

**P R E S S E M E L D U N G**

**Lebensmittelhandel Deutschland:  
2008 – ein Jahr der Stagnation**

Der deutsche Lebensmittelhandel kann mit dem Jahr 2008 nicht zufrieden sein, denn er konnte seinen Umsatz im Vergleich zum Vorjahr nur unwesentlich erhöhen.

So wuchs der Gesamtumsatz lediglich um 1,8 % auf rund 221 Mrd EUR, der Food-Umsatz um 2,0 % auf 161 Mrd EUR. Der Rest von knapp 60 Mrd EUR wird mit Nonfood-Artikeln erzielt. Beide Kennzahlen liegen deutlich unter der 2008er Inflationsrate von 2,6 %.

Die Gesamtjahreswerte für 2008 basieren auf aktuellen Umsatzangaben führender Handelsunternehmen, die das Frankfurter Handelsforschungsinstitut TradeDimensions bei den deutschen Lebensmittelhändlern im Februar und März des Jahres erhoben hat.

**Edeka bleibt die Nr. 1; Rewe vor Metro, Schwarz holt auf**

Marktführer bleibt die Edeka-Gruppe mit einem um 2,6 % auf 37,6 Mrd EUR gestiegenen Gesamtumsatz. Dies ist u.a. das Ergebnis der erfolgreichen Umstrukturierung von Marktkauf sowie des ungebrochenen Wachstums der Netto-Discountschiene. Die Nummer 2 im Markt, die Kölner Rewe-Gruppe, hat 2008 ihren Umsatz sogar um 4,9 % auf 34,0 Mrd EUR steigern können. Hier kommt im Food-Bereich die Übernahme der Extra-Märkte von der Metro zum Tragen, im Nonfood-Segment die ganzjährige Einbeziehung der im Herbst 2007 übernommenen Marktkauf-Baumarktschiene. Den größten Umsatzschub in den TOP 5 konnte mit fast 6 % Wachstum auf 26,5 Mrd EUR die Schwarz-Gruppe (Kaufland, Lidl) generieren. Beim Food-Umsatz steht ebenfalls die Edeka an der Spitze, gefolgt von der Rewe, der Schwarz-Gruppe und Aldi.

**Konzentrationsgrad unverändert**

Der Marktanteil der TOP 10 und der TOP 30 hat sich im Vergleich zu 2007 kaum geändert; er lag 2008 bei 85,7 bzw. 97,4 %. Für die übrigen ca. 80 Lebensmittelhändler bleibt ein Marktanteil von lediglich 2,6 %. Die Konzentration im deutschen Lebensmittelhandel liegt seit Jahren in etwa auf diesem Niveau; eine gravierende Veränderung ist auf Grund des ohnehin hohen Konzentrationsgrades in naher Zukunft nicht zu erwarten.

**Gewinner 2008: Rewe, Schwarz, Edeka, Bio-Händler, Drogeriemärkte**

Nach absoluten Umsatzzuwächsen liegen die Rewe (+1.6 Mrd EUR), die Schwarz-Gruppe (+1,5 Mio EUR), und die Edeka (+ 0,9 Mrd EUR) vorne. Betrachtet man jedoch die Zuwachsraten, dann geben andere Marktteilnehmer den Ton an: die Bio-Händler Alnatura (+23,4 %) und Dennree (+14,2 %) sowie der ostfriesische Groß- und Einzelhändler Bünting (+10,3 %).

Im Drogeriemarkt-Bereich ist dm zum wiederholten Male gelungen, seinen Umsatz zweistellig zu steigern (+11,4 %); Budnikowsky, Müller und Rossmann folgen mit Zuwächsen von 6 bis 7 %.

**Verlierer 2007: Kauf- und Warenhaus-Unternehmen, Schlecker und Tengelmann**

Sechs der TOP 30-Unternehmen mussten 2008 Umsatzeinbußen verkraften, wobei die Warenhausunternehmen Hertie (befindet sich in Insolvenz) und Woolworth mit –18 % bzw. – 6 % am stärksten betroffen waren.

Beim Drogeriemarkt-Filialisten Schlecker schlagen sich die Probleme in der Ladenstruktur in einem Umsatzrückgang von rund 5 % nieder; während die Tengelmann-Gruppe die Hängepartie um die Abgabe des Discounters Plus zu spüren bekam.

**Ausblick 2009:**

Die im Laufe des Jahres 2008 bzw. zum Jahresbeginn 2009 erfolgten Übernahmen bzw. Abgaben (Extra zu Rewe, Plus zu Edeka und Rewe) betreffen vor allem die führenden drei Unternehmen Edeka, Rewe und Metro. Hierdurch legt die Umsatzkonzentration am oberen Ende der Skala um rund drei Prozentpunkte zu: Die TOP 3-Unternehmen kommen dann auf rund 50 % des Gesamtumsatzes der Branche gegenüber 47 % im Jahr 2008.

Inwieweit die Wirtschafts- und Finanzkrise 2009 ihre Spuren im deutschen Lebensmittelhandel hinterlässt, ist nur schwer einzuschätzen. Jedoch geben die Ergebnisse des Jahres 2008 (realer Umsatzrückgang) sowie Meldungen aus der Branche („Metro prüft Machbarkeit von Kurzarbeit im Großhandel“) durchaus Anlass zu Befürchtungen

---

Die aktuelle Situation und Struktur des deutschen Lebensmittelhandels, Porträts der Firmen, Firmengruppen, Organisationen und Kooperationen sowie Fusionen und Übernahmen zeigt die Studie **TOP-Firmen 2009**.

Zu beziehen über:

The Nielsen Company (Germany) GmbH

**TradeDimensions**

Insterburger Straße 16

60487 Frankfurt am Main

Telefon: 0 69/96 21 75-0

Telefax: 0 69/96 21 75 40

Homepage: [www.tradedimensions.de](http://www.tradedimensions.de)

E-Mail: [tradedimensions.germany@nielsen.com](mailto:tradedimensions.germany@nielsen.com)

**TOP-Firmen 2009** kostet im A4-Format 725 €,  
im A6-Format 599 €

Die Studie ist auch als monatlich aktualisierte Deutsche HandelsDatenBank mit zahlreichen Auswertungsmöglichkeiten erhältlich. Bitte holen Sie ein Angebot ein.

Ihre Ansprechpartner bei **TradeDimensions**

Herbert Kuhn, Bettina Leonhardt (Daten)

Gudrun Craighead, Gisela Mies (Vertrieb)