

Presse-Information

BBE-Expertenstudie „Markt:Monitor Outdoor 2013“ erscheint in zweiter Auflage

Grenzerfahrungen im Outdoor-Markt: nach der Euphorie klärt sich der Blick auf die verschärften Marktrealitäten

Köln/München. Der Outdoor-Trend ist ungebrochen, der Spaß am Markt dagegen schon. Denn seit 2011 sinkt das Marktvolumen für Outdoor-Bekleidung. Für „nur“ 928 Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen kauften die Deutschen 2012 Bekleidung mit der Lizenz fürs Outdoor-Living. Das sind laut „Markt:Monitor Outdoor 2013“ 4,5 Prozent weniger als noch 2010. Dennoch zeichnet die Neuauflage der Kooperationsstudie von BBE Handelsberatung und Marketmedia24 kein durchweg düsteres Bild: Outdoor lebt, und der Hardware sowie den Outdoor-Schuhen wird bis 2014 sogar weiteres Wachstum prognostiziert.

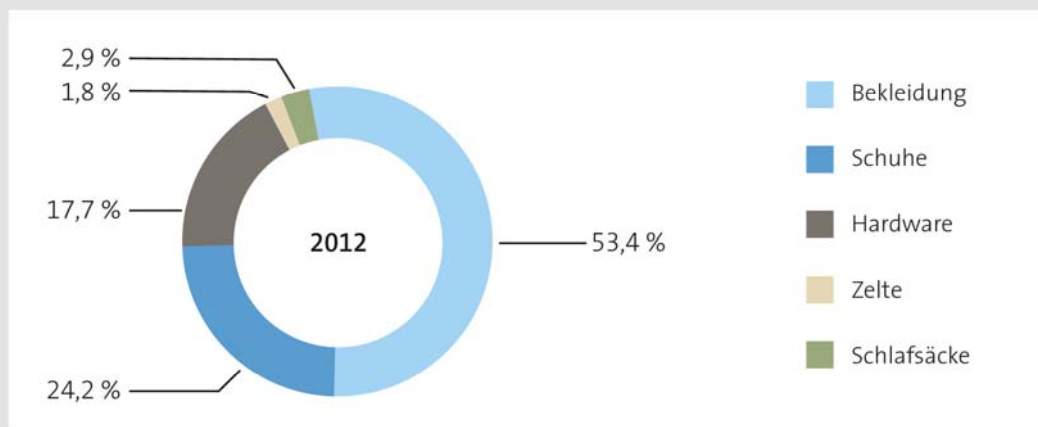
Outdoor und Wandern haben sich im letzten Jahrzehnt zu einer Massenbewegung in Deutschland entwickelt. Der Erholungseffekt im Kontrast zum beruflichen Alltag und das Erlebnis Natur sind die Hauptfaktoren für diese Entwicklung. Analog dazu hat sich der Wirtschaftsfaktor Outdoor zum wichtigsten Teilmarkt im Sporthandel aufgeschwungen. Das war den Deutschen 2010 noch eine Pro-Kopf-Ausgabe von 21,90 Euro wert. Doch wo ein Boom herrscht, lassen preissenkende Marktteilnehmer und -methoden nicht lange auf sich warten. In 2012 sank die Pro-Kopf-Ausgabe auf 21,40 Euro.

Konsolidierungsphasen wie diese tun auch bei Outdoor vielen Marktteilnehmern weh. Outdoor-Händler und -Hersteller haben die Wachstumsgrenzen in Deutschland ausgelotet. Nun beginnt eine neue und spannende Phase, wie sich die Marktteilnehmer in einem stagnierenden Milliardenmarkt positionieren. Das ist keine unlösbare Aufgabe, wenn man sich der durchaus vorhandenen tragfähigen Markt- und Megatrends bewusst wird. Aber leicht wird es nicht, weiß Branchenexperte Jochen Fendt, Autor der neuen Studie „Markt:Monitor Outdoor 2013“.

Noch halten sich die Marktteilnehmer zurück. Ertragsseitig allerdings steigt der Druck. Allein eine weitere Verschlechterung der Rahmenbedingungen könnte die Initialzündung für einen verstärkten Preiskampf im Markt darstellen. Und den wird „der eine oder andere Teilnehmer nicht überstehen“, prognostiziert BBE-Branchenexperte Dominik Nuss.

BBE-MARKT:MONITOR „Outdoor 2013“

Der deutsche Outdoor-Markt nach Segmenten 2012



Die Erfolgsbilanz des Outdoor-Marktes ist beispiellos. In den 2000er Jahren haben jährlich zweistellige Wachstumsraten dazu geführt, dass sich das Geschäft mit Bekleidung, Schuhen und Hardware für den Einsatz in der Natur zum wichtigsten Segment des Sportmarktes entwickelt hat. Gemäß den Berechnungen von Marketmedia24 machte im Jahr 2012 allein der Anteil von Outdoor-Artikeln 27,5 Prozent am gesamten Sportartikel-Umsatz in Deutschland aus.

QUELLE Marketmedia24 (Köln)

Differenzierung vom Wettbewerb tut vor allem Not. Wohl eine der größten Herausforderungen in einem Markt, in dem die Marken bei der Kaufentscheidung eine untergeordnete Rolle spielen. Gleich mit zwei Modellen zur Markenpositionierung („Preis/Performance“ sowie „Preis/Fashion“). liefert die Kooperationsstudie eine erste Orientierung. Denn darin zeigen Autoren und weitere Branchenexperten die Stärken und Schwächen der relevanten Outdoor-Marken auf.

Auch der Outdoor-Fachhandel hat es nicht leicht. Sein Marktanteil von aktuell 53 Prozent schmilzt weiter. Sättigungseffekte, ein Überangebot an Ware, weitere Eröffnungen von Markenstores und das Internet haben nach der Euphorie von 2010 den Blick für die Marktrealitäten geöffnet. So steigt durch das Missverhältnis von Angebotsfläche und Nachfrage mit entsprechend vollen Lagern die Bereitschaft zu Rabattierungen. Während Hersteller versucht sind, günstige Ware über weitere Absatzkanäle in den Markt zu bringen oder die Marke weiter zu dehnen, um dann im Mode-Einzelhandel ihr Glück zu versuchen.

Die neue BBE-Studie „Markt:Monitor Outdoor 2013“ ist zum Preis von 650,00 Euro zzgl. MwSt. in Kürze zu beziehen unter studien@marketmedia24.de, Stichwort: Outdoor 2013 oder sie steht zum direkten Download unter www.marktdaten24.com bereit.

3.493 Zeichen inkl. Leerzeichen | 462 Wörter

Der Abdruck ist honorarfrei.

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels.

Ihr Kontakt

Sonja Koschel | Telefon +49(0)2236 3316931 | Mobil +49(0)170 2005925
koschel@marketmedia24.de | www.marketmedia24.de

Marketmedia24 | Sürther Hauptstraße 190b | 50999 Köln (Germany)

Follow us on



<https://www.facebook.com/marketmedia24>



<http://blog.marketmedia24.de/?feed=rss2>



<https://www.xing.com/companies/marketmedia24>

Die Marktanalyse- und Beratungsspezialisten von **Marketmedia24** erstellen aktuelle und prognostische Markt- und Handelsdaten in vielen Konsumgütermärkten als zielgenaue Entscheidungshilfen für Ihren Unternehmenserfolg. Darauf aufbauend sorgt Marketmedia24 für Ihren strategischen Vorsprung: Im Auftrag erstellen wir fundierte Branchenexpertisen, leiten daraus Wettbewerbsanalysen, Trendreports, Sortiments- und Vertriebsstrategien ab.

Die **BBE Handelsberatung** mit ihrem Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Köln, Leipzig und Erfurt berät seit mehr als 50 Jahren Einzelhandelsunternehmen aller Branchen und Größen in Fragen der Marktpositionierung, strategischen Ausrichtung, Expansion und betriebswirtschaftlichen Optimierung. Die BBE verfügt über Spezialisten für jede Branche im Einzelhandel. Die Markt-, Konsum- und Trendforschung in Kooperation mit Hochschulen, liefert aktuellste Markt- und Unternehmensdaten mit hohem Praxisbezug für die Geschäftsbereiche Unternehmens-, Standort- und Immobilienberatung.