

großhandel in deutschland

Eine unterschätzte
Wirtschaftsgröße

Oktober 2026



großhandel in deutschland

Eine unterschätzte
Wirtschaftsgröße

inhalt

Vorwort von Dr. Dirk Jandura, Präsident Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e. V. (BGA).....	/03
1. Executive Summary.....	/05
2. Einleitung.....	/07
3. Funktionen des Großhandels.....	/08
3.1 Großhandel ist Versorgungsinfrastruktur.....	/08
3.2 Großhandel ist zentrales Distributionsrückgrat der Wertschöpfungsketten.....	/09
3.3 Großhandel ist Außenhandelsdrehscheibe.....	/11
4. Volkswirtschaftliche Bedeutung und Entwicklung des Großhandels.....	/13
4.1 Wohlstandstreiber Großhandel.....	/13
4.2 Produktivität ermöglicht attraktive Einkommen.....	/17
4.3 Wertschöpfungskette Großhandel.....	/18
4.4 Zwischen Stagnation und Wachstum – Teilmärkte des Großhandels.....	/21
4.5 Stiller Finanzierer der Wertschöpfungsketten.....	/22
4.6 Mittelstand prägend – und unter wirtschaftlichem Druck.....	/23
5. Wettbewerber und Veränderungen im Marktumfeld.....	/26
5.1 Bedeutung aktueller Wettbewerber.....	/26
5.2 Digitalisierung als Herausforderung für die Wettbewerbsfähigkeit.....	/27
5.3 Veränderung des Marktumfelds im Großhandel.....	/29
6. Ausblick.....	/31
7. Anhang.....	/32
7.1 Branchenzuordnung.....	/32
7.2 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	/33
7.3 Quellenverzeichnis.....	/34
Impressum.....	/35



vor- wort

von Dr. Dirk Jandura

**Präsident des Bundesverbandes Großhandel, Außenhandel,
Dienstleistungen e. V.**

Nach Jahren wirtschaftlicher Schwäche muss Deutschland seine Wettbewerbsfähigkeit zurückgewinnen. Politik, Wirtschaft und Gesellschaft diskutieren deshalb intensiv über die richtigen wirtschaftspolitischen Weichenstellungen. Klar ist: Wir brauchen mehr Wettbewerbsfähigkeit, Investitionen und Innovationen. Denn trotz des erheblichen Reformstaus verfügt Deutschland weiterhin über leistungsfähige Unternehmen – von familiengeführten Mittelständlern über Hidden Champions bis hin zu großen Industriekonzernen.

Einen wesentlichen Teil dieser wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit schafft der mittelständisch geprägte Großhandel. Mit über 120.000 Unternehmen und knapp zwei Millionen Beschäftigten gehört er zu den größten Wirtschaftsbereichen Deutschlands. Er erwirtschaftet einen Jahresumsatz von mehr als 1.700 Milliarden Euro und bildet die Drehscheibe der deutschen Wirtschaft. Er verbindet Hersteller mit Kunden sowie nationale mit internationalen Märkten, organisiert Warenströme und Lieferketten und stellt sicher, dass Rohstoffe, Vorprodukte und Güter zur richtigen Zeit am richtigen Ort verfügbar sind – gerade in Krisenzeiten.

Da der Großhandel reines B2B-Geschäft ist, bleibt seine wirtschaftliche Bedeutung für Politik und Öffentlichkeit häufig unsichtbar. Dabei haben gerade die vergangenen Krisenjahre eindrucksvoll gezeigt, wie systemrelevant dieser Wirtschaftsbereich ist. Pandemie, geopolitische Konflikte und unterbrochene Lieferketten haben Unternehmen vor enorme Herausforderungen gestellt.

Der Großhandel hat in dieser Zeit seine Anpassungsfähigkeit und Resilienz bewiesen: Er hat Bezugsquellen diversifiziert, Warenströme neu organisiert, die Versorgung mit Rohstoffen und Gütern gesichert und Unternehmen dabei unterstützt, auch unter schwierigen geopolitischen Rahmenbedingungen handlungsfähig zu bleiben.

Seine zentrale Rolle für Wirtschaft und Versorgungssicherheit wird jedoch nach wie vor unterschätzt. Genau hier setzt die vorliegende Studie an.

Der BGA hat die IW Consult GmbH, Köln, mit dieser Untersuchung beauftragt. Mit der Studie machen wir den Beitrag des Großhandels zur Wertschöpfung in Deutschland umfassend und faktenbasiert sichtbar. Sie zeigt anhand zentraler Kennzahlen, dass der Großhandel weit mehr ist als der Handel mit Gütern. Er ist Logistiker, Finanzierer, Dienstleister und Innovationspartner zugleich. Mit seiner eigenen Wertschöpfung steigert er die Produktivität, stärkt die Wettbewerbsfähigkeit anderer Wirtschaftsbereiche und trägt wesentlich zu Wachstum, Beschäftigung und Transformation in Deutschland bei. Die Studie macht deutlich: Der Großhandel ist kein nachgelagerter Wirtschaftszweig, sondern eine tragende Säule des Wirtschaftsstandorts Deutschland.

Unser Dank gilt der IW Consult GmbH für die fundierte Analyse sowie den Branchen- und Fachverbänden des BGA, die mit ihrer Unterstützung zum Gelingen dieser Studie beigetragen haben.

Ich wünsche Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre. Die Studie soll den Blick auf einen Wirtschaftssektor schärfen, der jeden Tag dafür sorgt, dass Wirtschaft funktioniert – zuverlässig, leistungsfähig und meist unbemerkt. Wer über Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit und wirtschaftliche Resilienz spricht, muss deshalb auch den Großhandel mitdenken. Denn ohne einen starken Großhandel gibt es keinen starken Wirtschaftsstandort Deutschland.



kapitel 1

executive summary

Bedeutung des Großhandels – unterschätzt, aber unverzichtbar

Der Großhandel ist eine Branche von hoher gesamtwirtschaftlicher Bedeutung, deren Rolle in Politik und Öffentlichkeit bislang deutlich unterschätzt wird. Als zentrale Versorgungs- und Funktionsinfrastruktur verbindet er Produzenten und Abnehmer, stabilisiert Wertschöpfungsketten und übernimmt unverzichtbare Aufgaben in Logistik, Sortimentstiefe, Finanzierung, Beratung und Prozessintegration. Durch seine hohe Produktivität leistet der Großhandel einen substanziellen Beitrag zum Wohlstand und bietet zugleich attraktive Einkommen. Ohne einen leistungsfähigen Großhandel wären viele andere Branchen in ihrer Funktionsfähigkeit eingeschränkt.

Großhandel spielt im Außenhandel eine wichtige Rolle

Der Großhandel übernimmt eine zentrale Rolle bei der Organisation der Importe, insbesondere für den Mittelstand. Diese Funktion blieb in der klassischen Außenhandelsstatistik lange unsichtbar, da dort nur Warenbewegungen erfasst werden, nicht jedoch die Akteure dahinter. Neue europäische Daten ermöglichen nun einen differenzierteren Blick und zeigen die Bedeutung des Großhandels im Außenhandel klarer auf. Obwohl auf den Großhandel (ohne Kfz-Großhandel) nur rund 14 Prozent der Umsätze der deutschen Wirtschaft entfallen, wickelt er gut ein Viertel aller deutschen Warenimporte ab. Gemessen an seinem Umsatz beträgt die Importquote 16,9 Prozent, während sie in der Gesamtwirtschaft nur 9,3 Prozent beträgt.

Strukturwandel als Bewährungsprobe

Gleichzeitig steht der Großhandel vor erheblichen Herausforderungen. Die Branche ist heterogen, und nicht alle Teilgruppen entwickeln sich gleichermaßen dynamisch. Während einige Segmente wachsen, sind andere mit stagnierenden oder rückläufigen Perspektiven konfrontiert und benötigen neue Wachstumsimpulse. Der überwiegend mittelständisch geprägte Großhandel befindet sich damit mitten in einem tiefgreifenden Strukturwandel. Dessen erfolgreiche Bewältigung ist eine zentrale Voraussetzung dafür, dass der Großhandel auch künftig seinen Beitrag zu Wohlstand, Beschäftigung und Versorgungssicherheit leisten kann. Besonders herausfordernd ist dieser Wandel vor dem Hintergrund sinkender Renditen. Trotz dieser wirtschaftlichen Rahmenbedingungen muss der Großhandel die Digitalisierung konsequent vorantreiben.

Digitalisierung – Stärke und offene Baustelle zugleich

Zwar nimmt die Branche bereits heute in vielen Bereichen eine Vorreiterrolle ein, etwa bei der Nutzung digitaler Prozesse und der Effizienzsteigerung entlang der Wertschöpfung. Dennoch erfolgt weiterhin ein erheblicher Teil der Geschäfte über klassische, nicht digitale Absatzkanäle. Die Digitalisierung ist damit zugleich Stärke und offene Baustelle. Ihre erfolgreiche Weiterentwicklung zählt zu den größten strategischen Aufgaben des Großhandels, der sich zunehmend zu einem digitalen Knotenpunkt in

Wertschöpfungsnetzwerken entwickelt. Damit steigen die Anforderungen an Datenkompetenz, regulatorische Rahmenbedingungen und digitale Infrastruktur.

Mehr Komplexität und Beratung erfordern qualifizierte Beschäftigte

Positive Impulse gingen in der Vergangenheit insbesondere vom hohen Qualifikationsniveau der Beschäftigten und von steigenden Innovationsaktivitäten aus. Diese Faktoren haben zur Stärkung der Produktivität beigetragen und zeigen, dass gezielte Investitionen in Wissen, Technologie und Organisation wirksam sind. Auch künftig kann die Digitalisierung produktivitätssteigernd wirken, sodass mehr Zeit für die Beherrschung von komplexen Sortimenten und für intensivere Beratungsleistungen entsteht. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, sind dauerhaft hohe Qualifizierungsanstrengungen notwendig.

kapitel 2

einleitung

Obwohl der Großhandel die schnelle und verlässliche Versorgung von Wirtschaft und Verbrauchern sicherstellt, wird seine Rolle in Öffentlichkeit und Politik bis heute systematisch unterschätzt. Ziel der Studie ist ein umfassendes Branchenporträt des Groß- und Außenhandels, um dessen wirtschaftliche Bedeutung empirisch zu erfassen.

Der Großhandel ist kein Randakteur, sondern integraler Bestandteil moderner Wertschöpfungsketten. Seine Leistungen verbinden Produktion, Weiterverarbeitung und Nutzung – und entscheiden über Funktionsfähigkeit und Resilienz der Gesamtwirtschaft (siehe Kapitel 3). Mit seinem messbaren Beitrag zu Wertschöpfung, Produktion und wirtschaftlicher Entwicklung prägt der Großhandel die deutsche Volkswirtschaft substantiell (siehe Kapitel 4). Um den Großhandel besser zu verstehen, werden zudem ausgewählte Strukturen aufgezeigt. Veränderungen im Wettbewerb, neue Anforderungen an Lieferketten und internationale Verflechtungen machen den Großhandel zu einer dynamischen Branche (siehe Kapitel 5), die aktiv auf Strukturwandel reagiert.

Die strukturelle Bedeutung des Großhandels wird anhand belastbarer Daten aufgezeigt. Die realistische Einordnung des Großhandels erfolgt auf Basis amtlicher Statistiken und einer Unternehmensbefragung aus dem Frühjahr 2026. Die Stichprobe ist repräsentativ für die Mitglieder des BGA. Die qualitativen Fragen werden ungewichtet dargestellt, bei den quantitativen Daten erfolgt eine Hochrechnung anhand der Beschäftigtenzahlen, sodass Aussagen zum Volumen getroffen werden können.

An der Befragung haben Unternehmen der Fachverbände des BGA teilgenommen. Sie decken in alphabetischer Reihenfolge folgende Bereiche ab: Agrar, Autoteile, Außenhandel, Baustoffe, Blumen, Cash- and-Carry-Zustellgroßhandel, Chemie, Dienstleistungen, Elektro, Farbe/Bodenbeläge, Finanzdienstleistungen, Fleischwirtschaft, Früchte, Getränke, Haustechnik, Häute/Leder, Kaffee, Krankenpflege-/Laborbedarf, Kühllogistik, Metall, Nahrungsmittel, Pharma, Presse/Buch/Zeitungen/Zeitschriften, Schrauben, Seile/Anschlagmittel, Tabak, Verschnürungs-/Verpackungsmittel sowie Werbeartikel. Auf mögliche Unterschiede bei der Veränderung des Wettbewerbs wird in Kapitel 5 eingegangen. Dabei wurden die Fachverbände grob in die Teilgruppen Produktionsverbindungsgroßhandel, Baunaher Großhandel sowie Konsumgütergroßhandel/Autoteile/B2B-Dienstleistungen eingeteilt.

kapitel 3

funktionen des großhandels

3.1 großhandel ist versorgungsinfrastruktur

Der Großhandel fungiert als zentrales Bindeglied zwischen Produzenten und Endverwendern. Er beschafft Waren und Dienstleistungen und stellt sie seinen Kunden unverändert oder in angepasster Form, häufig ergänzt durch Serviceleistungen wie Lagerhaltung, Beratung und Finanzierung, zur Verfügung. Bei den Funktionen des Großhandels gibt es ein eindeutiges Bild, weshalb die Ergebnisse für die BGA-Unternehmen auf den gesamten Großhandel übertragbar sind (Abbildung 3-1):

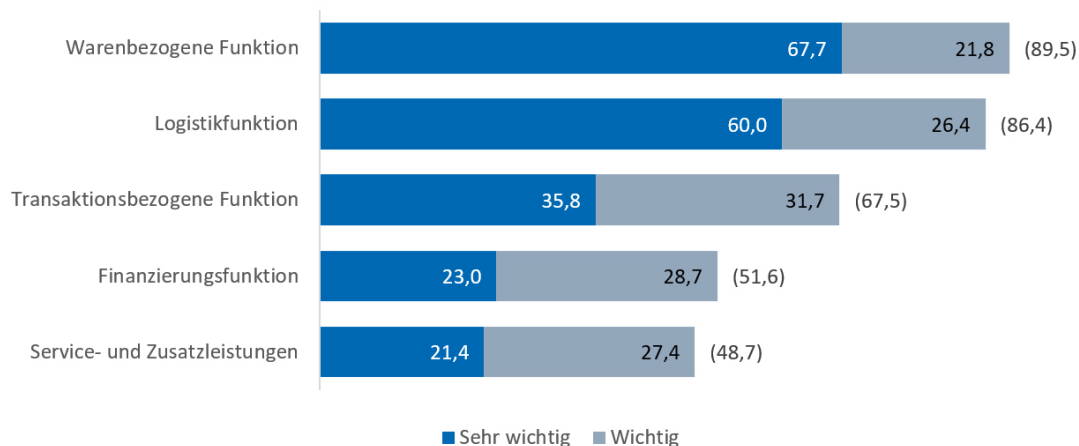
- Die warenbezogenen Funktionen (Lagerhaltung, Sortimentsgestaltung, Einbindung in Beschaffungs- und Distributionsleistungen, Produktveredelung und produktnahe Tätigkeiten) sind für 89,5 Prozent der Großhandelsunternehmen die wichtigsten Funktionen. Der Kern dieser Aufgaben liegt in der Losgrößentransformation, d. h., der Großhandel stellt den Kunden aus seinem größeren Angebot bedarfsgerechte und individualisierte Leistungsbündel bereit. Das spart gesamtwirtschaftlich betrachtet Transaktionskosten. Neben der Sortimentsgestaltung und der Lagerhaltung gehören auch produktbegleitende Dienstleistungen dazu. Damit hat der Großhandel eine zentrale Rolle insbesondere in den Beschaffungssystemen seiner Kunden.
- Die Logistikfunktion (Transport, Verteilung, Verpackung etc.) wird nahezu genauso wichtig eingeschätzt wie die Warenfunktion. Das macht den Großhandel zu einem praktischen Stabilitätsanker in der Lieferkette – nicht zu einem beliebigen „Kostentreiber“. Ohne Großhandel kommt die Logistik zum Erliegen und damit die Versorgung vieler Unternehmen.
- Transaktionsbezogene Funktionen (Verträge, Bestellungen, Markterschließung etc.) sind für 67,5 Prozent der befragten Großhandelsunternehmen wichtige Tätigkeiten. Der Großhandel senkt damit die Komplexität zwischen vielen Produzenten und vielen Abnehmern; er ist ein Koordinationsmotor, der selten öffentlich sichtbar wird.
- Die Finanzierungsfunktion (Vorfinanzierung, Liquiditätsüberbrückung, Zahlungsziele etc.) ist für gut die Hälfte der befragten Großhandelsunternehmen eine wichtige Funktion. Zahlreiche Großhandelsunternehmen bieten somit ihren Abnehmern einen Puffer, wenn Liquidität knapp wird. Damit halten diese Großhandelsunternehmen die Wertschöpfungsketten auch in schwierigeren Zeiten aufrecht. Der Großhandel hat damit eine wichtige Funktion auf der Zahlungs- und Liquiditätsseite in den Wertschöpfungsketten.

- Service- und Zusatzleistungen (Support, Montage, Wartung, Paket-/Full-Service) stellen derzeit für knapp die Hälfte der befragten Großhandelsunternehmen wichtige oder sehr wichtige Funktionen dar. Der Großhandel sollte nicht auf den „Warenumsatz“ reduziert werden, denn er kann Dienstleistungen liefern, die zur Differenzierung seiner Abnehmer im Wettbewerb beitragen und damit deren Wettbewerbsfähigkeit steigern können.

Zwischen den drei Teilgruppen Produktionsverbindungsgroßhandel, Baunaher Großhandel sowie Konsumgütergroßhandel/Autoteile/B2B-Dienstleistungen gibt es in den Befragungsergebnissen nur geringe Unterschiede. In allen drei Gruppen dominieren die Distributionsfunktionen, also die warenbezogenen Funktionen und die Logistikfunktion. Während im Produktionsverbindungsgroßhandel und im Baunahen Großhandel an dritter Stelle die transaktionsbezogenen Funktionen folgen, ist es im Bereich Konsumgütergroßhandel/Autoteile/B2B-Dienstleistungen die Finanzierungsfunktion.

Abbildung 3-1: Funktionen aus Sicht der Großhandelsunternehmen

Anteil in Prozent



Frage: Wie wichtig sind folgende Funktionen für Ihr Unternehmen?

Quelle: Befragung von 125 Großhandelsunternehmen (ungewichtet)

3.2 großhandel ist zentrales distributionsrückgrat der wertschöpfungsketten

Großhandelsunternehmen erwerben Waren in großem Umfang und veräußern sie weitgehend unverändert weiter. Ihre wirtschaftliche Leistung liegt damit nicht in der Produktion, sondern in der Bündelung, Verteilung und Verfügbarkeit. Durch den Umschlag von Handelsware¹ erfüllt der Großhandel seine zentrale Distributionsfunktion zwischen Produktion und Verwendung.

Die Schlüsselstellung des Großhandels im Warenfluss zeigt sein Anteil an der Handelsware in der deutschen Wirtschaft: Mehr als ein Drittel aller Handelswarengeschäfte werden vom Großhandel abgewickelt, kein anderer Wirtschaftssektor² erreicht ähnlich hohe Werte (Abbildung 3-2).

¹Handelsware bezeichnet solche Güter, die von einem Unternehmen eingekauft und ohne weitere wesentliche Be- oder Verarbeitung wiederverkauft werden. In den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR) wird die Handelsware üblicherweise in der Entstehungsrechnung zur Ermittlung der Bruttowertschöpfung nicht ausgewiesen (Nettostellung der Handelsware). Nur bei den Produktionswerten finden sich in der VGR Darstellungen mit und ohne Handelsware. Der Produktionswert mit Handelsware ist eine stärker marktorientierte Bruttodarstellung, die annäherungsweise dem Umsatz entspricht. Die Summe der Handelsware kann aus der Differenz der Brutto und Nettodarstellung ermittelt werden. Somit kann die Bedeutung der Handelsware für einzelne Wirtschaftszweige nachgewiesen werden (Statistisches Bundesamt, 2016).

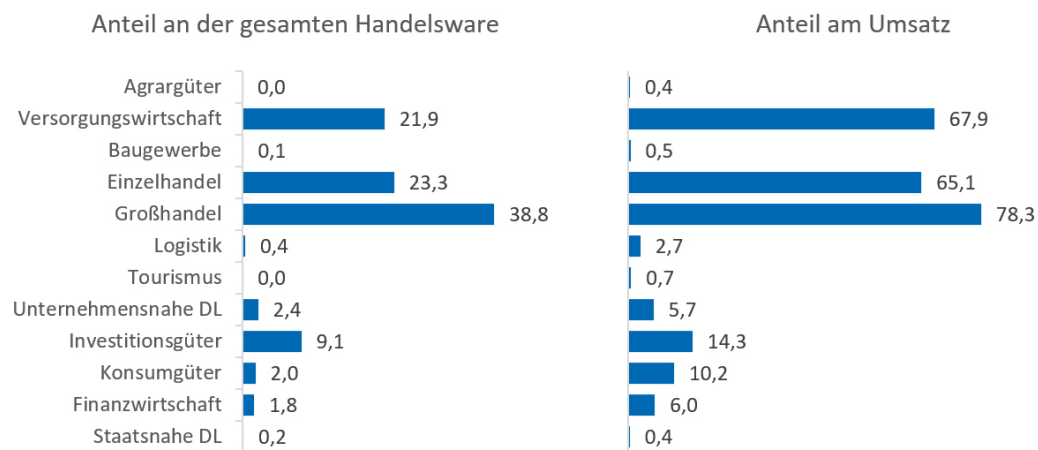
²Zur Zuordnung der einzelnen Branchen zu den zwölf gewählten Obergruppen (Wirtschaftssektoren) siehe Anhang.

Das Geschäftsmodell des Großhandels ist sehr stark auf den Einkauf und Verkauf von Handelsware spezialisiert – also Waren und Dienstleistungen, die eingekauft und nahezu unverändert weiterverkauft werden. Gut 78 Prozent der Umsätze³ entfallen auf Handelswaren. Nur in der Versorgungswirtschaft⁴ ist dieser Anteil mit 68 Prozent ähnlich hoch (Abbildung 3-2). Im Durchschnitt der Gesamtwirtschaft stecken in den Umsätzen rund 28 Prozent Handelsware. Die hohe Bedeutung der Handelswaren unterstreicht nochmals die wichtige Rolle des Großhandels im Distributionssystem. Das Geschäftsmodell der Branche besteht im Wesentlichen in dem Einkauf, der Lagerung und dem Verkauf von Waren, die in den Wertschöpfungsprozessen des Großhandels kaum verändert werden. Mit dem hohen Anteil der Handelsware am Umsatz der Branche wird die hohe Bedeutung der waren- und logistikbezogenen Funktionen des Großhandels (Abbildung 3-1) nochmals empirisch untermauert.

Zwar hat sich an dieser strukturellen Besonderheit in den vergangenen Jahren grundsätzlich wenig geändert, ihre relative Bedeutung ist jedoch zurückgegangen, da Produktionswert und Wertschöpfung deutlich stärker gewachsen sind als der Einsatz von Handelsware. Dies zeigt, dass die anderen Funktionen an Bedeutung zugenommen haben – wie die Service- und Zusatzleistungen, die zu mehr Wertschöpfung im Großhandel führen.

Abbildung 3-2: Anteile der Wirtschaftssektoren an der gesamten Handelsware und Anteil der Handelsware am Umsatz des Wirtschaftssektors

Angaben in Prozent für 2023



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2026; Statistisches Bundesamt, 2026b; eigene Berechnung

³Die Umsätze entsprechen in etwa den Produktionswerten einschließlich der Handelsware. In den Umsätzen sind keine Bestandsveränderungen und selbst erstellte Anlagen enthalten, die allerdings nur ein geringes Volumen haben und vernachlässigbar sind.

⁴Die einzelnen Branchen sind zu zwölf Obergruppen (Wirtschaftssektoren) zusammengefasst worden. Die Zuordnung ist im Anhang dargestellt.

3.3 großhandel ist außenhandelsdrehscheibe

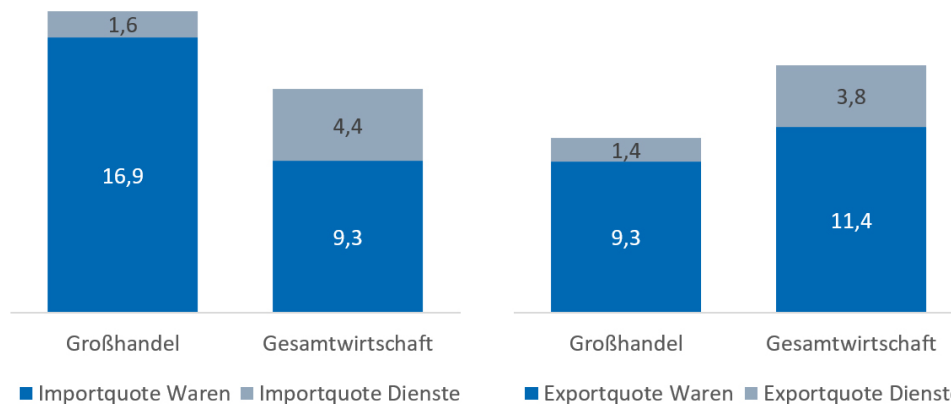
Der Großhandel ist der zentrale Importorganisator der deutschen Wirtschaft – insbesondere für den Mittelstand. Allerdings konnte diese Rolle mit der deutschen Außenhandelsstatistik nicht nachgewiesen werden, da dort nur Waren abgebildet werden, nicht aber der Organisator der Ein- und Ausfuhren. Eurostat liefert hier mit einer neuen Statistik tiefere Einblicke, welche Anteile der Ein- und Ausfuhren auf den Großhandel entfallen (Eurostat, 2026a).

Obwohl der Großhandel (ohne Kfz-Großhandel) nur rund 14 Prozent der Umsätze in der deutschen Wirtschaft stellt, wickelt er gut ein Viertel aller deutschen Warenimporte ab. Gemessen an seinem Umsatz beträgt die Importquote 16,9 Prozent (Abbildung 3-3). Diese ist höher als in der Gesamtwirtschaft (9,3 Prozent). Hinzu kommen Importe von Dienstleistungen, die sich im Großhandel auf rund 1,6 Prozent der Umsätze belaufen. Diese Quote ist niedriger als in der Gesamtwirtschaft. Insgesamt betrachtet ist die Importquote für Waren und Dienstleistungen im Großhandel mit 18,5 Prozent höher als in der deutschen Wirtschaft insgesamt (13,7 Prozent).

Die Statistik zeigt deutliche Unterschiede nach der Warenart. Bei Genussmitteln laufen knapp 60 Prozent der Importe über den Großhandel, bei Agrarprodukten 53 Prozent sowie bei Computern/Elektronik/Optik 44 Prozent. Die Versorgungssicherheit in diesen Bereichen ist ohne den Großhandel kaum denkbar (Eurostat, 2026a). Die Rolle des Großhandels reicht damit weit über seinen Umsatzanteil hinaus und macht ihn zum Schlüsselakteur der Beschaffung.

Abbildung 3-3: Import- und Exportquoten 2024

Importe und Exporte für Waren und Dienstleistungen in Prozent des Produktionswertes mit Handelsware



Import- und Exportquoten für Dienstleistungen des Großhandels teilweise geschätzt

Quelle: Statistisches Bundesamt (2026), Eurostat (2026a)

Der Großhandel ist dabei sehr breit aufgestellt. Knapp 92 Prozent der Großhandelsunternehmen importierten 2024 Güter und Dienstleistungen (Eurostat, 2026b). Bei den Mitgliedern des BGA ist diese Quote mit 94 Prozent sogar noch etwas höher (Befragung von 125 Großhandelsunternehmen, volumengewichtet). Diese hohen Anteile sind nur möglich, weil auch fast alle kleinen und mittelständischen Unternehmen im Importgeschäft tätig sind.

Das Geschäft ist stark auf Europa konzentriert. Zwei Drittel der Einkäufe stammen aus dem EU-Ausland (Eurostat, 2026a) und weitere knapp 6 Prozent aus anderen europäischen Ländern. China ist mit einem Anteil von rund 15 Prozent zu einer bedeutenden Lieferquelle geworden. Die USA spielen als Lieferant aus Sicht der befragten Unternehmen hingegen kaum eine Rolle (Befragung von 125 Großhandelsunternehmen, volumengewichtet).

Der Großhandel ist nicht nur Importeur, sondern hat auch eine tragende Rolle bei den Exporten, auch wenn diese nicht ganz so stark ausgeprägt ist wie auf der Beschaffungsseite. Die Warenexportquote beträgt 9,3 Prozent (2024). In der Gesamtwirtschaft sind es im Durchschnitt 11,4 Prozent. Hinzu kommen die Exporte von Dienstleistungen, die in der Gesamtwirtschaft 2024 rund 3,8 Prozent der Umsätze ausmachen. Im Großhandel liegt diese Quote bei 1,4 Prozent. Die gesamte Exportquote kann für den Großhandel im Jahr 2024 auf 10,7 Prozent geschätzt werden – in der Gesamtwirtschaft sind es 15,2 Prozent.

Beim Exportgeschäft gibt es große Unterschiede zwischen den Teilgruppen des Großhandels. Insgesamt organisieren die Großhandelsunternehmen in Deutschland 11,4 Prozent aller deutschen Warenexporte. Besonders hoch ist dieser Anteil bei Agrarprodukten (65 Prozent), Wasserver-/Abfallentsorgung (41 Prozent) und Getränken (27 Prozent) (Eurostat, 2026a).

Auch die Exporttätigkeit steht im Großhandel auf einer breiten Basis. Rund 63 Prozent der Großhandelsunternehmen sind im Exportgeschäft tätig (Eurostat, 2026a) – noch höher ist diese Quote mit 89 Prozent bei den BGA-Mitgliedern. Über alle Branchen hinweg haben nur 28 Prozent der deutschen Unternehmen ein Exportgeschäft. Das zeigt, wie breit der Großhandel in den internationalen Handel eingebunden ist.

Genauso wie die Importe sind auch die Exporte stark auf Europa konzentriert. Knapp 70 Prozent der Exporte fließen in das EU-Ausland (Eurostat, 2026a) und weitere 14,2 Prozent in andere europäische Länder. China mit einem Anteil von zwei Prozent und insbesondere die USA (2,5 Prozent) spielen bei den Exporten nur eine untergeordnete Rolle.

Der Großhandel übernimmt Import- und Exportfunktionen für andere Wirtschaftsbereiche und ist ein operatives Rückgrat des Außenhandels. Das gilt für die Beschaffungen noch stärker als für die Exporte. Der Großhandel senkt Eintrittsbarrieren in den internationalen Handel, insbesondere für kleinere und mittlere Unternehmen.

kapitel 4

volkswirtschaftliche bedeutung und entwick- lung des großhandels

Bevor die volkswirtschaftliche Bedeutung des Großhandels und seine Entwicklung mit Statistiken vermessen werden können, muss geklärt sein, was im Folgenden unter Großhandel verstanden wird:

- Nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige (Stand: WZ 2008) ist der Großhandel als eigenständige Branche (WZ 46 „Großhandel ohne Kfz-Handel“) berücksichtigt. Er ist Teil der übergeordneten Branchengruppe G. Dazu gehören der „Handel sowie Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen“ (WZ 45), der Großhandel (WZ 46) und der Einzelhandel (WZ 47).
- Diese Einordnungen werden sich durch die beschlossene Aktualisierung der Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2025) ändern. Ab 2026 wird der Großhandel mit Kraftfahrzeugen ausgewiesen, der bisher im Wirtschaftszweig 45 verortet ist.
- Derzeit liegen auf Basis dieser neuen Klassifikation noch keine Daten der amtlichen Statistik vor. In der Studie werden deshalb Statistiken auf Basis der WZ 2008 genutzt. Allerdings wird für ausgewählte Themen der Großhandel inklusive des Kfz-Großhandels berücksichtigt. Hierzu sind Schätzungen notwendig. Das bedeutet einen Vorgriff auf den Übergang von der Klassifikation WZ 2008 zur WZ 2025.

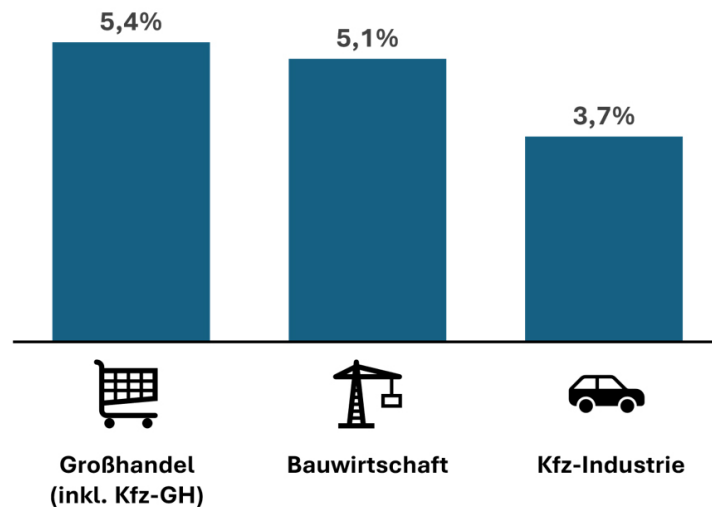
4.1 wohlstandstreiber großhandel

Die volkswirtschaftliche Bedeutung einer Branche zeigt sich in ihrem Beitrag zum wirtschaftlichen Wohlstand. Gemessen daran ist der Großhandel eine tragende Säule der deutschen Wirtschaft – größer als viele Leitindustrien. Er leistet einen wichtigen Beitrag zur Wertschöpfung, spielt eine bedeutende Rolle auf dem Arbeitsmarkt und prägt in hohem Maße die gesamtwirtschaftlichen Produktions- und Umsatztätigkeiten. Seine Bedeutung hat sich in den vergangenen Jahren insgesamt weiter gefestigt.

Mit einem direkten Anteil von 5,4 Prozent an der Bruttowertschöpfung (inkl. Kfz-Großhandel) übertrifft der Großhandel sowohl die Automobilindustrie (3,7 Prozent) als auch die Bauwirtschaft (5,1 Prozent) (Abbildung 4-1). Seine volkswirtschaftliche Bedeutung wird politisch häufig unterschätzt. Während für die Automobilindustrie oder das Baugewerbe gezielte Sektorpolitik betrieben wird, beschränkt sich die Politik beim Großhandel meist auf die Schaffung günstiger Rahmenbedingungen im Wettbewerbsrecht, beim Verbraucherschutz, bei Standort- und Niederlassungsfragen, beim Datenschutz, beim E-Commerce und bei allen Fragen rund um die Berufsausbildung (Bundeswirtschaftsministerium, 2026).

Abbildung 4-1: Anteil an der gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung

Anteil in Prozent, Jahr 2025



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2026; eigene Darstellung

Die Bedeutung des Großhandels war – im Gegensatz zur Industrie – in den letzten Jahren stabil: Der Anteil des Großhandels an der gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung lag im Jahr 2015 bei 5,5 Prozent, 2025⁵ waren es 5,4 Prozent (Abbildung 4-2). Der Großhandel ist ein Stabilitätsanker der Volkswirtschaft.

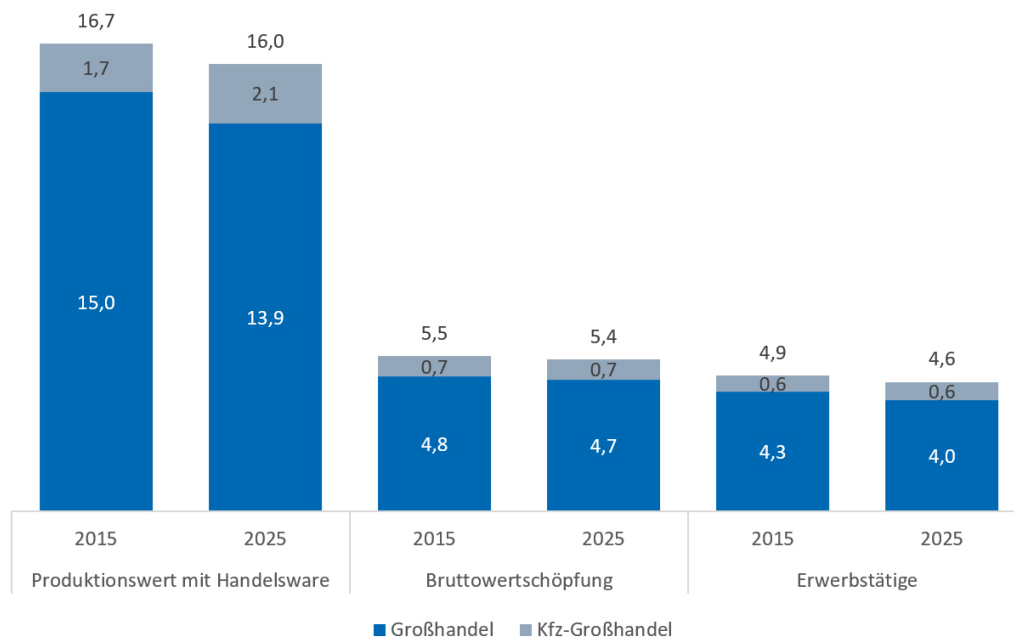
Der Großhandel prägt die Wirtschaftsleistung stärker über die Umsätze als über die Arbeitsplätze (Abbildung 4-2): Auf die Branche entfallen 2025 rund 4,6 Prozent aller Erwerbstätigen. 2015 lag dieser Anteil allerdings noch bei 4,9 Prozent. Deutlich höher sind die Anteile des Großhandels an den Produktionswerten⁶ einschließlich der Handelsware. Das entspricht im Wesentlichen den Umsätzen der Branche. Der Anteil liegt im Jahr 2025 bei 16,0 Prozent. Davon entfallen 13,9 Prozentpunkte auf den Großhandel im engeren Sinn und 2,1 Prozentpunkte auf den Kfz-Großhandel. Im Jahr 2015 war dieser Anteil mit 16,7 Prozent allerdings noch leicht höher. Hier zeigt sich erneut, dass die stärker wertschöpfenden Funktionen im Großhandel an Bedeutung gewonnen haben (siehe auch Kapitel 3.2).

⁵Die Werte bis zum Jahr 2024 basieren auf den veröffentlichten amtlichen Daten (insbesondere VGR), die Werte für das Jahr 2025 sind auf Basis von Handelsstatistiken geschätzt.

⁶Der Produktionswert ist die Summe der in einer Periode selbst erzeugten Waren und Dienstleistungen. Er ist definiert als Umsatz plus Bestandsveränderungen aus eigener Produktion und selbsterstellte Anlagen. Werden von dem Produktionswert die im Inland oder Ausland eingekauften Vorleistungen sowie die Produktionssteuern abgezogen und die Subventionen hinzugefügt, erhält man die Bruttowertschöpfung. Im Produktionswert der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung sind Handelswaren nicht berücksichtigt, weil sie nicht selbst erstellt sind, sondern bei anderen Unternehmen eingekauft und nahezu unverändert weiterverkauft werden. Aber genau der Umschlag dieser Handelsware ist das Kerngeschäft des Großhandels.

Abbildung 4-2: Entwicklung der Kerndaten zur Bedeutung des Großhandels

Anteile klassischer Großhandel und Kfz-Großhandel sowie Summe der beiden Teile in Prozent an der Gesamtwirtschaft



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2026; eigene Berechnung

Die Handelsware ist der Schlüssel zum Verständnis der Großhandelsleistung: Die hohen Umsatzanteile des Großhandels – gemessen am Produktionswert mit Handelsware – resultieren aus der zentralen Bedeutung von Handelswaren, also zugekauften Gütern und Dienstleistungen, die weitgehend unverändert weiterverkauft werden. Sie spiegeln die distributive Kernfunktion des Großhandels wider und unterscheiden ihn strukturell von den meisten anderen Branchen (siehe oben Kapitel 3.2). In der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung beträgt im Jahr 2024 der Produktionswert des Großhandels (einschließlich Kfz-Großhandel) ohne Handelsware rund 404 Milliarden Euro und einschließlich der Handelsware 1.871 Milliarden Euro (2025: 1.904 Milliarden Euro).

Der Großhandel ist wachstumsstark, steht aber aktuell unter Druck: Langfristig betrachtet ist der Großhandel (ohne Kfz-Handel) etwas dynamischer gewachsen als die Gesamtwirtschaft in Deutschland (Abbildung 4-3). Die reale Bruttowertschöpfung ist im Großhandel zwischen 2015 und 2025 pro Jahr um 1,1 Prozent gewachsen – in der Gesamtwirtschaft waren es nur 0,9 Prozent. Allerdings sind hier verschiedene Phasen zu unterscheiden:

- Bis zum Jahr 2022 ist der Großhandel deutlich schneller gewachsen als die Gesamtwirtschaft. Die reale Bruttowertschöpfung legte im Großhandel zwischen 2015 und 2022 um 2,8 Prozent pro Jahr zu – in der Gesamtwirtschaft waren es nur 1,3 Prozent. Insbesondere die Corona-Krise im Jahr 2020 hat den Großhandel aufgrund seiner Flexibilität und Anpassungsfähigkeit im Vergleich zu anderen Wirtschaftssektoren weniger stark getroffen.

- Die durch den Ukraine-Krieg und die zunehmenden geopolitischen Unsicherheiten ausgelösten Krisen haben den Großhandel strukturell und sektoral überdurchschnittlich getroffen. Die reale Bruttowertschöpfung⁷ ist eingebrochen. Von 2022 bis 2025 fiel sie pro Jahr um 2,8 Prozent – und damit deutlich stärker als in der Gesamtwirtschaft (–0,2 Prozent). Im Jahr 2025 sind Zeichen der Trendumkehr zu erkennen. Die reale Bruttowertschöpfung ist im Großhandel wieder gewachsen (+1,1 Prozent), während sie in der Gesamtwirtschaft leicht gesunken ist (–0,1 Prozent).
- Beim Wachstum der realen Bruttowertschöpfung ist zudem zwischen dem Kfz-Großhandel und dem allgemeinen Großhandel seit 2019 eine Abkoppelung zu beobachten. Zwischen 2019 und 2024 sank die Wirtschaftsleistung im Kfz-Großhandel pro Jahr um 2,8 Prozent – im Großhandel war es nur -0,7 Prozent pro Jahr. Trotz Substitutionseffekten kann sich der Autoteile-Großhandel nicht gänzlich der Krise der Automobilindustrie entziehen.

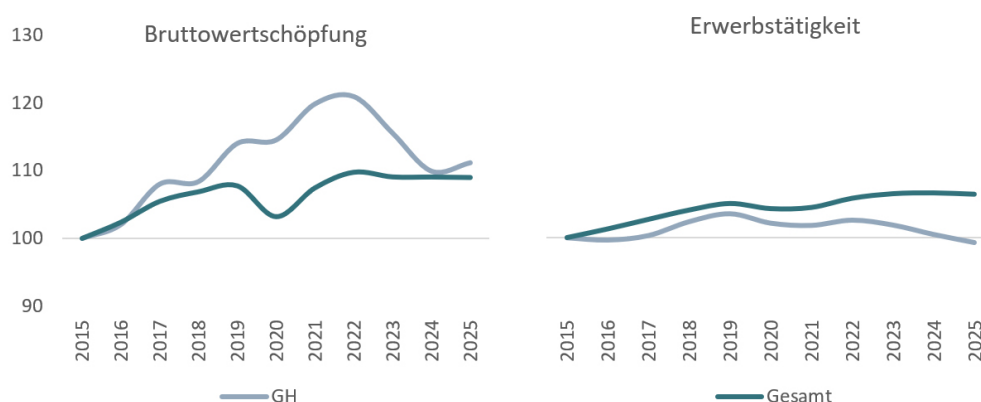
Ein anderes Bild zeigt sich bei der Beschäftigung: Während die wirtschaftliche Bedeutung des Großhandels – gemessen an der Bruttowertschöpfung – stabil bleibt, ist die Erwerbstätigenzahl seit 2019 rückläufig (Abbildung 4-3):

- Der Großhandel hat sich weniger dynamisch entwickelt als die Gesamtwirtschaft. Die Zahl der Arbeitsplätze hat sich 2025 gegenüber 2015 im Großhandel mit –0,1 Prozent pro Jahr kaum verändert. In der Gesamtwirtschaft waren es +0,6 Prozent pro Jahr.
- Seit 2019 ist die Beschäftigung im Großhandel im Trend rückläufig – und zwar stärker als in der Gesamtwirtschaft. Verschärft hat sich der Rückgang ab dem Jahr 2022: Pro Jahr gingen im Großhandel 1,1 Prozent der Erwerbstätigen verloren, während die Gesamtwirtschaft um 0,2 Prozent zugelegt hat.

Dies verweist auf Strukturwandel im Großhandel, der mit Effizienzgewinnen und einer höheren Produktivität (siehe auch Abschnitt 4.2) verbunden ist, da mehr Bruttowertschöpfung mit weniger Personen erwirtschaftet wird.

Abbildung 4-3: Wachstum der realen Bruttowertschöpfung und der Erwerbstätigkeit

Index 2015=100



Wachstum der realen Bruttowertschöpfung im Großhandel für das Jahr 2025 geschätzt mit der Wachstumsrate der realen Umsätze

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2026; eigene Berechnung

⁷Es wird für den Großhandel unterstellt, dass die reale Bruttowertschöpfung auch um die Rate der bekannten realen Umsätze steigt. Wesentlich dabei ist die Annahme, dass sich die Vorleistungsquote in dieser Zeit nicht verändert hat.

4.2 produktivität ermöglicht attraktive einkommen

Produktivität⁸ gilt aus volkswirtschaftlicher Sicht als entscheidender Treiber für wirtschaftliches Wachstum und Wohlstand (Krugman, 1994). Produktivitätszuwächse ermöglichen es, mit gegebenen Ressourcen mehr Güter zu erzeugen. Unternehmen, die produktiver wirtschaften, tragen maßgeblich zur Wettbewerbsfähigkeit von Volkswirtschaften bei. Langfristig beeinflusst die Produktivität damit die positive Entwicklung von Einkommen und Lebensstandard (OECD, 2025).

Der Großhandel ist ein Produktivitätstreiber und damit zugleich ein direkter Treiber des Wohlstands. Die reale Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigenstunde ist im Zeitraum von 2015 bis 2024 im Großhandel stärker gestiegen als im Durchschnitt der Gesamtwirtschaft. Während die Produktivität 2015 noch rund 13 Prozent über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt lag, waren es 2024 bereits 21 Prozent. Die hohe Produktivität des Großhandels ist damit ein zentraler Faktor für den gesamtwirtschaftlichen Wohlstand (Abbildung 4-4).

Beim Produktivitätsniveau hat der Großhandel gegenüber der Industrie aufgeholt. Im Jahr 2015 lag die Produktivität des Verarbeitenden Gewerbes 22,6 Prozent über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt, während der Großhandel einen Vorsprung von 13,1 Prozent aufwies. 2024 betrug der Unterschied zwischen beiden Bereichen nur noch 5,5 Prozentpunkte. In diesem Jahr lag die Industrie 26,7 Prozent über der Gesamtwirtschaft, der Großhandel 21,2 Prozent. Der Abstand zwischen Industrie und Großhandel hat sich damit deutlich verringert (Abbildung 4-4).

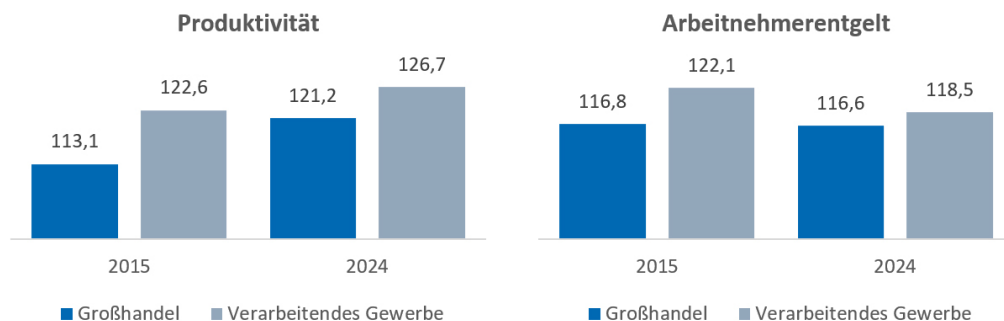
Hinter dem Aufholprozess stehen verschiedene Ursachen:

- Erstens hat sich die Bedeutung wertschöpfungsintensiverer Funktionen erhöht; während der Umsatzanteil des Großhandels an der Gesamtwirtschaft etwas zurückgegangen ist, hat sich der Wertschöpfungsanteil erhöht (siehe oben in Abbildung 4-2).
- Zweitens hat es einen Aufholprozess bei den Innovationen gegeben. Zwar liegt die Innovationsintensität weiterhin unter dem Niveau der Gesamtwirtschaft, das stark durch die Industrie geprägt ist, doch haben sich die relevanten Innovationskennziffern im Großhandel zuletzt spürbar verbessert. Der Abstand zur Gesamtwirtschaft hat sich dadurch merklich verringert. Erreichten im Jahr 2015 die Innovationsaufwendungen je Unternehmen im Großhandel nur 30 Prozent des gesamtwirtschaftlichen Niveaus, waren es 2024 gut 50 Prozent (ZEW, 2026). Vor diesem Hintergrund kommt der gezielten Stärkung von Innovationen im Großhandel auch in Zukunft eine zentrale Bedeutung zu, um die Produktivität weiter zu steigern.
- Drittens ist der Großhandel eine produktive Fachkräftebranche. Die hohe Produktivität beruht auf einem überdurchschnittlich hohen Qualifikationsniveau, geprägt von Fachkräften und Spezialisten. Insgesamt konzentriert sich das Qualifikationsprofil der Branche auf die gehobenen mittleren Qualifikationssegmente, während die unteren Qualifikationsstufen weniger stark besetzt sind. Allerdings hat der Großhandel ein Nachwuchsproblem: Die Ausbildungsintensität (Anteil der Auszubildenden an den Beschäftigten) ist mit 3,2 Prozent deutlich niedriger als in der Gesamtwirtschaft (4,2 Prozent) (Bundesagentur für Arbeit, 2025).

⁸Die Produktivität misst, welche preisbereinigte Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigenstunde erwirtschaftet wird. Bei gleicher Arbeitszeit pro Person kann der wirtschaftliche Wohlstand, gemessen als preisbereinigtes Bruttoinlandsprodukt je Einwohner, nur erhöht werden, wenn jede Person pro Arbeitsstunde mehr erwirtschaftet, also produktiver wird.

Abbildung 4-4: Produktivität und Arbeitnehmerentgelte je Stunde

Produktivität: Reale Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigenstunde in Euro; Arbeitnehmerentgelt je Arbeitnehmerstunde in Euro; Jahre 2015 und 2024; Gesamtwirtschaft = 100



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2026; Statistisches Bundesamt, 2026d; Statistisches Bundesamt, 2026e; eigene Berechnung

Die hohe Produktivität ermöglicht es dem Großhandel, attraktive Löhne und Gehälter zu zahlen (Abbildung 4-4). Die Arbeitnehmerentgelte je geleisteter Arbeitnehmerstunde⁹ liegen im Großhandel rund 17 Prozent über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt. Die geringere Produktivität in der Gesamtwirtschaft geht dort mit geringeren Verdienstmöglichkeiten einher. Die hohe Leistungsfähigkeit kommt damit direkt den Beschäftigten zugute.

Die Niveauunterschiede bei den Arbeitnehmerentgelten zeigen, dass attraktive Einkommen auch in distributiven Branchen möglich sind. Der Abstand zum Verarbeitenden Gewerbe, das weiterhin höhere Arbeitnehmerentgelte aufweist, hat nicht zuletzt aufgrund der derzeitigen industriellen Krise abgenommen (Abbildung 4-4). Der Großhandel ist damit ein attraktiver Einkommensanker.

4.3 wertschöpfungskette großhandel

Der Großhandel ist kein isolierter Wirtschaftszweig, sondern das Scharnier der Volkswirtschaft. Seine Bedeutung liegt vor allem in der Koordination komplexer Wertschöpfungsnetze, über die Unternehmen und Verbraucher schnell und verlässlich versorgt werden. Er ist eng mit nahezu allen Branchen verflochten und übernimmt eine koordinierende Funktion zwischen Beschaffung und Absatz.

Die Verflechtungen können mit den Input-Output-Tabellen (IOT) untersucht werden. Beim Großhandel ist es zwingend erforderlich, auch die Handelsware zu berücksichtigen, da sie hier eine herausgehobene Bedeutung hat (siehe Kapitel 3.2). Da die IOT in der amtlichen Statistik keine Handelsware enthält, sondern den Großhandel nur in Höhe der Handelsspannen berücksichtigt, wurde für diese Studie eine IOT mit Handelsware errechnet. Der Produktionswert mit Handelsware entspricht in etwa den Umsätzen. Beide Größen können synonym verwendet werden.

⁹Zwischen den Tarifentgelten und den Arbeitnehmerentgelten je geleisteter Arbeitsstunde bestehen wesentliche konzeptionelle Unterschiede, die zu deutlichen Niveauunterschieden führen: In den Arbeitnehmerentgelten sind nicht nur die Tarifentgelte, sondern auch die Sozialabgaben der Arbeitgeber sowie Weihnachtsgeld, Urlaubsgeld, vermögenswirksame Leistungen, Leistungsprämien, Zuschläge und weitere betriebliche Zusatzleistungen enthalten. Die Arbeitsstunden umfassen nur die tatsächlich geleisteten Arbeitsstunden, also die vereinbarte Arbeitszeit abzüglich von Urlaubs- und Krankheitstagen sowie anderen bezahlten Ausfallzeiten. Dadurch fallen in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung der Zähler Arbeitnehmerentgelt höher und der Nenner geleistete Arbeitsstunden geringer aus als in Tarifvereinbarungen, was zu höheren Werten führt.

Das Geschäftsmodell des Großhandels ist stark auf das B2B-Segment ausgerichtet. Von dem Produktionswert (einschließlich der Handelsware) des Großhandels (ohne Kfz-Großhandel) in Höhe von 1.622 Milliarden Euro (2024) fließen rund 1.203 Milliarden Euro als Vorleistungen an andere Unternehmen und 419 Milliarden Euro in die Endnachfrage. Der Anteil der Vorleistungen liegt bei 74 Prozent – in der Gesamtwirtschaft sind es nur 52 Prozent.

In den gesamtwirtschaftlichen Produktionswerten (einschließlich der Handelsware)¹⁰ stecken 10,4 Prozent Zulieferungen des Großhandels. Noch deutlicher wird diese Distributionsfunktion bei einem Blick auf die inländischen Beschaffungsmärkte. Gut ein Fünftel aller Vorleistungslieferungen in Deutschland stammt von Großhandelsunternehmen.

Der Großhandel hat für andere Branchen durch intensive Vorleistungsverflechtungen eine hohe Bedeutung in den Wertschöpfungsketten. Das verdeutlichen die Lieferungen und Beschaffungen des Großhandels, gemessen am Produktionswert der Partnerbranchen¹¹(Abbildung 4-5):

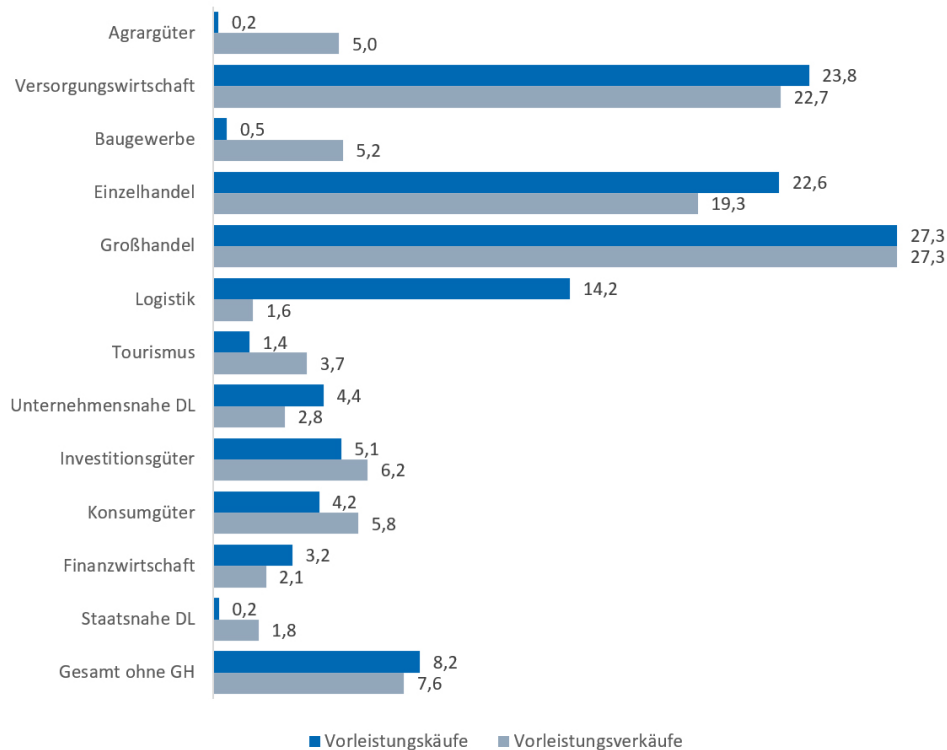
- Der Großhandel kauft bei anderen Branchen im Inland Vorleistungen in Höhe von 824 Milliarden Euro (2024) ein. Das entspricht 8,2 Prozent der Produktionswerte dieser Branchen. Der Anteil der Vorleistungslieferungen an andere Branchen ist mit 7,6 Prozent wiederum bezogen auf deren Produktionswert ähnlich hoch. Der Großhandel agiert in erheblichem Umfang auf beiden Marktseiten und ist damit eine zentrale Drehscheibe der deutschen Wirtschaft.
- Der Großhandel ist insbesondere für die Versorgungswirtschaft ein wichtiger Absatzmarkt. Knapp 24 Prozent der Umsätze dieser Branche gehen an den Großhandel. Ähnlich hoch ist dieser Anteil beim Einzelhandel (22,6 Prozent). Dahinter folgt mit 14,2 Prozent die Logistik. Auch für die unternehmensnahen Dienstleistungen, die Investitions und Konsumgüterindustrie erreichen die Umsatzanteile des Großhandels relevante Größenordnungen. Die Anteile liegen bei 4 bis 5 Prozent von deren Umsätzen.
- Auf der Absatzseite des Großhandels (also bei den Vorleistungsverkäufen an andere Branchen) sind neben der Versorgungswirtschaft und dem Einzelhandel die Investitionsgüterindustrie sowie das Baugewerbe, insbesondere das Bauhandwerk, wichtige Zielmärkte. In deren Beschaffungen stecken erhebliche Zulieferungen von Großhandelsunternehmen. Auch Gastronomie und Hotellerie spielen eine wichtige Rolle im Großhandel, insbesondere für die Konsumgütergroßhändler.

¹⁰Der Produktionswert mit Handelsware aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung kann als Umsatz des Großhandels interpretiert werden. Allerdings unterscheidet sich der Produktionswert (rund 1,6 Bio. Euro im Jahr 2024) vom Umsatz, wie er in der Bereichsübergreifenden Unternehmensstatistik des Statistischen Bundesamtes ausgewiesen wird (rund 1,3 Bio. Euro im Wirtschaftszweig 46). Der Grund sind unterschiedliche Konzepte: Die VGR verwendet das einzelne Unternehmen als Darstellungseinheit, die Unternehmensstatistik den EU-Unternehmensbegriff. Bei letzterem kann die Darstellungseinheit aus mehreren rechtlichen Einheiten (=mehrere Unternehmen) bestehen. In der Folge können die Darstellungseinheiten unterschiedlichen Wirtschaftszweigen zugeordnet werden, sodass sich die Werte unterscheiden.

¹¹Die Zuordnung der einzelnen Branchen zu den zwölf untersuchten Obergruppen ist im Anhang dokumentiert.

Abbildung 4-5: Vorleistungskäufe und -verkäufe des Großhandels am Produktionswert der anderen Branchen

Anteile in Prozent für 2024



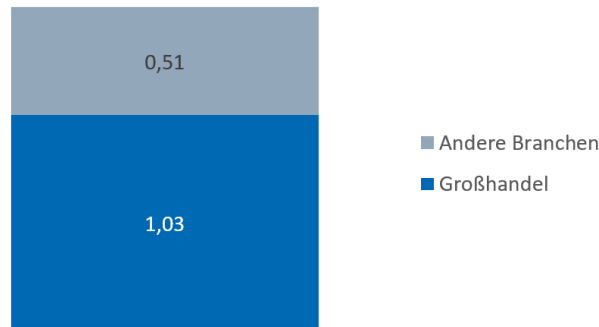
Produktionswert einschließlich der Handelsware; GH bedeutet Großhandel; Versorgungswirtschaft umfasst Energie-, Wasser- und Abfallwirtschaft, Einzelhandel umfasst neben den Unternehmen der Wirtschaftszweigklassifikation WZ 47 auch den Kfz-Handel einschließlich Reparatur von Fahrzeugen (WZ 45); Finanzwirtschaft einschließlich Immobilienwirtschaft
Quelle: Eurostat (2025), Statistisches Bundesamt (2026), eigene Berechnung

Besonders deutlich wird die Rolle des Großhandels in den Wertschöpfungsketten bei einer Betrachtung der Hebelwirkungen. Sie messen die Kreislaufeffekte der Erhöhung der Wertschöpfung im Großhandel auf die eigene Branche und die anderen Branchen, die durch ein Wachstum des Großhandels (Anstoßeffekt) ausgelöst werden. Die Handelsware spielt bei dieser Betrachtung keine Rolle, weil sie bei der Berechnung der Bruttowertschöpfung (= Produktionswert einschließlich der Handelsware – Vorleistungsbezüge einschließlich der Handelsware – direkte Steuern) bereits abgezogen ist (Abbildung 4-6):

- Wenn als Anstoßeffekt die Wertschöpfung im Großhandel um einen Euro steigt, nimmt durch die Kreislaufeffekte im Vorleistungsverbund die Wertschöpfung im Großhandel selbst um 1,03 Euro und in anderen Branchen um 51 Cent zu. Insgesamt beträgt die Hebelwirkung damit 1,54 Euro.
- Außerhalb des Großhandels sind diese Kreislaufeffekte in der Logistik besonders stark ausgeprägt. Die Wertschöpfung nimmt dort um 18 Cent zu. Eine ähnlich hohe Hebelwirkung ist mit 17 Cent bei den unternehmensnahen Dienstleistungen zu beobachten. Mit etwas Abstand folgt mit 6 Cent die Finanz- und Immobilienwirtschaft. Für alle anderen Branchen addieren sich die Kreislaufeffekte auf insgesamt 10 Cent.

Abbildung 4-6 Hebelwirkungen des Großhandels in der Wertschöpfungskette

Erhöhung der Wertschöpfung im Großhandel und in den anderen Branchen im Wirtschaftskreislauf durch den Anstoßeffekt einer Zunahme der Wertschöpfung im Großhandel um 1 Euro; Angaben in Euro für 2025



Quelle: Eurostat, 2025, eigene Berechnung

Der Großhandel profitiert auch vom Wachstum der anderen Branchen. Wenn die Wertschöpfung aller anderen Branchen um einen Euro steigt, erhöht sich durch die Kreislaufeffekte die Wertschöpfung im Großhandel um 9 Cent. Die wichtigsten Wachstumstreiber für den Großhandel sind die Konsumgüterindustrie (12 Cent), die Bauwirtschaft (10 Cent), der Agrarsektor (8 Cent) und der Tourismus (7 Cent).

4.4 zwischen stagnation und wachstum – teilmärkte des großhandels

Der Großhandel besteht aus einer Vielzahl von Teilbranchen. Auf Basis der amtlichen Statistik können fünfzehn Warengruppen sowie eine nicht zuordenbare Restgruppe unterschieden werden. Rund 68 Prozent der Umsätze entfallen auf sechs Warengruppen: Nahrungs- und Futtermittel, Kfz, Pharma, Mineralölzeugnisse und andere Energierohstoffe, Bau sowie Maschinenbau (Tabelle 4-1).

Das Wachstum entsteht in wenigen Teilmärkten – Stagnation ist der Normalfall. Real wuchsen die Umsätze des Großhandels zwischen 2015 und 2025 nur um 0,9 Prozent pro Jahr, in den letzten fünf Jahren gar nicht mehr. Dynamik gibt es fast ausschließlich in einzelnen Segmenten wie Pharma, Glas/Keramik/Zement/Beton, Elektrotechnik und Kfz-Großhandel – die übrigen Teilmärkte stagnieren oder schrumpfen real. Wenig dynamisch entwickelt haben sich insbesondere die Warengruppen aus den Bereichen Metallerzeugung und -bearbeitung, Chemie, Landwirtschaft sowie Bau (Tabelle 4-1).

Tabelle 4-1: Marktanteile nach Warengruppen

Anteile in Prozent für Umsätze in laufenden Preisen (nominal) und in Preisen von 2015 (real)

	Umsatzanteile			Wachstum ¹² pro Jahr	
	2015	2025		2015 bis 2025	
	Nominal = Real	Nominal	Real	Nominal	Real
Landwirtschaft	4,8	3,8	3,9	0,4	-1,2
Nahrungs- und Futtermittel	17,4	18,9	16,5	3,7	0,4
Textil und Bekleidung	2,5	1,9	2,4	0,0	0,4
Mineralölerzeugnisse	9,2	8,6	8,2	2,1	-0,3
Chemie	2,7	2,3	2,1	1,3	-1,6
Pharma	8,5	10,2	11,9	4,7	4,3
Glas, Keramik, Zement, Beton	0,5	0,4	0,6	0,3	1,3
Metallerzeugung und -bearbeitung	4,3	4,4	3,1	3,1	-2,4
DV-Geräte, optische Erzeugnisse	8,0	7,5	11,3	2,1	4,4
Elektrische Ausrüstungen	3,2	2,8	3,8	1,4	2,5
Maschinenbau	8,1	8,0	7,7	2,6	0,3
Automotive	12,4	14,4	13,2	4,3	1,5
Möbel und sonstige Waren	1,2	1,0	1,0	1,0	-0,6
Sekundärrohstoffe/ Abfallentsorgung	0,9	0,8	0,9	1,4	0,6
Bau	9,0	8,1	7,4	1,6	-1,0
Nicht zuordenbar	7,1	6,7	6,2	2,2	-0,4
Gesamt	100,0	100,0	100,0	2,8	0,9

Abgrenzung der Branchen auf Grundlage der VGR-Klassifizierung

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2026c; Statistisches Bundesamt, 2026d; Statistisches Bundesamt, 2026e; eigene Berechnung

4.5 stiller finanziierer der wertschöpfungsketten

Die Bilanzstatistik der Deutschen Bundesbank für die Jahre 2015 bis 2023 zeigt klar: Mit 107,6 Mrd. Euro Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und einem Anteil von 18,5 Prozent aller kurzfristigen Lieferantenkredite übernimmt der Großhandel in erheblichem Umfang eine Kredit- und Liquiditätsfunktion für seine Abnehmer (siehe auch Kapitel 3.1). Der Anteil der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen an der Bilanzsumme beträgt im Jahr 2023 im Großhandel 17 Prozent, in der Gesamtwirtschaft nur 8,9 Prozent (Abbildung 4-7). Er ist damit nicht nur Distributeur von Waren, sondern mit seiner Finanzierungsfunktion ein zentraler Liquiditätspuffer der Wirtschaft.

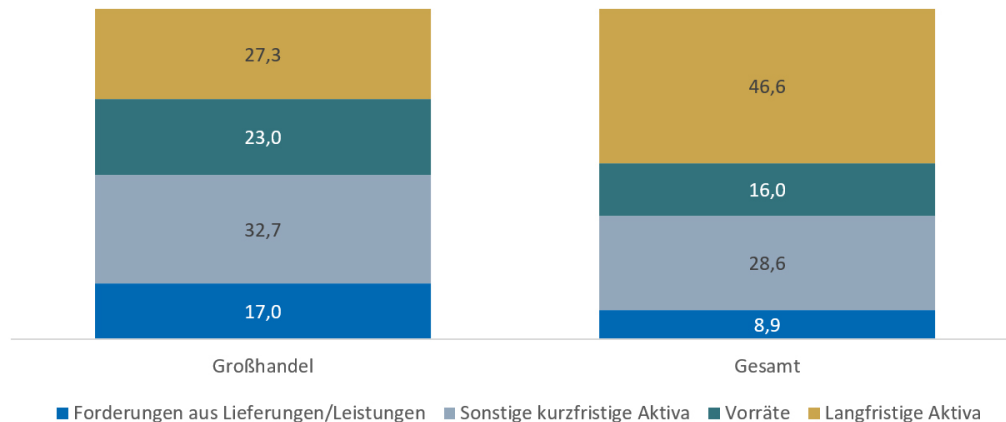
Die Finanzierungsfunktion zeigt sich auch in den Kapitalstrukturen des Großhandels. Er ist kurzfristig finanziert, aber dennoch stabil aufgestellt: Der Großhandel weist weniger langfristig gebundene Vermögenswerte und einen hohen Anteil kurzfristiger Verbindlichkeiten auf. Fast 46 Prozent der Bilanzsumme sind kurzfristige Fremdmittel (einschließlich Kredite aus Lieferungen und Leistungen). Im Durchschnitt aller Unternehmen liegt dieser Anteil nur bei 38,6 Prozent.

¹²Das hier ausgewiesene Wachstum basiert auf hochgerechneten Befragungsergebnissen aus der Jahresstatistik im Handel (Statistisches Bundesamt, 2026d). Es weicht aus konzeptionellen Gründen von dem Wachstum ab, das in der Monatsstatistik Großhandel und Handelsvermittlung (Statistisches Bundesamt, 2026c) und in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (Statistisches Bundesamt, 2026) ab.

Gleichzeitig liegt die Eigenkapitalquote mit 34,7 Prozent (Durchschnitt der Jahre 2015 bis 2023) über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt (30,4 Prozent). Das ist kein Zeichen von Schwäche, sondern Ausdruck eines auf Umlaufvermögen und Finanzierung ausgerichteten Geschäftsmodells.

Abbildung 4-7: Struktur der Aktiva im Großhandel und der Gesamtwirtschaft

Anteil an der Bilanzsumme im Jahr 2023, in Prozent



Quelle: Deutsche Bundesbank, 2025

4.6 mittelstand prägend – und unter wirtschaftlichem druck

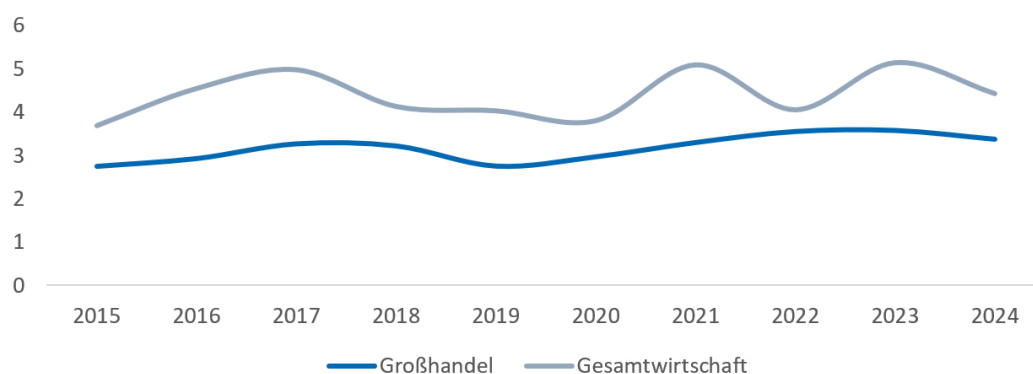
Der Großhandel wird maßgeblich vom Mittelstand geprägt. Der Mittelstand (Unternehmen bis 499 Beschäftigte) stellt 78 Prozent der Beschäftigten und über 70 Prozent der Umsätze. Dies ist deutlich mehr als in der Gesamtwirtschaft, wo auf den Mittelstand 66 Prozent der Beschäftigten und 57 Prozent der Umsätze entfallen (Statistisches Bundesamt, 2026; bedirect, 2026).

Die wirtschaftliche Lage des Großhandels war über mehrere Jahre positiv. Im Großhandel konnten die Gewinne kontinuierlich gesteigert werden und haben so die finanzielle Stabilität des Großhandels gestärkt, was sich in einer hohen Innenfinanzierungskraft widerspiegelt hat. Im Zeitraum 2015 bis 2023 war ein durchschnittliches jährliches Wachstum von 7,5 Prozent zu verzeichnen. Allerdings zeigen vorläufige Berechnungen der Deutschen Bundesbank, dass für das Jahr 2024 mit einem Rückgang des Gewinns um etwa 30 Prozent zu rechnen ist, wodurch die zentrale Finanzierungsquelle unter Druck geraten könnte.

Mit einer Bruttoumsatzrendite im Durchschnitt der Jahre 2015 bis 2024 von 3,2 Prozent liegt der Großhandel unter der Gesamtwirtschaft (4,4 Prozent). Seit dem Jahr 2019 mit einer Rendite von nur 2,8 Prozent konnte der Großhandel den Abstand zur Gesamtwirtschaft etwas verringern (Abbildung 4-8). Allerdings liegt die tatsächliche Ertragskraft über der Umsatzrendite des Großhandels, da es sich um einen rein rechnerischen Effekt der handelswarendominierten Umsätze handelt (siehe Kapitel 3.2). Gemessen an der Wertschöpfung (26,7 Prozent Gewinnanteil) und am Eigenkapital (23,2 Prozent Rendite) ist der Großhandel profitabler als der Unternehmensdurchschnitt in Deutschland.

Abbildung 4-8: Bruttoumsatzrendite Großhandel im Vergleich zur Gesamtwirtschaft

Jahresergebnis vor Steuern in Prozent des Umsatzes



Umsatzrendite des Großhandels im Jahr 2024 auf Grundlage der Befragung geschätzt.

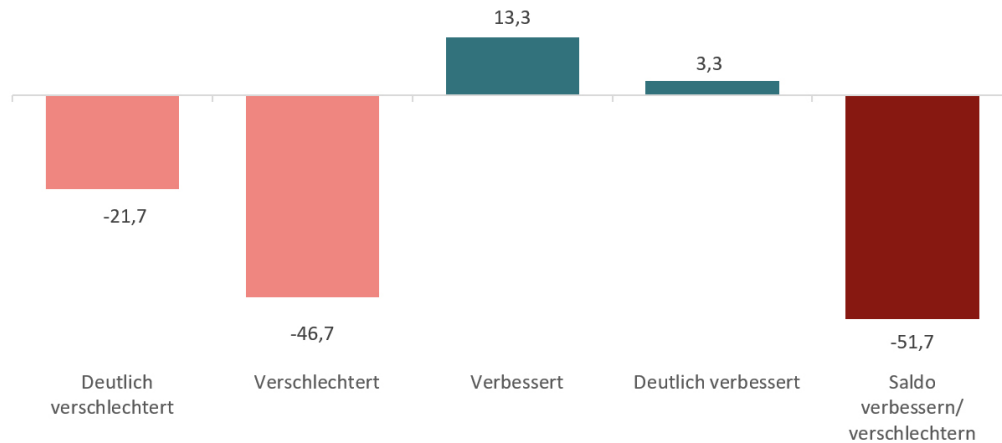
Quelle: Deutsche Bundesbank (2025), Befragung von 125 Großhandelsunternehmen

Gleichwohl zeigt die Entwicklung der Umsatzrendite die aktuelle Krise im Großhandel. Die Umsatzrendite ist bei den meisten Großhandelsunternehmen im Zeitraum 2023 bis 2025 gesunken (Abbildung 4-9). Nur wenigen ist eine deutliche Verbesserung gelungen, während sich die Umsatzrendite bei mehr als einem Fünftel der Unternehmen deutlich verschlechtert hat. Auch für das Jahr 2026 erwarten die Unternehmen des Großhandels weiter sinkende Renditen. Damit steht der Großhandel vor großen wirtschaftlichen Herausforderungen.

Zwischen den drei Teilgruppen Produktionsverbindungsgroßhandel, Baunaher Großhandel sowie Konsumgütergroßhandel/Autoteile/B2B-Dienstleistungen gibt es in den Befragungsergebnissen Unterschiede. Im Produktionsverbindungsgroßhandel sowie im Bereich Konsumgütergroßhandel/Autoteile/B2B-Dienstleistungen finden sich deutlich mehr Unternehmen, die von einer gesunkenen Rendite berichten als von einer gestiegenen Rendite. Im Baunahen Großhandel ist das Bild noch stärker ausgeprägt, hier berichten fast alle Unternehmen von einer sinkenden Rendite. Bei schwachen Umsätzen belasten steigende Kosten für Personal, Material, Wärme und Mobilität und Bürokratie die Unternehmen.

Abbildung 4-9: Entwicklung der Umsatzrendite von 2023 bis 2025

Anteil in Prozent



Frage: Wie hoch war Ihre Umsatzrendite in den letzten Jahren und was erwarten Sie für 2026?

Quelle: Befragung von 125 Großhandelsunternehmen (ungewichtet)

Der Großhandel steht vor einem umfassenden Wandel. Derzeit schrumpft der Großhandel. Die Zahl der Großhandelsunternehmen ist zwischen 2018 und 2023 um 12 Prozent zurückgegangen – deutlich stärker als in der Gesamtwirtschaft (-2,4 Prozent). Das ist kein kurzfristiger Effekt, sondern Ausdruck eines anhaltenden Strukturwandels (Statistisches Bundesamt, 2026f).

Mit einer Gründungsrate von 5,7 Prozent bei gleichzeitig 7,8 Prozent Schließungen weist der Großhandel einen klar negativen Saldo auf. Gründungen reichen derzeit nicht aus, um den Unternehmensbestand, die Beschäftigung und die Erneuerung zu stabilisieren. Gleichwohl geht durch diesen Strukturwandel bisher nur die Unternehmenszahl zurück, nicht jedoch in großem Umfang die Zahl der Arbeitsplätze. Auf Neugründungen entfallen im Durchschnitt 0,7 Prozent der Beschäftigten, auf Liquidationen 0,9 Prozent (Statistisches Bundesamt, 2026g).

Der Rückgang der Unternehmenszahl schlägt sich bislang nur begrenzt auf den Arbeitsmarkt nieder – ein Hinweis auf Konzentration und Produktivitätsgewinne, vielleicht aber auch auf einen intensiveren Wettbewerb sowie auf Zukunftsvorsorge und Sicherung von Arbeits- und Fachkräften für eine konjunkturelle Erholung.

kapitel 5

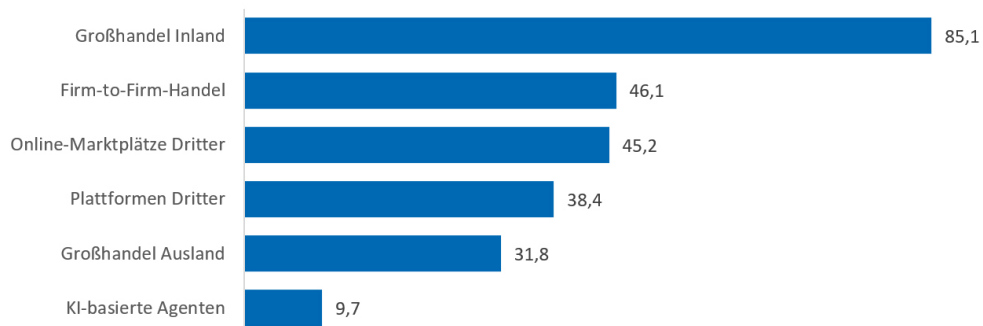
wettbewerber und veränderungen im marktumfeld

5.1 bedeutung aktueller wettbewerber

Der Wettbewerb¹³ im Großhandel ist derzeit primär ein Binnenwettbewerb: Mit großem Abstand sind andere inländische Großhandelsunternehmen die wichtigsten Konkurrenten. Dahinter folgen der Firm-to-Firm-Handel ohne vermittelnde Rolle des Großhandels sowie externe Online Marktplätze. Nachrangig folgen Plattformen Dritter und der ausländische Großhandel. KI-basierte Agenten haben bislang noch keine relevante Bedeutung als Wettbewerber (Abbildung 5-1).

Abbildung 5-1: Heutige Bedeutung von Wettbewerbern

Anteil bedeutend/sehr bedeutend in Prozent



Frage: Bitte bewerten Sie die Bedeutung der wesentlichen Wettbewerber Ihres Unternehmens.

Quelle: Befragung von 125 Großhandelsunternehmen (ungewichtet)

Die Wettbewerbsstruktur des Großhandels ist nicht homogen, sondern unterscheidet sich deutlich nach Teilgruppen. Zwar ist der inländische Großhandel in allen Bereichen der wichtigste Wettbewerber, doch spielen ausländische Großhändler im Produktionsverbindungsgroßhandel sowie im Konsumgütergroßhandel/Autoteile/B2B-Dienstleistungen eine große Rolle. Der Produktionsverbindungsgroßhandel steht stärker im Wettbewerb mit direktem Firm-to-Firm-Handel als die übrigen Zweige, was die klassische Vermittlerrolle des Großhandels dort unter Druck setzt. Online-Marktplätze spielen dagegen im Produktionsverbindungshandel eine geringere Rolle.

¹³In der Befragung wurden verschiedene Formen des Wettbewerbs abgefragt: Die Konkurrenz durch andere inländische Großhändler (Binnenwettbewerb) oder durch Großhändler aus dem Ausland, Firm-to-Firm-Handel (direkter Handel zwischen Abnehmer und Hersteller ohne Zwischenstufe Großhandel), Online-Marktplätze Dritter (digitaler Treffpunkt mehrerer unabhängiger Verkäufer und Käufer; Marktplatzbetreiber erhält für jeden Verkauf eine Provision), Plattformen Dritter (Ökosystem für verschiedene Formen von Interaktionen und Wertschöpfungsaktivitäten zwischen mehreren Parteien, z. B. Austausch von Informationen, Erstellung und Weitergabe von Inhalten, aber auch Austausch von Waren und Dienstleistungen) sowie KI-basierte Agentensysteme (autonom handelnde Softwaresysteme auf KI-Basis)

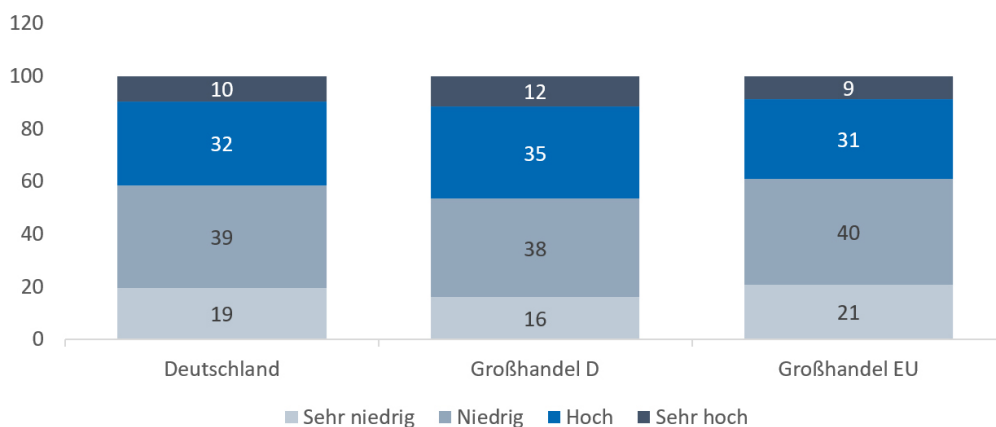
Digitale Plattformen sind im Baunahen Großhandel relevanter. KI-basierte Agentensysteme werden am häufigsten vom Produktionsverbindungs-großhandel als Wettbewerber wahrgenommen.

5.2 digitalisierung als herausforderung für die wettbewerbsfähigkeit

Die Digitalisierung ist ein entscheidender Zukunftstrend. Der Großhandel ist überdurchschnittlich digitalisiert und hat damit gute Startchancen, diesen Strukturwandel erfolgreich zu bestehen. Das zeigt ein Index zur Digitalisierung der EU, der verschiedene Fähigkeiten zusammenfasst (Abbildung 5-2). 47 Prozent der Großhandelsunternehmen in Deutschland haben einen sehr hohen oder hohen Digitalisierungsgrad. In Deutschland liegt dieser Anteil im Durchschnitt aller Branchen bei 42 Prozent. Im europäischen Vergleich ist der deutsche Großhandel überdurchschnittlich gut positioniert. Nur 40 Prozent der Großhandelsunternehmen in der EU-27 haben einen sehr hohen oder hohen Digitalisierungsgrad.

Abbildung 5-2: Digitalisierungsintensität der Unternehmen

Index in vier Stufen von sehr niedrig bis sehr hoch; Anteile in Prozent für 2024



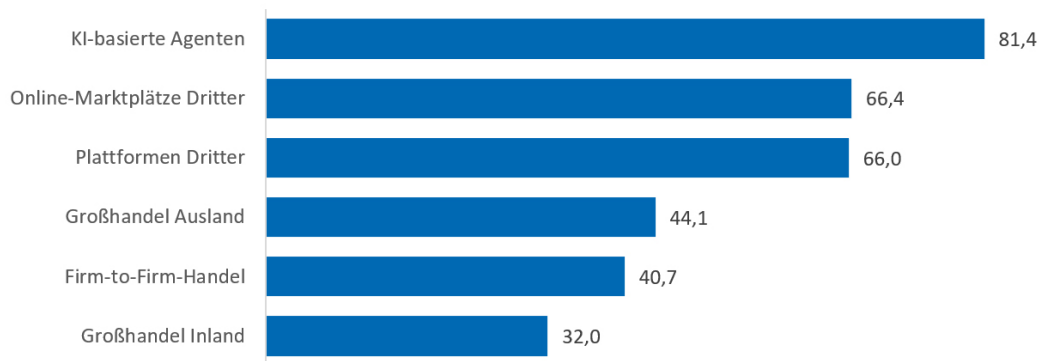
Quelle: Eurostat (2026c)

Zukünftig dürften sich digitale Lösungen deutlich häufiger als Konkurrenten der Großhandelsunternehmen erweisen. KI-basierte Agentensysteme spielen aktuell noch keine wettbewerbsrelevante Rolle, werden aber bereits als zukünftige Herausforderung wahrgenommen. Auch Online-Marktplätze und Plattformen Dritter werden als Herausforderung gesehen (Abbildung 5-3).

Zwischen den Großhandelszweigen bestehen dabei nur geringe Unterschiede: Alle rechnen mit einer wachsenden Bedeutung von KI-basierten Agentensystemen. Dahinter folgen Online-Marktplätze und Plattformen. Im Baunahen Großhandel gewinnen digitale Plattformen als Wettbewerber an Bedeutung, während ausländische Großhändler dort eine geringere Rolle spielen.

Abbildung 5-3: Zunehmende Bedeutung von Wettbewerbern

Anteil Bedeutungszunahme in den nächsten fünf Jahren in Prozent



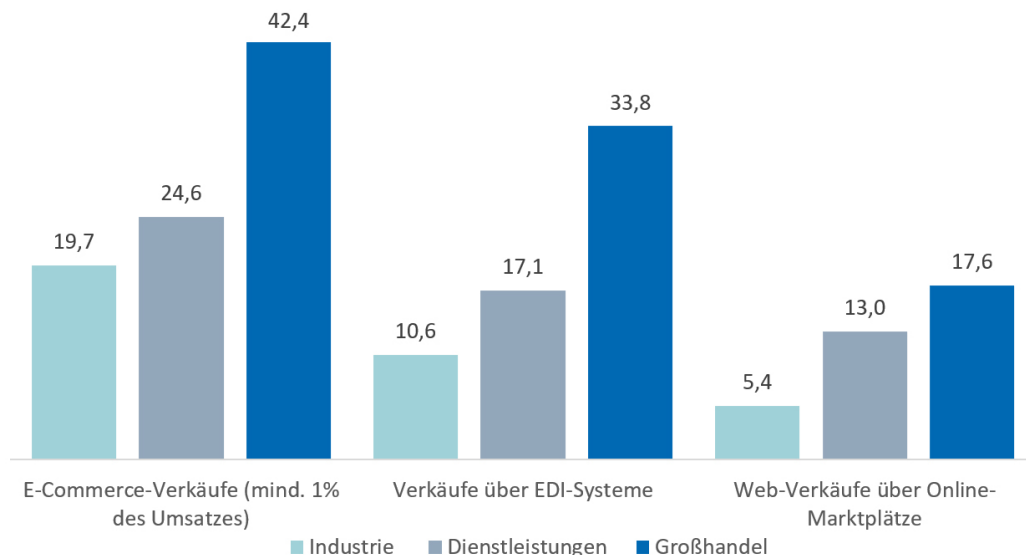
Frage: Wie wird sich die Bedeutung Ihrer wesentlichen Wettbewerber in den nächsten fünf Jahren ändern?

Quelle: Befragung von 125 Großhandelsunternehmen (ungewichtet)

Die Digitalisierung wird im Großhandel den strukturellen Wandel vorantreiben. Die Branche ist darauf in Teilen gut vorbereitet. Der Großhandel gehört bei der Nutzung digitaler Vertriebskanäle und von EDI-Systemen (Electronic Data Interchange) zu den digital fortgeschrittenen Branchen der deutschen Wirtschaft, wie Daten von Eurostat für Unternehmen ab 10 Beschäftigten zeigen (Abbildung 5-4). Die BGA-Unternehmen nutzen diese Kanäle noch stärker: Auf E-Commerce-Verkäufe und EDI im Absatz setzen jeweils knapp 70 Prozent der Unternehmen, auf Online-Marktplätze 52 Prozent (Befragung von 125 Großhandelsunternehmen).

Abbildung 5-4: Großhandel treibt E-Commerce

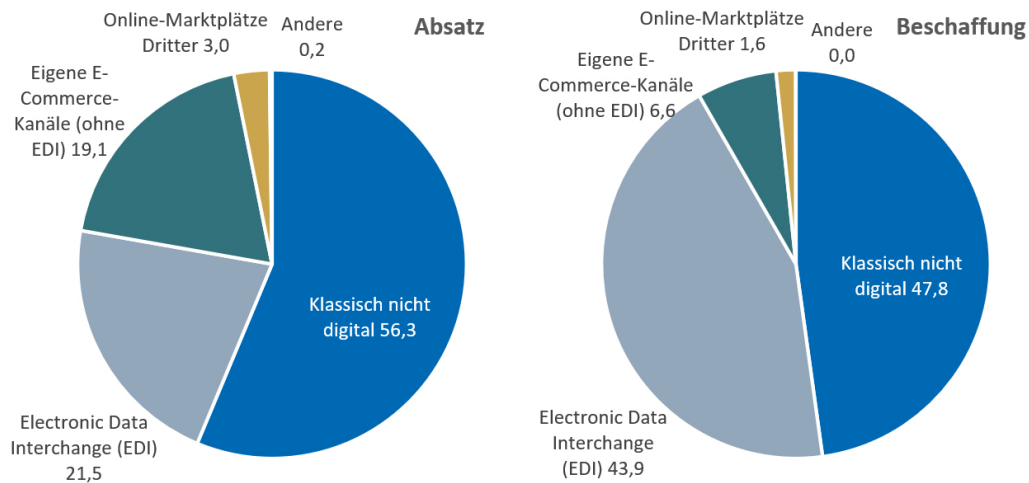
Anteil der Unternehmen (10 Beschäftigte und mehr) im Jahr 2025, die genannten Vertriebskanäle nutzen, in Prozent



Quelle: Eurostat, 2026d

Der Großhandel steht trotz fortgeschrittener Digitalisierung vor einem Wandel seiner Absatz- und Beschaffungskanäle. Noch dominieren klassische, nicht digitale Lösungen, insbesondere auf der Absatzseite, auf der gut 56 Prozent der Verkäufe auf klassische, nicht digitale Lösungen entfallen. Auf der Beschaffungsseite wird dieser Kanal für knapp die Hälfte aller Beschaffungen verwendet. Fortgeschritten ist im Großhandel zudem der Einsatz von EDI. Dieser Kanal ist auf der Beschaffungsseite stärker ausgeprägt, was die Rolle des Großhandels als Mittler zwischen größeren Produzenten und kleineren Abnehmern unterstreicht. Dagegen erfolgt der Absatz zu weniger als einem Viertel über digitale Lösungen wie eigene E-Commerce-Kanäle (ohne EDI) oder Online-Marktplätze Dritter (Abbildung 5-5). Die bislang begrenzte Bedeutung eigener E-Commerce-Kanäle und externer Marktplätze im Absatz deutet auf weiteren Anpassungsdruck hin.

Abbildung 5-5: Absatz- und Beschaffungskanäle – klassisch nicht digital dominiert
Anteil an allen Absätzen/Beschaffungen in Prozent



Frage: Wie verteilt sich Ihr Absatz/Ihre Beschaffung auf folgende Kanäle?

Quelle: Befragung von 125 Großhandelsunternehmen (volumengewichtet)

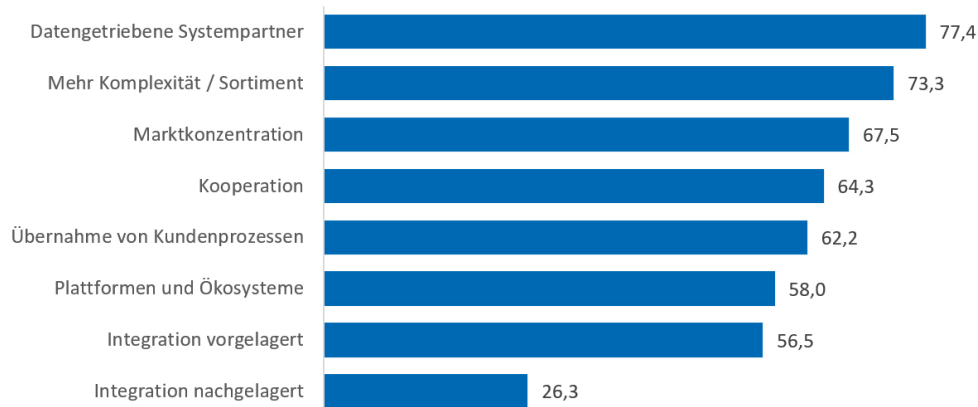
5.3 veränderung des marktumfelds im großhandel

Nicht nur die Wettbewerbsstruktur, sondern das gesamte Marktumfeld des Großhandels befindet sich im Wandel. Künftig sehen sich die Unternehmen zunehmend als datengetriebene Systempartner und digitale Knotenpunkte ihrer Wertschöpfungsnetzwerke. Der Großhandel entwickelt sich zunehmend vom Warenmittler zum digitalen Knotenpunkt in Wertschöpfungsnetzwerken – mit wachsenden Anforderungen an Datenkompetenz, Regulierung und Infrastruktur. Gleichzeitig steigen die Anforderungen durch wachsende Komplexität, sei es durch breitere Sortimente oder mehr angebotene Beratungsleistungen. Auch Marktkonzentration und Kooperationen gewinnen an Bedeutung, ebenso die stärkere Übernahme von Kundenprozessen entlang der Wertschöpfung. Während eine vorgelagerte Integration vielfach erwartet wird, spielt eine nachgelagerte Integration insgesamt eine untergeordnete Rolle (Abbildung 5-6).

Zwischen den Teilgruppen des Großhandels zeigen sich dabei Unterschiede: Der Produktionsverbindungsgroßhandel rechnet stärker mit vorgelagerter Integration, der Baunahe Großhandel mit mehr Kooperationen und der Konsumgüter, Autoteile und B2B-Dienstleistungsbereich hebt sich durch eine vergleichsweise höhere Bedeutungszunahme der nachgelagerten Integration ab.

Abbildung 5-6: Bedeutungsveränderung

Saldo zunehmender/abnehmender Bedeutung



Frage: Wie verändert sich der Großhandel in Ihrem Marktumfeld?

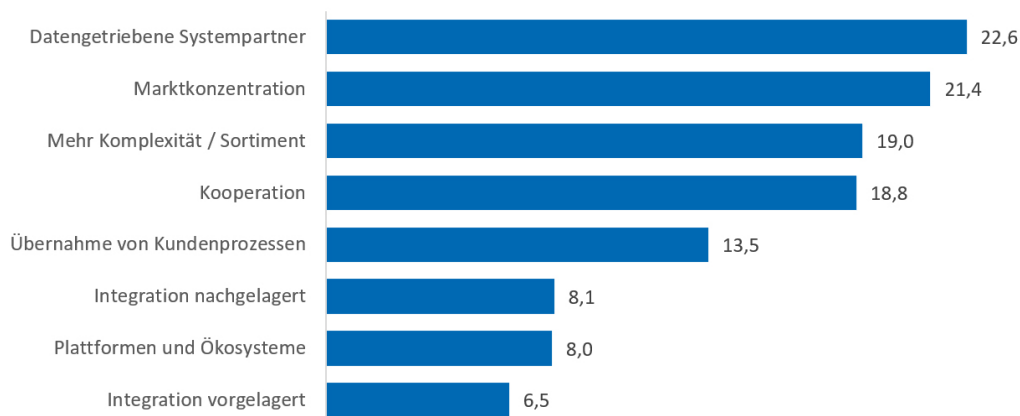
Quelle: Befragung von 125 Großhandelsunternehmen (ungewichtet)

Viele Großhandelsunternehmen rechnen künftig vor allem mit einer stark wachsenden Bedeutung datengetriebener Systempartnerschaften und einer zunehmenden Marktkonzentration. Ebenfalls relevant werden steigende Komplexität und intensivere Kooperationen eingeschätzt. Deutlich zurückhaltender sind die Erwartungen hingegen bei der Integration zusätzlicher Wertschöpfungsstufen sowie bei der aktiven Gestaltung von Plattformen und Ökosystemen (Abbildung 5-7).

Zwischen den Teilgruppen des Großhandels zeigen sich dabei Unterschiede: Der Baunahe Großhandel erwartet häufiger eine stärkere Marktkonzentration, misst datengetriebenen Systempartnerschaften jedoch eine geringere Dynamik bei. Im Produktionsverbindungsgroßhandel sowie im Konsumgüter, Autoteile und B2B-Dienstleistungsbereich wird der Bedeutungszuwachs datengetriebener Systempartner besonders stark gesehen, wobei sich der Konsumgüterbereich zusätzlich durch eine höhere Erwartung an nachgelagerte Integration abhebt.

Abbildung 5-7: Stark zunehmende Bedeutung im Marktumfeld

Anteil „Bedeutung nimmt stark zu“ in Prozent



Frage: Wie verändert sich der Großhandel in Ihrem Marktumfeld?

Quelle: Befragung von 125 Großhandelsunternehmen (ungewichtet)

kapitel 6

ausblick

Der Großhandel ist eine zentrale Versorgungs- und Funktionsinfrastruktur der deutschen Wirtschaft, wird in seiner gesamtwirtschaftlichen Bedeutung jedoch systematisch unterschätzt. Ohne den Großhandel wären viele Wertschöpfungsketten anderer Wirtschaftszweige nicht leistungsfähig, da er Logistik, Sortimentstiefe, Finanzierung, Beratung und Risikopuffer bündelt. Dank hoher Produktivität und attraktiver Einkommen trägt der Großhandel substantiell zum Wohlstand bei.

Der Großhandel behauptet sich in einem schwierigen Umfeld insgesamt gesehen sehr robust, auch wenn die jüngsten Krisen den Großhandel erheblich fordern. Allerdings befindet er sich mitten in einem tiefgreifenden Strukturwandel, dessen erfolgreiche Bewältigung Voraussetzung für seinen künftigen Wohlstandsbeitrag ist. Gleichzeitig ist die Branche heterogen, was gezielte Wachstumsimpulse und differenzierte Strategien erforderlich macht. Dabei steht der vom Mittelstand geprägte Großhandel unter doppeltem Druck: Deglobalisierung, Dekarbonisierung, Digitalisierung und Demographie treffen den Großhandel nicht unvorbereitet, zeigen aber zugleich, dass sinkende Renditen auf steigende Investitions- und Anpassungserfordernisse treffen.

Der Großhandel entwickelt sich zunehmend vom klassischen Warenverteiler zum digitalen Knotenpunkt in Wertschöpfungsnetzwerken und Organisator komplexer Sortiments- und Beratungsleistungen. Mit diesen Rollen steigen die Anforderungen an Datenmanagement, Systemintegration, regulatorische Rahmenbedingungen und Qualifikation deutlich. Zwar ist er ein Digitalisierungsvorreiter bei EDI und der Nutzung digitaler Verkaufskanäle. Gleichzeitig bleibt die Digitalisierung unvollständig, läuft doch ein erheblicher Teil der Geschäfte weiterhin über klassische, nicht digitale Absatzkanäle.

Die erfolgreiche Weiterentwicklung der Digitalisierung ist eine der zentralen Zukunftsfragen für Wettbewerbsfähigkeit und Produktivität im Großhandel. Das hohe Qualifikationsniveau und die steigenden Innovationsaktivitäten haben in der Vergangenheit zur Produktivitätssteigerung beigetragen. Dieses Potenzial sollte auch in Zukunft gehoben werden. Dauerhaft hohe Qualifizierungsanstrengungen sind daher eine weitere zentrale Voraussetzung, um den Strukturwandel erfolgreich zu bewältigen.

Eine robuste Ausgangslage, Flexibilität bei Beschaffung und Absatz gerade in Krisenzeiten, die konsequente und kostensenkende Ausrichtung auf seine B2B-Kunden in Industrie, Handwerk, Handel, Gastronomie und Hotellerie sowie eine voranschreitende Digitalisierung machen den für viele unsichtbar agierenden Großhandel zu einem unverzichtbaren Wirtschaftssektor für die Versorgung von Wirtschaft und Bürgern. Politisch sollte diesem Wirtschaftssektor entsprechend seinem volkswirtschaftlichen Gewicht mehr Aufmerksamkeit beigemessen werden, damit die wirtschaftlichen Potenziale sich stärker entfalten können.

kapitel 7

anhang

7.1 zuordnung der einzelnen branchen zu zwölf obergruppen (wirtschaftssektoren)

In der Studie wurden die Branchen zu 12 Obergruppen verdichtet. Dazu erfolgte eine Zuordnung der Wirtschaftszweige (WZ 2008) zu den 12 Obergruppen:

- Agrargüter: WZ 1–3
- Versorgungswirtschaft: WZ 35–39
- Baugewerbe: WZ 41–43
- Einzelhandel: WZ 47, einschließlich WZ 45
- Großhandel: WZ 46
- Logistik: WZ 49–53
- Tourismus: WZ 55–56, 79
- Unternehmensnahe Dienste: WZ 58–63, 69–77, 80–82
- Investitionsgüter: WZ 5–9, 16, 20, 22–30, 33, 95
- Konsumgüter: WZ 10–15, 17–19, 21, 31–32
- Finanzwirtschaft (inkl. Grundstücks- und Wohnungswesen): WZ 66–68
- Staatsnahe Dienste: WZ 84–94, 96–98

verzeichnisse

7.2 abbildungsverzeichnis

Abbildung 3-1: Funktionen aus Sicht der Großhandelsunternehmen.....	/09
Abbildung 3-2: Anteile der Wirtschaftssektoren an der gesamten Handelsware und Anteil der Handelsware am Umsatz des Wirtschaftssektors.....	/10
Abbildung 3-3: Import- und Exportquoten 2024.....	/11
Abbildung 4-1: Anteil an der gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung.....	/14
Abbildung 4-2: Entwicklung der Kerndaten zur Bedeutung des Großhandels.....	/15
Abbildung 4-3: Wachstum der realen Bruttowertschöpfung und der Erwerbstätigkeit....	/16
Abbildung 4-4: Produktivität und Arbeitnehmerentgelte je Stunde.....	/18
Abbildung 4-5: Vorleistungskäufe und -verkäufe des Großhandels am Produktionswert der anderen Branchen.....	/20
Abbildung 4-6: Hebelwirkungen des Großhandels in der Wertschöpfungskette.....	/21
Abbildung 4-7: Struktur der Aktiva im Großhandel und der Gesamtwirtschaft.....	/23
Abbildung 4-8: Bruttoumsatzrendite Großhandel im Vergleich zur Gesamtwirtschaft.....	/24
Abbildung 4-9: Entwicklung der Umsatzrendite von 2023 bis 2025.....	/25
Abbildung 5-1: Heutige Bedeutung von Wettbewerbern.....	/26
Abbildung 5-2: Digitalisierungsintensität der Unternehmen.....	/27
Abbildung 5-3: Zunehmende Bedeutung von Wettbewerbern.....	/28
Abbildung 5-4: Großhandel treibt E-Commerce.....	/28
Abbildung 5-5: Absatz- und Beschaffungskanäle – klassisch nicht digital dominiert.....	/29
Abbildung 5-6: Bedeutungsveränderung.....	/30
Abbildung 5-7: Stark zunehmende Bedeutung im Marktumfeld.....	/30

tabellenverzeichnis

Tabelle 4-1: Marktanteile nach Warengruppen.....	/23
--	-----

7.3 quellenverzeichnis

- bedirect, 2026, Auswertung von Unternehmen des Wirtschaftsabschnitts G mit 250–499 Beschäftigten.
- Befragung von 125 Großhandelsunternehmen: Onlinebefragung von 125 BGA-Mitgliedsunternehmen (repräsentativ für alle Mitgliedsunternehmen im BGA) im Frühjahr 2026
- Bundesagentur für Arbeit, 2025, Tabellen, Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008) (Quartalszahlen)
- Bundeswirtschaftsministerium, 2026, Wirtschaftsbranchen: Handel, <https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Redaktion/DE/Textsammlungen/Branchenfokus/Wirtschaft/branchenfokus-handel.html> [26.05.2026]
- Deutsche Bundesbank, 2025, Statistische Fachreihe: Jahresabschlussstatistik (Hochgerechnete Angaben), Dezember 2025
- Eurostat, 2025, EU-Länderübergreifende Aufkommens-, Verwendungs- und Input-Output-Tabellen (Ausgabe 2025)
- Eurostat, 2026a, Trade by commodity and NACE Rev. 2 activity [ext_tec05]
- Eurostat, 2026b, Trade by type of trader [ext_tec06]
- Eurostat, 2026c, Digital Intensity by NACE Rev. 2 activity [isoc_e_diin2]
- Eurostat, 2026d, E-Commerce-Verkäufe, nach Aktivitäten der NACE Rev. 2 [isoc_ec_eseln2]
- Krugman, Paul (1994): The Age of Diminished Expectations. MIT Press, Cambridge
- OECD (2025): Compendium of Productivity Indicators 2025; OECD Publishing. Paris; https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2025/06/oecd-compendium-of-productivity-indicators-2025_f1a-7de9f/b024d9e1-en.pdf [26.05.2026]
- Statistisches Bundesamt, 2016, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen: Inlandsprodukt und Nationaleinkommen nach ESVG 2010 - Methoden und Grundlagen; https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Volkswirtschaftliche-Gesamtrechnungen-Inlandsprodukt/Publikationen/Downloads-Inlandsprodukt/inlandsprodukt-methoden-grundlagen-2189030169004.pdf?__blob=publicationFile&v=8 [26.05.2026]
- Statistisches Bundesamt, 2026, Inlandsproduktberechnung - Detaillierte Jahresergebnisse (06.09.2026)
- Statistisches Bundesamt, 2026b, Input-Output-Rechnung 2023 (Stand August 2025), Statistischer Bericht EVAS 81511
- Statistisches Bundesamt, 2026c, Monatsstatistik Großhandel und Handelsvermittlung (Genesis 45211)
- Statistisches Bundesamt, 2026d, Jahresstatistik im Handel (Genesis 45341)
- Statistisches Bundesamt, 2026e, Monatsstatistik im Kfz-Handel, Instandhaltung, Reparatur (Genesis 45214)
- Statistisches Bundesamt, 2026f, Unternehmensregister-System (URS): Unternehmensgründungen und -schließungen (Genesis 52111-0010)
- Statistisches Bundesamt, 2026g, Unternehmensregister-System (URS): Überlebende Unternehmen (Genesis 52111-0013)
- ZEW, 2026, Kernindikatoren zum Innovationsverhalten der Unternehmen: Ergebnisse der jährlichen Innovationserhebung für das produzierende Gewerbe und ausgewählte Dienstleistungsbranchen in Deutschland

großhandel in deutschland

Eine unterschätzte
Wirtschaftsgröße

impressum

Verfasser:

IW Consult GmbH

Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln

0221 49 81 770

www.iwconsult.de

info@iwconsult.de

Autoren: Dr. Karl Lichtblau Dr. Thorsten Lang

Herausgeber:

Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e. V.

Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin

030 59 00 99 50

info@bga.de

www.bga.de

Verantwortlich: Michael Alber

Gestaltung:

Geraldine Lempart

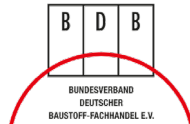
Bildnachweis:

BGA-Bildarchiv

iStock

mit der unterstützung folgender branchen- und fachverbände im BGA:

 **DER AGRARHANDEL**



 **BDIU**
Bundesverband Deutscher
Inkasso-Unternehmen e.V.



 **BGI**
Verband des Deutschen Blumen-
Groß- und Importhandels e.V.

 **BUNDESVERBAND DES DEUTSCHEN
GETRÄNKEFACHGROSSHANDELS E.V.**



Creditreform 

 **DEUTSCHER FACTORING
VERBAND E.V.**

 **DFHV**
Deutscher Fruchthandelsverband e.V.

 **DEUTSCHER
KAFFEEVERBAND**
WACH. HEISS. STARK.



FDS
Fachverband des
Schrauben-Großhandels e.V.



GHF
Bundesverband Großhandel Heim & Farbe e.V.



 **GWW**
Gesamtverband der
Werbeartikel-Wirtschaft e.V.

 **ILS**
Verband Instore und
Logistik Services e.V.

PHAGRO **DER VOLLVERSORGENDE
PHARMAZEUTISCHE GROSSHANDEL**

 **vch**
Verband Chemiehandel

 **VDN**
Verband des deutschen
Nahrungsmittelgroßhandels

 **VEG**
Bundesverband des
Elektro-Großhandels

 **VERBAND
TECHNISCHER
HANDEL**



 **WIRTSCHAFTSVERBAND
GROSSHANDEL
METALLHALBZEUG E.V.**

 **WIRTSCHAFTSVERBAND
HÄUTE | LEDER**

und seiner tochtergesellschaften:

 **VGA**
Versicherungskonzepte für
Handel und Dienstleistung

 **BBG**
Bundesbetriebsberatungsstelle
GmbH

 **DAHD**
Bildungszentrum Groß- und Außenhandel