



Branchen-REPORT OUTDOOR 2017

IMPRESSUM

Herausgeber

Marketmedia24, Sürther Hauptstraße 190b, 50999 Köln
info@marketmedia24.de, www.marketmedia24.de
September 2017

Autorenteam

Jochen Fendt, Karl Oerder, Dr. Christoph von Rothkirch

Kontakt

Sonja Koschel, Telefon +49 (0)2236 3316931, koschel@marketmedia24.de

© Marketmedia24

Die Vervielfältigung, der Verleih, die Vermietung sowie jede sonstige Form der Verbreitung oder Veröffentlichung, auch auszugsweise, bedarf der ausdrücklichen Zustimmung von Marketmedia24. Alle Rechte vorbehalten.

Foto Titelseite: crazymedia/©fotolia.com



Die Markt- und Handelsspezialisten von Marketmedia24 halten mit Methoden der Primär- und Sekundärforschung für Sie die Konsumgütermärkte und Handelskanäle im Blick und liefern Ihnen punktgenaue und belastbare Analysen für Ihre Unternehmensstrategie. Die Kommunikationsprofis von Marketmedia24 sorgen dafür, dass Sie mit Ihrer Identität und Botschaft am Markt sichtbar werden. Dafür nutzt Marketmedia24 die gesamte Bandbreite konzeptioneller, redaktioneller und visueller Kommunikation.

INHALT

A Branchenüberblick

1	Industrie: Wettbewerbsdruck treibt Professionalisierung an	6
1.1	Schwache Marken werden gnadenlos bestraft	6
1.2	Nachhaltigkeit rockt die Branche – klare Markenkonzepete überzeugen	11
1.3	Grenzen von Outdoor, Sport und Mode verwischen	14
1.4	Industrie 4.0: Individualisierung schreitet im Outdoor-Markt voran	16
2	Outdoor-Handel muss den digitalen Wandel schaffen	17
2.1	Retail 4.0: Datenanalysen und lernende Systeme	18
2.2	Stationärer Fachhandel setzt auf Erlebnisshopping	20
2.3	Für Online beginnt die Reifezeit	21

B Die deutsche Outdoor-Branche in Zahlen

1	Marktdaten 2012 bis 2016	24
1.1	Marktvolumina zu Endverbraucherpreisen	24
1.2	Pro-Kopf-Ausgaben	28
2	Handelsdaten 2012 bis 2016	29
2.1	Marktanteile der Vertriebskanäle	29
2.2	Umsätze der Vertriebskanäle	32

C Die Aussichten für die Outdoor-Branche bis 2025

1	Szenarien: Nicht vorhersagen, sondern vorausdenken	36
2	Markteinflüsse	36
2.1	Bevölkerung: Zuwanderung ja, aber wie und wie stark?	37
2.2	Wirtschaft: Zunehmende Unsicherheiten	38
2.3	Hoher Stellenwert von Sport und Outdoor	39
2.4	Aktive Anbieter erzeugen Nachfrage	40
3	Zukunftschancen und Zukunftsgefahren	41
3.1	Marktszenarien für Outdoor-Artikel bis 2025	41
3.2	Handelsszenarien für Outdoor-Artikel bis 2025	43

CHARTS

A Branchenüberblick

Chart 1: Kennzahlen wichtiger Outdoor-Hersteller 2016	8
Chart 2: Kennzahlen wichtiger Outdoor-Händler 2016	18

B Die deutsche Outdoor-Branche in Zahlen

Chart 3: Marktdaten Outdoor-Artikel 2016	24
Chart 4: Der deutsche Markt für Outdoor-Artikel 2012 bis 2016 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	26
Chart 5: Der deutsche Markt für Outdoor-Artikel im Jahresvergleich 2012 und 2016	27
Chart 6: Die Pro-Kopf-Ausgaben für Outdoor-Artikel 2012 bis 2016 – Basis: Gesamtbevölkerung	28
Chart 7: Die Marktanteile der Vertriebskanäle von Outdoor-Artikeln 2012 bis 2016 – Angaben in Prozent des Gesamtmarktes	30
Chart 8: Die Marktanteile der Vertriebskanäle von Outdoor-Artikeln im Jahresvergleich 2012 und 2016 – Angaben in Prozent des Gesamtmarktes	32
Chart 9: Die Umsätze der Vertriebskanäle mit Outdoor-Artikeln 2012 bis 2016 – Angaben in Millionen Euro	33
Chart 10: Die Umsätze der Vertriebskanäle mit Outdoor-Artikeln im Jahresvergleich 2012 und 2016 – Angaben in Millionen Euro	34

C Die Aussichten für die Outdoor-Branche bis 2025

Chart 11: Markteinflüsse	37
Chart 12: Einflussbereiche: Optimistisches und pessimistisches Marktszenario	42
Chart 13: Der deutsche Markt für Outdoor-Artikel 2006 bis 2025 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	43
Chart 14: Die Vertriebsstrukturen für Outdoor-Artikel 2025 – Angaben in Prozent des Gesamtmarktes	44
Chart 15: Die Umsätze des Fachhandels Outdoor-Artikeln 2006 bis 2025 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	45
Chart 16: Die Umsätze der Warenhäuser/Verbrauchermärkte mit Outdoor-Artikeln 2006 bis 2025 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	46
Chart 17: Die Umsätze des Online-Handels/Sonstiger Anbieter mit Outdoor-Artikeln 2006 bis 2025 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	47

Wir entfalten Ihr Marktpotenzial

MARKT- UND HANDELSDATEN

Deutsche Konsumgütermärkte im Zahlenspiegel

Bei der Erhebung unserer Markt- und Handelsdaten arbeiten wir mit Verbänden und Institutionen der Industrie und des Handels zusammen, werten statistisches Basismaterial aus, diskutieren mittelfristige Prognosen und längerfristige Vorausschau (Szenarien) mit Branchen- und Fachexperten, immer auch mit Blick auf die relevanten exogenen und endogenen Einflüsse der Marktplätze.

Unser regelmäßiges Angebot umfasst dabei mit 400 Warengruppen die folgenden Fokus-Branchen:

- | | | |
|--|----------------------|---------------------------|
| ✓ Bad und Sanitär | ✓ Fashion und Schuhe | ✓ Leuchten und Lampen |
| ✓ Berufskleidung und
Schutzausrüstung (PSA) | ✓ Gardinen | ✓ Möbel |
| ✓ Bücher | ✓ Garten | ✓ PBS-Artikel |
| ✓ Büromöbel | ✓ GPK/Haushaltswaren | ✓ Sicht- und Sonnenschutz |
| ✓ Fahrräder | ✓ Heimtextilien | ✓ Spielwaren |
| | ✓ Küchen | ✓ Sport und Outdoor |

BRANCHENSTUDIEN

Auch in Ihrem Auftrag erforschen wir Markt- und Handelsdaten.

Wir kennen Ihre Märkte. Mit Gespür und einem 20-jährigen Erfahrungsschatz erstellen wir Auftragsstudien. Mit Blick auf Ihre individuellen Bedürfnisse. Auch in Ihrem Unternehmensdesign.