

GROSS handeln

GROSS handeln

Jahresmagazin 2025



Dr. Dirk Jandura Präsident

*Liebe Leserinnen
und Leser,*

Der Groß- und Außenhandel ist das Gesicht des deutschen Mittelstandes und damit das Rückgrat unseres deutschen Wirtschaftsmodells. Doch ob Wirtschaft, Gesellschaft oder Politik – wir alle befinden uns in einer Zeit des Umbruchs. Alte Partnerschaften, Regeln und Gewissheiten fallen weg, ein neuer Weg ist nur in Umrissen erkennbar. Vor allem uns Unternehmer bewegt die Frage: Wie kommen wir unbeschadet durch diese Phase? Wie können wir Arbeitsplätze und damit Wohlstand erhalten und uns gleichzeitig aufstellen für die Zukunft? In dieser Zeit grundlegender Transformationen wird eines besonders deutlich: Handel braucht Haltung – und zwar mehr denn je.

handel braucht haltung

Haltung bedeutet für uns, in einer Welt wachsender Abschottung unbeirrt für offenen, regelbasierten Außenhandel einzustehen. Die geopolitischen Spannungen der letzten Jahre haben Lieferketten erschüttert und Vertrauen in internationale Märkte belastet. Umso wichtiger ist es, dass wir klare Positionen vertreten: Für Freihandel statt Protektionismus, für Partnerschaft auf Augenhöhe, für Europa als wirtschaftliche Gestaltungskraft in der Welt.

Haltung ist auch gefragt bei der Digitalisierung, die unsere Wirtschaftsstufe tiefgreifend verändert. Neue Technologien schaffen enorme Chancen für Effizienz, Vernetzung und neue Geschäftsmodelle – aber nur, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Wir brauchen ein digitales Ökosystem, das Innovation ermöglicht, anstatt sie zu hemmen. Eine Wirtschaftspolitik mit Haltung schafft Freiräume, reduziert unnötige Regulierung und investiert in digitale Bildung. Wenn wir nicht jetzt auf Innovation setzen, werden wir noch weiter abgehängt.

Haltung zeigt sich auch in unserer Verantwortung für den Wirtschaftsstandort Deutschland. Unsere Unternehmen stehen im internationalen Wettbewerb – nicht nur mit Produkten, sondern mit Produktionsbedingungen. Hohe Arbeitskosten, überbordende Bürokratie und Planungsunsicherheit gefährden die Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Mittelstands.

Deshalb fordern wir nicht weniger als eine politische Kurskorrektur: Der Standort Deutschland muss wieder ein Standort für Unternehmergeist, Investitionen und Beschäftigung werden.

Dazu gehört auch ein sachlicher Blick auf die Lohnentwicklung. Der gesetzliche Mindestlohn darf kein politisches Instrument sein, sondern muss im Gleichgewicht zwischen sozialer Absicherung und ökonomischer Tragfähigkeit stehen. Die Festsetzung gehört in die Hände der unabhängigen Mindestlohnkommission. Es braucht Verlässlichkeit und Berechenbarkeit statt symbolpolitischer Schnellschüsse. Wer Beschäftigung sichern und zugleich faire Löhne ermöglichen will, muss die Arbeitskosten im Blick behalten – denn nur so bleibt Arbeit bezahlbar und der Sozialstaat finanzierbar.

**DER STANDORT DEUTSCHLAND MUSS
WIEDER EIN STANDORT FÜR UNTER-
NEHMERGEIST, INVESTITIONEN UND
BESCHÄFTIGUNG WERDEN.**

Dr. Dirk Jandura

Als BGA stehen wir für unternehmerisches Handeln mit Haltung: Leistungsbereit, international ausgerichtet, gesellschaftlich verantwortungsbewusst. Unser Jahresmagazin gibt Einblick in die aktuellen Herausforderungen des Groß- und Außenhandels – von außenwirtschaftlichen Rahmenbedingungen über Digitalisierung bis hin zur Zukunft des Wirtschaftsstandorts Deutschland.

Wir laden Sie ein, mit uns zu diskutieren, Position zu beziehen und gemeinsam Haltung zu zeigen – für den Handel, für unsere Wirtschaft, für eine offene Gesellschaft.

Ihr
Jens Jandura

inhalt

neue welt neue ordnung

neues europa.....	/9
neu denken.....	/14
handelszölle.....	/18
unideologisch.....	/21

digital na(t)ive

KI unterwegs.....	/25
unsouverän.....	/30
risiken managen.....	/33
global market.....	/37
der sichtbare b2b-onlineshop.....	/40
innovationsschwach.....	/43

verantwortung für deutschland

arbeitskosten.....	/47
infografiken.....	/52
mehr dynamik.....	/54
zeitarbeit entfesseln.....	/59
bürokratie abbauen.....	/62

wer wir sind

groß- und außenhandel.....	/67
interview mit judith röder.....	/68
bga-präsidium.....	/74
ausschüsse.....	/80
landes- und regionalverbände.....	/82
fachverbände.....	/90
tochterunternehmen & partner.....	/103
organigramm präsidium & ausschüsse.....	/104
organigramm team.....	/106
team-übersicht.....	/108

impressum.....	/112
----------------	------



**neue
welt -
neue
ord-
nung**

neues europa

Den Wandel als Chance begreifen.

Europa steht an einem Wendepunkt. Die geopolitischen Verschiebungen der vergangenen Jahre markieren das Ende vertrauter Ordnungen – und den Beginn einer neuen Ära. Der Krieg in der Ukraine, die Rückkehr Donald Trumps, der Aufstieg Chinas und die Schwächung multilateraler Institutionen lassen keinen Zweifel: Die Welt sortiert sich neu. Dabei steht Europa an einem Punkt, an dem wirtschaftliche Stärke und politischer Gestaltungswille untrennbar miteinander verbunden sind. Die kommenden Jahre entscheiden darüber, ob die EU in einer multipolaren Welt bestehen kann – als innovativer, wettbewerbsfähiger und souveräner Wirtschaftsraum.

Dabei sind die Herausforderungen unübersehbar. Der Anteil der EU an der globalen Wirtschaftsleistung ist seit den 1980er Jahren von 27 auf 18,5 Prozent gesunken. Während Europa mit Stagnation kämpft, legen die ASEAN-Staaten ein Wachstum von vier Prozent vor. Hohe Energiepreise sind im internationalen Vergleich ein Standortnachteil, Innovationskraft und technologische Souveränität drohen verloren zu gehen.

Hinzu kommt eine wachsende Regulierungslast, die insbesondere mittelständische Unternehmen zunehmend an ihre Grenzen bringt. EU-Vorgaben wie die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD),

die EU-Verordnung gegen Entwaldung (EUDR), der CO₂-Grenzausgleichsmechanismus (CBAM) oder die Lieferkettenrichtlinie (CSDDD) verlangen ein Maß an Transparenz, Berichtspflicht und Kontrollaufwand, welches viele Betriebe organisatorisch kaum noch bewältigen können. **Die gute Absicht, globale Verantwortung zu übernehmen, wird durch bürokratische Komplexität konterkariert.**

Besonders kritisch: Auch Unternehmen, die formal nicht direkt unter diese Regelwerke fallen, sind de facto betroffen – weil sie Teil größerer Lieferketten sind. Die Flut an Fragebögen, Kontrollanforderungen und Dokumentationspflichten zeigt: Regulierung trifft die gesamte Breite der Wirtschaft, nicht nur die Großindustrie.

Dabei ist längst sichtbar, dass politische Korrektheit allein keine wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit garantiert. **Ohne einen starken Mittelstand gibt es keinen grünen Wandel, keine Resilienz, keinen Fortschritt. Die wirtschaftliche Basis Europas braucht keine neuen Lasten – sondern Luft zum Atmen und Raum für Ideen.**

Erste Signale eines Umdenkens sind erkennbar. Die neue Europäische Kommission setzt vermehrt auf Wettbewerbsfähigkeit.

Das angekündigte Omnibus-Paket will Berichtspflichten verschlanken, Übergangsfristen verlängern und Anforderungen realitätsnäher gestalten. Es ist ein Schritt in die richtige Richtung – aber noch kein Befreiungsschlag.

Auch auf nationaler Ebene deutet sich ein Kurswechsel an. In Berlin hat ein Regierungswechsel stattgefunden, der wirtschaftspolitisch zu einem stärkeren europäischen Engagement führt. Die neue Bundesregierung zeigt außenpolitische Präsenz, sucht aktiv die Nähe zu Frankreich und Polen und signalisiert mehr Verantwortung auf europäischer Ebene. **Damit entsteht die Chance, Deutschland wieder zum wirtschaftspolitischen Anker Europas zu machen – nicht durch Dominanz, sondern durch Gestaltungswillen.**

Gleichzeitig ist klar: Die Zukunft Europas wird nicht allein in den politischen Zentren entschieden. Es sind die Unternehmen, die mit Innovationskraft, Anpassungsfähigkeit und Investitionsbereitschaft den Wandel gestalten – oder eben ausbremsen. Technologie wird dabei zur Schlüsselkategorie. Wer bei Künstlicher Intelligenz, grüner Energie, Halbleitern und Cybersicherheit den Anschluss verliert, verliert nicht nur Marktanteile – sondern auch sicherheitspolitische Handlungsfähigkeit.



„Dinge besser zu machen, ist unser Anspruch – auch im HR-Bereich. Mit unserer Steuerberatung und DATEV sind wir zukunftsicher aufgestellt.“

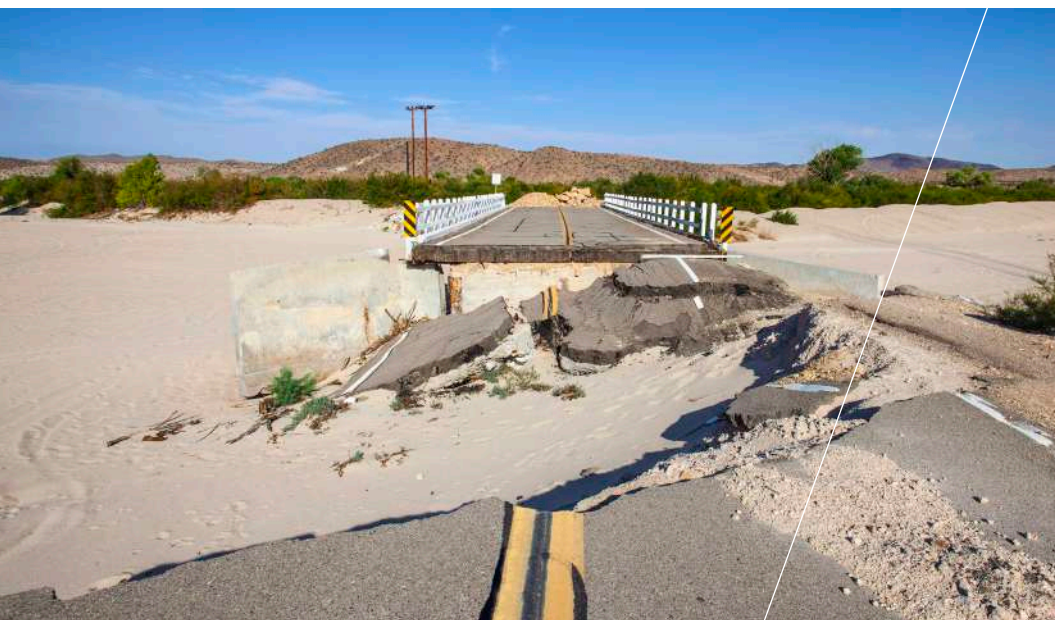
Martin Esslinger und Karin Bernecker, ORTLIEB Sportartikel GmbH

Ob Produkte, Dienstleistungen oder organisatorische Prozesse – eine kontinuierliche Optimierung ist die Basis für jeden Unternehmenserfolg. Dazu braucht es besonders im HR-Bereich flexible Möglichkeiten, um neuen Anforderungen effizient zu begegnen. Mit dem Know-how Ihrer Steuerberatung und den HR-Lösungen von DATEV ist Ihr Unternehmen bereit für jede Herausforderung.



gemeinsam-besser-machen.de





Die geopolitischen Verwerfungen machen deutlich: Resilienz ist die neue Wettbewerbsfähigkeit. Lieferketten müssen robuster, Märkte diversifizierter, technologische Abhängigkeiten reduziert werden. Strategische Autonomie ist kein Schlagwort mehr, sondern eine wirtschaftliche Notwendigkeit.

Die wirtschaftliche Transformation Europas ist dabei eng mit politischer Stabilität verknüpft. Die Europawahlen haben ein fragmentiertes Parlament hinterlassen. Das erschwert die klaren politischen Weichenstellungen.

Gleichzeitig wächst der Einfluss nationalpopulistischer Kräfte, welche die europäische Einheit in Frage stellen.

Umso wichtiger ist eine wirtschaftspolitische Agenda, die nicht nur ökologischen Zielen dient, sondern auch ökonomische Realitäten anerkennt. **Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit dürfen nicht als Gegensätze gedacht werden – sondern als zwei Seiten derselben Medaille.**

Die Rückkehr Donald Trumps in das Amt des US-Präsidenten verschärft die strategischen Herausforderungen für Europa weiter.

Neue Handelskonflikte, Zölle und Unsicherheit in der transatlantischen Zusammenarbeit üben Druck auf die EU aus, eigenständiger zu agieren. Doch genau hierin liegt auch eine Chance: Europa kann gezwungen sein, die eigene Handlungsfähigkeit zu stärken – wirtschaftlich, sicherheits- und finanzpolitisch sowie technologisch.

Ein Blick in die Geschichte zeigt: Externer Druck kann interne Einigkeit schaffen. Die Einigung des Deutschen Reiches im 19. Jahrhundert geschah nicht trotz, sondern wegen der geopolitischen Spannungen der Zeit.

Auch heute könnte eine neue globale Unordnung zur Triebfeder für europäische Integration werden – wenn sie klug genutzt wird.

Nicht jedes Gesetz, nicht jede politische Entscheidung wird dabei perfekt sein. Doch entscheidend ist die Richtung: Weg von lähmender Detailsteuerung, hin zu einem Europa, das Unternehmertum wieder fördert – als Grundlage von Wohlstand, Innovation und gesellschaftlichem Zusammenhalt.

Die neue Weltordnung ist im Entstehen. Europas Antwort darauf darf nicht Abwarten sein – sondern Handeln.



neu denken

Deutsche Exportstrukturen gezielt modernisieren.

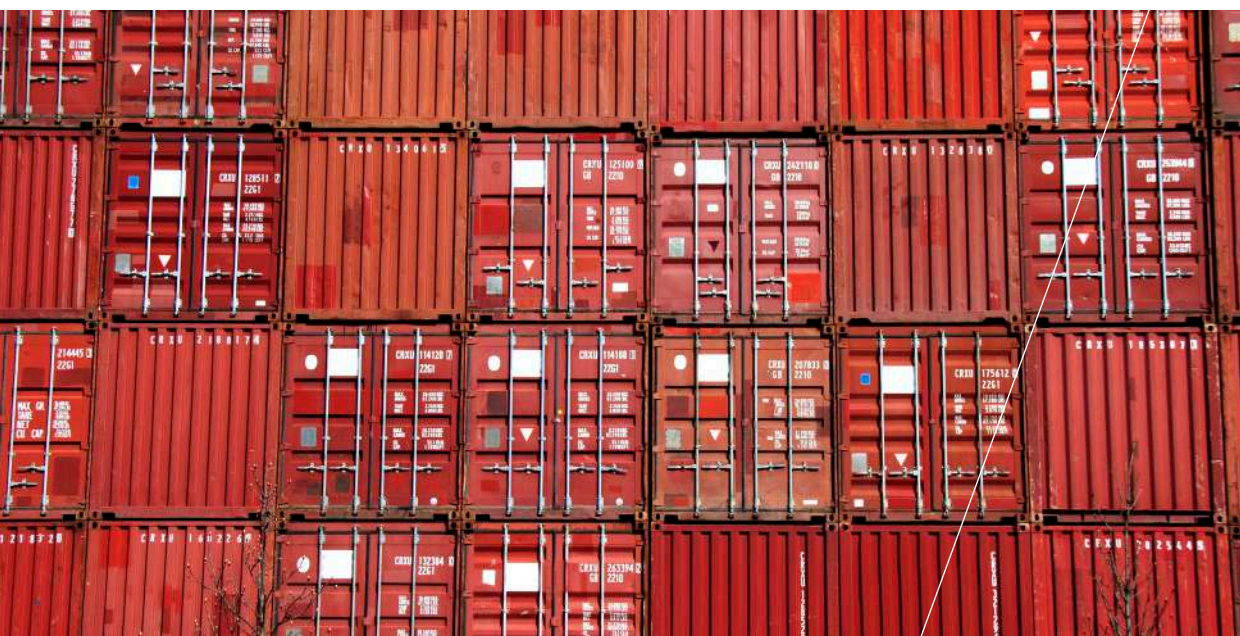
Deutschlands Außenhandel steht unter wachsendem Druck, ein Auf und Ab im Export ist das neue Normal. Und die Tendenz ist leider sinkend, die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Produkte und damit der jeweilige Marktanteil im Ausland nimmt kontinuierlich ab. Angesichts globaler Unsicherheiten und wachsender Wettbewerbsdynamik reicht das Warten auf multilaterale Lösungen daher nicht aus. Notwendig ist ein entschlossener nationaler Modernisierungsschub.

Geopolitische Spannungen, schwächere Nachfrage aus den USA und China sowie zunehmende Handelshemmnisse belasten deutsche Exporteure – vor allem im Mittelstand. Bürokratie, regulatorische Unsicherheiten und ein Investitionsklima im Rückwärtsgang erschweren

zusätzlich die Markterschließung. Doch viele Stellschrauben liegen in deutscher Hand.

Ein erster Ansatzpunkt ist die Außenwirtschaftsförderung. Förderinstrumente wie Exportgarantien, Markterschließungsprogramme oder Beratung zu Auslandsmärkten müssen besser zugänglich werden. Dabei muss der unbürokratische Zugang zu staatlicher Unterstützung – von der Antragstellung bis zur Mittelverwendung – Leitmotiv sein. Wirksame Hebel sind die Standardisierung von Förderkriterien und Antragsverfahren sowie Digitalisierung und die Auflösung redundanter Strukturen. Parallele Programme auf Bundes- und Landesebene führen zu ineffizienter Mittelverwendung und erschweren Unternehmen den Zugang zu Förderangeboten.





Die Außenhandelsfinanzierung muss praxisnäher werden. Bundeseigene Programme zur Export- und Projektfinanzierung sollten noch flexibler auf neue Märkte zugeschnitten sein. Kofinanzierungen, Kreditabsicherungen und Beteiligungslösungen sind zentrale Hebel, um Wettbewerbsnachteile gegenüber staatlich gestützten Anbietern aus Drittstaaten zu kompensieren. Zudem führt die bislang getrennte Förderung durch Entwicklungszusammenarbeit und Außenwirtschaftsförderung zu ineffizienter Ressourcennutzung und ver-

passten Chancen. Es braucht eine institutionell verankerte, ressortübergreifende Zusammenarbeit, die beispielsweise Entwicklungshilfe und Exportkreditgarantien systematisch kombiniert.

Auch auf Verwaltungsebene besteht erheblicher Reformbedarf. Verfahrenswege bei Zoll, BAFA und weiteren zuständigen Stellen sind zu komplex und zu langsam. Einheitliche digitale Schnittstellen, klar definierte Bearbeitungsfristen und transparente Ansprechpartner würden die Planbarkeit für

Unternehmen deutlich verbessern – besonders bei kurzfristig notwendigen Lieferentscheidungen.

Ein ebenfalls unterschätzter Faktor ist die Visavergabe für Geschäftsreisende und ausländische Fachkräfte. Trotz „Aktionsplan Visabeschleunigung“ und fortschreitender Digitalisierung der Prozesse sind Verfahren immer noch langwierig, länderspezifisch uneinheitlich und für Geschäftspartner häufig ein Investitionshemmnis. Eine außenwirtschaftlich orientierte Visapolitik sollte Mobilität gezielt erleichtern – ohne Abstriche bei der Sicherheit.

Flankierend sind steuerliche Rahmenbedingungen weiterzuentwickeln, etwa durch gezielte Anreize für Investitionen in internationale Expansion, Forschung und nachhaltige Exportgüter. Deutschland sollte hier als Impulsgeber agieren, statt lediglich auf europäische Entscheidungen zu warten. Schließlich sollten wirtschaftspolitische Maßnahmen Innovationen und die Ausbildung von Fachkräften fördern, um langfristig die internationale Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.

Der BGA fordert deshalb eine strategische Neuaufstellung der Außenwirtschaftspolitik selbst: Klare Zuständigkeiten, besser verzahnte Institutionen und eine gemeinsame digitale Plattform für Beratung, Finanzierung und Verfahren.

Deutschland verfügt über erhebliche nationale Hebel, um seine Rolle im Welthandel zu festigen. Entscheidend ist, diese Potenziale endlich entschlossen zu aktivieren – im Interesse der Unternehmen, der Standort-sicherung und der internationalen Wettbewerbsfähigkeit. Strategische Weichenstellungen – pragmatisch und innovations-offen – sind überfällig.

handels- zölle

Innovationsgeist und Flexibilität in der Weltordnung

In einer Zeit, in der geopolitische Spannungen und wirtschaftliche Unsicherheiten zunehmen, stehen Unternehmen vor komplexen Herausforderungen. Die globalen Handelsbeziehungen sind durch protektionistische Maßnahmen und steigende Handelszölle belastet. Diese Entwicklungen werfen grundlegende Fragen auf: Wie sollen Unternehmen auf diese Unsicherheiten reagieren? Welche Strategien sind notwendig, um auch in einem solchen Umfeld wettbewerbsfähig zu bleiben?

Die geopolitischen Spannungen haben sich zuletzt besonders während der Trump-Administration zwischen den großen Wirtschaftsmächten verschärft. Dies führt dazu, dass viele Unternehmen ihre Risikostrategien überdenken müssen. Insbesondere die Unsicherheiten in Lieferketten und Abhängigkeiten, die bereits mit der Corona-Pandemie zu Tage getreten sind, haben deutlich gemacht, dass Unternehmen ihr Risiko diversifizieren müssen – sei es bei Lieferketten, Absatzmärkten oder im Warenbezug. Dabei sind nicht nur global tätige Unternehmen oder stark im Export positionierte Mittelständler betroffen, wie man zunächst denken mag, sondern häufig indirekt auch kleinere Familienunternehmen oder Selbstständige.

Die Ungewissheit über die richtige Strategie ist derzeit groß. Viele Unternehmen sind in einem „wait and see“-Modus, da die politischen Rahmenbedingungen zu volatil und die europäische Reaktion noch zu unklar ist. Es gibt nicht die eine richtige Antwort – es braucht spezifischere Strategien bezogen auf das einzelne Unternehmen.

Mögliche Fragen sind:

Wie abhängig bin ich von einem Absatzmarkt?

Bei geringen Volumina kann es sinnvoll sein auf andere Märkte zu setzen, bei hohen nicht.

Wie spezifisch und gefragt ist mein Produkt?

Gibt es zahlreiche alternative Produkte ähnlicher Qualität, besteht kaum Preisspielraum, während bei einem qualitativ differenzierten Produkt gegebenenfalls höhere Preise und damit Zollaufschläge bei überschaubaren Volumensrückgängen ausgehalten werden können.

Wie hoch sind die Kosten für eine Änderung der Liefer-/Produktionsketten?

Bei komplexen, maschinenintensiven Produktionsprozessen ist eine Verlagerung mit hohen Investitionen und einer langen Vorlaufzeit verbunden.



Für Unternehmen, insbesondere solche, die international eng verknüpft sind, stellt sich diese Kernfrage zudem zu einer Zeit, in der man zeitgleich weitere große Herausforderungen wie Bürokratieabbau, Fachkräftemangel, sichere und günstige Energieversorgung, Nachhaltigkeit und digitale Transformation meistern muss.

Wir als Deutsche Bank setzen auf unsere globale Hausbankstrategie, um Unternehmen wirksam in den aktuellen, unsicheren Zeiten zu unterstützen – zu Hause und in der Welt. Unseren Unternehmenskunden helfen wir, strategische Entscheidungen zu treffen, die ihre Position im Wettbewerb stärken. Durch maßgeschneiderte Finanzierungsoptionen und umfassende Beratung wollen wir sicherstellen, dass Unternehmen nicht nur überleben, sondern auch in dieser herausfordernden Zeit wachsen können.

Gastbeitrag von Dr. Christian Gerhardt
Leiter BizBanking, Unternehmensbank,
Deutsche Bank AG

christian.gerhardt@db.com
www.deutsche-bank.de



un-ideologisch

strategische Kooperationen in der Handelspolitik

Die transatlantische Partnerschaft war über Jahrzehnte ein Grundpfeiler deutscher Außenpolitik – wirtschaftlich wie sicherheitspolitisch. Ihr Nutzen galt als so offensichtlich, dass ihre Stabilität kaum hinterfragt wurde. Doch unter der zweiten Trump-Administration ist der Ton aus Washington noch einmal deutlich schärfer geworden – besonders gegenüber Deutschland.

Ein Grund dafür liegt auch auf europäischer Seite: Die gemeinsame Verteidigungspolitik wurde zu lange vernachlässigt und das Stagnieren der wirtschaftlichen Dynamik schwächt die eigene Handlungsfähigkeit. Diese hausgemachten Schwächen erschweren eine selbstbewusste Rolle Europas im derzeit schwierigen transatlantischen Dialog.

Gleichzeitig bleibt das gegenseitige wirtschaftliche Interesse ungebrochen: Mit einem Handelsvolumen von rund 253 Milliarden Euro wurden die USA im letzten Jahr erneut Deutschlands wichtigster Handelspartner – noch vor China. Deutsche Unternehmen sichern in den Vereinigten Staaten rund eine Million Arbeitsplätze. Umgekehrt ist Europa stark auf amerikanische Technologie angewiesen – ohne US-Software und Cloud-Dienste ist beispielsweise kaum ein Unternehmen hier arbeitsfähig. Diese wechselseitige Abhängigkeit zeigt: Eine Abkehr voneinander ist nicht nur unrealistisch, sondern auch wirtschaftlich unsinnig. Die USA profitieren vom Zugang zu Europas Märkten – gerade bei Dienstleistungen und Investitionen. Das gleicht Europas Handelsüberschüsse bei Waren weitgehend aus.

Auch wenn derzeit im transatlantischen Verhältnis nicht mehr alle Werte geteilt werden, sind funktionale Partnerschaften möglich – das zeigt insbesondere unser Verhältnis zu asiatischen Staaten. Für Deutschland und die EU bedeutet das: Mehr Pragmatismus, weniger Ideologie. Strategische Investitionen und gezielte Handelskooperationen sollten identifiziert und genutzt werden. Autarkie ist für die EU keine realistische Option – sie wäre teuer und riskant.

Die Bundesregierung steht in dieser Lage besonders in der Verantwortung. Sie muss nicht nur Brücken nach Washington schlagen, sondern auch auf die Vertiefung der wirtschaftlichen Beziehungen der EU mit anderen Regionen der Welt drängen. Letztlich ist wirtschaftliche Sicherheit mehr als Binnenstabilität: Sie bedeutet auch eine weltweite strategische Vernetzung und Risikostreuung. Wer Zugang zu vielen Märkten hat, ist weniger erpressbar – wirtschaftlich wie politisch.



**ZUVERLÄSSIG
IN QUALITÄT
UND LOGISTIK**



- ◉ Über 130.000 Artikel sofort verfügbar auf Lager
- ◉ Lieferverfügbarkeit von über 99 Prozent
- ◉ Flexible Kanban-Versorgung
- ◉ Konfektionierungen nach individuellem Bedarf
- ◉ Vielfältige E-Business-Lösungen
- ◉ REYHER-Prüflabor für zuverlässige Produktqualität

www.reyher.de



In Zeiten globaler Unsicherheit ist das ein entscheidender Faktor wirtschaftlicher Resilienz. Deutschland und die EU müssen diese Erkenntnis jetzt in strategisches Handeln übersetzen.

Der BGA erwartet daher von der Bundesregierung, dass sie sich in Brüssel klar für offene Märkte einsetzt.

Sie muss politische Führung übernehmen und aktiv Blockaden abbauen. Dazu gehört, sich entschieden für den Abschluss neuer EU-Freihandelsabkommen einzusetzen, gleichgesinnte EU-Staaten zu bündeln und laufende Verhandlungen – etwa mit Mercosur oder Indien – zu unterstützen und voranzutreiben.



An aerial, long-exposure photograph of a complex multi-level highway interchange at night. The image is filled with vibrant light trails from cars, creating a sense of constant motion. The trails are primarily in shades of blue, white, and yellow, with some red and green visible. The roads are illuminated by streetlights, and the overall scene is a dynamic and colorful representation of modern infrastructure.

**digital
na(t)ive**

KI unterwegs

Resiliente und zukunftsfähige Logistik schaffen.

Die Logistik steht im Zentrum eines strukturellen Wandels, der weit über die Digitalisierung hinausgeht. Globale Lieferketten sind heute fragiler und komplexer denn je – beeinflusst durch geopolitische Spannungen, Rohstoffengpässe, demografische Veränderungen und nicht zuletzt durch die hohen Anforderungen an Nachhaltigkeit und Transparenz. In diesem Umfeld kommt der Logistik des Groß- und Außenhandels eine Schlüsselrolle zu: Sie verbindet Warenströme über Grenzen hinweg, koordiniert Abläufe zwischen Herstellern, Zulieferern und Abnehmern und sorgt dafür, dass die Wirtschaft funktioniert – effizient, zuverlässig und immer häufiger: Intelligenter.

Künstliche Intelligenz ermöglicht es, logistische Prozesse nicht mehr nur reaktiv, sondern vorausschauend zu gestalten. Während bisher viele Entscheidungen entlang der Lieferkette auf Erfahrungswerten und statischen Modellen basierten, analysieren heute KI-Systeme in Echtzeit große Datenmengen aus verschiedenen Quellen. Ob Wetterprognosen, Verkehrslagen, Nachfrageentwicklungen oder geopolitische Veränderungen – moderne Algorithmen erfassen Muster, erkennen Risiken frühzeitig und leiten daraus Handlungsempfehlungen ab. Im Groß- und Außenhandel hilft das etwa dabei, Bedarfe genauer zu prognostizieren, Lagerbestände dynamisch zu steuern, Wartungsbedarfe frühzeitig zu erkennen oder Transportwege effizienter zu planen.

Der Groß- und Außenhandel steht damit an einem entscheidenden Punkt: Wer frühzeitig in die Integration von KI investiert, seine Datenqualität verbessert, Mitarbeitende qualifiziert und rechtliche wie organisatorische Klarheit schafft, sichert sich nicht nur Effizienzvorteile, sondern Zukunftsfähigkeit in einem globalen Wettbewerbsumfeld. **Die Logistik wird in den kommenden Jahren nicht nur digitaler, sondern auch intelligenter, resilienter und nachhaltiger werden. Die richtigen politischen und regulatorischen Weichenstellungen heute entscheiden darüber, ob deutsche Unternehmen diese Entwicklung aktiv mitgestalten oder von agilen Märkten abgehängt werden.**

Der längerfristige Verzicht auf den Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Logistik des Groß- und Außenhandels hätte tiefgreifende Auswirkungen auf Effizienz, Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit der Branche. Wird auf diese Technologien in den kommenden Jahren verzichtet, müssten viele Prozesse weiterhin manuell oder mit veralteter Software gesteuert werden. Das führt zu höheren Fehlerquoten, wachsendem Personalbedarf und steigenden Logistikkosten – bei gleichzeitig sinkender Geschwindigkeit und Flexibilität der Lieferketten.

Um die Nutzung der KI in unsere Arbeitsabläufe dauerhaft zu integrieren, benötigt es aus Sicht des BGA dringend einen modernisierten und zugleich unternehmensnahen Rechtsrahmen. Dieser muss international anschlussfähig sein, klare Verantwortlichkeiten definieren und dabei gleichzeitig Raum für Innovation lassen. Unternehmen benötigen rechtliche Sicherheit, etwa bei Haftungsfragen bei KI-Fehlentscheidungen, bei Datenschutzregelungen im Kontext von Logistikdaten oder bei Fragen zur algorithmischen Transparenz. Die Regelungen dürfen nicht zu noch mehr bürokratischem Aufwand führen. Es braucht verbindliche, aber flexible Standards, die sowohl Rechtssicherheit als auch Skalierbarkeit in der Anwendung ermöglichen.

Auch bei KI ist es sinnvoll, alle Verkehrsträger gleichermaßen einzubeziehen. Ob auf der Straße, den Schienen oder in der Luft: KI-basierte Systeme ermöglichen eine bislang unerreichte Effizienz, Sicherheit und Planbarkeit in der multimodalen Logistik.

Mit KI hat man die Möglichkeit, die verschiedenen Verkehrsträger nicht isoliert, sondern vernetzt und flexibel einzusetzen. Sie ermöglicht ein intelligentes Zusammenspiel von Straße, Schiene und Luft, das nicht nur

ökonomische Vorteile bringt, sondern auch einen Beitrag zur Nachhaltigkeit, Versorgungssicherheit und Krisenresilienz leisten kann.

Für den BGA ist die gleichwertige Stärkung und Digitalisierung aller Verkehrsträger eine zentrale Voraussetzung dafür, dass Deutschland seine Position als international wettbewerbsfähiger Logistikstandort behaupten kann.

Künstliche Intelligenz kann ihr volles Potenzial nur dann entfalten, wenn auch die infrastrukturellen und regulatorischen Rahmenbedingungen stimmen – für alle Verkehrsträger gleichermaßen.

Der BGA fordert daher eine technologieoffene Mobilitätsstrategie, die Innovationen im Straßen-, Schienen- und Luftverkehr gleichermaßen ermöglicht, gezielt fördert und sinnvoll miteinander verzahnt. Es braucht einen übergreifenden Zugang zu Mobilitätsdaten, Investitionen in die digitale



Infrastruktur sowie verbindliche, aber anpassungsfähige Standards, die unternehmerische Initiative und neue Technologien nicht ausbremsen, sondern aktiv unterstützen. Nur durch eine solche integrierte Strategie kann eine intelligente, resiliente und nachhaltige Logistik Wirklichkeit werden.

Künstliche Intelligenz bietet die Chance, komplexe Lieferketten neu zu denken – schneller, präziser, vernetzter. Der BGA begleitet diesen Wandel aktiv – mit dem klaren Ziel, Innovation zu ermöglichen, Verantwortung zu sichern und die Zukunft des Groß- und Außenhandels zu stärken.





Mit einem Schutzschild durch die digitale Welt

Lassen Sie nicht zu, dass ein Cybervorfall Ihr Unternehmen gefährdet!

Auch Risiken kann man managen. Durch unsere unverbindliche Beratung erfahren Sie, wie man durch eine Kombination aus Prävention und Versicherung ein hohes Maß an Schutz erreicht.

www.vga.de

 **VGA**
Versicherungskonzepte für
Handel und Dienstleistung

un- souverän

technologischer Fortschritt in Europa

Deutschland ist ein Technologieland. Und trotzdem sind wir technologisch abhängiger als jemals zuvor. In den größten und wichtigsten Technologiefeldern – KI, Cloud, Prozesssoftware, Dateninfrastruktur und Halbleiter – spielt Europa kaum noch eine Rolle. Unter den 20 wertvollsten Unternehmen der Welt sind 18 Technologieunternehmen, von denen fast alle aus den Vereinigten Staaten stammen. Weitert man die Liste auf die Top 100 aus, liegen die wenigen europäischen oder deutschen Unternehmen der Liste (SAP, Siemens und die Telekom) in Fragen der Umsätze oder der Marktkapitalisierung weit zurück. Auch wenn es Anbieter aus Deutschland gibt, wachsen diese nur langsam und unser Mittelstand ist

immer abhängiger von Technologien aus dem außereuropäischen Ausland, die geopolitisch eine zunehmend große Rolle spielen. Wie kann ein Hochtechnologieland technologisch so abhängig sein?

Deutsche Hochschulen zählen zur Weltspitze bei Forschung zu KI, Biotechnologie, Energiespeichern, Halbleiterforschung oder Quantencomputing. Laut des World Intellectual Property Indicators (WIPO) liegt Deutschland stabil in den Top 10 der Länder mit den meisten jährlichen Patentanmeldungen. Doch zu selten schaffen es deutsche Technologiepatente auf den Markt. Jahrzehntlang fehlten in Deutschland und Europa die Wachstumsbedingungen, um Technologieunternehmen

hervorzubringen, die mit der Skalierung US-amerikanischer Tech-Unternehmen auch nur annähernd mithalten konnten. Die Folge: Eine Dominanz von US-Produkten, von denen besonders der deutsche Mittelstand stark profitierte.

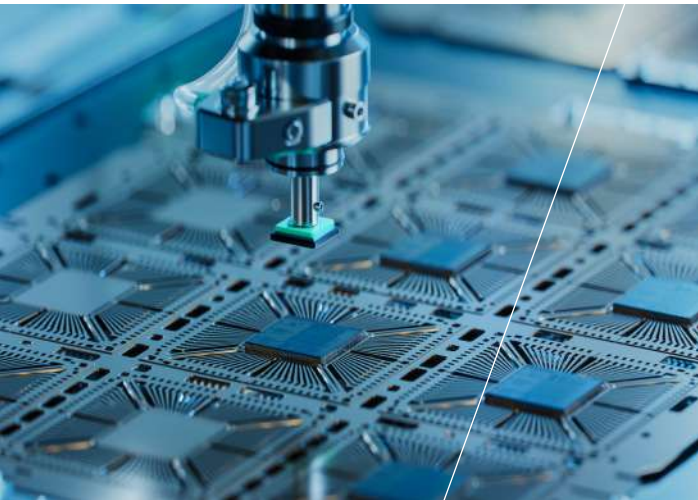
Nun, da sich die Welt geopolitisch umsortiert, verhandeln wir diese Situation unter den Topoi technologischer „Souveränität“ oder „Abhängigkeit“ neu. Die aktuelle US-amerikanische Administration fordert die EU nun – zwischen den Zeilen – auf, ihre technologische Abhängigkeit von den USA zu „bedenken“, wenn es um das Handelsvolumen mit China geht. In Europa wird deshalb eine bisher undenkbare Frage lauter: Was wäre, wenn?

Klar ist: Europa hat keine ausreichenden Alternativen zu US-Produkten – etwa bei Office-Anwendungen, Betriebssystemen, Hardware-Anbietern oder Cloud-Diensten. Debatten über „digitale Zölle“ sind daher obsolet, denn europäische Unternehmen könnten schlicht nirgendwohin ausweichen. Rückblickend erscheint ein Großteil deutscher und europäischer Technologie- und Innovationspolitik als Fehler. Im internationalen Vergleich zu geringe öffentliche Förderquoten für Forschung und Entwicklung



(FuE), erschwerte Bedingungen im europäischen Finanzmarkt, eine schwache Gründerkultur an Hochschulen und hohe bürokratische Hürden bremsen den Transfer von Innovationen in die Märkte. Das lässt sich kurzfristig kaum ändern. Mittel- und langfristig müssen wir die Innovationsfähigkeit unserer Märkte und Geschäftsmodelle daher politisch priorisieren – gerade weil die internationale Arbeitsteilung ins Wanken gerät, wir technologisch aber mithalten und idealerweise führen müssen.

Für den fast ausschließlich mittelständischen Großhandel ist das besonders relevant, denn er versorgt alle Strukturbranchen der deutschen Wirtschaft, aber auch in Europa und darüber hinaus. Als nationale wie internationale Akteure sehen wir, wie datengetrieben die Weltmärkte auf Mikro-, Meso- und Makroebene inzwischen agieren.



Die Nutzbarmachung von Datenräumen und ihrer technologischen Infrastruktur wird entscheidend für den Zugang zu nationalen wie internationalen Märkten sein. Dies muss die Handlungsmaxime der Wirtschafts- und Technologiepolitik auch in Deutschland sein.

Es braucht daher:

- Die Flexibilisierung des europäischen Finanzbinnenmarktes, die das riesige Potenzial des europäischen Kapitalpools heben kann.
- Eine deutliche Verbesserung der steuerlichen Berücksichtigung von Kosten für FuE. Sowohl die Bemessungsgrundlage als auch die Förderquote für die steuerliche Berücksichtigung von FuE müssen deutlich steigen.

- Die Verbesserung der Gründungsbedingungen aus Hochschulprojekten heraus, durch deutlich verringerte bürokratische Anforderungen für Startups, verwaltungsarme Förderstrukturen oder die Etablierung der europäischen Gesellschaftsform „EU Inc“.

Dies müssen die ersten Schritte hin zu mehr technologischer Souveränität sein, die dazu führt, dass wir auf Augenhöhe mit Partnern und Kontrahenten agieren können – aber nicht ohne sie.

risiken managen

Wie Unternehmen aktuelle Herausforderungen meistern.

Besonders in wirtschaftlich unsicheren Zeiten ist ein effektives Risikomanagement entscheidend. Steigende Insolvenzen, drohende Zölle und geopolitische Konflikte drücken die Stimmung deutscher Unternehmen und machen die Lage unübersichtlich.

Laut Creditreform Zahlungsindikator Deutschland Winter 2024/25 sind die Außenstände deutscher Unternehmen deutlich angestiegen. Steigende Ausfallquoten belasten die Liquidität vieler Unternehmen.

„Gerade in dieser Situation ist es wichtig, genau zu wissen, welche Geschäftspartner verlässlich sind. Da reicht es nicht mehr, sich allein auf sein Bauchgefühl zu verlassen“, betont Christian Kramer, Branchenmanager Groß- und Außenhandel beim Verband der Vereine Creditreform.

Risiken erkennen, bewerten & Gegenmaßnahmen ergreifen

Ein gezieltes Risikomanagement muss genau hier ansetzen. Mit Hilfe einer Wirtschaftsauskunft, die für jedes wirtschaftsaktive Unternehmen möglich ist, können Unternehmer ihre Kunden und Geschäfts-

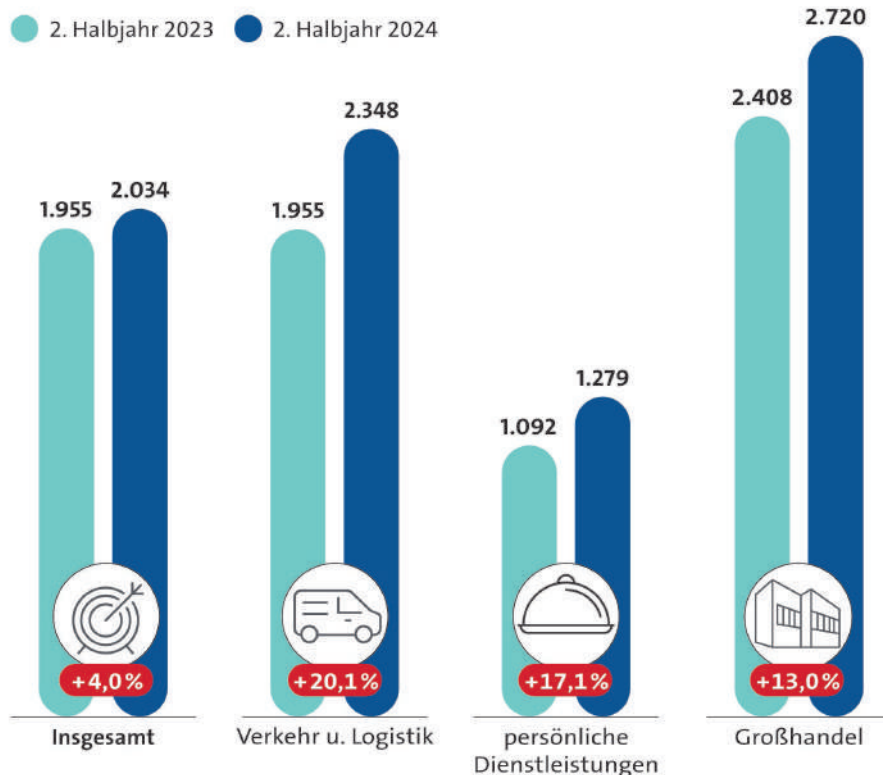
partner detailliert beurteilen und Ausfallrisiken frühzeitig erkennen. So erhalten sie auch Entscheidungssicherheit für Zahlungsziele und Kreditlimits. Auch Monitoring-Lösungen und Portfolioanalysen helfen dabei, Kunden und Partner im Blick zu behalten.

Wirtschaftliche Stabilität kontinuierlich sichern

Ein konsequentes Mahnwesen und ein gezieltes Forderungsmanagement unterstützen die Liquiditätsplanung zusätzlich.

Rechnungsvolumen steigt wieder deutlich

Durchschnittlicher Wert überfälliger Rechnungen in ausgewählten Wirtschaftsbereichen (in Euro)



ZI/WI-2024/02

Creditreform



WEIL WIR GEMEINSAM CHANCEN SICHERN

SIE HANDELN ERFOLGSORIENTIERT

WIR LIEFERN IHNEN WIRTSCHAFTSDATEN

Unsere Risikobewertung ermöglicht Ihnen die Auswahl bonitätsstarker Kunden und zuverlässiger Lieferanten. Damit Sie die richtige Entscheidung treffen.

Gehen wir's an. Creditreform.



Für mehr Infos:
QR-Code scannen oder unter
www.creditreform.de/gemeinsam/bonitaet

Deutschlandweit wurden im Jahr 2024 laut Creditreform Wirtschaftsforschung insgesamt 120.950 Insolvenzverfahren registriert – ein Anstieg um 10,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2023: 109.680 Verfahren). Besonders bei den Unternehmen zeichnet sich mittlerweile eine regelrechte Insolvenzwelle ab.

Diese Entwicklung setzt sich auch im laufenden Jahr fort: Die Zahl der Unternehmensinsolvenzen ist im ersten Halbjahr 2025 auf den höchsten Stand seit einem Jahrzehnt gestiegen. Nach ersten Schätzungen von Creditreform wurden 11.900 Unternehmensinsolvenzen registriert. Das entspricht einem Anstieg von 9,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum (1. Halbjahr 2024: 10.880 Fälle).

Um das Vertrauen in das eigene Unternehmen zu stärken und Stabilität zu signalisieren, sollten Unternehmen auch die eigene Bonität kennen und aktiv kommunizieren. So können sie auch eigene Zahlungskonditionen verbessern, Risikozuschläge verringern oder Sicherheiten mindern.

„Risikomanagement ist keine einmalige Maßnahme, sondern ein kontinuierlicher Prozess. Gerade jetzt ist es wichtiger denn je, gut vorbereitet zu sein, um schnell zu handeln und Stabilität zu sichern“, so das Fazit von Christian Kramer.

Gastbeitrag von Christian Kramer
ESG-Projektleitung,
Branchenmanager Groß- und Außenhandel
Verband der Vereine Creditreform e.V.

02131 1090 c.kramer@verband.creditreform.de
www.creditreform.de

Creditreform 

global market

Wie IPD-Dienstleistungen BGA-Mitgliedern Zugang zu Innovation bieten.

In einer zunehmend digitalisierten Welt entscheiden Schnelligkeit, Flexibilität und Innovationskraft über den wirtschaftlichen Erfolg. Gleichzeitig sehen sich viele Unternehmen in Europa mit einem wachsenden Fachkräftemangel im IT-Bereich konfrontiert. Besonders kleine und mittelständische Firmen stehen vor der Herausforderung, geeignete Technologiepartner zu finden, um digitale Projekte effizient umzusetzen und wettbewerbsfähig zu bleiben. Hier setzt das Import Promotion Desk (IPD) mit seinem Sektor „Digitale Produkte und Services“ an – und bietet auch für die Mitgliedsunternehmen des Bundesverbands Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) einen echten Mehrwert.

Das IPD erschließt für europäische Unternehmen neue, leistungsfähige IT-Märkte in Schwellenländern und identifiziert verlässliche Partner mit hoher technologischer Expertise. Ob Softwareentwicklung, mobile Anwendungen, Künstliche Intelligenz oder digitale Transformation – das Angebot umfasst ein breites Spektrum an Dienstleistungen. Ein Schwerpunkt liegt auf Ländern wie Kenia, Tunesien und Sri Lanka, die über hervorragende ausgebildete IT-Spezialistinnen und -Spezialisten verfügen und gleichzeitig mit hoher Anpassungsfähigkeit sowie wettbewerbsfähigen Preisen punkten.

Was das IPD besonders macht: Es prüft und begleitet die Anbieter sorgfältig – auf Basis strenger Kriterien.

Technische Kompetenzen, Referenzprojekte, Service-Qualität sowie die Einhaltung internationaler Standards wie ISO 27001 und ISO 9001 stehen dabei ebenso im Fokus wie Datenschutz, Nachhaltigkeit und Verlässlichkeit. Nur Anbieter, die diesen Qualitätscheck bestehen, werden europäischen Unternehmen vorgestellt.

Diese gezielte Vorauswahl schafft Vertrauen und senkt für BGA-Mitgliedsunternehmen die Eintrittshürden in neue IT-Märkte.

Das wurde auch auf der Hannover Messe 2025 deutlich: Dort präsentierte das IPD gemeinsam mit sechs sorgfältig ausgewählten Firmen – darunter Satoripop, Techno Brain Group, IronOne und Fcode Labs – ein facettenreiches Portfolio an digitalen Lösungen. Über 100 europäische Unternehmen nutzten die Gelegenheit zum direkten Austausch – mit durchweg positiven Rückmeldungen.



Der Nutzen für BGA-Mitglieder liegt auf der Hand: Sie erhalten Zugang zu geprüften IT-Partnern, die innovative Projekte kompetent, sicher und effizient umsetzen können – unabhängig davon, ob es um die Entwicklung neuer digitaler Services, die Einführung von KI oder die Optimierung bestehender Geschäftsprozesse geht. Gleichzeitig stärkt die Zusammenarbeit mit Anbietern aus IPD-Partnerländern die internationalen Handelsbeziehungen – ein zentrales Anliegen des BGA.

Das Beste: Die Vermittlung durch das IPD ist kostenfrei und unabhängig. Wer also IT-Kompetenz sucht, ohne Kompromisse bei Qualität und Sicherheit eingehen zu wollen, findet im IPD einen erfahrenen Partner – und in Patrick Federl (patrick.federl@bga.de) einen direkten Ansprechpartner für die ersten Schritte in Richtung zukunftsfähiger digitaler Zusammenarbeit.

Wir bringen den Großhandel in die Cloud

Mit KI-Booster und Branchen-Know-How

Cloud allein reicht nicht. Sie brauchen einen Partner, der den Großhandel versteht, mitdenkt und vorangeht. FIS liefert mehr als Software: Strategie, Umsetzung und über 30 Jahre Erfahrung – speziell für den Technischen Großhandel.

Wir verstehen Großhandel!

Jetzt Informieren: fisly.de/bga-2025



Wir bieten Ihnen: Cloud ERP | KI | Warenwirtschaft | Logistik | Integration | Stammdaten | Dokumentenprozesse | E-Invoicing | Analytics | CRM | E-Commerce | Prozess-Analyse | Support



der sichtbare b2b-onlineshop

Wie offene Vertriebskanäle im Großhandel Kunden gewinnen.

Die Erwartungen an B2B-Onlineshops wandeln sich. Geschäftskunden fordern dieselbe Convenience wie im B2C: eine transparente Produktsuche, Preise ohne Log-in und ein professionelles Käuferlebnis auf digitalen Kanälen. Für den Großhandel – traditionell mittelständisch geprägt – ist dies Chance und Herausforderung zugleich. Während viele Onlineshops bisher als geschlossene Systeme betrieben wurden, setzt sich die Erkenntnis durch: Sichtbarkeit im Netz beginnt mit Offenheit.

Laut B2B-Marktmonitor 2024 des IFH KÖLN liegt der Umsatz im B2B-Internethandel bei 476 Mrd. Euro. Ein wesentlicher Teil entfällt auf den Großhandel mit 284 Mrd. Euro. Zwar wurde 2023 ein leichter Umsatzrückgang festgestellt, der Internethandel bleibt mit +11,2 Prozent Wachstum jedoch klarer Treiber der Digitalisierung.

Im Großhandel wird die Erwartung an ein offenes Shop-Erlebnis durch private E-Commerce-Erfahrungen beeinflusst. Die ECC KÖLN-Studie #Content #Commerce #Channels bestätigt: Über die Hälfte der Beschaffenden wurde schon durch Inhalte in einem Shop auf neue Anbieter aufmerksam – auch ohne Registrierung.

Während Shopsysteme zunehmend Lösungen für den Großhandel bieten, zeigt sich, dass Digitalisierung im B2B mehr als ein Technologieprojekt ist. Wer einen modernen Onlineshop betreiben will – als offene Plattform ohne Login-Barriere – steht vor strukturellen Fragen. „Was sucht unsere Zielgruppe im Shop?“ – „Welche Funktionen setzen wir um?“ – „Reicht unsere Systemlandschaft aus?“ – „Wie begründen wir Investitionen intern?“ „Machen wir unsere Preise kaputt?“. Solche Fragen begegnen uns bei ECC NEXT in jedem Großhandelsprojekt. Verständlich – denn zwischen wachsendem Digitaldruck, limitierten Ressourcen und klassischen Vertriebsstrukturen ist Orientierung entscheidend.



Hier sollte man gemeinsam ansetzen, um Prioritäten zu setzen, technologische Voraussetzungen zu prüfen, interne Kompetenzen aufzubauen und Business Cases zu entwickeln. Ob es um die Auswahl eines Shopsystems, den Ausbau einer flexiblen Architektur, ein kundenzentriertes Angebotsmodell oder eine Roadmap für die nächsten 12 Monate geht – strategische Projekte liefern Struktur, Argumente und Expertise.

Ein offener B2B-Shop ist in diesem Kontext ein strategischer Hebel. Sichtbarkeit, Auffindbarkeit und Usability sind zentrale Voraussetzungen, um im digitalen Raum relevant zu bleiben – auch gegenüber Neukunden. Wer diese Hebel nutzen will, braucht Klarheit in der Planung, Verlässlichkeit in der Umsetzung und die Bereitschaft, Denkmuster zu hinterfragen.

Gastbeitrag von Michael Mertens
Consultant & Senior B2B Commerce Expert bei ECC NEXT
Einem Tochterunternehmen der IFH KÖLN GmbH

Beratung für B2B-Commerce und Digitalisierung im
Großhandel

0174 88 91 754
www.ecc-next.de

m.mertens@ecc-next.de

IFH KÖLN

innovations- schwach

Mittelständischer Handel muss in die eigene Innovation investieren.

Forschung ist kein Selbstzweck, und sie ist nicht allein staatliche Aufgabe. Viele der wichtigsten Innovationen unserer Tage sind das Ergebnis weiterentwickelter Erkenntnisse aus der Grundlagenforschung – getragen von Innovationsarbeit, getrieben und finanziert vom Mittelstand. Die Weltmarktführerschaft zahlreicher mittelständischer Unternehmen aus Deutschland ist dafür ein eindrücklicher Beleg.

Doch es gibt Branchen, die trotz ihrer enormen wirtschaftlichen Bedeutung viel zu wenig in die eigene Weiterentwicklung investieren. Der Großhandel gehört dazu.

Weniger als 0,1 Prozent ihres Umsatzes geben deutsche Großhandelsunternehmen für

Forschung und Entwicklung (FuE) bzw. Innovationen aus – so rechnet es das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung in Mannheim vor. Zum Vergleich: Der Durchschnitt aller Unternehmen liegt bei 2,1 Prozent. Unternehmen aus dem Maschinenbau, der Chemie- oder Pharmabranche sowie dem Dienstleistungssektor investieren im Schnitt drei Prozent. Spitzenreiter ist die Automobilbranche mit knapp zehn Prozent.

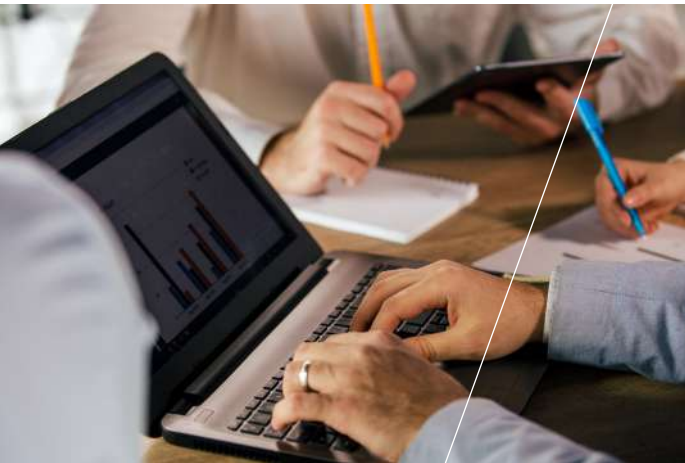
Gleichzeitig ist die Zahl der Lehrstühle sowie privater und staatlicher Forschungsinstitute mit einem Schwerpunkt im Großhandel – trotz einiger Leuchttürme – viel zu gering. Mit messbaren Folgen für den wissenschaftlichen Output: In den letzten beiden Dekaden

betrug das Verhältnis von Forschungsarbeiten im Einzelhandel zu solchen im Großhandel 29 zu 1.

Aufgrund der spezifischen Funktion des Großhandels als Intermediär und Versorger aller deutschen Branchen und Industrien ist eine Quote wie die der Automobilbranche weder realistisch noch sinnvoll. Allerdings hat der Großhandel mit spezifischen Herausforderungen zu kämpfen, für die Forschungs- und Entwicklungsarbeit nicht nur sinnvoll ist, sondern künftig entscheidend für die eigene Wettbewerbsfähigkeit sein wird.

Neue Anforderungen aus dem Data Management, E-Procurement, Cybersecurity, Künstlicher Intelligenz, Automatisierung und Intralogistik, aber auch die Weiterentwicklung der eigenen Belegschaft und das Wachstum datengetriebener Geschäftsmodelle zeigen deutlich: Der Großhandel braucht spezifische und strategisch gedachte Innovation.

Aus diesem Gedanken ist die Forschungsvereinigung Großhandel (ForveG) entstanden – eine gemeinnützige Organisation, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, Forschung für den Großhandel zu initiieren, Unternehmen mit der Wissenschaft zusammenzubringen, Forschungsgelder zu akquirieren und wissenschaftlichen Nachwuchs zu fördern.



Wir haben den Anspruch, dass eine der größten Branchen Deutschlands ihre eigene Zukunft gestaltet. Gemeinsam mit unseren Kunden sowie nationalen und internationalen Partnern müssen wir die Märkte der kommenden Dekaden mitgestalten – Märkte, die von zwei Aspekten bestimmt sein werden: Von Daten und von denen, die die Technologie beherrschen, diese Daten zu nutzen.

Wir laden alle Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Verbände mit einem strategischen Interesse am Großhandel ein, unsere Idee zu unterstützen und mit eigenen Impulsen unsere Branche durch praxisnahe Forschung weiterzuentwickeln.

Forschungsvereinigung Großhandel e.V. (ForveG)
Michael Nitsche, Geschäftsführung
Daniela Kötter, Assistenz

030 590099588
www.forveg.de

info@forveg.de



verant- wortung für deutschland?



arbeits- kosten

Ist das System am Ende?

Eine prosperierende Wirtschaft ist die unverzichtbare Grundlage für unseren Wohlstand und die Finanzierung öffentlicher Aufgaben. Im mittlerweile dritten Rezessionsjahr ist diese Basis für Unternehmen und Beschäftigte sichtbar gefährdet. Standortpolitik muss daher oberste Priorität für die politisch Verantwortlichen in Deutschland und Europa haben.

Hohe Arbeitskosten bremsen die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen und stellen insbesondere kleine und mittlere Betriebe vor existenzielle Herausforderungen. In wirtschaftlich starken Zeiten wurde ihre Bedeutung als Standortfaktor politisch zu lange vernachlässigt.

Auch wenn dieses strukturelle Problem derzeit noch durch den demografisch bedingten Fach- und Arbeitskräftemangel überdeckt wird und sich (noch) nicht unmittelbar auf den Arbeitsmarkt auswirkt, bleibt es eine tickende Zeitbombe. Dies zeigen nicht nur Unternehmensbefragungen, sondern auch zunehmend Standortentscheidungen, die gegen Deutschland ausfallen.

Im Zentrum der politischen Handlungsmöglichkeiten stehen die steigenden Sozialversicherungsbeiträge. Sie liegen seit Anfang 2025 bei knapp unter 42 Prozent des Bruttolohns. Bis 2035 droht ein Anstieg auf rund 50 Prozent – je nach Szenario zwischen etwa 46 Prozent und 53 Prozent.



Um das sich nun öffnende Reformfenster zu nutzen, ist es höchste Zeit, gegenzusteuern.

Hohe Sozialabgaben treiben nicht nur die Kosten der Unternehmen, sie senken – gemeinsam mit der Einkommensteuer – auch die Nettoverdienste der Beschäftigten.

Eine Ausweitung der Arbeitszeit bei Teilzeitbeschäftigung und die damit verbundene höhere Vergütung, ist – je nach Lebenssituation – für viele nicht immer attraktiv oder realisierbar. Zusätzliche Arbeit verändert einerseits den Alltag spürbar, erhöht andererseits das monatliche Netto nur geringfügig. Deshalb fällt die individuelle, rationale Abwägung nicht selten gegen eine höhere Arbeitszeit aus. Wo muss die Politik ansetzen?

Die schwarz-rote Koalition hat für die drei großen Zweige der Sozialversicherung Kommissionen eingesetzt. Diese müssen nun fundierte Empfehlungen abgeben – und die Politik muss den Mut aufbringen, diese auch umzusetzen.

In der Rentenversicherung gilt es, die Lasten zwischen den Generationen fair zu verteilen. Leistungen an Ältere werden durch die Beiträge der Jüngeren finanziert – die zudem mehr Eigenvorsorge leisten müssen. Die steuerfinanzierten Zuschüsse aus dem Bundeshaushalt decken nicht einmal die versicherungsfremden Leistungen ab.

Vor diesem Hintergrund verbieten sich jegliche nicht durch Beiträge gedeckte Leistungsausweitungen – etwa bei der sogenannten Mütterrente.

Klar ist auch: Wir müssen das Verhältnis zwischen Beitragszahlern und Leistungsempfängern verändern – durch längere Erwerbsphasen. **Anreize für einen vorzeitigen Renteneintritt gehören abgeschafft, das Renteneintrittsalter sollte schrittweise und anteilig an die steigende Lebenserwartung angepasst werden.** Ein früherer Renteneintritt sollte mit Abschlägen, ein späterer mit Zuschlägen verbunden sein.

Sicher unterwegs im Ausbildungsalltag

Verkehrsunfälle gehören zu den häufigsten Gefahren für junge Menschen in der Ausbildung – besonders auf dem Weg zur Arbeit und zurück. Die Kampagne „komm gut an.“ setzt genau hier an und unterstützt Ausbildungsbetriebe dabei, ihre Auszubildenden für sicheres Verhalten im Straßenverkehr zu sensibilisieren.



Jeder Unfall ist ein Unfall zu viel. Aus diesem Grund setzt sich die Berufsgenossenschaft für Handel und Warenlogistik (BGHW) mit ihrer Expertise für Sicherheit und Gesundheit seit vielen Jahren für die „Vision Zero“ ein – für eine Welt ohne tödliche und schwere Arbeitsunfälle. Junge Menschen sind in der Mobilität jedoch besonders gefährdet. Allein unter den Versicherten der BGHW verunglückten im vergangenen Jahr 6.874 Personen im Alter von 16 und 24 Jahren. Sieben davon starben.

Deshalb legt die Kampagne „komm gut an.“ – eine Initiative der BGHW und des Deutschen Verkehrssicherheitsrats (DVR) – den Schwerpunkt auf die besonders unfallträchtige Gruppe der Auszubildenden sowie Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteiger. Bei jungen Menschen trifft wenig Fahrpraxis auf ein noch nicht voll entwickeltes Risikobewusstsein und jugendliche Selbstüberschätzung. Eine riskante Kombination, die Unfallzahlen in die Höhe treibt.

Unterstützung für Ausbildungsbetriebe

Die Kampagne „komm gut an.“ sensibilisiert junge Menschen für die Gefahren im Verkehr auf den Straßen und im Betrieb und stärkt die sichere Mobilität in der Berufsausbildung. Für Ausbildungspersonal, Sicherheitsbeauftragte sowie andere Multiplikatorinnen und Multi-

plikatoren in Ausbildungsbetrieben bietet die Initiative gezielte Unterstützung an. Die BGHW stellt praxisnahe Materialien, digitale Medien und konkrete Unterweisungsangebote zur Verfügung. Auch Schulungen und Qualifizierungsmaßnahmen für Ausbilder und Ausbilderinnen gehören zum Angebot, damit Sicherheit und Prävention nachhaltig in den Ausbildungsalltag integriert werden können. Auf der Social-Media Plattform TikTok kommen Auszubildende in der Kampagne selbst zu Wort. Unter dem Motto „Azubis für Azubis“ zeigen sie ihren Alltag in selbstgedrehten Clips – etwa den Weg zur Arbeit oder riskante Situationen im Straßenverkehr. Diese Beiträge auf Augenhöhe entstehen in Workshops gemeinsam mit den Kampagnenpartnern und treffen den Nerv der Zielgruppe. Damit junge Menschen immer gut ankommen!

Weitere Infos:
www.kommgut.de

Materialien:
<https://www.bghw.de/komm-gut-an/materialien>

TikTok:
[@komm.gut.an](https://www.tiktok.com/@komm.gut.an)

Es braucht diese klare Neuausrichtung, um die Signale für ein längeres Erwerbsleben deutlich zu setzen. Wir müssen weg von widersprüchlichen, teuren Anreizen: Einem abschlagsfreien frühen Renteneintritt auf der einen und umfangreichen Steuerprivilegien für längeres Arbeiten auf der anderen Seite.

Auch in der gesetzlichen Kranken-, Pflege- und Arbeitslosenversicherung wirkt sich eine Verlängerung der Lebensarbeitszeit durch längere Zeiträume mit vollen Beitragseinzahlungen positiv auf die Einnahmeseite aus.

Ausgaben wirksam begrenzen

Handlungsbedarf besteht auch auf der Ausgabenseite. In der Arbeitslosenversicherung werden zahlreiche versicherungsfremde Leistungen administriert – oftmals ohne entsprechende Vergütung der Verwaltungskosten.

Besonders gravierend sind jedoch die prognostizierten Kostensteigerungen in der gesetzlichen Kranken- und Pflegeversicherung. Für die GKV wird 2035 ein Beitragssatz von rund 20 Prozent erwartet; die Szenarien reichen von 18 Prozent bis 22,6 Prozent. In der PKV wird ein Satz von etwa 4,5 Prozent



prognostiziert. **Das deutsche Gesundheitssystem bietet Leistungen auf hohem Niveau, ist aber deutlich teurer als das vieler anderer EU-Staaten – bei Gesundheitsergebnissen, die lediglich dem europäischen Durchschnitt entsprechen (z. B. bei der Lebenserwartung).** Das legt nahe, dass erhebliche Effizienzreserven im System bestehen. Eine ehrliche Debatte über Leistungsumfang und -struktur ist notwendig, um das System langfristig stabil zu halten.

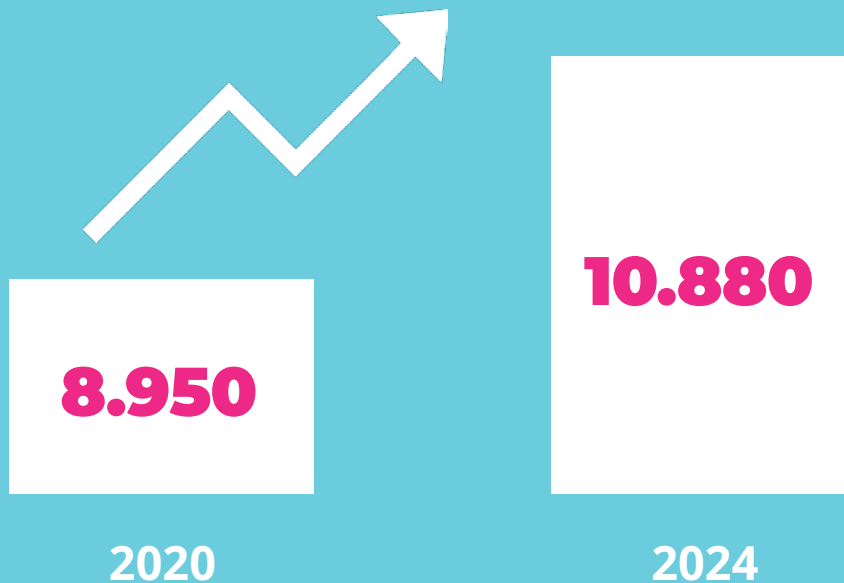
In der umlagefinanzierten gesetzlichen Pflegeversicherung muss es beim bisherigen Prinzip bleiben: Sie soll nur einen planbaren Teil der Pflegekosten abdecken. Eigenvorsorge – finanziell und durch Prävention – muss gestärkt werden. Die Politik kann und sollte hierfür die geeigneten Rahmenbedingungen schaffen.

Die gesetzliche Unfallversicherung wiederum zeigt, dass langfristig stabile Beiträge möglich sind. Sinkende Unfallzahlen und Bestandsrenten sind das Ergebnis erfolgreicher Präventionsmaßnahmen und gezielter Anreizsysteme, etwa durch Beitragsgestaltung nach branchen- und betriebsspezifischen Risiken. Zugleich wurde diese Sozialversicherung weitgehend von politischer Überfrachtung verschont.

Mindestlohn als Kostentreiber

Nicht zu unterschätzen ist die Wirkung des gesetzlichen Mindestlohns auf die Arbeitskosten. Politisch festgesetzt und entkoppelt von der Produktivität, verdrängt er einfache Tätigkeiten zunehmend aus dem Arbeitsmarkt – zugunsten technischer Lösungen und zulasten von Menschen mit geringerer Qualifikation. Zudem erhöht er den Druck auf betriebliche Entgeltstrukturen und verteuert auch qualifizierte Tätigkeiten. Das treibt die Arbeitskosten insgesamt und verschlechtert die Wettbewerbsposition des Standorts Deutschland weiter.

unternehmens-insolvenzen in deutschland



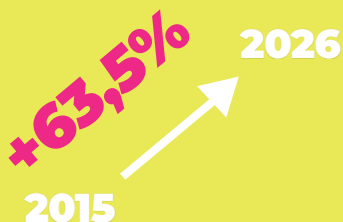
Quelle: Creditreform

die Lohnlücke zwischen
Zeitbeschäftigten und
Stammbeschäftigten:

0%

Quelle: GVP

Anstieg des Mindestlohns
in Deutschland



Quelle: BDA

getreide

Produktion in Deutschland:

39 mio. t

Export aus Deutschland:

27,4 mio. t



**selbstversorgerquote
deutschland:**

104%

Quelle: Destatis

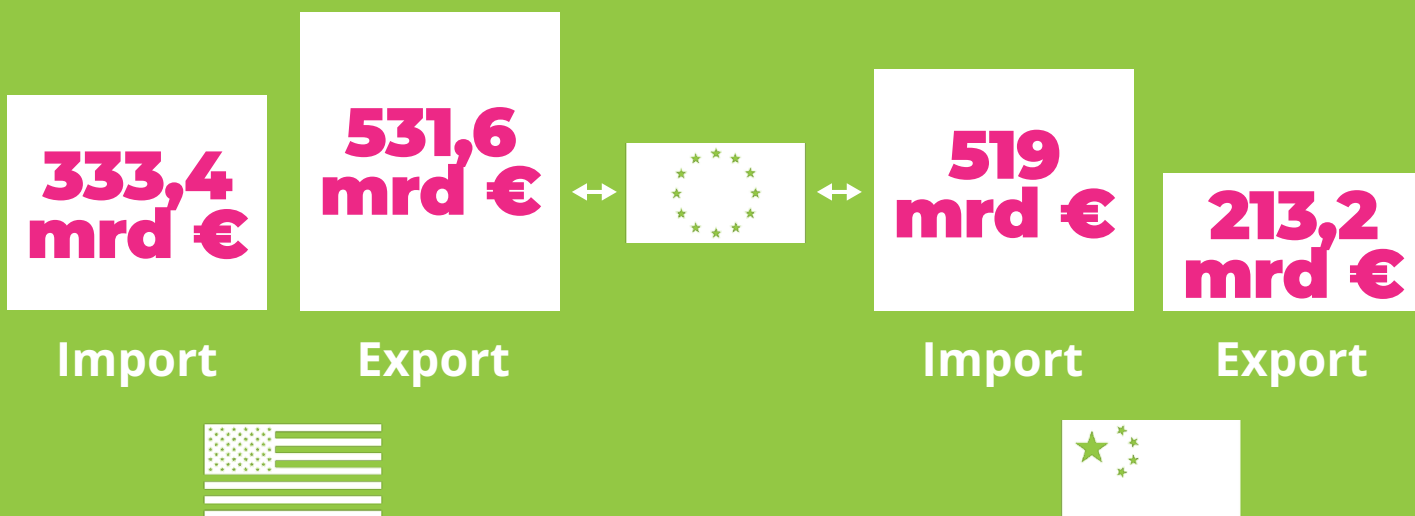
prognose 2025 der branche des freien autoteile-handels

75% erwarten steigende umsätze



Quelle: GVA

handelspartner der eu



Quelle: Destatis

Über

50%

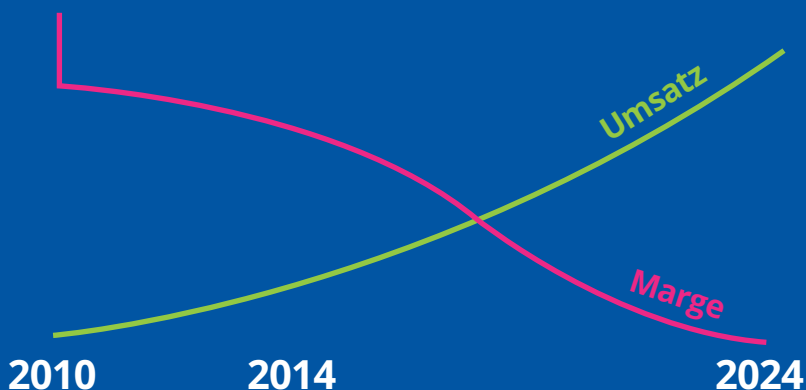
der Unternehmen im Chemiehandel leiden unter sinkenden Auftragseingängen.



Quelle: vch

pharmagroßhandel:

Umsatz und Margenentwicklung



Quelle: Phagro

mehr dynamik

Bauen beschleunigen, Wachstum fördern.

Wie kann es sein, dass in Deutschland über eine Million Wohnungen fehlen – und trotzdem immer weniger gebaut wird? Warum scheitern Förderprogramme an der Realität auf den Baustellen? Und wie schaffen wir es, mit weniger Bürokratie, besseren Rahmenbedingungen und einer stärkeren Rolle des Mittelstands wieder Bewegung in den Wohnungsbau zu bringen?

Der BGA sieht in der Schaffung von bezahlbarem und zukunftsfähigem Wohnraum eine der dringendsten politischen Aufgaben unserer Zeit. Dabei kommt dem Wohnungsbau nicht nur eine soziale, sondern auch eine konjunkturelle Schlüsselrolle zu. Er kann ein echter Wachstumsmotor sein – wenn die politischen Rahmenbedingungen endlich stimmen.

Das Problem: Viel Ziel – wenig Umsetzung

Deutschland wächst: Seit 2000 ist die Zahl der Einwohner von 81,5 auf 83,6 Millionen gestiegen, die Zahl der Haushalte von 37,4 auf 41 Millionen. Gleichzeitig steigen Baukosten, sinken Genehmigungszahlen, bricht die Bautätigkeit ein.

Während die Bundesregierung ehrgeizige Ziele von 400.000 neuen Wohnungen jährlich verkündet hat, liegt der tatsächliche Wohnungsbau 2024 bei nur noch rund 215.000 Einheiten – ein massiver Rückgang gegenüber 370.000 im Jahr 2021. Die Folge: Engpässe in Ballungszentren, soziale Spannungen, Investitionszurückhaltung.

Bauen stockt – mit Folgen für Wirtschaft und Großhandel

Die Krise am Bau trifft die vorgelagerten Branchen hart: Im baunahen Großhandel zeigen sich die Auswirkungen in Form sinkender Auftragslagen, hoher Energie- und Beschaffungskosten und massiv eingetrübter Geschäftserwartungen. Der BGA-Klimaindikator für den baunahen Großhandel ist seit Anfang 2024 auf historisch niedrigem Niveau – mit ersten Stabilisierungstendenzen, aber keiner echten Trendwende.

Statt Konjunkturimpulse zu setzen, ist der Wohnungsbau derzeit ein Bremsklotz. Dabei könnten gezielte Maßnahmen nicht nur Wohnraum schaffen, sondern auch eine nachhaltige wirtschaftliche Belebung erzeugen – im Handwerk, im Großhandel, in der Industrie.

Der baunahe Großhandel ist Bindeglied zwischen Industrie und Handwerk. Er sichert die Materialverfügbarkeit auf der Baustelle, koordiniert komplexe Lieferketten und ermöglicht, durch flexible Logistik und digitale Beschaffung, Prozess-effizienz. Gerade bei seriellen und modularen Bauweisen kommt dem Großhandel eine strategische Rolle zu: Nur mit reibungslos funktionierenden Lieferketten können kosten-



günstige, schnelle Bauprojekte überhaupt umgesetzt werden.

Doch dafür braucht es Planungssicherheit, Investitionen in Logistik und Digitalisierung – und ein politisches Umfeld, das keine Bremsen einbaut, sondern verlässlich Fahrt aufnimmt.

Unsere Forderung: Jetzt verlässlich handeln, statt immer neu justieren

Der BGA begrüßt ausdrücklich das angekündigte wohnungspolitische Maßnahmenpaket der neuen Bundesregierung unter Ministerin Verena Hubertz. Der sogenannte „Wohnungsbauturbo“ ist ein Schritt in die richtige Richtung – er darf aber nicht durch neue Unsicherheiten oder Zielkonflikte unterlaufen werden.

Aus Sicht des Großhandels kommt es jetzt auf folgende Punkte an:

1. Planungssicherheit und Verlässlichkeit für Unternehmen schaffen

- keine kurzfristigen Richtungswechsel mehr bei Förderprogrammen und Klimavorgaben
- Einführung eines belastbaren Wohnraummonitorings mit verbindlichen regionalen Bedarfswerten

2. Bauen schneller und einfacher machen

- Vereinheitlichung und Entschlackung von Baustandards (z. B. durch einheitliche Landesbauordnung)
- Förderung von digitaler Planung und Genehmigung (Stichwort: „digitaler Bauantrag“)
- Beschleunigung modularen und seriellen Bauens durch vereinfachte Zulassungsverfahren

3. Finanzielle Anreize gezielter einsetzen

- Ausbau von degressiven Abschreibungen für Neubau und Sanierung
- Wiedereinführung und Erweiterung der Wohneigentumsförderung – insbesondere für junge Familien

- Förderung energetischer Sanierung ohne technologiefeindliche Vorschriften – mehr Pragmatismus, mehr Technologieoffenheit

Deutschland braucht mehr Wohnungen, mehr Dynamik und mehr Realismus in der Baupolitik. Förderprogramme, Steuererleichterungen und Digitalisierung müssen nicht nur angekündigt, sondern konsequent umgesetzt und entbürokratisiert werden. Der baunahe Großhandel steht bereit, seinen Beitrag zu leisten – als Partner der Bauwirtschaft und als Multiplikator für wirtschaftliche Impulse. Die neue Bundesregierung hat die Chance, aus dem Wohnungsbau wieder einen echten Wachstumstreiber zu machen. Nutzen wir sie.

unser ziel ist ihr erfolg

**mit unserer hilfe bei der förderung
von betrieblichen beratungsleistungen!**



Wir unterstützen auch Ihre Betriebsberatung. Kontaktieren Sie uns noch heute und machen auch Sie Ihr Unternehmen fit für die Zukunft!

www.betriebsberatungsstelle.de



zeitarbeit entfesseln!

Beschäftigungsverbot für Drittstaatler endlich kippen.

Trotz der schweren wirtschaftlichen Krise bleibt der Fachkräftemangel das Problem Nummer eins für die deutschen Unternehmen. Dies belegt eine aktuelle Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB). 64 Prozent der Betriebe bezweifeln demnach, künftig ausreichend qualifizierte Köpfe zu finden. Es ist daher nur folgerichtig, dass die neue Bundesregierung – wie im Koalitionsvertrag wörtlich betont wird – „alle Register“ zur Fachkräftesicherung ziehen will.

Umso unverständlicher ist es, dass die Öffnung der Zeitarbeit für ausländische Fachkräfte aus Drittstaaten darin fehlt. Die Aufhebung des Beschäftigungsverbots ist angesichts des demografischen Wandels und seiner Folgen für die deutschen Unternehmen längst überfällig. Gerade kleinen und mittelständischen Betrieben fehlen häufig sowohl das Know-how als auch die Ressourcen, um in Drittstaaten erfolgreich dringend benötigte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbst zu rekrutieren. Durch eine solche Entfesselung der Zeitarbeit könnten Personaldienstleister mit ihrer Expertise bei der Personalgewinnung einen wichtigen Beitrag leisten, um die deutsche Wirtschaft effektiv bei der Fachkräftesicherung

zu unterstützen. Fest steht: Der Gesamtverband der Personaldienstleister wird sich in der laufenden Legislaturperiode weiterhin vehement dafür einsetzen. Erfreulicherweise können wir dabei auf die breite Unterstützung aus der deutschen Wirtschaft zählen.

Noch absurder erscheint das seit 1982 geltende antiquierte Überlassungsverbot im Bauhauptgewerbe. Während die Bundesregierung ein Sondervermögen von 500 Millionen Euro für infrastrukturelle Maßnahmen freigibt, meldet das IAB schon heute Rekordwerte beim Fachkräftemangel am Bau: 74 Prozent der Betriebe beklagen hier einen Fachkräftemangel. Die Schwierigkeiten, qualifiziertes Personal in der

Zeitarbeit.
Gut für die
Wirtschaft.

»Die Bundesregierung will ‚alle Register‘ zur Fachkräftesicherung ziehen. Daraus muss folgen, endlich das Beschäftigungsverbot für die Zeitarbeit von Personen aus Drittstaaten aufzuheben. Nur so können die Personaldienstleister die deutsche Wirtschaft effektiv unterstützen.«

Christian Baumann | Präsident
Gesamtverband der Personaldienstleister e. V.



Baubranche zu finden, sind schon jetzt größer als in jeder anderen Branche. Und mit einem erheblichen Anstieg an Baumaßnahmen in den kommenden Jahren ist zu rechnen. Wer also den Turbo für den schnellen und sicheren Bau von Brücken, Straßen und Schienen in unserem Land zünden will, muss auch die Zeitarbeit im Bauhauptgewerbe erlauben.

Es zeigt sich: Will die Politik das volle Potenzial der Personaldienstleistungsbranche ausschöpfen, muss sie Regulierungen und Diskriminierungen vollständig streichen. Nur so kann die Branche ihre ganze Stärke ausspielen, den Arbeitsmarkt stabilisieren und der deutschen Wirtschaft jenen Flexibilitätsschub geben, den sie jetzt dringender braucht, denn je.

Gastbeitrag von Christian Baumann
Präsident des Gesamtverbandes
der Personaldienstleister (GVP)

030 2060980 info@personaldienstleister.de
www.personaldienstleister.de



bürokratie abbauen

die Datenschutzpläne der Bundesregierung

Datenschutzaufsicht in Deutschland – ein kompliziertes System. Während alle anderen EU-Staaten zentrale Aufsichtsstrukturen etabliert haben, leistet sich Deutschland seit jeher ein föderales System mit 18 verschiedenen Datenschutzbehörden. Neben der Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI), die für Bundesbehörden und Telekommunikationsunternehmen zuständig ist, existieren in jedem Bundesland eigene Aufsichtsstellen – in Bayern sogar getrennt für den öffentlichen und den nicht-öffentlichen Bereich.

Das Ergebnis? Ein Flickenteppich bei der rechtlichen Bewertung datenschutzrechtlicher Fragen. Zwar greift für Unternehmen mit Standorten

in mehreren Bundesländern das sogenannte One-Stop-Shop-Prinzip, entscheidend ist dabei der Sitz der Hauptniederlassung, doch auch dieses Verfahren kann nicht verhindern, dass ähnliche Sachverhalte je nach Bundesland unterschiedlich bewertet werden. Was in Hamburg erlaubt ist, kann in Baden-Württemberg beanstandet werden.

Ein Schritt Richtung Einheitlichkeit: Die Datenschutzkonferenz

Ein gewisses Maß an Abstimmung wird derzeit über die sogenannte Datenschutzkonferenz (DSK) erreicht – ein Gremium, in dem sich die achtzehn Aufsichtsbehörden regelmäßig austauschen. Die DSK erarbeitet Leitlinien, Orientierungs-

hilfen und gemeinsame Positionen. Doch: Ihre Beschlüsse sind bislang rechtlich nicht bindend – die DSK agiert informell und ohne gesetzliche Verankerung.

Genau hier setzen die Reformpläne der Bundesregierung an. Bereits im Koalitionsvertrag kündigte die Große Koalition zwei zentrale Vorhaben an:

1. Stärkung der DSK durch gesetzliche Verankerung

Die Datenschutzkonferenz soll ins Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) aufgenommen und mit klar definierten Aufgaben und Befugnissen ausgestattet werden. Damit würden ihre Beschlüsse erstmals eine rechtliche Bindungswirkung entfalten – ein wichtiger Schritt für mehr Einheitlichkeit im föderalen Datenschutzzustand.

2. Zentralisierung der Datenschutzaufsicht

Außerdem möchte die Regierung die Datenschutzaufsicht künftig stärker bei der BfDI bündeln. Wie genau diese Zentralisierung aussehen soll, bleibt offen. Eine vollständige Übertragung aller Aufgaben auf die Bundesbehörde erscheint aus Kostengründen unwahrscheinlich. Realistisch ist eine teilzentralisierte Lösung mit beibehaltenen Landesstrukturen.



Weniger Last für KMU und Ehrenamt

Neben der strukturellen Reform plant die aktuelle Regierung auch eine inhaltliche Entlastung. Ziel ist es, die Spielräume der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) besser zu nutzen – zugunsten kleiner und mittlerer Unternehmen, Beschäftigter und Ehrenamtlicher. Die Bundesregierung will sich auch auf europäischer Ebene dafür einsetzen, bestimmte nicht-kommerzielle Tätigkeiten und risikoarme Datenverarbeitungen ganz vom Anwendungsbereich der DSGVO auszunehmen. Der Zeitpunkt ist günstig: Die EU-Kommission hat gerade erste eigene Vorschläge für eine Entlastung von KMU im Datenschutzrecht vorgelegt.

Mehr Klarheit für die Wirtschaft

Aus der Sicht des BGA könnten die Pläne der Bundesregierung für Unternehmen eine deutliche Verbesserung bedeuten. Eine zentralisierte Aufsicht und rechtlich verbindliche Vorgaben sorgen für mehr Rechtssicherheit – und potenziell weniger Bürokratie. Vor allem kleine und mittlere Betriebe dürften von einfacheren Regelungen und klareren Zuständigkeiten profitieren.

Doch ob aus dem föderalen Flickenteppich eine einheitliche Datenschutzaufsicht wird, hängt davon ab, wie mutig und konsequent die Regierung ihre Reformen umsetzen wird.





**wer wir
sind**

groß- & außenhandel

das Dienstleistungszentrum der deutschen Volkswirtschaft

Als Dachverband vertreten wir 129.000 Unternehmen des Groß- und Außenhandels sowie unternehmensnahe Dienstleister mit über 2 Millionen Beschäftigten und 54.000 Auszubildenden, die einen Jahresumsatz von 1,6 Billionen Euro erwirtschaften. Wir versorgen Industrie, Handwerk, Einzelhandel und Gastronomie.

Wir bündeln das Know-how von 38 Branchen- und 22 Landes- und Regionalverbänden und sind die allgemeine berufsständische, wirtschafts- und sozialpolitische Interessenvertretung. Wir informieren praxisnah über die Auswirkungen von Gesetzgebungen auf die Unternehmen und flankieren mit intensiver Presse- und Öffentlichkeitsarbeit die Lobbytätigkeit.

debatte um mindestlohn

Interview mit Judith Röder,
Geschäftsführerin des BGA

Der gesetzliche Mindestlohn existiert seit 2015. Von damals 8,50 Euro stieg er bis 2025 auf 12,82 Euro. Bis 2027 wird er in zwei Stufen auf 14,60 Euro angehoben. Welche Auswirkungen hat das auf den Groß- und Außenhandel?

Der gesetzliche Mindestlohn ist für unsere Mitgliedsunternehmen von einem politischen Randthema zunehmend zu einer existenziellen Frage geworden. Er greift immer stärker – und vor allem flächendeckend – in funktionierende tarifliche Strukturen ein. Für mich markierte die politisch motivierte Anhebung auf 12 Euro im Oktober 2022 einen Wendepunkt. Die nun beschlossene Erhöhung auf zunächst 13,90 Euro ab 2026 und dann 14,60 Euro ab 2027 führt dazu, dass in eini-

gen unserer Flächentarifverträge einzelne Entgeltgruppen und -stufen überholt werden. Unsere Flächentarifverträge gelten bis ins Frühjahr 2026 und werden dann neu verhandelt. Die neue Mindestlohnvorgabe wird – trotz äußerst schwieriger wirtschaftlicher Lage – dabei zu berücksichtigen sein.

Ein solcher Eingriff in unsere Tarifverträge ist höchst problematisch und vollkommen unnötig. Denn ein Blick auf die Zahlen zeigt: Seit Einführung des Mindestlohns im Jahr 2015 ist dieser bis 2025 um 50,8 Prozent gestiegen. Im gleichen Zeitraum erhöhten sich die Tarifentgelte um fast 37 Prozent – das liegt bereits über der Inflationsrate der letzten zehn Jahre und bedeutete einen spürbaren Kaufkraftgewinn für die Beschäftigten.

Doch selbst dieser Anstieg bleibt hinter der politisch gewollten und nun beschlossenen Mindestloohnerhöhung zurück. Das erhöht nicht nur in den direkt betroffenen Entgeltgruppen und -stufen den Druck auf die Lohnkosten, sondern auf das gesamte Lohngefüge. Das stellt eine erhebliche Belastung für die Tarifpartnerschaft dar.

Die Unternehmen reagieren unterschiedlich: Durch Personalabbau, was oft zu Veränderungen im Service führt, und – soweit im intensiven Wettbewerb überhaupt möglich – durch Preisanpassungen.

Wie wirkt sich die Mindestloohnerhöhung konkret auf die Tarifbindung aus?

Die Tarifbindung bietet Unternehmen ein umfassendes Gesamtpaket: Nicht nur Löhne und Gehälter, sondern auch Regelungen zu Arbeitszeit, Zuschlägen, Sonderzahlungen, Urlaub, Altersvorsorge und mehr – also eine Vielzahl an Leistungen und Verpflichtungen. Wenn in eine dieser Komponenten eingegriffen wird, gerät das gesamte Paket aus dem Gleichgewicht. Es gibt keine Möglichkeit, die Belastung durch Anpassungen in anderen Bestandteilen des Tarifwerks auszugleichen. Gleichzeitig wird es bei der Gewinnung von



Arbeitskräften attraktiver, mit einem hohen Stundenlohn zu werben, statt mit einem breiten, aber erklärungsbedürftigen tariflichen Leistungspaket. Viele Unternehmen fragen sich daher, welchen Mehrwert die Tarifbindung überhaupt noch bietet – und ob sie nicht ohne Tarifbindung flexibler agieren könnten.

Hat sich der Mindestlohn bislang negativ auf die Beschäftigung ausgewirkt?

In der Vergangenheit hat sich der Mindestlohn – entgegen früherer Befürchtungen – gesamtwirtschaftlich nicht negativ auf die Beschäftigung ausgewirkt. In den wirtschaftlich starken 2010er und frühen 2020er

Jahren mit großem Fachkräftemangel war der Mindestlohn für den Arbeitsmarkt gut verkraftbar. Doch mit der anhaltenden Rezession trübt sich die Lage ein. Der Arbeitsmarkt verliert an Dynamik. Personalkosten werden zunehmend zur kritischen Stellschraube für Unternehmen. Gerade in Tätigkeitsfeldern mit geringeren Qualifikationsanforderungen beobachten wir Stellenabbau – durch Automatisierung oder Standortverlagerungen. Wenn für solche Tätigkeiten künftig

ein Mindestlohn von 14,60 Euro gilt, verschärft das diesen Trend weiter. Auch im Groß- und Außenhandel ist der Beschäftigungsaufbau inzwischen rückläufig. Waren im Oktober 2022 noch rund zwei Millionen Erwerbstätige in dieser Wirtschaftsstufe beschäftigt, zeigt sich seit spätestens 2024 ein klarer Abwärtstrend. Der Fachkräftebedarf besteht zwar weiterhin – aber der zunehmende Kostendruck ist unübersehbar.

Liquidität schafft Sicherheit - von beiden Seiten.

quick  paid

Einkaufsfinanzierung

www.quickpaid.com



**A.B.S.
FACTORING**

Absatzfinanzierung

www.abs-global-factoring.com

A.B.S. Global Factoring AG: Ihr Partner in der Mittelstandsfinanzierung.



Welche Folgen hat dieser Trend für die Ausbildung?

Auch die Berufsausbildung im Groß- und Außenhandel leidet unter der Entwicklung des Mindestlohns. Wenn Tätigkeiten, die keine Ausbildung erfordern, ähnlich vergütet werden wie solche von ausgebildeten Fachkräften, verliert die Ausbildung an Attraktivität. Der ökonomische Anreiz schwindet. Die Zahl der Auszubildenden im Großhandel ist rückläufig – sogar etwas stärker als in der Gesamtwirtschaft. Unternehmen passen sich dieser Realität an, wir beobachten bereits eine leicht sinkende Ausbildungsbe-reitschaft.

Was erwarten Sie von der Mindestlohnkommission und der Politik?

Die Kommission muss ihrer gesetzlichen Rolle gerecht werden und sich wieder stärker an marktwirtschaftlichen Prinzipien orientieren. Dazu zählen die Produktivitätsentwicklung, die allgemeine Lohnentwicklung und die Beschäftigungslage. Der Mindestlohn darf kein politisches Steuerungsinstrument und kein Mittel allgemeiner Sozialpolitik sein. Nur auf dieser Basis lässt sich eine tragfähige Balance zwischen sozialem Schutz und wirtschaftlicher Belastbarkeit erreichen.

Die Obergrenze für den Mindestlohn müssen bereits vereinbarte Tarifentgelte darstellen. Denn diese spiegeln – im Gesamtpaket mit weiteren tariflichen Regelungen – kollektiv ausgehandelte und passgenaue Konditionen für die Branchen wider. Nur so lassen sich Tarifautonomie und ein zukunftsfähiges Ausbildungssystem erhalten. Politisch motivierte Eingriffe wie 2022 dürfen sich nicht wiederholen.

Die jüngste Entscheidung der Mindestlohnkommission hat zwar nicht alle überzogenen politischen Forderungen erfüllt, aber einige davon übernommen.

Unsere Erwartung an die Politik ist daher klar: Sie muss sich vollständig aus der Lohnfindung heraushalten. Der Gesetzgeber darf keine eigenen Entscheidungen treffen und keinen Druck auf die Kommission ausüben. Die Parteien wären gut beraten, den Mindestlohn nicht erneut zum Wahlkampfthema zu machen.

**DIE KOMMISSION MUSS IHRER
GESETZLICHEN ROLLE GERECHT
WERDEN UND SICH WIEDER
STÄRKER AN MARKTWIRTSCHAFT-
LICHEN PRINZIPIEN ORIENTIEREN.**

BGA-Geschäftsführerin Judith Röder



einsteigen, umsteigen, aufsteigen

mit dem DAHD-bildungszentrum groß- und außenhandel.

Ob Auszubildende, Fachkräfte oder Führungspersonal – wir bieten praxisnahe Seminare und Prüfungsvorbereitungen, die Ihr Unternehmen voranbringen.

Profitieren Sie von erfahrenen Dozentinnen und Dozenten, aktuellen Inhalten und einem breit gefächerten Netzwerk an Seminarorten.

www.dahd.de

 **DAHD**
Bildungszentrum Groß- und Außenhandel

Präsident

Dr. Dirk Jandura

Oskar Böttcher GmbH & Co. KG
Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen

Ehrenpräsident

Anton F. Börner

Börner-Gruppe

Vizepräsidentin und Schatzmeisterin

Franziska Scherf

HENKA Werkzeuge + Werkzeugmaschinen GmbH
Landesverband des Sächsischen Groß- und Außen-
handels/Dienstleistungen (SGA), Präsidentin

Vizepräsidenten

Till Blässinger

Josef Blässinger GmbH & Co. KG
grosshandel-bw Verband für Dienstleistung, Groß- und
Außenhandel Baden-Württemberg e. V., Vizepräsident

Jan Peter Coblenz

Brangs + Heinrich GmbH
Arbeitgeber- und Wirtschaftsverband Großhandel -
Außenhandel - Dienstleistung Bergisch Land, Vorsitzender

Thorsten Klindworth

A.B.S. Global Factoring AG
Deutscher Factoring-Verband

Christoph Leicher

Leicher Engineering GmbH
Landesverband Bayern Großhandel • Außenhandel • Dienstleistungen
(LGAD), Präsident

Volker Schlinge

METRO Deutschland GmbH
Landesverband Großhandel – Außenhandel – Dienstleistungen
Nordrhein-Westfalen (LGAD), Präsident

Fritz Graf von der Schulenburg

Jebsen & Jessen (GmbH & Co.) KG
Bundesverband des Deutschen Exporthandels (BDEx),
Vorsitzender

Präsidium

Murat Bayram

EMR European Metal Recycling GmbH
Verband Deutscher Metallhändler und Recycler (VDM), Präsident

Dr. Peter Bielert

F. REYHER Nchfg. GmbH & Co. KG
AGA Norddeutscher Unternehmensverband Großhandel,
Außenhandel, Dienstleistung, Mitglied des Präsidiums

Dr. Holger Bissel

Creditreform Hannover-Celle Bissel KG
Verband der Vereine Creditreform, Präsident

Anke Blietz-Weidmann

Lowell Financial Services GmbH
Bundesverband Deutscher Inkassounternehmen (BDIU), Präsidentin

Dr. John Böttcher

August Fuhrmann AG
Landesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistung
Sachsen-Anhalt (LVGA)

Raphael DeVol

Schlee GmbH & Co. KG
Verband des Groß- und Außenhandels für Krankenpflege
und Laborbedarf (VGKL)

Ulrich Gutting

MINERA Kraftstoffe-Mineralölwerk Rempel GmbH
grosshandel-bw Verband für Dienstleistung, Groß- und
Außenhandel Baden-Württemberg e. V., Präsident

Dr. h.c. Honorarkonsul Ralf Hesse

PeRA Trading Company GmbH
Landesverband Großhandel Außenhandel Dienstleistung
Sachsen-Anhalt (LVGA), Präsident

Frank Jansen

J.G. Niederegger GmbH & Co. KG
Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft (GWW), Vorstandsvorsitzender

Dipl.-Kfm. Christian J. Justus

Riensch & Held GmbH & Co.KG
Bundesverband des Deutschen Exporthandels (BDEx), Mitglied des Vorstands

Robert Kania

Rewe Markt GmbH
Landesverband des Groß- und Außenhandels für Berlin und
Brandenburg (LGA), Vorsitzender

Ines Kitzing

Hass+Hatje GmbH
AGA Norddeutscher Unternehmensverband Großhandel,
Außenhandel, Dienstleistung, Vizepräsidentin

Dr. Thomas Könnecke

K&W Mineralölgesellschaft Erfurt mbH
Landesverband für Groß-/ Außenhandel und Dienstleistungen
Thüringen (LGAD), Präsident

Stefan Krause

Teamwork Instore Services GmbH
Verband Instore und Logistik Services (ILS), Vorsitzender

Dr. Volker Lederer

Lederer GmbH
Fachverband des Schrauben-Großhandels, 1. Vorsitzender

Katharina Metzger

Metzger Holding GmbH
Bundesverband Deutscher Baustoff-Fachhandel (BDB),
Präsidentin

Helmut Münnich

A. Brickwedde Technischer Handel GmbH & Co. KG
Großhandelsverband im Wirtschaftsbereich Osnabrück-Emsland,
Präsident

Holger Papendick

ALFRED TALKE GmbH & Co. KG
Verband Chemiehandel (VCH)

Peter Scharf

WASGAU C+C Großhandel GmbH
GROSSHANDELSVERBAND FOODSERVICE, Vorsitzender

Rainer Schuler

BAT Holding GmbH
DER AGRARHANDEL – Bundesverband Agrarhandel und Verein
der Getreidehändler der Hamburger Börse, Präsident

Wilhelm Schuster

Richter+Frenzel GmbH + Co. KG
Deutscher Großhandelsverband Haustechnik (DG Haustechnik),
Geschäftsführender Vorstand

Ulrike Schwarzer

PERSORENT Berlin Schwarzer GmbH
Gesamtverband der Personaldienstleister (GVP), Mitglied des Präsidiums

Robert Späth

CSC JÄKLECHEMIE GmbH & Co. KG
Verband Chemiehandel (VCH), stellv. Präsident

Thomas Vollmar

Gesamtverband Autoteile-Handel (GVA), Vorsitzender

Prof. Dr. Georg Wagner

H. Ludendorff GmbH
Verband Großhandel Außenhandel Verlage und
Dienstleistungen Hessen, Vorsitzender

Dr. Dietmar Zühlke

EDEKA Foodservice Handelshof Management GmbH
WIGADI Rheinland Köln-Aachen-Bonn, Vorsitzender

Agrar + Ernährungswirtschaft

Rainer Schuler, Vorsitzender

Unterausschuss für Arbeits- + Tarifrecht

Michael Grütering, Leitung

Außenwirtschaft

Dipl.-Kfm. Christian J. Justus, Vorsitzender

Berufsbildung

Dr. John Böttcher, Vorsitzender

Europa

Till Blässinger, Vorsitzender

Finanzen

Franziska Scherf, Vorsitzende

Recht + Wettbewerb

Thomas Porstner, Vorsitzender

Steuern + Finanzen

Thorsten Klindworth, Vorsitzender

Tarif- + Sozialpolitik

Volker Schlinge, Vorsitzender

Nachhaltigkeit

Dipl.-Kfm. Robert Späth, Vorsitzender

Verkehr + Logistik

Holger Papendick, Vorsitzender

Arbeitskreis Digitalisierung

Jan Peter Coblenz, Vorsitzender

Arbeitskreis Zoll

Alexander Hoeckle, Vorsitzender

Gesprächskreis baunaher Großhandel

Hans-Peter Flinks, Leitung

Gesprächskreis CBAM

Alexander Hoeckle, Leitung

Gesprächskreis EUDR

Vanessa Kassem, Leitung

Baden-Württemberg

grosshandel-bw Verband für Dienstleistung, Groß- und Außenhandel Baden-Württemberg e.V.

Friedrichsplatz 9, 68165 Mannheim
0621 150030 info@grosshandel-bw.de
www.grosshandel-bw.de
Präsident Ulrich Gutting
Hauptgeschäftsführer Boris Behringer

Bayern

Landesverband Bayern Großhandel • Außenhandel • Dienstleistungen e.V. (LGAD)

Max-Joseph-Straße 5, 80333 München
089 5459370 info@lgad.de
Geschäftsstelle Nürnberg
Sandstraße 29, 90443 Nürnberg
0911 203180/81 nuernberg@lgad.de
www.lgad.de
Präsident Christoph Leicher
Hauptgeschäftsführer Christian Klingler

Berlin/Brandenburg

Unternehmens- und Arbeitgeberverband für Großhandel und Dienstleistungen e.V. (AGD)

Kurfürstendamm 96, 10709 Berlin
030 308311411 info@agdonline.de
www.agdonline.de
Vorsitzender André Neumann
Geschäftsführer Christian Kärgel

Landesverband des Groß- und Außenhandels für Berlin und Brandenburg e.V. (LGA)

Kurfürstendamm 96, 10709 Berlin
030 308311411 info@lgaonline.de
www.lgaonline.de
Vorsitzender Robert Kania
Geschäftsführer Christian Kärgel

Hessen

**Verband Großhandel Außenhandel Verlage und Dienstleistungen
Hessen e.V. (AGH)**

Flughafenstraße 4A, 60528 Frankfurt am Main
069 72355-6/-7/-8 info@agh-hessen.de
www.agh-hessen.de
Vorsitzender Prof. Dr. Georg Wagner
Geschäftsführer Oliver Wendland

Norddeutschland

**AGA Norddeutscher Unternehmensverband Großhandel,
Außenhandel, Dienstleistung e.V.**

Kurze Mühren 1, 20095 Hamburg
040 308010 aga@aga.de
www.aga.de
Präsident Dr. Hans Fabian Kruse
Hauptgeschäftsführer Volker Tschirch

Landesgruppe Bremen

Bremer Industriehaus
Schillerstraße 10, 28195 Bremen
0421 3349850
Vorsitzender Helmut Münnich
Hauptgeschäftsführer Volker Tschirch

Landesgruppe Hamburg

Kurze Mühren 1, 20095 Hamburg
040 308010
Vorsitzender Dr. Peter Bielert
Hauptgeschäftsführer Volker Tschirch

Landesgruppe Mecklenburg-Vorpommern

Silder Moor 9, 18196 Kavelstorf
Geschäftsführer Philipp Neddermeyer

Landesgruppe Niedersachsen

Königstraße 9, 30175 Hannover
0511 3365120
Vorsitzender Helmut Münnich
Geschäftsführer Philipp Neddermeyer

Landesgruppe Schleswig-Holstein

Geschäftsstelle Kiel
Haus der Verbände
Lindenallee 16, 24105 Kiel
0431 5402880
Vorsitzende Ines Kitzing
Geschäftsführer Volker Hepke

Großhandels- und Dienstleistungsverband Braunschweig e.V. (GDV)

Wilhelmitorwall 32, 38118 Braunschweig
0531 242100 service@agv-bs.de
www.agv-bs.de
Vorstandsvorsitzender Max Richter
Geschäftsführer Lars Alt

Großhandelsverband im Wirtschaftsbereich Osnabrück-Emsland e.V.

Parkstraße 40, 49080 Osnabrück
0541 94169 16 info@grosshandelsverband.de
www.grosshandelsverband.de
Präsident Helmut Münnich
Geschäftsführer Niels Lohmann

Nordrhein-Westfalen

Landesverband Großhandel – Außenhandel – Dienstleistungen Nordrhein-Westfalen e.V. (LGAD)

Achenbachstraße 28, 40237 Düsseldorf
0211 669080 nrw@wigadi.de
www.wigadi.de
Präsident Volker Schlinge
Geschäftsführer Michael Grütering

Arbeitgeber- und Wirtschaftsverband Großhandel – Außenhandel – Dienstleistung Bergisch Land e.V.

Wettinerstraße 11, 42287 Wuppertal
0202 25800 info@vbu-net.de
www.vbu-net.de/großhandel
Vorsitzender Jan Peter Coblenz
Geschäftsführer Dr. Uwe Kirchhoff

WIGADI Rheinland Düsseldorf-Niederrhein e.V.

Achenbachstraße 28, 40237 Düsseldorf
0211 669080 duesseldorf@wigadi.de
www.wigadi.de
Vorsitzender Volker Schlinge
Geschäftsführer Michael Grütering

WIGADI Emscher-Lippe/Vest Recklinghausen e.V.

Zeppelinallee 51, 45883 Gelsenkirchen
0209 945040 gelsenkirchen@wigadi.de
www.wigadi.de
Vorsitzender Jörg Niederehe
Geschäftsführer Michael Grütering

WIGADI Rheinland Köln-Aachen-Bonn e.V.

Salierring 32, 50677 Köln
0221 9977110 koeln@wigadi.de
www.wigadi.de
Vorsitzender Dr. Dietmar Zühlke
Geschäftsführer Michael Grütering

WIGADI Münsterland e.V.

Ossenkampstiege 111, 48163 Münster
0251 70383770 muenster@wigadi.de
www.wigadi.de
Vorsitzender Hans-Peter Flinks
Geschäftsführerin Sahi Onay
Geschäftsführer Michael Grütering

**Wirtschaftsvereinigung Großhandel-Außenhandel-Dienstleistung
Niederrhein e.V.**

Ostwall 227, 47798 Krefeld
02151 62700 info@un-agv.de
www.un-agv.de
Vorsitzender Michael Cames
Hauptgeschäftsführerin Kirsten Wittke-Lemm
stellv. Hauptge-
schäftsführer Dr. Ralf Wimmer

AGAD Arbeitgeberverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V.

Waldring 43-47, 44789 Bochum
0234 2825330 info@agad.de
www.agad.de
1. Vorsitzender Dipl.-Ökonom Edmund Skopyrla
2. Vorsitzender Dirk Rutenhofer
Hauptgeschäftsführer Dr. Oliver K.-F. Klug

**Unternehmensverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen
Ostwestfalen-Lippe e.V.**

Talbrückenstraße 2, 33611 Bielefeld
0521 61794 info@wgad.de
www.wgad.de
Vorstandsvorsitzende Annette Küstermann
Geschäftsführerin Maren Vogel
Geschäftsführer Michael Grütering

Rheinland-Rheinessen

Arbeitgeberverband Großhandel-Außenhandel-Dienstleistungen
Rheinland-Rheinessen e.V.

Trottgasse 253, 56077 Koblenz
0261 32031 arbeitgeberverband@stv-koblenz.de
www.ghv-koblenz.de
Vorsitzender Stephan Fincke
Geschäftsführer Dr. Stefan Vomweg

Pfalz

Verband Groß- und Außenhandel Verlage und Dienstleistungen
Pfalz e.V. (GAD)

Ägyptenpfad 18, 67433 Neustadt
06321 924240 info@grosshandel-pfalz.de
gad@hv-süw.de
www.grosshandel-pfalz.de
Präsident Torsten Oppinger
Hauptgeschäftsführer Dr. Thomas Scherer

Sachsen

Landesverband des Sächsischen Groß- und Außenhandels/
Dienstleistungen e.V. (SGA)

An der Frauenkirche 12 , 01067 Dresden
0351 2527533 info@sgad.de
www.sgad.de
Präsidentin Franziska Scherf
Geschäftsführer Karsten Zobel

Sachsen-Anhalt

Landesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistung
Sachsen-Anhalt e.V. (LVGA)

Haeckelstraße 9, 39104 Magdeburg
0391 2524143 info@lvga.de
www.lvga.de
Präsident Dr. h.c. Honorarkonsul Ralf Hesse
Geschäftsführer Philipp Neddermeyer

Thüringen

Landesverband für Groß-/Außenhandel und Dienstleistungen
Thüringen e.V. (LGAD)

c/o TRAENO GmbH
Anger 81, 99084 Erfurt
0391 2524143 info@lgad-thueringen.de
www.lgad-thueringen.de
Präsident Dr. Thomas Könecke
Geschäftsführer Philipp Neddermeyer

Agrar

DER AGRARHANDEL – Bundesverband Agrarhandel und Verein der Getreidehändler der Hamburger Börse e.V.

Geschäftsstelle Berlin

Invalidenstraße 34, 10115 Berlin

030 27907410 info@der-agrarhandel.de

Geschäftsstelle Hamburg

Adolphsplatz 1, Kontor 57, 20457 Hamburg

040 3698790 info@der-agrarhandel.de

www.der-agrarhandel.de

Präsident Rainer Schuler

Geschäftsführer Martin Courbier

Autoteile

Gesamtverband Autoteile-Handel e.V. (GVA)

Gothaer Straße 17, 40880 Ratingen

Hauptstadtbüro: Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin

02102 770770 info@gva.de

www.gva.de

1. Vorsitzender Thomas Vollmar

Geschäftsführer Dirk Scharmer

Außenhandel

Bundesverband des Deutschen Exporthandels e.V. (BDEx)

Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin

030 72625790 contact@bdex.de

www.bdex.de

Vorsitzender Fritz Graf von der Schulenburg

Geschäftsführer Alexander Hoeckle

Baustoff

Bundesverband Deutscher Baustoff-Fachhandel e.V.

Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin
030 590099576 info@bdb-bfh.de
www.bdb-bfh.de
Präsidentin Katharina Metzger
Hauptgeschäftsführer Michael Hölker

Blumen

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

Zum Steigerhaus 14, 46117 Oberhausen
0208 46839771 info@bgi-ev.de
www.bgi-ev.de
Geschäftsführung Andrea Kirchhoff
Vorstandsmitglieder Thomas Berthold
Christian Müller
Christian Willeke

Cash and Carry- und Zustellgroßhandel

GROSSHANDELSVERBAND FOODSERVICE e.V.

Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin
030 590099599 info@gvfoodservice.de
www.gvfoodservice.de
Vorsitzender Peter Scharf
Geschäftsführer Marcus Schwenke

Chemie

Verband Chemiehandel e.V. (VCH)

Große Neugasse 6, 50667 Köln
0221 2581133 info@vch-online.de
www.vch-online.de
Präsident Christian Westphal
Geschäftsführendes
Vorstandsmitglied Ralph Alberti
Geschäftsführer Michael Pätzold

Dienstleistungen

Gesamtverband der Personaldienstleister e.V. (GVP)

Geschäftsstelle Berlin
Universitätsstraße 2-3a, 10117 Berlin
Geschäftsstelle Münster
Fridtjof-Nansen-Weg 3a, 48155 Münster
030 2060980 info@personaldienstleister.de
www.personaldienstleister.de
Präsident Christian Baumann
Hauptgeschäftsführer Florian Swyter
stellv. Hauptgeschäftsführer: Dr. Martin Dreyer

Bundesverband Deutscher Dienstleistungsunternehmen e.V. (BVD)

Büro Köln: Salierring 32, 50677 Köln
0221 9977101
Büro Berlin: Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin
030 590099530 info@bvddeutschland.de
www.bvddeutschland.de
Vorsitzender Dr. Wilhelm von Moers
Geschäftsführer Michael Grütering

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)

Friedrichstraße 60, 10117 Berlin
030 40367510 info@bevh.org
www.bevh.org
Präsident Gero Furchheim
Hauptgeschäftsführer Christoph Wenk-Fischer

Verband Instore und Logistik Services e.V. (ILS)

Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin
030 590099545 info@ils-verband.de
www.ils-verband.de
Vorsitzender Stefan Krause
Geschäftsführer Denis Henkel

Elektro

Bundesverband des Elektro-Großhandels e.V. (VEG)

Viktoriastraße 27, 53173 Bonn
0228 227770 info@veg.de
www.veg.de
Vorsitzender Ulrich Liedtke
Hauptgeschäftsführer Dr. Hans Henning
Geschäftsführer Darius Kremer

Farbe und Bodenbeläge

Bundesverband Großhandel Heim & Farbe e.V.

Memeler Str. 30, 42781 Haan
02129 557090 info@ghf-online.de
www.ghf-online.de
Vorstandsvorsitzender Tobias Schmitt
Geschäftsführer Bert Bergfeld

Finanzdienstleistungen

Deutscher Factoring-Verband e.V.

Behrenstr. 73, 10117 Berlin
030 20654654 hauptstadtbuero@factoring.de
www.factoring.de
Vorstandssprecher Stefan Wagner
Geschäftsführer Dr. jur. Alexander Moseschus

Verband der Vereine Creditreform e.V.

Hammfelddamm 13, 41460 Neuss
02131 1090 kontakt@creditreform.de
www.creditreform.de
Präsident Dr. Holger Bissel
Hauptgeschäftsführer Bernd Bütow

Bundesverband Deutscher Inkasso-Unternehmen e.V. (BDIU)

Friedrichstraße 55, 10117 Berlin
030 20607360 bdiu@inkasso.de
www.inkasso.de
Präsidentin Anke Blietz-Weidmann
Geschäftsführer Dennis Stratmann

Fleischwirtschaft

Verband der Fleischwirtschaft e.V.

Adenauerallee 118, 53113 Bonn
0228 914240 info@v-d-f.de
www.v-d-f.de
Vorsitzender Martin Müller
Hauptgeschäftsführer Steffen Reiter

Früchte

Deutscher Fruchthandelsverband e.V.

Bergweg 6, 53225 Bonn
0228 911450 info@dfhv.de
www.dfhv.de
Präsident Jürgen Bruch
Geschäftsführer Dr. Andreas Brügger

Getränke

Bundesverband des Deutschen Getränkefachgroßhandels e.V.

Monschauer Str. 7, 40549 Düsseldorf
0211 683938 info@bv-gfgh.de
www.bv-gfgh.de
Beiratsvorsitzender Eric Boecken
Geschäftsführender
Vorstand Dirk Reinsberg

Haustechnik

Deutscher Großhandelsverband Haustechnik e.V. (DG Haustechnik)

Viktoriastr. 27 A, 53173 Bonn
0228 629050 info@dg-haustechnik.de
www.dg-haustechnik.de
1. Vorsitzender Johannes M. Börner
Hauptgeschäftsführer Dr. Hans Henning
Geschäftsführer Achim Laubenthal

Häute, Leder

Wirtschaftsverband Häute/Leder e.V.

Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin
030 590099559 whl@bga.de
whl-verband.de
Vorsitzender des
Vorstands Toni Baltes
Geschäftsführer Sebastian Werren

A close-up photograph of several sprinters in blue uniforms crouched at the starting line of a red running track. Their hands are flat on the track surface, ready for the start. The track has white lane markings.

VERBESSERTE CHANCEN

Der GVA kämpft für einen fairen Wettbewerb im KFZ-Teile- und -Servicemarkt. Zum Nutzen von Unternehmen, Hunderttausenden Beschäftigten der Branche und Millionen Autofahrern. Damit Mobilität bezahlbar bleibt.

IN IHREM INTERESSE



Kaffee

Deutscher Kaffeeverband e.V.

Steinhöft 5-7, 20459 Hamburg
040 37423610 info@kaffeeverband.de
www.kaffeeverband.de
Mitglieder im Vorstand Bent B. Dietrich
Bernd Schopf
Hauptgeschäftsführer Holger Preibisch
Geschäftsführer Prof. Dr. Johannes Hielscher

Krankenpflege- und Laborbedarf

Verband des Groß- und Außenhandels für Krankenpflege- und Laborbedarf e.V. (VGKL)

Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin
030 590099585 info@vgkl.de
www.vgkl.de
Vorstandsvorsitzender Markus Riemer
Geschäftsführer Dr. Andreas Rademachers

Kühllogistik

Verband Deutscher Kühlhäuser und Kühllogistikunternehmen e.V. (VDKL)

Fränkische Straße 1, 53229 Bonn
0228 201660 info@vdkl.de
www.vdkl.de
Vorsitzender Falko Thomas
Geschäftsführer Jan Peilnsteiner

Metall

Wirtschaftsverband Großhandel Metallhalbzeug e.V. (WGM)

Stargarder Str. 35, 10437 Berlin
030 259373810 info@wgm.berlin
www.wgm.berlin
Vorsitzender Roland Spahn
Geschäftsführer Nikolai Malanowski

Nahrungsmittel

Verband des Deutschen Nahrungsmittelgroßhandels e.V.

Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin
0171 4114976 vdn@bga.de
Präsident Dr. Wilhelm von Moers
Hauptgeschäftsführer Gerhard Handke

Waren-Verein der Hamburger Börse e.V.

Große Bäckerstraße 4, 20095 Hamburg
040 3747190 info@waren-verein.de
www.waren-verein.de
Vorsitzender Frank-Christoph Rump
Geschäftsführerin Jeanette Gonnermann

Pharma

PHAGRO - Bundesverband des pharmazeutischen Großhandels e.V.

Französische Straße 12, 10117 Berlin
030 20188448 phagro@phagro.de
www.phagro.de
Vorsitzender Marcus Freitag
stellvertretender
Vorsitzender Kerem Inanc
Geschäftsführer Thomas Porstner
Michael Dammann

Presse, Buch, Zeitungen, Zeitschriften

**Presse-Grosso Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs-
und Zeitschriften-Grossisten e.V.**

Händelstraße 25-29, 50674 Köln
0221 9213370 ka@gvpvg.de
www.bvpg.pressegrasso.de
Vorstand Thorsten Mauch, André Matysik,
Robert Herpold
Hauptgeschäftsführer Kai-C. Albrecht

Schrauben

Fachverband des Schrauben-Großhandels e.V.

Friedrichstraße 79, 10117 Berlin
030 88786525 info@fds-online.de
www.fds-online.de
1. Vorsitzender Dr. Volker Lederer
Geschäftsführer Alexander Kolodzik

Seile und Anschlagmittel

FSA Fachverband Seile und Anschlagmittel e.V.

Prinz-Georg-Straße 106, 40479 Düsseldorf
0211 445322 info@fsa-verband.de
www.fsa-verband.de
Vorsitzender Karl-Heinz Keisewitt
Geschäftsführer Thomas Vierhaus

Tabak

**Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und
Automatenaufsteller e.V. (BDTA)**

Konrad-Zuse-Ring 4, 41179 Mönchengladbach
02161 4624400 info@bdta.de
www.bdta.de
1. Vorsitzender Dr. Michael Reisen-Hall
Geschäftsführer Matthias Junkers

Verschnürungs- und Verpackungsmittel

Bundesverband Verschnürungs- und Verpackungsmittel e.V. (BVV)

Eisentalstraße 35 , 71332 Waiblingen
07151 969120 hans-peter.kirsch@bv-verpackung.de
www.bv-verpackung.de
Vorsitzender Hans-Peter Kirsch

Werbeartikel

Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW)

Europaallee 37, 50226 Frechen
02234 379060 r.samuel@gww.de
www.gww.de
Vorstandsvorsitzender Frank Jansen
Geschäftsführer Ralf Samuel
 Ralf Uwe Schneider

VGA

Versicherungskonzepte für Handel und Dienstleister

Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin
030 59009990 info@vga.de
www.vga.de
Geschäftsführer Andreas Möbius

BBG

Bundesbetriebsberatungsstelle GmbH

Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin
030 590099560 info@betriebsberatungsstelle.de
www.betriebsberatungsstelle.de
Geschäftsführer Michael Alber

DAHD

Bildungszentrum Groß- und Außenhandel

Am 1 a, 10117 Berlin
030 590099542 info@dahd.de
www.dahd.de
Geschäftsführer Michael Alber

ForveG

Forschungsvereinigung Großhandel e.V.

Am Weidendamm 1 a, 10117 Berlin
030 590099588 info@forveg.de
www.forveg.de
Vorsitzender Till Blässinger
Geschäftsführer Michael Nitsche

präsidium

präsident

Dr. Dirk Jandura

ehrenpräsident

Anton F. Börner

vizepräsidentin + schatzmeisterin

Franziska Scherf

vizepräsidenten

Till Blässinger, Jan Peter Coblenz, Thorsten
Klindworth, Christoph Leicher, Volker Schlinge,
Fritz Graf von der Schulenburg

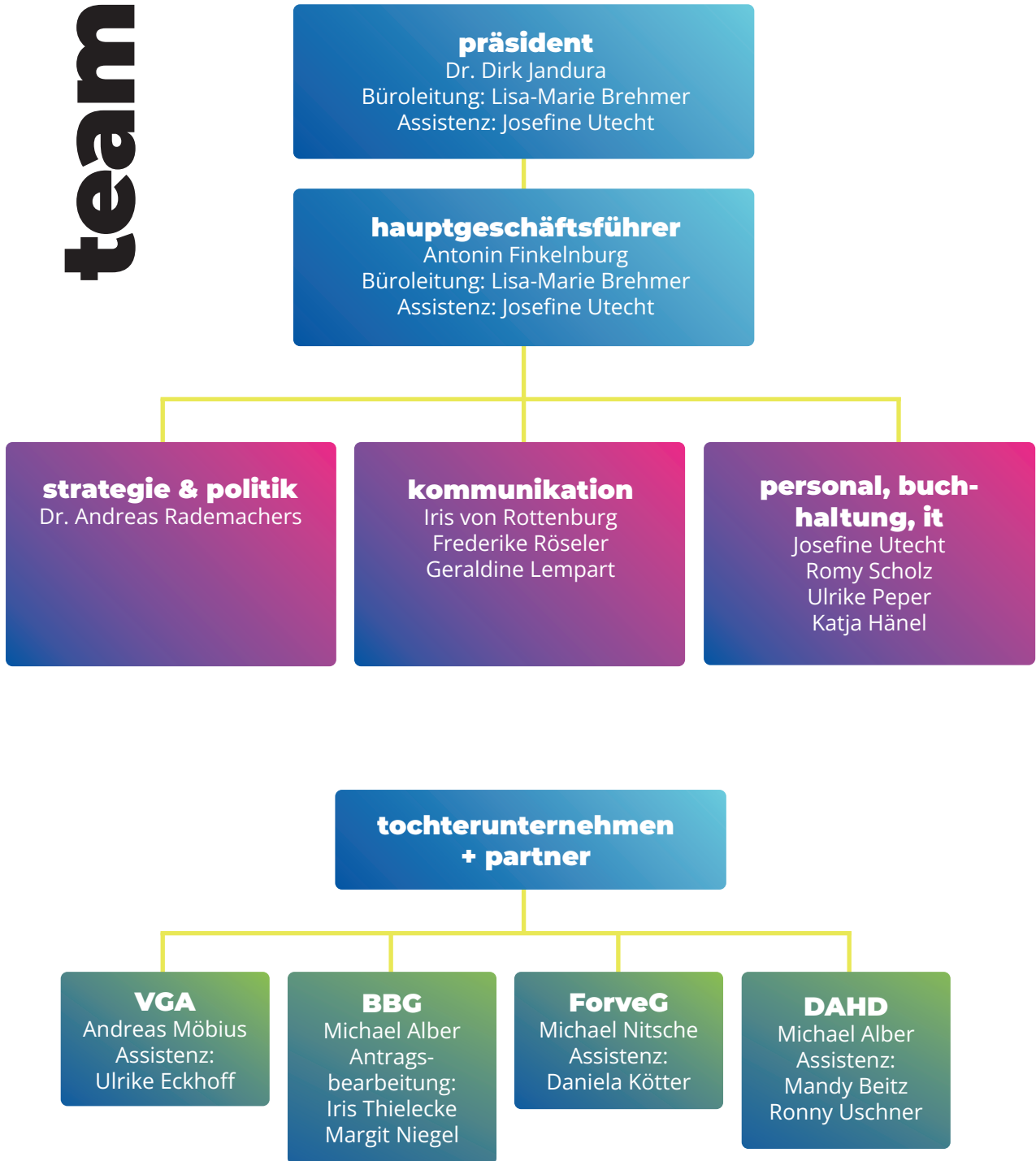
präsidium

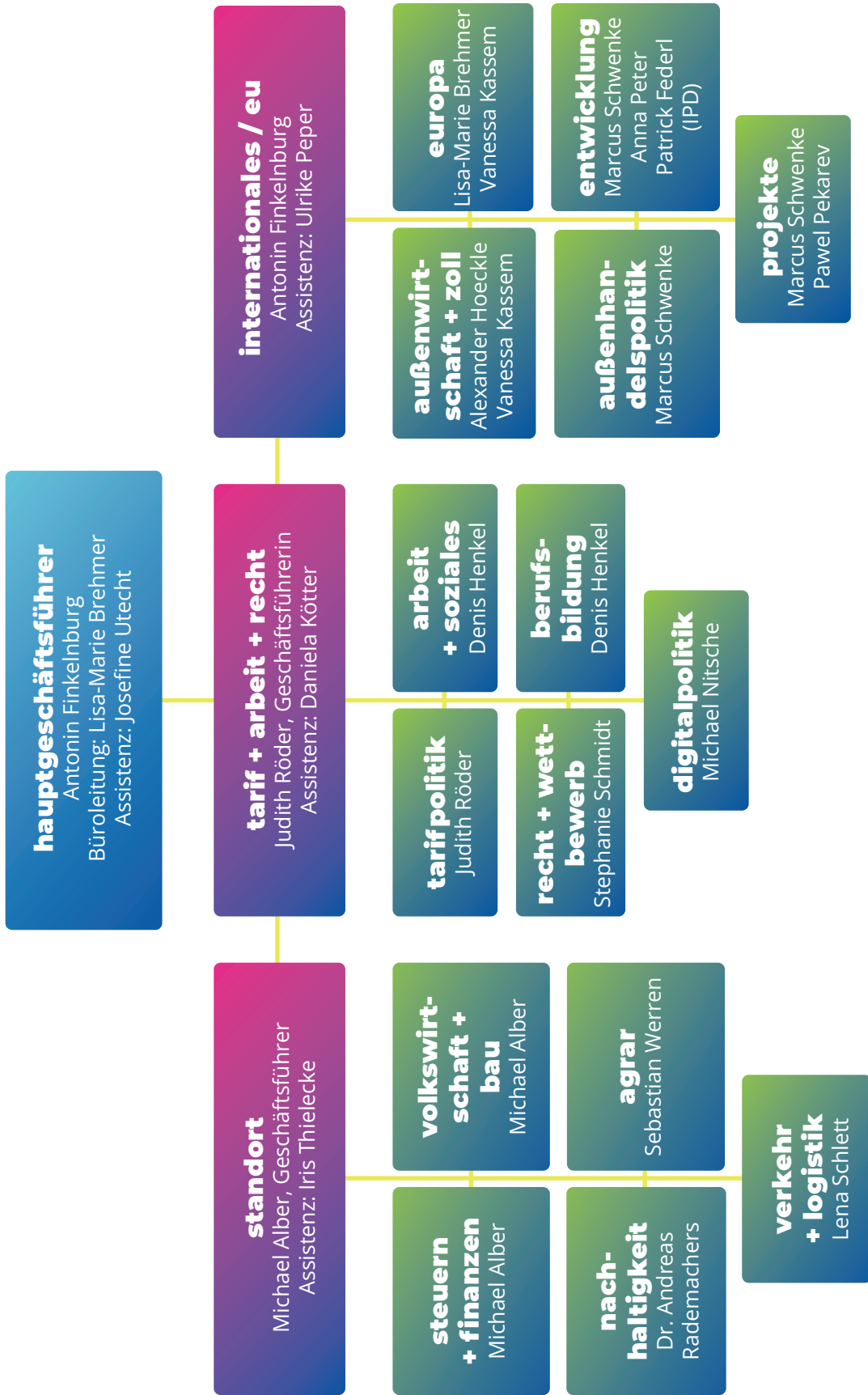
Murat Bayram, Dr. Peter Bielert, Dr. Holger Bissel,
Anke Blietz-Weidmann, Dr. John Bötticher, Raphael
DeVol, Ulrich Gutting, Dr. hc. Honorarkonsul Ralf
Hesse, Frank Jansen, Dipl.-Kfm. Christian J. Justus,
Robert Kania, Ines Kitzing, Dr. Thomas Könnecke,
Stefan Krause, Dr. Volker Lederer, Katharina
Metzger, Helmut Münnich, Holger Papendick, Peter
Scharf, Rainer Schuler, Wilhelm Schuster, Ulrike
Schwarzer, Dipl.-Kfm. Robert Späth, Thomas
Vollmar, Prof. Dr. Georg Wagner, Dr. Dietmar Zühlke

ausschüsse



team





hauptgeschäftsführer



Antonin Finkelnburg
Hauptgeschäftsführer

030 59 00 99 531
antonin.finkelnburg@bga.de



Lisa-Marie Brehmer
Büroleiterin + Abteilungsleiterin Europa

030 59 00 99 552
lisa-marie.brehmer@bga.de



Josefine Utecht
Assistentin Präsident + Hauptgeschäftsführer

030 59 00 99 530
josefine.utecht@bga.de



Dr. Andreas Rademachers
Leiter Politik + Strategie

030 59 00 99 551
andreas.rademachers@bga.de

kommunikation



Iris von Rottenburg
Abteilungsleiterin Kommunikation

030 59 00 99 523
iris.vonrottenburg@bga.de



Frederike Röseler
Pressesprecherin

0178 276 6013
frederike.roeseler@bga.de



Geraldine Lempart
Grafikerin + Assistentin

030 59 00 99 520
geraldine.lempart@bga.de

tarif + arbeit + recht



Judith Röder
Geschäftsführerin

030 59 00 99 581
judith.roeder@bga.de



Denis Henkel
Arbeits- und Sozialrecht + Berufsbildung

030 59 00 99 547
denis.henkel@bga.de



Michael Nitsche
Abteilungsleiter Digitalpolitik

030 59 00 99 582
michael.nitsche@bga.de



Stephanie Schmidt
Justiziarin, Abteilungsleiterin Recht + Wettbewerb

030 59 00 99 583
stephanie.schmidt@bga.de



Daniela Kötter
Assistentin

030 59 00 99 580
daniela.koetter@bga.de

standort



Michael Alber
Geschäftsführer

030 59 00 99 571
michael.alber@bga.de



Dr. Andreas Rademachers
Leiter Politik + Strategie

030 59 00 99 551
andreas.rademachers@bga.de



Lena Schlett

Abteilungsleiterin Verkehr + Logistik

030 59 00 99 513

lena.schlett@bga.de



Sebastian Werren

Abteilungsleiter Agrar + Ernährungswirtschaft

030 59 00 99 561

sebastian.werren@bga.de



Nadin Hübner

Assistentin

030 59 00 99 523

nadin.huebner@bga.de



Iris Thielecke

Assistentin

030 59 00 99 570

iris.thielecke@bga.de



Ronny Uschner

Veranstaltungen

030 59 00 99 525

ronny.uschner@bga.de



Mandy Beitz

DAHD

030 59 00 99 542

mandy.beitz@bga.de

internationales



Lisa-Marie Brehmer

Büroleiterin + Abteilungsleiterin Europa

030 59 00 99 552

lisa-marie.brehmer@bga.de



Patrick Federl

Referent für Importförderung im Auftrag des
Import Promotion Desk (IPD)

0176 465 965 51

patrick.federl@bga.de



Alexander Hoeckle

Abteilungsleiter Außenwirtschaft + Zoll

030 59 00 99 565

alexander.hoeckle@bga.de



Vanessa Kassem

Referentin Außenwirtschaft + Zoll + Europa

030 59 00 99 591

vanessa.kassem@bga.de



Pawel Pekarev

Referent Projekte

030 59 00 99 590

pawel.pekarev@bga.de



Anna Peter

Beraterin Entwicklungskooperation im Auftrag des BMZ

030 59 00 99 597

business-scout@bga.de



Marcus Schwenke

Abteilungsleiter Außenhandelspolitik + Importförderung
+ Entwicklungszusammenarbeit + Projekte

030 59 00 99 594

marcus.schwenke@bga.de



Ulrike Peper

Assistentin + Buchhaltung

030 59 00 99 593

ulrike.peper@bga.de

it & buchhaltung



Katja Hänel

IT

030 59 00 99 555

katja.haenel@bga.de



Romy Scholz

Buchhaltung + Beitragswesen

030 59 00 99 540

romy.scholz@bga.de

wer wir sind

Herausgeber

Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V.

Verbändehaus Handel Dienstleistung Tourismus
Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin
030 59 00 99 50 info@bga.de
www.bga.de

Verantwortlich für Inhalt und Redaktion (V.i.S.d.P.)

Iris von Rottenburg iris.vonrottenburg@bga.de
Frederike Röseler frederike.roeseler@bga.de

Gestaltung und Reinzeichnung

Geraldine Lempart geraldine.lempart@bga.de

Druck

spreedruck Berlin

Bildnachweise

iStock
Christian Lietzmann
Marko Bußmann

Quellen

Grafiken: BGA-Kommunikation
Grafik Rechnungsvolumen, Seite 34: Creditreform
Grafik Unternehmensinsolvenzen, Seite 52: Creditreform
Grafik Lohnlücke, Seite 52: GVP
Grafik Mindestlohn, Seite 52: BDA
Grafik Getreide, Seite 52: Destatis
Grafik Prognose Autoteile-Handel, Seite 53: GVA
Grafik Handelspartner EU, Seite 53: Destatis
Grafik Chemiehandel, Seite 53: vch, April 2025
Grafik Umsatz/Marge, Seite 53: Phagro

Redaktionsschluss: 29.08.2025

In Zusammenarbeit mit den BGA-Fachabteilungen.
Wir danken für die Gastbeiträge.

Vorgelegt anlässlich der BGA-Mitgliederversammlung 2025.

Werden Personenbezeichnungen aus Gründen der besseren Lesbarkeit lediglich in der männlichen oder weiblichen Form verwendet, so schließt dies die anderen Geschlechter mit ein.