

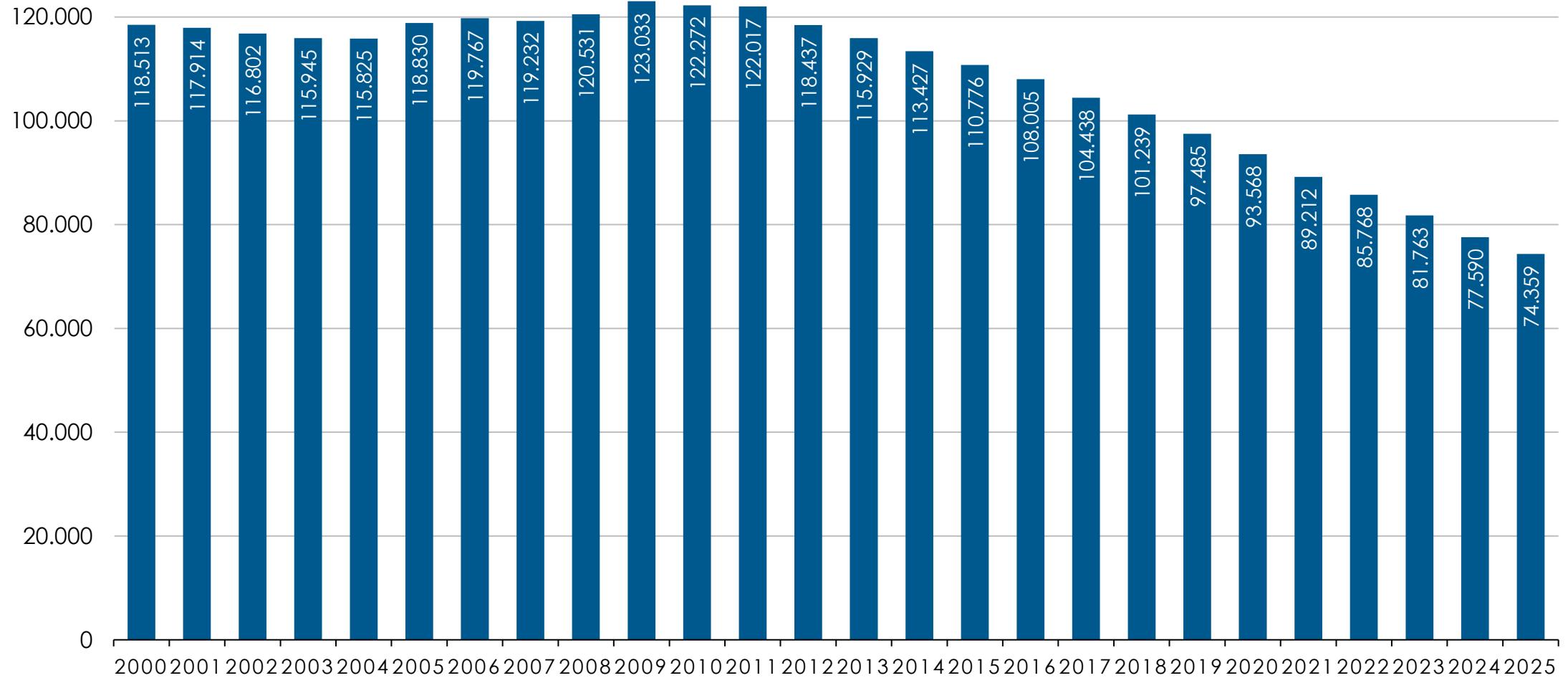
# EINZELHANDELS- STRUKTURANALYSE EHASTRA

(Stand: KW 39/2025)

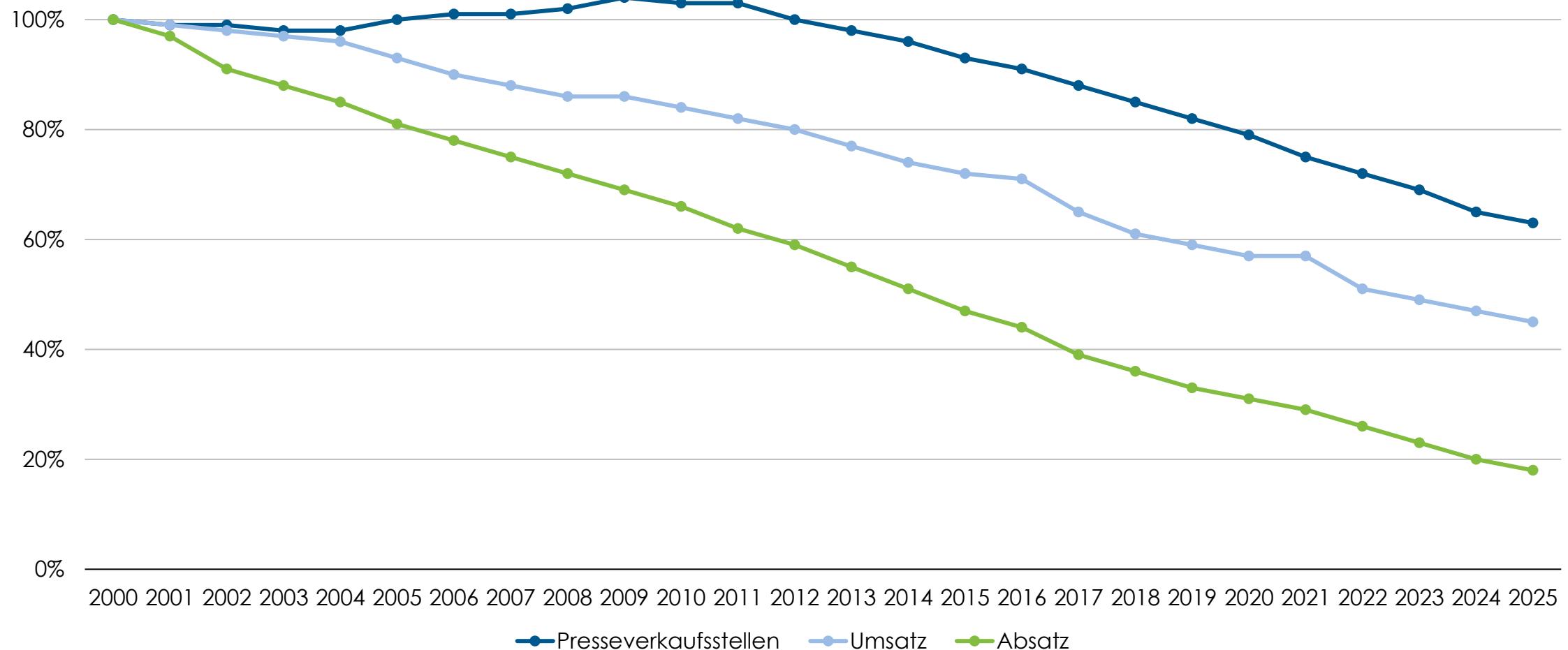
# INHALTSVERZEICHNIS

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

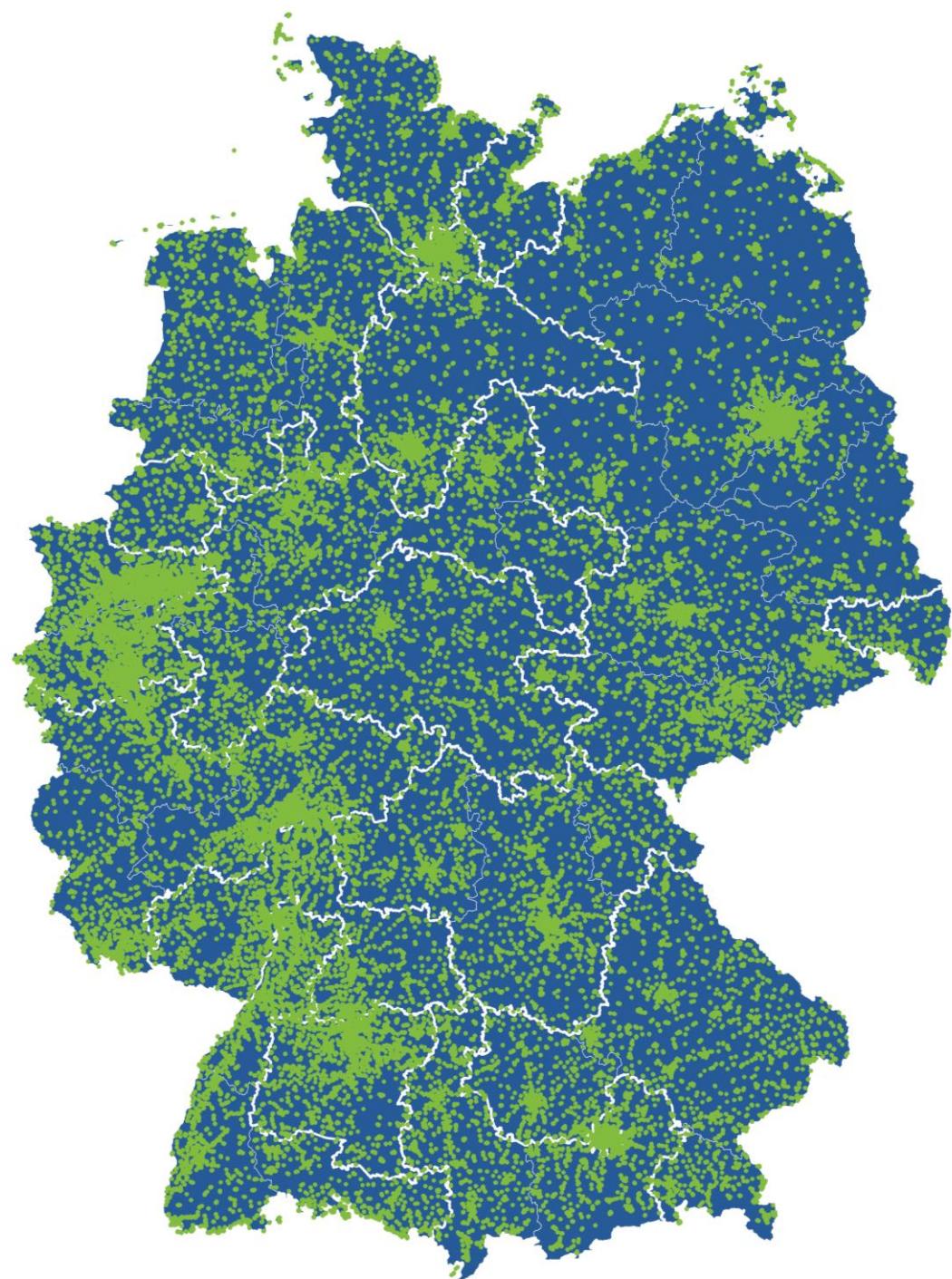


Quelle: Absatz-Umsatzerhebung des GVPG (Pressesortiment), EHASTRA  
Absatz und Umsatz 2025 auf Basis von Q1-3/2025

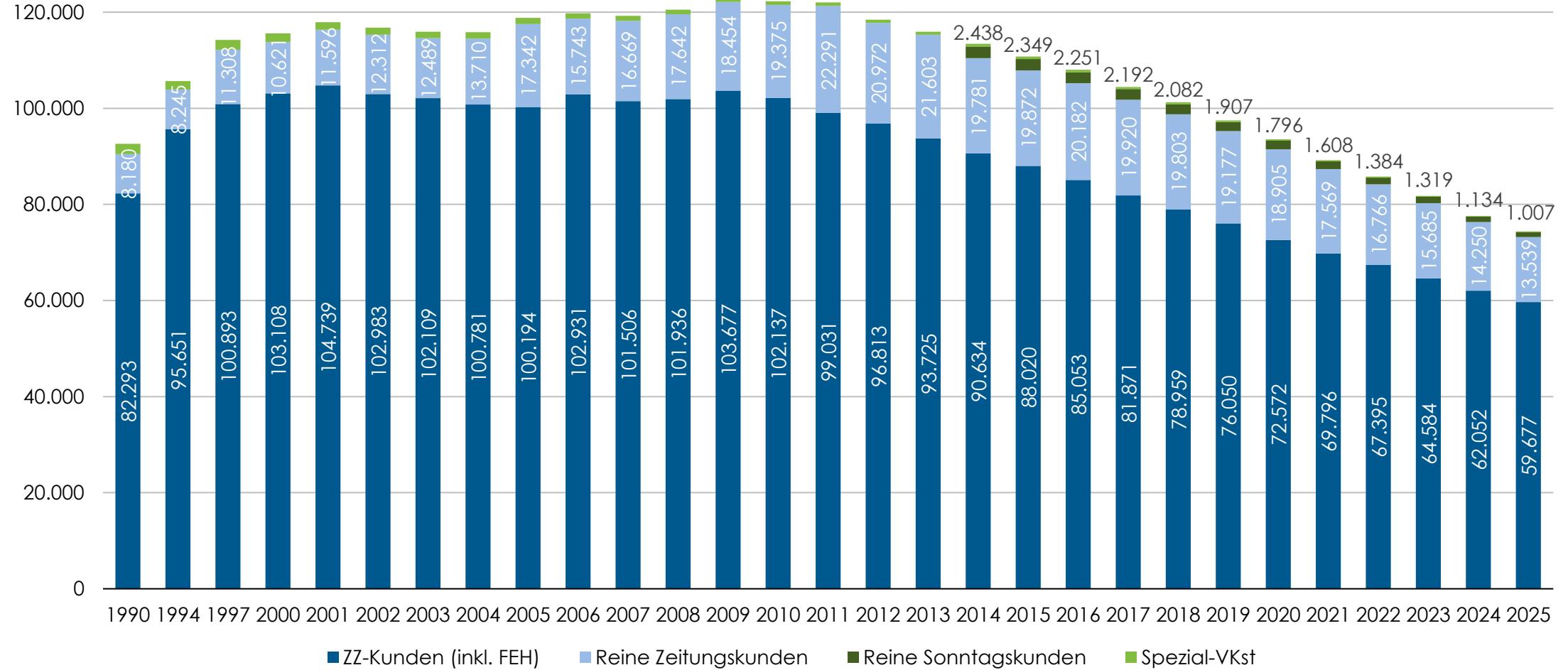
# EH-DICHTE IN DEUTSCHLAND

- Einzelhändler

Gebietsstand: Q3/2025  
Daten: EHASTRA 2025

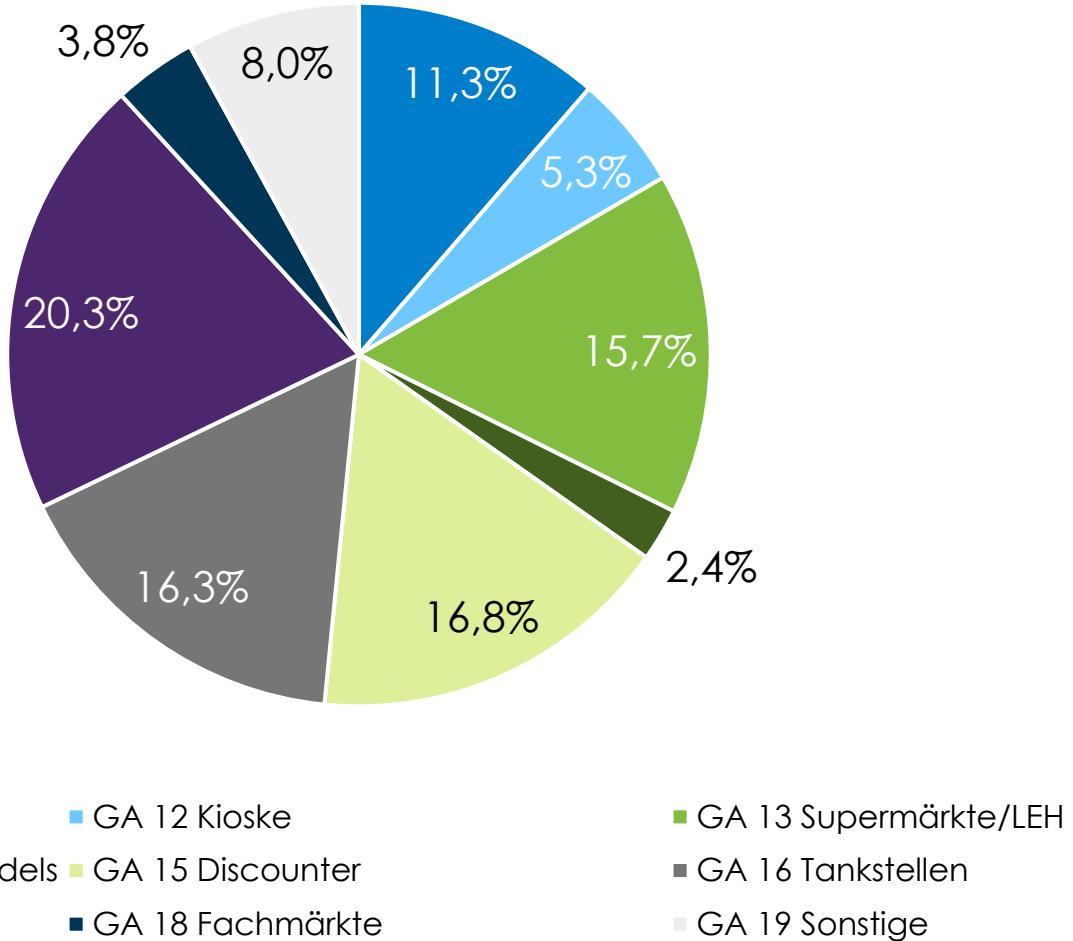


# ENTWICKLUNG DER KUNDENSTRUKTUR SEIT 1990



seit 1994 mit neuen Bundesländern, seit 2014 mit neuer Art der VKst „reine Sonntagskunden“

## EH-ANTEILE NACH GESCHÄFTSARTEN 2025



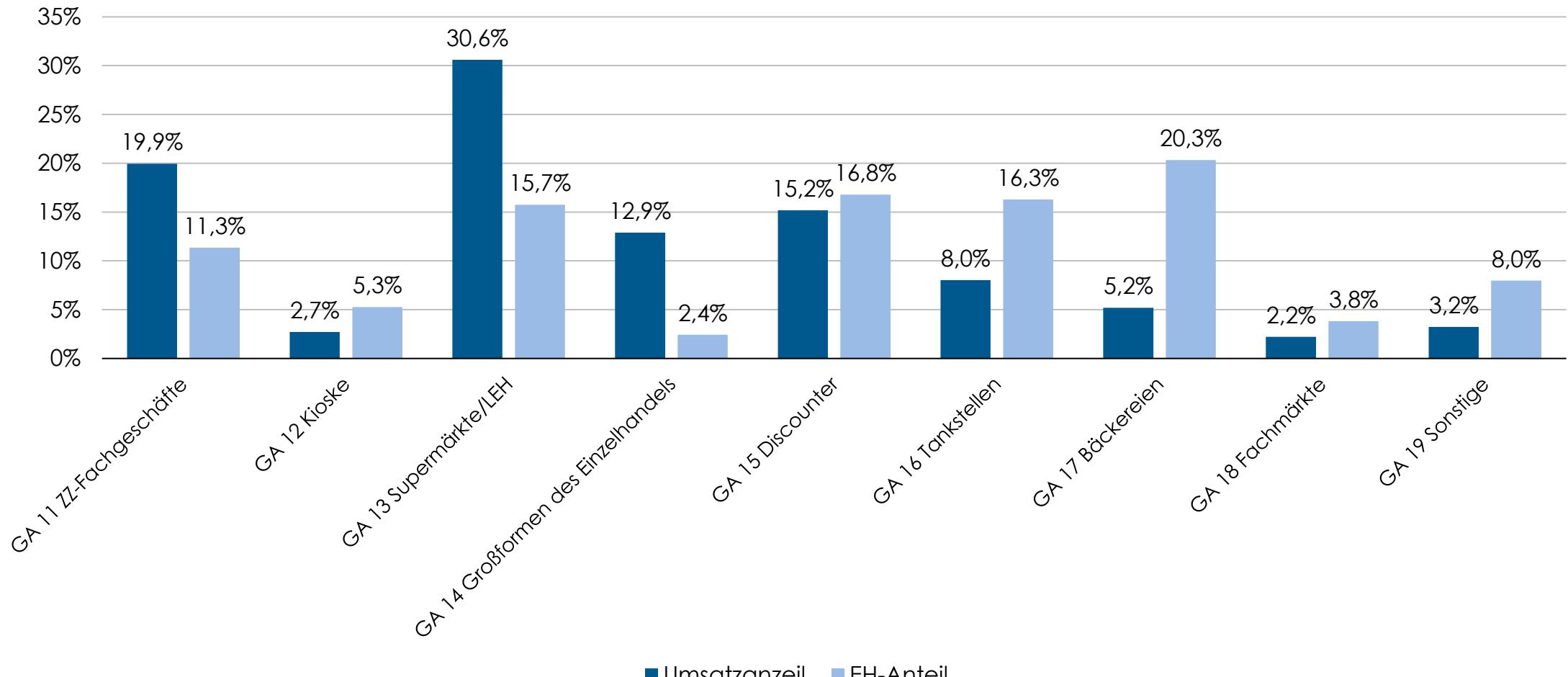
■ GA 17 Bäckereien

■ GA 18 Fachmärkte  
■ GA 19 Sonstige

■ GA 11 Fachgeschäfte Presse  
■ GA 12 Kioske  
■ GA 13 Supermärkte/LEH  
■ GA 14 Großformen des Einzelhandels  
■ GA 15 Discounter

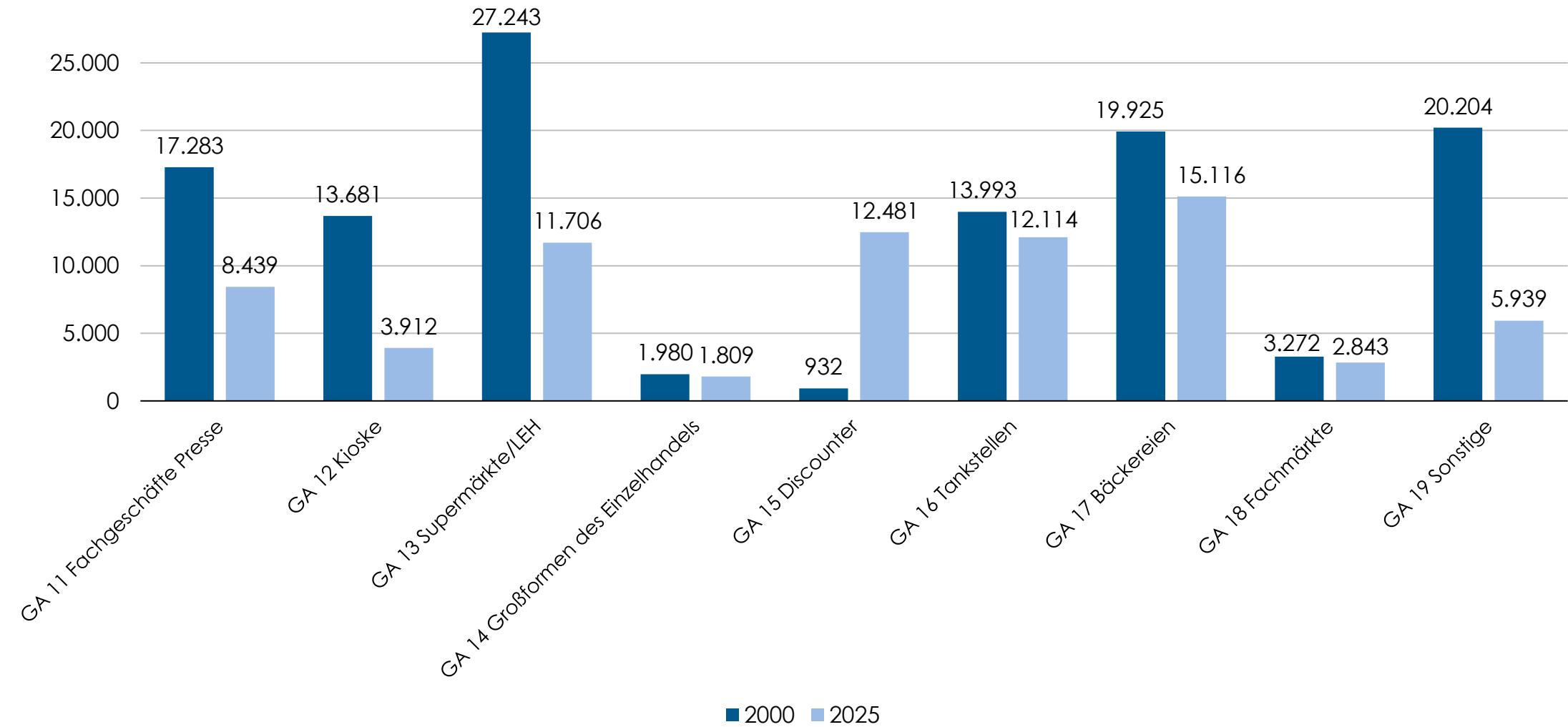
# UMSATZBEDEUTUNG DER GESCHÄFTSARTEN

EH-Anteil vs. Umsatzanteil 2025

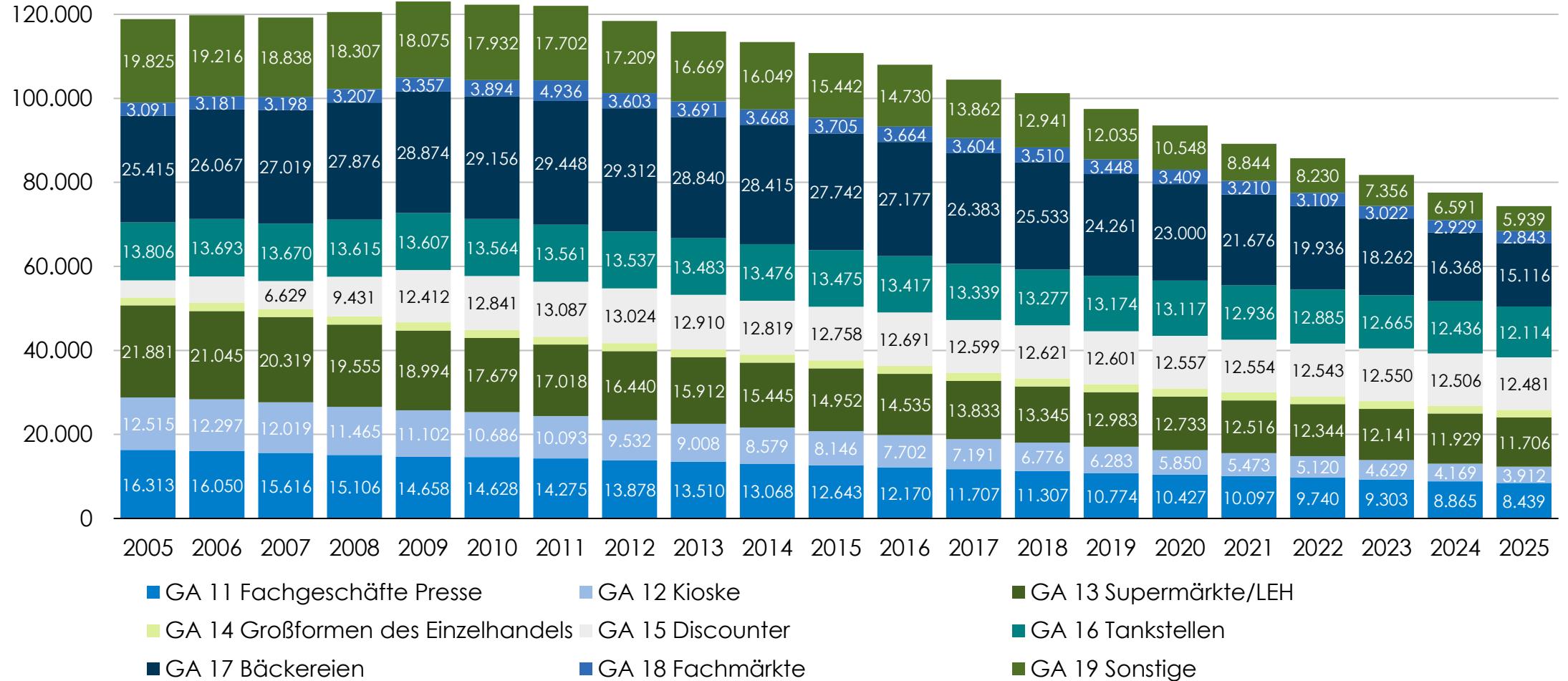


■ Umsatzanteil ■ EH-Anteil

## 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

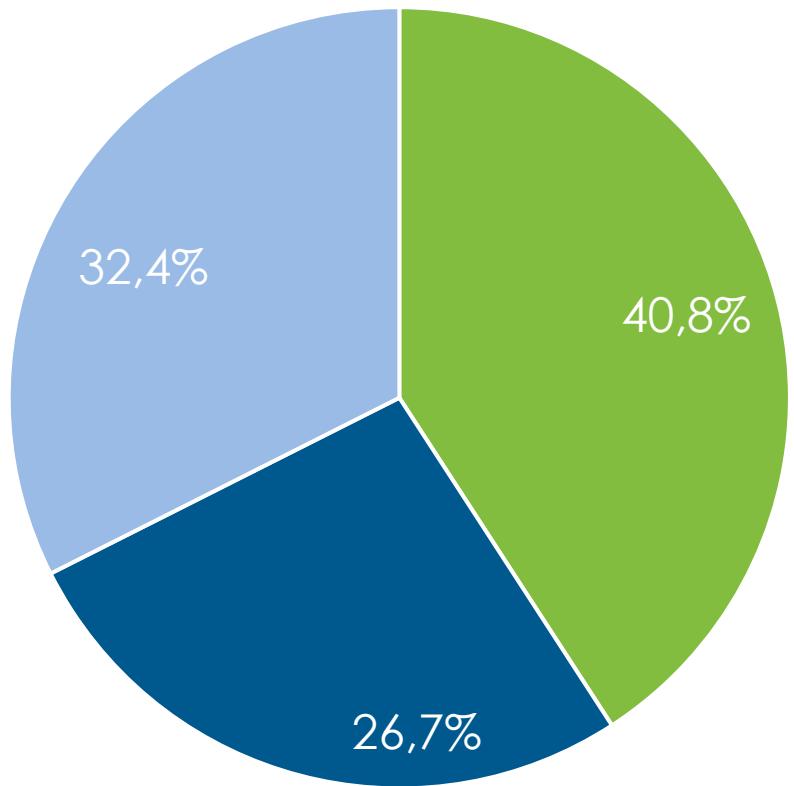
Geschäftsart UG	2024	2025	Differenz Vorjahr
17-01 Bäckerei, Konditorei	16.368	15.116	-1.252
11-01 Fachgeschäft/Pressezentrum	8.865	8.439	-426
12-01 Kiosk betretbar	3.301	3.138	-163
19-27 Sonstige	1.150	991	-159
16-01 Tankstelle unter 50 qm	2.886	2.736	-123

## 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

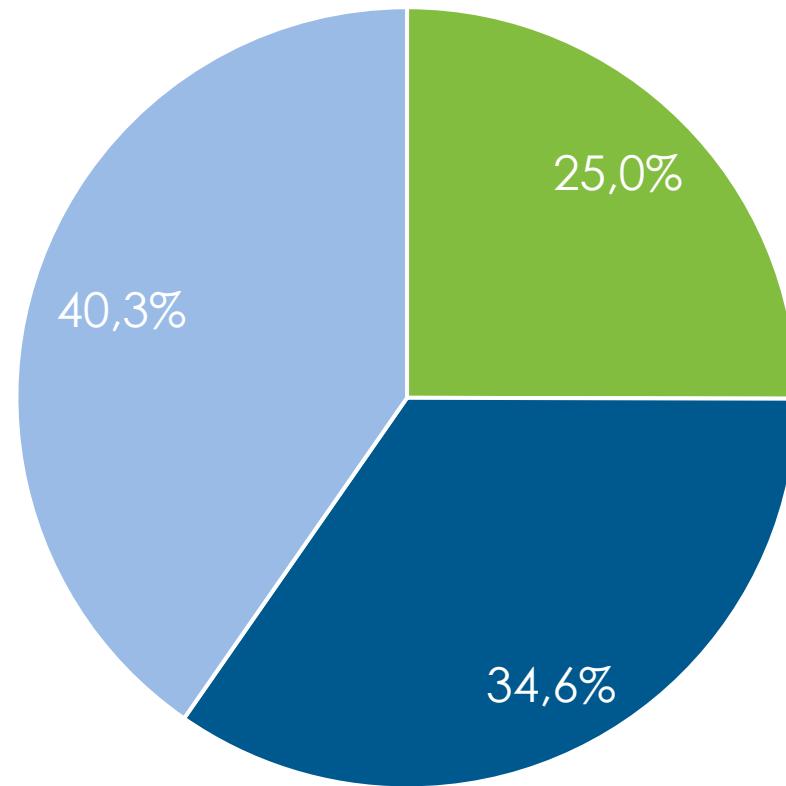
## ORGANISATIONSGRAD IM EH 2025

EH-Anteil

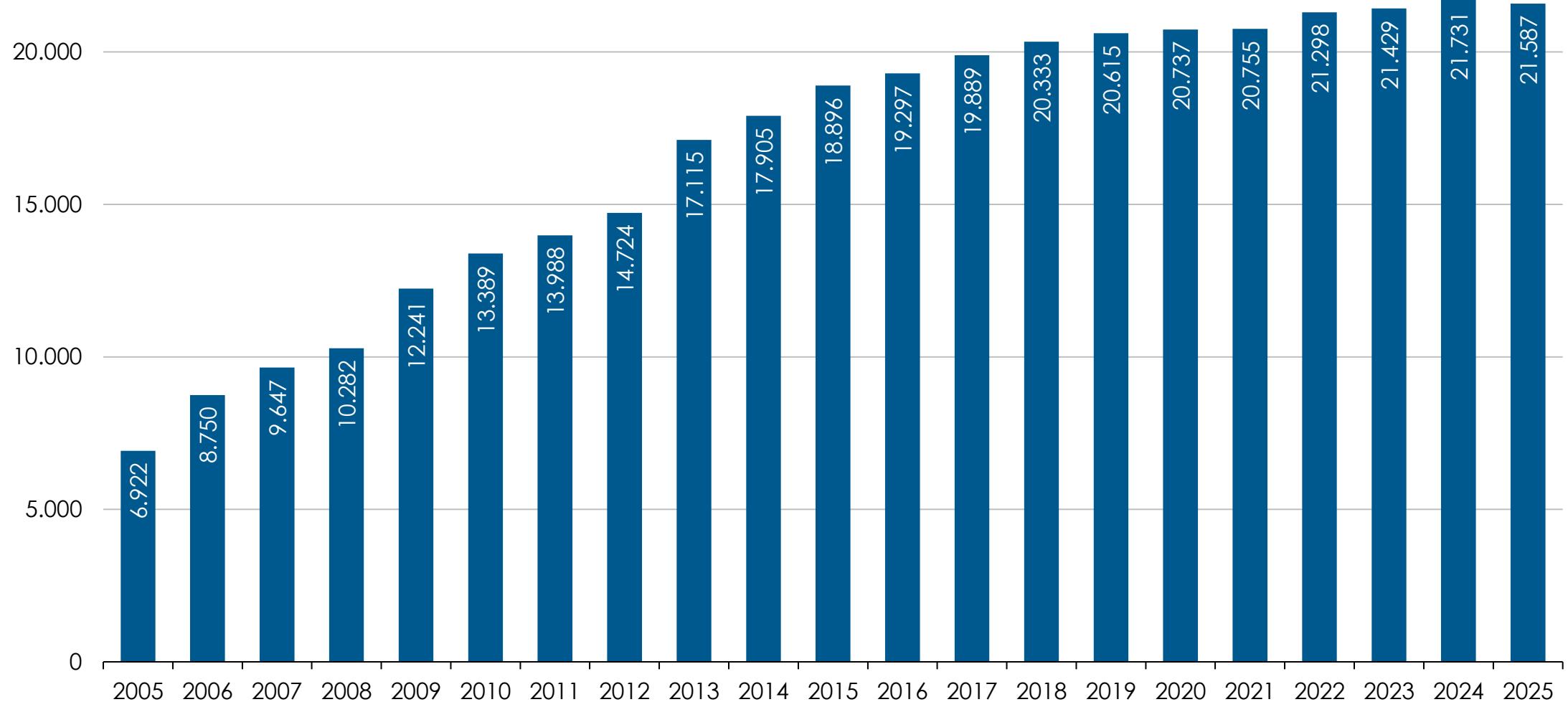


- fragmentierter Einzelhandel
- Großkunden (gebunden)
- Großkunden (regiebetrieben)

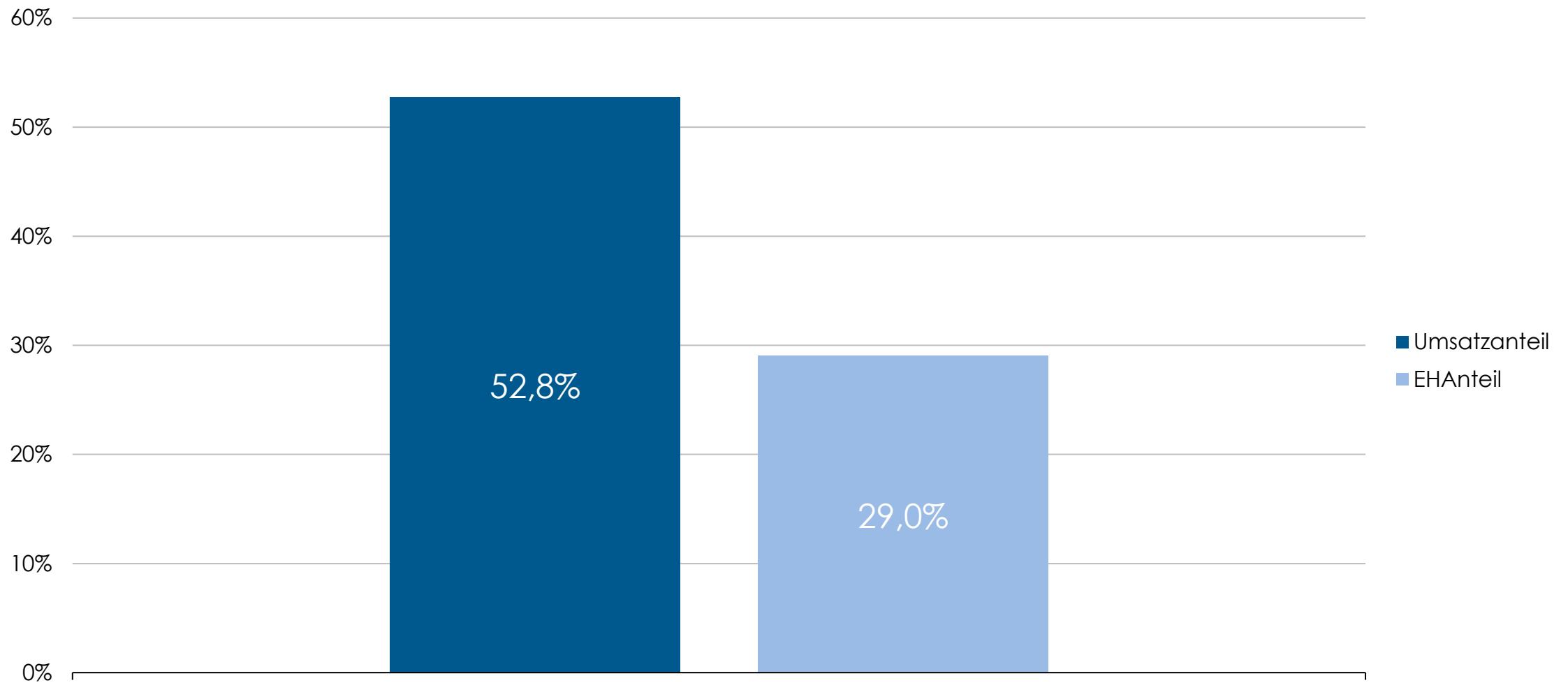
Umsatzanteil



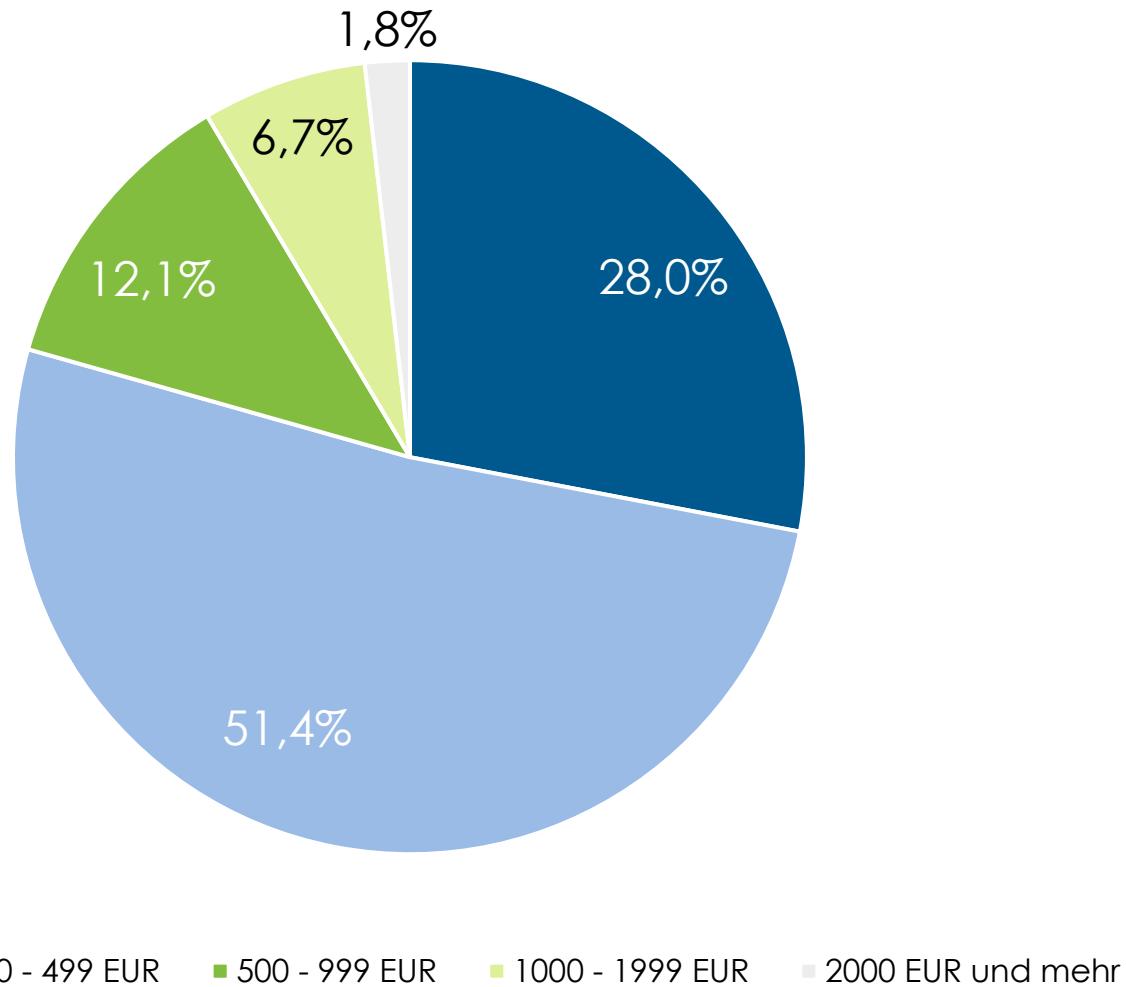
## ANZAHL VMP-SCANNERKASSEN



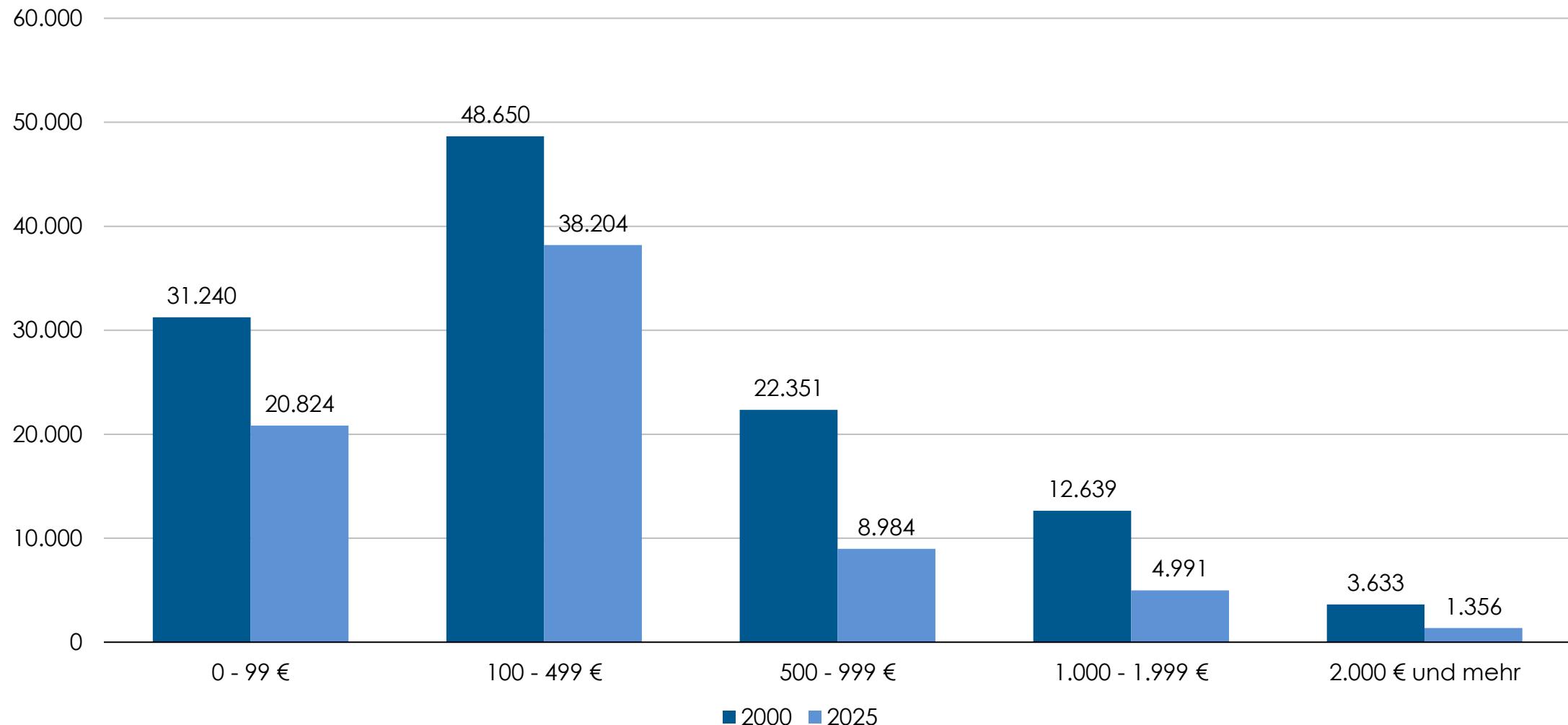
## UMSATZBEDEUTUNG DER VMP-EINZELHÄNDLER 2025



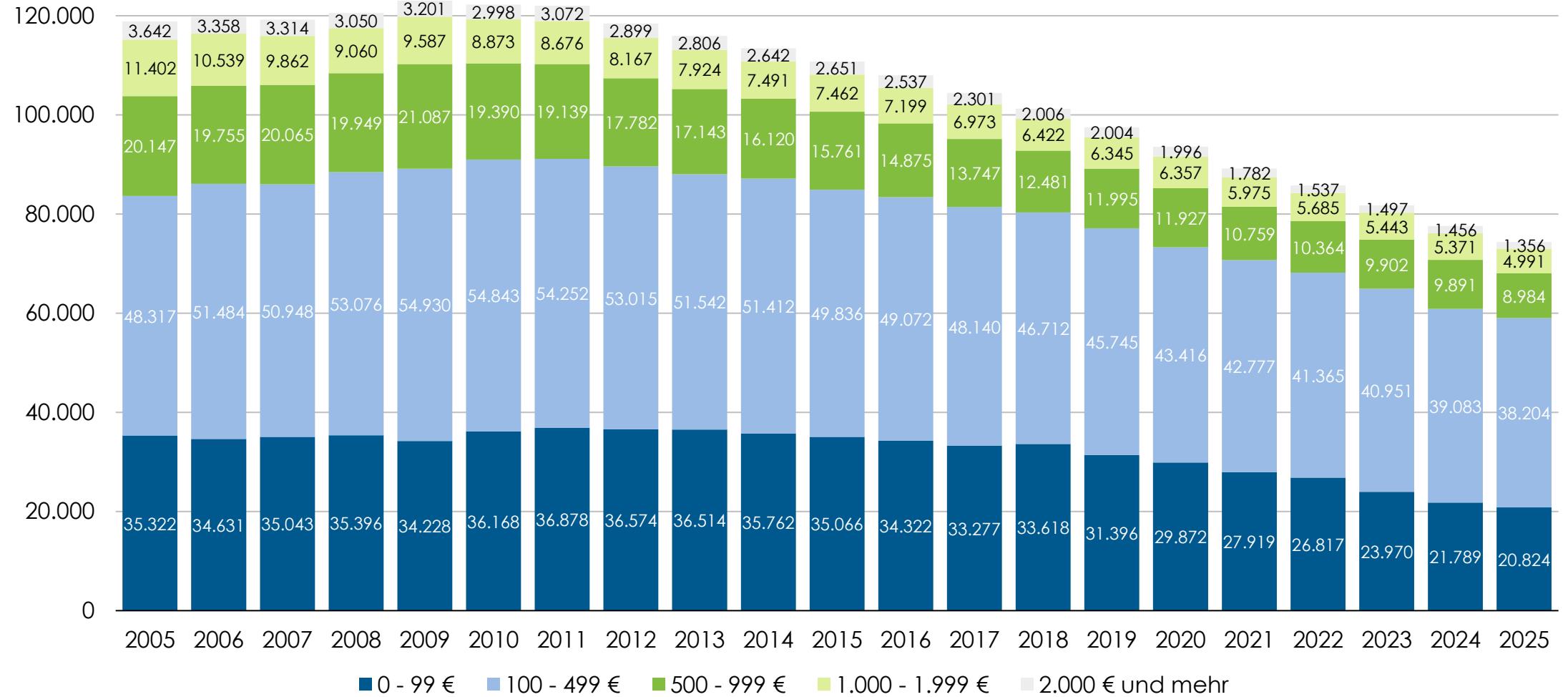
## EH-ANTEILE NACH WOCHENUMSATZ 2025



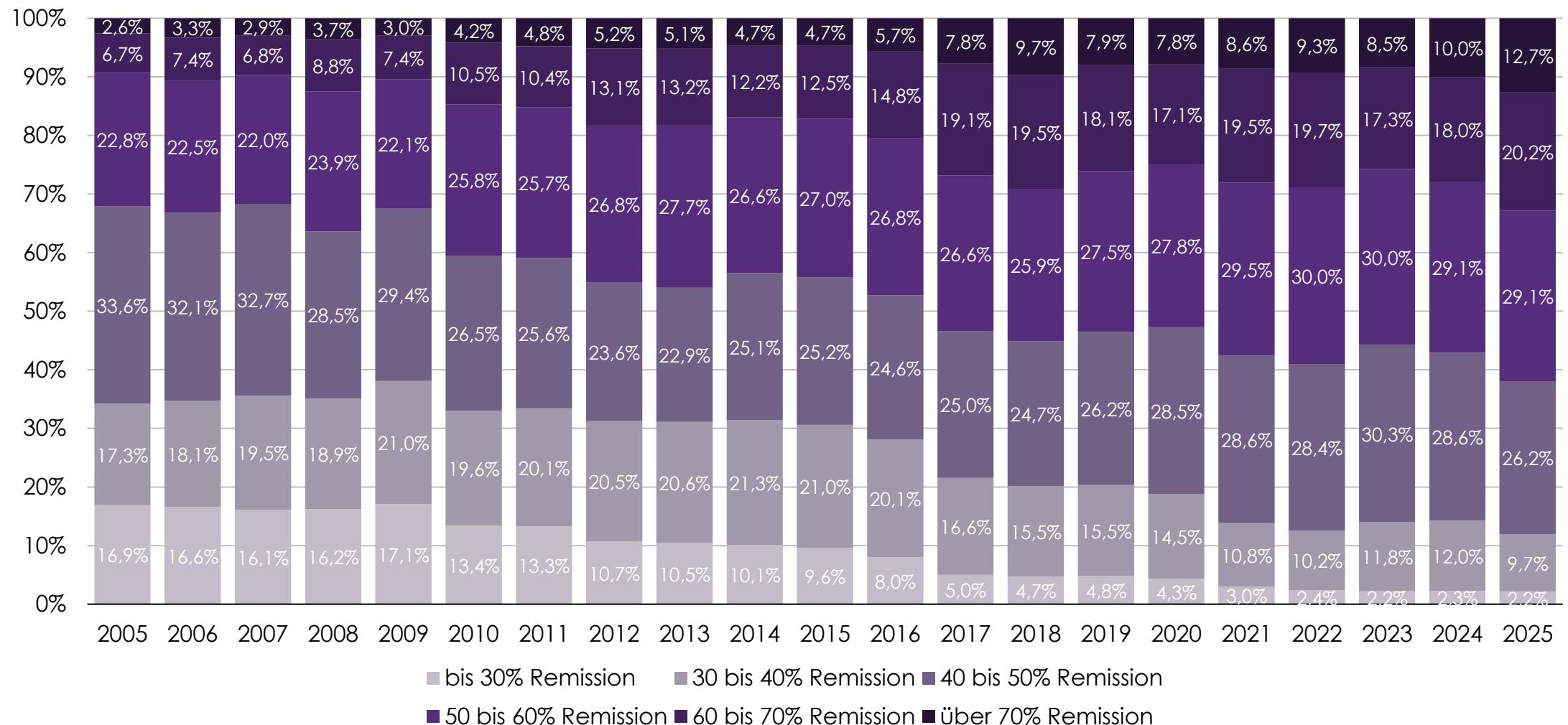
## ANZAHL EH NACH WOCHENUMSATZ



# ANZAHL EH NACH WOCHENUMSATZ



# EH-ANTEILE - WERTMÄßIGE REMISSION



## PRÄSENZSORTIMENTS BREITE

(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 SORTIMENTS BREITENKLASSE 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 SORTIMENTSBEREITENKLASSEN

(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/ SORTIMENTSREITE/ SCHUPPUNGSGRAD

Alle Geschäftsarten (ohne reine Zeitungskunden und reine Sonntagskunden)

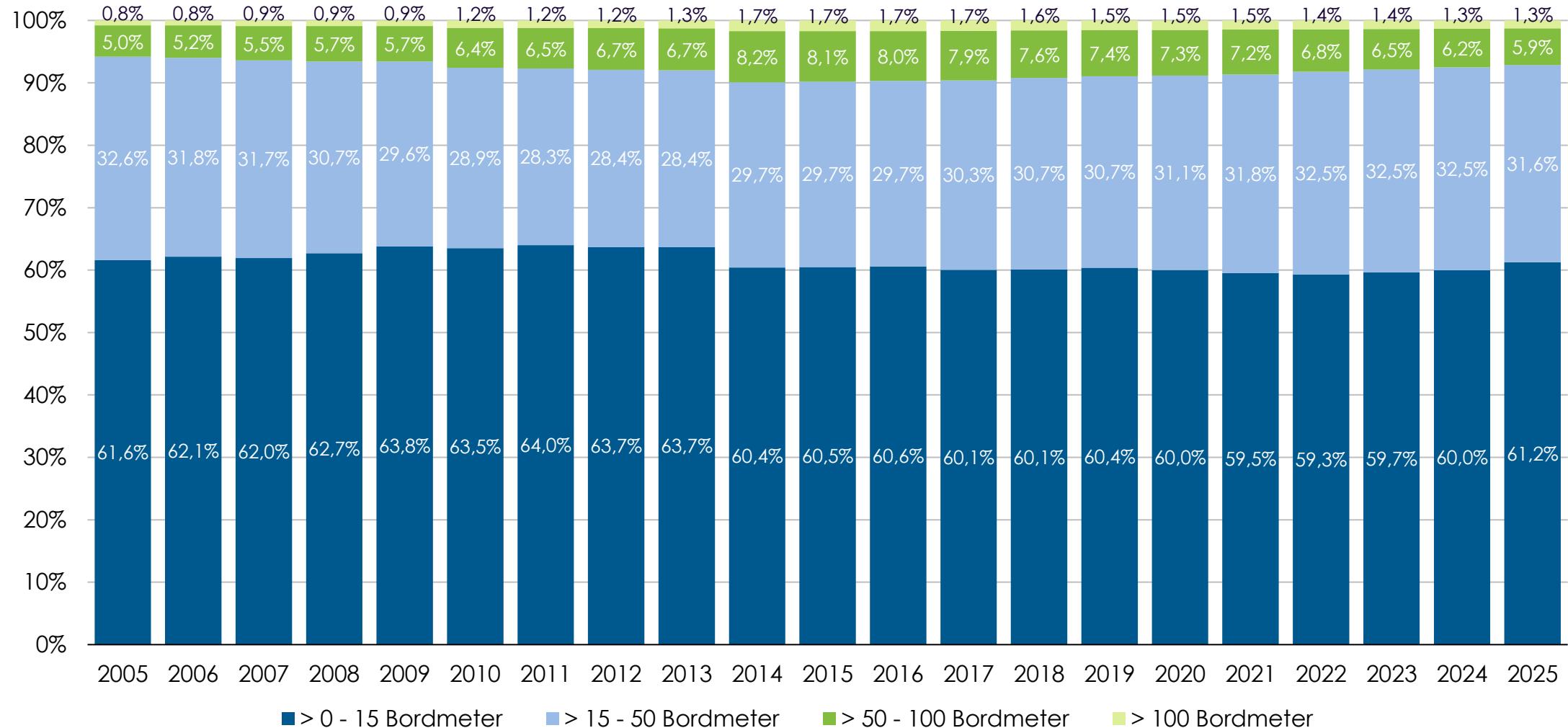
Durchschnitt	2023	2024	2025
Summe Gesamt-Bordmeter Presse	23,1	22,5	21,8
Sortimentsbreite Presse	187,7	187,8	188,1
Sortimentsbreite Zeitschriften	153,6	152,3	151,8
Schuppungsgrad Presse (in cm)	12,3	12,0	11,6
Anzahl EH gesamt	64.759	62.206	59.813
Anteil EH m. Präsentationsauslastung > 100 % *	41,3 %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

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

Schuppungsgrad = Summe Bordmeter / Sortimentsbreite Presse

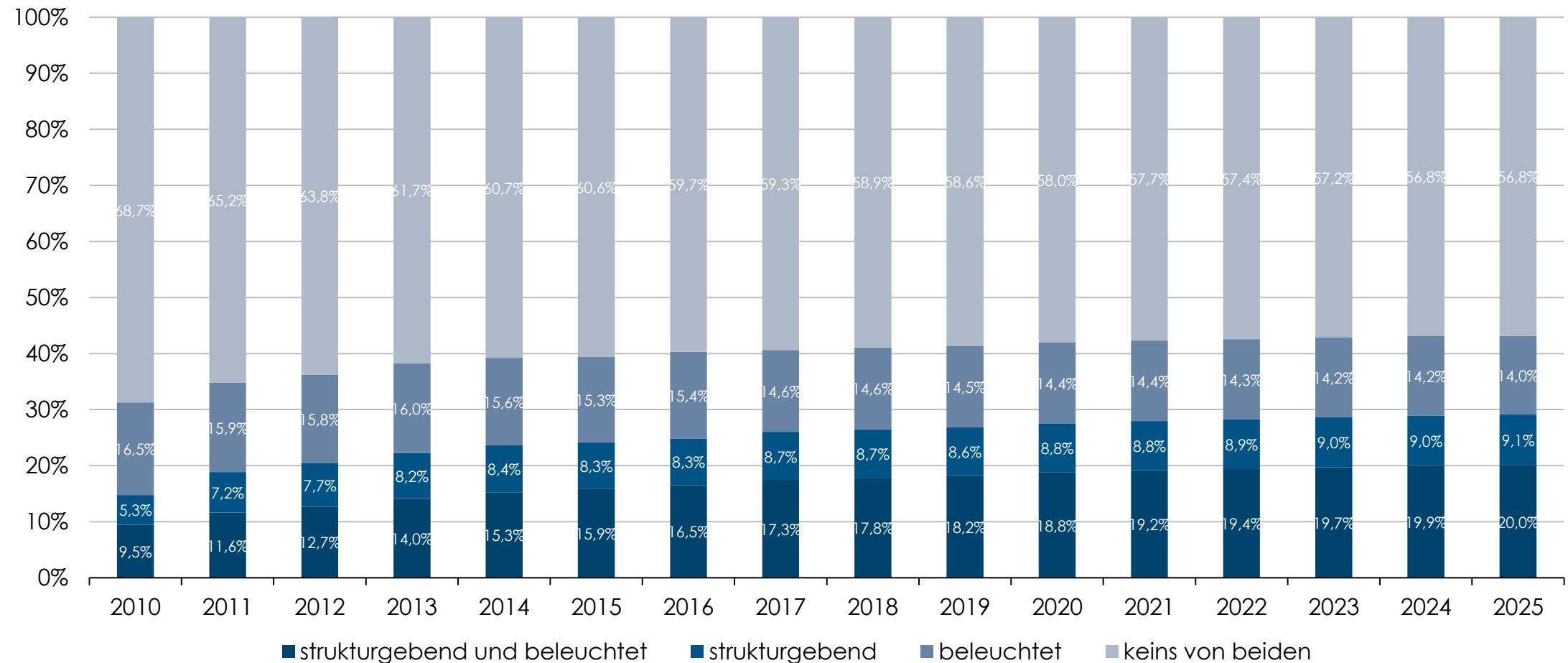
\* nur ZZ-Kunden der GA 11, 12-01, 13, 14, 16 und 18 mit Presseregalen, ohne Saisonkunden; Basis ist die individuell festgelegte Solltitel-Anzahl des Grossisten für den Einzelhändler

## EH-ANTEILE NACH BORDMETERN

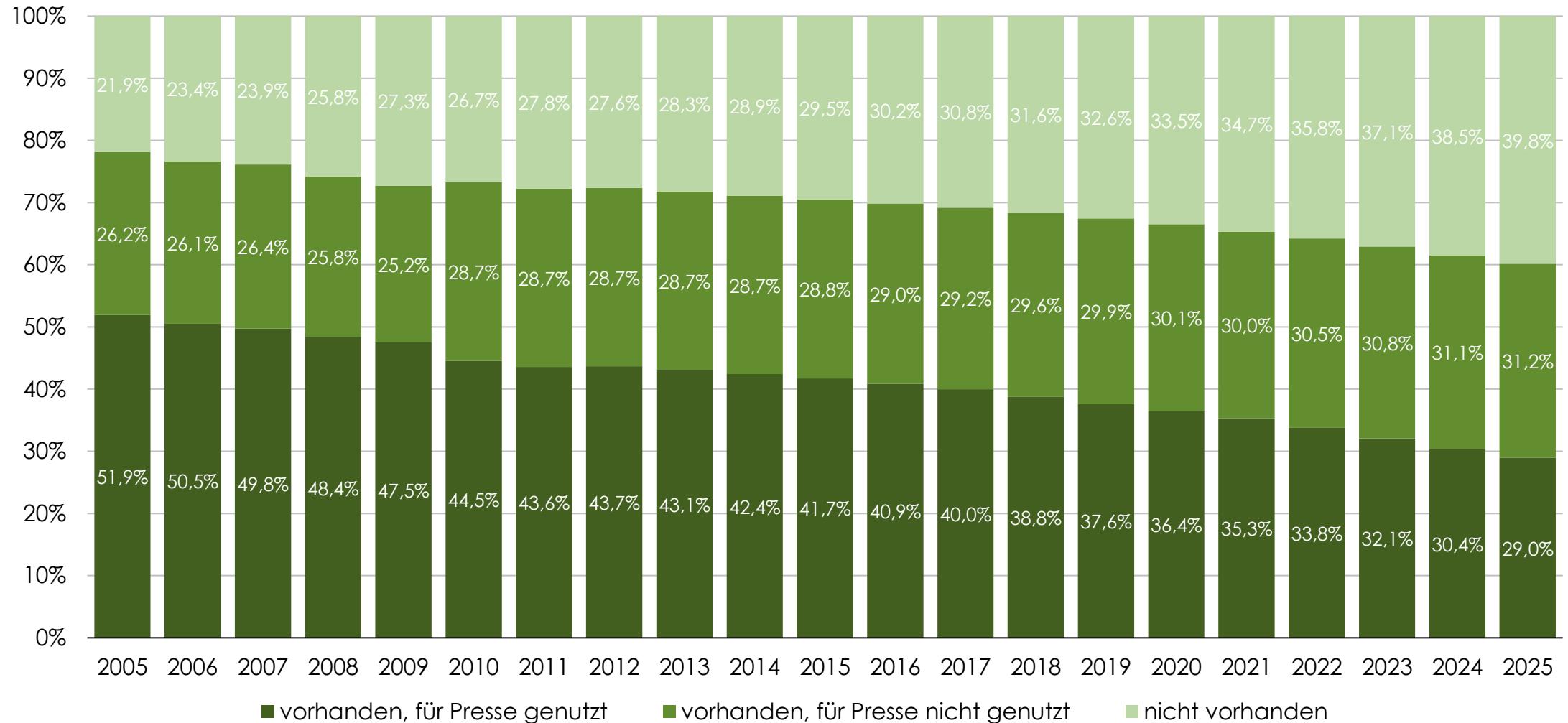


# EH-ANTEILE REGALE / WARENTRÄGER

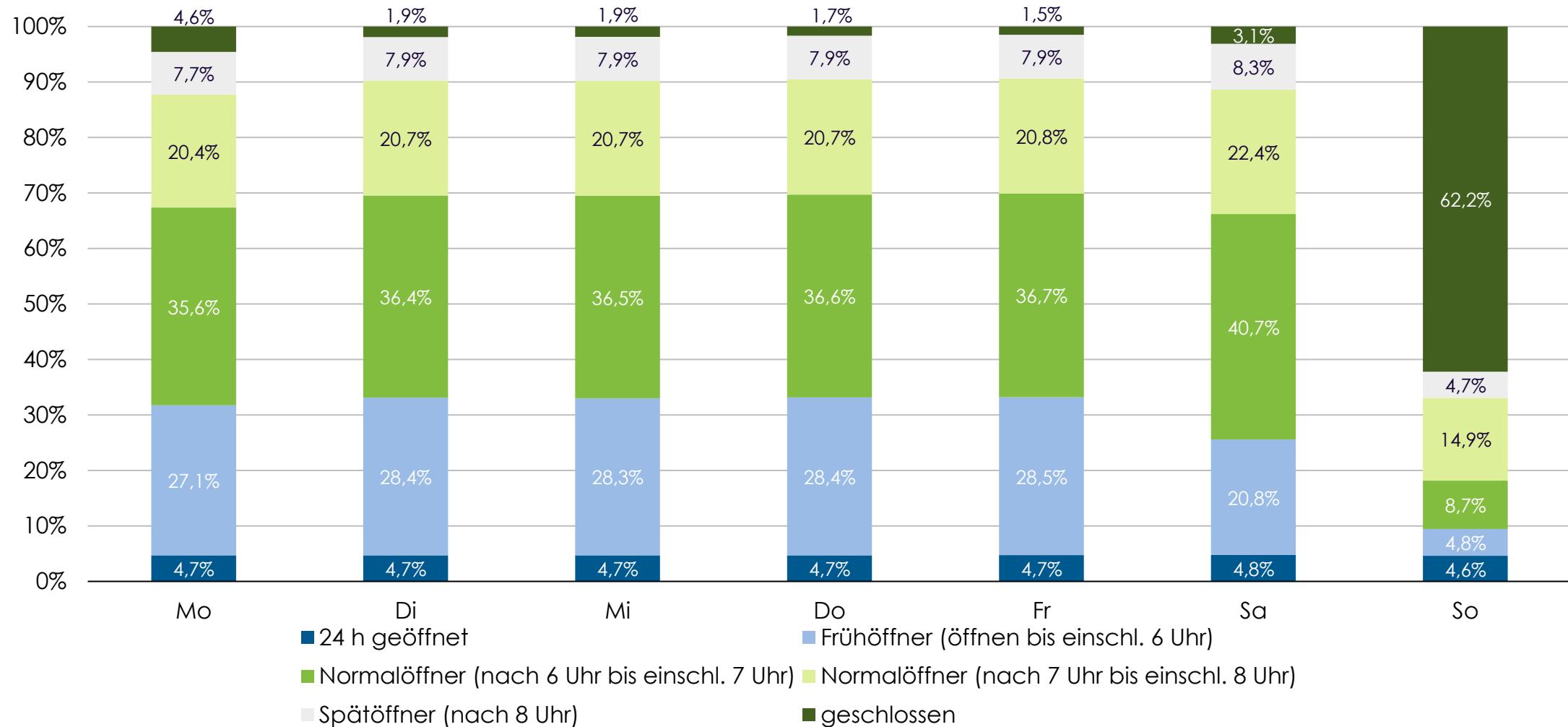
(ohne reine Zeitungskunden, reine Sonntagskunden und Händler ohne Presseregal)



## EH-ANTEILE TRESEN, LADENTISCH, THEKE

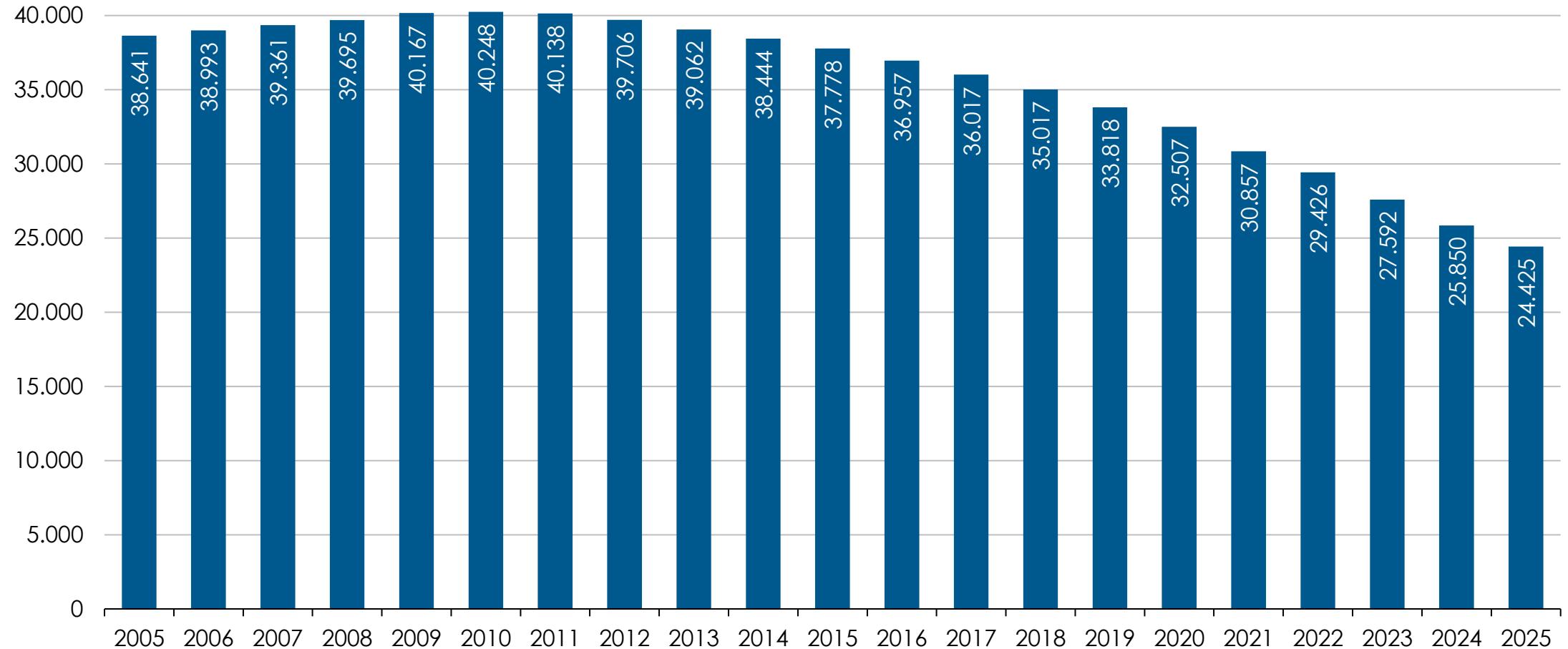


# ÖFFNUNGSZEITEN NACH WOCHENTAGEN 2025

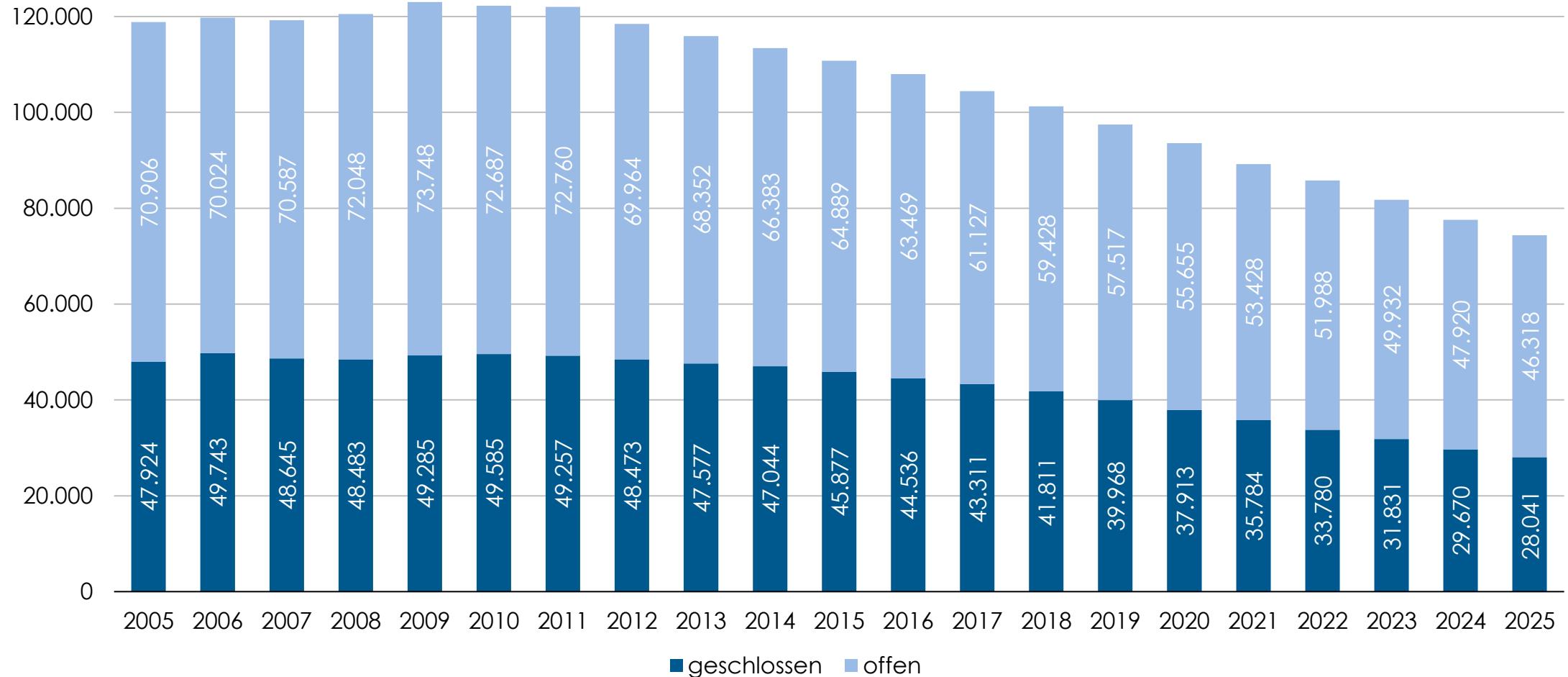


# ANZAHL FRÜHÖFFNER (MO-FR) VOR 06:00 UHR

inkl. 24-Stunden Öffner



# SONNTAGSÖFFNER



# Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

Händelstraße 25-29

50674 Köln

[info@gvpg.de](mailto:info@gvpg.de)

[www.pressegrossro.de](http://www.pressegrossro.de)

## KONTAKT

