

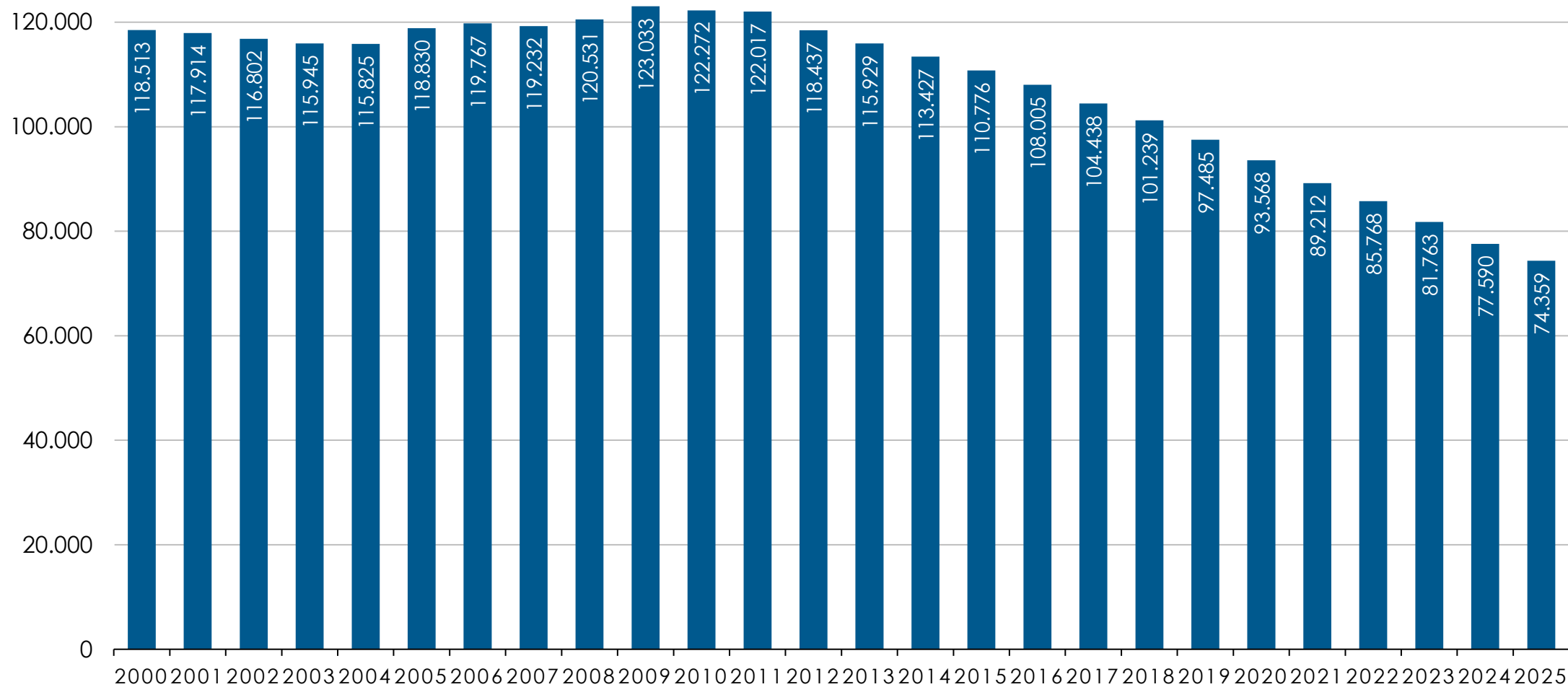
EINZELHANDELS- STRUKTURANALYSE EHAstra

(Stand: KW 39/2025)

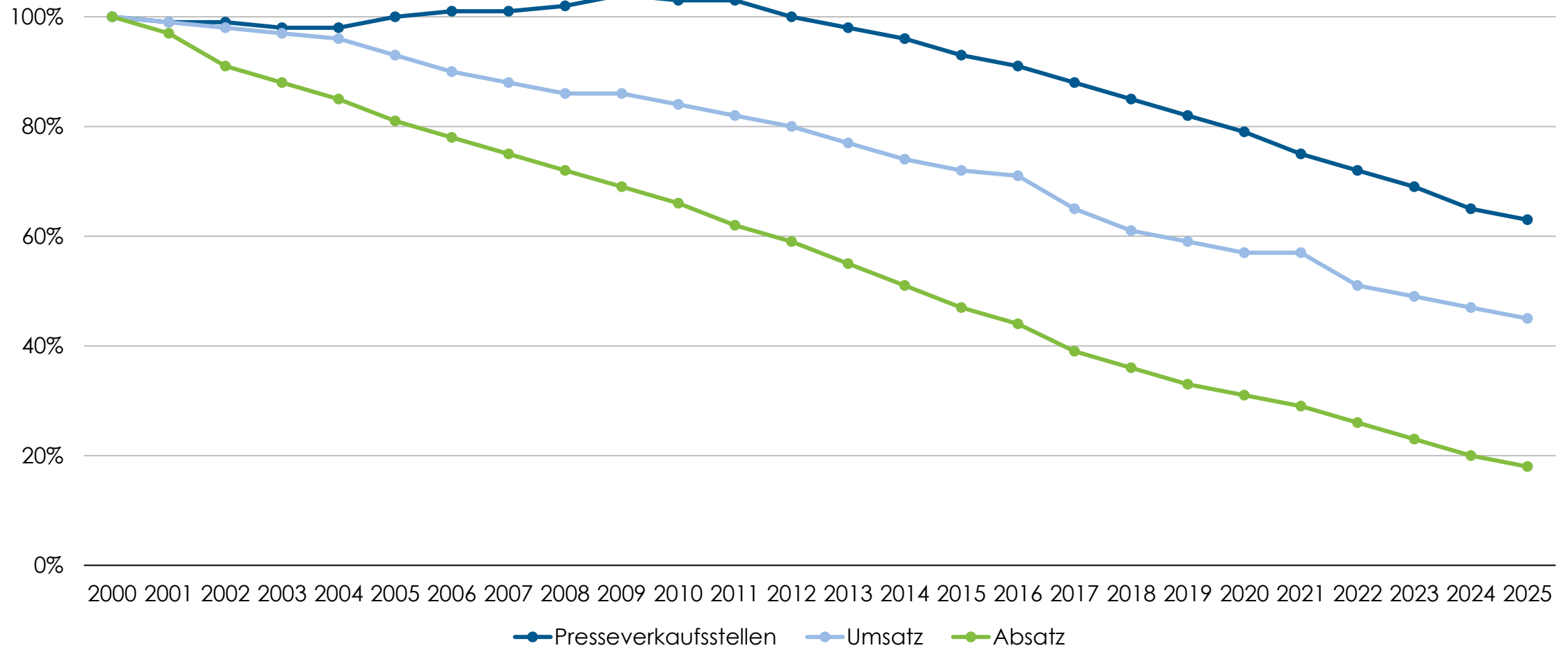
INHALTSVERZEICHNIS

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

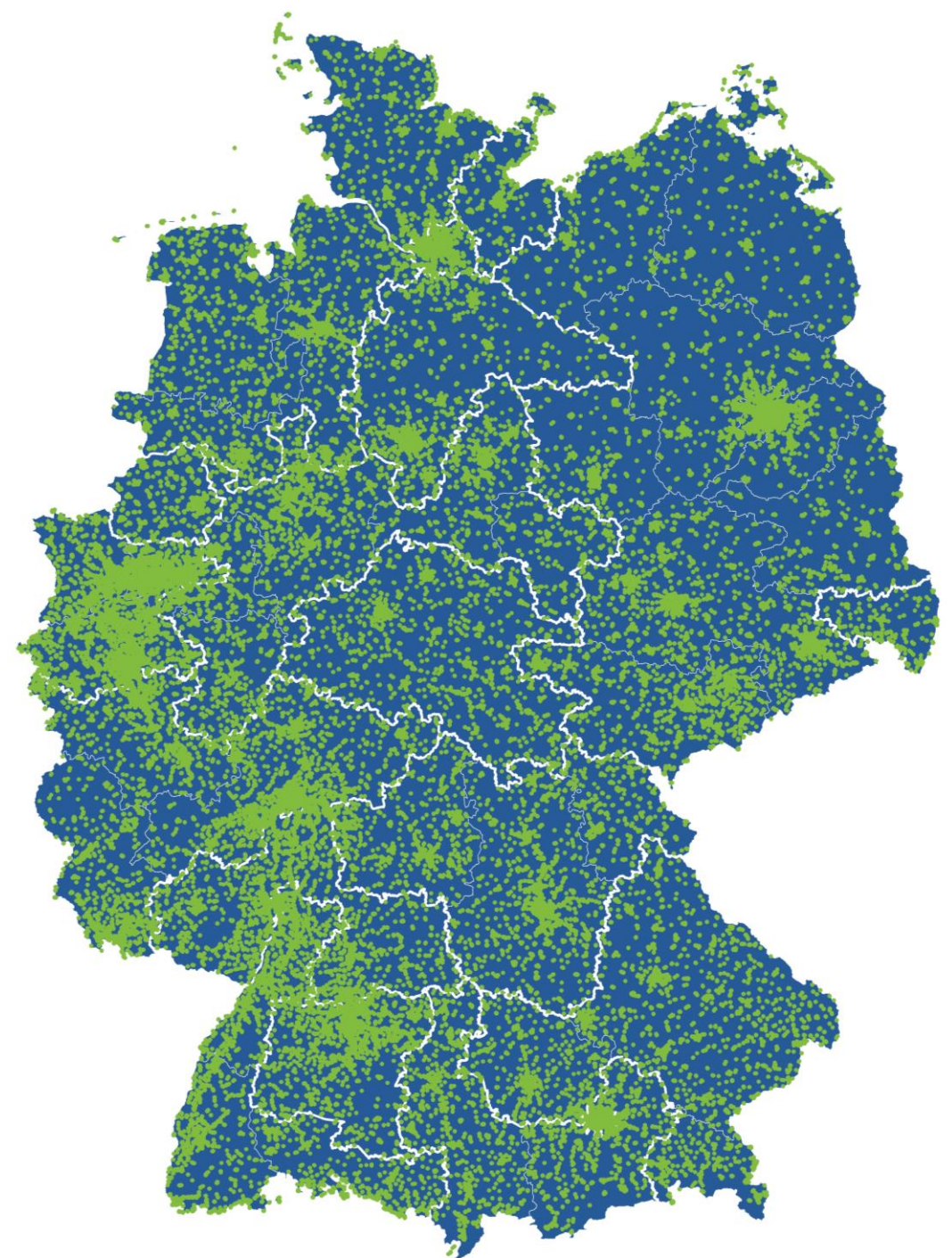
ANZAHL PRESSE-VERKAUFSSTELLEN



ENTWICKLUNG VERKAUFSSTELLEN ZU UMSATZ UND ABSATZ



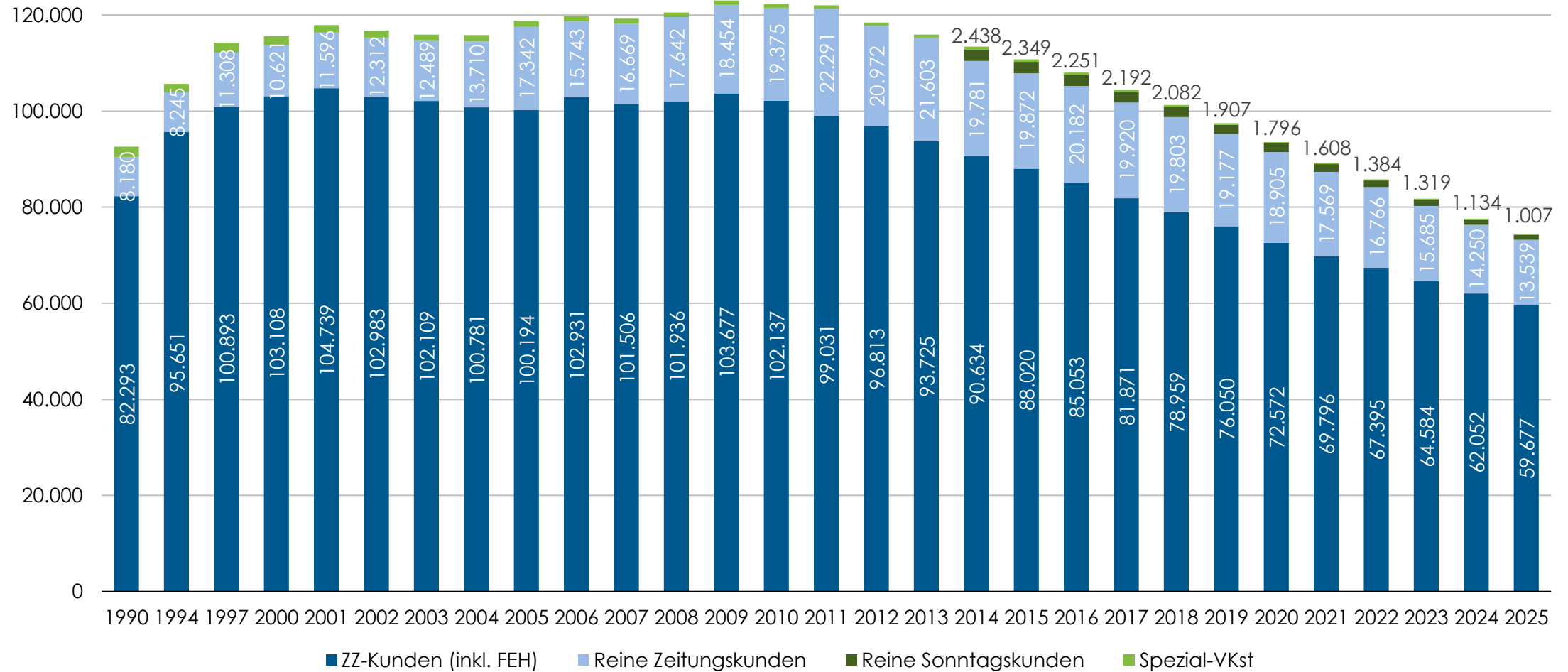
EH-DICHTE IN DEUTSCHLAND



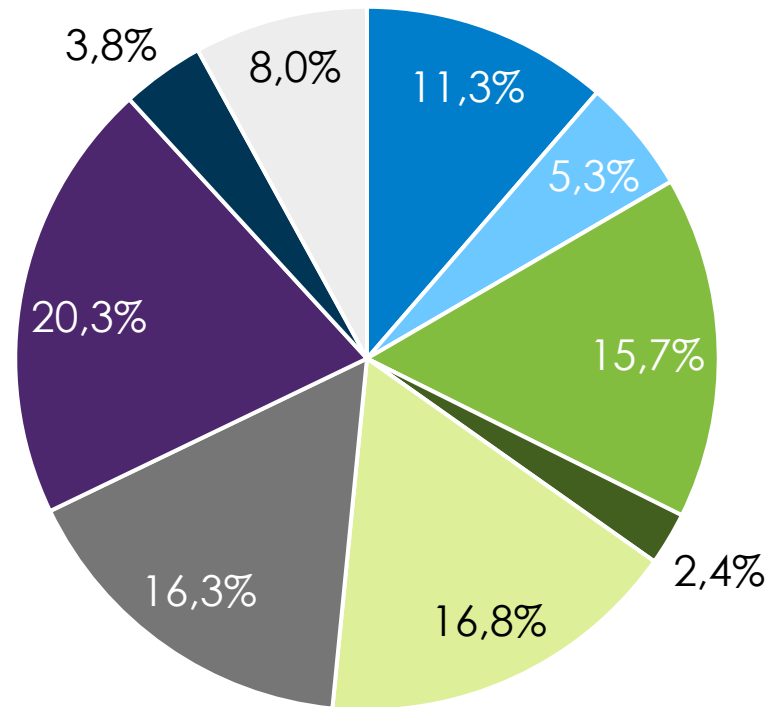
• Einzelhändler

Gebietsstand: Q3/2025
Daten: EHA STRA 2025

ENTWICKLUNG DER KUNDENSTRUKTUR SEIT 1990



EH-ANTEILE NACH GESCHÄFTSARTEN 2025



■ GA 11 Fachgeschäfte Presse

■ GA 12 Kioske

■ GA 13 Supermärkte/LEH

■ GA 14 Großformen des Einzelhandels

■ GA 15 Discounter

■ GA 16 Tankstellen

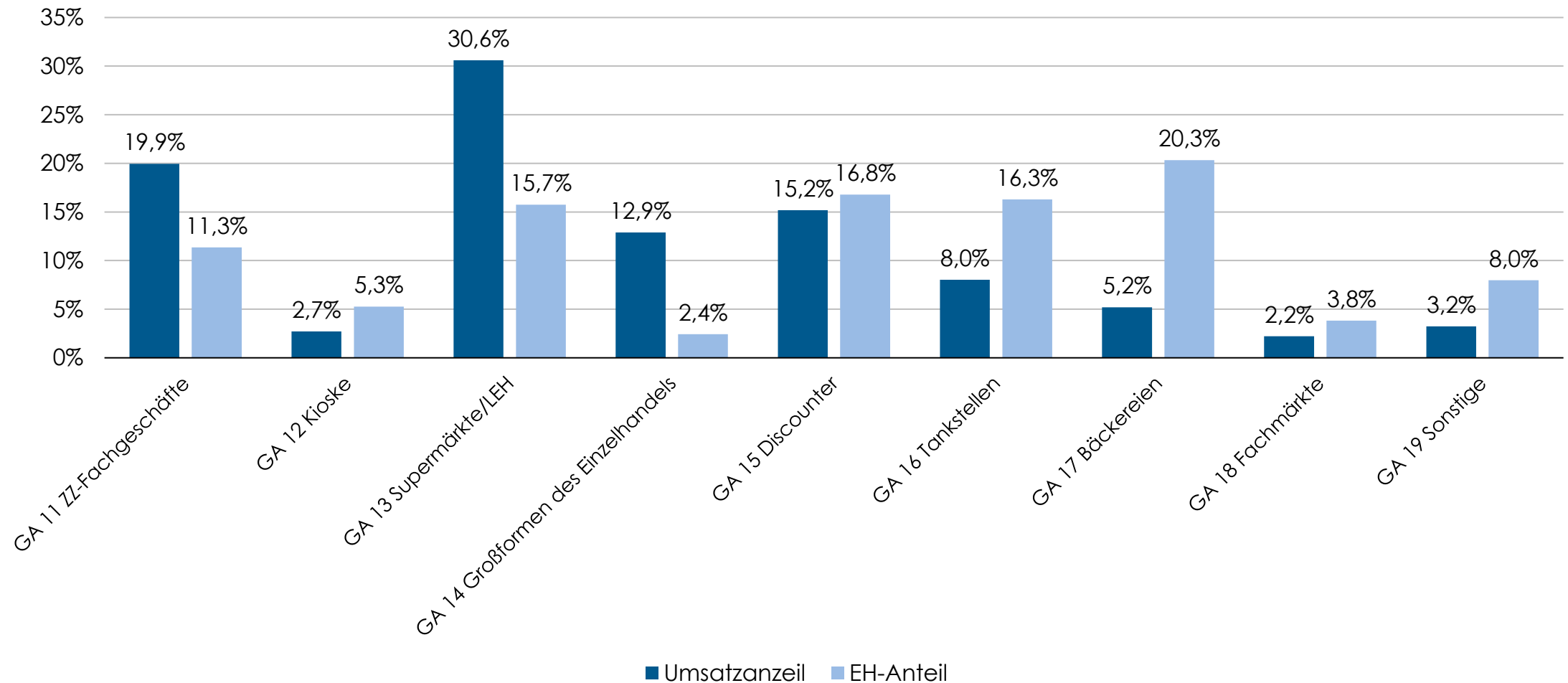
■ GA 17 Bäckereien

■ GA 18 Fachmärkte

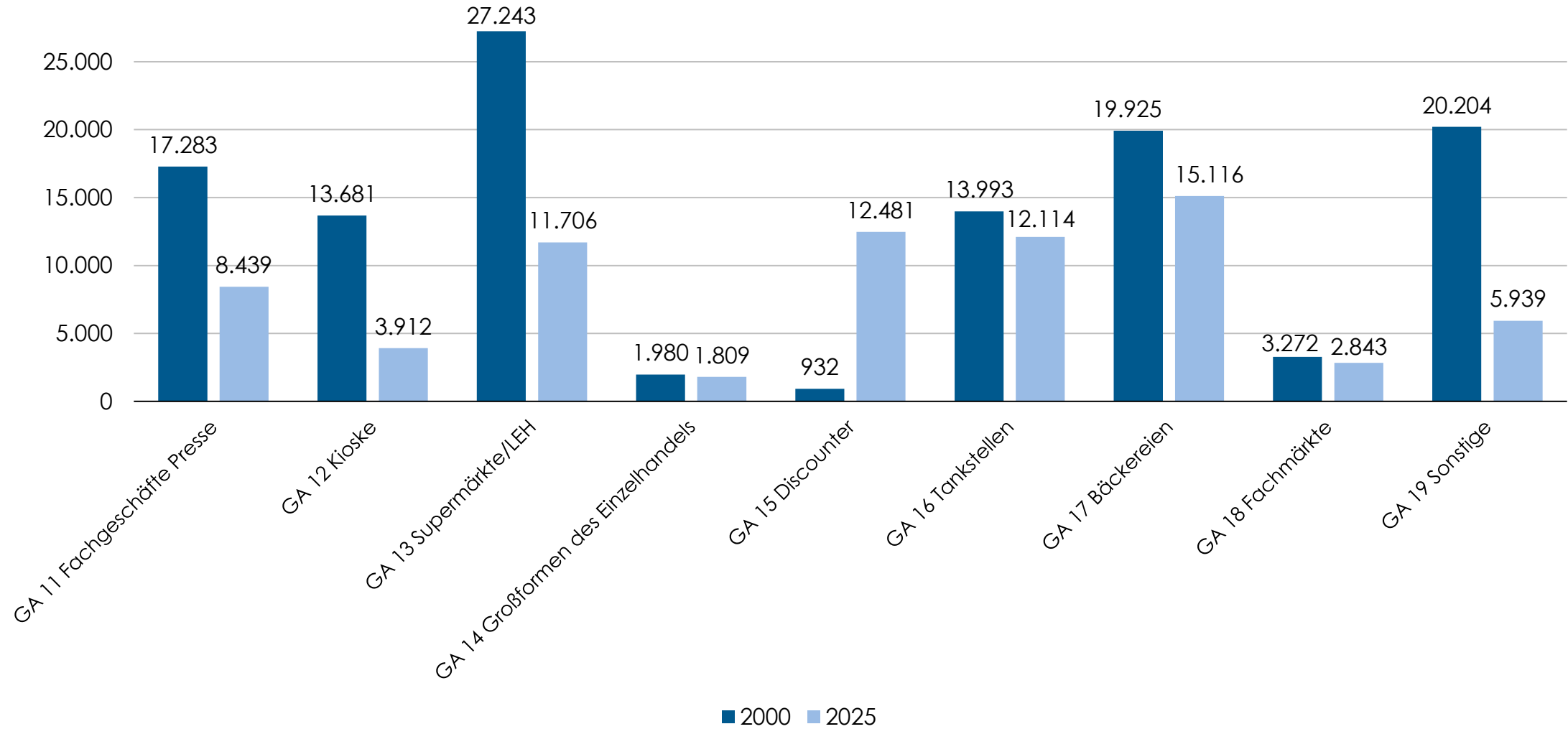
■ GA 19 Sonstige

UMSATZBEDEUTUNG DER GESCHÄFTSARTEN

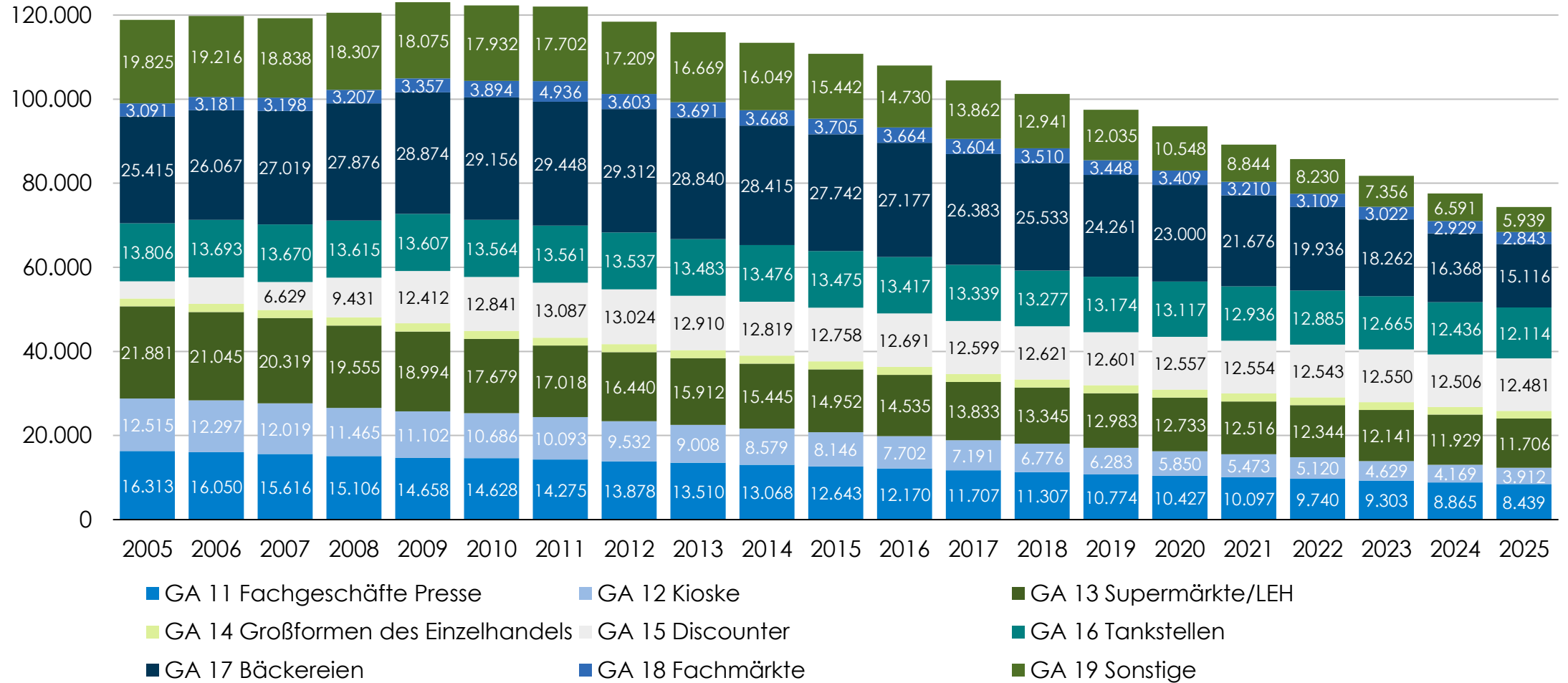
EH-Anteil vs. Umsatzanteil 2025



ENTWICKLUNG DER VERKAUFSSTELLEN NACH GESCHÄFTSART



ENTWICKLUNG DER GESCHÄFTSARTEN 2005 BIS 2025



GESCHÄFTSARTEN (UNTERGRUPPEN) - GEWINNER 2025

Geschäftsart UG	2024	2025	Differenz Vorjahr
13-04 Supermarkt (1.000 - 2.499 qm)	5.276	5.312	+36
18-04 Drogeriemarkt Filialist	1.658	1.693	+35
14-01 Verbrauchermarkt (2.500 - 4.999 qm)	1.187	1.197	+10
14-02 SB-Warenhaus ab 5.000 qm	529	530	+1
18-01 Bau- und Heimwerkerfachmarkt	34	35	+1

GESCHÄFTSARTEN (UNTERGRUPPEN) - VERLIERER 2025

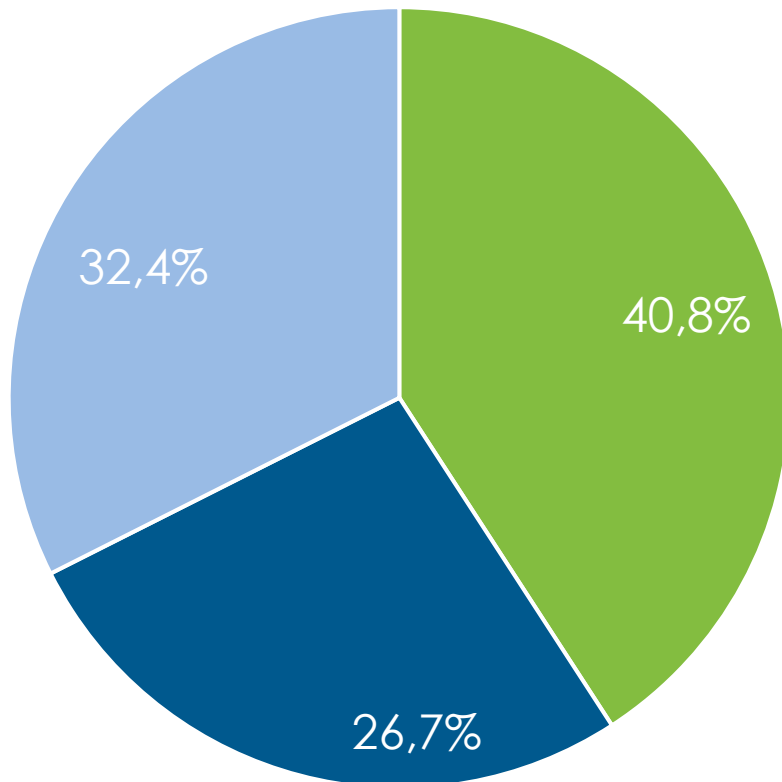
Geschäftsart UG	2024	2025	Differenz Vorjahr
17-01 Bäckerei, Konditorei	16.368	15.116	-1.252
11-01 Fachgeschäft/Pressezentrum	8.865	8.439	-426
12-01 Kiosk betretbar	3.301	3.138	-163
19-27 Sonstige	1.150	991	-159
16-01 Tankstelle unter 50 qm	2.886	2.736	-123

ORGANISATIONSGRAD IM EH 2025 (ZU 2024)

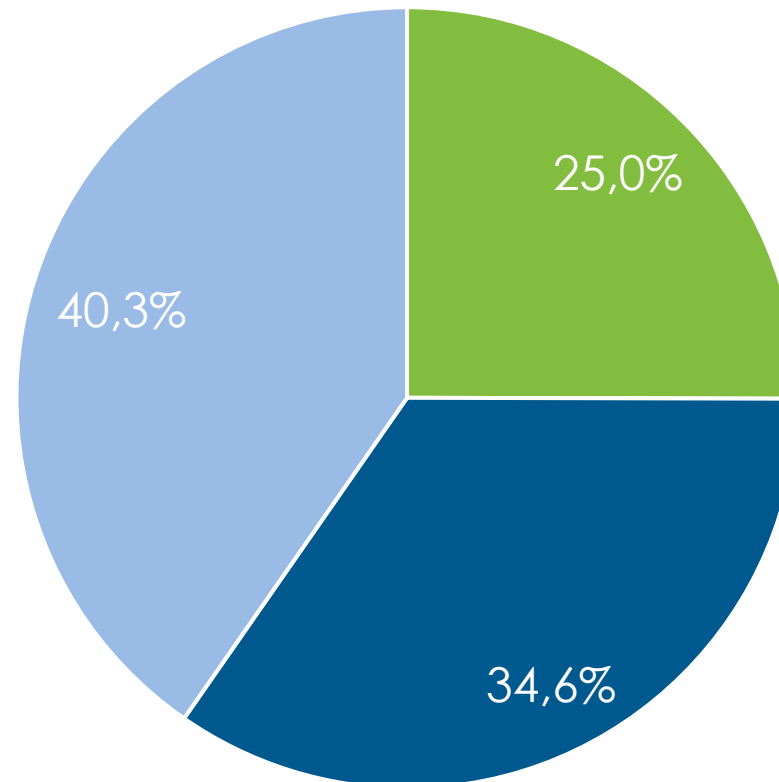
Organisationsgrad	EH-Anzahl	EH-Anteil	Differenz Vorjahr
fragmentierter Einzelhandel	30.366	40,8 %	-2.539
Großkunden (gebunden)	19.879	26,7 %	-423
Großkunden (regiebetrieben)	24.114	32,4 %	-269
Anzahl EH gesamt	74.359	100,0%	-3.231

ORGANISATIONSGRAD IM EH 2025

EH-Anteil

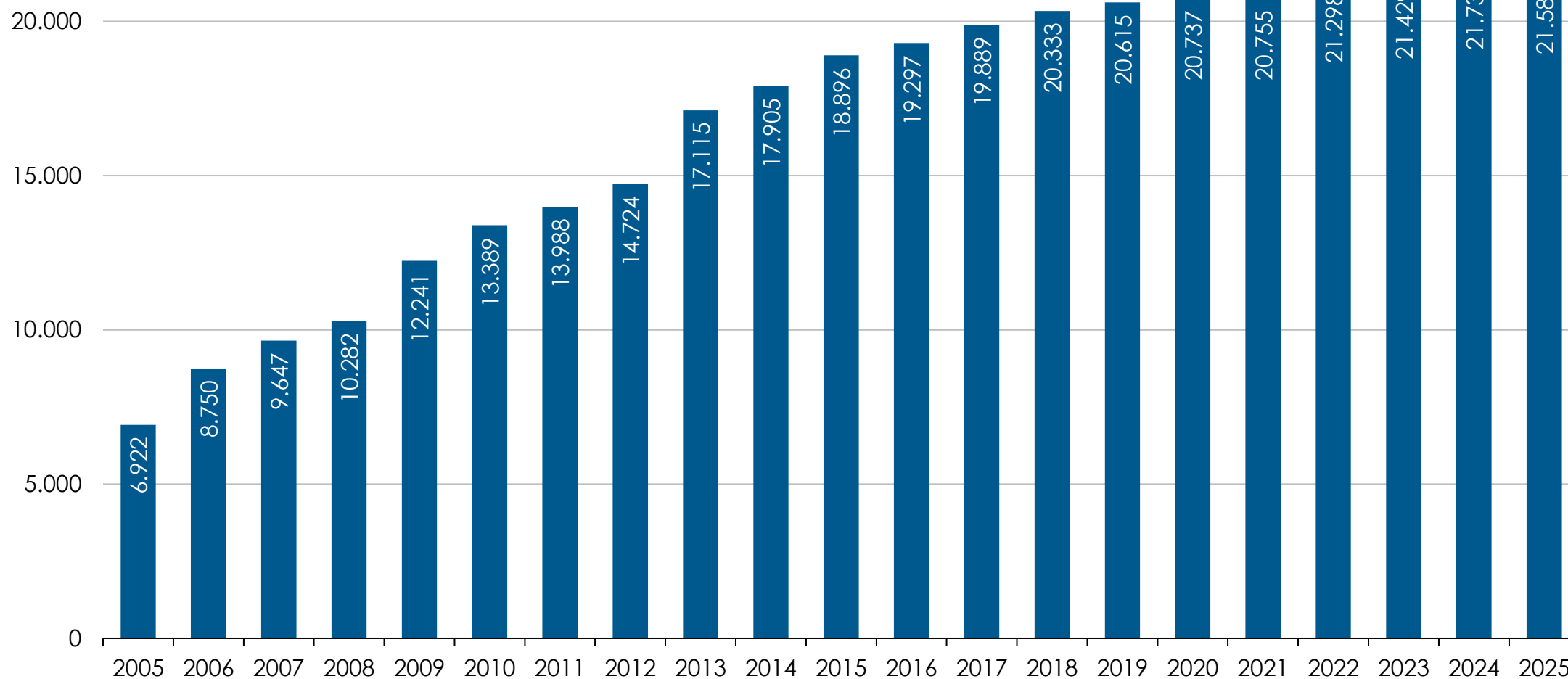


Umsatzanteil

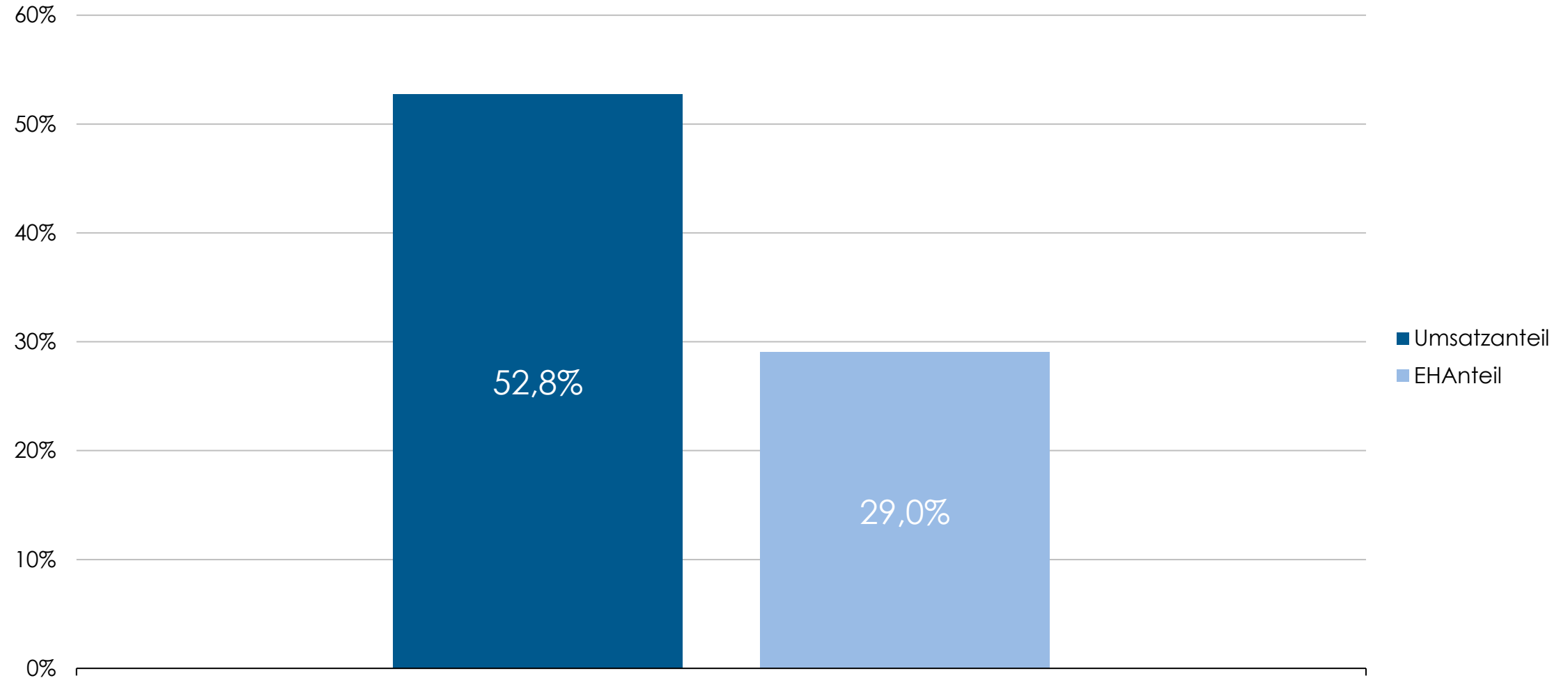


- fragmentierter Einzelhandel
- Großkunden (gebunden)
- Großkunden (regiebetrieben)

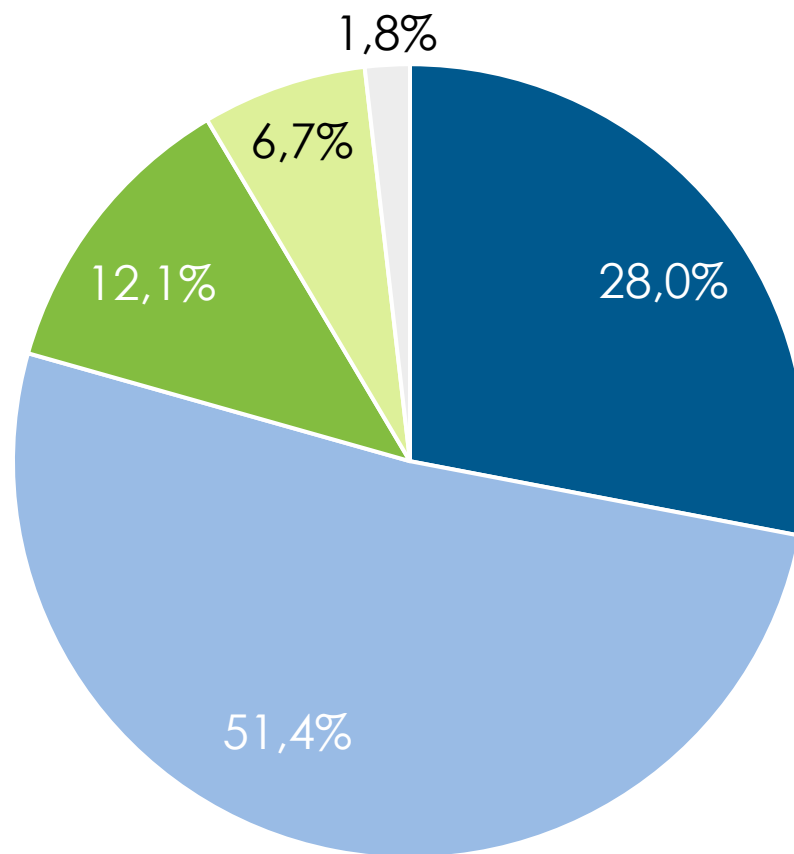
ANZAHL VMP-SCANNERKASSEN



UMSATZBEDEUTUNG DER VMP-EINZELHÄNDLER 2025

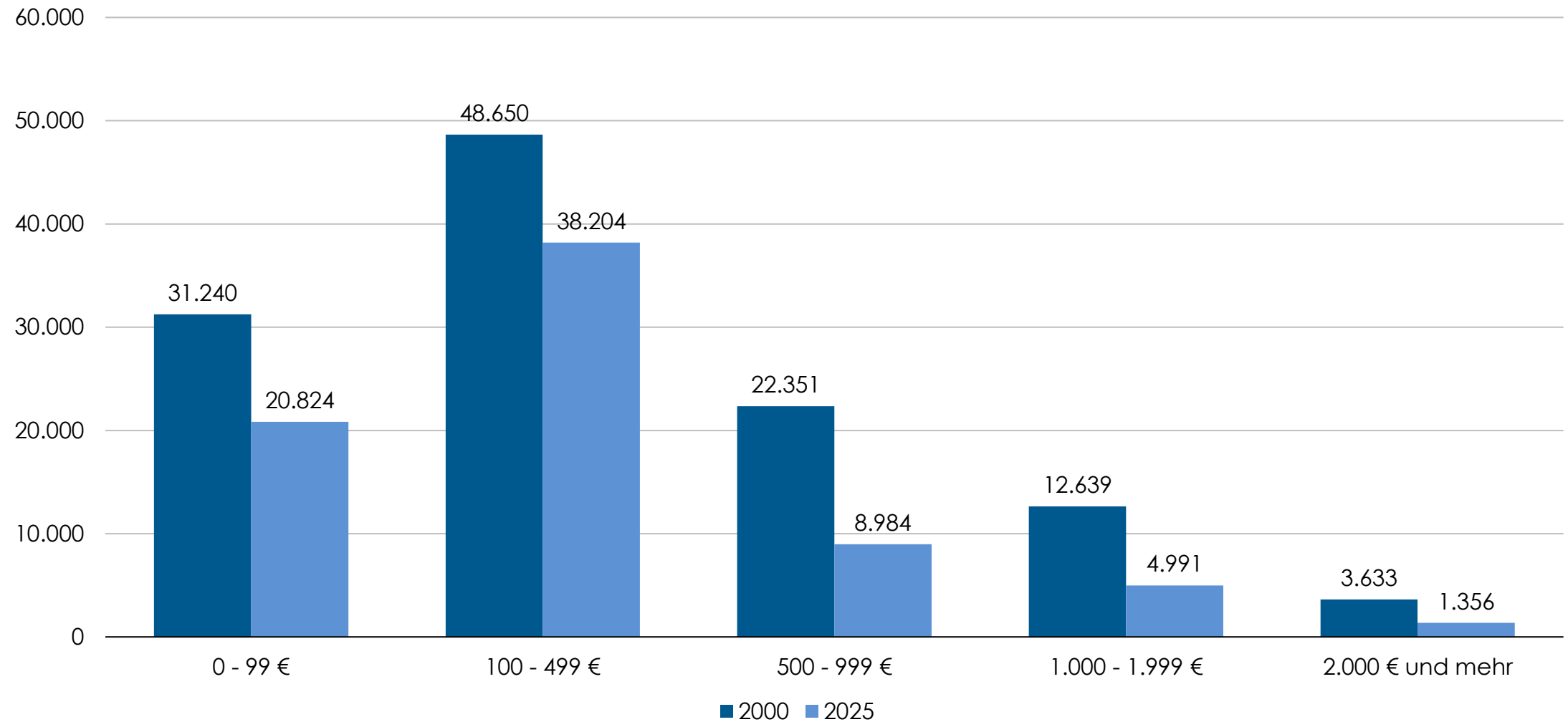


EH-ANTEILE NACH WOCHENUMSATZ 2025

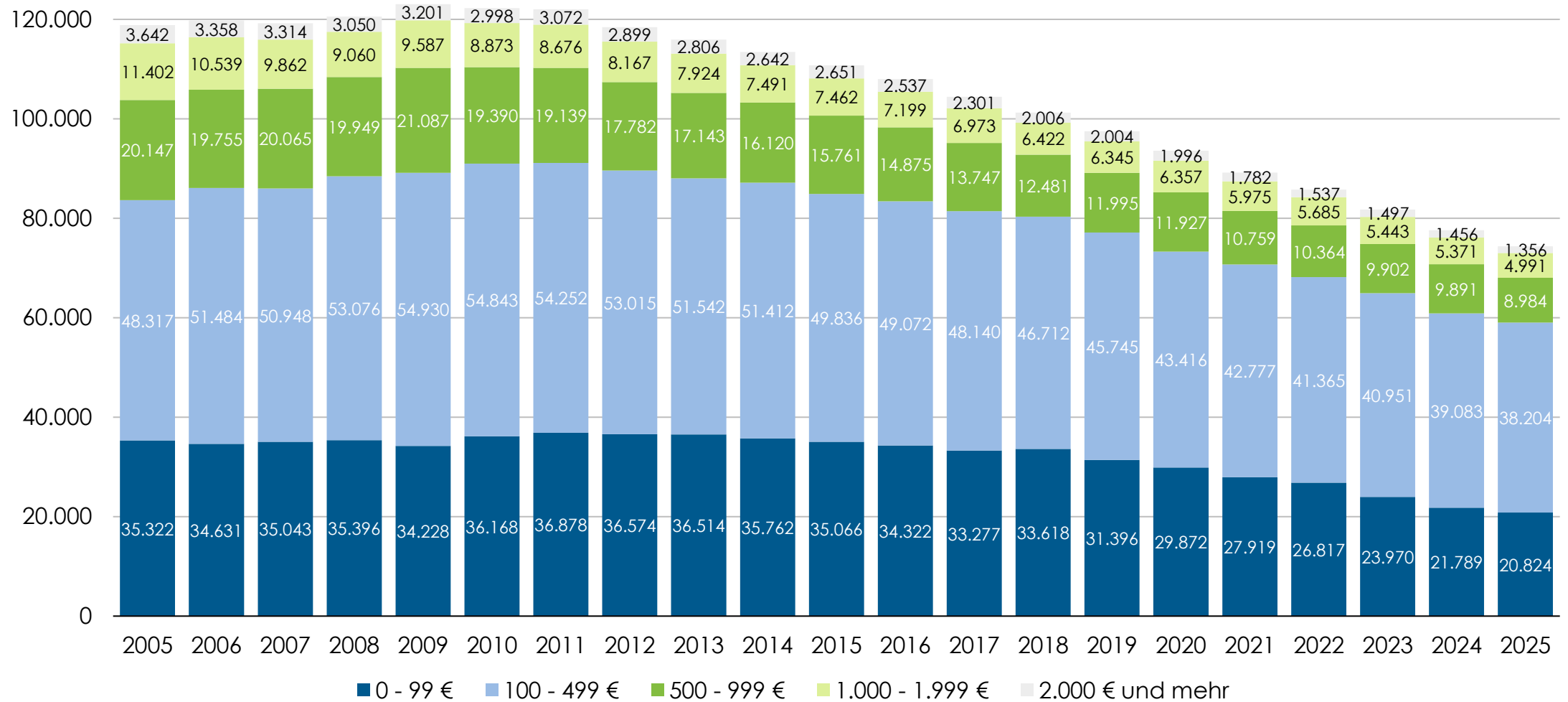


■ 0 - 99 EUR ■ 100 - 499 EUR ■ 500 - 999 EUR ■ 1000 - 1999 EUR ■ 2000 EUR und mehr

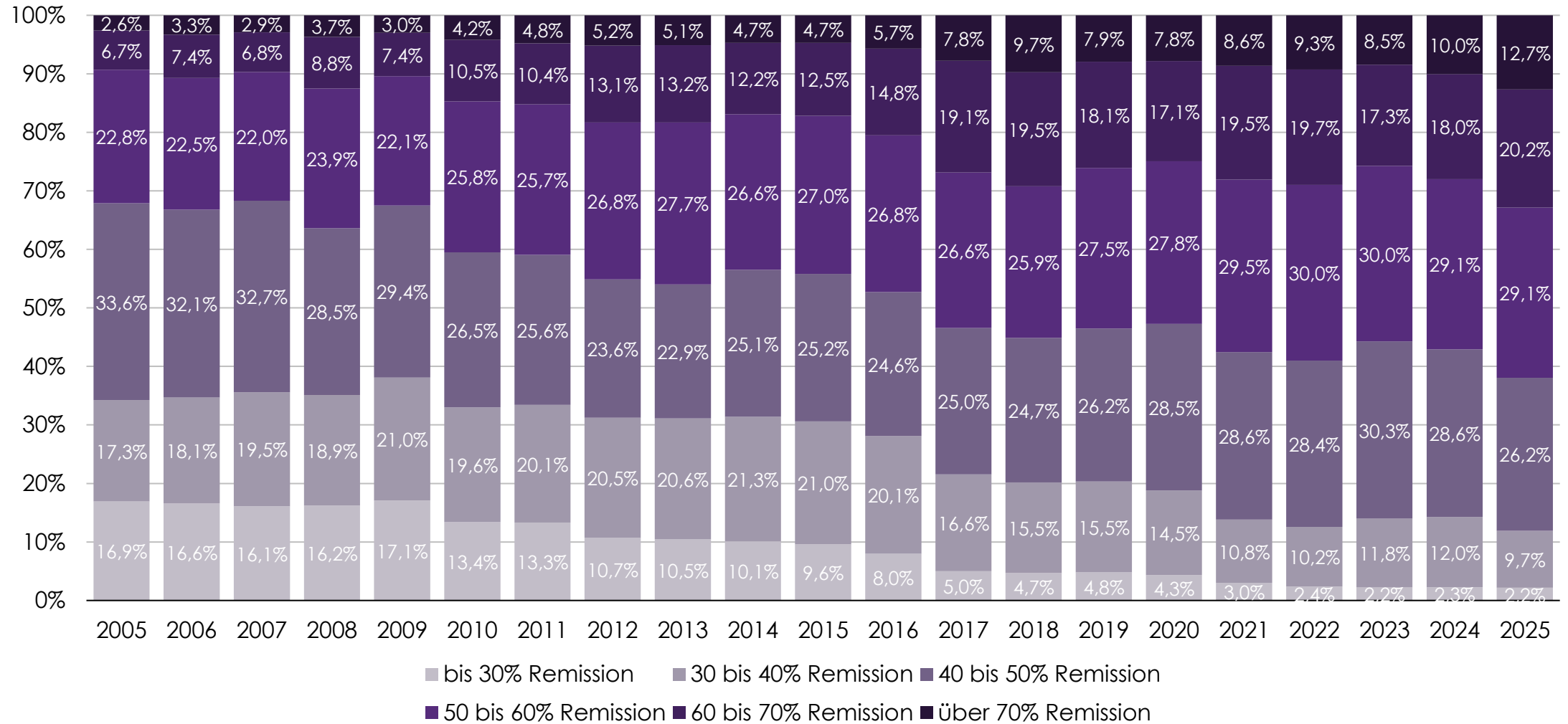
ANZAHL EH NACH WOCHENUMSATZ



ANZAHL EH NACH WOCHENUMSATZ



EH-ANTEILE - WERTMÄßIGE REMISSION



PRÄSENZSORTIMENTSBREITE

(ohne reine Zeitungskunden und reine Sonntagskunden)

	2024	2025	Differenz Vorjahr
Zeitungssortiment	6,8	6,6	-0,2
Zeitschriftensortiment	152,3	151,8	-0,5
RCR Sortiment	43,7	46,1	+2,4
Gesamt	202,8	204,5	+1,7

PRÄSENZSORTIMENT ZEITSCHRIFTEN NACH GESCHÄFTSARTEN

(ohne reine Zeitungskunden und reine Sonntagskunden)

Geschäftsart	2024	2025	Differenz Vorjahr
GA 11 ZZ-Fachgeschäfte	277,5	277,8	+0,3
GA 12 Kioske	78,1	81,0	+2,8
GA 13 Supermärkte/LEH	238,5	237,1	-1,5
GA 14 Großformen des Einzelhandels	544,0	539,8	-4,2
GA 15 Discounter	84,8	80,3	-4,5
GA 16 Tankstellen	100,0	96,6	-3,4
GA 17 Bäckereien	20,2	20,8	+0,6
GA 18 Fachmärkte	116,4	111,4	-5,0
GA 19 Sonstige	59,7	61,5	+1,8
Gesamt	152,3	151,8	-0,4

ANZAHL EH NACH SORTIMENTSBREITENKLASSE 2025

Präsenzsortiment Zeitschriften, alle Kunden

Sortimentsbreitenklasse	EH-Anzahl	EH-Anteil	Differenz Vorjahr
0 Zeitschriften	14.271	19,2 %	-949
1-10 Zeitschriften	4.008	5,4 %	-339
11-100 Zeitschriften	28.157	37,9 %	-727
101-250 Zeitschriften	16.465	22,1 %	-751
251-500 Zeitschriften	8.848	11,9 %	-381
501-750 Zeitschriften	1.954	2,6 %	-52
751-1.000 Zeitschriften	560	0,8 %	-41
> 1.000 Zeitschriften	96	0,1 %	+9
Gesamt	74.359	100,0%	-3.231

ENTWICKLUNG DER EH-ANZAHL NACH SORTIMENTSBREITENKLASSEN

(Präsenzsortiment Presse gesamt, alle Geschäftsarten)

Sortimentsbreitenklasse	2023	2024	2025	Differenz Vorjahr
bis 100 Titel	28.882	27.028	26.459	-569
101 - 250 Titel	18.957	18.781	17.461	-1320
251 - 500 Titel	10.623	10.337	9.887	-450
501 - 750 Titel	4.078	3.946	3.833	-113
751 - 1.000 Titel	1.359	1.271	1.320	+49
1.001 und mehr Titel	860	843	853	+10
Gesamt (ohne reine Zk und Sk)	64.759	62.206	59.813	-2.393
reine Zeitungskunden (Zk)	15.685	14.250	13.539	-711
reine Sonntagskunden (Sk)	1.319	1.134	1.007	-127
Gesamt	81.763	77.590	74.359	-3.231

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

SUMME BORDMETER/ SORTIMENTSBREITE/ SCHUPPUNGSGRAD

Alle Geschäftsarten (ohne reine Zeitungskunden und reine Sonntagskunden)

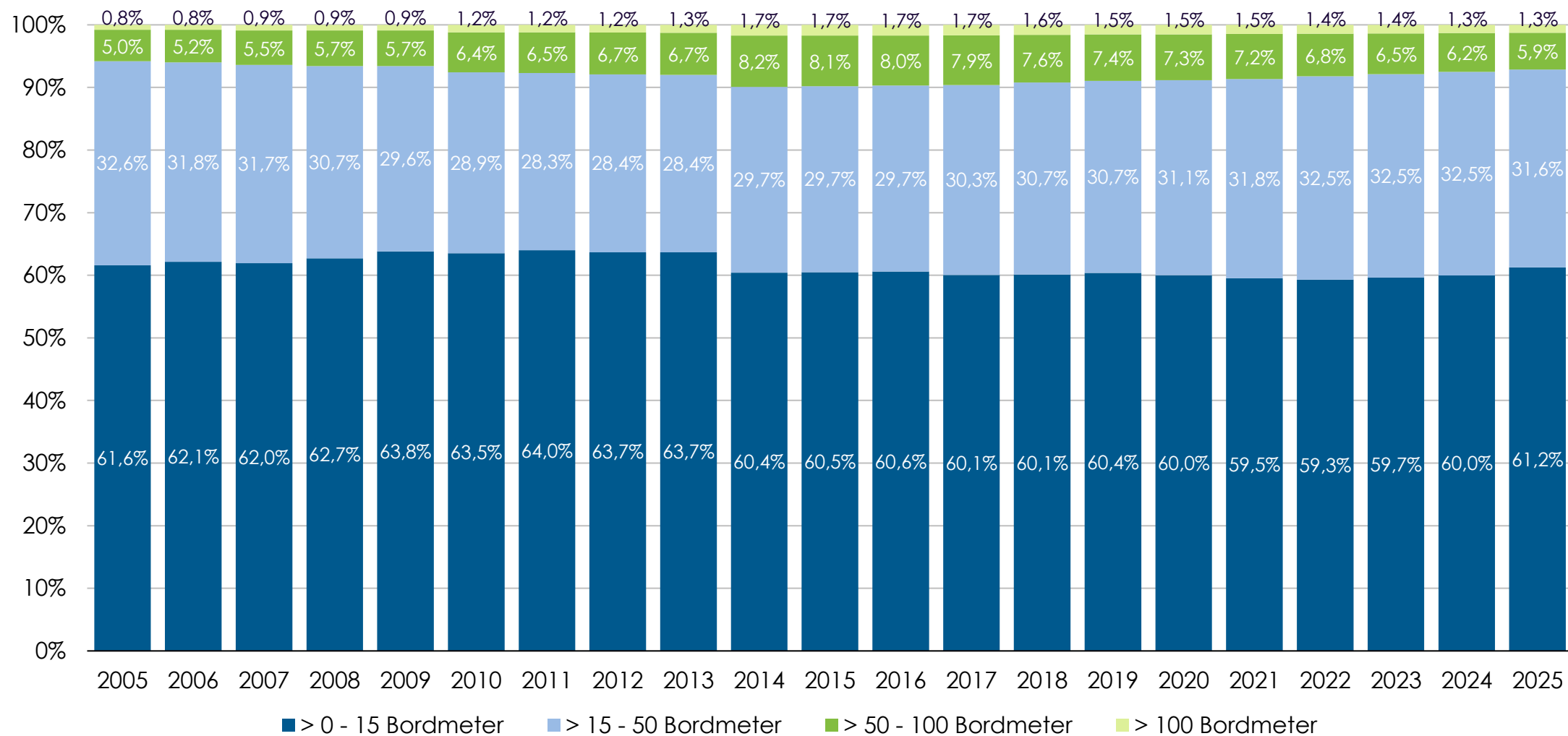
Durchschnitt	2023	2024	2025
Summe Gesamt-Bordmeter Presse	23,1	22,5	21,8
Sortimentsbreite Presse	187,7	187,8	188,1
Sortimentsbreite Zeitschriften	153,6	152,3	151,8
Schuppungsgrad Presse (in cm)	12,3	12,0	11,6
Anzahl EH gesamt	64.759	62.206	59.813
Anteil EH m. Präsentationsauslastung > 100 % *	41,3 %	45,9 %	55,1 %
Anteil EH m. Präsentationsauslastung > 120 % *	15,0 %	18,7 %	25,3 %

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

Schuppungsgrad = Summe Bordmeter / Sortimentsbreite Presse

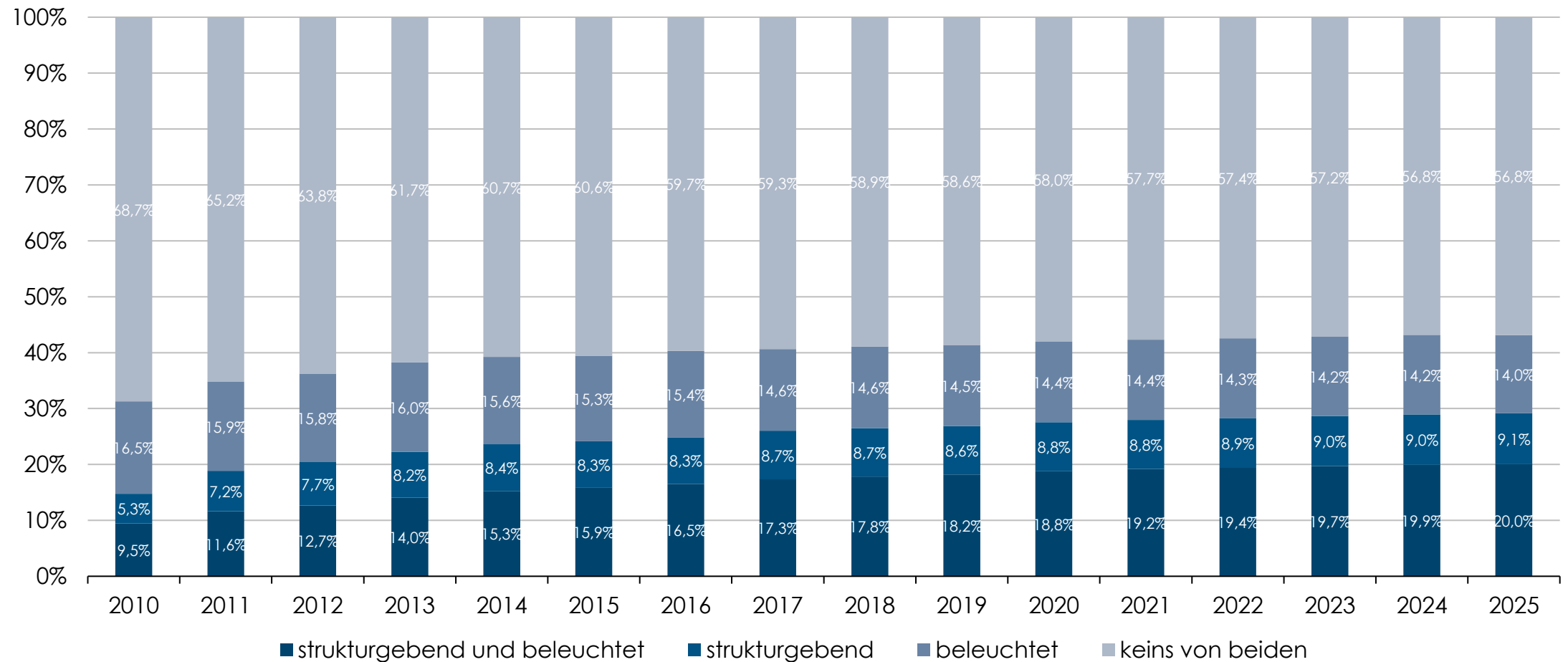
* nur ZZ-Kunden der GA 11, 12-01, 13, 14, 16 und 18 mit Presseregalen, ohne Saisonkunden; Basis ist die individuell festgelegte Solltitel-Anzahl des Grossisten für den Einzelhändler

EH-ANTEILE NACH BORDMETERN

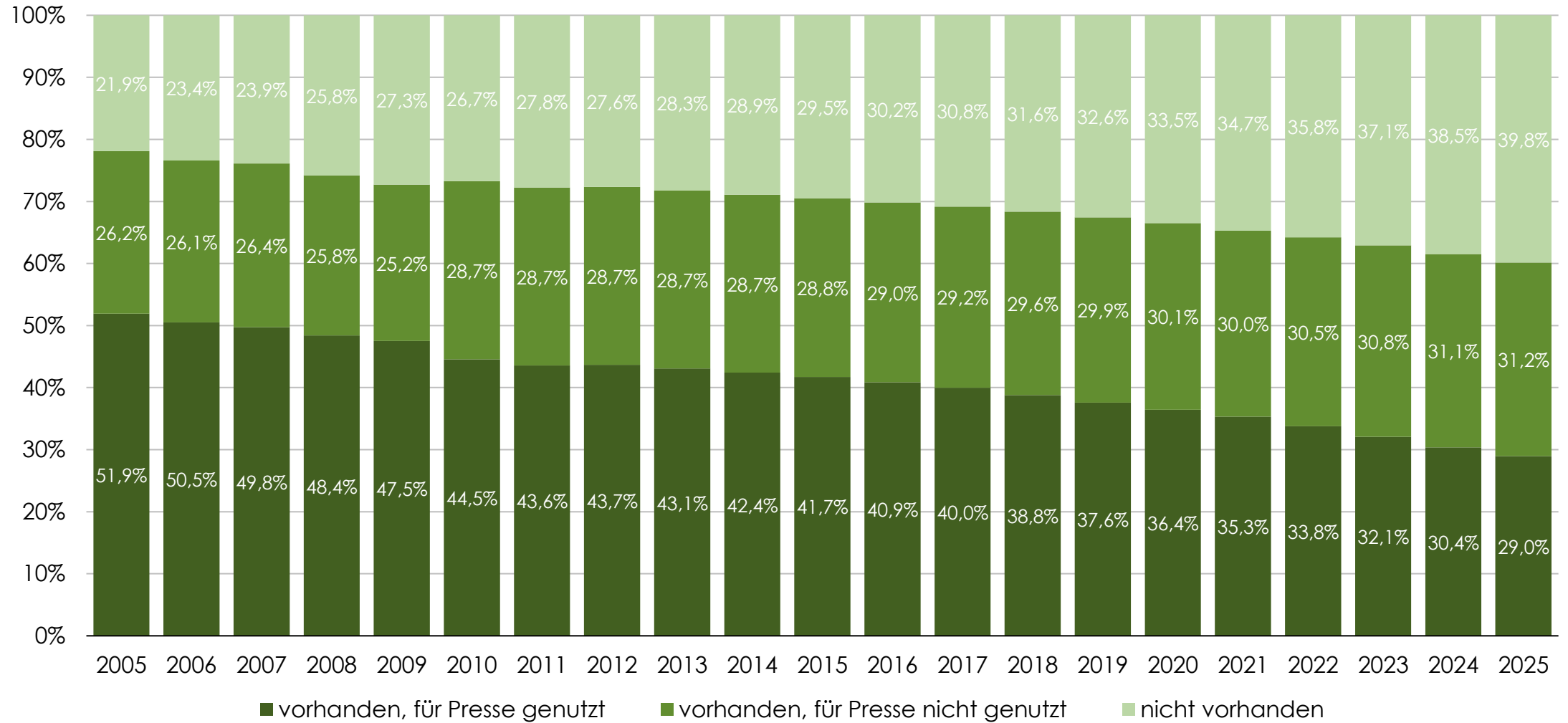


EH-ANTEILE REGALE / WARENTRÄGER

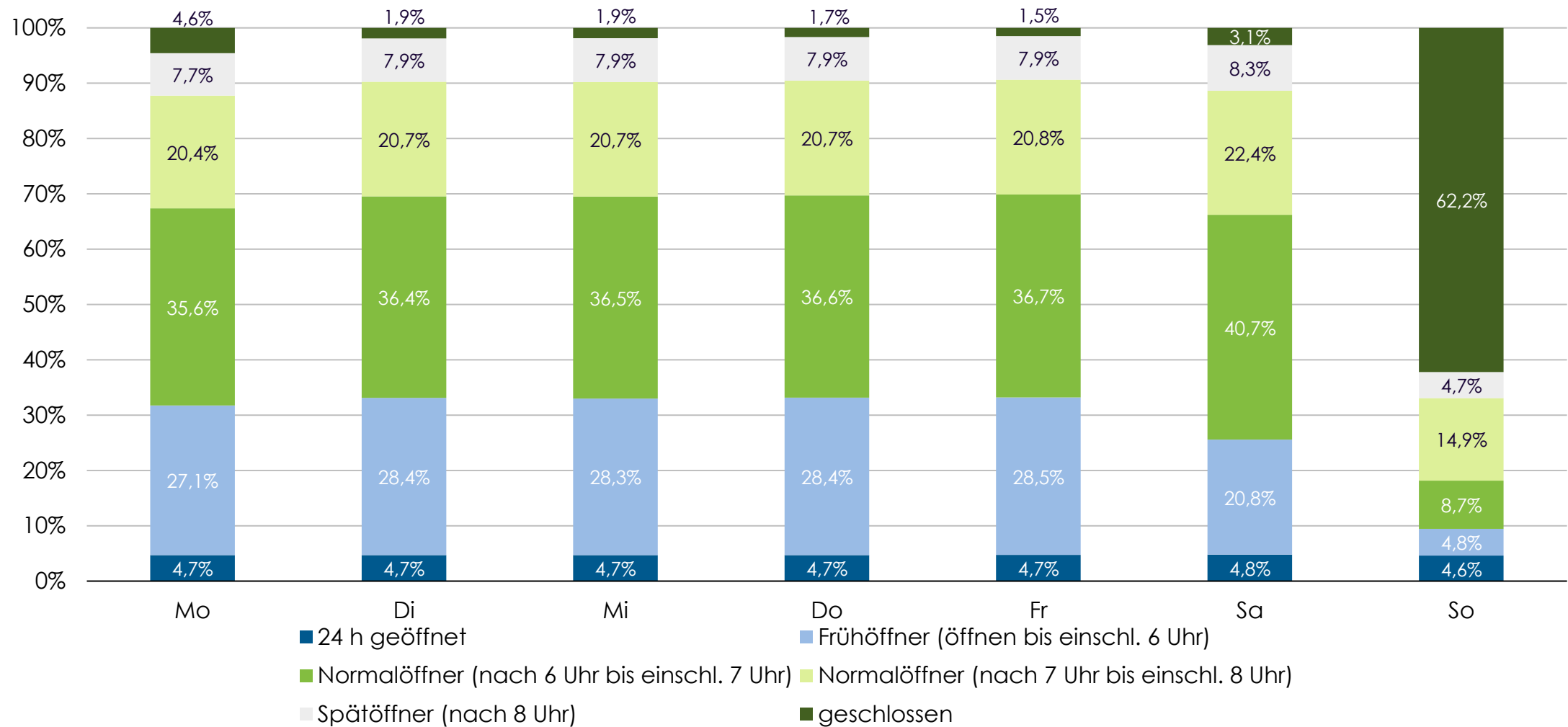
(ohne reine Zeitungskunden, reine Sonntagskunden und Händler ohne Presseregal)



EH-ANTEILE TRESEN, LADENTISCH, THEKE

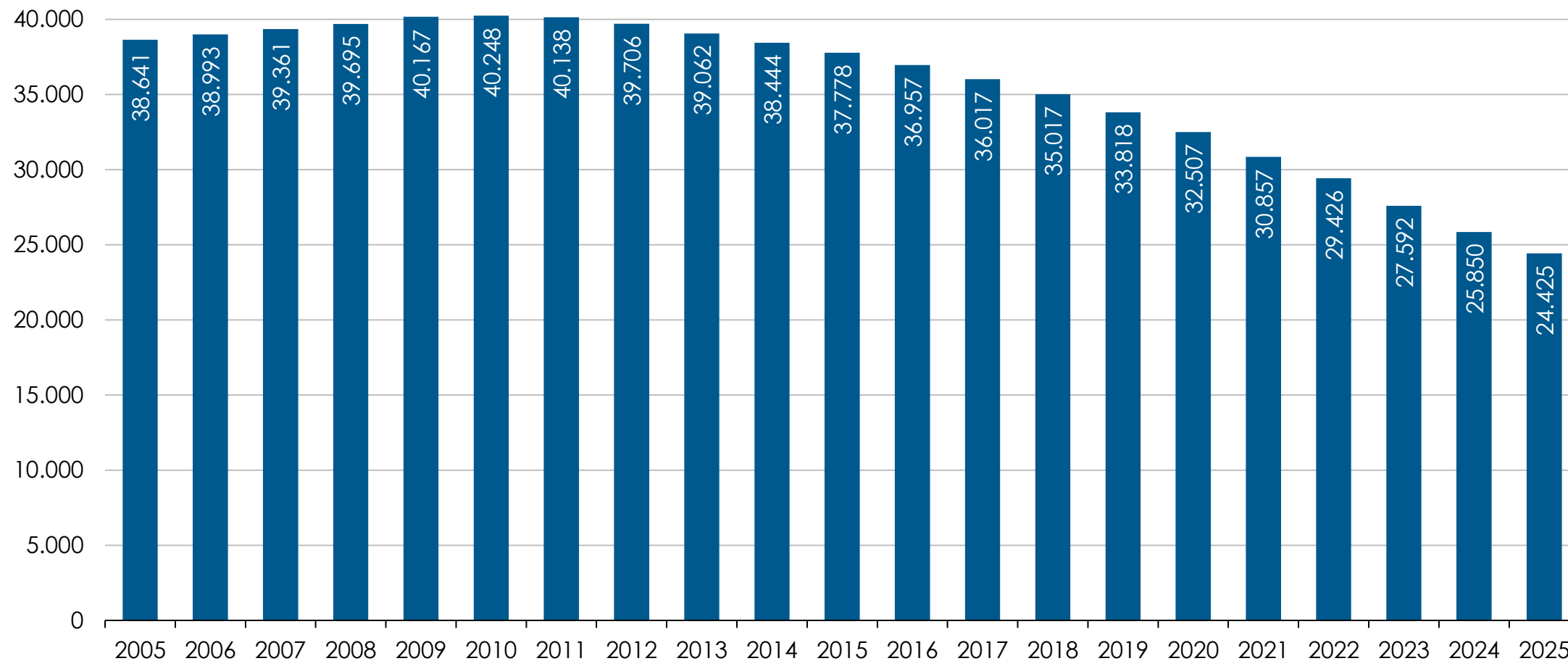


ÖFFNUNGSZEITEN NACH WOCHENTAGEN 2025

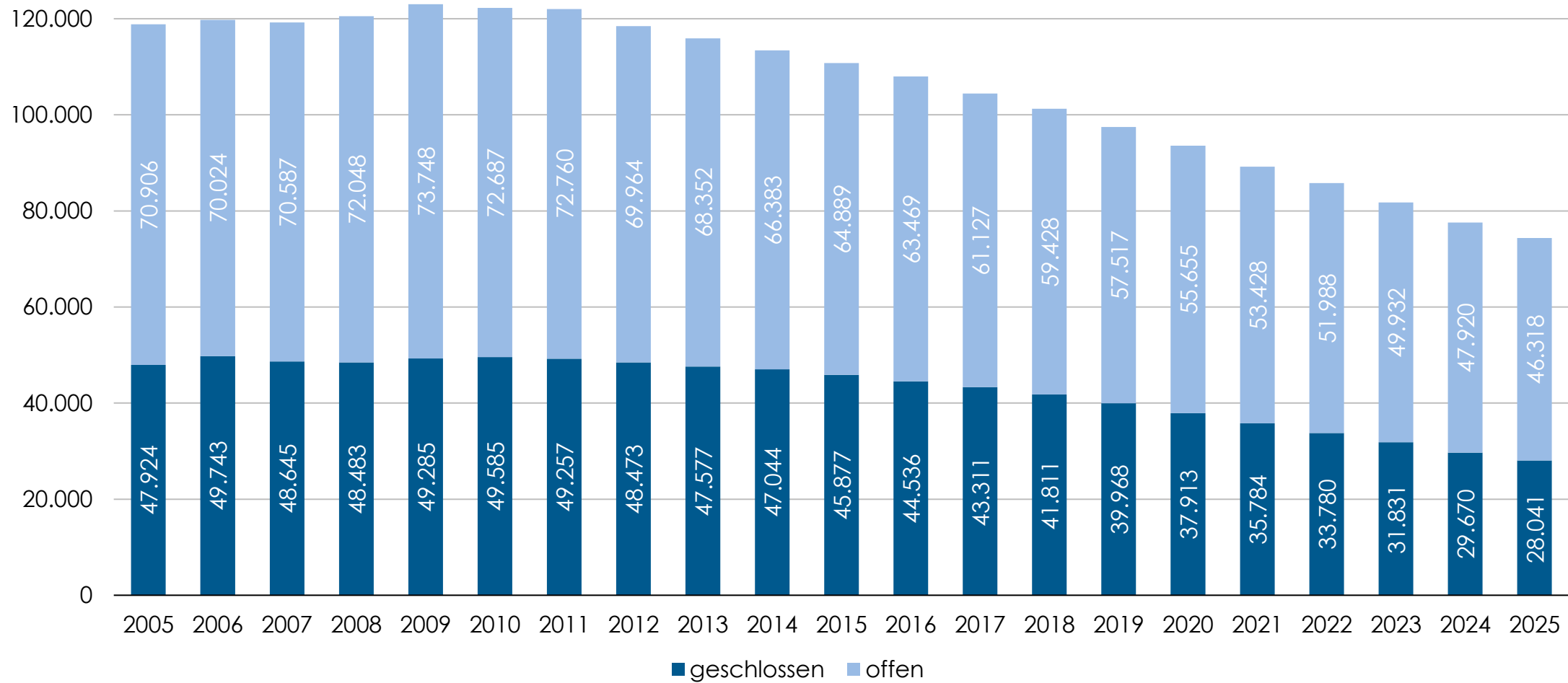


ANZAHL FRÜHÖFFNER (MO-FR) VOR 06:00 UHR

inkl. 24-Stunden Öffner



SONNTAGSÖFFNER



Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

Händelstraße 25-29

50674 Köln

info@gvpg.de

www.pressegrrosso.de

KONTAKT

