
GRUNDGESAMTHEITEN 2018 DEUTSCHLAND



Stand: September, 2018



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
Getränkemarkte	48
C&C-Betriebe	50
Gesamtmarkt	51
Apotheken	52
Zoofachhandel	53
Baumärkte/Gartencenter	54
Tankstellen	55
Produkte und Dienstleistungen	58
Basisdaten	59
Wirtschaftliche Eckdaten	62

Vorbemerkung

Mit den vorliegenden Grundgesamtheiten 2018 bietet IRI einen schnellen und umfassenden Überblick der wesentlichen Handelsstrukturen in der Bundesrepublik Deutschland.

Die Daten spiegeln die Handelsstrukturen zum Jahreswechsel 2017/2018 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

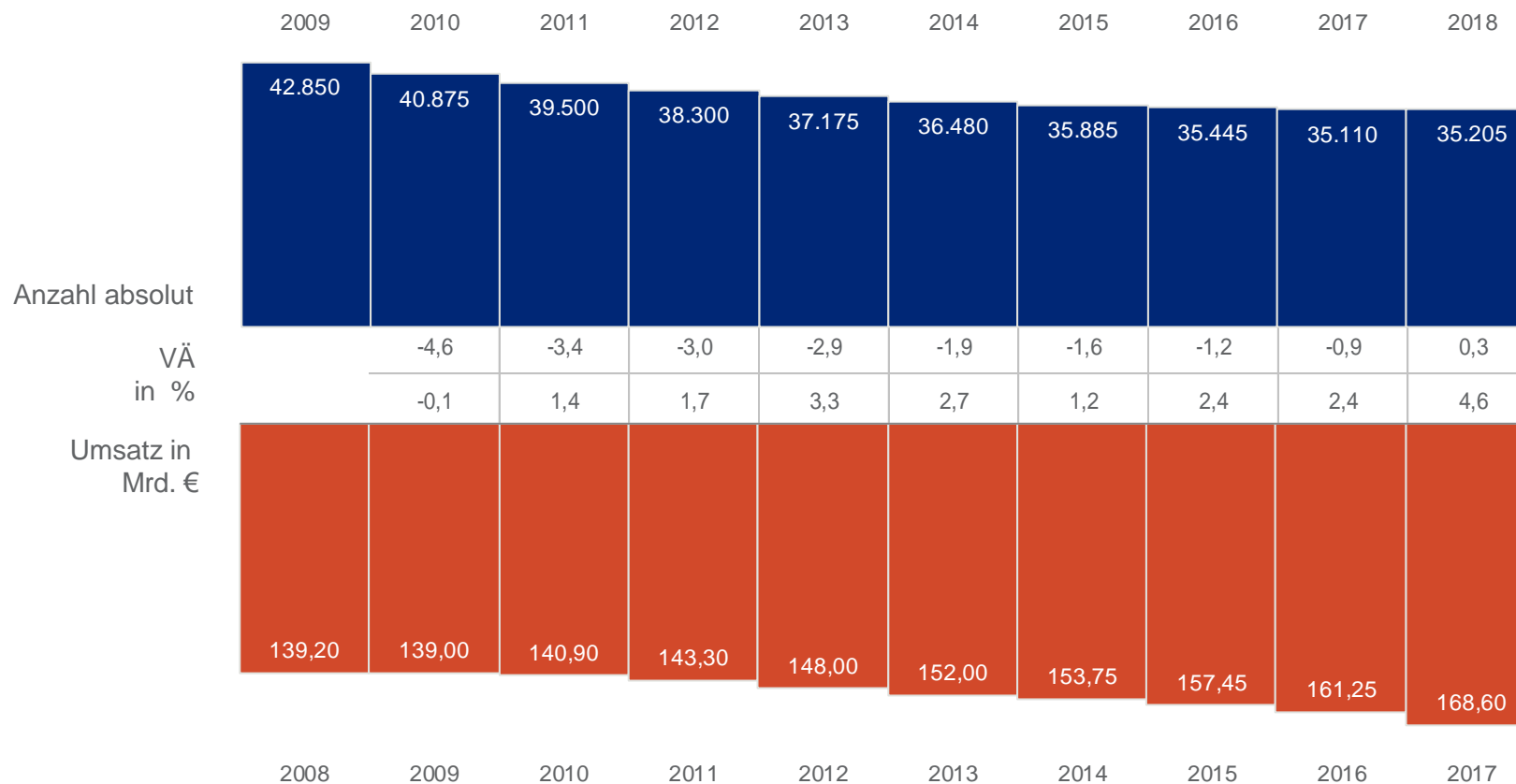
Fortschreitende Konzentration

Der Umsatz des LEH (inkl. Aldi) erhöhte sich 2017 um 4,6% auf 168,60 Mrd. €.

Die Anzahl der Verkaufsstellen war nahezu unverändert, wobei die Anzahl der kleinen Geschäfte des traditionellen LEH nach wie vor rückläufig war; die Anzahl der Discounter sowie der Verbrauchermärkte erhöhte sich leicht. Saldiert stieg die Anzahl der Geschäfte um 0,3%. Insgesamt existierten in Deutschland Ende 2017 35.205 Geschäfte, wovon 4.155 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 m² 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)

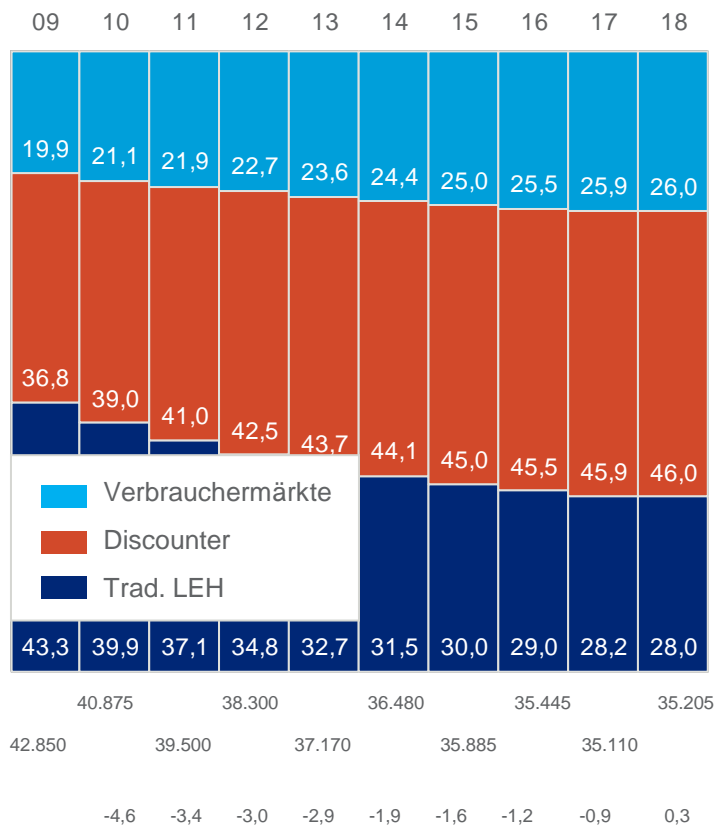
Discounter sind SB-Geschäfte mit überwiegendem Lebensmittelanteil, die ein eng begrenztes Sortiment in Läden mit einfacher Ausstattung und zentralem Kassenbereich mit Betonung auf Niedrigpreisen anbieten. Die wichtigsten Vertreter dieses Geschäftstyps sind Aldi, Lidl, Netto, Norma und Penny.

Traditioneller LEH

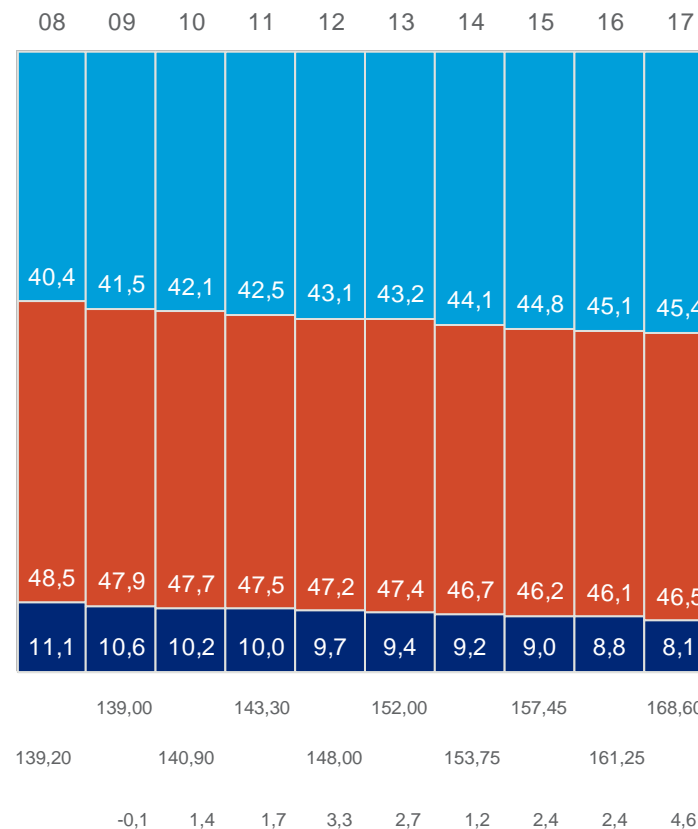
Betriebe des Traditionellen LEH sind Geschäfte mit überwiegendem Lebensmittelanteil, die weder Verbrauchermärkte noch Discounter sind. Fachgeschäfte, die ein Lebensmittel-Randsortiment anbieten (z.B. Bäckereien, Süßwareneinzelhandel), sind ausgeschlossen.

Geschäftstypen – inkl. Aldi

Anzahl der Geschäfte in %



Umsatzanteil in %



Verbrauchermärkte – Entwicklung

Die Verbrauchermärkte sind 2017 wieder unter den Gewinnern im LEH.

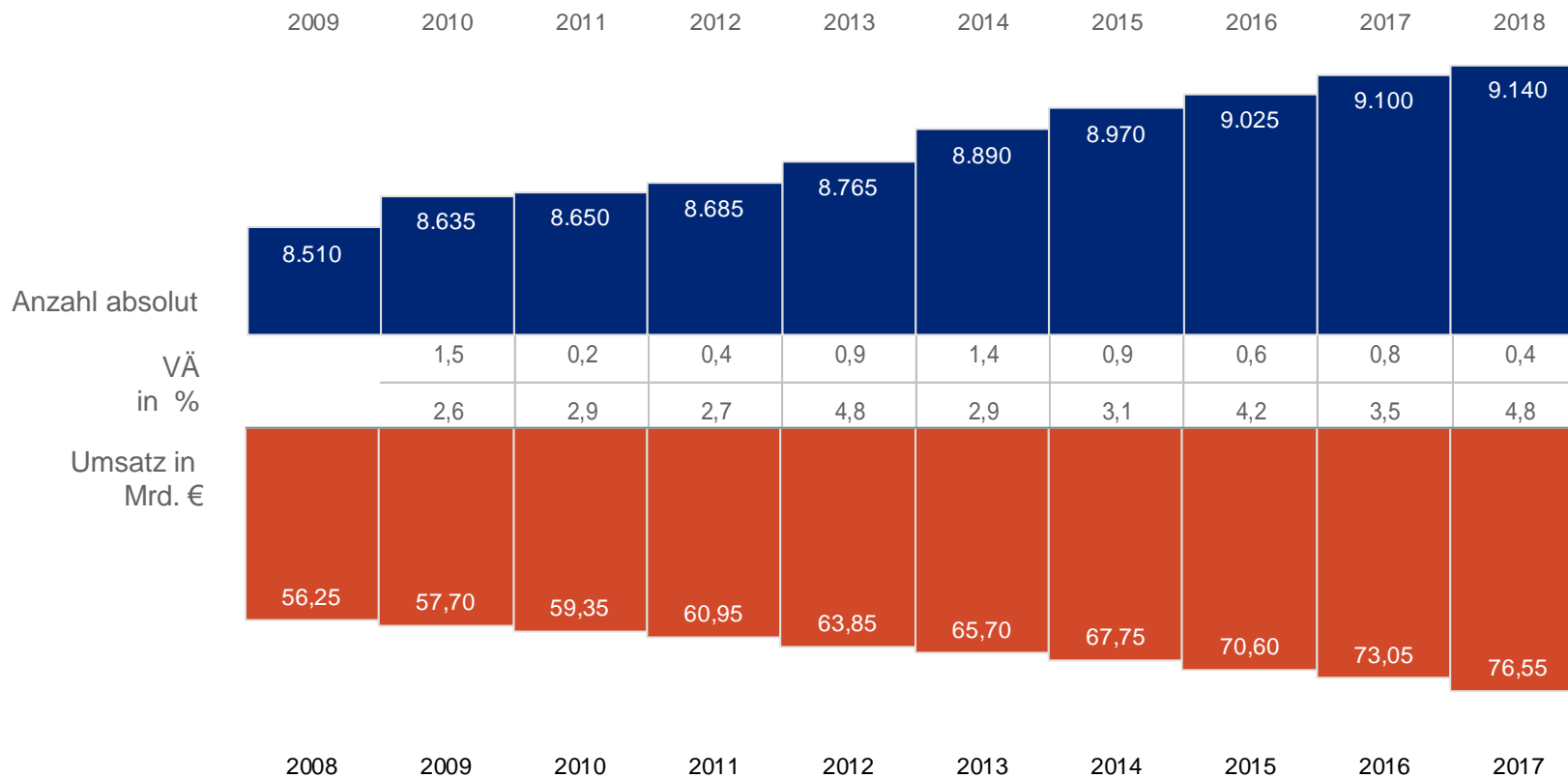
Aufgrund von Neueröffnungen und Vergrößerungen erhöhte sich die Anzahl der Geschäfte auf 9.140. Zusätzlich ist zu beachten, dass 53,5% des Verbrauchermarktumsatzes durch die kleineren Verbrauchermärkte mit Verkaufsflächen zwischen 800 und 1.499 m² bzw. 1.500 und 2.499 m² erwirtschaftet wurden, zu denen jedoch 77,7% aller Verbrauchermärkte gehören.

Die Umsätze erhöhten sich 2017 auf 76,55 Mrd. €; die Durchschnittsumsätze der Verbrauchermärkte blieben bei ca. 8 Mio. €.

Regionale Verteilung der Verbrauchermärkte Ende 2017 nach IRI-Gebieten:

• Nord-West	1.755	(+ 0,9%)
• NRW	1.820	(– 1,4%)
• Mitte	1.360	(+ 0,7%)
• Süd	2.625	(+ 1,2%)
• Ost	1.580	(+ 0,6%)
• Gesamt:	9.140	(+ 0,4%)

Verbrauchermärkte



Discounter – Entwicklung inkl. Aldi

Positive Umsatzentwicklung der Discounter in 2017

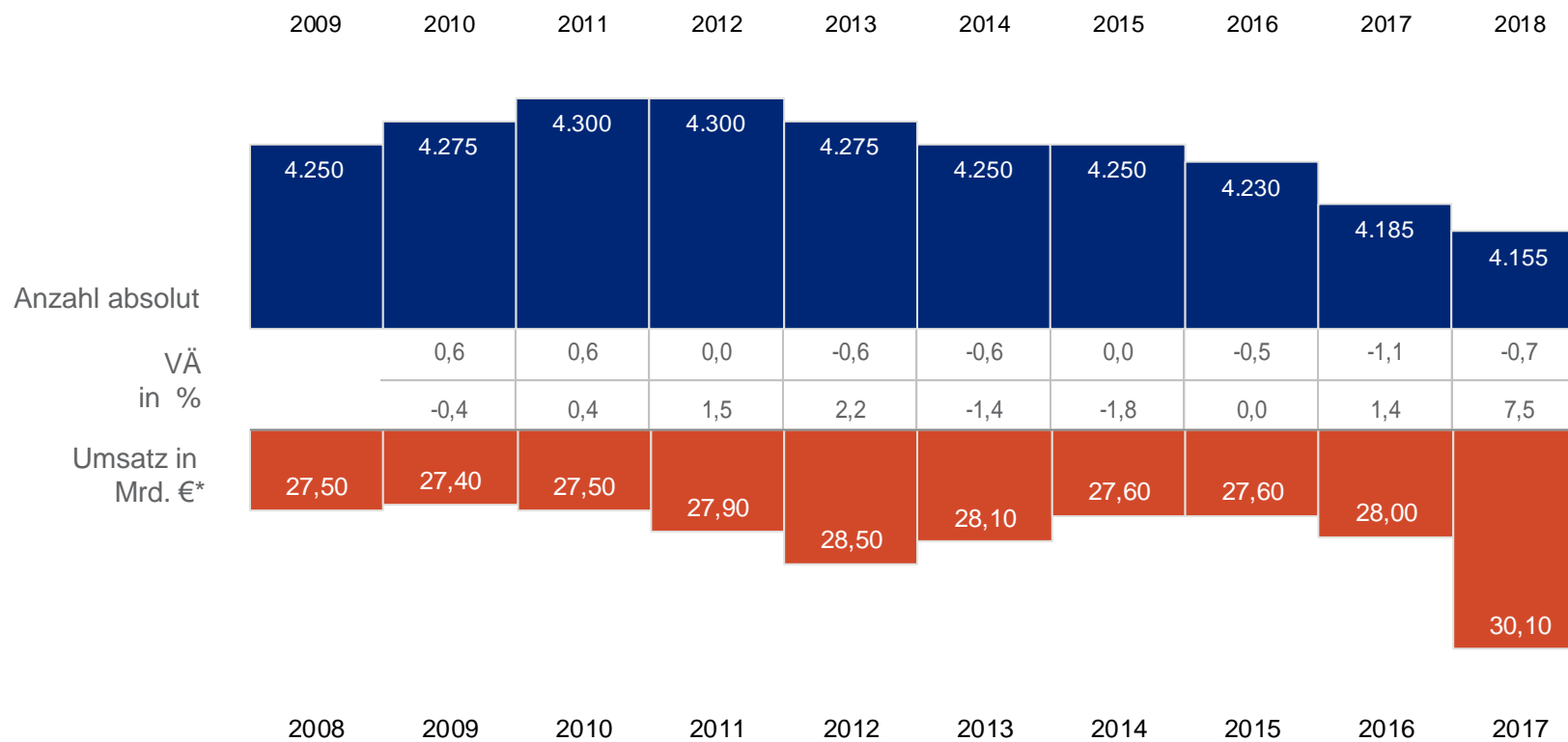
Die Anzahl der Verkaufsstellen der Discounter stieg im Jahr 2017 um 0,7%. Das wurde begleitet von einer Umsatzsteigerung um 5,4% auf 78,42 Mrd. €.

Discounter machen einen Umsatzanteil von 46,5% 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 168,60 Mrd. €.

Regionale Verteilung der Discounter (inkl. Aldi) Ende 2017 nach Ost und West:

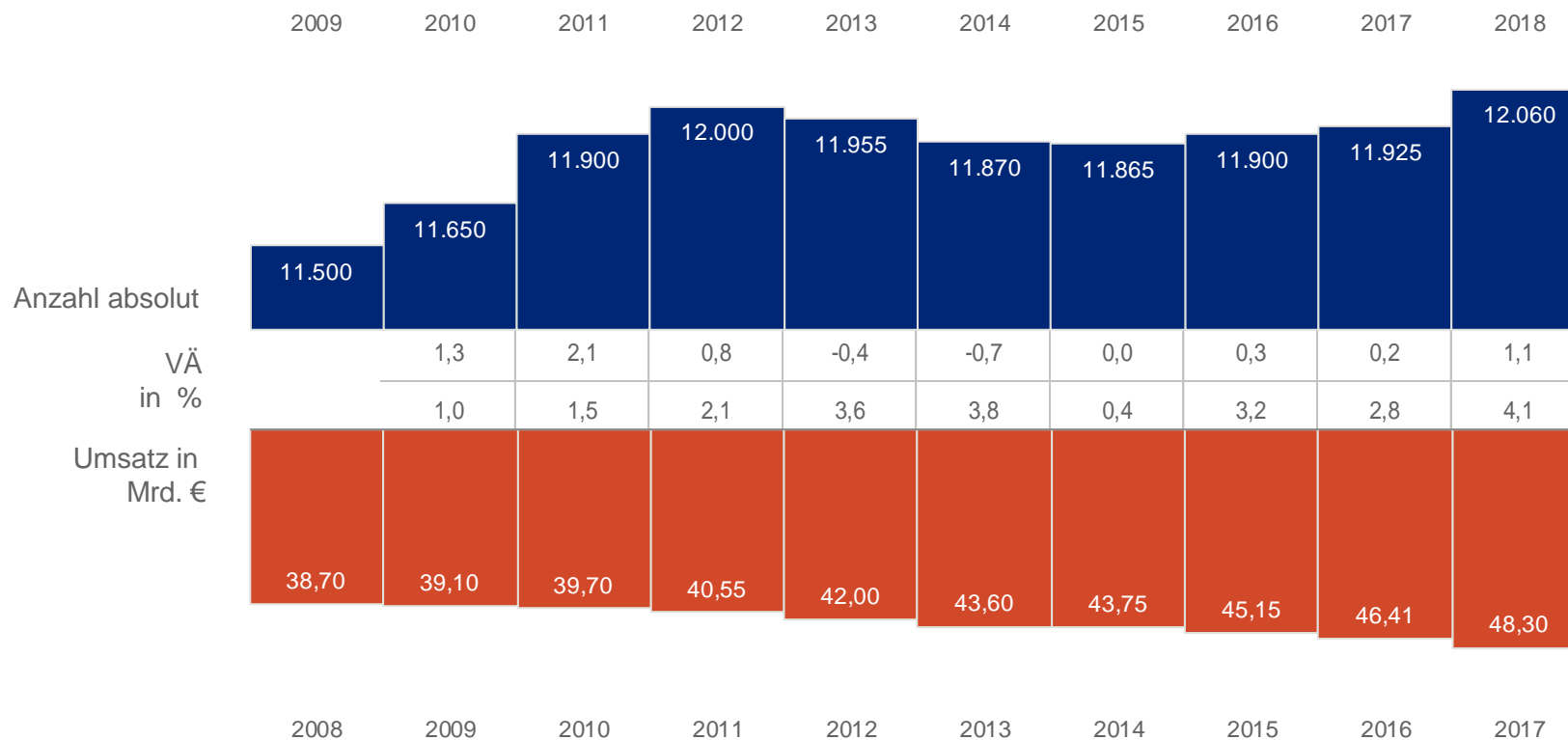
• West	12.085	(+ 0,8%)
• Ost	4.130	(+ 0,4%)
• Gesamt:	16.215	(+ 0,7%)

Aldi



* Kooperationspartner GfK: ausschließlich FOOD-Umsatz

Discounter – exkl. Aldi



Discounter

Unternehmen	Name	Discounter inkl. Aldi		Discounter exkl. Aldi	
		Anzahl 01.01.2018	Umsatz 2017	Anzahl 01.01.2018	Umsatz 2017
		16.215	78,42	12.060	48,32
		Anteile in %		Anteile in %	
Klassische Discounter					
Aldi	Aldi	26	38		
Lidl & Schwarz	Lidl	21	24	28	38
Norma	Norma	8	5	11	9
Marken-Discounter					
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

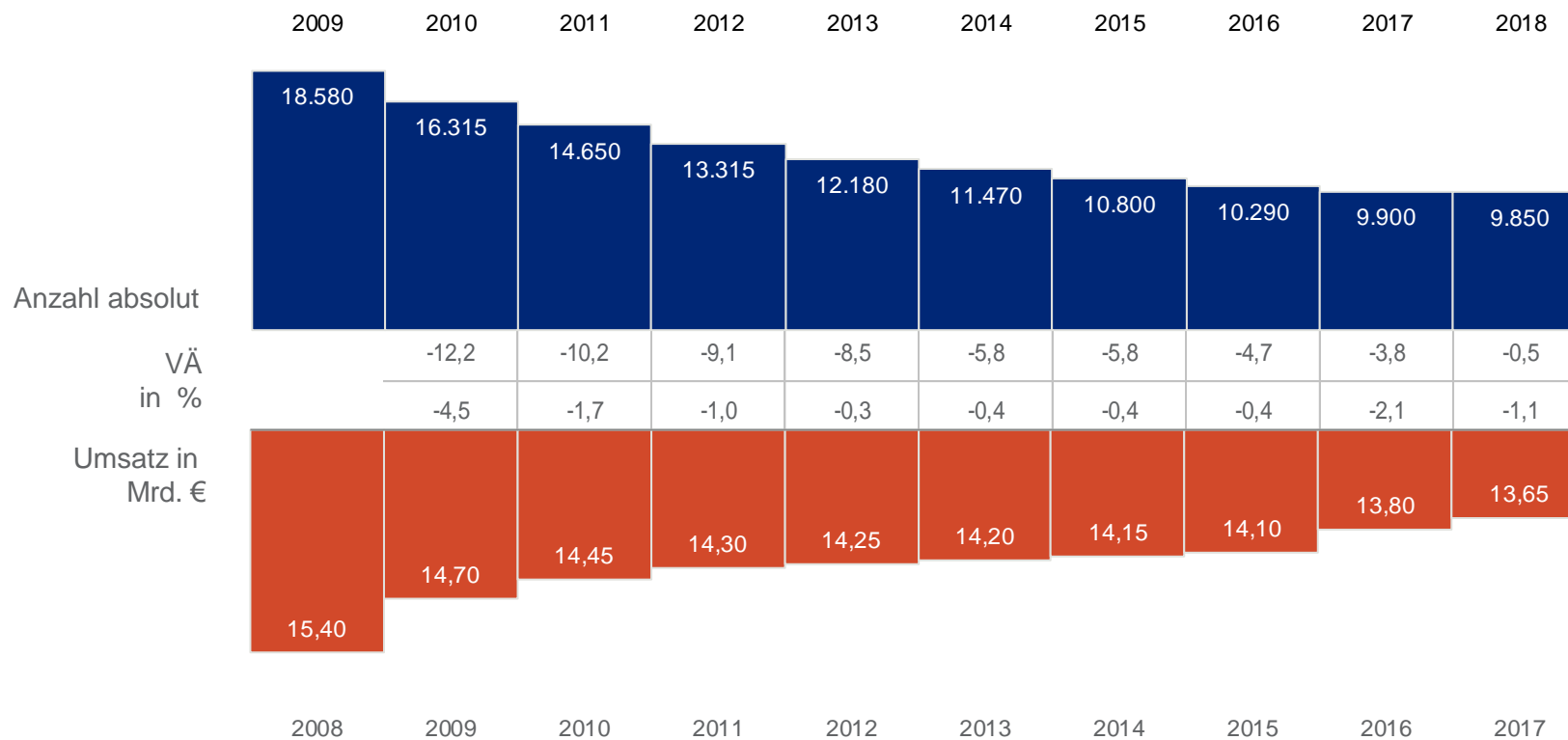
Die Gesamtanzahl der Geschäfte des Traditionellen LEH entwickelte sich weiterhin negativ. Die weitaus größte Kategorie (3.860 Geschäfte bis 199 m²) verzeichnete mit -4,3% im Vergleich zum Vorjahr weiterhin einen deutlichen Rückgang, während die Größenklassen 200 – 399 m² sowie 400 – 799 m² um 3,9% bzw. 0,6% stiegen.

Die Umsätze des Traditionellen LEH verringerten sich um 1,1% auf 13,65 Mrd. €. Damit repräsentieren die Geschäfte des Traditionellen LEH nur noch 9,9% des gesamten LEH-Umsatzes (exkl. Aldi).

Regionale Verteilung der traditionellen LEH-Geschäfte Ende 2017 nach Ost und West:

• West	12.085	(+ 0,8%)
• Ost	4.130	(+ 0,4%)
• Gesamt:	16.215	(+ 0,7%)

Traditioneller LEH



Geschäftstypen LEH – exkl. DM

	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2017		18:17	01.01.2018		2016		17:16	2017	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
Verbrauchermärkte	9.100	29,4	0,4	9.140	29,4	73,07	54,8	4,7	76,54	55,2
Discounter	11.925	38,6	1,1	12.060	38,9	46,41	34,8	4,1	48,32	34,9
Traditioneller LEH	9.900	32,0	-0,5	9.850	31,7	13,77	10,4	-0,8	13,65	9,9
Gesamt	30.925	100,0	0,4	31.050	100,0	133,25	100,0	3,9	138,50	100,0
Aldi	4.185		-0,7	4.155		28,00		7,5	30,10	

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 m²
- 200 bis 399 m²
- 400 bis 799 m² (Supermärkte).

Das Verbrauchermarktsegment umfasst Märkte mit:

- 800 bis 1.499 m²
- 1.500 bis 2.499 m²
- 2.500 bis 4.999 m²
- 5.000 m² und mehr (SB-Warenhäuser).

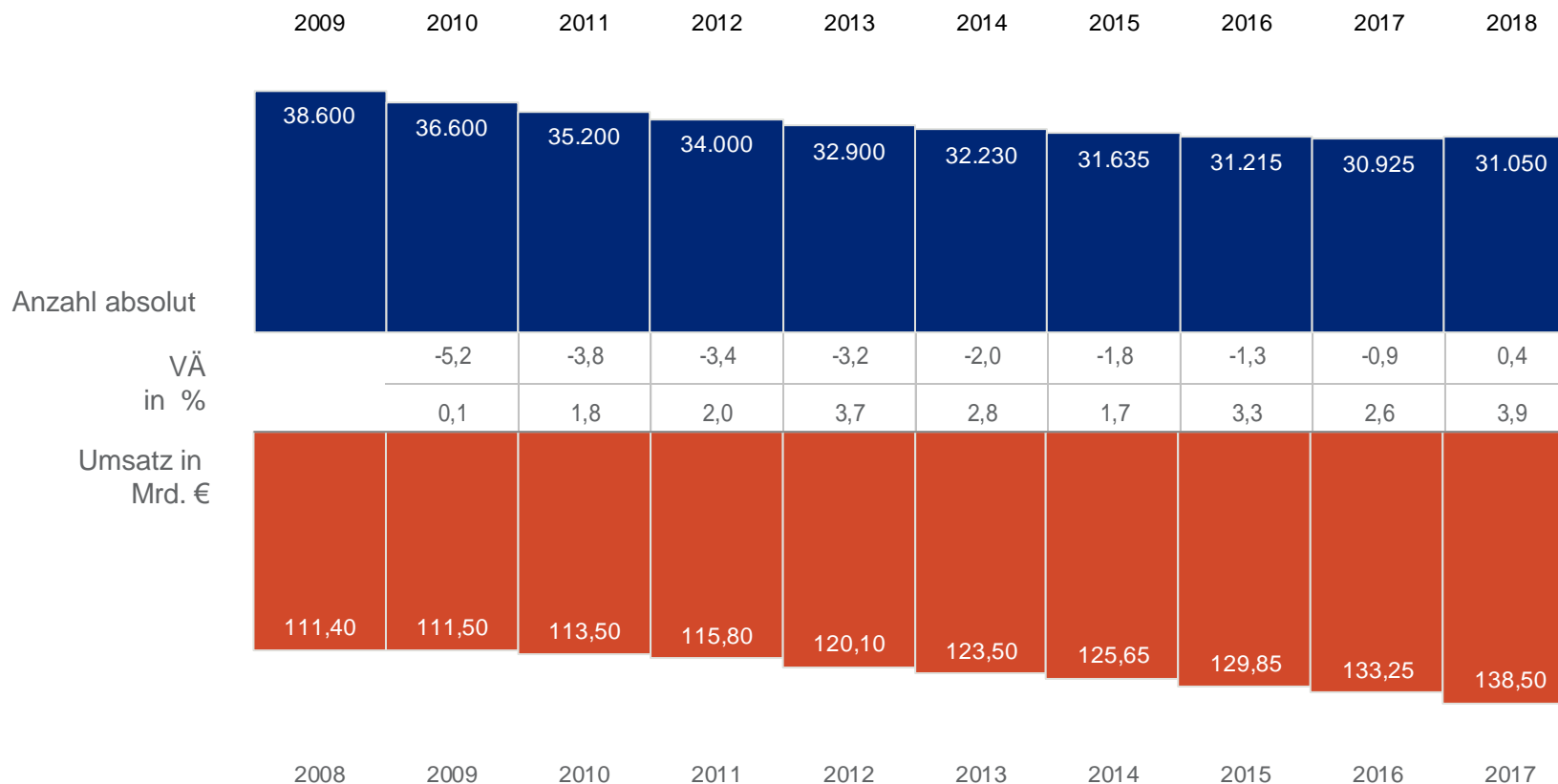
Verkaufsflächenklassen – inkl. Aldi

	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2017		18:17	01.01.2018		2016		17:16	2017	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
≤ 199 m ²	4.035	11,5	-4,3	3.860	11,0	1,400	0,9	-2,9	1,350	0,8
200 - 399 m ²	2.675	7,6	3,9	2.780	7,9	2,740	1,7	-1,5	2,700	1,6
400 - 799 m ²	3.190	9,1	0,6	3.210	9,1	9,630	6,0	-0,3	9,600	5,7
800 - 1499 m ²	4.295	12,2	-0,6	4.270	12,1	20,760	12,9	4,0	21,600	12,8
1500 - 2499 m ²	2.775	7,9	2,0	2.830	8,0	18,220	11,2	6,2	19,350	11,5
2500 - 4999 m ²	1.360	3,9	0,7	1.370	3,9	16,190	10,0	5,5	17,085	10,1
≥ 5000 m ²	670	1,9	0,0	670	1,9	17,900	11,1	3,4	18,500	11,0
Discounter exkl. Aldi	11.925	34,0	1,1	12.060	34,3	46,410	28,8	4,1	48,315	28,6
Aldi	4.185	11,9	-0,7	4.155	11,8	28,000	17,4	7,5	30,100	17,9
Gesamt	35.110	100,0	0,3	35.205	100,0	161,250	100,0	4,6	168,600	100,0

Verkaufsflächenklassen – exkl. Aldi

	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2017		18:17	01.01.2018		2016		17:16	2017	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
≤ 199 m ²	4.035	13,0	-4,3	3.860	12,4	1,400	1,1	-2,9	1,350	1,0
200 - 399 m ²	2.675	8,6	3,9	2.780	9,0	2,740	2,1	-1,5	2,700	1,9
400 - 799 m ²	3.190	10,3	0,6	3.210	10,3	9,630	7,1	-0,3	9,600	6,9
800 - 1499 m ²	4.295	13,9	-0,6	4.270	13,8	20,760	15,6	4,0	21,600	15,6
1500 - 2499 m ²	2.775	9,0	2,0	2.830	9,1	18,220	13,7	6,2	19,350	14,0
2500 - 4999 m ²	1.360	4,4	0,7	1.370	4,4	16,190	12,2	5,5	17,085	12,3
≥ 5000 m ²	670	2,2	0,0	670	2,2	17,900	13,4	3,4	18,500	13,4
Discounter exkl. Aldi	11.925	38,6	1,1	12.060	38,8	46,410	34,8	4,1	48,315	34,9
Gesamt	30.925	100,0	0,4	31.050	100,0	133,250	100,0	3,9	138,500	100,0

LEH Total – exkl. Aldi

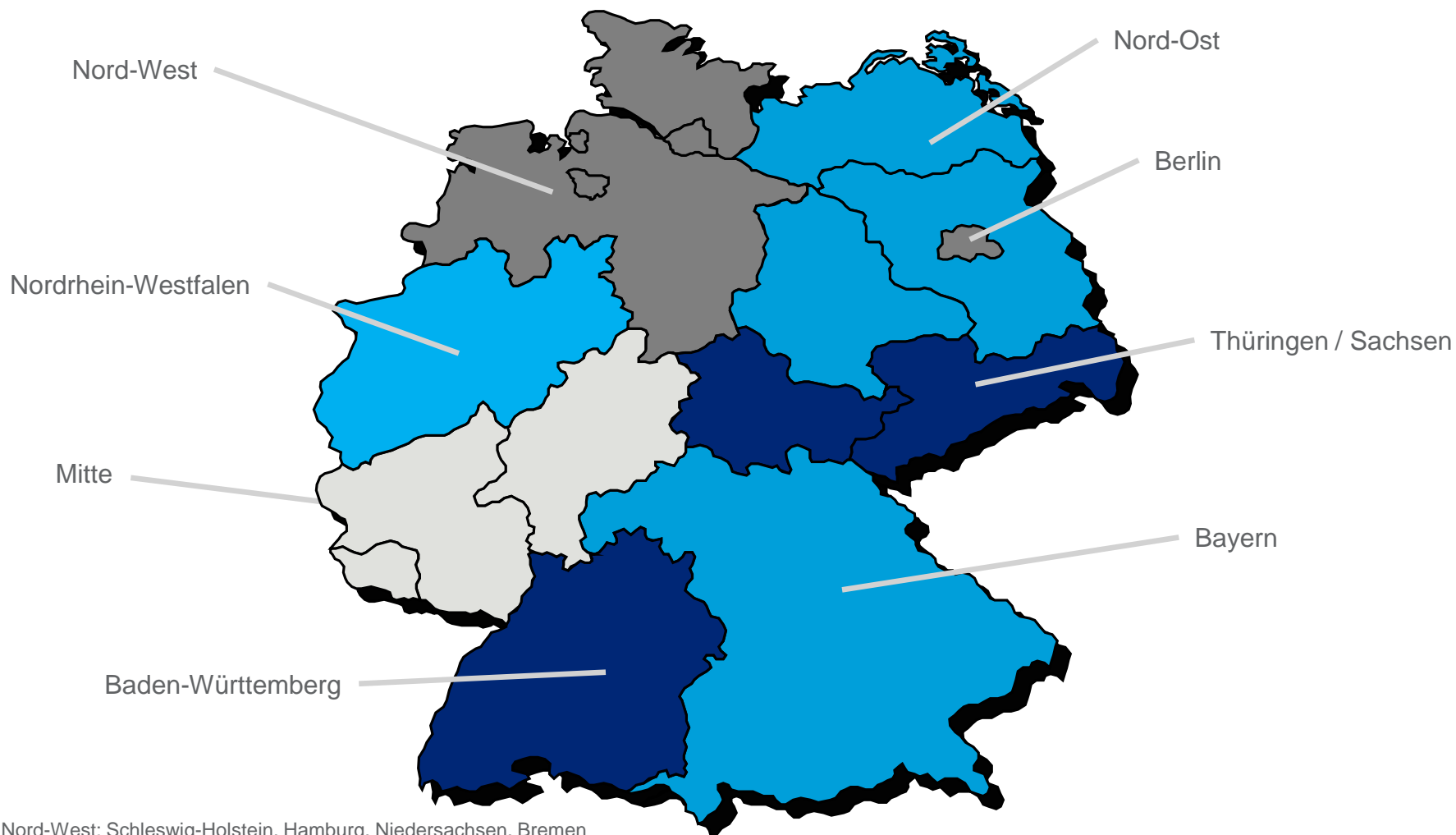


Gebiete – exkl. Aldi

	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2017		18:17	01.01.2018		2016		17:16	2017	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
Nord-West	4.955	16,0	0,2	4.965	16,0	23,320	17,5	3,9	24,240	17,5
Nordrhein-Westfalen	5.900	19,1	-0,2	5.890	19,0	27,570	20,7	4,0	28,650	20,7
Mitte	4.335	14,0	1,0	4.380	14,1	18,120	13,6	3,9	18,830	13,6
Baden-Württemberg	3.720	12,0	0,8	3.750	12,1	17,460	13,1	4,0	18,150	13,1
Bayern	5.160	16,7	0,8	5.200	16,7	18,660	14,0	4,0	19,400	14,0
Nord-Ost	3.060	9,9	0,8	3.085	9,9	11,720	8,8	3,9	12,180	8,8
Thüringen/Sachsen	2.945	9,6	0,3	2.955	9,5	10,920	8,2	3,9	11,350	8,2
Berlin	850	2,7	-2,9	825	2,7	5,480	4,1	4,0	5,700	4,1
Gesamt	30.925	100,0	0,4	31.050	100,0	133,250	100,0	3,9	138,500	100,0

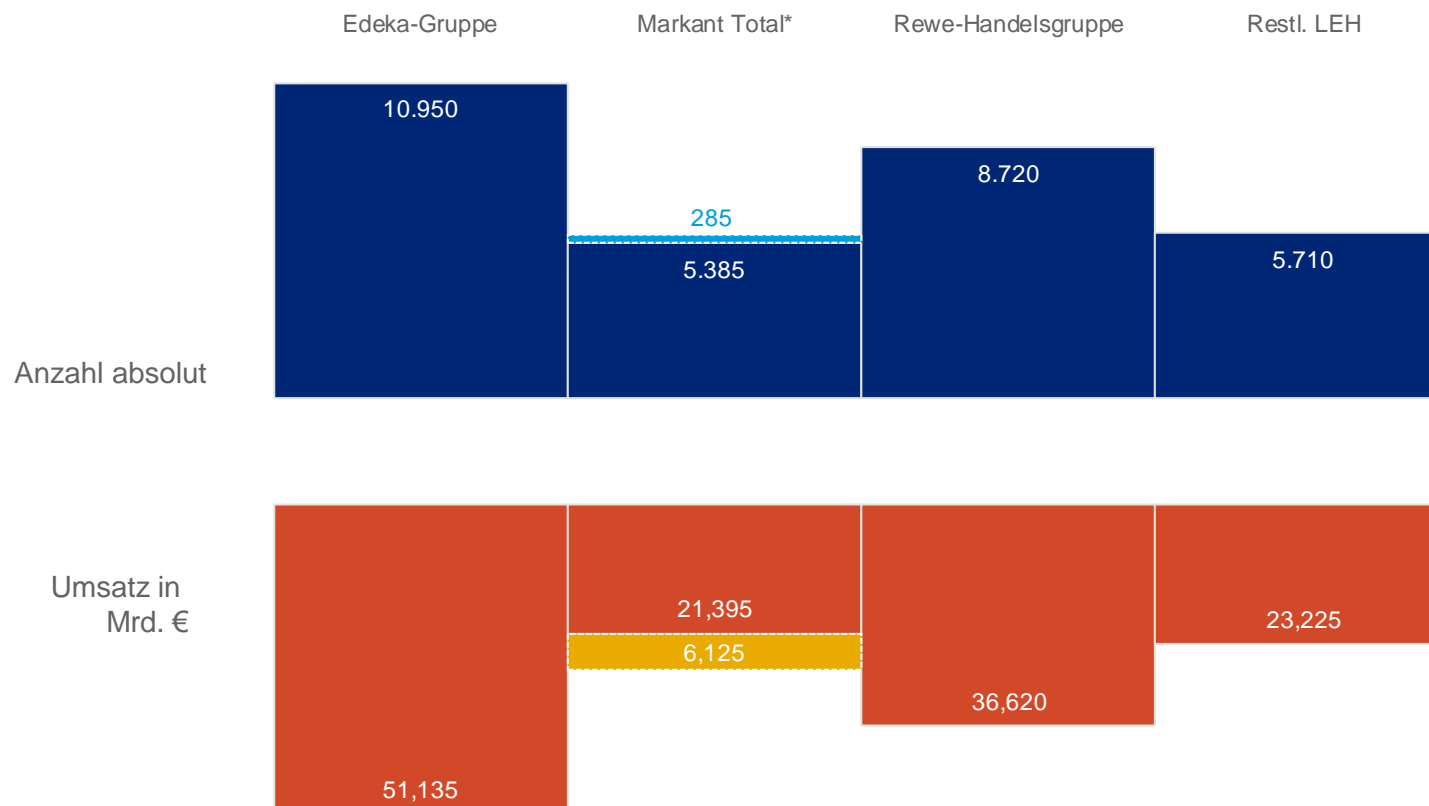
- Nord-West: Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen
- Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
- Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

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 285 real,- Geschäften mit einem Umsatz von €6,125 Mrd.

Key-Accounts – exkl. Aldi, Drogeriemärkte

Durchschnittsumsatz in Mio. €	2017
Edeka-Gruppe	4,67
• Einzelhandel	5,71
• Edeka Discounter & Kooperationen	3,36
Markant Total	4,85
• Markant ex. real,-	3,97
• real,- (ehemaliger Metro Einzelhandel)	21,49
Rewe-Handelsgruppe	4,20
Restl.LEH	4,07
Gesamt	4,46

Key-Accounts – exkl. Aldi, Drogeriemärkte

	Anzahl Geschäfte		Umsatz in Mrd. €		Anzahl der Geschäfte > 200 qm		Umsatz in Mrd. €	
	01.01.2018		2017		01.01.2018		2017	
	abs.	%	Mrd. €	%	abs.	%	Mrd. €	%
Edeka-Gruppe	10.950	35,3	51,135	36,9	9.350	34,4	50,465	36,8
• Einzelhandel	6.105	19,7	34,870	25,2	4.505	16,6	34,200	24,9
• Edeka Discounter & Kooperationen	4.845	15,6	16,265	11,7	4.845	17,8	16,265	11,9
Markant Total	5.670	18,2	27,520	19,8	4.245	15,6	27,050	19,8
• Markant ex. real,-	5.385	17,3	21,395	15,4	3.960	14,6	20,925	15,3
• real,- (ehemaliger Metro Einzelhandel)	285	0,9	6,125	4,4	285	1,0	6,125	4,5
Rewe-Handelsgruppe	8.720	28,1	36,620	26,5	8.210	30,2	36,470	26,5
Restl.LEH	5.710	18,4	23,225	16,8	5.385	19,8	23,165	16,9
Gesamt	31.050	100,0	138,500	100,0	27.190	100,0	137,150	100,0

Key-Accounts – exkl. Aldi, inkl. Drogeriemärkte

	Anzahl Geschäfte		Umsatz in Mrd. €		Anzahl der Geschäfte > 200 qm		Umsatz in Mrd. €	
	01.01.2018		2017		01.01.2018		2017	
	abs.	%	Mrd. €	%	abs.	%	Mrd. €	%
Edeka-Gruppe	10.950	30,6	51,135	33,0	9.350	29,3	50,465	32,8
• Einzelhandel	6.105	17,1	34,870	22,5	4.505	14,1	34,200	22,2
• Edeka Discounter & Kooperationen	4.845	13,5	16,265	10,5	4.845	15,2	16,265	10,6
Markant Total	10.385	29,0	44,100	28,4	8.960	28,1	43,630	28,4
• Markant ex. real,-	10.100	28,2	37,975	24,5	8.675	27,2	37,505	24,4
• real,- (ehemaliger Metro Einzelhandel)	285	0,8	6,125	3,9	285	0,9	6,125	4,0
Rewe-Handelsgruppe	8.720	24,4	36,620	23,6	8.210	25,7	36,470	23,7
Restl.LEH	5.710	16,0	23,225	15,0	5.385	16,9	23,165	15,1
Gesamt	35.765	100,0	155,080	100,0	31.905	100,0	153,730	100,0
davon Drogeriemärkte	4.715		16,580		4.715		16,580	

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 36,9%.

Entwicklung Edeka-Einzelhandel

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

Mit 6.105 Geschäften bildet der Edeka-Einzelhandel nach der Rewe-Gruppe die zweitgrößte Key-Account-Gruppe. Beim Umsatz liegt sie mit 34,870 Mrd. € ebenfalls hinter der Rewe-Gruppe auf dem zweiten Platz. Der Anteil am gesamten LEH-Umsatz beträgt 25,2%.

Edeka-Gruppe – Definition und Entwicklung

Entwicklung Edeka Discounter und Kooperationen

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

Diese verfügen zusammen über 4.845 Filialen und repräsentieren einen Umsatz von 16,265 Mrd. €.

Edeka-Gruppe – Organisationszuordnung

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

Edeka-Gruppe – Vertriebsschienezuordnung

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

Edeka-Gruppe – Organisationszuordnung und Vertriebsschienen

Unternehmen	Firmensitz	Typ	Vertriebsschienen
h) Edeka Disc. & Koop.		VM	SBK
Frey & Kissel	Landau		
Netto Markendiscout	Maxhütte	Disc	Netto
Diska	Rottendorf		Diska
NP	Minden		NP
Treff	Offenburg		Treff

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 5.670 LEH-Geschäfte, die einen Umsatz von 27,520 Mrd. € repräsentieren. Damit stellt die Gruppe beim Umsatz nach Rewe und Edeka die drittgrößte Key-Account-Gruppe dar.

Seit der Insolvenz von Schlecker und der Schließung der Märkte (zur Jahresmitte 2012) konzentriert sich das Drogeriemarktsegment auf die verbliebenen Marktteilnehmer, die alle über die Markant verrechnen.

Ab 2017 verrechnet die Metro über Markant. Diese Umstellung wird weiter berücksichtigt.

Der ehemalige Metro Einzelhandel betreibt aktuell 285 Verkaufsstellen, die einen Umsatz von 6,125 Mrd. € repräsentieren.

Markant – Organisationszuordnung

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

Markant – Vertriebsschienen

Typ	Vertriebsschienen	Typ	Vertriebsschienen	Typ	Vertriebsschienen
VM	Citti	Disc.	Netto Supermarkt	Trad. LEH	Cames
	Coma				Ihre Kette
	Combi	DM	Budnikowsky		K+K Markt
	Famila		dm		Markant
	Globus		Kloppenburg		Tegut
	Handelshof		Müller		Um's Eck
	Jibi Markt		Rossmann		
	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 8.720 Verkaufsstellen einen Umsatz von 36,620 Mrd. €. Dies entspricht einem Anteil von 26,5% 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 Vertriebslinien

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

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 erhöhte sich leicht um 0,4%, während der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 4,0% gesteigert werden konnte.

Insgesamt umfasst der Restliche LEH derzeit ca. 18,4% aller LEH-Geschäfte und erzielt mit 23,225 Mrd. € einen Anteil von 16,8% am gesamten LEH-Umsatz.

Restlicher LEH – Organisationszuordnung und Vertriebslinien

Unternehmen	Firmensitz	Typ	Vertriebslinien
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.

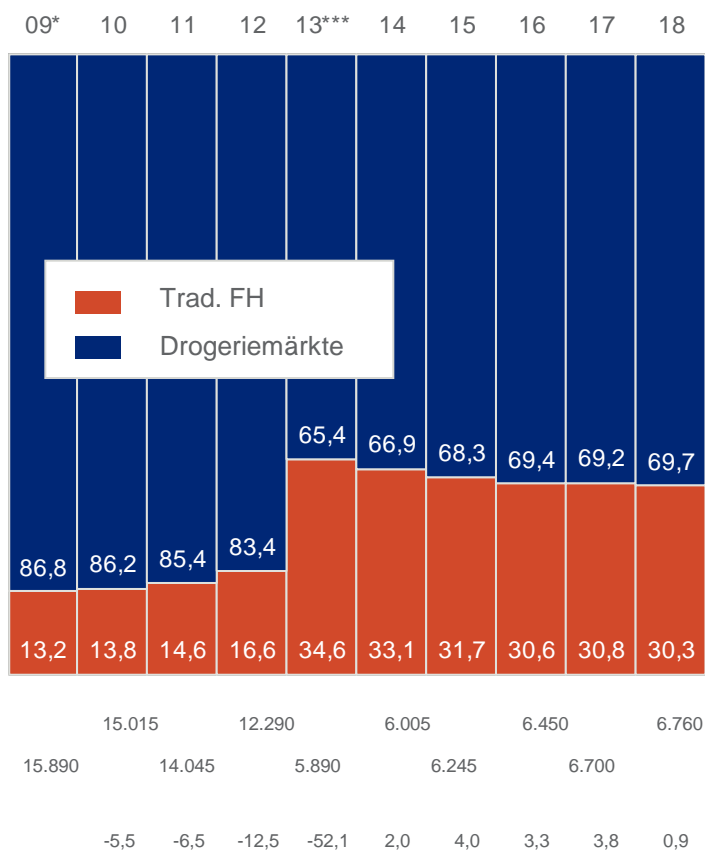
Fachparfümerie: Filialisiertes oder nicht filialisiertes Fachgeschäft mit annähernd ausschließlichem Umsatz im Depotkosmetikbereich, das neben Depots teilweise auch Randsortimente vertreibt.

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.

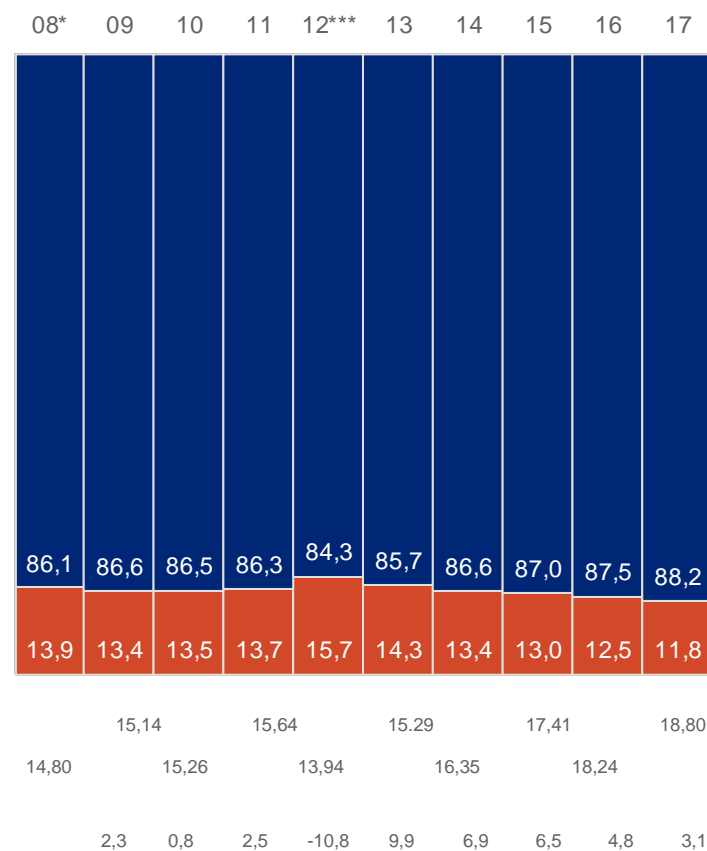
Drogerie- bzw. Parfümerieabteilungen der Kauf- und Warenhäuser: Fachparfümerie- und Drogerieabteilungen von Karstadt und Kaufhof.

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 19,39 Mrd. €.

Die Anzahl der Drogeriemärkte erhöhte sich um 80 auf jetzt 4.715 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 69,7% (Vorjahr 69,2%) und gleichzeitig ihren Anteil gemessen am Umsatz auf 88,2% (Vorjahr 87,5%).

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

• Nord-West	1.240
• NRW	1.530
• Mitte	915
• Baden-Württemberg	865
• Bayern	1.095
• Nord-Ost	450
• Thüringen/Sachsen	400
• Berlin	265
• Gesamt:	6.760

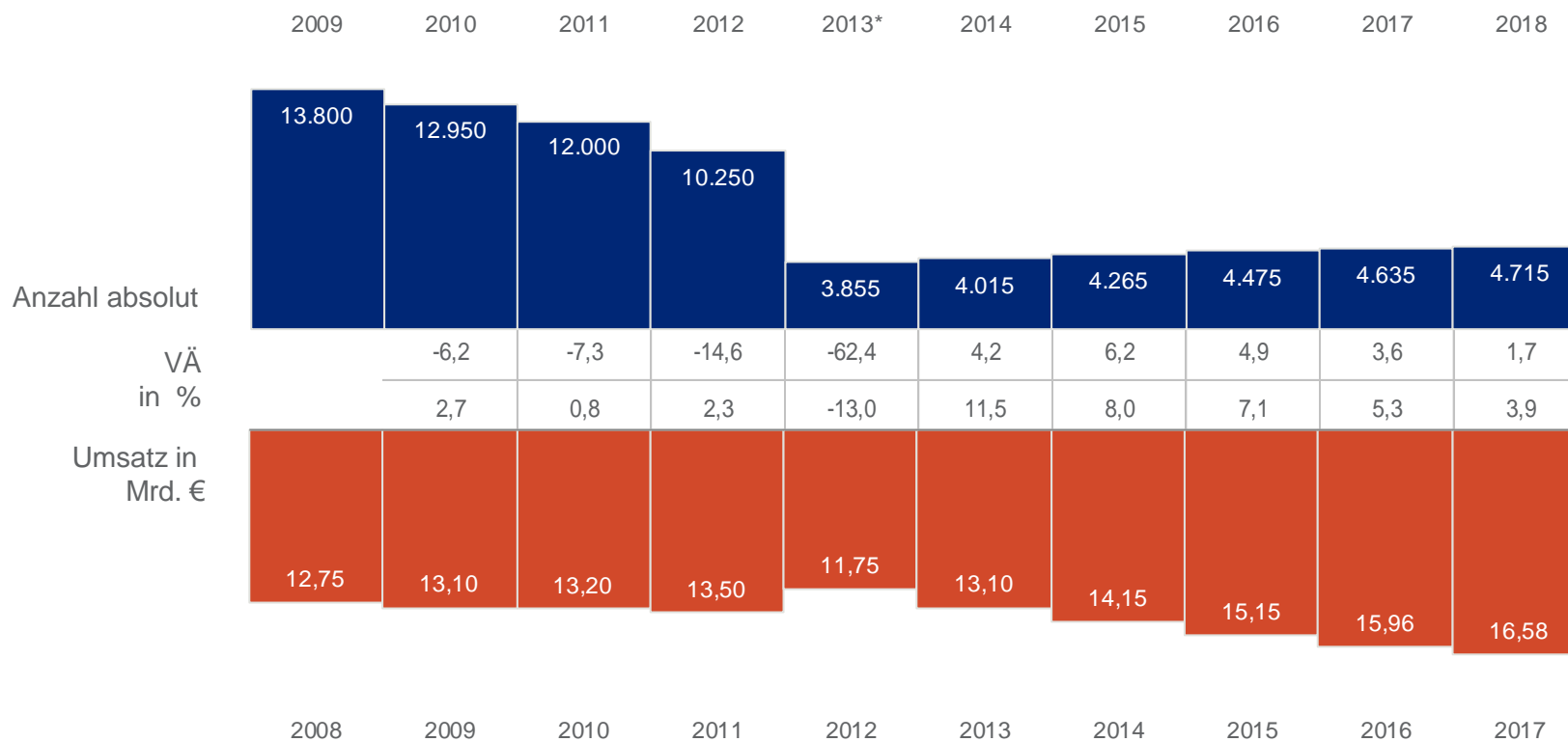
Drogerie-/Parfümerie-Fachhandel

	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2017		18:17	01.01.2018		2016		17:16	2017	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
Fachparfümerien	2.065	30,0	-1,0	2.045	29,5	2,280	12,1	-2,6	2,220	11,5
Kauf- und Warenhäuser	180	2,6	-2,8	175	2,5	0,640	3,4	-7,8	0,590	3,0
Drogeriemärkte	4.635	67,4	1,7	4.715	68,0	15,960	84,5	3,9	16,580	85,5
Gesamt	6.880	100,0	0,8	6.935	100,0	18,880	100,0	2,7	19,390	100,0

Drogeriemärkte

	Anzahl 01.01.2018	Umsatz 2017
	4.715	16,58 Mrd. €
Anteile in %		
dm	41	47
Rossmann (inkl. Kloppenburg)	44	38
Müller	11	12
Budnikowsky	4	3

Drogeriemärkte

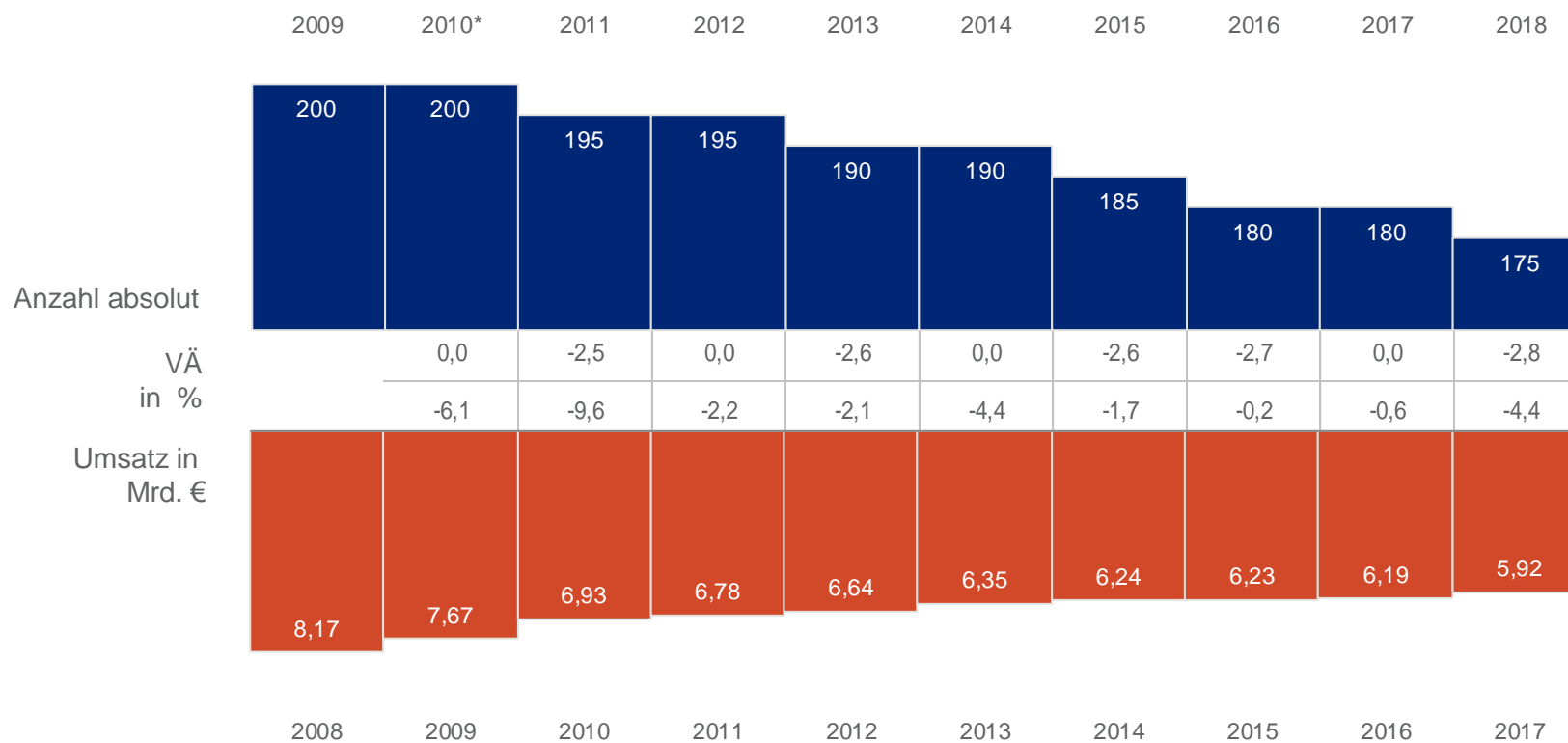


* Wegfall von Schlecker

Geschäftstypen LEH + DM

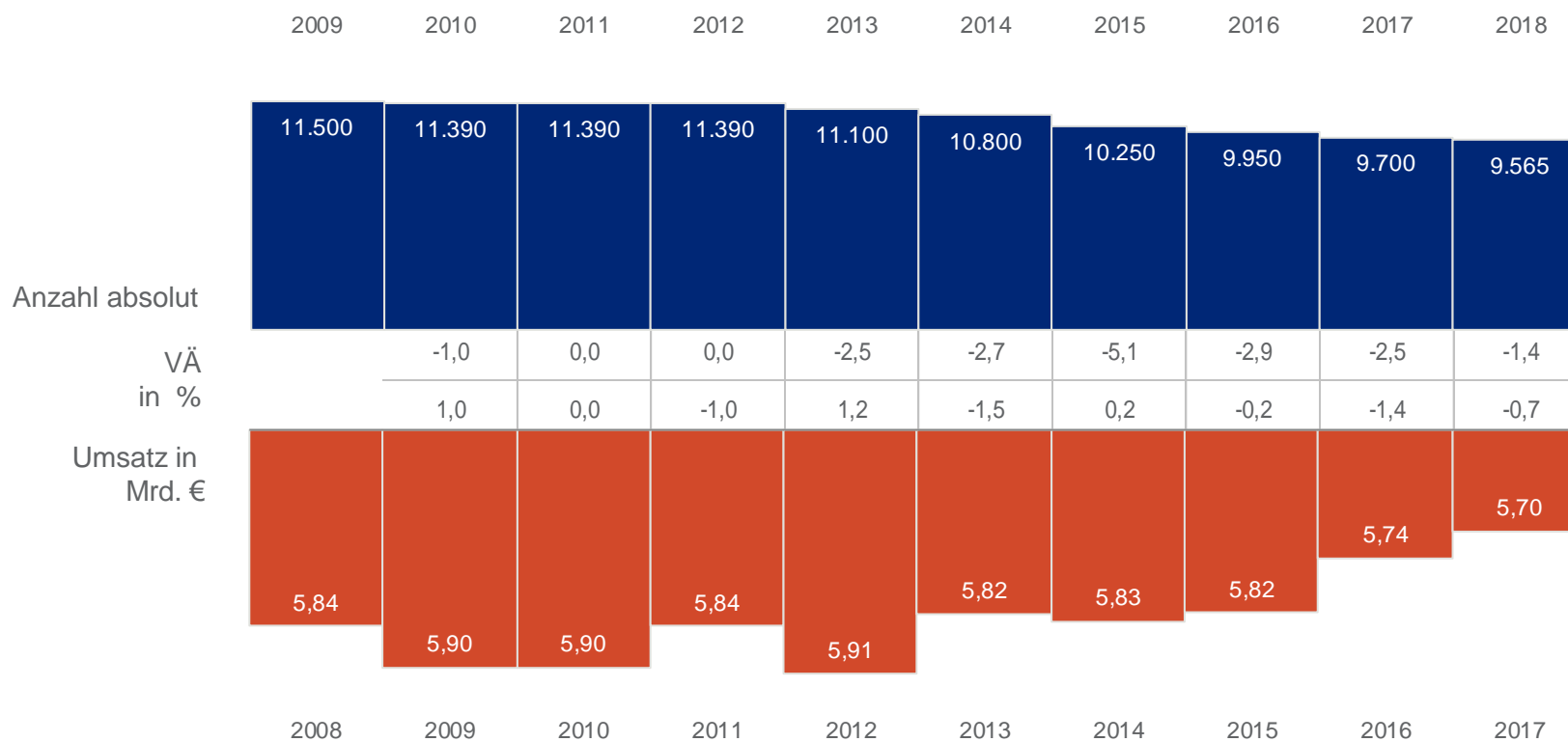
	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2017		18:17	01.01.2018		2016		17:16	2017	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
Verbrauchermärkte	9.100	22,9	0,4	9.140	22,9	73,07	41,2	4,7	76,54	41,3
Discounter	11.925	30,0	1,1	12.060	30,2	46,41	26,2	4,1	48,32	26,1
Traditioneller LEH	9.900	24,9	-0,5	9.850	24,7	13,77	7,8	-0,9	13,65	7,4
Aldi	4.185	10,5	-0,7	4.155	10,4	28,00	15,8	7,5	30,10	16,2
Drogeriemärkte	4.635	11,7	1,7	4.715	11,8	15,96	9,0	3,9	16,58	9,0
Gesamt	39.745	100,0	0,4	39.920	100,0	177,21	100,0	4,5	185,18	100,0

Kauf-/Warenhäuser



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

Getränkefachmärkte*



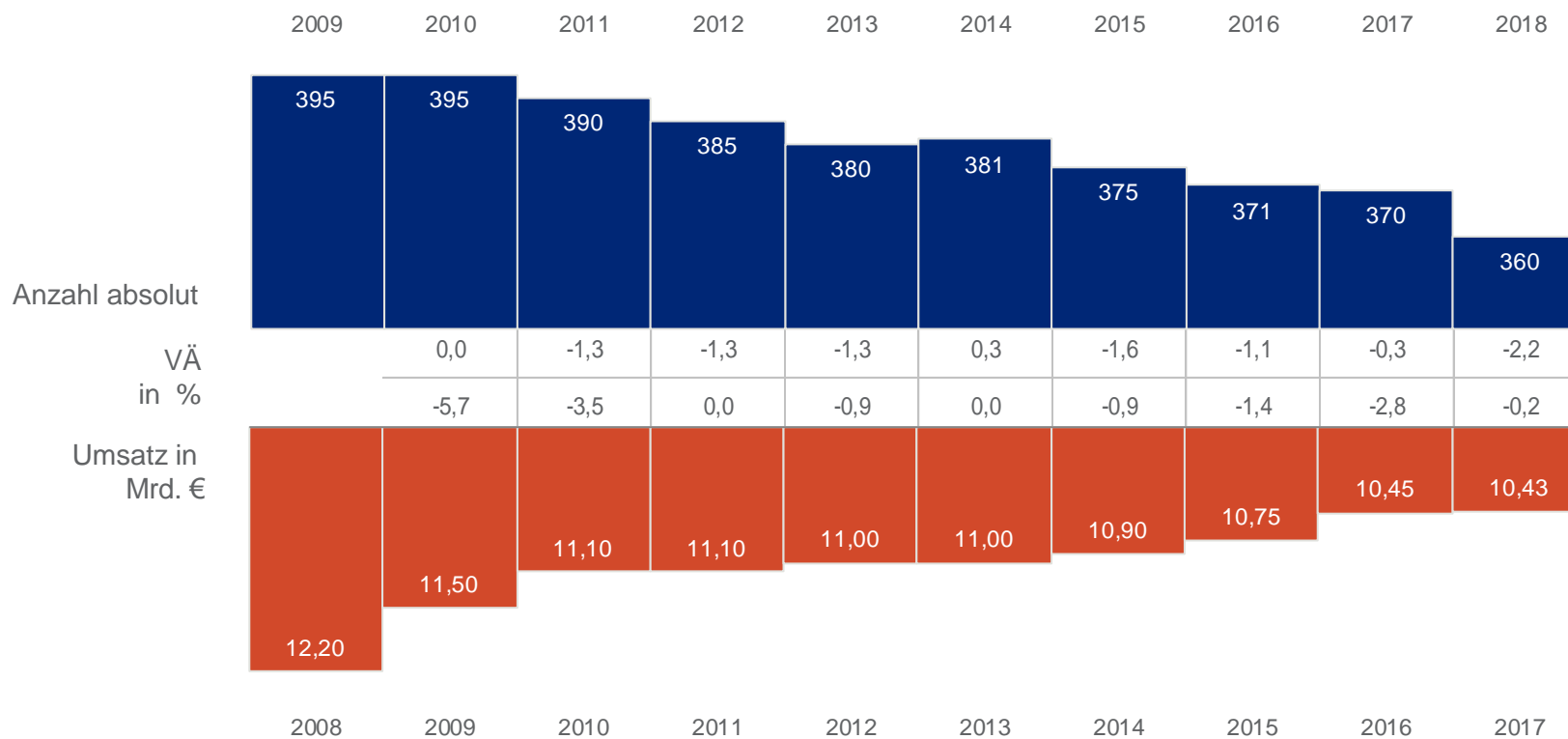
* Umsatz: Warengruppen Bier und Alkoholfreie Getränke

Getränkemarkte – Gebiete

	Anzahl der Geschäfte				
	01.01.2017		18:17	01.01.2018	
	abs.	%	%	abs.	%
Nord-West	935	9,6	-1,1	925	9,7
Nordrhein-Westfalen	1.910	19,7	-1,6	1.880	19,7
Mitte	1.275	13,2	-1,6	1.255	13,1
Baden-Württemberg	1.200	12,4	-1,7	1.180	12,3
Bayern	2.090	21,5	-1,2	2.065	21,6
Nord-Ost	870	9,0	-1,7	855	8,9
Thüringen/Sachsen	1.245	12,8	-1,2	1.230	12,9
Berlin	175	1,8	0,0	175	1,8
Gesamt	9.700	100,0	-1,4	9.565	100,0

- 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. €				
	01.01.2017		18:17	01.01.2018		2016		17:16	2017	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
Verbrauchermärkte	9.100	17,5	0,4	9.140	17,6	73,070	37,5	4,7	76,535	37,8
Discounter	11.925	22,9	1,1	12.060	23,2	46,410	23,8	4,1	48,315	23,8
Aldi	4.185	8,0	-0,7	4.155	8,0	28,000	14,3	7,5	30,100	14,8
Trad. LEH	9.900	19,0	-0,5	9.850	18,9	13,770	7,1	-0,9	13,650	6,7
Drogeriefachhandel *	6.700	12,9	0,9	6.760	13,0	18,240	9,4	3,1	18,800	9,3
Kauf- und Warenhäuser **	180	0,3	-2,8	175	0,3	1,825	0,9	-0,8	1,810	0,9
Getränkeabholmärkte	9.700	18,7	-1,4	9.565	18,3	5,740	2,9	-0,7	5,700	2,8
C&C Betriebe **	370	0,7	-2,7	360	0,7	8,070	4,1	-2,0	7,910	3,9
Gesamt	52.060	100,0	0,0	52.065	100,0	195,125	100,0	3,9	202,820	100,0

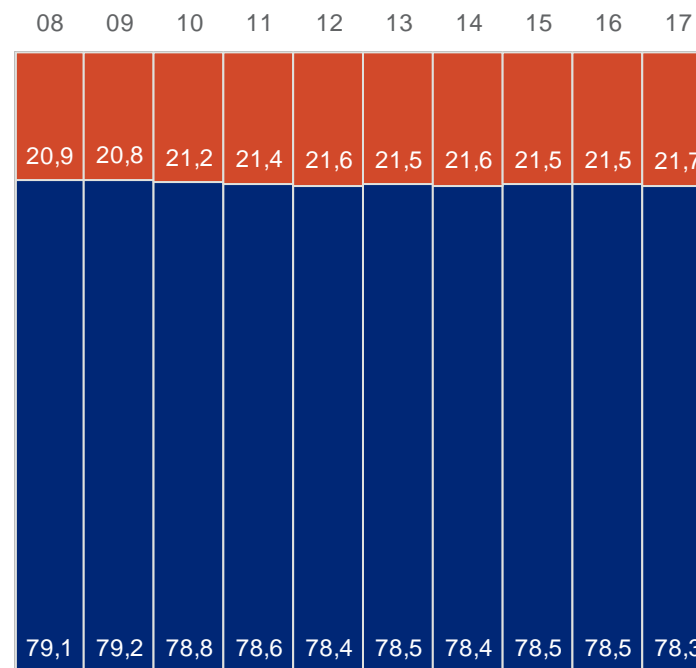
* enthält nur noch Fachparfümerien + Drogeriemärkte (keine Drogerien mehr)

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

Apotheken

Anzahl der Geschäfte in %

Umsatzanteil in %



21.576	21.333	20.963	20.317	19.849
21.581	21.481	21.181	20.902	20.153
0,0	-0,4	-0,7	-0,7	-1,0
		-0,3	-2,8	-0,8
				-1,5

LEH ges.	37,00	38,70	41,80	46,90	49,80
Anz. / Mrd. €	36,30	37,80	39,80	43,90	48,80
VÄ in %	1,9	2,2	2,4	2,8	5,0
				5,0	6,8
					4,1
					2,0

Quelle: IMS Health, 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 m² groß sind.

	Anzahl der Geschäfte					Umsatz in Mrd. €				
	01.01.2017		18:17	01.01.2018		2016		17:16	2017	
	abs.	%	%	abs.	%	Mrd. €	%	%	Mrd. €	%
Freßnapf	880	57,9	0,6	885	57,7	1,184	65,8	5,6	1,250	66,0
Futterhaus	290	19,1	1,7	295	19,2	0,315	17,5	9,2	0,344	18,1
Petstores (excl. Freßnapf und Futterhaus)	350	23,0	1,4	355	23,1	0,301	16,7	0,0	0,301	15,9
Gesamt	1.520	100,0	1,0	1.535	100,0	1,800	100,0	5,3	1,895	100,0

Baumärkte/Gartencenter – Definition und Entwicklung

Bau- und Heimwerkermärkte

Einzelhandelsgeschäfte mit mehr als 1.000 m² überdachter Verkaufsfläche und eigenen Kassen, die überwiegend an private Verbraucher verkaufen und ein breites Sortiment für den Heimwerkerbedarf führen.

Gartencenter

Einzelhandelsgeschäfte mit über 400 m² Gesamtverkaufsfläche, deren Umsatzschwerpunkt auf Gartengeräten und Gartenbedarf liegt (inkl. Dünger und Pflanzenschutzmittel). Das Geschäft muss über mindestens eine eigene Kasse verfügen.

Anzahl Geschäfte 01.01.2018:

- Baumärkte 2.145
- Gartencenter 395

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**
	01.01.2017		18:17	01.01.2018		17:16
	abs.	%	%	abs.	%	%
Straßentankstellen	9.255	95,6	0,3	9.285	95,6	-0,5
• Aral	2.195	22,7	0,0	2.195	22,6	-0,5
• Shell	1.840	19,0	-0,3	1.835	18,9	-1,5
• Esso	990	10,2	-2,0	970	10,0	-2,0
• Jet	620	6,4	4,8	650	6,7	2,0
• Orlen/Star	570	5,9	1,8	580	6,0	-2,0
• Westfalen	235	2,4	-2,1	230	2,3	-2,8
• Restl. Straßentankstellen	2.805	29,0	0,7	2.825	29,1	1,1
BAB-Tankstellen (Autobahn)	430	4,4	0,0	430	4,4	2,0
Gesamt	9.685	100,0	0,3	9.715	100,0	-0,3

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

** FOOD-Umsatz

Straßentankstellen – Gebiete

	Anzahl der Geschäfte *					Umsatz**
	01.01.2017		18:17	01.01.2018		17:16
	abs.	%	%	abs.	%	%
Nord-West	1.425	15,4	0,4	1.430	15,4	-1,1
Nordrhein-Westfalen	2.055	22,2	0,5	2.065	22,3	-0,8
Mitte	1.255	13,6	0,0	1.255	13,5	-0,4
Baden-Württemberg	1.250	13,5	0,4	1.255	13,5	0,1
Bayern	1.660	17,9	0,3	1.665	17,9	-0,1
Nord-Ost	705	7,6	0,0	705	7,6	-0,6
Thüringen/Sachsen	665	7,2	0,8	670	7,2	-0,1
Berlin	240	2,6	0,0	240	2,6	-0,9
Gesamt	9.255	100,0	0,3	9.285	100,0	-0,5
• West	7.645	82,6		7.670	82,6	
• Ost	1.610	17,4		1.615	17,4	

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

** FOOD-Umsatz

- 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

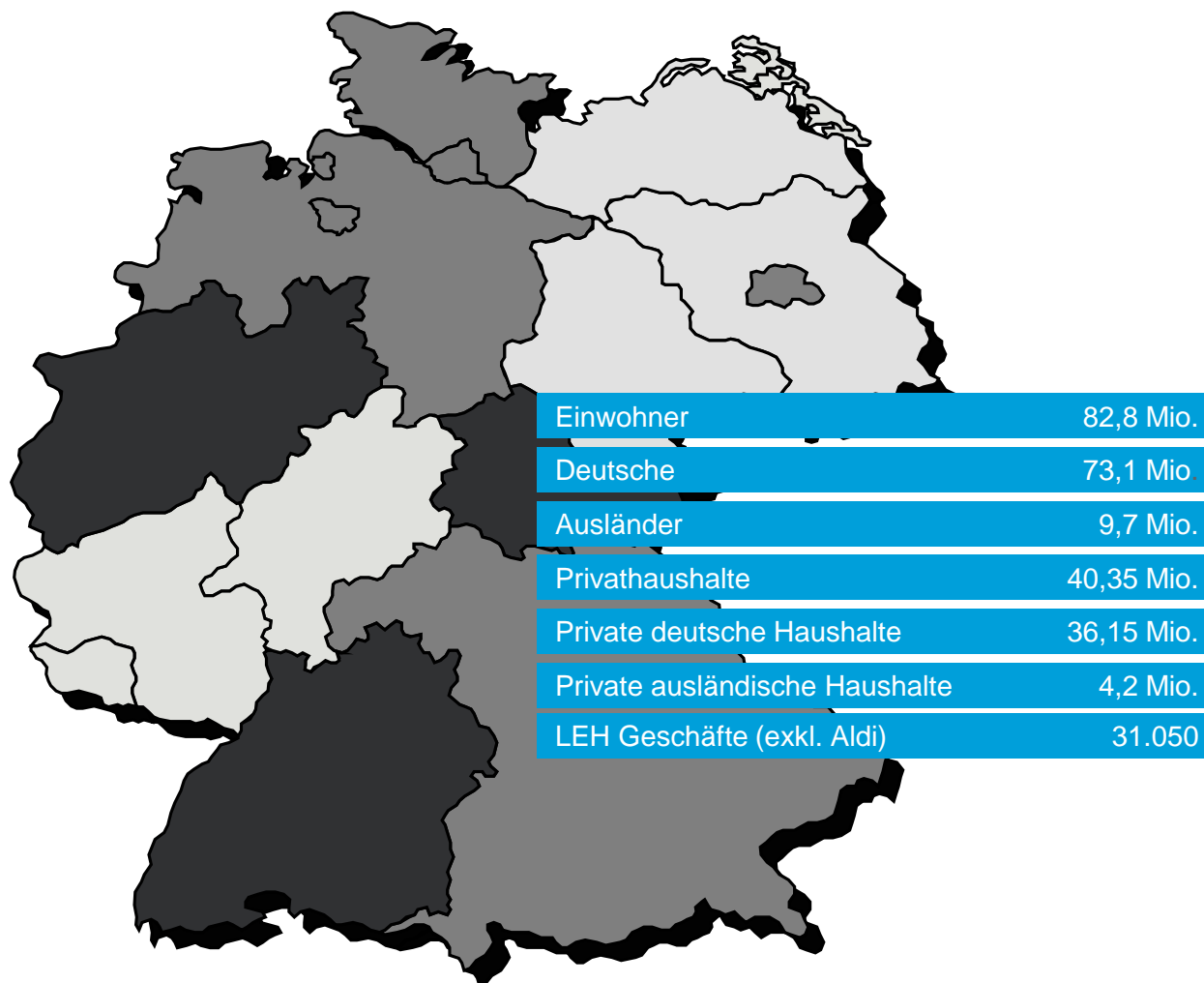
InfoScan

- Klassischer Lebensmitteleinzelhandel
 - Geschäfte bis 199 m²
 - Supermärkte 200-799 m²
 - 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

IRi Infoscan

** 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 01.01.2018

Basisdaten – Deutschland

	Bevölkerung			Fläche	Einwohner
	in Tsd.	in Mio.	%	in km ²	je km ²
Nord-West	13.342	13,3	16,1	64.570	207
Nordrhein-Westfalen	17.894	17,9	21,7	34.113	525
Mitte	11.292	11,3	13,7	43.538	259
Baden-Württemberg	10.984	11,0	13,3	35.751	307
Bayern	12.970	13,0	15,7	70.550	184
Nord-Ost	6.336	6,3	7,7	73.320	86
Thüringen/Sachsen	6.232	6,2	7,5	34.652	180
Berlin	3.590	3,6	4,3	892	4.026
Gesamt	82.640	82,6	100,0	357.386	231
• West	66.482	66,5	80,4	248.522	268
• Ost	16.158	16,1	19,6	108.864	148

- 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 2018

Basisdaten – Deutschland

	Anzahl der Geschäfte		Umsatz in Mrd. €		Bevölkerung		Einwohner pro Geschäft	Geschäfte pro 1000 EW
	abs.	%	Mrd. €	%	in Tsd.	%		
Nord-West	4.965	16,0	24,240	17,5	13.342	16,1	2.687	0,37
Nordrhein-Westfalen	5.890	19,0	28,660	20,7	17.894	21,7	3.038	0,33
Mitte	4.380	14,1	18,830	13,6	11.292	13,7	2.578	0,39
Baden-Württemberg	3.750	12,1	18,150	13,1	10.984	13,3	2.929	0,34
Bayern	5.200	16,7	19,400	14,0	12.970	15,7	2.494	0,40
Nord-Ost	3.085	9,9	12,180	8,8	6.336	7,7	2.054	0,49
Thüringen/Sachsen	2.955	9,5	11,350	8,2	6.232	7,5	2.109	0,47
Berlin	825	2,7	5,700	4,1	3.590	4,3	4.352	0,23
Gesamt	31.050	100,0	138,510	100,0	82.640	100,0	2.662	0,38
• West	24.185	77,9	109,280	78,9	66.482	80,4	2.749	0,36
• Ost	6.865	22,1	29,230	21,1	16.158	19,6	2.354	0,42

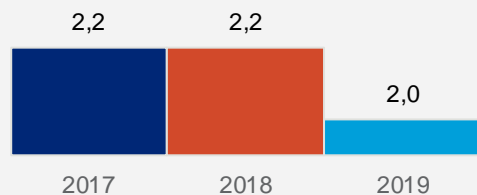
- Nord-West: Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen
- Mitte: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
- Nord-Ost: Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis der offiziellen Statistik: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2018

Wirtschaftliche Eckdaten – Deutschland

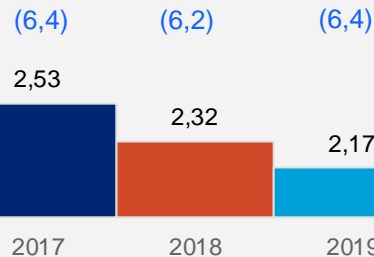
Wirtschaftswachstum

Veränderung des realen
Bruttoinlandsprodukts
(gegenüber Vorjahr in %)



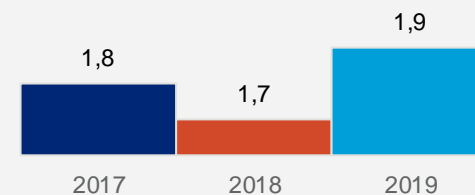
Arbeitsmarkt

Arbeitslose in Mio.
(Arbeitslosenquote)*



Preisentwicklung

Veränderung des
Verbraucherpreisindex
(gegenüber Vorjahr in %)

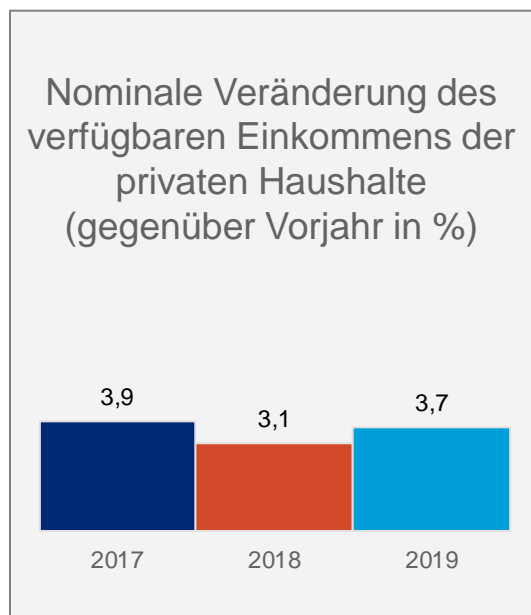


* Anteil der Arbeitslosen an den zivilen Erwerbspersonen

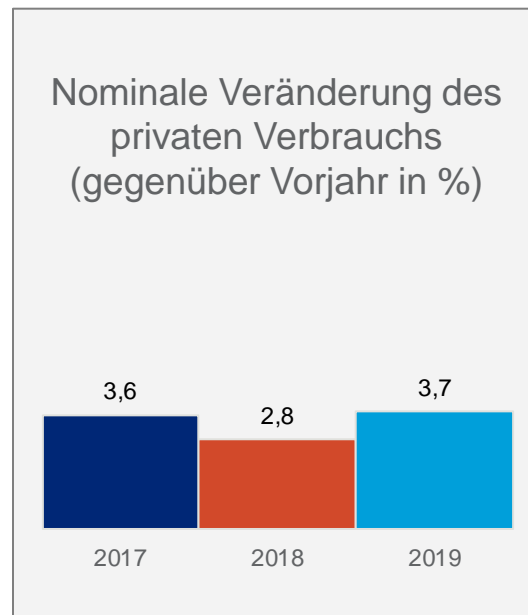
Quelle: Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2018; Stand: 12.04.2018

Wirtschaftliche Eckdaten – Deutschland

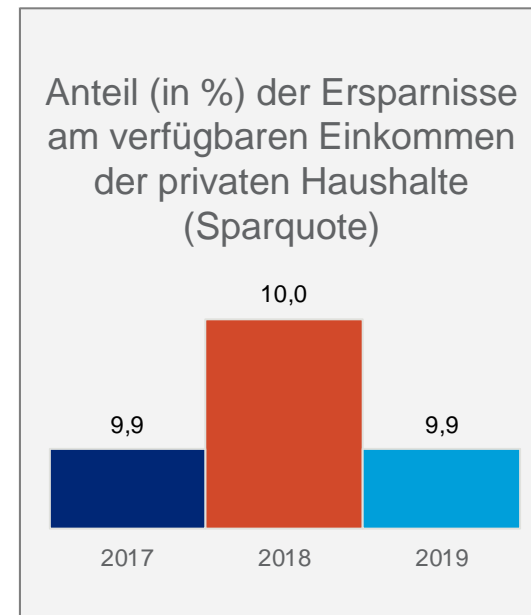
Einkommen



Privater Verbrauch



Private Ersparnisse



Quelle: Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2018; Stand: 12.04.2018

VIELEN DANK!



Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung

Anja Liebkopf
Team Lead, 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
www.IRIworldwide.de