
Schuh- & Lederwarenhändler	1,0
Getränkemärkte	0,9
Garten- und Blumenmärkte	0,8
Weitere	5,9

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

AUTOR

Peter Cyganek, cyganek@ehi.org

LAYOUT

EHI Retail Institute GmbH

COPYRIGHT© 2023

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: 978-3-87257-588-3

PREIS: 980,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

BILDRECHTE:

Seite 2: Drazen/stock.adobe.com
Seite 3: Jasmina/stock.adobe.com
Seite 4: Gorodenkoff/stock.adobe.com

**IHRE ANSPRECHPERSON ZUM
THEMA STATIONÄRER EINZELHANDEL**

Peter Cyganek
Forschungsbereichsleiter
Handelsstruktur
EHI Retail Institute
Tel. +49 221 57993-27
cyganek@ehi.org