

**PRESSEMITTEILUNG**

22. April 2026

## **McKinsey: Wertschöpfung durch KI bleibt im Einzelhandel noch aus**

- Europäischer Lebensmittelhandel wächst um 3%
- Eigenmarkenanteil steigt in Deutschland auf 37%
- Investitionen in Künstliche Intelligenz seit 2022 um 8% gestiegen

DÜSSELDORF. Der europäische Lebensmitteleinzelhandel hat sich 2025 leicht stabilisiert – doch die Margen bleiben unter Druck. Die Umsätze wuchsen um drei Prozent und damit etwas stärker als im Vorjahr (+1 Prozentpunkt). Für die Geschäftsführungen bedeutet das jedoch keine Entlastung: 77% der befragten CEOs nennen Kosten- und Margendruck als zentrale Herausforderungen. Dies ergab der Report „The State of Grocery Retail 2026: Europe“, den die Unternehmensberatung McKinsey & Company gemeinsam mit dem Branchenverband EuroCommerce veröffentlicht hat. Die Ergebnisse basieren auf Interviews mit CEOs, einer Umfrage unter 30 führenden Lebensmittelhändlern sowie einer Befragung von über 15.000 Verbraucher:innen aus vierzehn europäischen Ländern, darunter Deutschland.

### **Eigenmarken profitieren von Konsumzurückhaltung**

„Das Konsumverhalten bleibt hochgradig preissensibel und damit volatil, vor allem in Deutschland. Hier haben 14% der Verbraucher:innen ihre Ausgaben für Premium-Produkte im Jahr 2025 gesenkt, was nochmal 4 Prozentpunkten mehr entspricht als im Vorjahr. Entsprechend sollten die Einzelhändler dies in ihrer Portfolio- und Preisgestaltung berücksichtigen“, sagt Karl-Hendrik Magnus, Senior Partner bei McKinsey in Frankfurt.

Diese Preissensibilität zeigt sich auch im Erfolg von Eigenmarken – ihr Marktanteil ist um zwei Prozentpunkte auf 37%. 62% der deutschen Konsument:innen sagen, dass sie von Markenprodukten zu Eigenmarken gewechselt haben (plus zwei Prozentpunkte). Dieser Trend verstärkt den Druck auf die Beziehung zwischen Herstellern und Händlern weiter. 49% der Verbraucher:innen geben an, beim Einkauf in diesem Jahr noch mehr sparen zu wollen, was die Margen zusätzlich belastet.

## **KI bleibt im Fokus trotz geringer Wertschöpfung**

Künstliche Intelligenz hat für Führungskräfte im Lebensmitteleinzelhandel deutlich an strategischer Bedeutung gewonnen. 47% der befragten CEOs nennen die Einführung von KI und Automatisierung als Top-Priorität – ein Anstieg um vier Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr.

Doch obwohl die Ausgaben für digitale Technologien und KI zwischen 2021 und 2025 jährlich um acht Prozent gestiegen sind – und damit doppelt so stark wie das Branchenwachstum - bleibt die konkrete Wertschöpfung überschaubar: Lediglich drei Prozent der CEOs berichten von einer EBIT-Steigerung von mehr als fünf Prozent durch KI-Anwendungen. 70% der befragten CEOs sagen, dass es bisher keinen messbaren EBIT-Effekt durch KI gibt oder dass es noch zu früh ist, dies zu beurteilen. Mit Blick in die Zukunft bleiben die Erwartungen vorsichtig: 56% der Befragten halten es für zu früh, den zukünftigen Einfluss abzuschätzen, und nur eine Minderheit erwartet in den nächsten drei Jahren einen EBIT-Anstieg von mehr als zehn Prozent.

„Das prognostizierte Volumenwachstum bis 2030 liegt bei lediglich 0,2 % Zuwachs pro Jahr. Wachstum findet man aber weiterhin in ausgewählten Marktsegmenten und außerhalb des Kerngeschäfts, beispielsweise bei Retail Media. Viele Einzelhändler fokussieren daher darauf Effizienzen durch AI zu erzielen, um die freigewordenen Mittel in die Wachstumsthemen investieren zu können“, sagt Daniel Läubli, Senior Partner bei McKinsey in Zürich.

## **Über McKinsey**

McKinsey ist eine weltweit tätige Unternehmensberatung, die Organisationen dabei unterstützt, nachhaltiges, integratives Wachstum zu erzielen. Wir arbeiten mit Klienten aus dem privaten, öffentlichen und sozialen Sektor zusammen, um komplexe Probleme zu lösen und positive Veränderungen für alle Beteiligten zu schaffen. Wir kombinieren mutige Strategien und transformative Technologien, um Unternehmen dabei zu helfen, Innovationen nachhaltiger zu gestalten, dauerhafte Leistungssteigerungen zu erzielen und Belegschaften aufzubauen, die für diese und die nächste Generation erfolgreich sein werden. In Deutschland und Österreich hat McKinsey Büros in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien. Weltweit arbeiten McKinsey Teams in mehr als 130 Städten und über 65 Ländern. Gegründet wurde McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist seit 2021 Bob Sternfels. Managing Partner für Deutschland und Österreich ist seit 2021 Fabian Billing.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de>

---

Sie haben Rückfragen? Wenden Sie sich bitte an:

Linda Dommes, Telefon 0211 136-4376,

E-Mail: [linda\\_dommes@mckinsey.com](mailto:linda_dommes@mckinsey.com)

Alle Pressemitteilungen im Abo unter [www.mckinsey.de/news](http://www.mckinsey.de/news)