Handel im Wandel

FRÜHER WURDEN WAREN GETAUSCHT, HEUTE KAUFT MAN PER SMARTPHONE EIN: EIN ÜBERBLICK ÜBER DIE ENTWICKLUNG UND MEILENSTEINE DES HANDELS

DEFINITION

Laut der Bundeszentrale für politische Bildung umfasst der Handel den „Teilbereich der Wirtschaft, der sich dem Kauf und Verkauf von Waren und Wirtschaftsgütern widmet". Man kann den Handel anhand verschiedener Merkmale unterscheiden: unter anderem der Zielgruppe (Einzel- und Großhandel), dem Betätigungsfeld (z. B. Binnen- und Außenhandel) und dem Sortiment (z. B. Fachhandel). Doch Handel ist weit mehr als eine bloße Transaktion: Er ist das Fundament wirtschaftlicher Netzwerke und die Schnittstelle zwischen Produzenten und Konsumenten. Er treibt Innovationen voran und spiegelt die Entwicklungen von Gesellschaft und Wirtschaft wider.

JUNGSTEINZEIT

Bereits in der Steinzeit gab es erste Formen des Tauschgeschäfts.

15. JH.

Die Familie Fugger aus Augsburg gilt als mächtigste **Handelsdynastie** Europas. Sie handelt mit Silber, Kupfer und anderen Bodenschätzen.

1850

Mitte des 19. Jahrhunderts entstehen die ersten **Warenhäuser:** etwa 1852 das „Au Bon Marché" in Paris oder 1858 „Macy's" in New York.

Als erster **Selbstbedienungsladen** gilt der 1916 in Tennessee gegründete „Piggly Wiggly Store". 1938 eröffnet Herbert Eklöh in Osnabrück den ersten Selbstbedienungsladen in Deutschland. Sie setzen den Grundstein für die heutigen **Supermärkte.**

1920

1886: Der erste deutsche bebilderte **Versandkatalog** wird von dem Herrenausstatter Mey & Edlich verschickt.

Mehrere Händler unter einem Dach: Das 1956 eröffnete „Southdale Center" in Minneapolis ist die erste **Shopping Mall** der Welt.

1940

Weniger ist mehr: 1962 erfinden die Brüder Karl und Theo Albrecht mit ALDI den **Discounter.**

1960

Heinz Georg Baus eröffnet 1960 mit dem Bauhaus in Mannheim den ersten **Baumarkt** Deutschlands.

1980

Das Main-Taunus-Zentrum ist Deutschlands erstes **Einkaufszentrum.** 1964 eröffnet es in Sulzbach.

1990

1972 gründet Dirk Rossmann in Hannover die erste **Selbstbedienungsdrogerie** in Deutschland.

Das **Internet** wird für kommerzielle Zwecke freigegeben.

Boom der Discounter

1995

1995: **Ebay** geht unter dem Namen „AuctionWeb" online.

Otto führt **Onlinehandel** ein (otto.de).

2000

1994 gründet Jeff Bezos **Amazon** in seiner Garage.

Seit 2002 können **Drittanbieter** auf Amazon ihre Produkte verkaufen.

2003 führt DHL als erstes deutsches Unternehmen den **Packstation-Service** ein.

2005

Das Videoportal **YouTube** und der Onlinemarktplatz **Etsy** (Kauf und Verkauf von handgemachten Produkten) werden gegründet.

Umsatzvolumen im deutschen Einzelhandel*

Gesamt: 430 Mrd. Euro (netto)

Onlineanteil**: 1,5 Prozent

2007

2007 stellt Steve Jobs das erste **iPhone** vor und ebnet damit den Weg für mobiles Einkaufen.

2008 installiert IKEA als einer der ersten Einzelhändler in Deutschland **Selbstbedienungskassen** in den Filialen.

Im selben Jahr wird Zalando gegründet.

2009 startet Vinted die **Secondhand-Plattform** „Kleiderkreisel" in Deutschland.

2012

Im März 2012 startet **Spotify** in Deutschland. Seit 2014 ist **Netflix** in Deutschland verfügbar. Mit dem Aufkommen dieser und zahlreicher weiterer Streaming- und Download-Dienste bricht der Handel mit CDs, DVDs etc. ein.

Umsatzvolumen im deutschen Einzelhandel*

Gesamt: 445 Mrd. Euro (netto)

Onlineanteil**: 6,3 Prozent

Händler beginnen, ihre eigenen Apps zu entwickeln

2014

2019

Instagram ermöglicht **In-App-Käufe** über seine App.

Während der Corona-Pandemie erlebt **Click & Collect** einen Boom.

COVID-19-Pandemie

2020

Umsatzvolumen im deutschen Einzelhandel*

Gesamt: 580 Mrd. Euro (netto)

Onlineanteil**: 12,6 Prozent

55 Prozent des Onlineumsatzes werden inzwischen über das **Smartphone** erzielt.

2023

Umsatzvolumen im deutschen Einzelhandel*

Gesamt: 649 Mrd. Euro (netto)

Onlineanteil**: 13,2 Prozent

2024

Illustration: Lilian Peters

TRENDS

Globalisierung, neue Technik und Vertriebsformen: Die Handelsbranche verändert sich schnell – und erfordert von Unternehmen Innovationsbereitschaft. Themen wie Nachhaltigkeit und Automatisierungsprozesse durch KI werden in Zukunft prägend für den Handel sein. Auch Omnichannel-Konzepte bleiben wichtig: Unternehmen müssen ein Einkaufserlebnis über verschiedene Kanäle hinweg – im Geschäft, mobil und online – bieten: Modelle, bei denen der Kunde im Laden kauft und die Ware nach Hause liefern lässt, sind bereits heute sehr beliebt. Das zeigt, dass der stationäre Handel nach wie vor eine wichtige Rolle spielt – Kunden schätzen persönlichen Service und individuelle Beratung.***

*Alle Zahlen stammen aus der „Online-Monitor"-Studie 2024 des Handelsverbands Deutschland.

**Bei den Zahlen handelt es sich um den Onlineanteil am Einzelhandel im engeren Sinn, also an den institutionellen Einzelhandelsformen in Deutschland einschließlich ihrer Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brenn- und Kraftstoffhandel.

***Die Einschätzungen beruhen auf der „Online Monitor"-Studie 2024 des Handelsverbands Deutschland sowie auf der Studie „Trends im Handel 2025" der KPMG.