

---

# GRUNDGESAMTHEITEN 2019 DEUTSCHLAND



Stand: September, 2019



**IRi**

Growth delivered.

# Inhalt

---

Vorbemerkung	4
Lebensmitteleinzelhandel	5
LEH total	5
Geschäftstypen	7
Verbrauchermärkte	9
Discounter	11
Traditioneller LEH	15
Geschäftstypen LEH – exkl. DM	17
Verkaufsflächenklassen	18
LEH total – exkl. Aldi	21
Gebiete	22
Key-Accounts	24
Edeka Gruppe	28
Markant	33
Rewe-Handelsgruppe	36

# Inhalt

---

Restlicher LEH	38
Drogerie-/Parfümerie-Fachhandel	40
Geschäftstypen LEH+DM	46
Kauf-/Warenhäuser	47
Getränkemärkte	48
C&C-Betriebe	50
Gesamtmarkt	51
Apotheken	52
Zoohandel	53
Baumärkte/Gartencenter	54
Tankstellen	55
Produkte und Dienstleistungen	58
Basisdaten	59
Wirtschaftliche Eckdaten	62

## Vorbemerkung

---

Mit den vorliegenden Grundgesamtheiten 2019 bietet IRI einen schnellen und umfassenden Überblick der wesentlichen Handelsstrukturen in der Bundesrepublik Deutschland.

Die Daten spiegeln die Handelsstrukturen zum Jahreswechsel 2018/2019 wider und bilden gleichzeitig die Basis für die Hochrechnung des InfoScan-Panels von IRI für das laufende Jahr. Die **Jahresangaben in den Graphiken** sind dabei wie folgt zu interpretieren:

**Anzahl: Anzahl von Geschäften zum Stichtag 01.01. des angegebenen Jahres**

**Umsatz: Bruttoumsatz des Vorjahres**

Als Informationsquellen dienten, neben der Fortschreibung der Daten, eigene Strukturuntersuchungen, offizielle Statistiken, Veröffentlichungen von Organisationen und Verbänden sowie Angaben aller bedeutenden Gruppierungen des Handels.

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers.

# LEH Total – Entwicklung inkl. Aldi

---

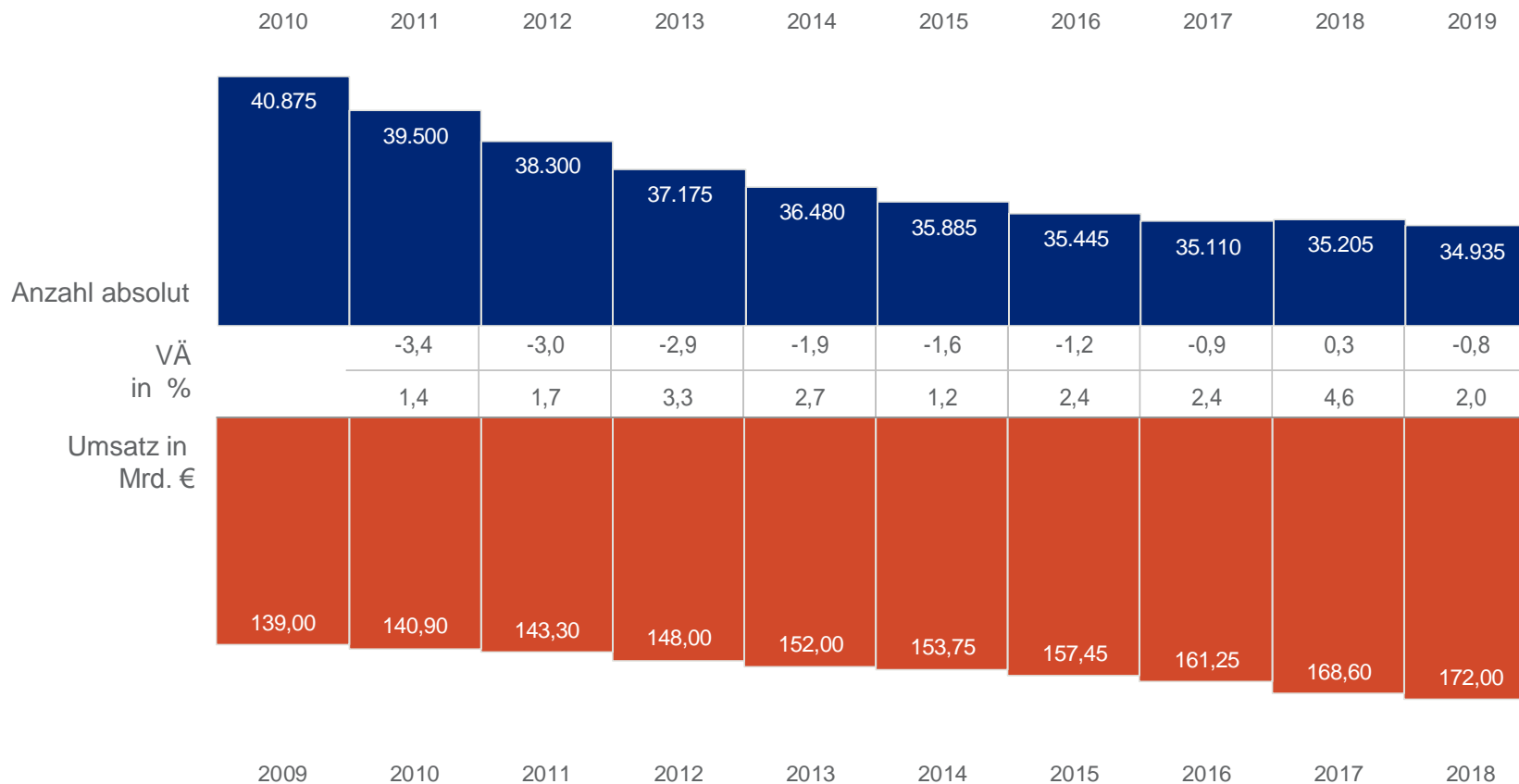
## **Fortschreitende Konzentration**

Der Umsatz des LEH (inkl. Aldi) erhöhte sich 2018 um 2,0% auf 172,00 Mrd. €.

Die Anzahl der Verkaufsstellen war rückläufig, wobei die negative Gesamtentwicklung von den Schließungen kleiner Geschäfte des traditionellen LEH und Discounters geprägt wurde; die Anzahl der Verbrauchermärkte erhöhte sich hingegen leicht. Saldiert ging die Anzahl der Geschäfte um 0,8% zurück. Insgesamt existierten in Deutschland Ende 2018 34.935 Geschäfte, wovon 4.140 Aldi-Filialen waren.

In der folgenden Darstellung des Lebensmitteleinzelhandels sind – wie in den vergangenen Jahren – Kauf- und Warenhäuser und C&C-Betriebe ausgeschlossen; in den angegebenen (Brutto-) Umsätzen sind die Nonfood-Umsätze der Verbrauchermärkte nicht enthalten.

# LEH Total – inkl. Aldi



# Geschäftstypen – Definitionen

---

## Die Verbrauchermärkte

Verbrauchermärkte sind SB-Einzelhandelsgeschäfte, die auf weiträumiger Verkaufsfläche (800 m<sup>2</sup> und mehr, soweit sie nicht Discounter sind) Lebensmittel sowie Ge- und Verbrauchsgüter vorwiegend des kurz- und mittelfristigen Bedarfs anbieten. Große Verbrauchermärkte – auch als SB-Warenhäuser bezeichnet – führen ein warenhaus-ähnliches Sortiment, einschließlich Nahrungs- und Genussmittel, für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf. Sie verfügen in der Regel über einen zentralen Kassenbereich und weiträumige Kundenparkplätze und befinden sich häufig in Stadtrandlagen.

## Discounter (inkl. Aldi)

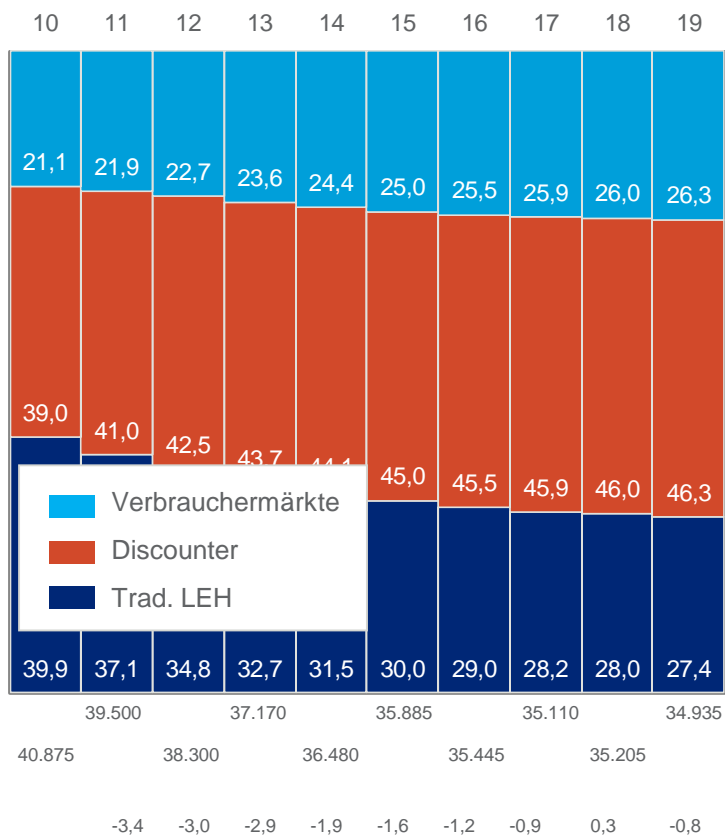
Discounter sind SB-Geschäfte mit überwiegendem Lebensmittelanteil, die ein eng begrenztes Sortiment in Läden mit einfacher Ausstattung und zentralem Kassenbereich mit Betonung auf Niedrigpreisen anbieten. Die wichtigsten Vertreter dieses Geschäftstyps sind Aldi, Lidl, Netto, Norma und Penny.

## Traditioneller LEH

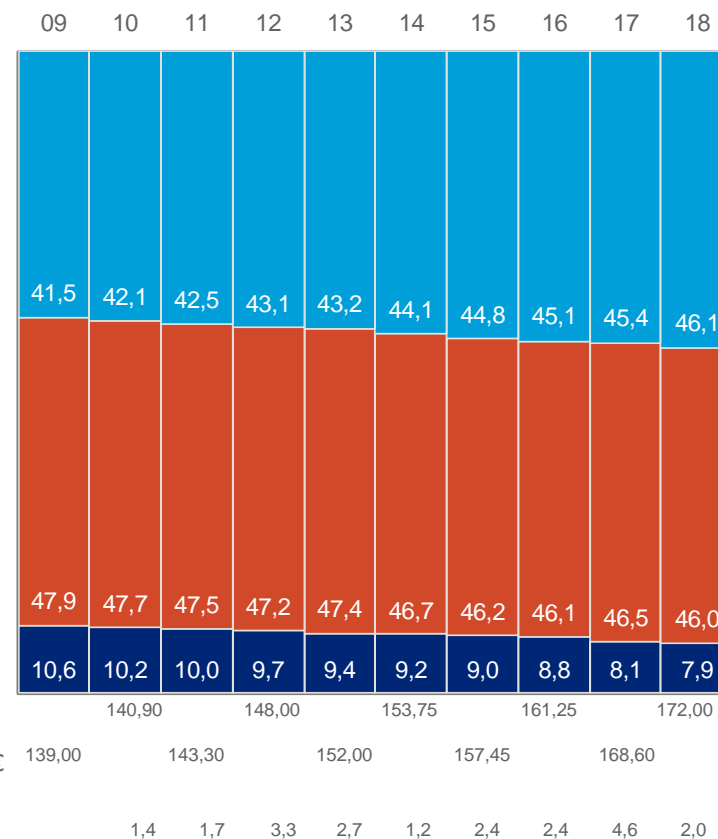
Betriebe des Traditionellen LEH sind Geschäfte mit überwiegendem Lebensmittelanteil, die weder Verbrauchermärkte noch Discounter sind. Fachgeschäfte, die ein Lebensmittel-Randsortiment anbieten (z.B. Bäckereien, Süßwareneinzelhandel), sind ausgeschlossen.

# Geschäftstypen – inkl. Aldi

Anzahl der Geschäfte in %



Umsatzanteil in %





## Verbrauchermärkte – Entwicklung

### Die Verbrauchermärkte sind 2018 wieder unter den Gewinnern im LEH.

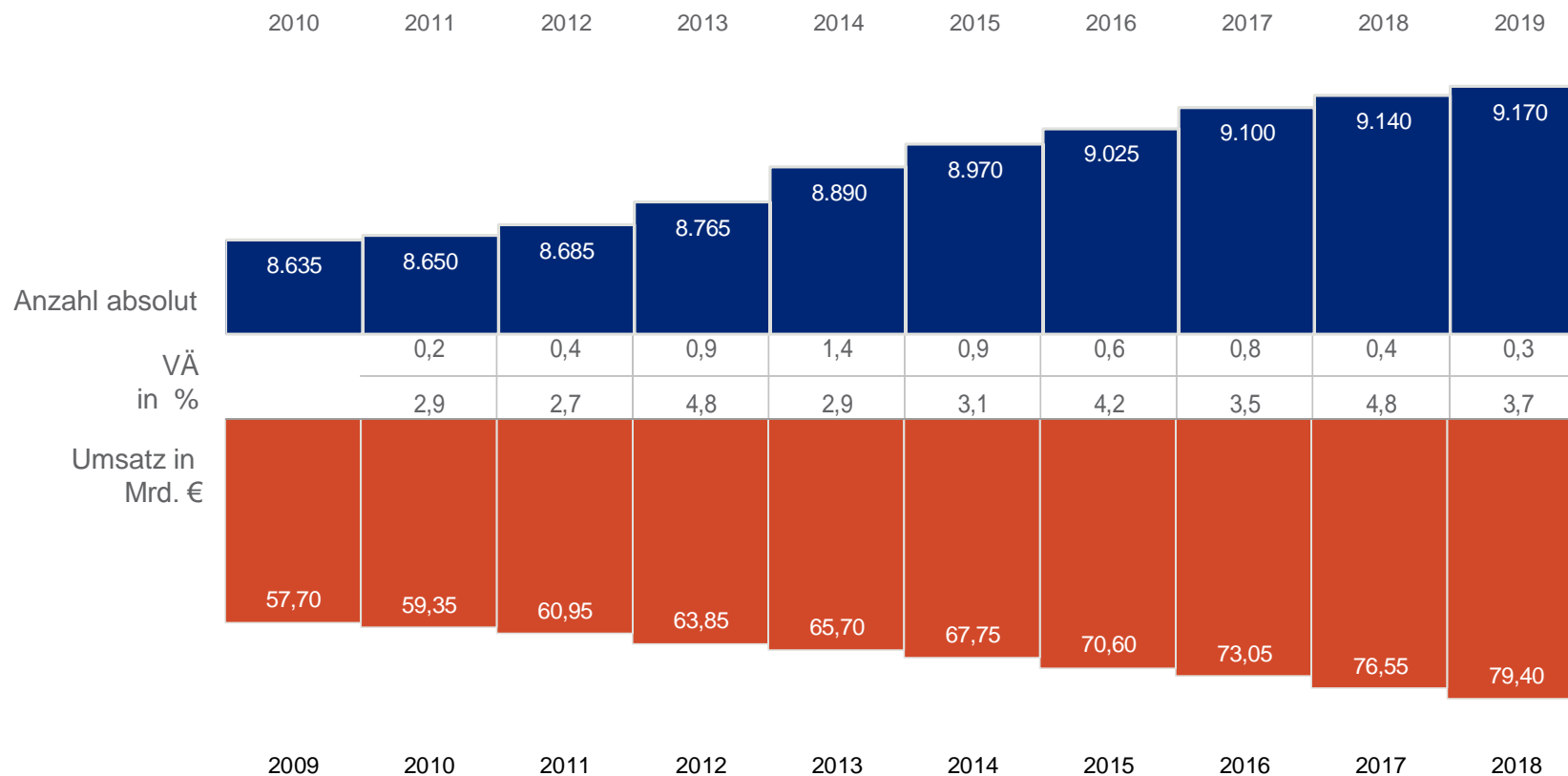
Aufgrund von Neueröffnungen und Vergrößerungen erhöhte sich die Anzahl der Geschäfte auf 9.170. Zusätzlich ist zu beachten, dass 53,6% des Verbrauchermarktumsatzes durch die kleineren Verbrauchermärkte mit Verkaufsflächen zwischen 800 und 1.499 m<sup>2</sup> bzw. 1.500 und 2.499 m<sup>2</sup> erwirtschaftet wurden, zu denen jedoch 77,6% aller Verbrauchermärkte gehören.

Die Umsätze erhöhten sich 2018 auf 79,40 Mrd. €; daher stiegen die Durchschnittsumsätze der Verbrauchermärkte auf ca. 8,5 Mio. €.

### Regionale Verteilung der Verbrauchermärkte Ende 2018 nach IRI-Gebieten:

• Nord-West	1.740	(– 0,9%)
• NRW	1.815	(– 0,3%)
• Mitte	1.375	(+ 1,1%)
• Süd	2.655	(+ 1,1%)
• Ost	1.585	(+ 0,3%)
• Gesamt:	9.170	(+ 0,3%)

# Verbrauchermärkte



## Discounter – Entwicklung inkl. Aldi

### Positive Umsatzentwicklung der Discounter in 2018

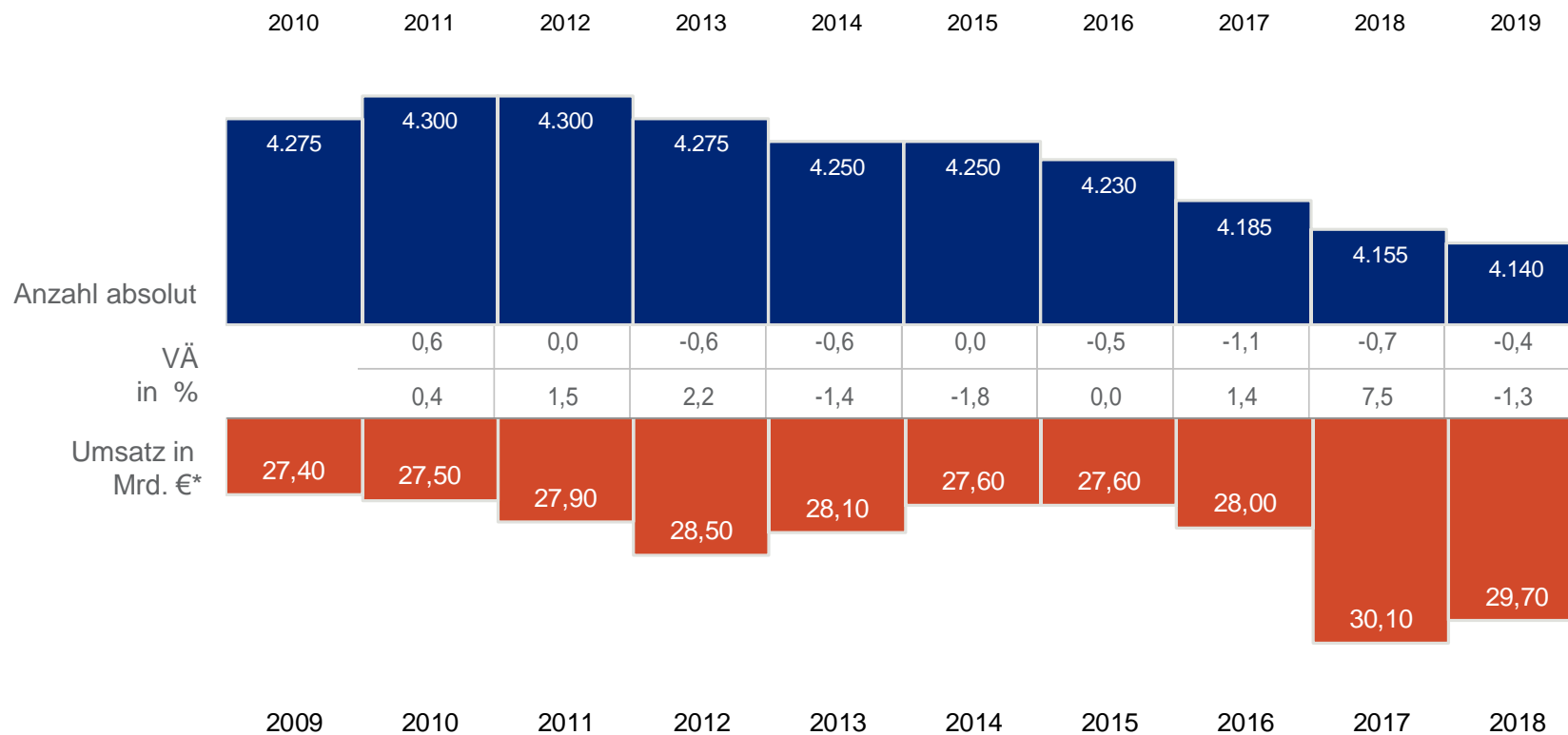
Die Anzahl der Verkaufsstellen der Discounter sank im Jahr 2018 um 0,2%. Das wurde begleitet von einer Umsatzsteigerung um 0,9% auf 79,10 Mrd. €.

Discounter machen einen Umsatzanteil von 46% am LEH-Gesamtmarkt aus und wahren somit den Abstand zum Traditionellen LEH. Lässt man Aldi in dieser Betrachtung außer acht, so reduziert sich der Anteil der Discounter auf 28,7% des gesamten LEH-Umsatzes von 172,00 Mrd. €.

### Regionale Verteilung der Discounter (inkl. Aldi) Ende 2018 nach Ost und West:

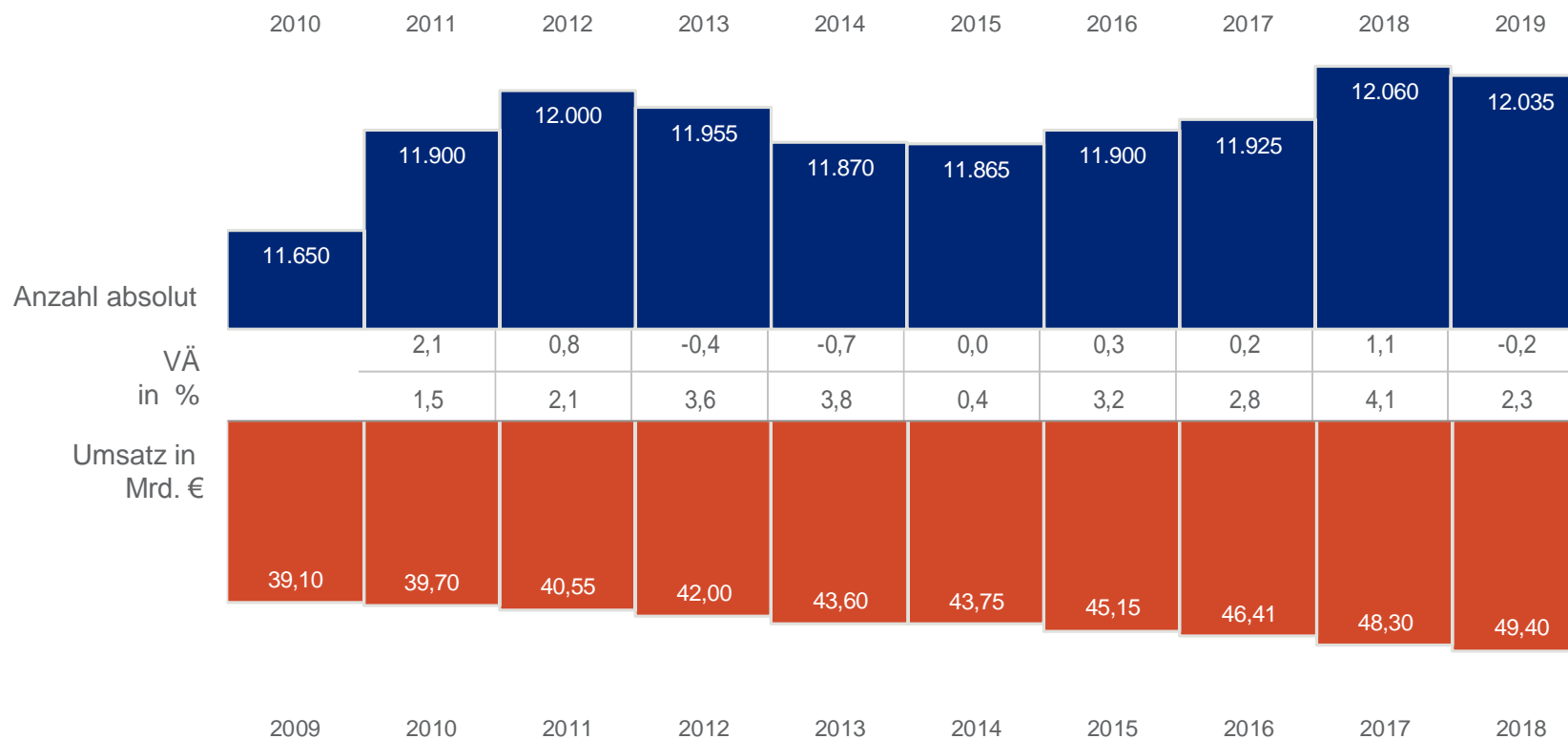
• West	12.030	(– 0,5%)
• Ost	4.145	(+ 0,4%)
• Gesamt:	16.175	(– 0,2%)

## Aldi



\* Kooperationspartner GfK: ausschließlich FOOD-Umsatz

## Discounter – exkl. Aldi



# Discounter

		Discounter inkl. Aldi		Discounter exkl. Aldi	
		Anzahl 01.01.2019	Umsatz 2018	Anzahl 01.01.2019	Umsatz 2018
		<b>16.175</b>	<b>79,10</b>	<b>12.035</b>	<b>49,40</b>
Unternehmen	Name	Anteile in %		Anteile in %	
<b>Klassische Discounter</b>					
Aldi	Aldi	26	38		
Lidl & Schwarz	Lidl	21	24	28	38
Norma	Norma	8	5	11	9
<b>Marken-Discounter</b>					
Penny	Penny	13	10	18	17
Netto Marken-Discount/ Supermarkt	Netto	28	21	38	33
Edeka EH	Diska, NP, Treff	4	2	5	3

## Traditioneller LEH – Entwicklung

### Anzahl der Geschäfte und Umsatz sind weiterhin rückläufig

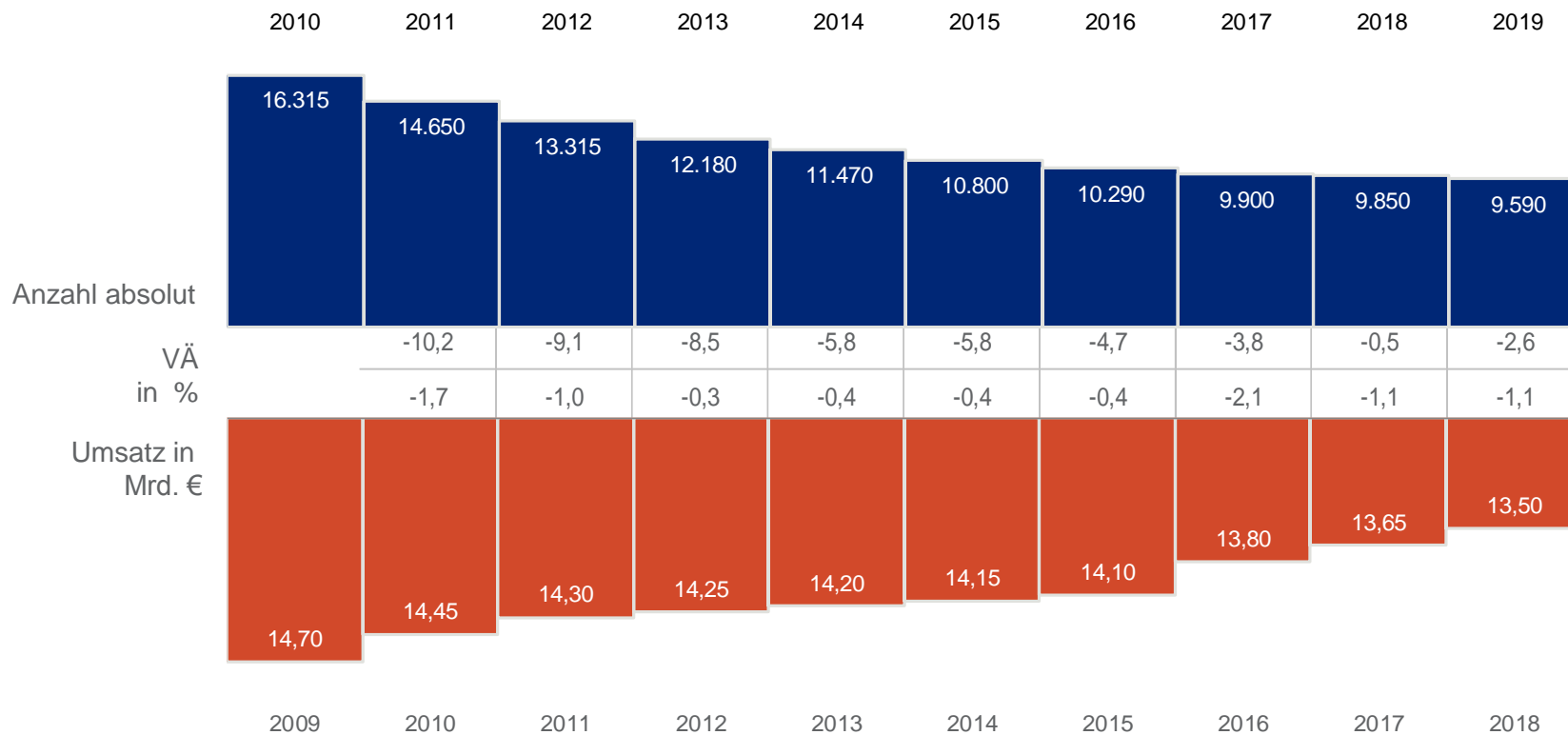
Die Gesamtanzahl der Geschäfte des Traditionellen LEH entwickelte sich weiterhin negativ. Die weitaus größte Kategorie (3.665 Geschäfte bis 199 m<sup>2</sup>) verzeichnete mit -5,1% im Vergleich zum Vorjahr weiterhin einen deutlichen Rückgang.

Die Umsätze des Traditionellen LEH verringerten sich um 1,1% auf 13,50 Mrd. €. Damit repräsentieren die Geschäfte des Traditionellen LEH nur noch 9,5% des gesamten LEH-Umsatzes (exkl. Aldi).

### Regionale Verteilung der traditionellen LEH-Geschäfte Ende 2018 nach Ost und West:

• West	7.715	(– 2,5%)
• Ost	1.875	(– 3,1%)
• Gesamt:	9.590	(– 2,6%)

# Traditioneller LEH





# Geschäftstypen LEH – exkl. DM

	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2018		19:18	01.01.2019		2017		18:17	2018	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
Verbrauchermärkte	9.140	29,4	0,3	9.170	29,8	76,54	55,2	3,7	79,38	55,8
Discounter	12.060	38,9	-0,2	12.035	39,1	48,32	34,9	2,2	49,40	34,7
Traditioneller LEH	9.850	31,7	-2,6	9.590	31,1	13,65	9,9	-1,0	13,52	9,5
<b>Gesamt</b>	<b>31.050</b>	<b>100,0</b>	<b>-0,8</b>	<b>30.795</b>	<b>100,0</b>	<b>138,50</b>	<b>100,0</b>	<b>2,7</b>	<b>142,30</b>	<b>100,0</b>
Aldi	4.155		-0,4	4.140		30,10		-1,3	29,70	

# Verkaufsflächenklassen – Entwicklung

---

IRI unterscheidet sieben Verkaufsflächenklassen. Hinzu kommen die Discounter, die unabhängig von ihrer tatsächlichen Größe eine eigene Klasse bilden.

Der Traditionelle LEH untergliedert sich in die folgenden Klassen:

- bis 199 m<sup>2</sup>
- 200 bis 399 m<sup>2</sup>
- 400 bis 799 m<sup>2</sup> (Supermärkte).

Das Verbrauchermarktsegment umfasst Märkte mit:

- 800 bis 1.499 m<sup>2</sup>
- 1.500 bis 2.499 m<sup>2</sup>
- 2.500 bis 4.999 m<sup>2</sup>
- 5.000 m<sup>2</sup> und mehr (SB-Warenhäuser).

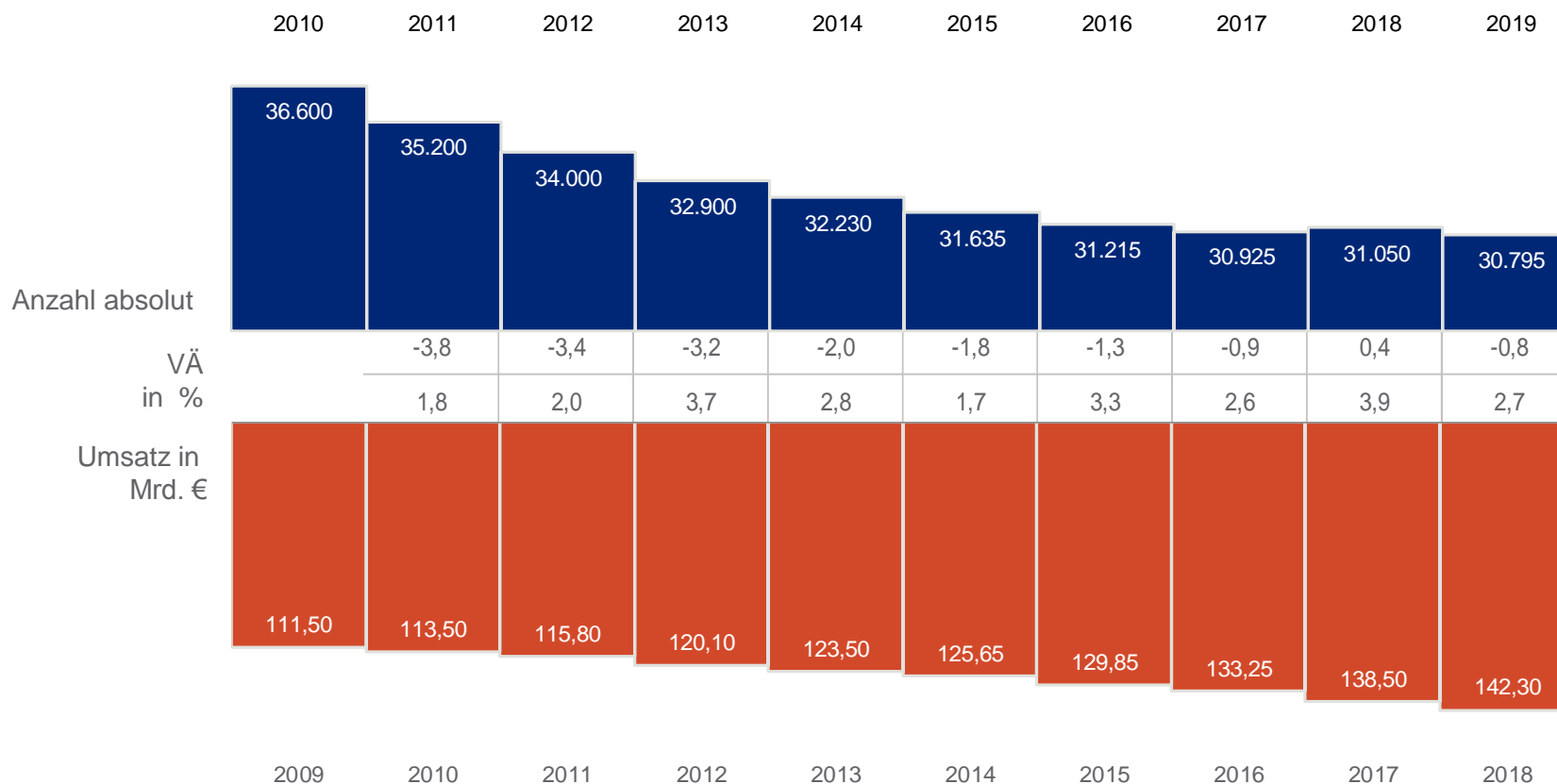
## Verkaufsflächenklassen – inkl. Aldi

	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2018		19:18	01.01.2019		2017		18:17	2018	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
≤ 199 m <sup>2</sup>	3.860	11,0	-5,1	3.665	10,5	1,350	0,8	-2,2	1,320	0,8
200 - 399 m <sup>2</sup>	2.780	7,9	-0,4	2.770	7,9	2,700	1,6	-1,9	2,650	1,5
400 - 799 m <sup>2</sup>	3.210	9,1	-1,7	3.155	9,0	9,600	5,7	-0,5	9,550	5,6
800 - 1499 m <sup>2</sup>	4.270	12,1	-0,9	4.230	12,1	21,600	12,8	3,5	22,350	13,0
1500 - 2499 m <sup>2</sup>	2.830	8,0	2,1	2.890	8,3	19,350	11,5	4,3	20,180	11,7
2500 - 4999 m <sup>2</sup>	1.370	3,9	1,5	1.390	4,0	17,085	10,1	3,9	17,750	10,3
≥ 5000 m <sup>2</sup>	670	1,9	-1,5	660	1,9	18,500	11,0	3,2	19,100	11,1
Discounter exkl. Aldi	12.060	34,3	-0,2	12.035	34,4	48,315	28,6	2,2	49,400	28,7
Aldi	4.155	11,8	-0,4	4.140	11,9	30,100	17,9	-1,3	29,700	17,3
<b>Gesamt</b>	<b>35.205</b>	<b>100,0</b>	<b>-0,8</b>	<b>34.935</b>	<b>100,0</b>	<b>168,600</b>	<b>100,0</b>	<b>2,0</b>	<b>172,000</b>	<b>100,0</b>

## Verkaufsflächenklassen – exkl. Aldi

	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2018		19:18	01.01.2019		2017		18:17	2018	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
≤ 199 m <sup>2</sup>	3.860	12,4	-5,1	3.665	12,0	1,360	1,0	-2,9	1,320	0,9
200 - 399 m <sup>2</sup>	2.780	9,0	-0,4	2.770	9,0	2,700	1,9	-1,9	2,650	1,9
400 - 799 m <sup>2</sup>	3.210	10,3	-1,7	3.155	10,2	9,600	6,9	-0,5	9,550	6,7
800 - 1499 m <sup>2</sup>	4.270	13,8	-0,9	4.230	13,7	21,600	15,6	3,5	22,350	15,7
1500 - 2499 m <sup>2</sup>	2.830	9,1	2,1	2.890	9,4	19,350	14,0	4,3	20,180	14,2
2500 - 4999 m <sup>2</sup>	1.370	4,4	1,5	1.390	4,5	17,085	12,3	3,9	17,750	12,5
≥ 5000 m <sup>2</sup>	670	2,2	-1,5	660	2,1	18,500	13,4	3,2	19,100	13,4
Discounter exkl. Aldi	12.060	38,8	-0,2	12.035	39,1	48,315	34,9	2,2	49,400	34,7
<b>Gesamt</b>	<b>31.050</b>	<b>100,0</b>	<b>-0,8</b>	<b>30.795</b>	<b>100,0</b>	<b>138,510</b>	<b>100,0</b>	<b>2,7</b>	<b>142,300</b>	<b>100,0</b>

# LEH Total – exkl. Aldi

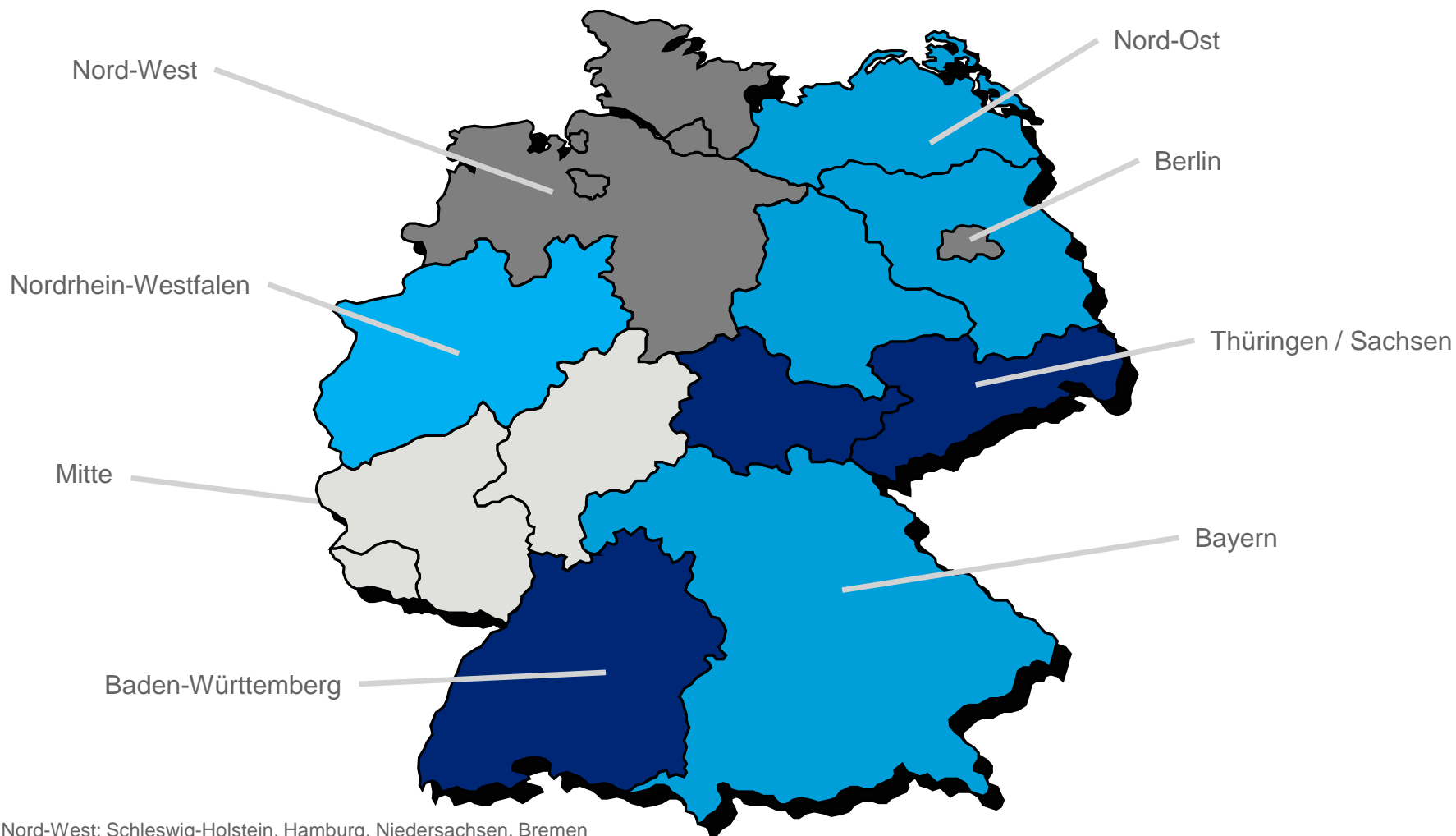


## Gebiete – exkl. Aldi

	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2018		19:18	01.01.2019		2017		18:17	2018	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
Nord-West	4.965	16,0	-1,1	4.910	15,9	24,240	17,5	2,7	24,905	17,5
Nordrhein-Westfalen	5.890	19,0	-0,4	5.865	19,0	28,660	20,7	2,7	29,445	20,7
Mitte	4.380	14,1	-0,8	4.345	14,1	18,830	13,6	2,7	19,345	13,6
Baden-Württemberg	3.750	12,1	-2,5	3.655	11,9	18,150	13,1	2,7	18,645	13,1
Bayern	5.200	16,7	-0,1	5.195	16,9	19,400	14,0	2,7	19,930	14,0
Nord-Ost	3.085	9,9	-0,5	3.070	10,0	12,180	8,8	2,8	12,515	8,8
Thüringen/Sachsen	2.955	9,5	-0,7	2.935	9,5	11,350	8,2	2,7	11,660	8,2
Berlin	825	2,7	-0,6	820	2,7	5,700	4,1	2,7	5,855	4,1
<b>Gesamt</b>	<b>31.050</b>	<b>100,0</b>	<b>-0,8</b>	<b>30.795</b>	<b>100,0</b>	<b>138,510</b>	<b>100,0</b>	<b>2,7</b>	<b>142,300</b>	<b>100,0</b>

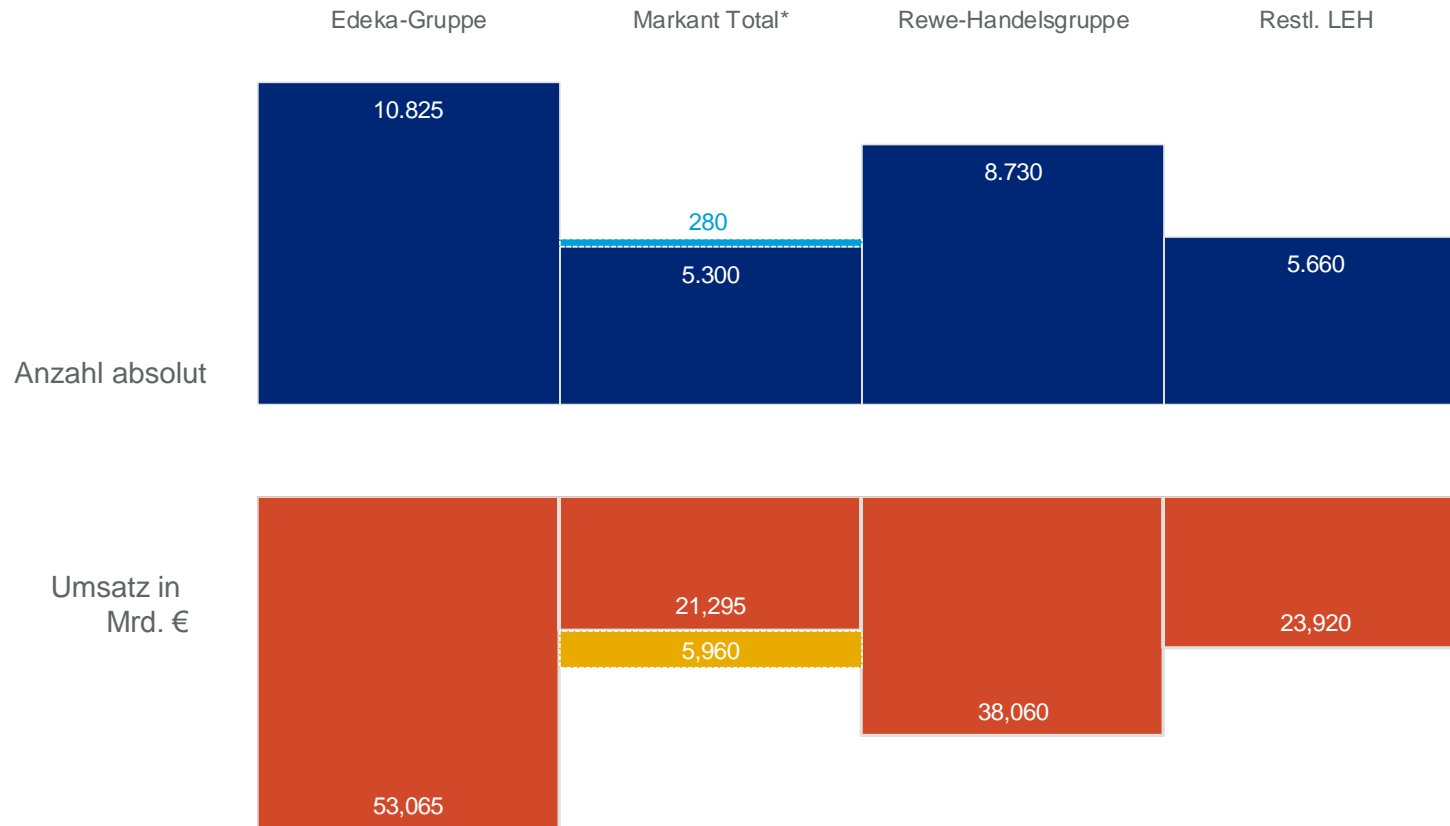
- Nord-West: Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen
- Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
- Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

# Gebiete



- Nord-West: Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen
- Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
- Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

# Key-Accounts – exkl. Aldi, Drogeriemärkte



\* bestehend aus Markant ex. real,- und 280 real,- Geschäften mit einem Umsatz von €5,960 Mrd.



## Key-Accounts – exkl. Aldi, Drogeriemärkte

Durchschnittsumsatz in Mio. €	2018
Edeka-Gruppe	4,90
• Einzelhandel	6,10
• Edeka Discounter & Kooperationen	3,41
Markant Total	4,88
• Markant ex. real,-	4,02
• real,- (ehemaliger Metro Einzelhandel)	21,29
Rewe-Handelsgruppe	4,36
Restl.LEH	4,23
<b>Gesamt</b>	<b>4,62</b>

# Key-Accounts – exkl. Aldi, Drogeriemärkte

	Anzahl Geschäfte		Umsatz in Mrd. €		Anzahl der Geschäfte > 200 qm		Umsatz in Mrd. €	
	01.01.2019		2018		01.01.2019		2018	
	abs.	%	Mrd. €	%	abs.	%	Mrd. €	%
Edeka-Gruppe	10.825	35,1	53,065	37,3	9.305	34,2	52,420	37,1
• Einzelhandel	6.010	19,5	36,660	25,8	4.490	16,5	36,015	25,5
• Edeka Discounter & Kooperationen	4.815	15,6	16,405	11,5	4.815	17,7	16,405	11,6
Markant Total	5.580	18,1	27,255	19,2	4.225	15,5	26,795	19,0
• Markant ex. real,-	5.300	17,2	21,295	15,0	3.945	14,5	20,835	14,8
• real,- (ehemaliger Metro Einzelhandel)	280	0,9	5,960	4,2	280	1,0	5,960	4,2
Rewe-Handelsgruppe	8.730	28,4	38,060	26,7	8.230	30,5	37,900	27,0
Restl.LEH	5.660	18,4	23,920	16,8	5.370	19,8	23,865	16,9
<b>Gesamt</b>	<b>30.795</b>	<b>100,0</b>	<b>142,300</b>	<b>100,0</b>	<b>27.130</b>	<b>100,0</b>	<b>140,980</b>	<b>100,0</b>

# Key-Accounts – exkl. Aldi, inkl. Drogeriemärkte

	Anzahl Geschäfte		Umsatz in Mrd. €		Anzahl der Geschäfte > 200 qm		Umsatz in Mrd. €	
	01.01.2019		2018		01.01.2019		2018	
	abs.	%	Mrd. €	%	abs.	%	Mrd. €	%
Edeka-Gruppe	11.010	30,8	53,555	33,6	9.490	29,7	52,910	33,5
• Einzelhandel	6.010	16,8	36,660	23,0	4.490	14,1	36,015	22,8
• Edeka Discounter & Kooperationen	5.000	14,0	16,895	10,6	5.000	15,6	16,895	10,7
Markant Total	10.250	28,8	43,885	27,5	8.895	27,8	43,425	27,5
• Markant ex. real,-	9.970	28,0	37,925	23,8	8.615	26,9	37,465	23,7
• real,- (ehemaliger Metro Einzelhandel)	280	0,8	5,960	3,7	280	0,9	5,960	3,8
Rewe-Handelsgruppe	8.730	24,5	38,060	23,9	8.230	25,7	37,900	23,9
Restl. LEH	5.660	15,9	23,920	15,0	5.370	16,8	23,865	15,1
<b>Gesamt</b>	<b>35.650</b>	<b>100,0</b>	<b>159,420</b>	<b>100,0</b>	<b>31.985</b>	<b>100,0</b>	<b>158,100</b>	<b>100,0</b>
davon Drogeriemärkte	4.855		17,120		4.855		17,120	

# Edeka-Gruppe – Definition und Entwicklung

---

## Definition

Geschäfte mit überwiegendem Lebensmittelsortiment, deren Betreiber Mitglied einer Genossenschaft der Edeka sind bzw. über das Einkaufskontor der Edeka verrechnen.

## Gesamtentwicklung

Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nimmt die Edeka-Gruppe in ihrer Gesamtheit (Edeka-Einzelhandel, Edeka Discounter & Kooperationen) weiterhin mit einigem Abstand den ersten Rang ein; der Umsatzanteil der Gruppe liegt bei 37,3%.

## Entwicklung Edeka-Einzelhandel

Der Edeka-Einzelhandel ist in 7 Edeka-Handelsgesellschaften (abgekürzt EHG) aufgeteilt. Die jeweils zugehörigen Großhandlungen haben fusioniert.

Mit 6.010 Geschäften bildet der Edeka-Einzelhandel nach der Rewe-Gruppe die zweitgrößte Key-Account-Gruppe. Beim Umsatz liegt sie mit 36,660 Mrd. € ebenfalls hinter der Rewe-Gruppe auf dem zweiten Platz. Der Anteil am gesamten LEH-Umsatz beträgt 25,8%.

# Edeka-Gruppe – Definition und Entwicklung

---

## **Entwicklung Edeka Discounter und Kooperationen**

Unter dieser Key-Account-Gruppe werden Frey & Kessel, der Netto Markendiscount sowie die Discounter der 7 Edeka Handelsgesellschaften zusammengefasst.

Diese verfügen zusammen über 4.815 Filialen und repräsentieren einen Umsatz von 16,405 Mrd. €.

# Edeka-Gruppe – Organisationszuordnung

Handelsgesellschaft	Firmensitz	Handelsgesellschaft	Firmensitz
<b>a) EHG Nord / Danmark</b> Edeka Nord (Edeka Danmark)	Neumünster	<b>e) EHG Südwest</b> Edeka Südwest	Offenburg
<b>b) EHG Minden-Hannover</b> Edeka Minden-Hannover	Minden	<b>f) EHG Nordbayern-Sachsen-Thüringen</b> Edeka Nordbayern	Rottendorf
<b>c) EHG Hessenring</b> Edeka Hessenring	Melsungen	<b>g) EHG Südbayern / ADEG</b> Edeka Südbayern Feneberg (ADEG)	Gaimersheim Kempten
<b>d) EHG Rhein-Ruhr</b> Edeka Rhein-Ruhr	Moers		

# Edeka-Gruppe – Vertriebsschienezuordnung

Typ	Vertriebsschiene	Typ	Vertriebsschiene
VM	E-aktiv Markt E-Center E-Center Herkules Edeka E-Neukauf E-Reichelt Kaufmarkt Kupsch Marktkauf	Trad. LEH	E-aktiv Markt Edeka E-neukauf Feneberg Kupsch Lüning Nah & Gut
Disc.	-		

# Edeka-Gruppe – Organisationszuordnung und Vertriebslinien

Unternehmen	Firmensitz	Typ	Vertriebslinien
<b>h) Edeka Disc. &amp; Koop.</b>		VM	SBK
Frey & Kissel	Landau	Disc	Netto
Netto Markendiscout	Maxhütte		Diska
Diska	Rottendorf		NP
NP	Minden		Treff
Treff	Offenburg		
		DM	Budnikowsky



# Markant – Definition und Zuordnung

---

## Definition

Geschäfte mit überwiegendem Lebensmittelsortiment und Drogeriemärkte, deren Inhaber den Einkauf überwiegend über dieses Kontor abwickeln.

## Entwicklung

Zur Key-Account-Gruppe Markant gehören 5.580 LEH-Geschäfte, die einen Umsatz von 27,255 Mrd. € repräsentieren. Damit stellt die Gruppe beim Umsatz nach Rewe und Edeka die drittgrößte Key-Account-Gruppe dar.

Ab 2016 verrechnet die Metro über Markant. Diese Umstellung wird weiter berücksichtigt.

Der ehemalige Metro Einzelhandel betreibt aktuell 280 Verkaufsstellen, die einen Umsatz von 5,960 Mrd. € repräsentieren.

# Markant – Organisationszuordnung

<b>Unternehmen</b>	<b>Firmensitz</b>	<b>Unternehmen</b>	<b>Firmensitz</b>
Bartels-Langness	Kiel	Klaas & Kock	Gronau
Bünting	Leer	LHG Eibelstadt	Eibelstadt
Cames	Neuss	Lupus	Pforzheim
Citti	Kiel	Müller	Ulm
dm Werner	Karlsruhe	Netto Supermarkt	Stavenhagen
Giehl	Nistertal	Okle	Singen
Globus	St. Wendel	Real	Mönchengladbach
Jibi	Bielefeld	Rossmann	Burgwedel
Kaes	Mauerstetten	Tegut	Fulda
Kaufland	Neckarsulm	Utz	Ochsenhausen

# Markant – Vertriebsschienen

Typ	Vertriebsschienen	Typ	Vertriebsschienen	Typ	Vertriebsschienen
VM	Citti	Disc.	Netto Supermarkt	Trad. LEH	Cames
	Coma				Ihre Kette
	Combi	DM	dm		K+K Markt
	Famila		Kloppenburg		Markant
	Globus		Müller		Tegut
	Handelshof		Rossmann		Um's Eck
	Jibi Markt				
	Kaufland				
	K+K Markt				
	Markant				
	Real				
	Tegut				
	V-Markt				

# Rewe-Handelsgruppe – Definition und Entwicklung

---

## Definition

Geschäfte mit überwiegendem Lebensmittelsortiment, die von der Rewe-Zentral AG oder anderen Rewe-Zentralen betrieben bzw. beliefert werden oder mit der Rewe-Zentrale kooperieren.

## Entwicklung

Die Rewe-Handelsgruppe ist die zweitgrößte Gruppierung im deutschen LEH. Sie erzielte im vergangenen Jahr mit 8.730 Verkaufsstellen einen Umsatz von 38,060 Mrd. €. Dies entspricht einem Anteil von 26,7% am gesamten deutschen LEH-Umsatz.

Ab 2014 wurden die ehemaligen TOOM-SB-Warenhäuser als REWE Center in die Rewe-Regionen integriert.

# Rewe-Handelsgruppe – Organisationszuordnung und Vertriebsschienen

Unternehmen	Firmensitz	Typ	Vertriebsschienen	Typ	Vertriebsschienen
Brücken	Hagen	VM	Hit	Disc.	Penny
Coop*	Kiel		Kaufpark	Trad. LEH	Rewe
Dohle	Siegburg		Rewe		Nahkauf
Penny	Köln		Rewe Center		
Petz	Wissen		Wasgau	DM	—
Rewe Dortmund	Dortmund				
Rewe Zentrale	Köln				
Wasgau	Pirmasens				

\* sukzessive Umstellung von Coop/Sky zu REWE Vollsortimenter ab 2018

# Restlicher LEH – Definition und Entwicklung

---

## Definition

Alle Geschäfte mit überwiegendem Lebensmittelsortiment, die nicht den vorher genannten Key-Account-Gruppen zuzuordnen sind.

## Entwicklung

Die Anzahl der Geschäfte verringerte sich leicht um 0,4%, während der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 3,0% gesteigert werden konnte.

Insgesamt umfasst der Restliche LEH derzeit ca. 18,4% aller LEH-Geschäfte und erzielt mit 23,920 Mrd. € einen Anteil von 16,8% am gesamten LEH-Umsatz.

## Restlicher LEH – Organisationszuordnung und Vertriebschien

Unternehmen	Firmensitz	Typ	Vertriebsschien
KG Königs Wusterhausen	Königs Wusterhausen	VM	AEZ
KG Leipzig	Leipzig		Konsum Frische-Markt
KGV Magdeburg	Magdeburg		NEZ
Konsum Altenburg	Altenburg		
Konsum Dresden	Dresden	Disc.	Lidl
Lidl Discount	Neckarsulm		Norma
Norma	Nürnberg		
Restliche Nicht Organisierte		Trad. LEH	Konsum NEZ
		DM	—

## Drogerie-/Parfümerie-Fachhandel – Definitionen

---

**Drogerie-/Parfümerie-Fachhandel:** Der Drogerie-/Parfümerie-Fachhandel setzt sich aus dem Traditionellen Fachhandel, den Drogeriemärkten und den Drogerie- bzw. Parfümerieabteilungen der Kauf- und Warenhäuser zusammen.

**Traditioneller Fachhandel:** Der Traditionelle Fachhandel umfasst die Fachparfümerien.

**Fachparfümerie:** Filialisiertes oder nicht filialisiertes Fachgeschäft mit annähernd ausschließlichem Umsatz im Depotkosmetikbereich, das neben Depots teilweise auch Randsortimente vertreibt.

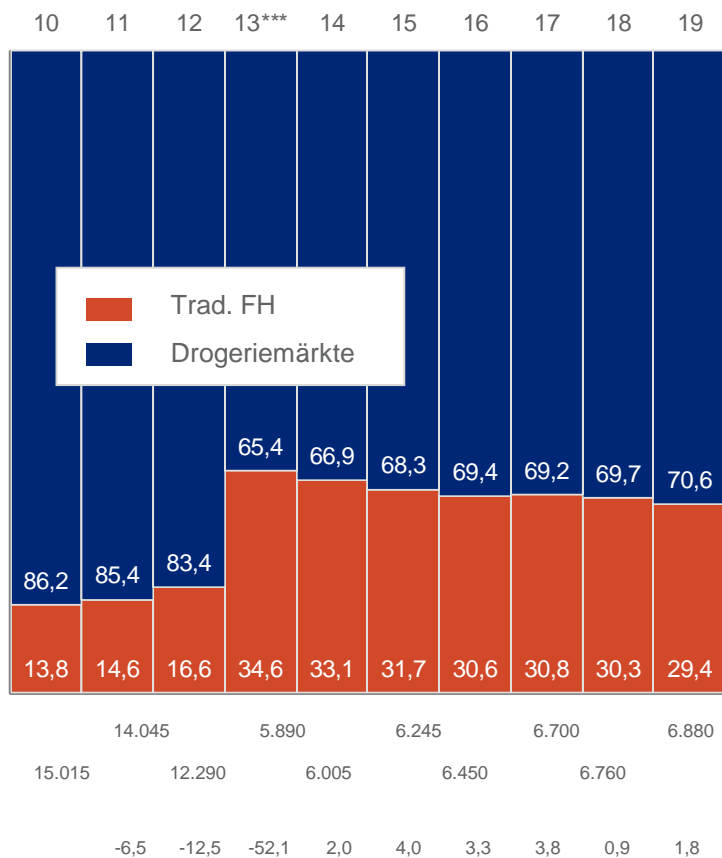
**Drogeriemarkt:** Einzelhandelsgeschäft, das Drogeriewaren als Kernsortiment führt und in der Regel ein problemloses, schnell drehendes Markenartikelsortiment nach dem Discountprinzip (begrenzt, relativ niedrig-preisiges Sortiment) in Selbstbedienung vertreibt.

**Drogerie- bzw. Parfümerieabteilungen der Kauf- und Warenhäuser:** Fachparfümerie- und Drogerieabteilungen von Karstadt und Kaufhof.

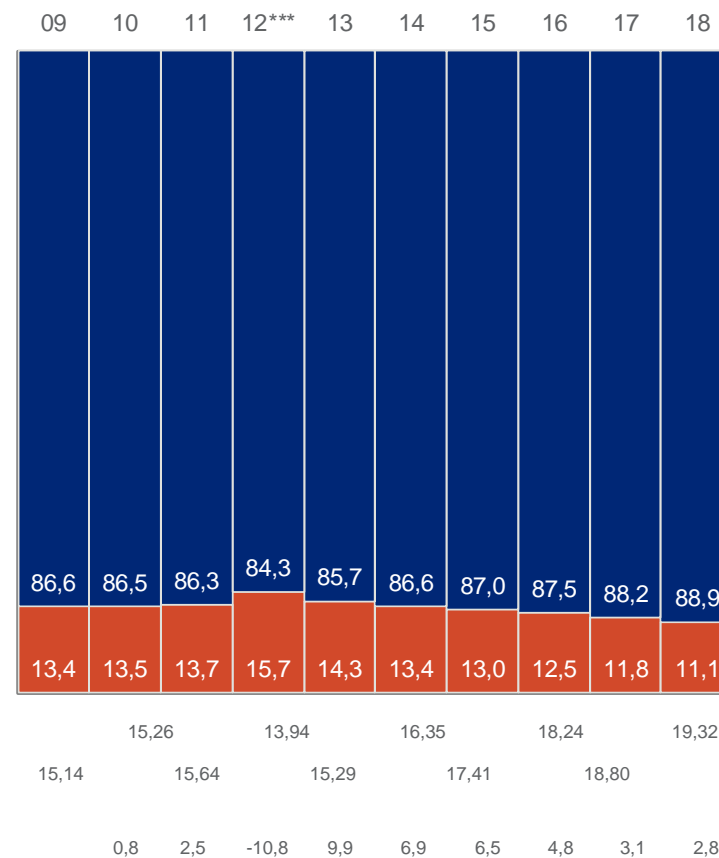


# Drogerie-/Parfümerie-Fachhandel\* – exkl. KWH

Anzahl der Geschäfte in %



Umsatzanteil in % \*\*



\* ab 01.01.2009 ohne Fachdrogerien    \*\* enthält auch Onlineumsätze    \*\*\* Wegfall von Schlecker

## Drogerie-/Parfümerie-Fachhandel – Entwicklung

Der Drogerie- bzw. Parfümerie-Fachhandel (ab 01.01.2009 ohne Fachdrogerien) verzeichnete im vergangenen Jahr wieder ein Umsatzplus in Höhe von 2,7% auf 19,91 Mrd. €.

Die Anzahl der Drogeriemärkte erhöhte sich um 140 auf jetzt 4.855 Märkte.

Die Drogeriemärkte erhöhten ihren Anteil am gesamten Drogerie-/Parfümerie-Fachhandel (exkl. Kauf- und Warenhäuser, ab 1.1.2009 ohne Fachdrogerien) gemessen an der Geschäftsanzahl auf 70,6% (Vorjahr 69,7%) und gleichzeitig ihren Anteil gemessen am Umsatz auf 88,6% (Vorjahr 88,2%).

### Regionale Verteilung des Drogerie-/Parfümerie-Fachhandels exkl. Kauf- und Warenhäuser) nach IRI-Gebieten:

• Nord-West	1.270
• NRW	1.555
• Mitte	930
• Baden-Württemberg	880
• Bayern	1.110
• Nord-Ost	460
• Thüringen/Sachsen	405
• Berlin	270
• Gesamt:	6.880

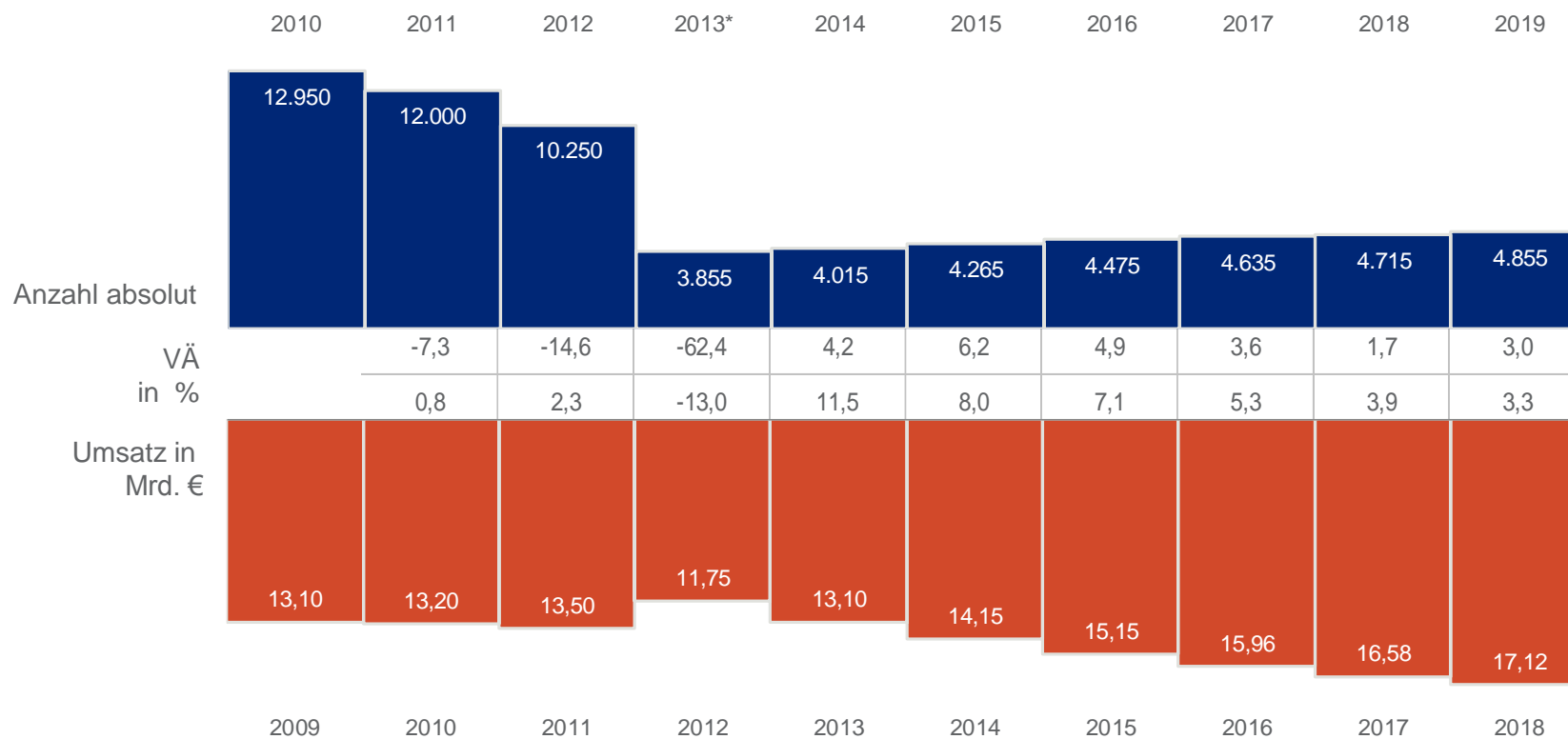
# Drogerie-/Parfümerie-Fachhandel

	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2018		19:18	01.01.2019		2017		18:17	2018	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
Fachparfümerien	2.045	29,5	-1,0	2.025	28,7	2,220	11,5	-0,9	2,200	11,1
Kauf- und Warenhäuser	175	2,5	0,0	175	2,5	0,590	3,0	-0,8	0,585	2,9
Drogeriemärkte	4.715	68,0	3,0	4.855	68,8	16,580	85,5	3,3	17,120	86,0
<b>Gesamt</b>	<b>6.935</b>	<b>100,0</b>	<b>1,7</b>	<b>7.055</b>	<b>100,0</b>	<b>19,390</b>	<b>100,0</b>	<b>2,7</b>	<b>19,905</b>	<b>100,0</b>

# Drogeriemärkte

	Anzahl 01.01.2019	Umsatz 2018
	4.855	17,12 Mrd. €
	Anteile in %	
dm	41	47
Rossmann (inkl. Kloppenburg)	44	38
Müller	11	12
Budnikowsky	4	3

# Drogeriemärkte

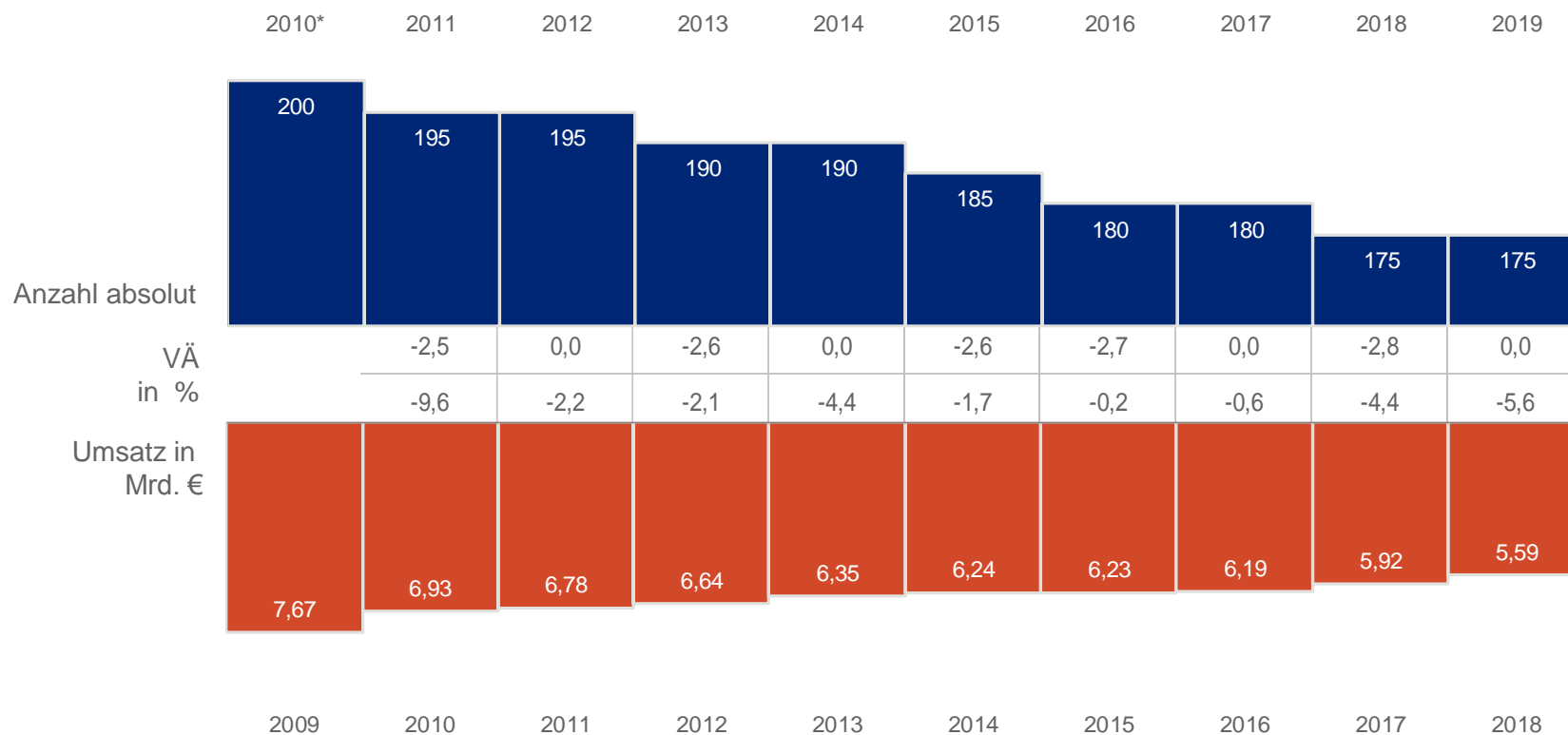


\* Wegfall von Schlecker

# Geschäftstypen LEH + DM

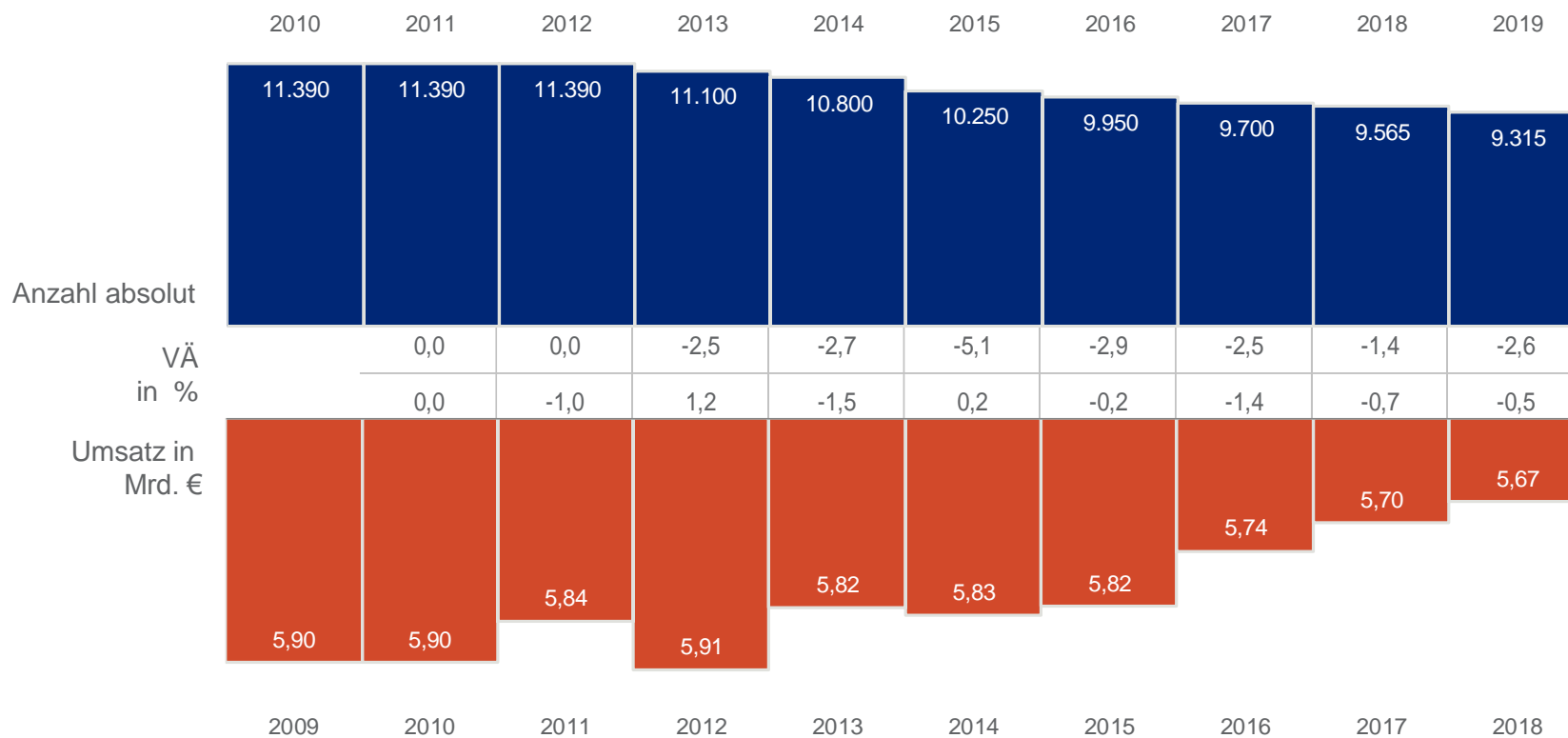
	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2018		19:18	01.01.2019		2017		18:17	2018	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
Verbrauchermärkte	9.140	22,9	0,3	9.170	23,0	76,54	41,3	3,7	79,38	42,0
Discounter	12.060	30,2	-0,2	12.035	30,2	48,32	26,1	2,2	49,40	26,1
Traditioneller LEH	9.850	24,7	-2,6	9.590	24,1	13,65	7,4	-1,0	13,52	7,1
Aldi	4.155	10,4	-0,4	4.140	10,4	30,10	16,2	-1,3	29,70	15,7
Drogeriemärkte	4.715	11,8	3,0	4.855	12,3	16,58	9,0	3,3	17,12	9,1
<b>Gesamt</b>	<b>39.920</b>	<b>100,0</b>	<b>-0,3</b>	<b>39.790</b>	<b>100,0</b>	<b>185,18</b>	<b>100,0</b>	<b>2,1</b>	<b>189,12</b>	<b>100,0</b>

# Kauf-/Warenhäuser



\* Ab 2010: ohne Hertie (Karstadt Kompakt) aufgrund Insolvenz

# Getränkefachmärkte\*



\* Umsatz: Warengruppen Bier und Alkoholfreie Getränke

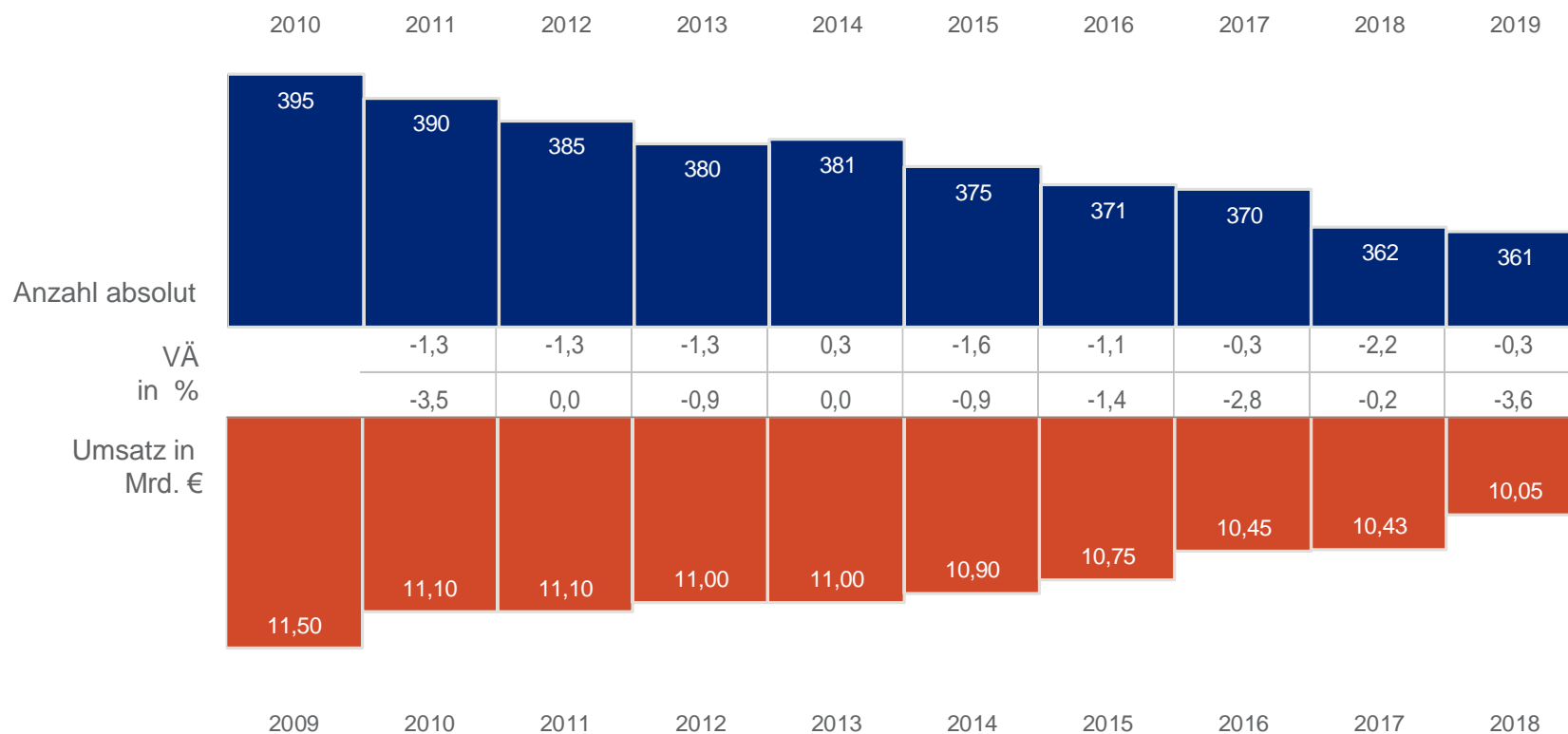


# Getränkemarkte – Gebiete

	Anzahl der Geschäfte				
	01.01.2018		19:18	01.01.2019	
	abs.	%	%	abs.	%
Nord-West	925	9,7	-2,2	905	9,7
Nordrhein-Westfalen	1.880	19,7	-2,7	1.830	19,7
Mitte	1.255	13,1	-2,8	1.220	13,1
Baden-Württemberg	1.180	12,3	-2,5	1.150	12,4
Bayern	2.065	21,6	-2,4	2.015	21,6
Nord-Ost	855	8,9	-2,9	830	8,9
Thüringen/Sachsen	1.230	12,9	-2,8	1.195	12,8
Berlin	175	1,8	-2,9	170	1,8
<b>Gesamt</b>	<b>9.565</b>	<b>100,0</b>	<b>-2,6</b>	<b>9.315</b>	<b>100,0</b>

- Nord-West: Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen
- Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
- Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

# C&C-Betriebe



# Gesamtmarkt

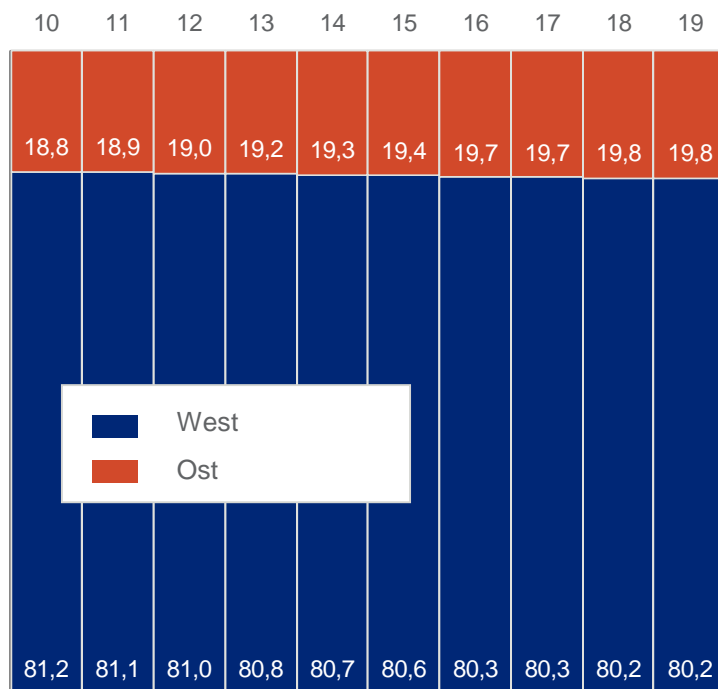
	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2018		19:18	01.01.2019		2017		18:17	2018	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
Verbrauchermärkte	9.140	17,6	0,3	9.170	17,7	76,535	37,8	3,7	79,380	38,5
Discounter	12.060	23,2	-0,2	12.035	23,4	48,315	23,8	2,2	49,400	23,9
Aldi	4.155	8,0	-0,4	4.140	8,0	30,100	14,8	-1,3	29,700	14,4
Trad. LEH	9.850	18,9	-2,6	9.590	18,6	13,650	6,7	-1,0	13,520	6,6
Drogeriefachhandel *	6.760	13,0	1,8	6.880	13,3	18,800	9,3	2,8	19,320	9,4
Kauf- und Warenhäuser **	175	0,3	0,0	175	0,3	1,810	0,9	-4,7	1,725	0,8
Getränkeabholmärkte	9.565	18,3	-2,6	9.315	18,0	5,700	2,8	-0,5	5,670	2,7
C&C Betriebe **	360	0,7	0,0	360	0,7	7,910	3,9	-4,2	7,580	3,7
<b>Gesamt</b>	<b>52.065</b>	<b>100,0</b>	<b>-0,8</b>	<b>51.665</b>	<b>100,0</b>	<b>202,820</b>	<b>100,0</b>	<b>1,7</b>	<b>206,295</b>	<b>100,0</b>

\* enthält nur noch Fachparfümerien + Drogeriemärkte (keine Drogerien mehr)

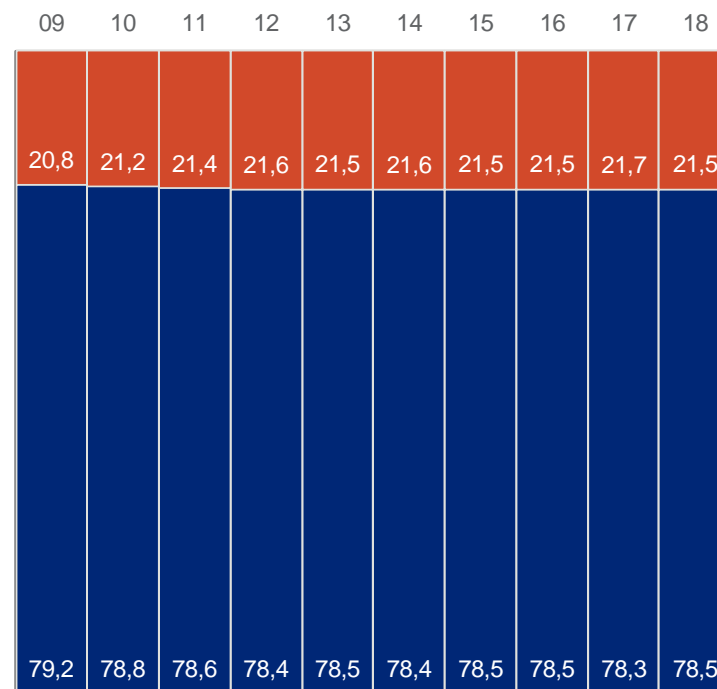
\*\* Kauf- und Warenhäuser und C&C-Märkte **nur FOOD-Umsätze**

# Apotheken

## Anzahl der Geschäfte in %



## Umsatzanteil in %



21.481	21.181	20.902	20.153	19.528
21.576	21.333	20.963	20.317	19.849
-0,4	-0,7	-0,7	-1,0	-0,3
			-2,8	-0,8
			-1,5	-1,6

LEH ges.	37,80	39,80	43,90	48,80	51,10
Anz. / Mrd. €	37,00	38,70	41,80	46,90	49,80
VÄ in %	2,2	2,4	2,8	5,0	5,0
			6,8	4,1	2,0
					2,6

Quelle: IQVia, Frankfurt / Main

## Zoofachhandel – Definition

Einzelhandelsgeschäfte, die zoologischen Bedarf wie Tierfutter, Zubehör und Tiere anbieten.

Zu den Petstores zählen Filialisten, d.h. Zoofachgeschäfte mit mindestens 4 Filialen, sowie selbstständige Zoofachgeschäfte mit Verkaufsräumen, die über 300 m<sup>2</sup> groß sind.

	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2018		19:18	01.01.2019		2017		18:17	2018	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
Freßnapf	885	57,7	-1,7	870	55,0	1,250	66,0	4,0	1,300	66,0
Futterhaus	295	19,2	8,5	320	20,3	0,344	18,1	7,0	0,368	18,7
Petstores (excl. Freßnapf und Futterhaus)	355	23,1	9,9	390	24,7	0,301	15,9	0,3	0,302	15,3
<b>Gesamt</b>	<b>1.535</b>	<b>100,0</b>	<b>2,9</b>	<b>1.580</b>	<b>100,0</b>	<b>1,895</b>	<b>100,0</b>	<b>4,0</b>	<b>1,970</b>	<b>100,0</b>

# Baumärkte/Gartencenter – Definition und Entwicklung

---

## Bau- und Heimwerkermärkte

Einzelhandelsgeschäfte mit mehr als 1.000 m<sup>2</sup> überdachter Verkaufsfläche und eigenen Kassen, die überwiegend an private Verbraucher verkaufen und ein breites Sortiment für den Heimwerkerbedarf führen.

## Gartencenter

Einzelhandelsgeschäfte mit über 400 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche, deren Umsatzschwerpunkt auf Gartengeräten und Gartenbedarf liegt (inkl. Dünger und Pflanzenschutzmittel). Das Geschäft muss über mindestens eine eigene Kasse verfügen.

Anzahl Geschäfte 01.01.2019:

- Baumärkte 2.155
- Gartencenter 400

# Tankstellen – Definition

---

Verkaufsstellen von Vergaserkraftstoffen und Schmierstoffen im Namen und auf Rechnung der Mineralöl-gesellschaften oder auf eigene Rechnung, die:

- regelmäßig durch Großhändler beliefert werden,
- über einen Shop verfügen, der begehbar und als solcher von außen ersichtlich ist und ...

## **Straßentankstellen**

... deren Ein- und Ausfahrten an öffentlichen Straßen, jedoch nicht Bundesautobahnen liegen.

## **Bundesautobahntankstellen**

... deren Ein- und Ausfahrten an Bundesautobahnen liegen.

## **Autohöfe**

... die im unmittelbaren Einzugsgebiet der Autobahnen, nicht aber in einem Wohngebiet liegen, über eine Zufahrt ohne LKW-Durchfahrbeschränkungen erreichbar sind und über LKW-Parkplätze verfügen.

# Tankstellen

	Anzahl der Geschäfte *					Umsatz**
	01.01.2018		19:18	01.01.2019		18:17
	abs.	%	%	abs.	%	%
Straßentankstellen	9.285	95,6	-6,1	8.715	95,3	-0,6
• Aral	2.195	22,6	-1,8	2.155	23,6	-0,5
• Shell	1.835	18,9	1,9	1.870	20,4	-1,5
• Esso	970	10,0	-1,0	960	10,5	-2,0
• Jet	650	6,7	1,5	660	7,2	0,0
• Orlen/Star***	580	6,0	-100,0	0	0,0	-2,0
• Westfalen	230	2,4	0,0	230	2,5	-2,8
• Restl. Straßentankstellen	2.825	29,1	0,5	2.840	31,1	1,1
BAB-Tankstellen (Autobahn)	430	4,4	0,0	430	4,7	2,0
<b>Gesamt</b>	<b>9.715</b>	<b>100,0</b>	<b>-5,9</b>	<b>9.145</b>	<b>100,0</b>	<b>-0,4</b>

\* Basis: Anzahl Tankstellen mit Shop (inkl. Autohöfe und Raststätten Bundesautobahn exkl. markenunabhängige Tankstellen)

\*\* FOOD-Umsatz

\*\*\* Ab 2019 wird Orlen/Star nicht mehr im IRI Universum abgebildet



# Straßentankstellen – Gebiete

	Anzahl der Geschäfte *					Umsatz**
	01.01.2018		19:18	01.01.2019 ***		18:17
	abs.	%	%	abs.	%	%
Nord-West	1.430	15,4	-12,9	1.245	14,3	-1,2
Nordrhein-Westfalen	2.065	22,2	-9,7	1.865	21,4	-1,0
Mitte	1.255	13,5	-0,8	1.245	14,3	-0,6
Baden-Württemberg	1.255	13,5	0,0	1.255	14,4	0,0
Bayern	1.665	17,9	0,3	1.670	19,2	-0,3
Nord-Ost	705	7,6	-9,2	640	7,3	-0,6
Thüringen/Sachsen	670	7,2	-12,7	585	6,7	-0,3
Berlin	240	2,6	-12,5	210	2,4	-0,5
<b>Gesamt</b>	<b>9.285</b>	<b>100,0</b>	<b>-6,1</b>	<b>8.715</b>	<b>100,0</b>	<b>-0,6</b>
• West	7.670	82,6		7.280	83,5	
• Ost	1.615	17,4		1.435	16,5	

\* Basis: Anzahl Tankstellen mit Shop (inkl. Autohöfe und Raststätten Bundesautobahn exkl. markenunabhängige Tankstellen)

\*\* FOOD-Umsatz

\*\*\* Ab 2019 wird Orlen/Star nicht mehr im IRI Universum abgebildet

- Nord-West: Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen
- Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
- Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

# Produkte und Dienstleistungen von IRI

## Märkte

- Alkoholfreie Getränke
- Bier
- Spirituosen/Sekt/Wein
- Heißgetränke
- Süß-/Zucker-/Dauerbackwaren
- Tiefkühlkost
- Food
- Duft/Kosmetik
- Körperpflege
- OTC
- WPR
- Petfood

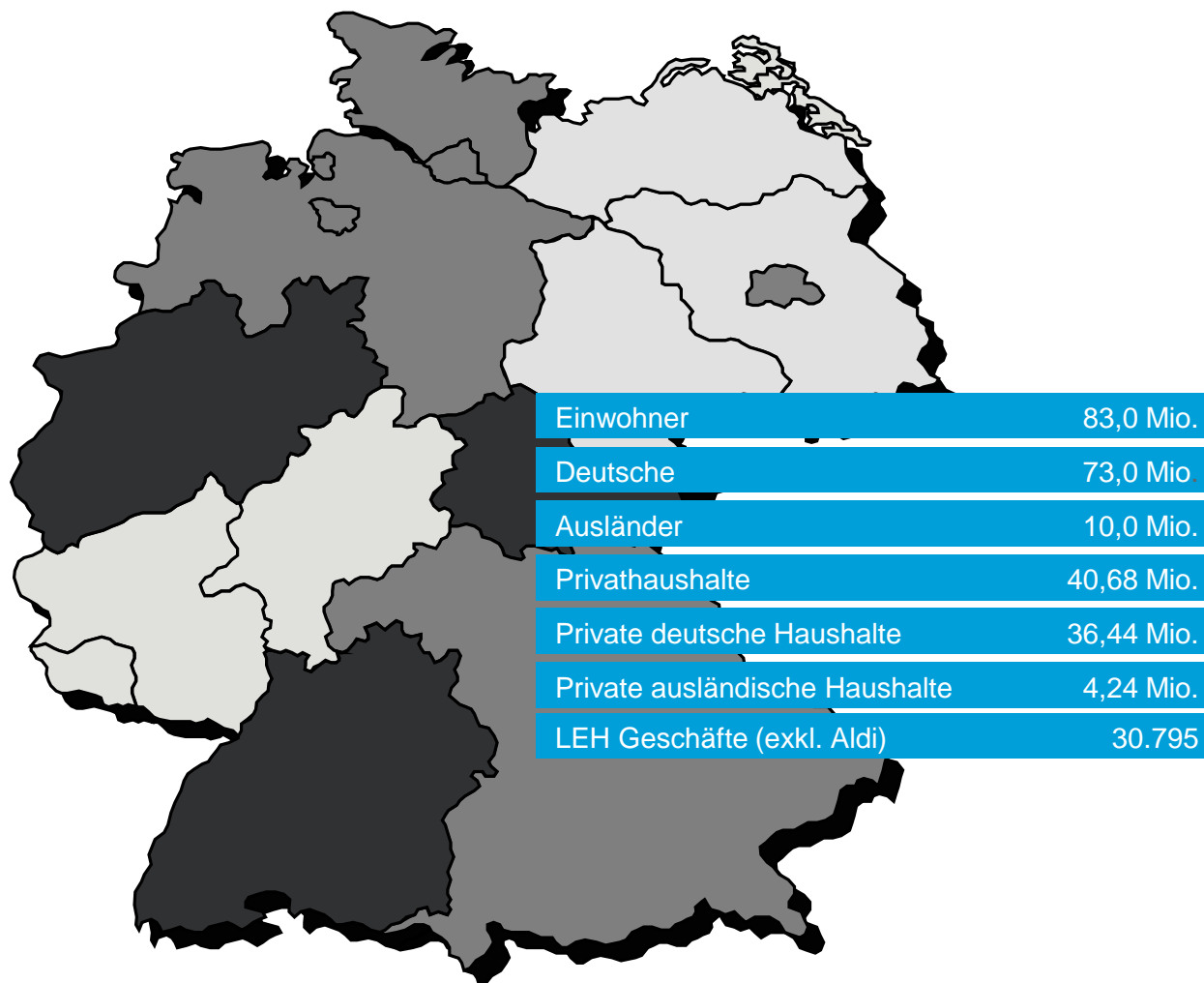
## InfoScan

- Klassischer Lebensmitteleinzelhandel
  - Geschäfte bis 199 m<sup>2</sup>
  - Supermärkte 200-799 m<sup>2</sup>
  - Verbrauchermärkte
  - Discounter
  - Markendiscouter
  - Harddiscouter (Aldi, Norma Lidl)
- Drogeriemärkte
- Kauf- und Warenhäuser
- Fachparfümerien
- Getränkefachmärkte
- C&C Betriebe
- Zoofachhandel
- Bau- und Heimwerkermärkte
- Gartencenter
- Convenience Shops
- Straßen- und BAB-Tankstellen
- E-Commerce\*\*
- ILD



\*\* verfügbar nur für bestimmte Kategorien; E-Commerce = Stand-Alone Total Segment inkl. Online Drogeriemärkte + Parfümerien + Kauf- und Warenhäuser + Amazon

# Basisdaten – Deutschland



Bevölkerung/Haushalte: GfK-Prognose 01.01.2019

# Basisdaten – Deutschland

	Bevölkerung			Fläche	Einwohner
	in Tsd.	in Mio.	%	in km <sup>2</sup>	je km <sup>2</sup>
Nord-West	13.395	13,4	16,1	64.689	207
Nordrhein-Westfalen	17.933	17,9	21,6	34.112	526
Mitte	11.345	11,3	13,7	43.545	261
Baden-Württemberg	11.076	11,1	13,3	35.748	310
Bayern	13.083	13,1	15,8	70.542	185
Nord-Ost	6.330	6,3	7,6	73.403	86
Thüringen/Sachsen	6.221	6,2	7,5	34.652	180
Berlin	3.645	3,6	4,4	891	4.090
<b>Gesamt</b>	<b>83.029</b>	<b>83,0</b>	<b>100,0</b>	<b>357.582</b>	<b>232</b>
• West	66.833	66,8	80,5	248.636	269
• Ost	16.196	16,2	19,5	108.946	149

- Nord-West: Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen
- Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
- Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis der offiziellen Statistik: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2019

# Basisdaten – Deutschland

	Anzahl der Geschäfte		Umsatz in Mrd. €		Bevölkerung		Einwohner pro Geschäft	Geschäfte pro 1000 EW
	abs.	%	Mrd. €	%	in Tsd.	%		
Nord-West	4.910	15,9	24,905	17,5	13.395	16,1	2.728	0,37
Nordrhein-Westfalen	5.865	19,0	29,445	20,7	17.933	21,6	3.058	0,33
Mitte	4.345	14,1	19,345	13,6	11.345	13,7	2.611	0,38
Baden-Württemberg	3.655	11,9	18,645	13,1	11.076	13,3	3.030	0,33
Bayern	5.195	16,9	19,930	14,0	13.083	15,8	2.518	0,40
Nord-Ost	3.070	10,0	12,515	8,8	6.330	7,6	2.062	0,48
Thüringen/Sachsen	2.935	9,5	11,660	8,2	6.221	7,5	2.120	0,47
Berlin	820	2,7	5,855	4,1	3.645	4,4	4.445	0,22
<b>Gesamt</b>	<b>30.795</b>	<b>100,0</b>	<b>142,300</b>	<b>100,0</b>	<b>83.029</b>	<b>100,0</b>	<b>2.696</b>	<b>0,37</b>
• West	23.970	77,8	112,270	78,9	66.833	80,5	2.788	0,36
• Ost	6.825	22,2	30,030	21,1	16.196	19,5	2.373	0,42

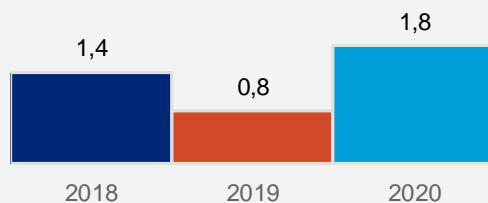
- Nord-West: Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen
- Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
- Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis der offiziellen Statistik: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2019

# Wirtschaftliche Eckdaten – Deutschland

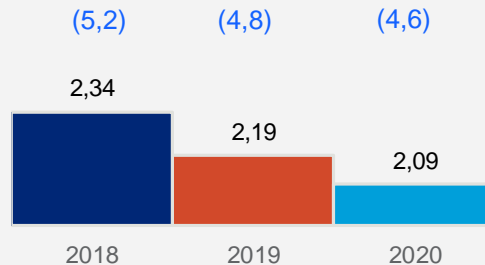
## Wirtschaftswachstum

Veränderung des realen Bruttoinlandsprodukts (gegenüber Vorjahr in %)



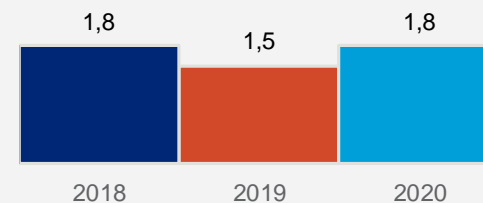
## Arbeitsmarkt

Arbeitslose in Mio. (Arbeitslosenquote)\*



## Preisentwicklung

Veränderung des Verbraucherpreisindex (gegenüber Vorjahr in %)

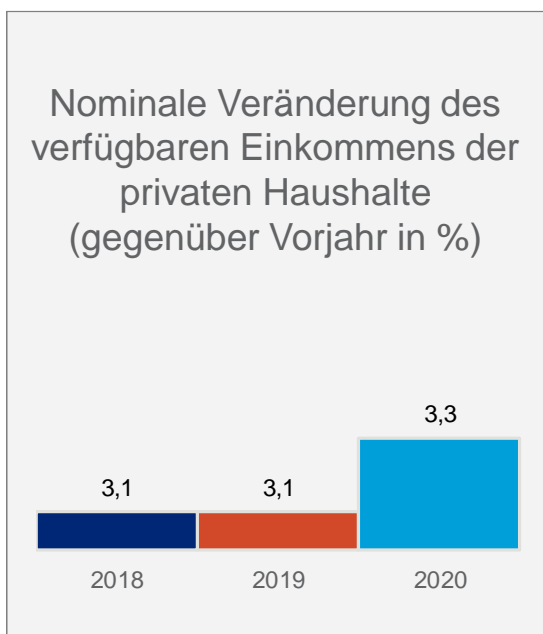


\* Anteil der Arbeitslosen an den zivilen Erwerbspersonen

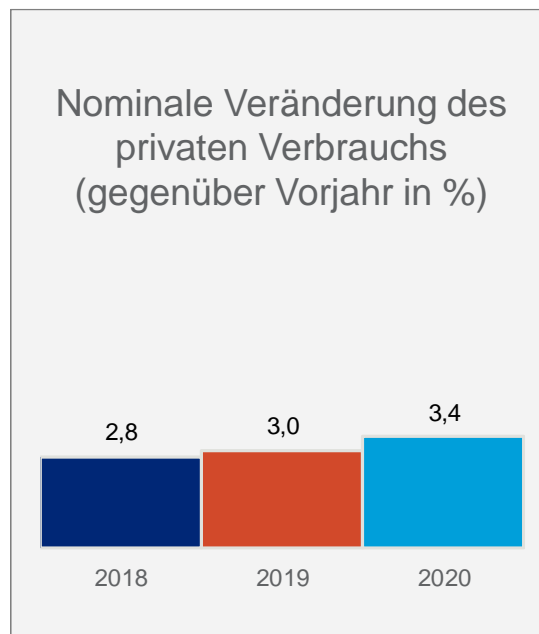
Quelle: Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2019; Stand: 12.04.2019

# Wirtschaftliche Eckdaten – Deutschland

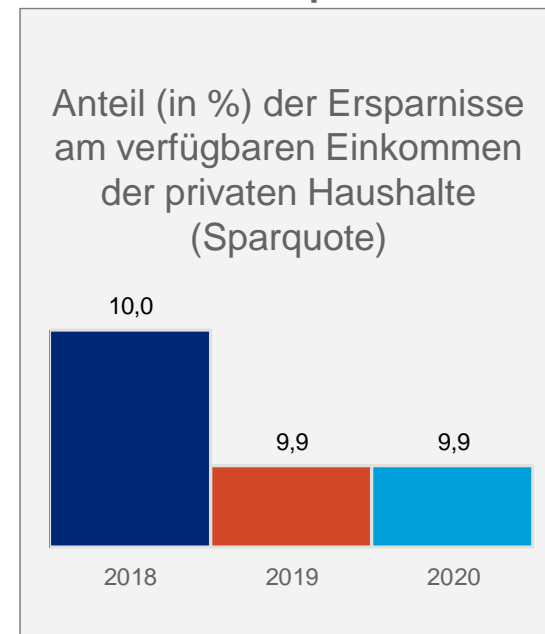
## Einkommen



## Privater Verbrauch



## Private Ersparnisse



Quelle: Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2019; Stand: 12.04.2019

# VIELEN DANK!



Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung

**Anja Liebkopf**  
Manager, Measurement Science  
+49 (0) 911 88182 255

**Ivana Dushkova**  
Measurement Science  
+49 (0) 911 88182 122

**IRI Information Resources GmbH**  
Gladbecker Straße 1, 40472 Düsseldorf  
[DE.MSCI@IRIworldwide.com](mailto:DE.MSCI@IRIworldwide.com)  
[www.IRIworldwide.de](http://www.IRIworldwide.de)