

WIRTSCHAFTSFAKTOR EINZELHANDEL

Die wirtschaftliche Bedeutung des Einzelhandels
für Städte und Gemeinden



DER HANDEL UND SEINE ROLLE IN DER ENTWICKLUNG DER WELT

Der Handel ist so alt wie die Menschheit: Über die Jahrtausende hinweg verbindet er Welten – durch Entdecker wie Marco Polo, die Seidenstraße, die Hanse oder die Ostindien-Kompanie.

Vom Altertum über das Mittelalter bis hin zum Beginn der Neuzeit haben Händler die Zentren der Städte belebt und geprägt. Seit dem 16. Jahrhundert etablierten sich dauerhafte Ladengeschäfte in Städten und Gemeinden.

Der Handel sorgte für die Einführung des Geldes als Zahlungsmittel und trägt zur Gründung von Städten bei, die sich aus Handelszentren entwickelten.

Der Einzelhandel ist heute einer der großen Steuerzahler in den Städten und Gemeinden. Mit 300.000 Standorten sind die Unternehmen fest vor Ort verankert.

Der Einzelhandel bietet mehr als nur die Ware. Er engagiert sich für das Gemeinwohl und spielt eine wichtige Rolle auch in anderen Bereichen, etwa als Anlaufstelle für die Rücknahme von Altbatterien, Elektroaltgeräten und Getränkeverpackungen und fördert damit Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft vor Ort.

EUROPE

Constantinople

Damascus

Alexandria

EGYPT

Seleucia-Ctesiphon

ARABIA

Merv

PERSIA

Balch

Samarkand

Taxila

INDIA

Delhi

Patna

Kashgar

Turfan

Jiuquan

Khotan

Great Wall of China

Lanzhou

Chang'an

CHINA

Beijing





DER EINZELHANDEL ALS STÄRKSTE KRAFT DER DEUTSCHEN BINNENWIRTSCHAFT

Der Einzelhandel ist mit **300.000 Standorten** und einem Umsatz von fast **700 Milliarden Euro** die drittgrößte Wirtschaftsbranche in Deutschland und die stärkste Kraft der Binnenwirtschaft.

Der Einzelhandel in Deutschland realisiert eine **Wertschöpfung von 135 Milliarden Euro**. Über die Einbindung von vor- und nachgelagerten Wirtschaftsstufen summiert sich die Wertschöpfungsleistung des Einzelhandels sogar auf **315 Milliarden Euro**. Der Einzelhandel unterstützt die lokalen Wirtschaftsstrukturen und erhöht die Attraktivität der Städte und Gemeinden. Der Großteil davon wird im stationären Einzelhandel erwirtschaftet.

Wer den Handel stärkt, sorgt für Beschäftigung. Die Unternehmen beschäftigen **drei Millionen Menschen** und bieten rund 150.000 Ausbildungsplätze. Jeder zwölfte Arbeitsplatz in Deutschland findet sich im Handel. Die Mitarbeiter des Handels kommen täglich in die Städte und Gemeinden und arbeiten in den Geschäften vor Ort.

Der Einzelhandel **versorgt Deutschland** flächendeckend Tag für Tag mit allen Waren für das Leben, für Ernährung, Alltag, Freizeit, Wohnen und Unterhaltung. **Täglich kaufen 50 Millionen Verbraucher** im Fachgeschäft, im Fachmarkt, im Kaufhaus, im Supermarkt und Discounter, beim Gemüsehändler, am Kiosk und im Internet ein.

Die Geschäfte des Einzelhandels sind der unverzichtbare **Kern jeder lebendigen Innenstadt**. Der Einkauf ist nach wie vor der stärkste Anziehungspunkt für die Besucher. Mit rund 44 Millionen Quadratmetern Verkaufsfläche in den Innenstädten ist der Einzelhandel der größte Flächenbetreiber in den urbanen Zentren. Er sorgt durch moderne Immobilien für eine hohe Attraktivität des städtischen Raums und ist ein wichtiger Investor.

Der Einzelhandel **hält das soziale Leben am Laufen**: Rund 80 Prozent der Händler engagieren sich auch außerhalb ihrer Unternehmen – beispielsweise bei Vereinen, Festen, Stadtmarketing oder Sportevents. Die gesamte Branche erbringt jährlich ein Gemeinwohl-Engagement von etwa einer Milliarde Euro.



Der Einzelhandel als Wertschöpfungstreiber



WIRTSCHAFTSFAKTOR EINZELHANDEL



DIREKTE EFFEKTE

Beitrag des Einzelhandels
zur gesamtwirtschaftlichen
Wertschöpfung



INDUZIERTE WERTSCHÖPFUNG

Konsumeffekte durch
Beschäftigte im Einzelhandel
und den verbundenen
Branchen



INDIREKTE EFFEKTE

Wertschöpfung in vor- und
nachgelagerten Branchen,
über die der Einzelhandel
Leistungen bezieht



LOKALE UND REGIONALE WIRKUNGEN

Bedeutung für die Städte
und Gemeinden

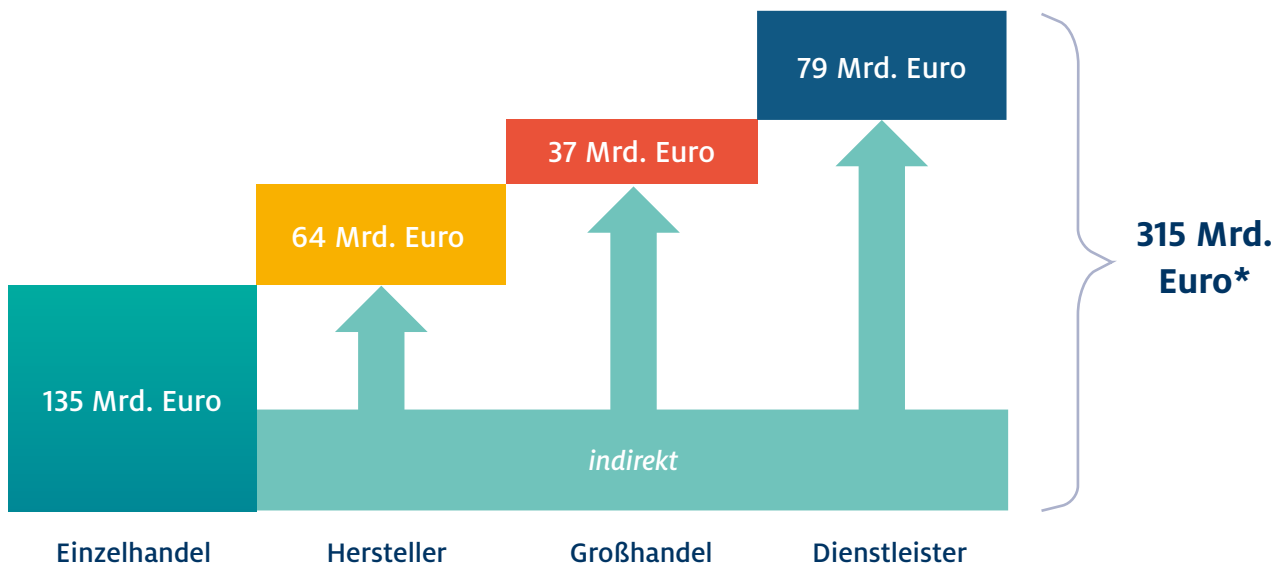
DER EINZELHANDEL ALS WERTSCHÖPFUNGSTREIBER

Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Einzelhandels geht über die Zahl der Arbeits- und Ausbildungsplätze sowie die **Wertschöpfung des Einzelhandels** im engeren Sinne deutlich hinaus.

Die Leistungen des Einzelhandels strahlen auch auf andere Wirtschaftszweige ab, da die Branche in einen **komplexen Wertschöpfungsprozess** eingebunden ist.

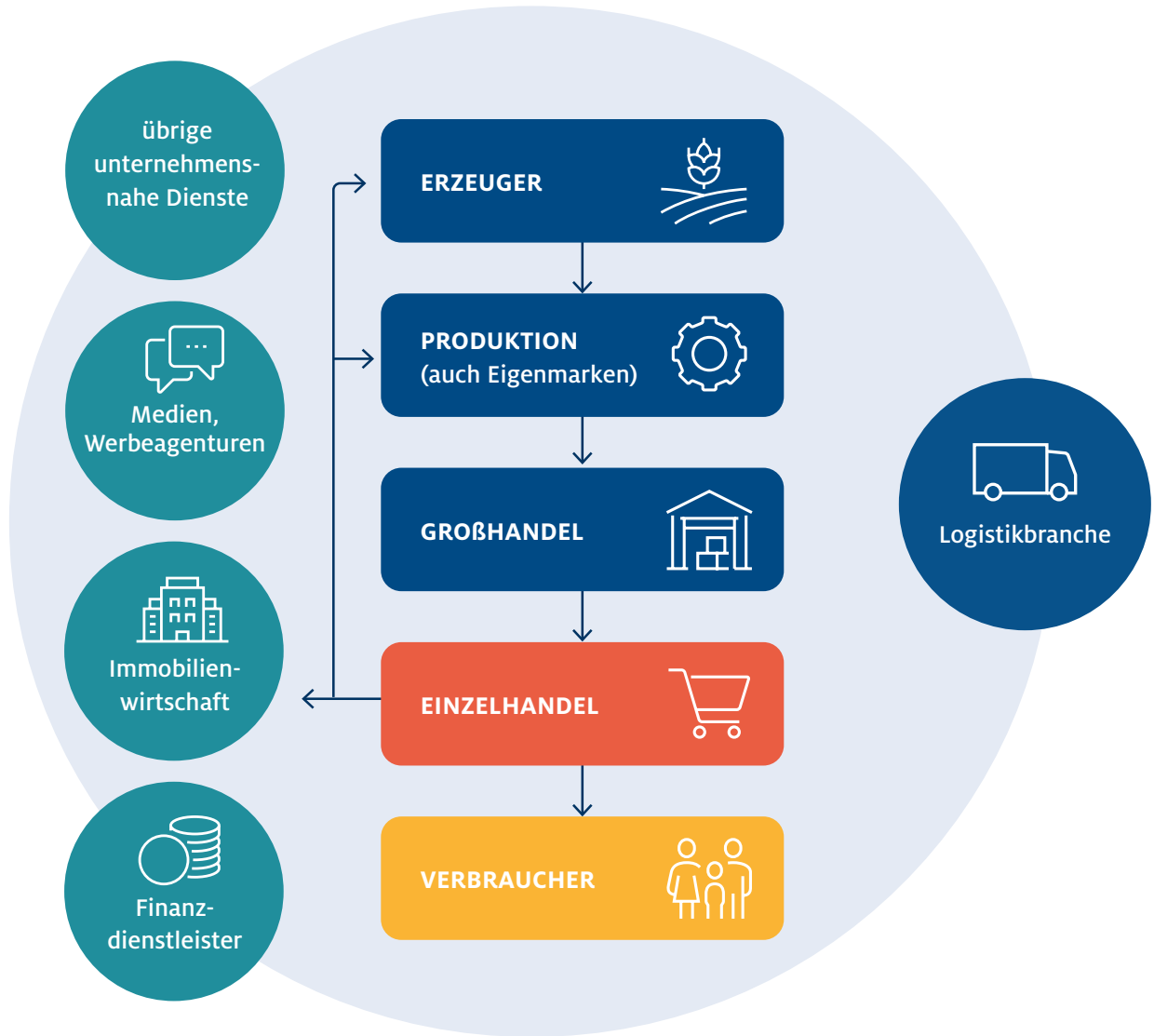
Der Einzelhandel selbst realisiert eine Wertschöpfung von **135 Milliarden Euro**. Über die Einbindung in vor- und nachgelagerter Wirtschaftsstufen summiert sich die **Wertschöpfungsleistung des Einzelhandels auf 315 Milliarden Euro**.

Direkte und indirekte Wertschöpfung

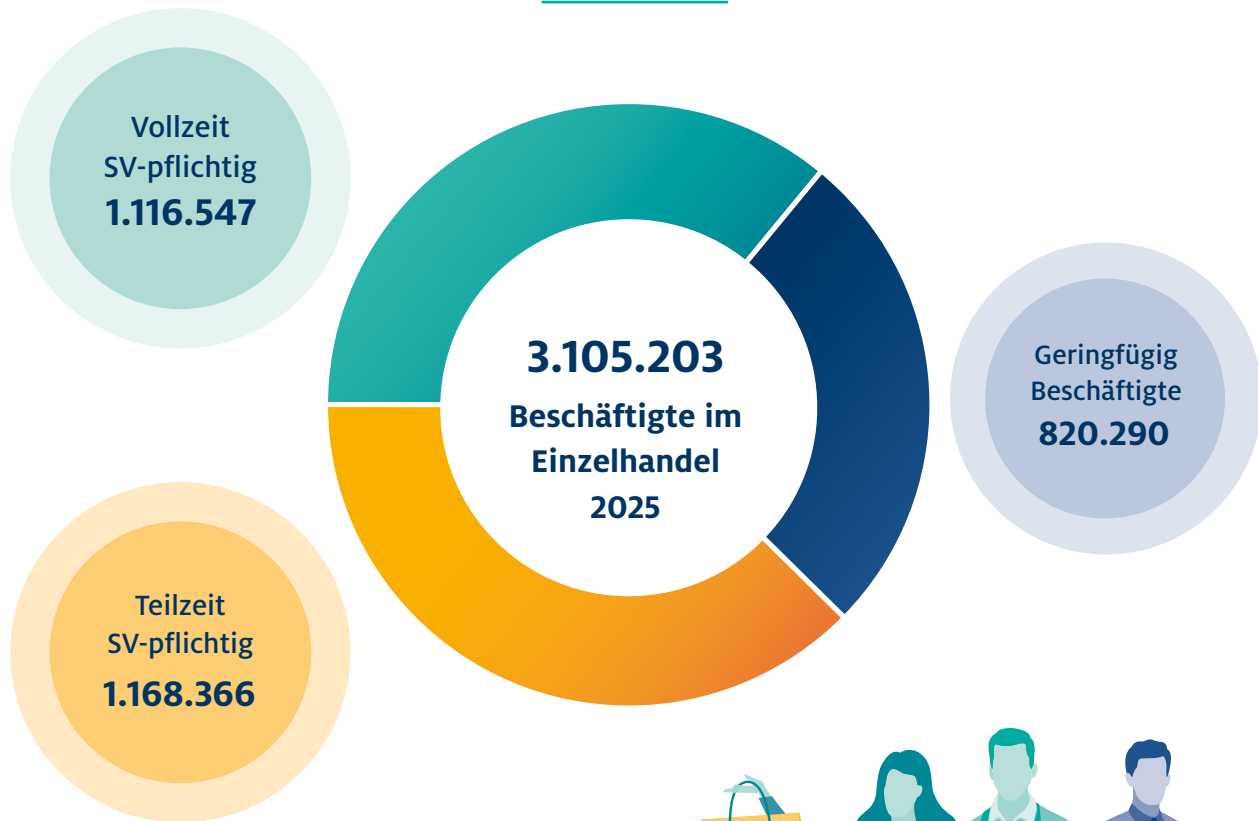


* Nicht erhalten ist die induzierte Wertschöpfung, also Konsumeffekte durch Beschäftigte im Einzelhandel und den verbundenen Branchen.

Wertschöpfungsprozess Einzelhandel



TOP-ARBEITGEBER EINZELHANDEL

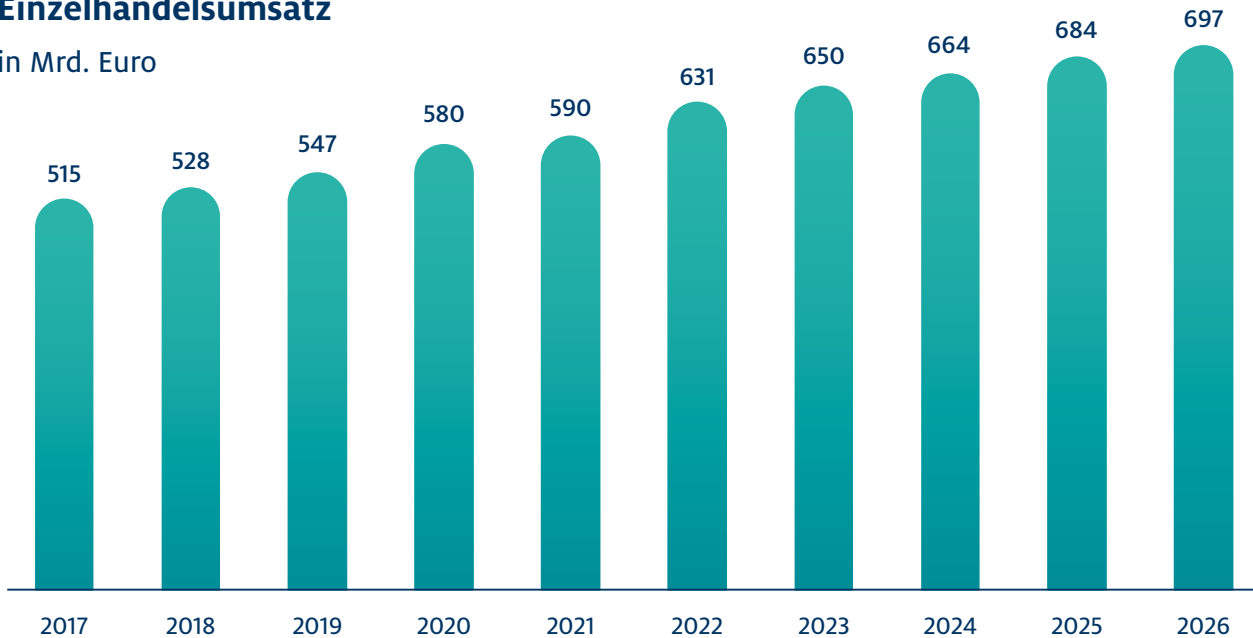


Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Stichtag 30.09.2025

EINZELHANDEL – TRAGENDE SÄULE DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT

Einzelhandelsumsatz

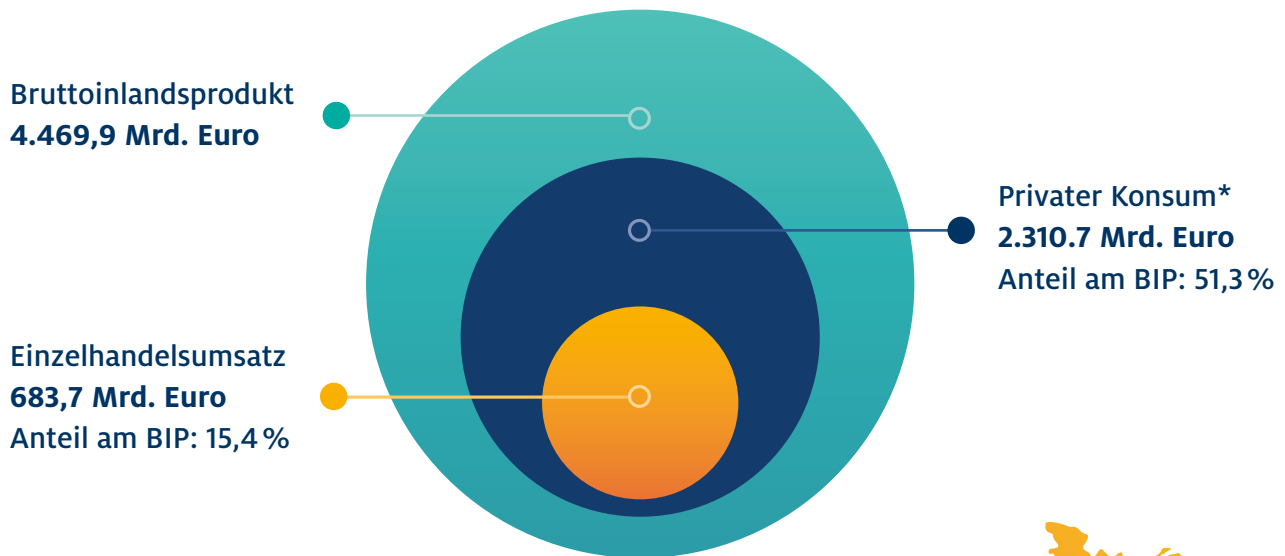
in Mrd. Euro



VOLKSWIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES EINZELHANDELS

Konsum als wichtigste binnenwirtschaftliche Größe

2025



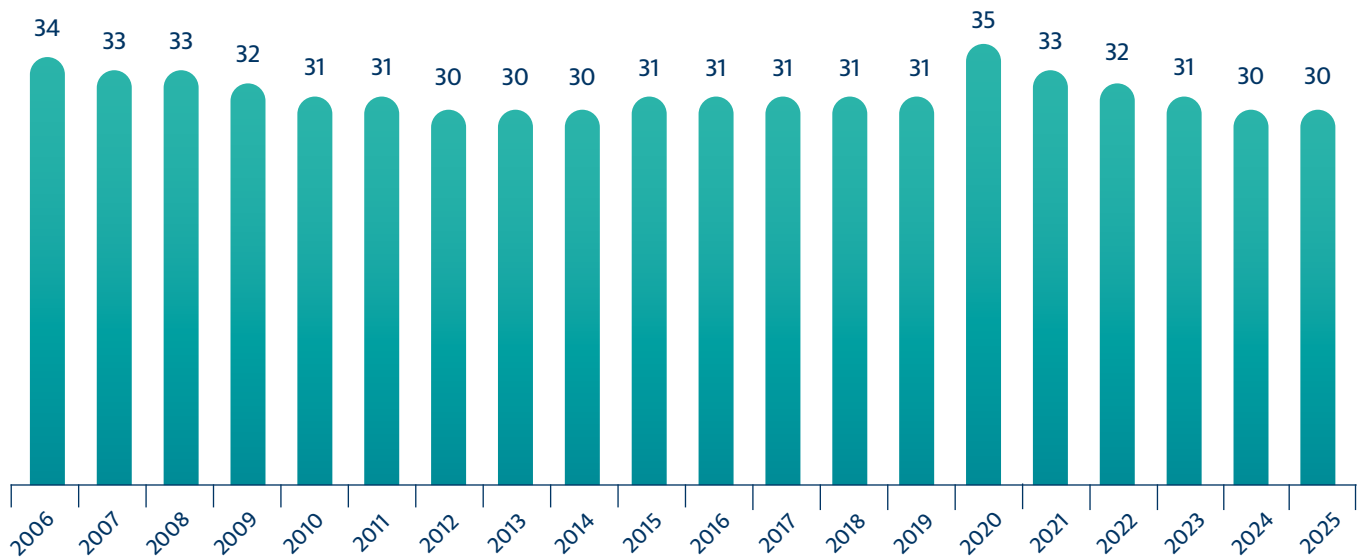
* private Haushalte

Quelle: Statistisches Bundesamt, HDE-Berechnung



PRIVATER KONSUM ALS STARKE KRAFT DER BINNENWIRTSCHAFT

Anteil des Einzelhandelsumsatzes* an privaten Konsumausgaben
in Prozent



* Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe sowie Apotheken

Quelle: Statistisches Bundesamt; HDE-Berechnungen



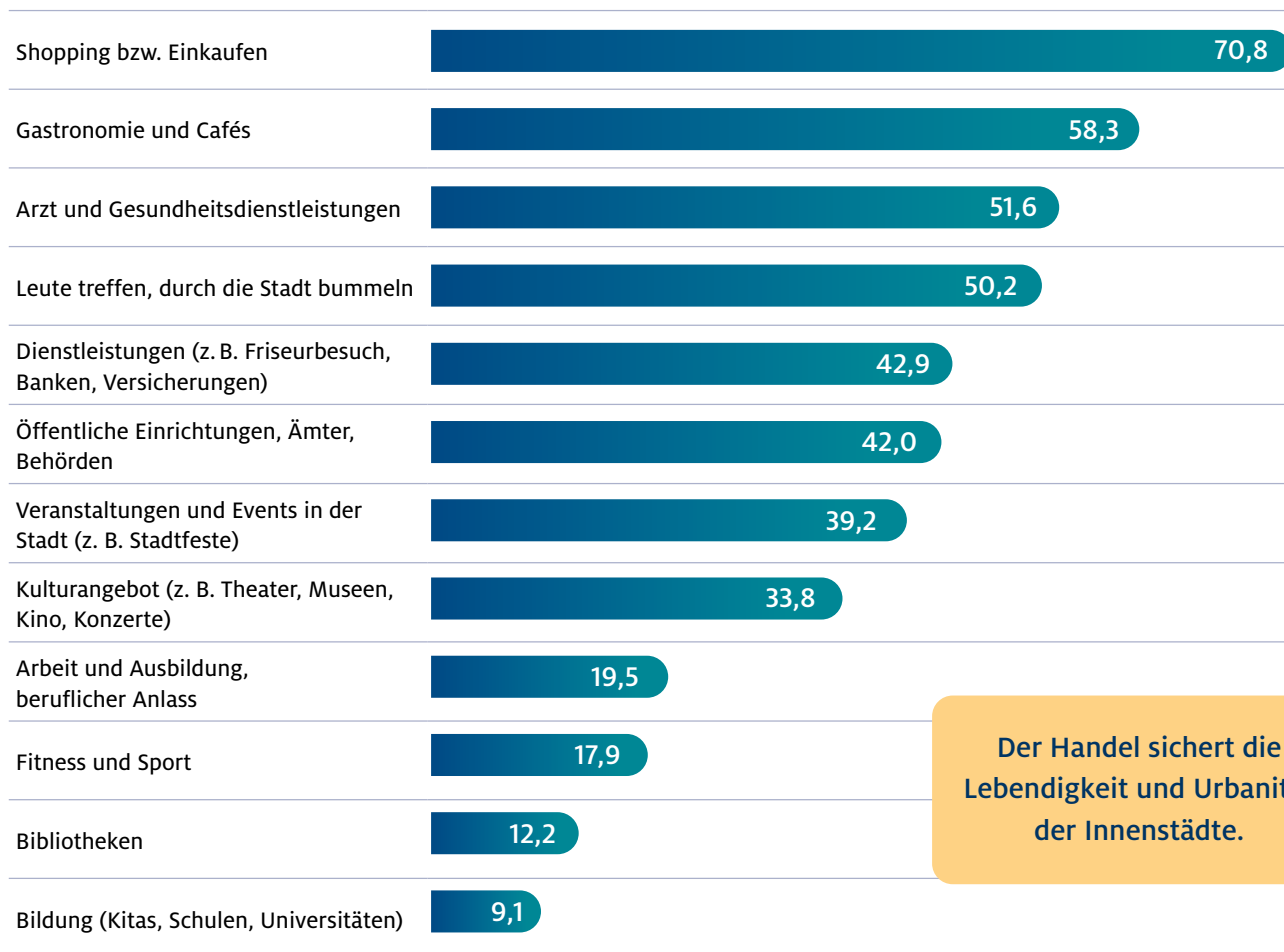
Einzelhandel als Leitbranche der Innenstädte



DER HANDEL IST UND BLEIBT DIE LEITFUNKTION DER INNENSTÄDTE

Einzelhandel ist der TOP-Besuchsgrund für die Innenstädte

in Prozent



Der Handel sichert die Lebendigkeit und Urbanität der Innenstädte.

Hauptmotive für den Innenstadtbesuch

in Prozent



Stadtgröße

Großstadt

Mittelstadt

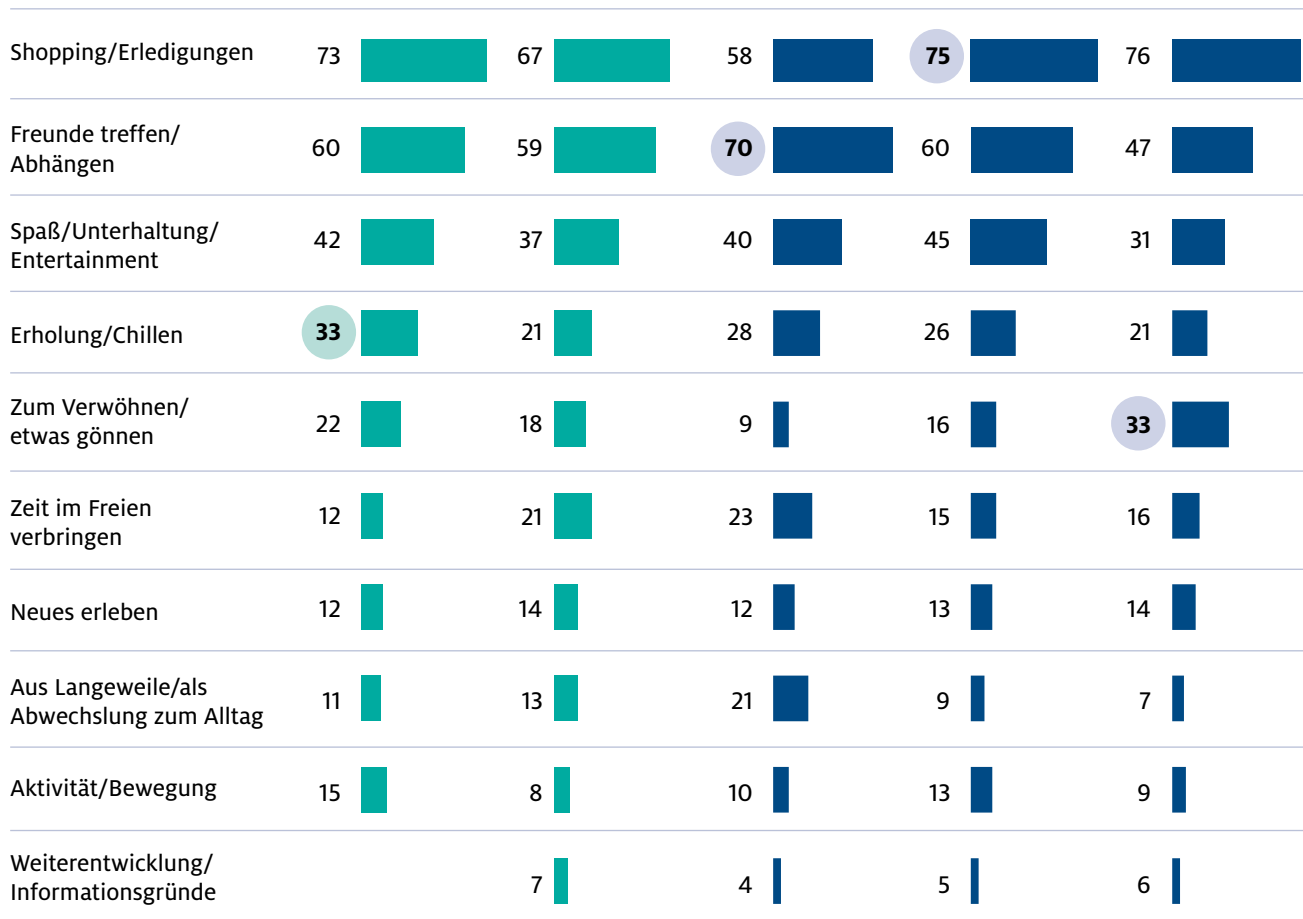


Altersgruppen in Jahren

16–19

20–24

25–29



HDE-Standortmonitor; www.einzelhandel.de/standort-monitor

Einzelhandel als Erbauer der Innenstädte



DER HANDEL SICHERT DURCH GUTE IMMOBILIEN DIE ATTRAKTIVITÄT DER INNENSTÄDTE

Rund **35 %**
der gesamten Verkaufs-
fläche befindet sich in
den Innenstädten*

Verkaufsfläche
von rund
44 Mio. m²
in den Innenstädten*

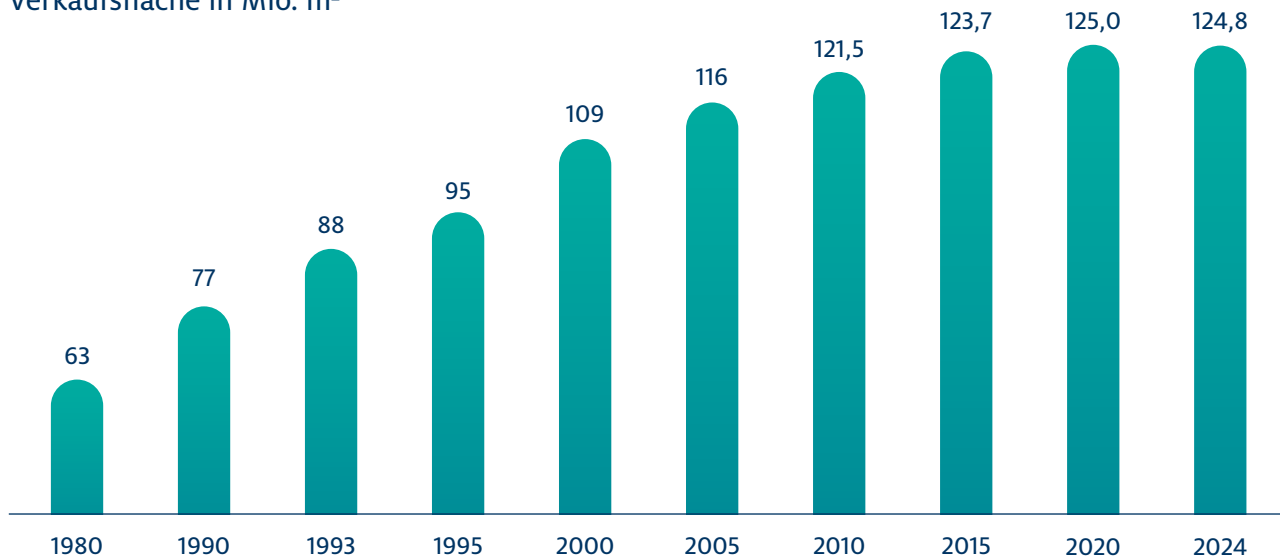
Der deutsche Einzelhandels-
immobilieninvestmentmarkt
erreichte 2025 ein
Transaktionsvolumen von
6,4 Mrd. Euro.

*HDE-Schätzung

Quelle: CBRE 2026

Flächenentwicklung Einzelhandel in Deutschland

Verkaufsfläche in Mio. m²



HDE-Zahlenspiegel 2025: <https://einzelhandel.de>

5-PUNKTE-PAPIER ZUR STÄRKUNG DER INNENSTÄDTE

1

Gründungsoffensive für den Innenstadthandel

Mit über 100.000 Neugründungen jährlich ist der Handel eine dynamische Branche. Leerstände in Innenstädten sollen gezielt für neue Handelsgründungen genutzt werden. Ziel ist es, den Branchenmix zu diversifizieren und die wirtschaftliche Attraktivität der Innenstädte nachhaltig zu stärken.

2

Aktivierung von Eigentümern und wirtschaftliche Unterstützung

Für die erfolgreiche Nutzung von Handelsflächen ist die aktive Mitwirkung von Immo- bilieneigentümern entscheidend. Ergänzend braucht es geeignete Förderinstrumente, um Gründungen wirtschaftlich tragfähig zu machen und Investitionshemmnisse abzubauen.

3

Mobilisierung der Stadtgesellschaft

Innenstädte sollen wieder stärker als Orte der Identifikation und des gesellschaftlichen Zusammenhalts positioniert werden. Die Bevölkerung soll aktiv in die Entwicklung eingebunden und durch lokale Initiativen sowie Best-Practice-Beispiele zur Mitgestaltung motiviert werden.

4

Stärkung privater Investitionen und Partnerschaften

Angesichts knapper öffentlicher Mittel ist die Mobilisierung privaten Kapitals entscheidend. Öffentlich-private Partnerschaften sowie Instrumente wie Business Improvement Districts (BIDs) sollen weiterentwickelt werden – etwa durch vereinfachte Verfahren, längere Laufzeiten und flexiblere Mittelverwendung. Ergänzend ist ein neues Bund-Länder-Programm „Stadtumbau“ mit attraktiven Abschreibungsmöglichkeiten wichtig.

5

Modernisierung des Rechtsrahmens

Die bisherigen Anpassungen des Baugesetzbuchs sind ein wichtiger Schritt, reichen jedoch nicht aus. Notwendig ist eine umfassende Reform, die insbesondere Umnutzungen, Zwischennutzungen und Nutzungsmischungen erleichtert und so mehr Planungssicherheit schafft.

Einzelhandel als Träger von Gemeinwohl



GEMEINWOHLORIENTIERUNG ALS DIMENSION DES HANDELS

Rund **80 Prozent** der Händler engagieren sich auch außerhalb ihrer Unternehmen – beispielsweise bei Vereinen, Festen, Stadtmarketing oder Sportevents

Im Durchschnitt sind dies **150 Stunden und 8.000 Euro pro Jahr**

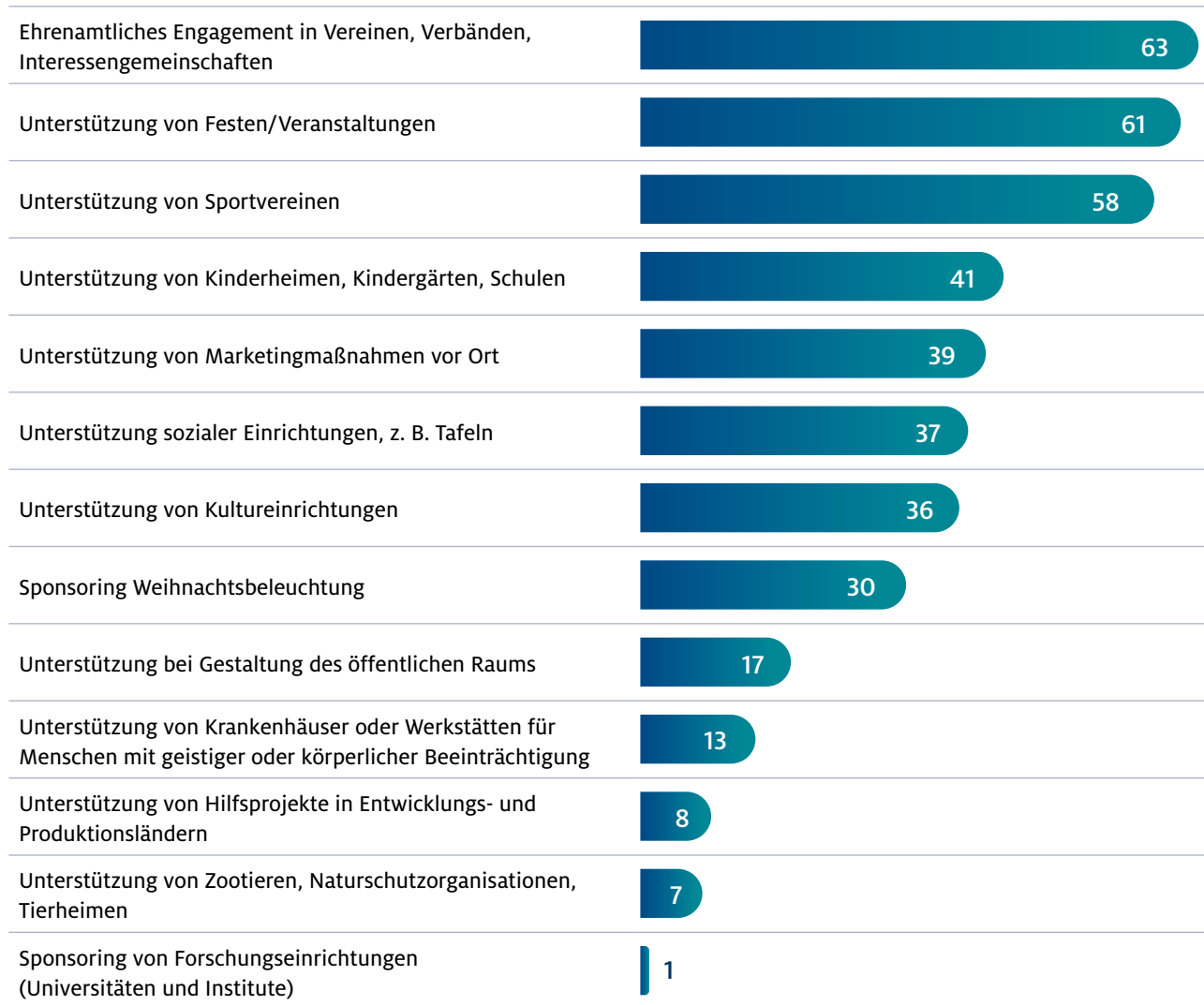
Rechnet man das auf die gesamte Branche hoch, so schätzt der HDE das Gemeinwohlerengagement des Einzelhandels in Deutschland auf etwa

1 Milliarde Euro pro Jahr



Bereiche der Gemeinwohlorientierung

in Prozent



Quelle: HDE-Konjunkturumfrage 2024

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Handelsverband Deutschland – HDE e. V.

Am Weidendamm 1 A

10117 Berlin

Tel. +49 30 72 62 50-0

Fax +49 30 72 62 50-99

E-Mail: hde@einzelhandel.de

www.einzelhandel.de

Copyright

Dieses Projekt wurde nach bestem Wissen und Gewissen,
mit aller gebotenen Sorgfalt, jedoch ohne Gewähr erstellt.

© Handelsverband Deutschland – HDE e. V., 2026

www.einzelhandel.de