

# Studie von Marketmedia24 bestätigt Trendwende

Die Trendwende kam fast überraschend: Nachdem auf zügelloses Wachstum harte Konsolidierungsjahre folgten, ging es für die Outdoor-Branche 2016 wieder aufwärts. Mit durchschnittlich rund 23 Euro gaben die Deutschen 2,1 Prozent mehr für Outdoor-Bekleidung, -Schuhe, -Hardware, Zelte und Schlafsäcke aus als noch 2015.

MARKETMEDIA24, KÖLN (DEUTSCHLAND), BEARBEITET DURCH DIE REDAKTION



Wichtigster Teilmarkt im Sportartikelgeschäft: Outdoor-Bekleidung.

Die Zeichen stehen gut dafür, dass die Branche, die Olaf Wittayer, Geschäftsführer der Outdoor-Profis des Händlerverbundes Sport 2000, als einen «der stabilsten Bereiche im gesamten Sportbusiness» bezeichnet, weiter wächst. Sogar auf über 2,5 Milliarden Euro Marktvolumen könnte es die Branche bis 2025 bringen, zeigt der jetzt von Marketmedia24 neu aufgelegte «Branchen-REPORT Outdoor 2017». Partizipieren werden aber nur jene Marktteilnehmer, die sich nicht allein auf den Trend verlassen. Das Outdoor-Geschäft hat sich zum wichtigsten Teilmarkt im Geschäft mit Sportartikeln entwickelt. Und für 80 Prozent der Mitglieder der grössten Interessensvertretung der Outdoor-Branche, European Outdoor Group (EOG), ist das Geschäftsjahr 2016 sogar besser als erwartet gelaufen. Allerdings haben zunehmende Sättigungseffekte auf dem wirtschaftlich wie auch gesellschaftlich attraktiven Markt dafür gesorgt, dass der Wettbewerbsdruck wächst und damit die Professionalisierung stetig zunehmen muss. Schwächelnde beziehungsweise

vernachlässigte Marken werden vor diesem Hintergrund gnadenlos bestraft sprich übernommen beziehungsweise hängen am Tropf von Investoren.

## Trends rocken die Branche

Es geht auch anders. Beispielsweise sind konsequente Nachhaltigkeitsstrategien an respektablen Umsatzzuwächsen ablesbar. Darüber hinaus resultieren aus dem Zusammenwachsen von Outdoor, Sport und Mode – Stichwort Athleisure – neue Chancen. Diese Fusion von Funktions- und Alltagsbekleidung, die insbesondere unter der urbanen Bevölkerung ankommt, ruft allerdings auch neue Wettbewerber auf den Plan. Style war noch nie so wichtig wie heute, wissen Markenmacher, die sich zudem auf massive Käuferwünsche nach Individualisierung einstellen müssen. Das macht für die Hersteller den Eintritt in das Industrie 4.0-Zeitalter zwingend. Denn mit intelligenten Produktionseinheiten sind die vom Konsumenten nachgefragten Gestaltungsmöglichkeiten wesentlich grösser als in der händisch gefertigten Produktion in Asien.

## Handel muss digitalen Wandel schaffen

Auch auf Distributionsebene ist die Kombination von Kundennähe und Innovation das Mass der Zukunft. Denn selbst der loyale aber alternde Kundenstamm des stationären Fachhandels sichert nicht das Überleben. Verjüngung ist das Ziel, für das mit Retail 4.0 Informationen zum Verstehen des Kundenbedarfs und seines Verhaltens genutzt werden müssen. Der Online-Wettbewerb macht es vor. Das hat bei den Onlinern zu Bestmarken geführt und vor allem den Outdoor-Facheinzelhandel seit 2012 1,3 Prozentpunkte seiner Anteile am Gesamtumsatz gekostet. Allerdings nimmt im interaktiven Handel die Dynamik leicht ab und die Reifephase beginnt. Parallel nimmt der Professionalisierungsgrad im Outdoor-Handel stetig zu. Dabei fokussieren sowohl der stationäre als auch der Online-Handel im markenorientierten Mittel- bis Hochpreissegment eine immer ähnlicher werdende Zielgruppe mit sich angleichenden Bedürfnissen. Damit steht für die Zukunft des Facheinzelhandels – und damit der Nummer eins am Markt – fest, dass der Marktanteil dieser Spezialisten weiter sinkt. Trotzdem hält das optimistische Marktszenario im «Branchen-REPORT Outdoor 2017» bis 2025 ein Wachstum von rund 20 Prozent für möglich.

Die vollständigen Ergebnisse sind veröffentlicht im neuen Branchen-REPORT Outdoor 2017, der belastbare Markt- und Handelsdaten bis zum Jahr 2025 liefert. Die Studie ist zum Preis von 650 Euro zuzüglich MwSt. zu beziehen unter [studien@marketmedia24.de](mailto:studien@marketmedia24.de) oder sie steht zum direkten Download im Studien-Shop unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit. ■