

## MEDIENMITTEILUNG

### Einzelhandel: Insolvenzen in Deutschland steigen weiter an – Dynamik lässt allmählich nach

- Insolvenzen im deutschen Einzelhandel steigen weiter an und liegen aktuell nur noch knapp unter dem Negativrekord vor 9 Jahren
- Dynamik lässt nach: Insolvenzen steigen mit leicht verbesserten wirtschaftlichen Aussichten weniger stark als noch vor einem Jahr
- Weitere Konsolidierung wahrscheinlich; nicht alle können die hohen Investitionen in digitale Transformation und KI-gestützte Einzelhandelsstrategien stemmen

**Hamburg, 4. Dezember 2025** – Die Insolvenzen im deutschen Einzelhandel steigen weiter an und schrammten zuletzt nur knapp am 9-Jahres-Hoch vorbei: In den zwölf Monaten zwischen August 2024 und August 2025 verzeichnete der deutsche Einzelhandel 2.490 Insolvenzen und blieb so nur knapp unter dem Negativrekord von 2.520 Insolvenzen zwischen Oktober 2015 und Oktober 2016. Mit den leicht verbesserten wirtschaftlichen Aussichten scheint sich jedoch das Tempo des Insolvenzanstiegs allmählich etwas zu verlangsamen.

„Die Insolvenzen im deutschen Einzelhandel steigen weiter an, aber die Dynamik schwächt sich etwas ab“, sagt Guillaume Dejean, Branchenexperte bei Allianz Trade. „Im August 2025 lag der Anstieg bei 13 % im Jahresvergleich – ein Jahr zuvor waren es noch 20 %. Das ist – insbesondere im Vergleich mit anderen europäischen Ländern – immer noch ein deutlicher Anstieg, aber der Trend in den anderen Märkten gibt durchaus Hoffnung, dass sich die Situation zumindest langsam etwas verbessert. Einige Märkte haben entsprechend die Talsohle bereits erreicht.“

Der Einzelhandel gehört in ganz Europa zu den Branchen, die am stärksten von hohen Insolvenzen betroffen sind. Zuletzt verzeichneten Frankreich (-2 %), die Niederlande (-23 %) und Großbritannien (-10 %) sowie Norwegen und Dänemark einen teilweise deutlichen Rückgang bei den Insolvenzen im Einzelhandel. Auch in Italien und Belgien sind Insolvenzen in den letzten Monaten im Jahresvergleich gesunken, mittelfristig dürfte jedoch ein weiterer Anstieg der Fallzahlen folgen.

#### Tiefgreifende Veränderung des Geschäftsmodells erfordert massive Investitionen

„Der Einzelhandel kämpft noch immer mit den tiefgreifenden Veränderungen seines Geschäftsmodells, die während der Pandemie begonnen haben“, sagt Dejean. „Um dem verstärkten Wettbewerb durch große Online-Marktplätze standzuhalten, müssen Einzelhändler massiv in digitale Kanäle, datengestütztes Merchandising und innovative Technologien für den Ladenbau investieren.“

Viele Ketten führen autonome Kommissioniersysteme in Lagern, KI-gestützte Produktempfehlungsmaschinen und robotergesteuerte Regalscanner ein, die Fehler reduzieren, die Bestandsübersicht verbessern und die Auftragsabwicklung beschleunigen. Andere testen selbstnavigierende Serviceroboter im Verkaufsraum, um Kunden bei der Suche nach Artikeln zu unterstützen, oder setzen dynamische Preisgestaltungsinstrumente ein, die sofort auf Trends reagieren, wodurch Preisnachlässe reduziert und die Zyklizität saisonaler Produkte verbessert werden.

#### David gegen Goliath: Weitere Konsolidierung der Branche wahrscheinlich

„Das ist ein Kampf, der teilweise an David gegen Goliath erinnert“, sagt Dejean. „Diese Innovationen verbessern das Einkaufserlebnis und die Rentabilität, erfordern jedoch hohe Vorabinvestitionen, die kleinere Akteure teilweise kaum stemmen können. Einige (textile) Einzelhändler hängen heute schon am

seidenen Faden. Insofern dürfte sich der Trend von steigenden Insolvenzen hierzulande weiterhin fortsetzen, und eine weitere Konsolidierung der Branche ist wahrscheinlich.“

Mit dem Schrumpfen des Einzelhandelsökosystems an den Rändern wird die Konzentration großer Unternehmen begünstigt, die über die Ressourcen und Finanzen verfügen, um diesen industriellen Wandel zu bewältigen.

#### **Leichter Rückendwind durch stärkeren Euro, wirtschaftliche Aussichten, Reallöhne, Steuerregelungen**

Immerhin der stärkere Euro (+12 % seit Jahresbeginn gegenüber dem US-Dollar) und die leicht verbesserten wirtschaftlichen Aussichten verschaffen der Branche leichten Rückendwind. Verbesserte Kreditbedingungen und Reallöhne, die die während der Energiekrise 2022 entstandene Kaufkraftlücke verringern, könnten dazu beitragen, das noch fragile Verbrauchertrauen in Deutschland mittelfristig zu stärken.

Die geplante Verschärfung der Steuerregelungen für geringwertige Sendungen aus dem Ausland (De-minimis-Ausnahme) dürfte den scharfen Wettbewerb durch chinesische Marktplätze mindern und den derzeitigen Abwärtsdruck auf die Margen der inländischen Einzelhändler verringern.

„Die geplante Steuerregelung hilft den hiesigen Einzelhändlern, ist aber auch kein Allheilmittel“, sagt Dejean. „Das Interesse chinesischer Einzelhändler am großen europäischen Verbrauchermarkt könnte weitere Investitionen in Deutschland über Fusionen und Übernahmen oder Joint Ventures nach sich ziehen. Dennoch sollten Einzelhändler jetzt ihre Chancen nutzen. Für deutsche Marken bietet sich die Möglichkeit, im Zuge der Konsolidierung der Branche von der digitalen Transformation und KI-gestützten Einzelhandelsstrategien zu profitieren.“

**Die vollständige Studie finden Sie beigefügt und hier:**

[https://www.allianz-trade.com/content/dam/onemarketing/aztrade/allianz-trade\\_com/en\\_gl/erd/publications/pdf/2025\\_11\\_27\\_Retail-AZT.pdf](https://www.allianz-trade.com/content/dam/onemarketing/aztrade/allianz-trade_com/en_gl/erd/publications/pdf/2025_11_27_Retail-AZT.pdf)

---

**Allianz Trade** ist weltweiter Marktführer im Kreditversicherungsgeschäft und anerkannter Spezialist für Bürgschaften und Garantien, Inkasso sowie Schutz gegen Betrug oder politische Risiken. Allianz Trade verfügt über mehr als 100 Jahre Erfahrung und bietet seinen Kunden umfassende Finanzdienstleistungen an, um sie im Liquiditäts- und Forderungsmanagement zu unterstützen.

Über das unternehmenseigene Monitoring-System verfolgt und analysiert die Allianz Trade Gruppe täglich die Insolvenzsentwicklung von mehr als 83 Millionen kleiner, mittlerer und multinationaler Unternehmen. Insgesamt umfassen die Expertenanalysen Märkte, auf die 92% des globalen Bruttoinlandsprodukts (BIP) entfallen.

Mit dieser Expertise macht die Allianz Trade Gruppe den Welthandel sicherer und gibt den weltweit über 70.000 Kunden das notwendige Vertrauen in ihre Geschäfte und deren Bezahlung. Als Tochtergesellschaft der Allianz und mit einem AA-Rating von Standard & Poor's ist die Holding von Allianz Trade mit Sitz in Paris im Schadensfall der finanzstarke Partner an der Seite seiner Kunden.

Das Unternehmen ist in über 40 Ländern vertreten und beschäftigt mehr als 5.800 Mitarbeiter weltweit. 2024 erwirtschaftete die Allianz Trade Gruppe einen konsolidierten Umsatz von EUR 3,8 Milliarden und versicherte weltweit Geschäftstransaktionen im Wert von EUR 1.400 Milliarden.

Weitere Informationen auf [www.allianz-trade.de](http://www.allianz-trade.de)

**Pressekontakt**  
Antje Wolters

Pressesprecherin  
+49 (0) 40 / 88 34 – 1033  
+49 (0) 160 / 899 27 72  
Antje.wolters@allianz-trade.com

## Social Media



[LinkedIn Allianz Trade Deutschland](#)



[XING Allianz Trade Deutschland](#)



[YouTube Allianz Trade Deutschland](#)



[Twitter Allianz Trade](#)

---

### **Hinweis bezüglich zukunftsgerichteter Aussagen**

Die in dieser Meldung enthaltenen Informationen können Aussagen über zukünftige Erwartungen und andere zukunftsgerichtete Aussagen enthalten, die auf aktuellen Einschätzungen und Annahmen der Geschäftsführung basieren, und bekannte und unbekannte Risiken sowie Unsicherheiten beinhalten, aufgrund derer die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse von den hier gemachten Aussagen wesentlich abweichen können. Neben zukunftsgerichteten Aussagen im jeweiligen Kontext spiegelt die Verwendung von Wörtern wie „kann“, „wird“, „sollte“, „erwartet“, „plant“, „beabsichtigt“, „glaubt“, „schätzt“, „prognostiziert“, „potenziell“ oder „weiterhin“ ebenfalls eine zukunftsgerichtete Aussage wider. Die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse können aufgrund verschiedener Faktoren von solchen zukunftsgerichteten Aussagen beträchtlich abweichen. Zu solchen Faktoren gehören u.a.: (i) die allgemeine konjunkturelle Lage einschließlich der branchenspezifischen Lage für das Kerngeschäft bzw. die Kernmärkte der Allianz-Gruppe, (ii) die Entwicklung der Finanzmärkte einschließlich der „Emerging Markets“ einschließlich Marktvolatilität, Liquidität und Kreditereignisse, (iii) die Häufigkeit und das Ausmaß der versicherten Schadenereignisse einschließlich solcher, die sich aus Naturkatastrophen ergeben; daneben auch die Schadenkostenentwicklung, (iv) Stornoraten, (v) Ausmaß der Kreditausfälle, (vi) Zinsniveau, (vii) Wechselkursentwicklungen einschließlich des Wechselkurses EUR-USD, (viii) Entwicklung der Wettbewerbsintensität, (ix) gesetzliche und aufsichtsrechtliche Änderungen einschließlich solcher bezüglich der Währungskonvergenz und der Europäischen Währungsunion, (x) Änderungen der Geldpolitik der Zentralbanken bzw. ausländischer Regierungen, (xi) Auswirkungen von Akquisitionen, einschließlich der damit verbundenen Integrationsthemen, (xii) Umstrukturierungsmaßnahmen, sowie (xiii) allgemeine Wettbewerbsfaktoren jeweils in einem örtlichen, regionalen, nationalen oder internationalen Rahmen. Die Eintrittswahrscheinlichkeit vieler dieser Faktoren kann durch Terroranschläge und deren Folgen noch weiter steigen. Das Unternehmen übernimmt keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren.