



## Branche in Kürze

Nach einem schwachen Vorjahr erwirtschaftete der Großhandel mit Konsumgütern 2021 mit 4% wieder ein deutliches Umsatzplus. An dieser positiven Entwicklung partizipierten alle Segmente. Während die gesundheits- und technikorientierten Teilbranchen in den beiden Pandemie-Jahren stark gewachsen waren, reichte es für den Bereich Fashion und Uhren/Schmuck nur, um die Verluste des Vorjahres auszugleichen. Unabhängig von dem insgesamt günstigen Trend dürfte der Konzentrationsprozess anhalten, nicht zuletzt durch den starken Wettbewerbsdruck, der vor allem Unternehmen in einer bereits schwierigen Ausgangslage stärker zusetzt.

### Kostenreduktion lässt Rendite steigen

Die knapp 22.000 Unternehmen generieren etwa ein Viertel des gesamten Großhandelsumsatzes. Zu den umsatzstärksten Teilbranchen zählen der Großhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen, elektrischen Haushaltsgeräten und Geräten der Unterhaltungselektronik sowie der Großhandel mit pharmazeutischen und medizinischen Erzeugnissen. Zwischen 2010 und 2020 hatte die Branche fast durchgängig zugelegt. Trotz der vielfältigen Herausforderungen hat sich die Umsatzrentabilität im Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern spürbar verbessert: Die Branche hat mit Personalabbau und Nutzung des Kurzarbeitergeldes reagiert. Besonders renditestark sind der Großhandel mit keramischen Erzeugnissen, mit kosmetischen Erzeugnissen sowie mit pharmazeutischen Erzeugnissen. In der Folge stieg auch die Cashflow-Rate.

### Starke Konkurrenz durch Logistikdienstleister

Durch die Corona-Pandemie hat der E-Commerce einen Boom erlebt, der erlittene Umsatzverluste

ausgleichen konnte. Generell bietet der E-Commerce einige Vorteile, z.B. reduzierte Transaktionskosten aufgrund eines automatisierten Datenaustauschs und somit eine Stärkung der 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. Der Großhandel ist deshalb bestrebt, sein Markt-Know-how stärker auszuspielen.

Die Digitalisierung hat sich als eine Auswirkung der Corona-Pandemie beschleunigt. Da große Onlineplattformen wie Amazon, Mercateo oder Alibaba inzwischen ebenfalls im B2B-Bereich aktiv sind, verschärft dies die Konkurrenz unter allen Marktteilnehmern. Großhändler sollten sich darum noch stärker an den Bedürfnissen ihrer Kunden orientieren (z.B. individuelle Ansprache und passgenaue Angebote online, auch verknüpft mit Offline-Angeboten), um dauerhaft erfolgreich zu sein.

Ressourcenschonende Transportketten und eine gezielte Sortimentsgestaltung können die Nachhaltigkeit weiter verbessern. Insgesamt weist die Branche geringe Nachhaltigkeitsrisiken auf (S-ESG-Score Note B).

### Auszug aus Kap. 6: Chancen und Risiken im Überblick

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

Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe

# Inhalt

	<b>Branche in Kürze</b>	<b>2</b>
	<b>Branchenbeschreibung</b>	<b>4</b>
	<b>Branche in Zahlen</b>	<b>6</b>
3.1	Volkswirtschaftliche Kennzahlen	6
3.2	Branchenspezifische Kennzahlen der Sparkassen-Finanzgruppe	12
	<b>Branchenwettbewerb</b>	<b>17</b>
4.1	Wettbewerbssituation	17
4.2	Bedeutende Unternehmen	20
	<b>Rahmenbedingungen</b>	<b>22</b>
	<b>Trends und Perspektiven</b>	<b>28</b>
	<b>Glossar</b>	<b>35</b>
	<b>Programm der Branchenreports 2022</b>	<b>37</b>
	<b>Impressum</b>	<b>38</b>

