

PRESSE-INFO

Neuer „Branchen-REPORT Sport 2021“ zeigt Perspektiven bis 2028

Online-Umsatz mit Sportartikeln wächst dynamisch weiter

Köln. Vor Corona war der Sportmarkt in Deutschland eine von Wachstum verwöhnte Branche. Von 2011 stieg der Umsatz mit Sportbekleidung und -schuhen sowie Hartwaren bis 2019 um 12,1 Prozent. Deutschland bewegt sich, könnte man daraus schließen und tatsächlich wird im Sportmarkt Geld ausgegeben. 2019 weist mit 90,16 Euro die höchste Pro-Kopf-Ausgabe innerhalb der letzten zehn Jahre aus. Mit Corona aber muss auch diese Branche zum Teil kräftige Dämpfer hinnehmen. Die gute Nachricht: Es gibt auch Wachstum im Corona-Jahr. Vor allem die individuelle Bewegung unter freiem Himmel sorgt für Zuwachs. So legte das Running-Segment 2020 gegenüber 2019 um 2,3 Prozent zu. In der gleichen Zeit gab der Markt für Sportartikel insgesamt um rund 4,5 Prozent nach. Denn insbesondere Mannschafts- bzw. Team-Sportarten sowie der indoor gebundene Sport leiden unter den Shutdown-Beschränkungen. Das belegt die jetzt veröffentlichte Studie „Branchen-REPORT Sport 2021“. Darin errechnen die Marktforscher von Marketmedia24, Köln, anhand wissenschaftlicher Methoden vier mögliche Entwicklungen für die Branche. So wird die Branche selbst im Best-Case-Szenario erst in 2022 den Umsatz aus 2019 wieder übertreffen. Ein Sieger in der Pandemie ist wie in vielen anderen Konsumgütermärkten der Online-Handel, der selbst im Worst-Case-Szenario bis 2028 um ein Drittel gegenüber 2019 zulegen wird.

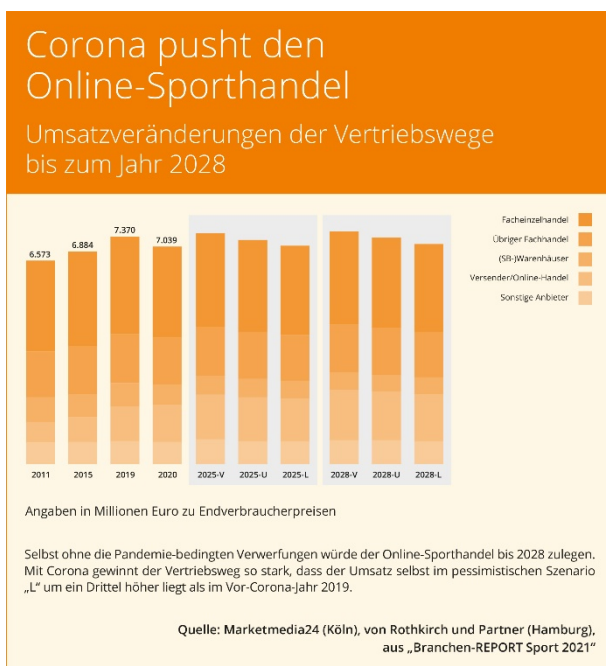
Trotz, zum Teil auch aufgrund der vielen Corona-bedingten Einschränkungen wie Reisen, Freizeitbeschäftigungen und Homeoffice, ist der Sport stärker ins Bewusstsein der Deutschen gerückt. Nicht nur bei Running hat die Zahl der Läuferinnen und Läufer zahlenmäßig zugelegt. Insgesamt wächst die Zahl der Sport-Einsteiger und derjenigen, die nach dem Shutdown sportlich Gas geben wollen. Vor allem in den Bereichen Laufen, Training und Fahrrad sowie in neuen Trendsportarten erwartet die Industrie viel. So rückt eSports stärker ins Visier einiger Marken (beispielsweise Adidas) oder Wintersport-Spezialisten (Schöffel) steigen ins Bike-Segment ein, da hier die Zielgruppe über 40 Jahre für Impulse sorgt.

Die Lage für die meisten stationären Handelsformate der Branche ist nicht erst seit Corona kritisch. Durch Shutdown, dem lediglich der Lebensmittelhandel permanent entging, sowie die Hinwendung der Kunden zu Online-Anbietern, zu welchen immer stärker auch die Lieferanten zählen, wachsen die Zukunftssorgen insbesondere des Fachhandels. Vor diesem Hintergrund rät die „vds Connected Coaching Concept for Retail“ Initiative des Verband Deutscher Sportfachhandel (vds) ihrer Klientel, sich mit Hilfe digitaler Produkte als Gesundheitscoach der Nation neu zu positionieren. Valeska Benner, Geschäftsführerin von Sportmarken24.de, erwartet allerdings, dass sich die Online-Dynamik fortsetzt: „Durch die Pandemie haben viele Kunden das erste Mal online bestellt und sind auf den Geschmack gekommen. Diese Kunden werden in Zukunft auch mehr online bestellen.“ Parallel erwartet Benner ein eher situatives Shoppingverhalten: „Mal im Geschäft mit dem Einkaufserlebnis und mal bequem online von zu Hause.“

Angesichts der Corona-Pandemie sind allerdings konkrete Vorhersagen über die zukünftige Entwicklung des Sportmarktes schwierig geworden. Gängige und gelernte Vorhersagemodelle greifen nicht mehr, Planungen erfolgen mit großer Vorsicht, denn die Vorausschau auf die längerfristigen Marktentwicklungen beginnt mit einem Rückblick auf die Vergangenheit. Doch spielt die Vergangenheit für die Zukunft dieser Branche überhaupt noch eine Rolle? Der neue „Branchen-REPORT Sport 2021“ kann aufgrund der vielen unbekanntenen Einflussfaktoren zwar keine eindeutige Antwort auf die Frage geben. Die Studie liefert aber tragfähige, auf möglichen Entwicklungen des Wirtschaftswachstums beruhende Szenarien bis zum Jahr 2028. Für den Gesamtmarkt ebenso wie für die Teilmärkte Wintersport, Bade/Beach, Outdoor, Fitness, Fußball, Running sowie für die „übrigen Sportarten“, die mit sportartübergreifenden und Nischenprodukten sowie Umsätzen des Golf-, Racket- und Anglersports 2020 immerhin fast 25 Prozent des gesamten Sportmarktes generierten. Im optimalen Fall erwartet das Marktforscherteam von Marketmedia24 zwar einen zuverlässigen Aufschwung. Sollte die Stagnation des Marktes hingegen länger anhalten, beginnt die Erholung in kleinen Schritten, um bis 2028 auf ein Marktvolumen von fast 7,5 Milliarden Euro anzusteigen.

Die neue Auflage der Studie „Branchen-REPORT Sport 2021“ liefert fundierte Markt- und Vertriebsszenarien unter Berücksichtigung von Wirtschaftswachstumsalternativen (V / U / L) bis zum Jahr 2028. Die Studie ist damit eine wichtige Orientierungshilfe für alle Marktakteure.

Der „Branchen-REPORT Sport 2021“ ist zum Preis von 650,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter <https://www.marketmedia24.de/shop/studie/Sportmarkt>.



[» High-res download Pressegrafik](#)

4.912 Zeichen inkl. Leerzeichen | 658 Wörter

Ihr Kontakt

Sonja Koschel
Telefon +49 2236 3316931
presse@marketmedia24.de

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.

Marketmedia24 ist ein Marktforschungs- und Beratungsinstitut in Köln. Gegründet 2010, bündelt Marketmedia24 das Wissen von rund zwanzig Spezialisten.

Die Berater, die für Marketmedia24 wirken, sind echte Insider. Sie kennen ihre Märkte haut-nah und knietief: Sie besuchen Branchenhotspots und -events, sprechen mit Marktplayern und -influencern und gehen in die Vorstandsetagen, zu den Mitarbeitern, Herstellern und Händlern. Sie beraten und begleiten, referieren, coachen und halten Seminare. Ihre Lösungen umfassen Marktstudien und Zielgruppenanalysen, Insights in Brand Awareness und Recognition sowie Forecasts und Zukunftsforschung.

Das wissenschaftliche Fundament liefern die Marktforscher von Marketmedia24. Genauigkeit ist für sie Ehrensache. Sie nutzen alle Methoden, die eine erstklassige Marktkenntnis ausmacht – Primärforschung, Frequenzzählung, Mystery Shopping und Sekundärmarktforschung mit all ihren Möglichkeiten. Das Ergebnis: hochwertige Zahlen, die in Studien, Statistiken und Beratungen einfließen.