

PRESSEMITTEILUNG

STUDIE: AUCH 2021 NUR WENIG ERHOLUNG IM FASHIONMARKT

Neuer Branchenbericht von IFH KÖLN und BBE Handelsberatung beziffert die coronabedingten Schäden im Fashionmarkt genau und liefert verlässliche Zahlen zur Marktentwicklung und Vertriebsformaten und nimmt Detailmärkte unter die Lupe. Experten versprechen Erholung für das laufende Jahr – wenn auch unter Vorkrisenniveau.

Köln, 28. September 2021 — Seit Jahren wächst der strukturell geforderte Modemarkt in Deutschland nur schwach und kann nicht von der Konsumlaune der Konsumentinnen und Konsumenten profitieren. Die Pandemie trifft die Fashionbranche besonders hart und führt zu ordentlichen Umsatzeinbußen. Doch wie geht es nach dem coronabedingten historischen Markteinbruch 2020 weiter?

Post-Corona-Prognose: Erholung in Sicht – langfristig übersteigt Online den Offlineanteil
Für das laufende Jahr 2021 rechnen die Experten des IFH KÖLN mit einer Erholung des Marktes – wenn auch mit einer Hochrechnung für das Marktvolumen, die immer noch zehn Prozentpunkte unter dem 2019er Niveau liegt. E-Commerce-Umsatzanteile werden zumindest teilweise in den stationären Handel zurückfließen. Aber: Der Druck auf den Fachhandel bleibt und wird auch für Filialisten zunehmend spürbar.

„Nach wie vor bestimmen bequeme, online-affine und zunehmend nachhaltige Konsumentinnen und Konsumenten mit einer hohen Anspruchshaltung die Nachfrage und stellen eine wesentliche Herausforderung für die Branche dar. In der Langzeitbetrachtung wird der Online- den Offlineanteil übersteigen und das Wachstum der Branche bestimmen“, so Fashionexperte Hansjürgen Heinick, Senior Consultant am IFH KÖLN, zur Zukunft der Branche.

Zahlen schwarz auf weiß: Markt mit Minusrekord

Wie hart die Fashionbranche 2020 von Corona getroffen war, zeigen die Zahlen des „Branchenbericht Fashion & Accessoires“ jetzt bis auf Ebene einzelner Warengruppen schwarz auf weiß. Um ganze 14 Prozent ist das Fashionmarktvolumen im Coronajahr 2020 eingebrochen. Damit wurden rund acht Milliarden Euro weniger für Mode ausgegeben als noch 2019. Das Gesamtmarktvolumen landet bei knapp 50 Milliarden Euro. Die Gründe liegen auf der Hand: fehlende Anlässe, der Wegfall privater Feiern oder Reisen und weniger Bedarf an neuer Kleidung durch Homeoffice sind für den Einbruch des Marktes verantwortlich. Nahezu alle Einzelmärkte – allen voran die wichtigsten Teilbereiche Damen- (Minus 15,4 %) und Herrenbekleidung (Minus 17,2 %) – haben 2020 deutlich einbüßen müssen. Zu den rar gesäten Gewinnern im Fashionmarkt zählten 2020 Warengruppen aus der Kategorie Berufsbekleidung: Schürzen und Schutzkleidung zählten zu den wenigen Kleidungsstücken, die häufiger als sonst gekauft wurden.

Umsatzeinbruch vor allem stationär – Onlineanteil steigt auf knapp 40 Prozent

Und: Es trifft nicht alle Formate gleichermaßen. Vor allem der kleinbetriebliche Fachhandel sowie Kauf- und Warenhäuser stehen weiterhin zusehends unter Druck – vertikale Anbieter müssen ihre

Filialnetze auf den Prüfstand stellen. Vor allem die stationären Vertriebskanäle verzeichnen bekanntermaßen einen erheblichen Umsatzeinbruch.

Ein positives Vorzeichen hingegen zeigt sich wenig überraschend beim Onlineanteil der Branche. Auch der Fashionmarkt verzeichnet weiteres Onlinewachstum. Der Onlineanteil im Modemarkt steigt – vor allem getrieben durch das pandemiebedingt ins Netz verlagerte Konsumverhalten – um fast zehn Prozentpunkte auf knapp 40 Prozent an.

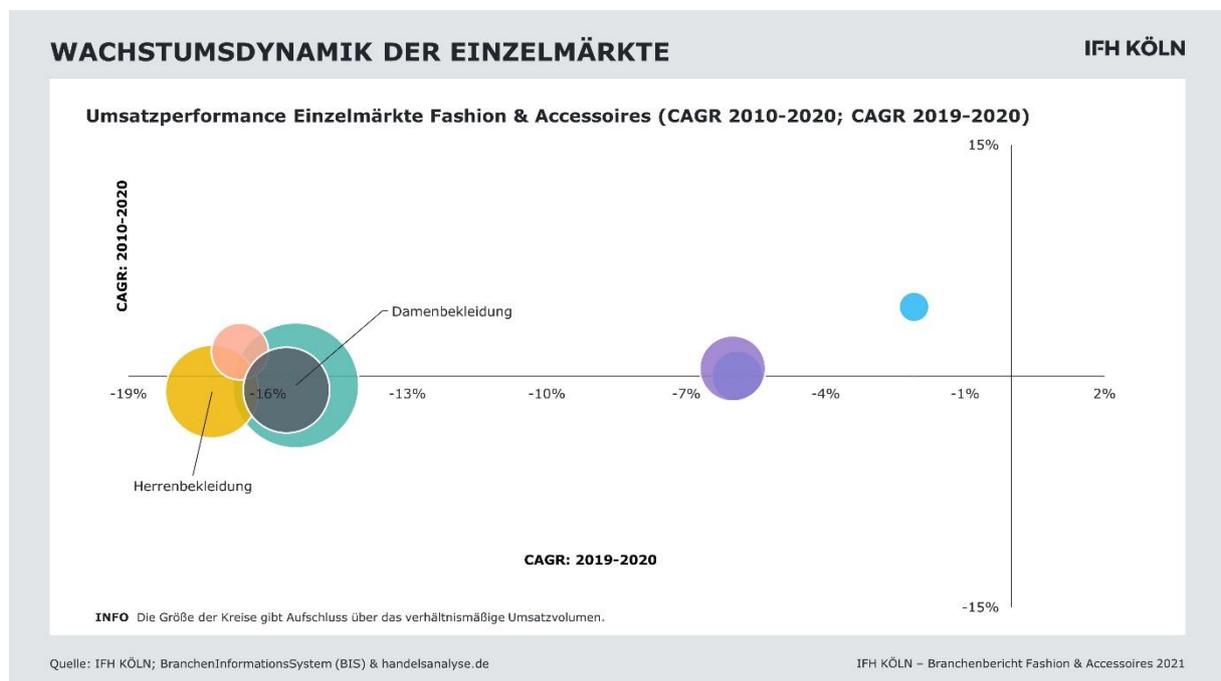
„Auch zuvor treue Stationärkäufer:innen haben in der Krise das Onlineshopping für sich entdeckt und es ist nicht zu erwarten, dass diese Konsumentinnen und Konsumenten zukünftig gänzlich auf die Bequemlichkeit des Shoppens im Netz verzichten werden. Als Resultat wird der Marktanteil des Fachhandels weiter zurückgehen“, so Marktexperte Heinick.

Peter Frank, Senior Consultant bei der BBE Handelsberatung in München, ergänzt:

„Der Onlinehandel bleibt auch in Zukunft die große Herausforderung für den stationären Modehandel. Viele Händler haben in den Lockdowns die Chance ergriffen und auf Plattformen ihre Ware angeboten und auch verkauft – allerdings auch mit einem weinenden Auge. Denn die Rendite ist aufgrund der teilweise sehr hohen Provisionen und Kosten nur gering. Was, wo und wie im Internet angeboten wird, muss daher sehr genau überlegt werden. Gleichzeitig muss in die Attraktivität der Geschäfte und Kompetenz der Mitarbeiter:innen investiert werden, um den Konsumentinnen und Konsumenten die Frage zu beantworten, warum sie NICHT online kaufen sollten.“

Wörter der Meldung: 605

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 4.491



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Der „Branchenbericht Fashion und Accessoires“ von IFH KÖLN und BBE Handelsberatung nimmt den Markt für Fashion & Accessoires detailliert unter die Lupe. Auf Basis des etablierten

BranchenInformationssystem BIS des IFH KÖLN werden relevante Informationen zu Marktentwicklung, Distribution, Entwicklung der Warengruppen dargestellt, die Veränderungen im Gesamtmarkt der letzten Jahre gezeigt und Prognosen für die kommenden Jahre vorgenommen.

Die Studie kann für 550 Euro im [Onlineshop des IFH KÖLN](#) bestellt werden.

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de

Über die BBE Handelsberatung

Die BBE Handelsberatung mit Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Berlin, Köln, Leipzig und Erfurt berät seit mehr als 65 Jahren Handelsunternehmen aller Betriebsgrößen und Betriebsformen, Einkaufskooperationen, Verbundgruppen und die Konsumgüterindustrie sowie die Immobilienwirtschaft und Kommunen. Im Verbund mit IPH Handelsimmobilien und elaboratum New Commerce Consulting reicht das Beratungsportfolio der 170 Branchen-, Standort-, E-Commerce- und Immobilien-Experten von Strategieentwicklung, Markt- und Standortanalysen, Image- und Kundenforschung bis hin zu Projektentwicklung und Centermanagement. Analyse- und Prognosemethoden werden kontinuierlich optimiert, Wissenschaft und Praxis verzahnt, um auf diese Weise kompetent Handlungsempfehlungen geben zu können.