

EINZELHANDELS- STRUKTURANALYSE

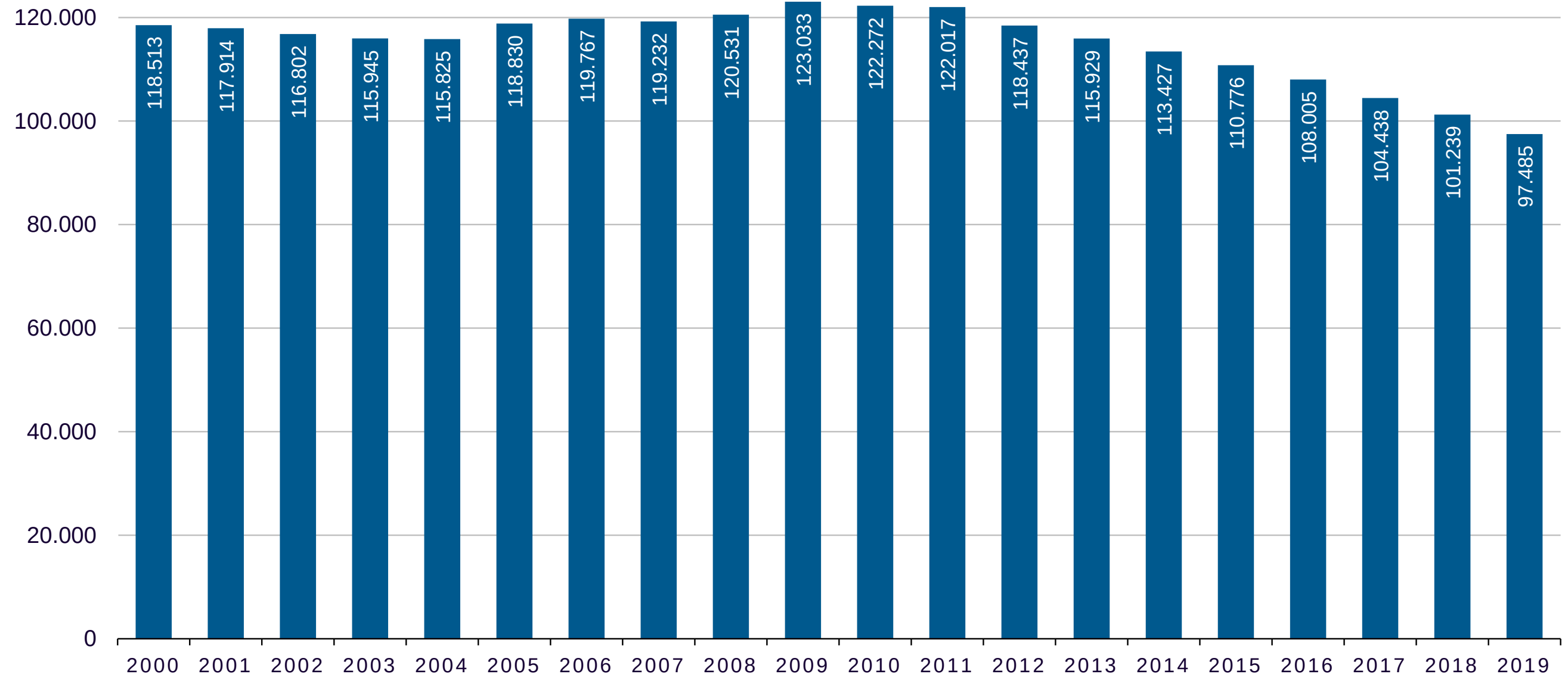
EHAstra - Kurzfassung

(Stand: KW 39/2019)

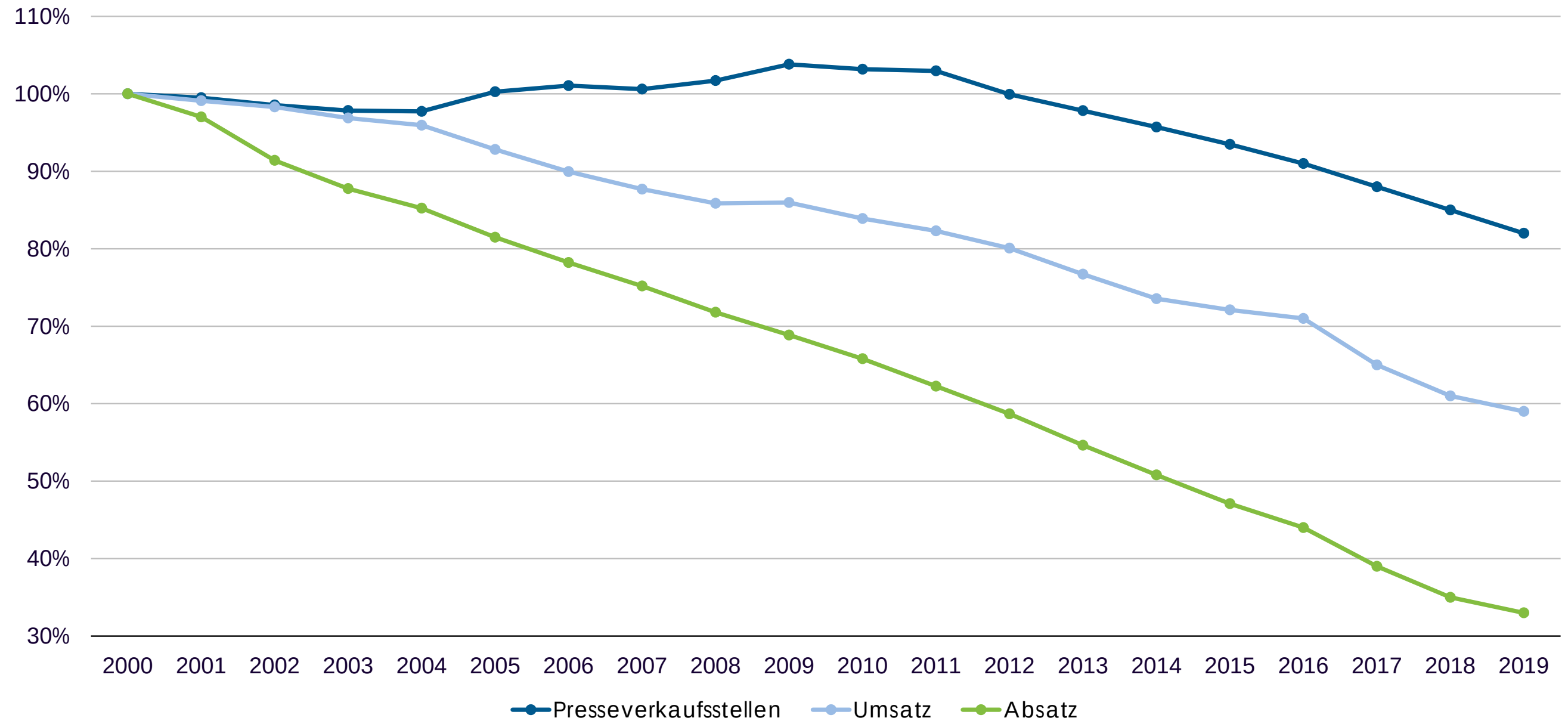
INHALTSVERZEICHNIS

Anzahl Presse-Verkaufsstellen	Seite 3
EH-Dichte pro Grosso-/Filialgebiet	Seite 5
Art der Verkaufsstellen	Seite 6
Geschäftsarten	Seite 7
Organisationgrad	Seite 13
VMP	Seite 15
Wochenumsatz	Seite 17
Remission	Seite 20
Sortimentsbreite	Seite 21
Präsentationsauslastung	Seite 25
Presseregale	Seite 26
Öffnungszeiten	Seite 29

ANZAHL PRESSE-VERKAUFSSTELLEN

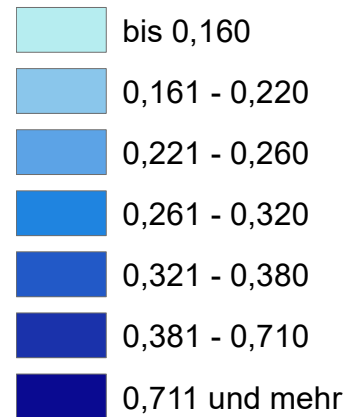


ENTWICKLUNG VERKAUFSSTELLEN ZU UMSATZ UND ABSATZ

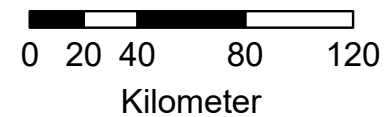


EH-DICHTE PRO GROSSO-/FILIALGEBIET

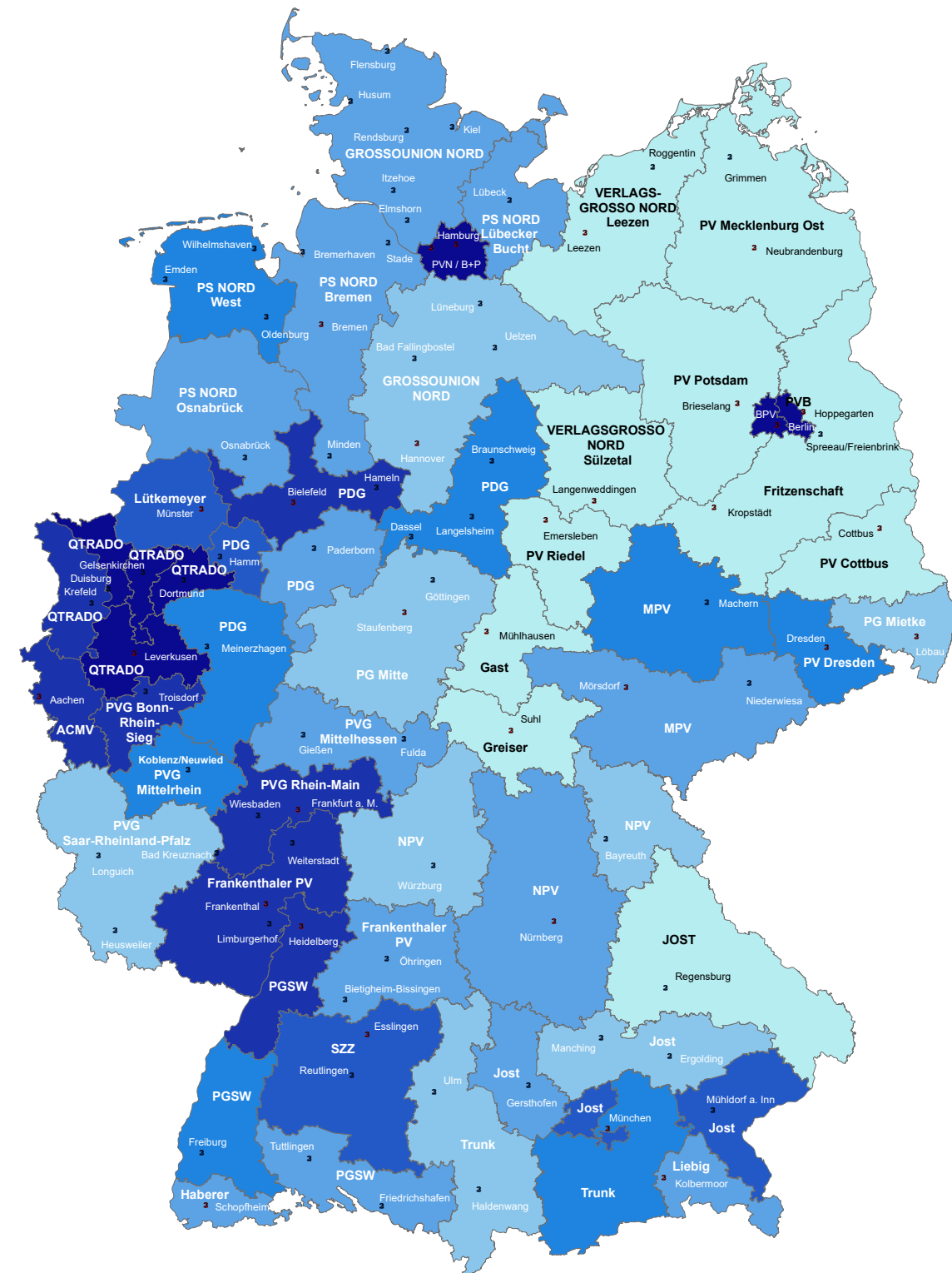
EH-Dichte (EH pro km²)



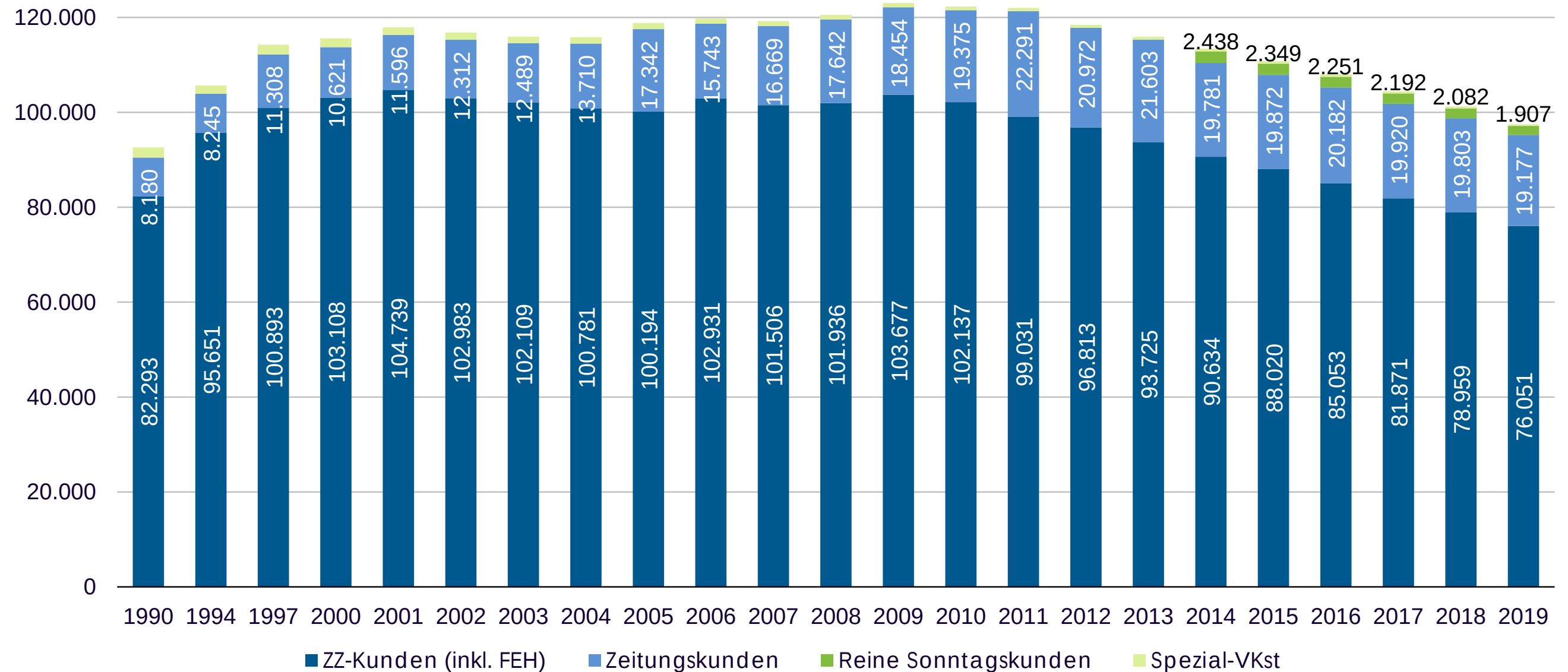
- Sitz des Grossisten
- Filiale/Auslieferstelle



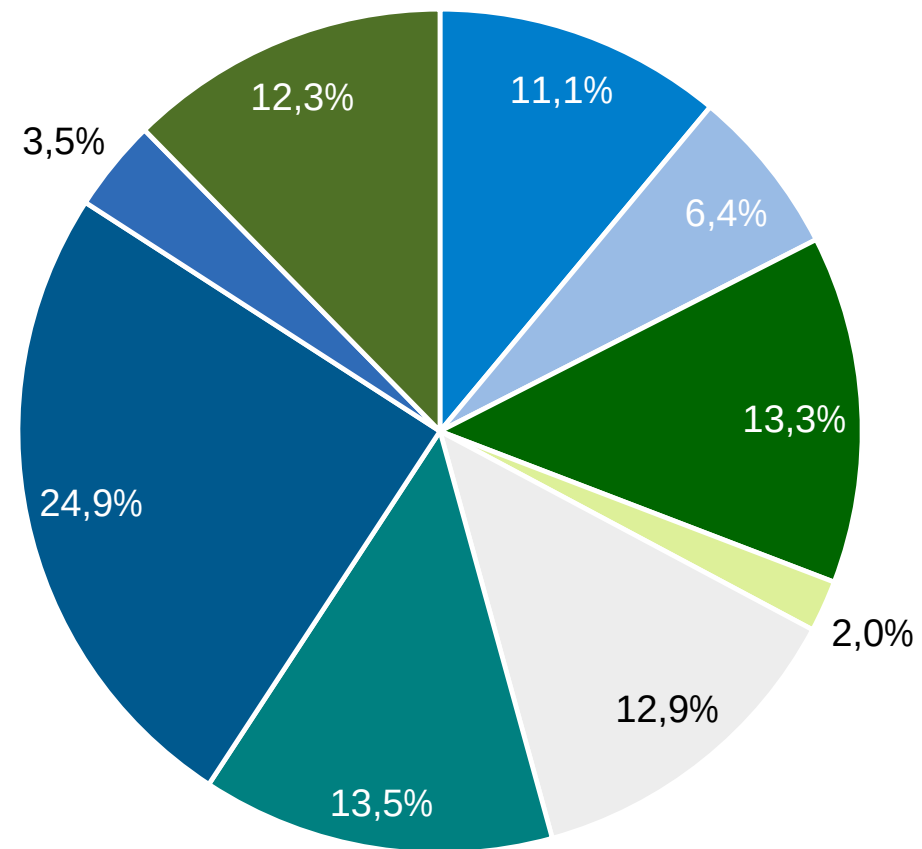
Gebietsstand: Q2/2019
Daten: EHAstra 2019



ENTWICKLUNG DER KUNDENSTRUKTUR SEIT 1990



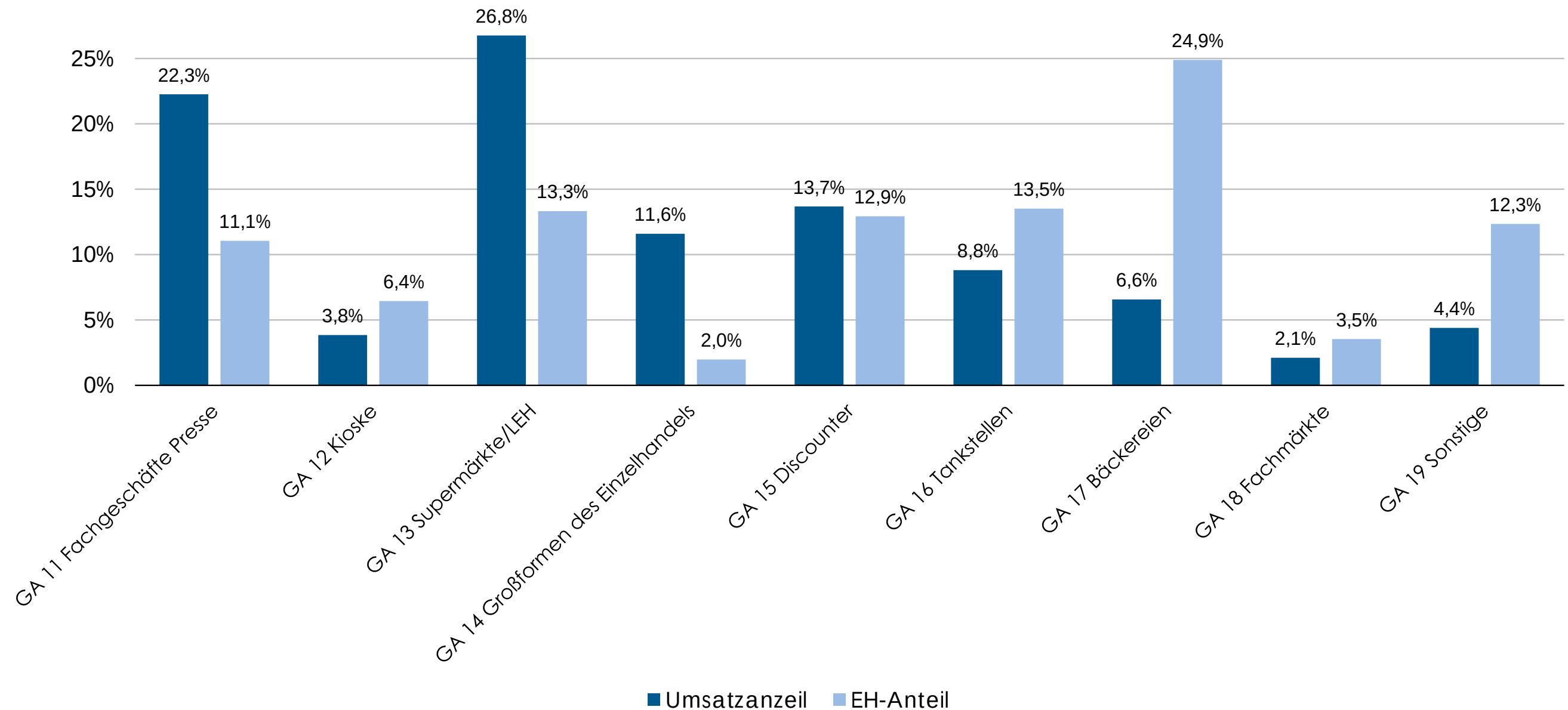
EH-ANTEILE NACH GESCHÄFTSARTEN 2019



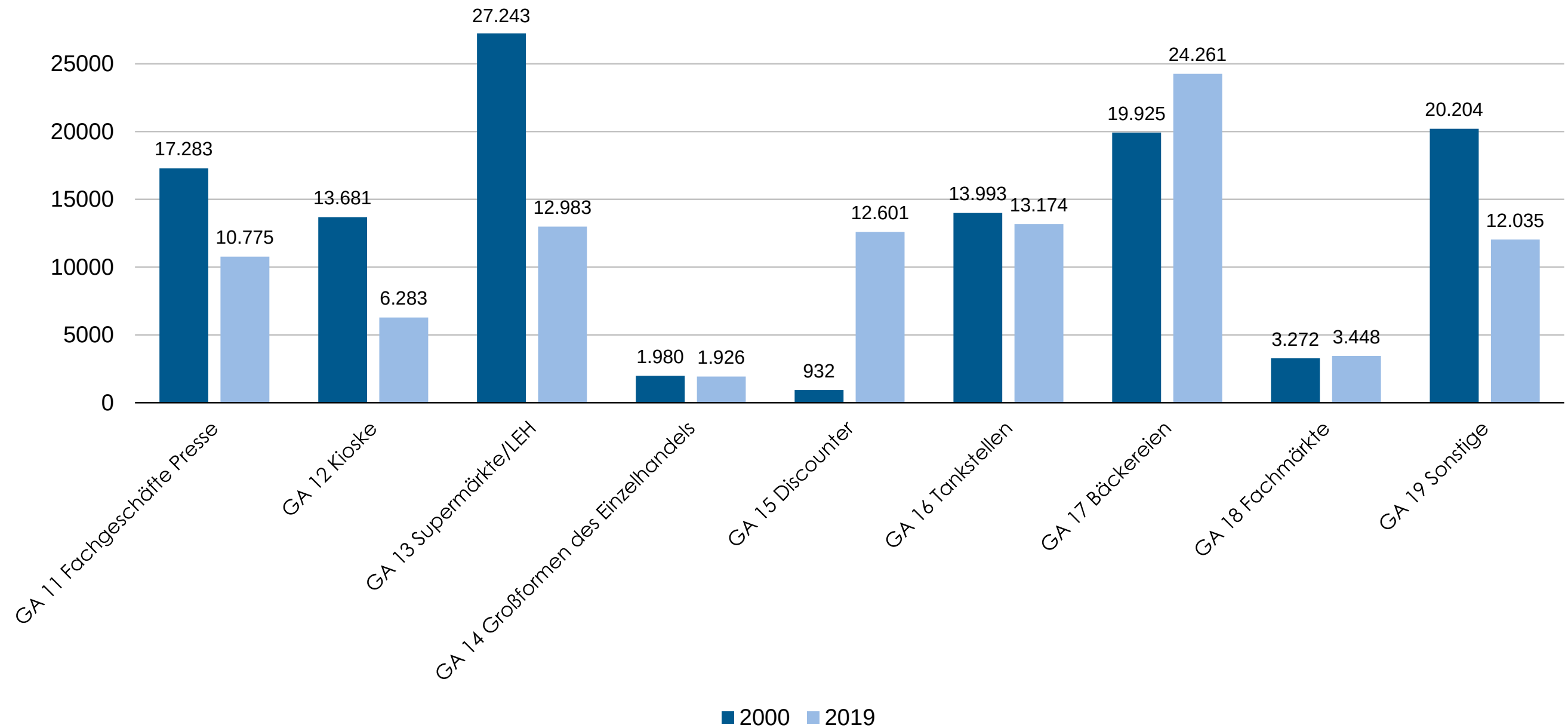
- GA 11 Fachgeschäfte Presse
- GA 12 Kioske
- GA 13 Supermärkte/LEH
- GA 14 Großformen des Einzelhandels
- GA 15 Discounter
- GA 16 Tankstellen
- GA 17 Bäckereien
- GA 18 Fachmärkte
- GA 19 Sonstige

UMSATZBEDEUTUNG DER GESCHÄFTSARTEN

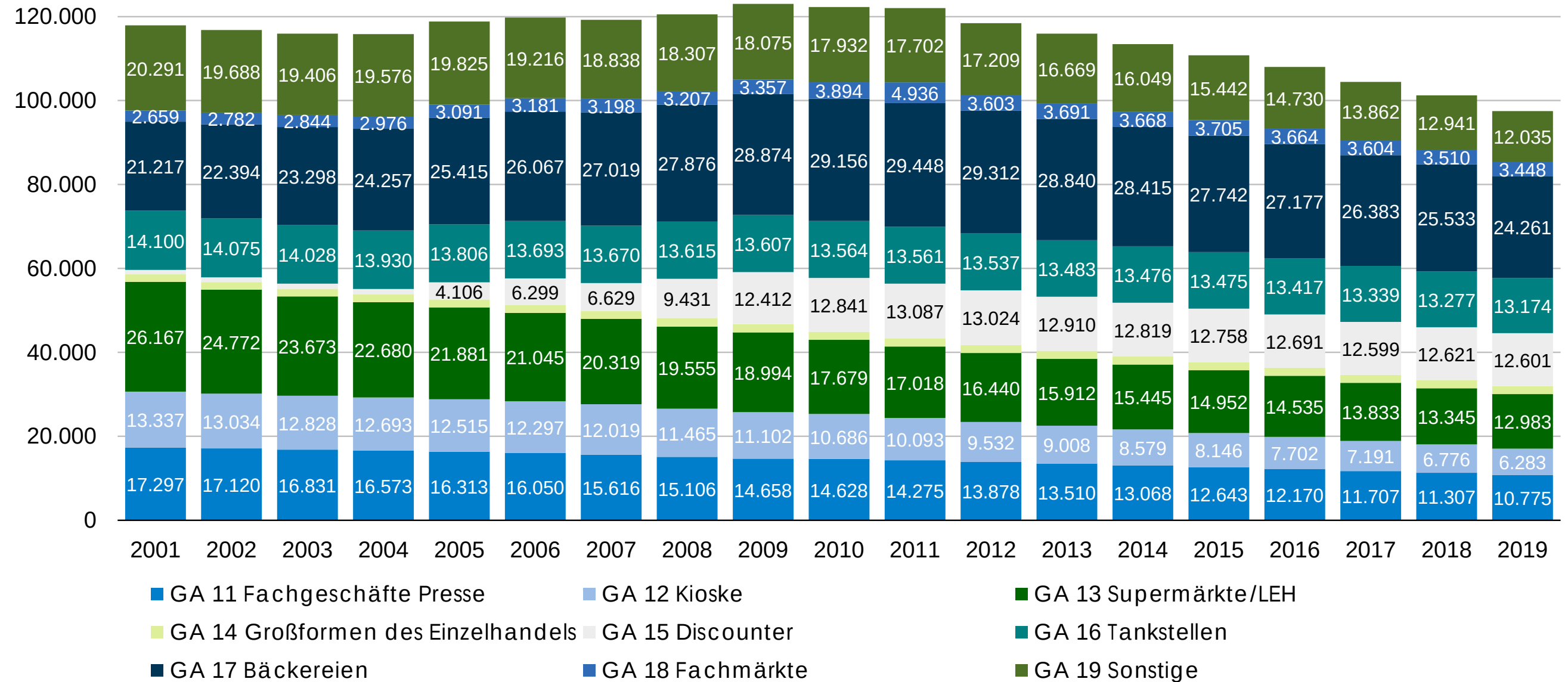
EH-Anteil vs. Umsatzanteil 2019



ENTWICKLUNG DER VERKAUFSSTELLEN NACH GESCHÄFTSART



ENTWICKLUNG DER GESCHÄFTSARTEN 2001 BIS 2019



GESCHÄFTSARTEN (UNTERGRUPPEN) - GEWINNER 2019

Geschäftsart UG	2018	2019	Differenz Vorjahr
13-04 Supermarkt (1000-2499 qm)	4.889	4.973	+84
18-04 Drogeriemarkt (Filialist)	1.408	1.477	+69
18-05 Filialbuchhandlung, Medienkaufhaus	244	249	+5
14-01 Verbrauchermarkt (2500-4999 qm)	1.152	1.157	+5
16-04 Raststätte	433	436	+3

GESCHÄFTSARTEN (UNTERGRUPPEN) - VERLIERER 2019

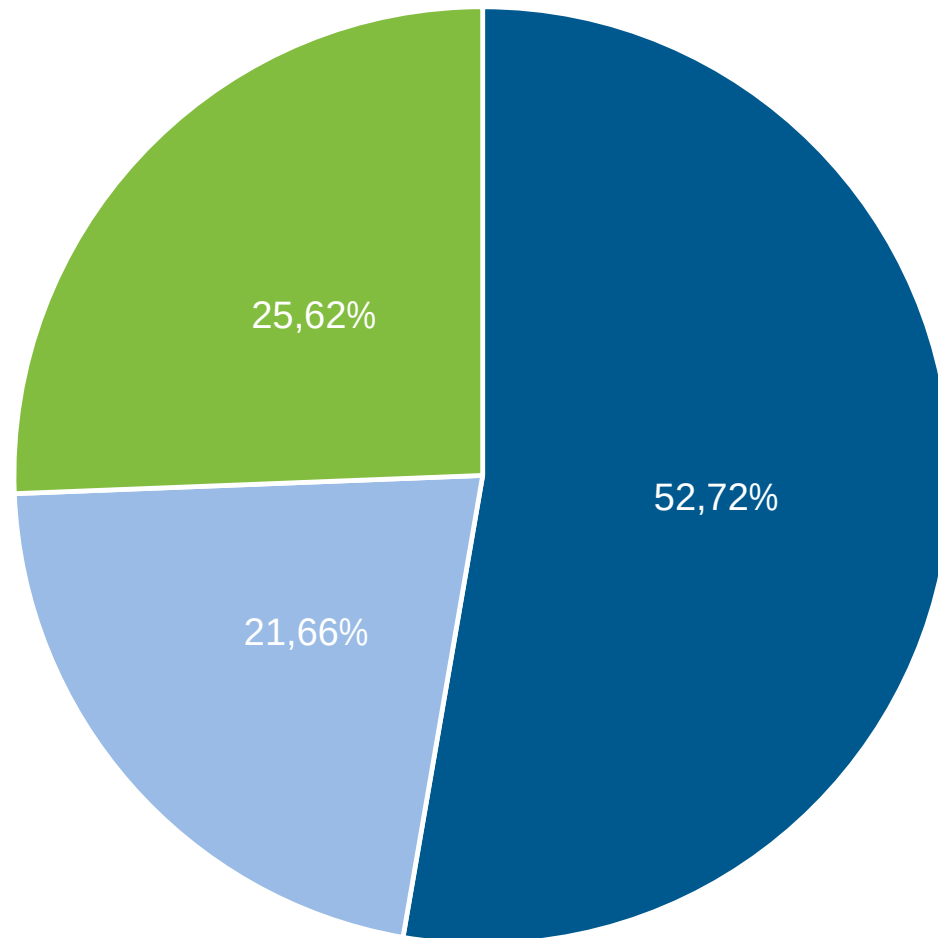
Geschäftsart UG	2018	2019	Differenz Vorjahr
17-01 Bäckerei, Konditorei	25.533	24.261	-1.272
11-01 Fachgeschäft/Pressezentrum	11.307	10.774	-533
12-01 Kiosk betretbar	5.067	4.744	-323
13-01 Lebensmittel unter 100 qm	1.828	1.636	-192
12-02 Kiosk nicht betretbar	1.709	1.539	-170

ORGANISATIONSGRAD IM EH 2019 (ZU 2018)

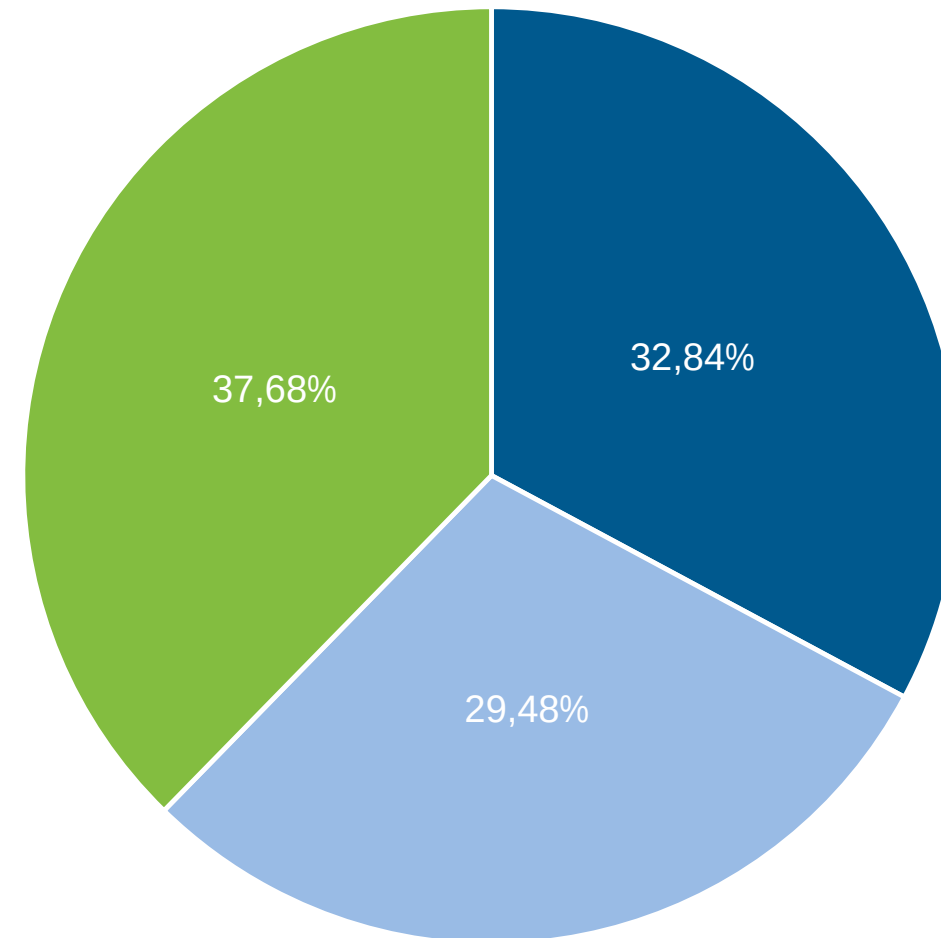
Organisationsgrad	EH-Anzahl	EH-Anteil	Differenz Vorjahr
fragmentierter Einzelhandel	51.391	52,72 %	-3.627
gebundene Einzelhändler	21.120	21,66 %	+246
Regiebetriebe	24.974	25,62 %	-373
Anzahl EH gesamt	97.485		-3.754

ORGANISATIONSGRAD IM EH 2019

EH-Anteil

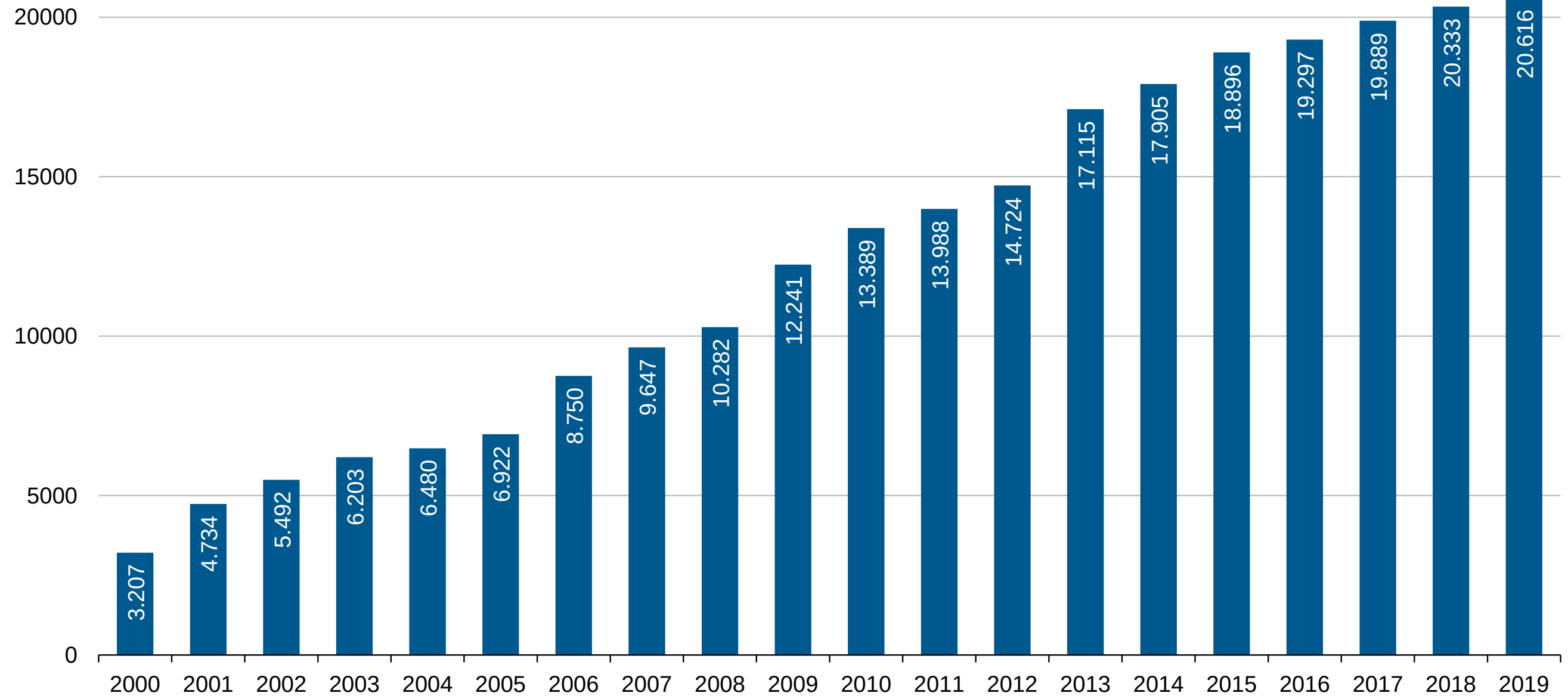


Umsatzanteil

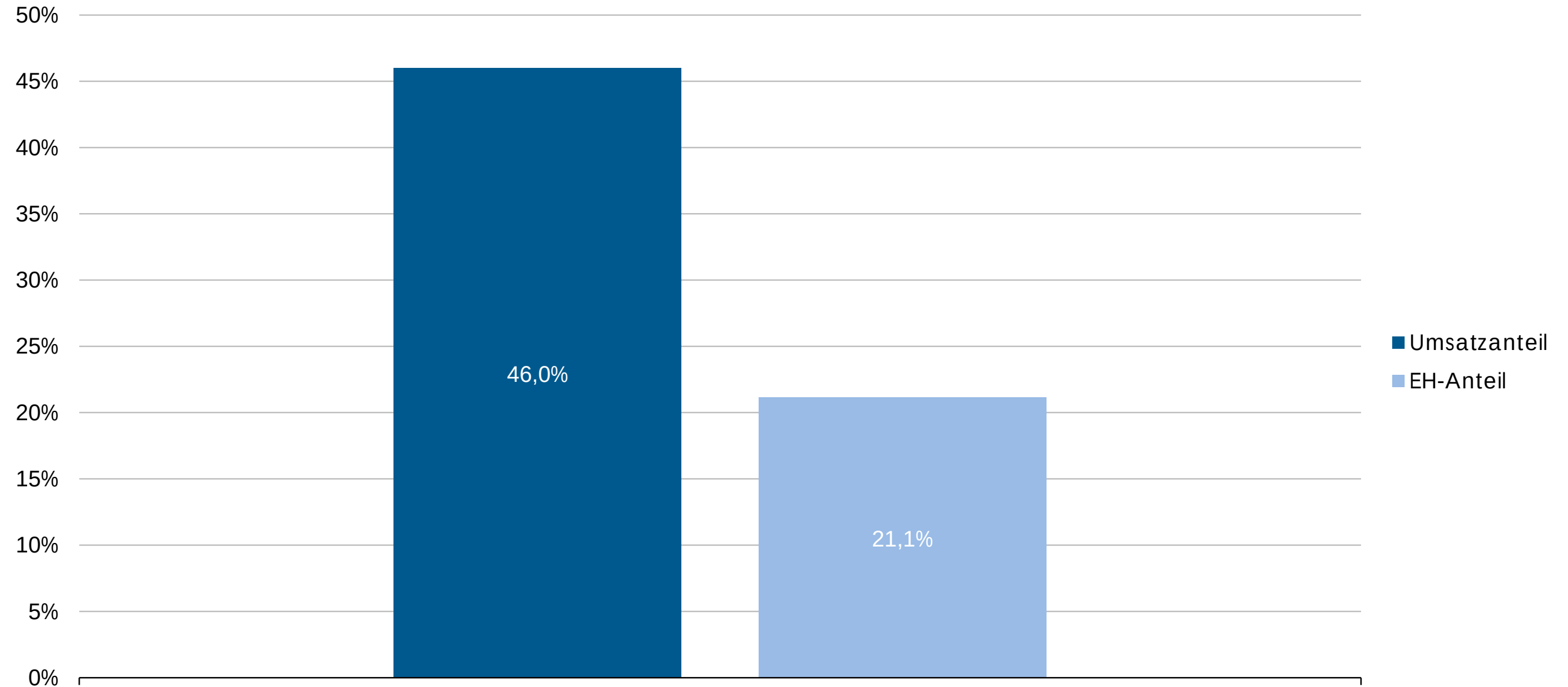


- fragmentierter Einzelhandel
- Großkunden (gebunden)
- Großkunden (regiebetrieben)

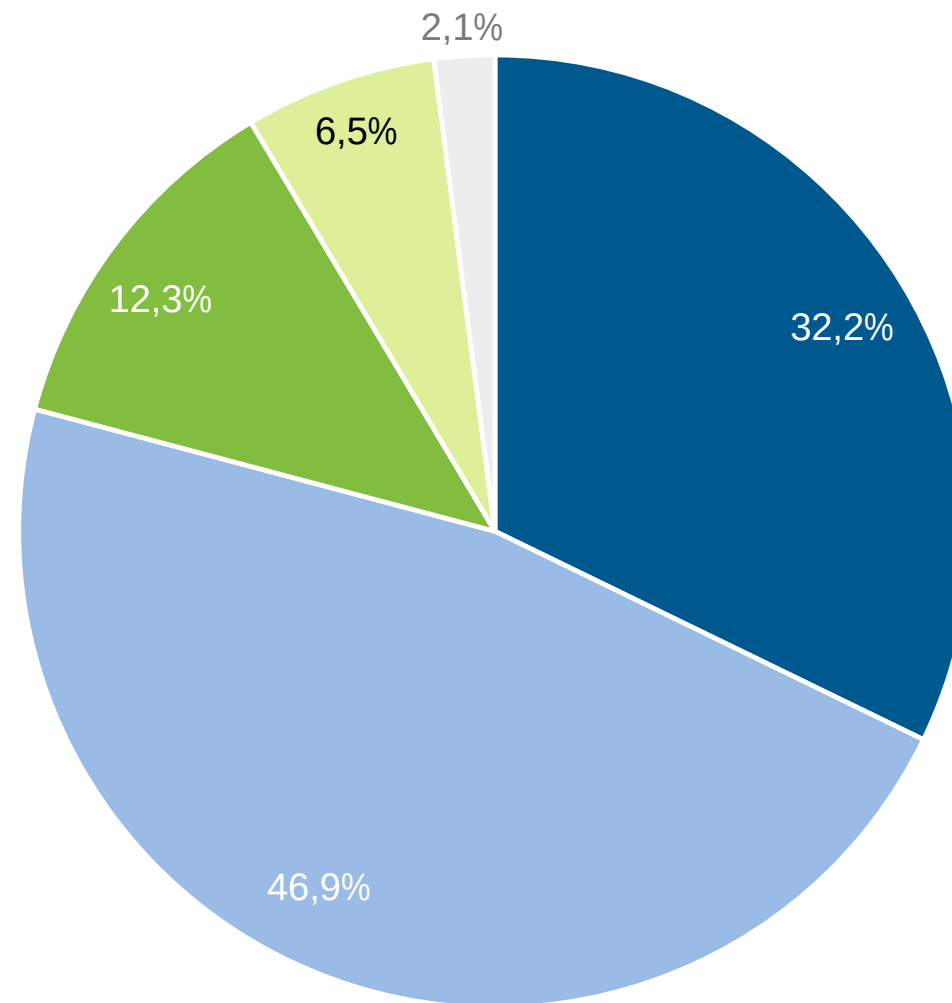
ANZAHL VMP-SCANNERKASSEN



UMSATZBEDEUTUNG DER VMP-EINZELHÄNDLER 2019

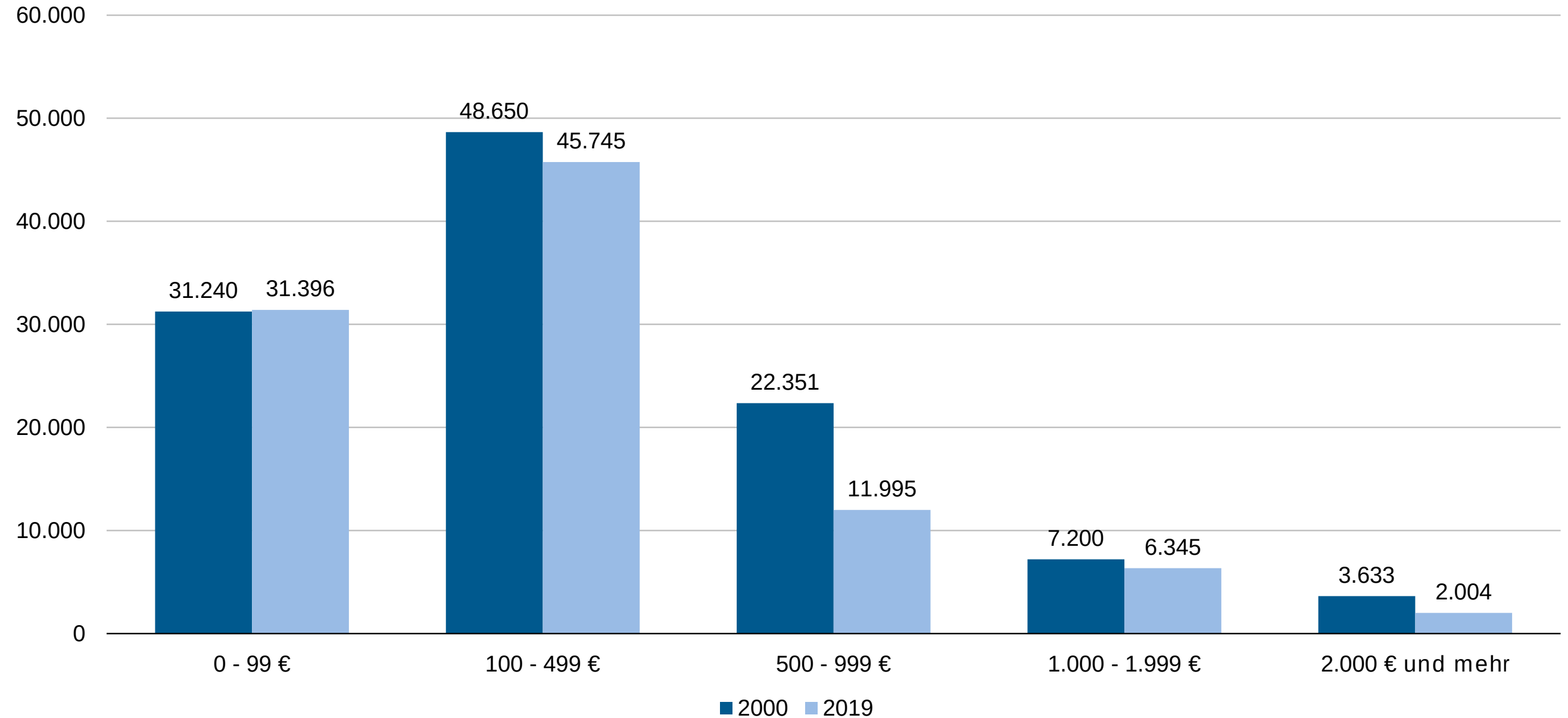


EH-ANTEILE NACH WOCHENUMSATZ 2019

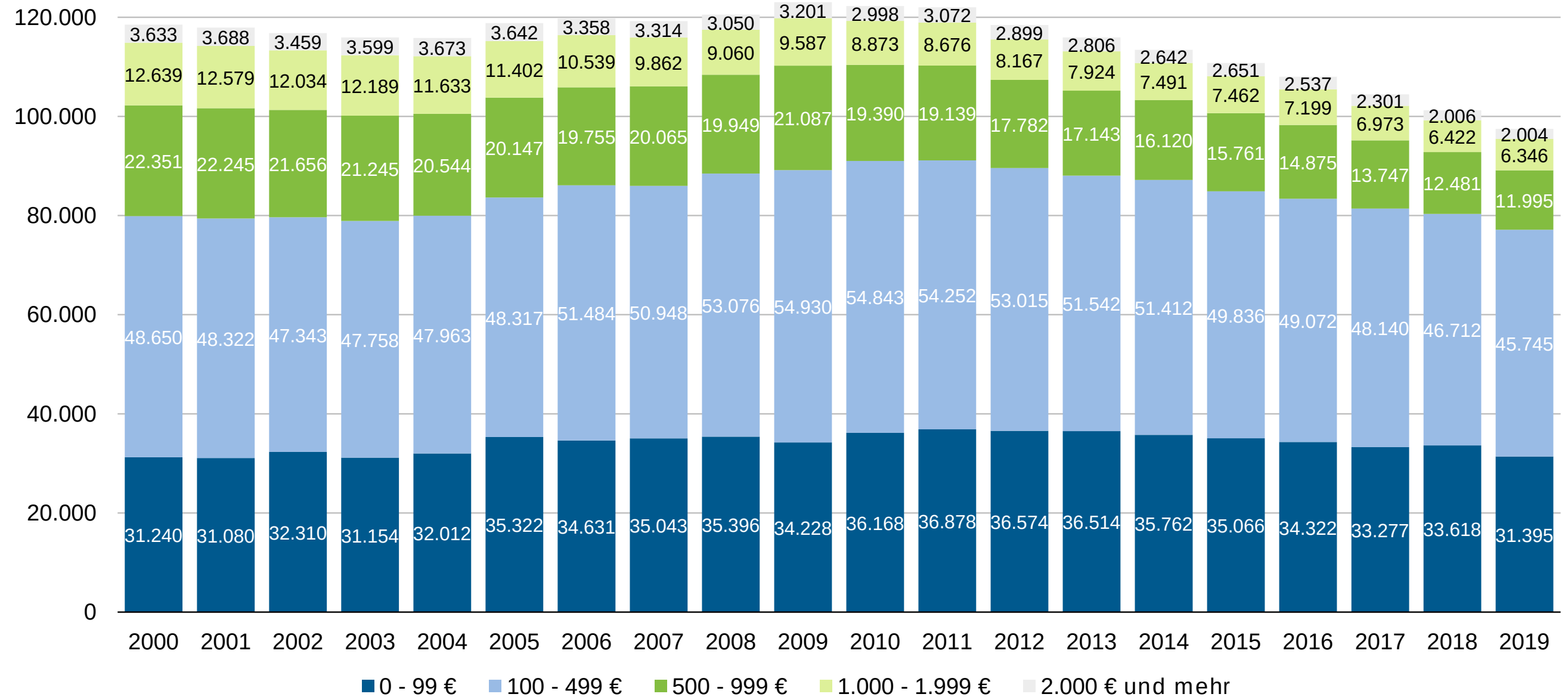


■ 0 - 99 EUR ■ 100 - 499 EUR ■ 500 - 999 EUR ■ 1000 - 1999 EUR ■ 2000 EUR und mehr

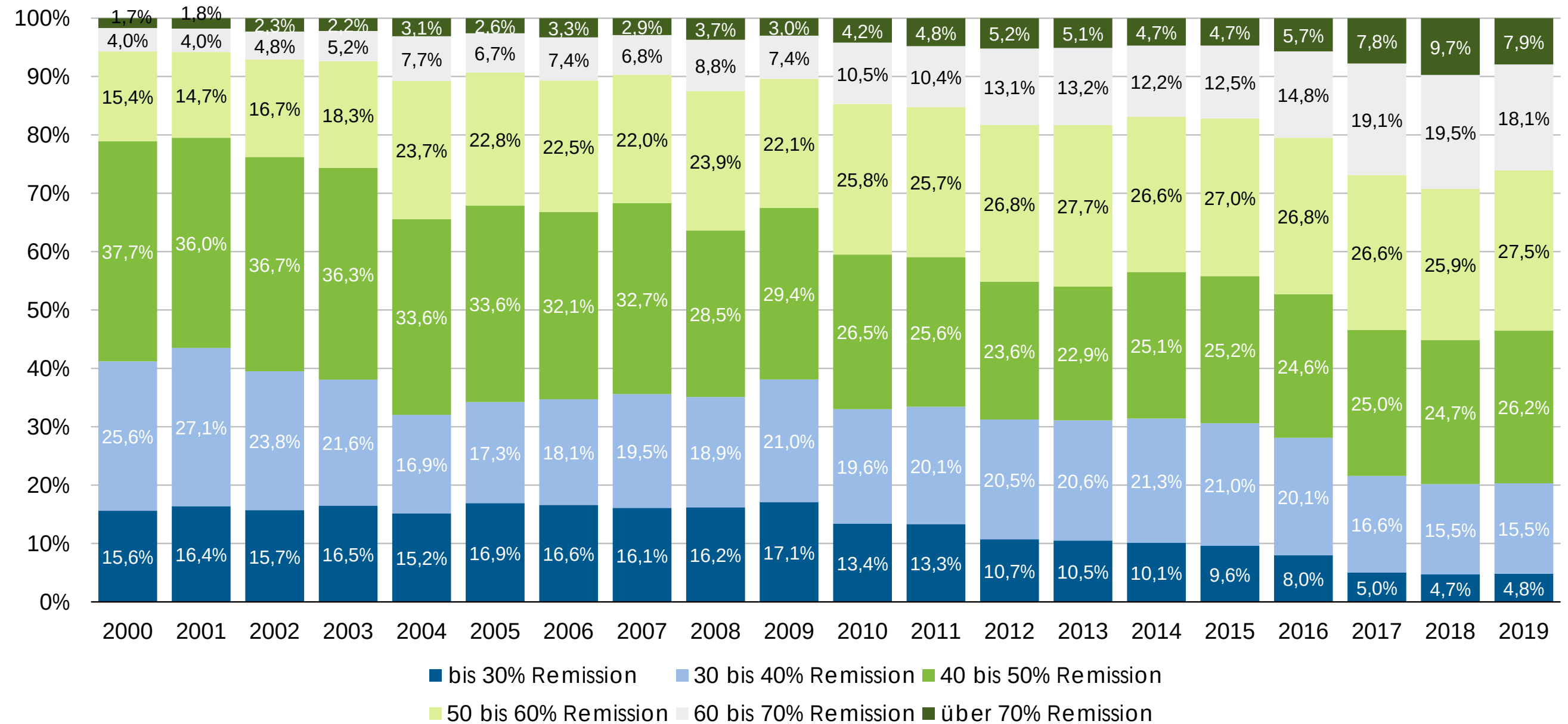
ANZAHL EH NACH WOCHENUMSATZ



ANZAHL EH NACH WOCHENUMSATZ



EH-ANTEILE - WERTMÄßIGE REMISSION



PRÄSENZSORTIMENTSBREITE

(ohne reine Zeitungskunden und reine Sonntagskunden)

	2018	2019	Differenz Vorjahr
Zeitungssortiment	7,7	7,1	-0,6
Zeitschriftensortiment	183,5	182,5	-1
RCR Sortiment	38,7	39,6	+0,9

PRÄSENZSORTIMENT ZEITSCHRIFTEN NACH GESCHÄFTSARTEN

(ohne reine Zeitungskunden und reine Sonntagskunden)

Geschäftsart	2018	2019	Differenz Vorjahr
GA 11 ZZ-Fachgeschäfte	384,1	382	-2,1
GA 12 Kioske	102,7	100,3	-2,4
GA 13 Supermärkte/LEH	289,1	288,8	-0,3
GA 14 Großformen des Einzelhandels	674	667,5	-6,5
GA 15 Discounter	88,7	88,2	-0,5
GA 16 Tankstellen	163,3	153,4	-9,9
GA 17 Bäckereien	23,4	23	-0,4
GA 18 Fachmärkte	132,9	133,8	+0,9
GA 19 Sonstige	65,4	65,7	+0,3
GESAMT	183,5	182,5	-1,0

ANZAHL EH NACH SORTIMENTSBREITENKLASSE 2019

Präsenzsortiment Zeitschriften, alle Kunden

Sortimentsbreitenklasse	EH-Anzahl	EH-Anteil	Differenz Vorjahr
0 Zeitschriften	21.336	21,89 %	-799
1-10 Zeitschriften	7.358	7,55 %	-551
11-100 Zeitschriften	28.991	29,74 %	-846
101-250 Zeitschriften	21.073	21,62 %	-494
251-500 Zeitschriften	12.641	12,97 %	-771
501-750 Zeitschriften	4.086	4,19 %	-208
751-1000 Zeitschriften	1.364	1,40 %	-28
> 1000 Zeitschriften	637	0,65 %	-56
Gesamt	97.486		-3.753

ENTWICKLUNG DER EH-ANZAHL NACH SORTIMENTSBREITENKLASSEN

(Präsenzsortiment Presse gesamt, alle Geschäftsarten)

Sortimentsbreitenklasse	2017	2018	2019	Differenz Vorjahr
bis 100 Titel	33.779	32.969	31.513	-1.456
101 - 250 Titel	22.156	22.060	21.713	-347
251 - 500 Titel	14.805	13.767	13.112	-655
501 - 750 Titel	6.740	6.227	5.980	-247
751 - 1.000 Titel	2.703	2.474	2.302	-172
1.001 und mehr Titel	2.143	1.857	1.782	-75
Gesamt (ohne reine Zk und Sk)	82.326	79.354	76.402	-2.952
reine Zeitungskunden (Zk)	19.920	19.803	19.177	-626
reine Sonntagskunden (Sk)	2.192	2.082	1.907	-175
Gesamt	104.438	101.239	97.486	-3.753

Sortiment = Zeitungen + Zeitschriften inkl. RCR(einfache Gewichtung)

SUMME BORDMETER/ SORTIMENTSBREITE/ SCHUPPUNGSGRAD

Alle Geschäftsarten (ohne reine Zeitungskunden und reine Sonntagskunden)

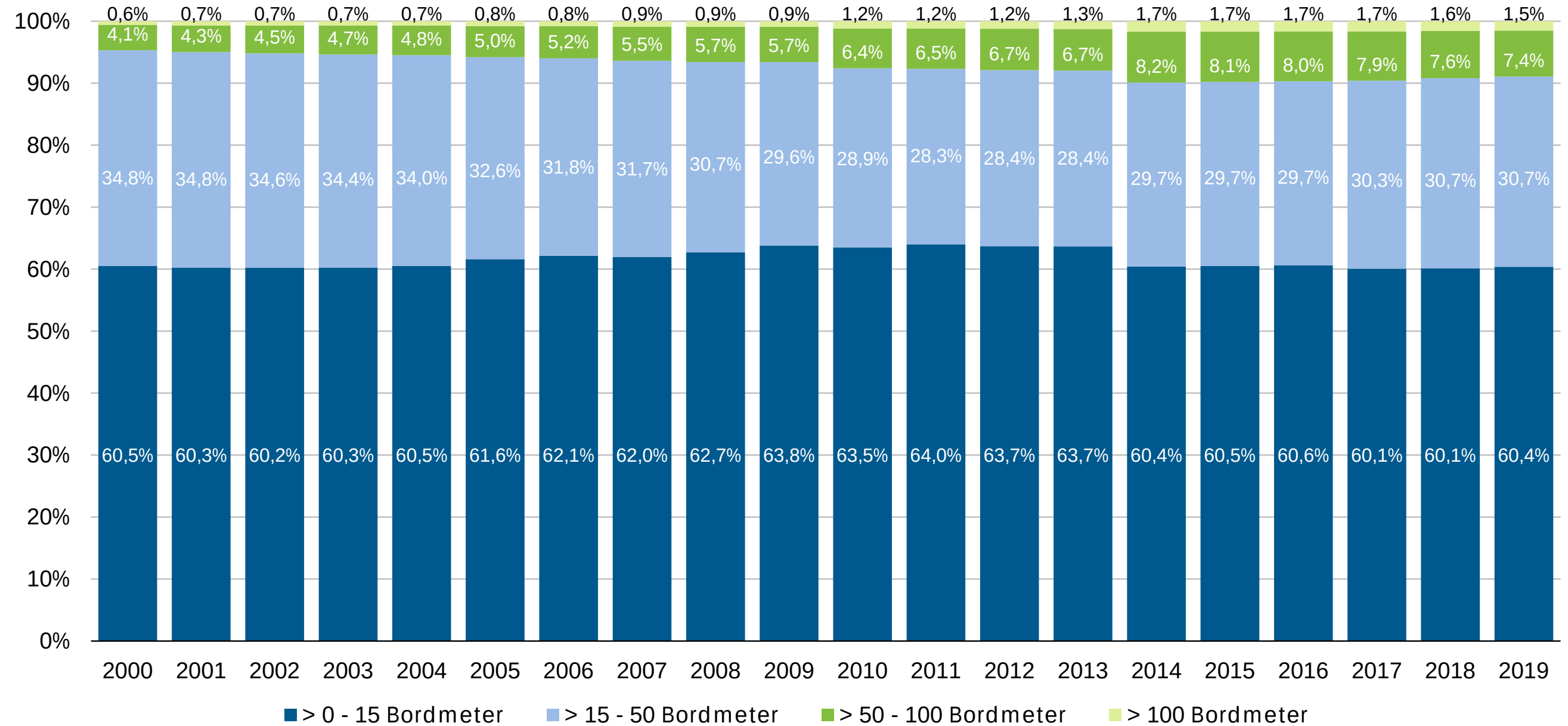
Durchschnitt	2017	2018	2019
Summe Gesamt-Bordmeter Presse	24,37	24,17	23,88
Sortimentsbreite Presse	227,43	218,29	216,37
Sortimentsbreite Zeitschriften	191,56	183,5	182,46
Schuppungsgrad Presse (in cm)	10,71	11,07	11,04
Anzahl EH gesamt	82.326	79.354	76.402
Anteil EH m. Präsentationsauslastung > 100 % *	34,65 %	30,36 %	31,01 %
Anteil EH m. Präsentationsauslastung > 120 % *	15,14 %	12,39 %	12,07 %

Sortimentsbreite Presse = Zeitungsortiment * 2 + Zeitschriftensortiment + RCR Sortiment * 0,5

Schuppungsgrad = Summe Bordmeter / Sortimentsbreite Presse

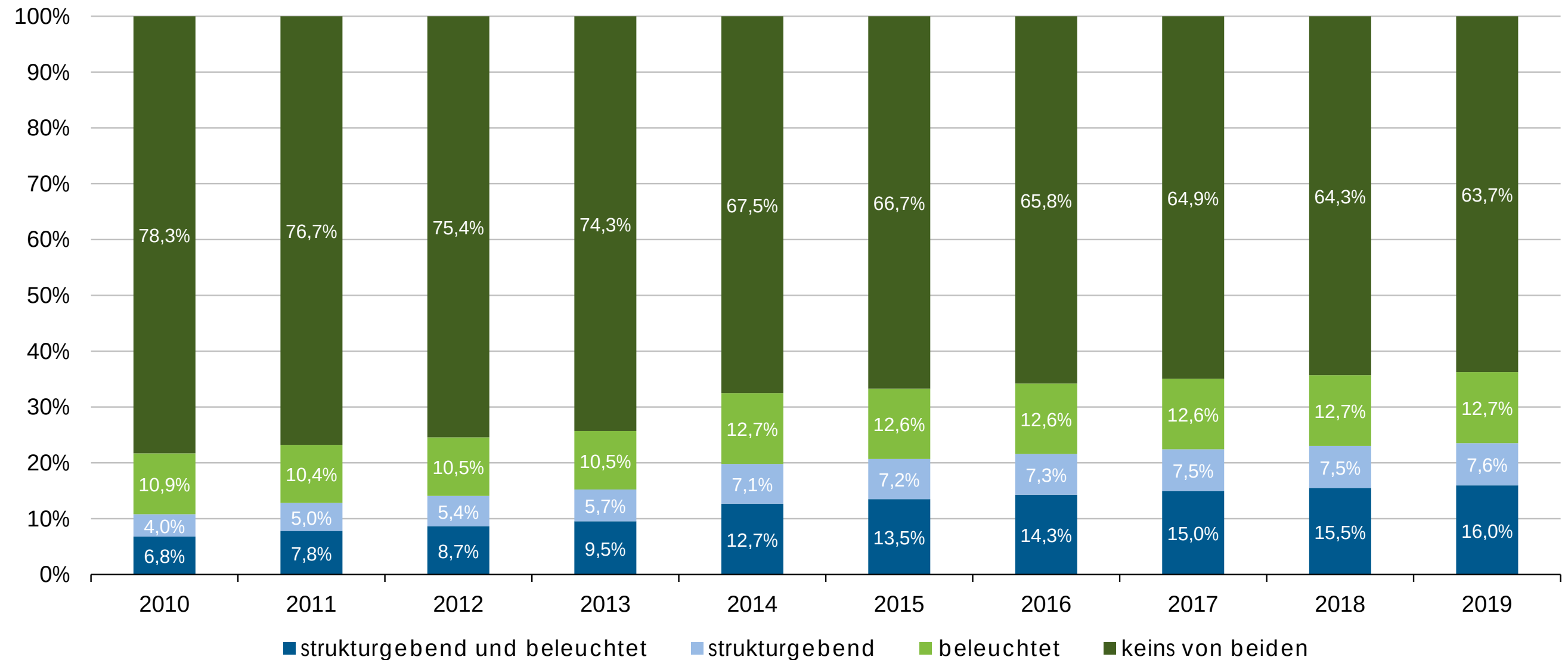
* nur ZZ-Kunden der GA 11, 12-01, 13, 14, 16 und 18 mit Presseregalen, ohne Saisonkunden; Basis: 12,5 Solltitel pro Bordmeter

EH-ANTEILE NACH BORDMETERN

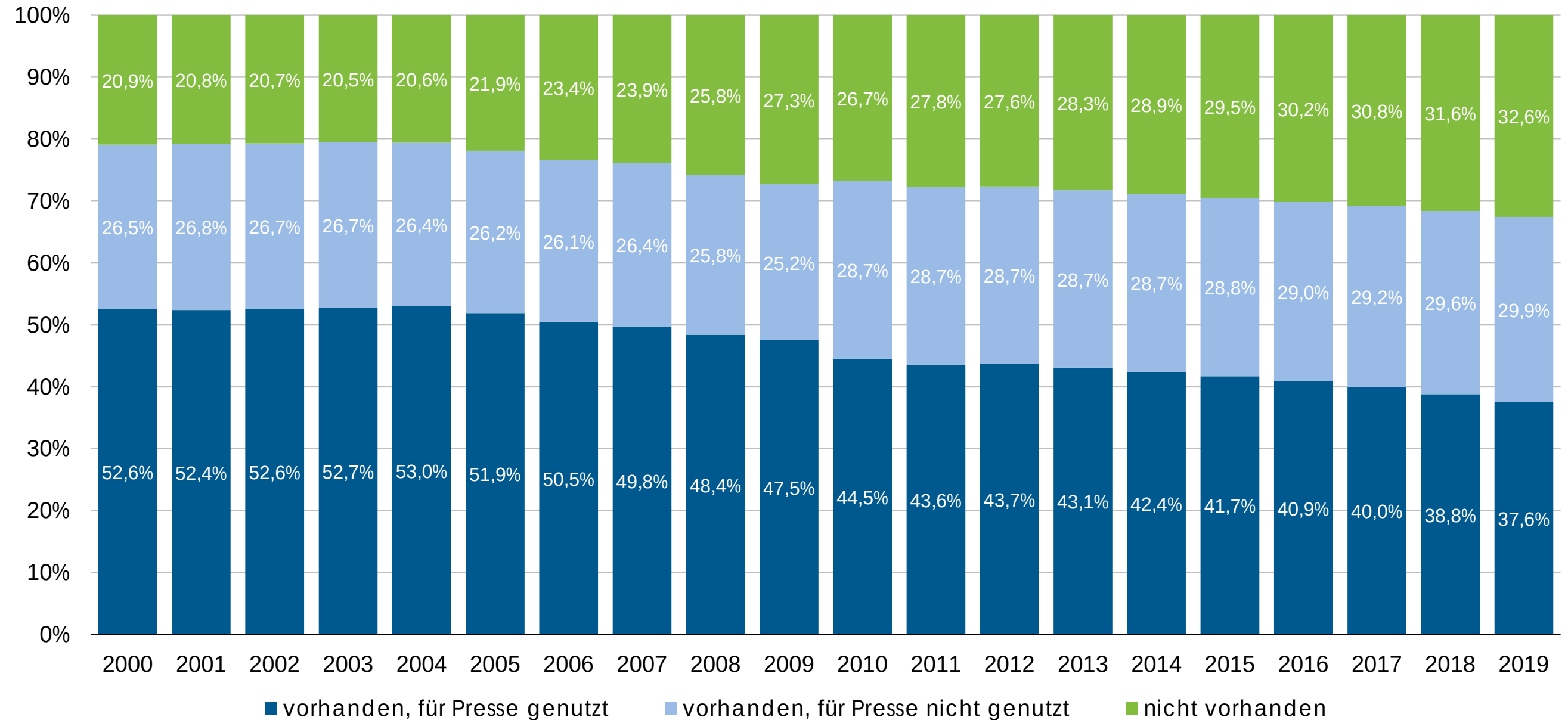


EH-ANTEILE REGALE / WARENTRÄGER

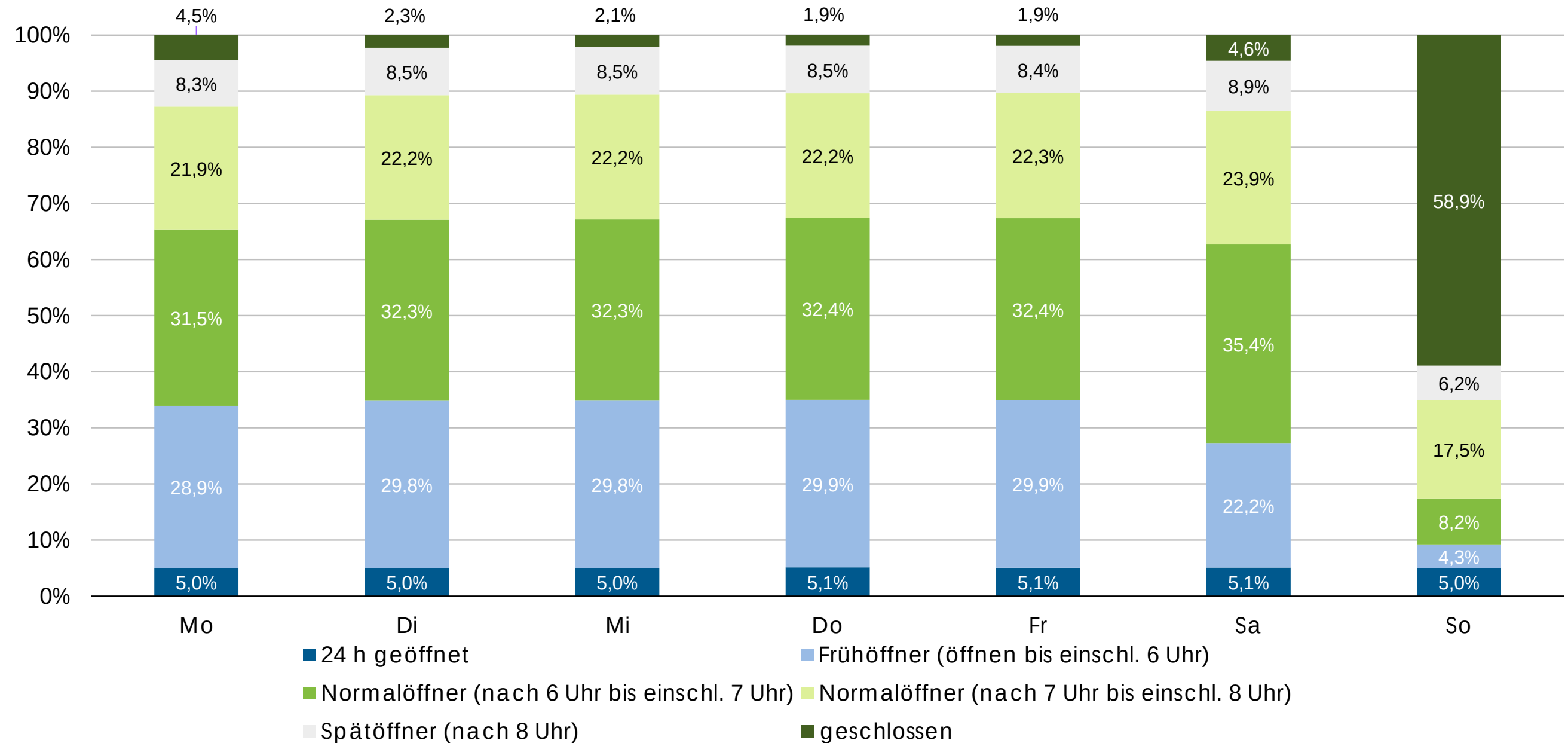
(ohne reine Zeitungskunden und reine Sonntagskunden)



EH-ANTEILE TRESEN, LADENTISCH, THEKE

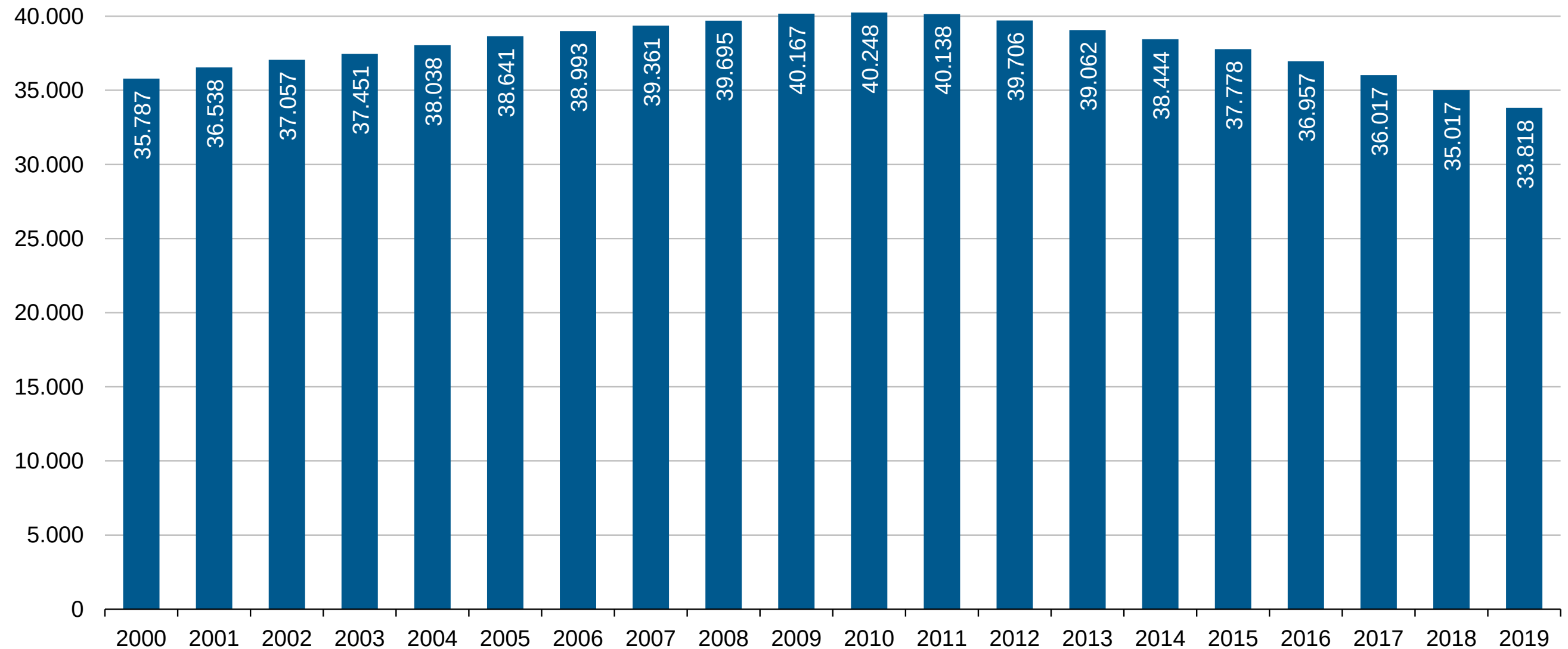


ÖFFNUNGSZEITEN NACH WOCHENTAGEN 2019

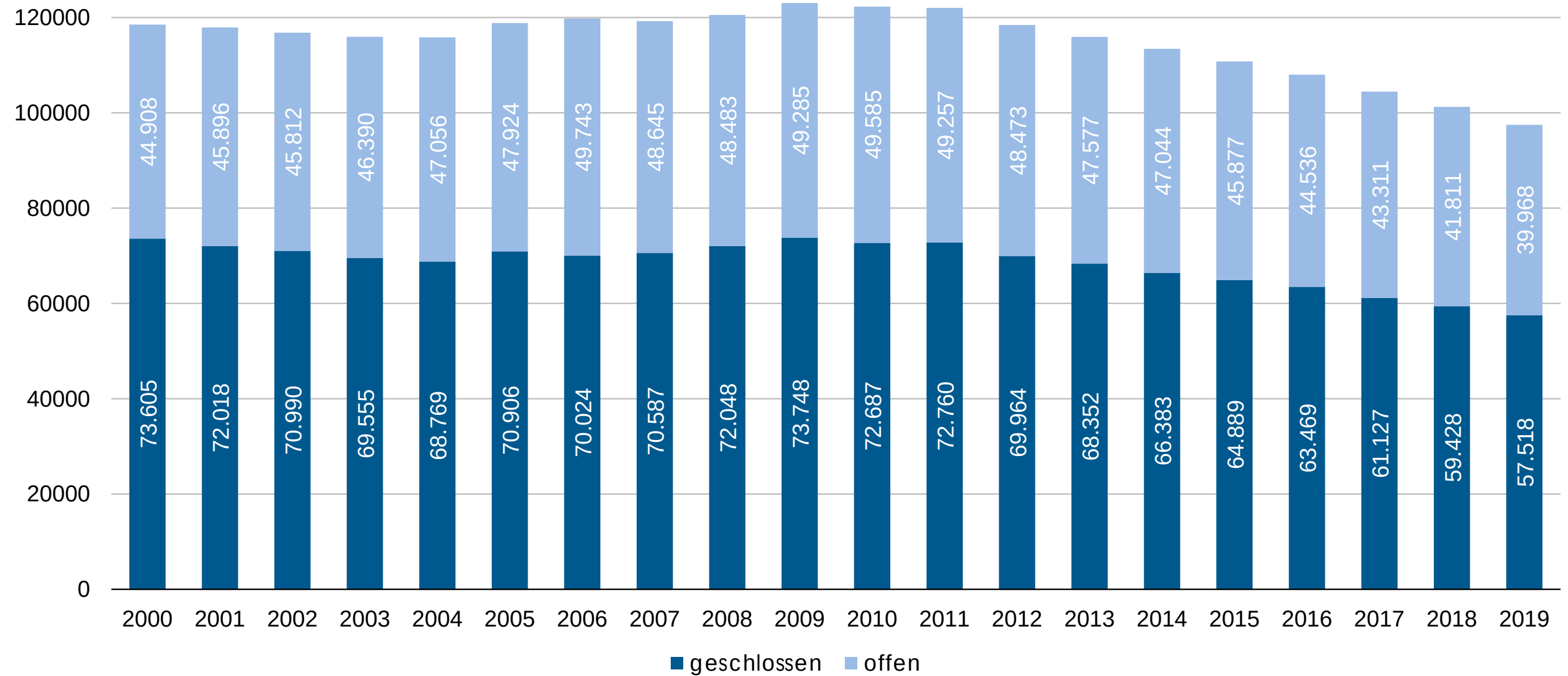


ANZAHL FRÜHÖFFNER (MO-FR) VOR 06:00 UHR

inkl. 24-Stunden Öffner



SONNTAGSÖFFNER



Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

Sebastian Metzmacher
Referent Marktanalyse

Händlerstraße 25-29

50674 Köln

sem@gvpg.de

