

WZ-Code 46.4



1 Branche in Kürze

Der Großhandel mit Konsumgütern konnte sein Umsatzniveau 2023 preisgetrieben mit einem nominalen Plus von 0,9% stabil halten. Preisbereinigt gingen die Umsätze zwar zurück, lagen aber im Vergleich zum Jahr 2019 um 8% höher. Der Konsumgütergroßhandel als Ganzes profitierte vom Aufwärtstrend des Großhandels mit kosmetischen, pharmazeutischen und keramischen Erzeugnissen. Die weiteren Teilbranchen entwickelten sich unterschiedlich und blieben hinter den Vorjahresergebnissen zurück.

Die Unternehmen der Branche generieren etwa ein Viertel des gesamten Großhandelsumsatzes. Zu den stärksten Teilbranchen zählen der Großhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen, elektrischen Haushaltsgeräten und Geräten der Unterhaltungselektronik sowie der Großhandel mit pharmazeutischen und medizinischen Erzeugnissen. Gleichzeitig setzt sich der Konzentrationsprozess fort und die Zahl der Unternehmen schrumpft weiter.

Eine besondere Herausforderung wird 2024 für verschiedene Segmente der Branche die zu erwartende Konsumzurückhaltung der Verbraucher sein, die aus Verunsicherung auch weiterhin nur zögerlich zum Geldbeutel greifen werden.

Starke Konkurrenz durch Logistikdienstleister
Der E-Commerce hat pandemiebedingt kräftig zugenommen und wächst stetig, allerdings häufig zulasten des stationären Vertriebs. Generell bietet der E-Commerce einige Vorteile, unter anderem stärken reduzierte Transaktionskosten aufgrund

eines automatisierten Datenaustauschs die Wettbewerbsposition.

Mittel- bis langfristig steht die Branche allerdings weiterhin vor großen Veränderungen: Die traditionell niedrigen Handelsmargen im Geschäft mit Konsumgütern haben dazu geführt, dass der Großhandel als zusätzliche Wertschöpfungsstufe zwischen Industrie und Konsumenten oftmals umgangen wird. Der E-Commerce könnte diesen Trend verstärken. Aber nicht nur Einzelhandel und Industrie erhöhen den Wettbewerbsdruck, sondern auch die hoch effizient arbeitenden Logistikdienstleister, die typische Großhandelsfunktionen übernehmen. Die Branche ist deshalb bestrebt, ihr Markt-Know-how stärker auszuspielen.

Passgenaue Online- und Offlineangebote verstärken

Große Onlineplattformen wie Amazon, Mercateo oder Alibaba sind inzwischen ebenfalls im B2B-Bereich aktiv. Dies verschärft die Konkurrenz unter allen Marktteilnehmern. Großhändler sollten sich darum noch stärker an den Bedürfnissen ihrer Kunden orientieren, damit sie dauerhaft erfolgreich sein können. Hierzu wird auch der Einsatz von KI beitragen, z.B. bei der Sortimentsgestaltung und personalisierten Angeboten.

Ressourcenschonende Transportketten und ein passgenaues Warenangebot können die Nachhaltigkeit verbessern. Zu prüfen sind in einzelnen Marktsegmenten ebenfalls Optionen einer Kreislaufwirtschaft. Insgesamt weist die Branche geringe Nachhaltigkeitsrisiken auf (S-ESG-Branche-score Note B).

Auszug aus Kap. 6: Chancen und Risiken im Überblick

Chancen
E-Commerce als Wachstumstreiber
Optimierte Wertschöpfungsprozesse durch Vernetzung aller Daten
Risiken
Starker Verdrängungswettbewerb
Risiko durch Umgehungstendenzen

Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe

Inhalt

1	Branche in Kürze	2
2	Branchenbeschreibung	4
3	Branche in Zahlen	6
3.1	Volkswirtschaftliche Kennzahlen	6
3.2	Branchenspezifische Kennzahlen der Sparkassen-Finanzgruppe	11
4	Branchenwettbewerb	16
4.1	Wettbewerbssituation	16
4.2	Bedeutende Unternehmen	19
5	Rahmenbedingungen	20
6	Trends und Perspektiven	24
	Glossar	30
	 Programm der Branchenreports 2024	 32
	Impressum	33

© S-MS 610 214 484 / 03.2024

