

PRESSE-INFO

Neuer „Branchen-REPORT Outdoor“ zeigt Perspektiven bis 2030

Rückkehr zum Wachstumstrend

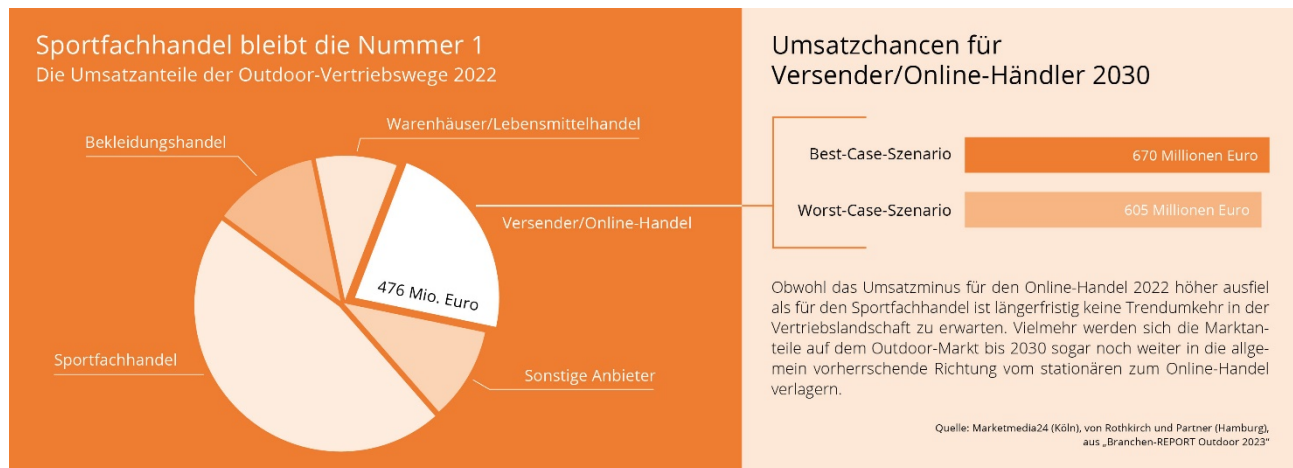
Köln. Der Outdoor-Markt befindet sich schon seit über zehn Jahren auf solidem Wachstumskurs und ist in den Corona-Jahren sogar noch stärker gewachsen. Doch während die Coronabedingten Auswirkungen abnehmen, verdunkeln der Ukraine-Krieg und damit neue Krisen die Zukunftsperspektiven für die deutsche Wirtschaft. Selbst eine Rezession scheint 2023 unausweichlich zu sein. Darum geht das Forscherteam von Marketmedia24, Köln, davon aus, dass sich die Pandemiegewinne für den Outdoor-Markt zunächst nicht fortsetzen werden. Wie stark die Beeinträchtigung ausfallen und wie sich dabei der Outdoor-Konsum entwickeln wird, das zeigen die Kölner Experten in ihrer Zukunftsforschung im neuen „Branchen-REPORT Outdoor 2023“. Dabei wird im Best-Case-Szenario erwartet, dass die Outdoor-Umsätze in diesem Jahr stabil bleiben und dass sie ab 2026 dem langjährigen Wachstumstrend aus der Vor-Corona-Zeit (plus 1,4 Prozent pro Jahr) folgen werden.

Dem deutschen Outdoor-Markt ging es selbst während der Corona-Jahre gut. Denn während in dieser Zeit die Konsumausgaben der Privaten Haushalte sanken, legte der Outdoor-Umsatz 2020 um 8 Prozent und 2021 noch einmal um über 4 Prozent zu. Dabei verlief die Entwicklung der einzelnen Outdoor-Warengruppen (Bekleidung, Schuhe, Ausrüstung, Zelte, Schlafsäcke) recht ähnlich. Wobei Zelte und Schlafsäcke 2021 sogar mehr als doppelt so stark zulegten. Wesentlich geringer – zum Teil sogar negativ – entwickelten sich die Outdoor-Umsätze dagegen 2022. In Summe beläuft sich der Rückgang des Gesamtmarktes auf minus 1,2 Prozent. Wenig Hoffnung gibt es für 2023, denn unter anderem Inflation und Preissteigerungen beschränken die Konsumspielräume, so dass weniger Geld für Outdoor-Einkäufe übrigbleibt.

Das hat zwangsläufig Auswirkungen auf die Umsatzchancen des Handels. Wie in den meisten Märkten war auch die Outdoor-Branche von der verstärkten Verlagerung vom stationären zum Online-Handel geprägt. Denn auch hier galt die Gleichung, dass in erster Linie der Distanzhandel von den Corona-Beschränkungen profitiert. Dessen Umsatz stieg von 2019 bis 2021 um 40,7 Prozent und der Marktanteil gleichzeitig um 3,9 Prozentpunkte. Selbst wenn der Sportfachhandel gleichzeitig an Marktbedeutung verlor, bleiben die stationären Spezialisten mit über 46 Prozent Marktanteil (2022) an der Spitze der Distributionsliste. Der Distanzhandel bewegt sich mit gut 22 Prozent Marktanteil stabil auf dem zweiten Platz. Allerdings zeigte das Jahr 2022 dem Online-Erfolgsformat mit einem Umsatzminus von 1,7 Prozent, dass es mit der Markteroberung nicht zwangsläufig kontinuierlich weitergehen muss.

Vor allem mit der im letzten Jahr wiedergewonnenen Möglichkeiten der haptischen Prüfung, persönlichen Beratung und körperlichen Anprobe fiel beim Einkauf im Sportfachhandel das allgemeine Umsatzminus sogar geringer aus als bei den Onlinern. Zum einen, weil stationäres Shoppen Spaß macht und zum anderen vielleicht auch ganz bewusst, um die „Wiederbelebung“ der Innenstädte zu unterstützen, die durch das Zusammenwirken von Corona und dem Trend zum Online-Kauf überall an Attraktivität verloren haben.

Dennoch erwartet Marketmedia24 für die längerfristige Zukunft keine Trendumkehr in der Vertriebslandschaft. Vielmehr werden sich die Tendenzen bis zum Jahr 2030 sogar noch etwas weiter in die allgemein vorherrschende Richtung vom stationären zum Online-Handel verlagern. Danach wird der Marktanteil der Distanzhändler – bei abschwächender Marktdynamik – in etwa fünf Jahren kurz vor der 30 Prozentmarke stehen. Verlierer werden sämtliche stationäre Handelsformate sein, wobei jedoch der Sportfachhandel seine Marktführerschaft behaupten wird.



[» High-res download Pressegrafik](#)

Der neue „Branchen-REPORT Outdoor 2023“ mit fundierter Zukunftsforschung bis zum Jahr 2030 umfasst 57 Seiten mit 31 Charts. Die Studie ist zum Preis von 1.050,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter <https://www.marketmedia24.de/shop/sport-outdoor.php>.

3.983 Zeichen inkl. Leerzeichen | 534 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 Branchenhotsspots 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.