

Top 30 Die größten Handelsunternehmen der Branche 2004

von TradeDimensions/M+M EUROdata und Lebensmittel Zeitung

Rang	Firma/Ort	Gesamtumsätze in Mio. EUR (brutto) (Veränderung in % zum Vorjahr)	Anteil Food in %	Anteil Nonfood in %
1	Metro-Gruppe, Düsseldorf			
	Real (inkl. Extra), Mönchengladbach	11 000 (-3,2)	78,5	21,5
	Metro C + C, Düsseldorf	6 500 (0,0)	76,0	24,0
	Kaufhof, Köln	4 100 (-5,9)	7,0	93,0
	weitere Sparten/Unternehmen	10 920 (9,0)	2,0	98,0
2	Rewe-Gruppe, Köln			
	Rewe AG, Köln	28 233 (1,7)	69,0	31,0
	Rewe Dortmund	2 668 (2,3)	95,0	5,0
3	Edeka/AVA-Gruppe, Hamburg			
	Edeka Großhandel	23 695 (0,5)	90,0	10,0
	AVA-Gruppe, Bielefeld	5 537 (0,6)	58,1	41,9
4	Aldi-Gruppe, Essen/Mülheim¹⁾			
	Aldi Süd, Mülheim	11 300* (-2,8)	80,0	20,0
	Aldi Nord, Essen	10 700* (-3,1)	80,0	20,0
5	Schwarz-Gruppe, Neckarsulm¹⁾			
	Lidl, Neckarsulm	12 000* (4,3)	82,0	18,0
	Kaufland, Neckarsulm	9 300* (6,3)	77,0	23,0
6	KarstadtQuelle, Essen²⁾			
	Stationärer Handel	7 525 (-8,1)	11,0	89,0
	Versandhandel/Sonstiges	6 645 (-9,1)	0,0	100,0
7	Tengelmann-Gruppe, Mülheim³⁾			
	Plus, Mülheim	6 191 (2,7)	88,5	11,5
	Kaiser's Tengelmänn, Viersen	2 509 (-1,3)	92,8	7,2
	weitere Sparten/Unternehmen	4 320 (-4,8)	0,0	100,0
8	Spar AG, Schenefeld	8 650* (-3,9)	94,0	6,0
9	Lekkerland-Tobaccoland, Frechen	8 500* (3,3)	72,0	28,0
10	Schlecker, Ehingen	5 400* (-3,6)	95,0	5,0
11	Globus, St. Wendel	3 541 (1,0)	55,0	45,0
12	Wal-Mart (D), Wuppertal	2 800* (-0,7)	55,0	45,0
13	Norma, Nürnberg	2 650* (6,0)	85,0	15,0
14	Dohle-Gruppe, Siegburg			
	Hit, Siegburg	1 228 (3,5)	89,0	11,0
	Brülle & Schmelzer, Lippstadt	207 (-0,5)	64,0	36,0
	Minipreis, Salzkotten ⁴⁾	161 (n.v.)	90,0	10,0
	weitere Dohle-Mitglieder	812 (-8,9)	82,5	17,5
15	dm-Drogeriemarkt, Karlsruhe	2 220 (8,5)	90,0	10,0
16	Bartels-Langness-Gruppe, Kiel	2 100* (-0,9)	81,5	18,5
17	Rossmann, Burgwedel³⁾	1 781 (45,6)	80,0	20,0
18	Müller, Ulm	1 673 (5,9)	41,0	59,0
19	Coop Schleswig-Holstein, Kiel	1 353 (-2,3)	83,0	17,0
20	Bünting, Leer	1 200 (0,0)	75,0	25,0
21	Tegut, Fulda	1 002 (3,1)	80,0	20,0
22	Woolworth, Frankfurt	972 (-7,9)	21,5	78,5
23	Ratio, Münster	889 (-4,3)	60,0	40,0
24	Ihr Platz, Osnabrück	840 (-9,3)	70,0	30,0
25	K+K Klaas + Kock, Gronau	840* (0,6)	84,0	16,0
26	Distributa, Saarlouis	596 (-11,4)	24,0	76,0
27	Handelshof, Köln	558 (2,8)	85,0	15,0
28	Kaes, Mauerstetten	528 (2,9)	60,0	40,0
29	Feneberg, Kempten	308 (-0,6)	90,0	10,0
30	Kloppenburg, Kiel	284 (-2,4)	40,0	60,0

2004

... bescherte dem Lebensmittel-Einzelhandel zu meist stagnierende Erlöse. Die gesamte Branche wuchs nur marginal um 0,3 Prozent auf 218,015 Mrd. Euro. Die Top 30 der Branche mussten sich mit einer noch geringeren Zuwachsrate zufrieden geben. Die Erlöse 214,236 Mrd. Euro liegen lediglich um 0,1 Prozent über den Vergleichswerten des Vorjahres.

Keine Veränderungen zeigt die Reihenfolge der Top 10. Das Ranking, das ausschließlich in Deutschland erwirtschaftete Umsätze berücksichtigt, führt Metro an, dicht gefolgt von Rewe und Edeka. Dabei konnte der zweitplatzierte Kölner Konzern nicht nur das stärkere Wachstum als der Branchenprimus vorweisen, sondern seinen Rückstand zu den Düsseldorfern auch in absoluten Zahlen verkürzen.

Trotz der fest gefügten Reihenfolge zeigen sich nach den Erhebungen der Marktforscher von Trade Dimensions/M+M Eurodata dennoch bemerkenswerte Entwicklungen. So konnte Deutschlands Nummer eins unter den Discountern, das Wachstumstempo der Vor-

jahre nicht halten. Mehr noch: Aldi musste erneut rückläufige Erlöse quittieren. Denn schon 2003 – die Zahlen sind entsprechend der von Aldi veröffentlichten Bilanzen in der Tabelle nach unten korrigiert worden – musste Aldi ein Umsatzminus hinnehmen. Dabei schnitt der Norden schlechter ab als der Süden.

Die Schwarz-Gruppe kam 2004 nicht so schnell voran, wie die Schwaben das wohl vorgehabt hatten. Dass statt eines zweistelligen Zuwachses (wie noch 2003) der Umsatz diesmal „nur“ um 5,2 Prozent gesteigert werden konnte, liegt vor allem an der Großflächen-Sparte, die weit langsamer expandierte als noch in den Jahren zuvor.

Veränderungen in der Reihenfolge gab es auf den hinteren Rängen. Vor allem die Drogeriemarkt-Unternehmen dm und Rossmann konnten Boden gut machen. Beide weisen ein starkes Wachstum auf. Rossmann konnte sich zudem mit den kd-Märkten der Tengelmänn-Gruppe verstärken. Dagegen büßte Dohle nach dem Abgang des Handelshofes, der als Nummer 27 neu im Ranking erscheint, zwei Plätze ein. *mv*

* geschätzt Food Nonfood

1) Die Umsätze für 2003 der Aldi- und der Schwarz-Gruppe wurden rückwirkend – entsprechend der bekannt gewordenen Umsätze – geändert. Die geänderten Umsätze für 2003 lauten: Aldi 22 665 Mio. EUR, Schwarz-Gruppe 20 250 Mio. EUR. 2) Karstadt veröffentlicht nur Netto-Umsätze. Die gezeigten Brutto-Umsätze sind Hochrechnungen auf Basis der Vorjahre. 3) Die Umsätze für die Tengelmänn-Gruppe sind Hochrechnungen des Unternehmens für 12 Monate auf Basis der Umsätze von Mai 2004 bis Januar 2005. Geschäftsjahr der Tengelmänn-Gruppe: 1. Mai bis 30. April. Herausgerechnet aus den Umsätzen wurde der Umsatz von kd Kaiser's Drugstore in Höhe von 379 Mio. EUR; er wurde Rossmann zugerechnet. 4) Minipreis (Dohle-Gruppe) war 2003 bei „weitere Mitglieder“ enthalten.

Die Top 30 werden in Zusammenarbeit mit Trade Dimensions/M+M Eurodata, Frankfurt, veröffentlicht. Das gesamte Zahlenmaterial wurde Anfang März 2005 nochmals überprüft. In einigen Fällen handelt es sich um vorläufige Zahlen. Die mit einem Stern gekennzeichneten Zahlen sind

Schätzungen von Trade Dimensions/M+M Eurodata. Ausgewiesen werden ausschließlich die in Deutschland erzielten Brutto-Umsätze. Die Erlöse von Rewe, Edeka und Spar werden wie 2004 inklusive der Außenumsätze des angeschlossenen selbstständigen Einzelhandels gezeigt. Für die

Cash+Carry-Betriebe wurden die Großhandelsumsätze (zzgl. eines durchschnittlichen MwSt.-Satzes von 10 Prozent) berücksichtigt. Bei Unternehmen, deren Geschäftsjahr zum 30.06. oder 30.09. endet, wurden die Umsätze 2003/2004 dem Jahr 2004 zugeordnet.