

PRESSEMITTEILUNG

Pressekontakt:

IFH Köln
Lara Kersken
Unternehmenskommunikation

+49 (0) 221 94 36 07-827
l.kersken@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

Coronakrise birgt weitreichende Auswirkungen für deutsche Fashionbranche

Der stationäre Fashion-Fachhandel kann die Umsatzverluste aus der Shutdown-Phase nicht wieder aufholen. Der Onlinekanal wird für die Modeindustrie immer relevanter. Für 2020 muss im Fashionmarkt mit einem Umsatzverlust von bis zu 20 Milliarden Euro gerechnet werden.

Köln, 27. August 2020 – Im vergangenen Jahr 2019 ist der Markt für Fashion & Accessoires noch um 1,4 Prozent auf rund 58 Milliarden Euro gewachsen. Für 2020 muss im Fashionmarkt mit einem Umsatzverlust von bis zu 20 Milliarden Euro gerechnet werden – ein Verlust, der je nach Entwicklung der Rahmenbedingungen auch bis 2024 nicht aufgeholt werden kann. Im Wettbewerb um die Marktanteile werden die stationären Geschäfte des Fachhandels gegenüber dem Onlinekanal verlieren. Bei der Zahl der Verkaufsstellen muss in den kommenden Jahren mit einem Rückgang im fünfstelligen Bereich gerechnet werden. Zu diesen und weiteren Ergebnissen kommt der neue „Branchenbericht Fashion & Accessoires“ vom IFH Köln und der BBE Handelsberatung.

*„Schon ohne die neuen Marktdynamiken rund um Covid-19 hat der Fashionhandel mit starken strukturellen Veränderungen und schwachem Marktwachstum zu kämpfen. Einerseits ziehen preisattraktive Mode-Filialisten immer mehr Kund*innen an, andererseits bietet der Onlinehandel immer mehr Kaufimpulse. Corona hat diese Entwicklungen noch beschleunigt“, so Hansjürgen Heinick, Senior Consultant am IFH Köln.*

Online profitiert – Fachhandel verliert

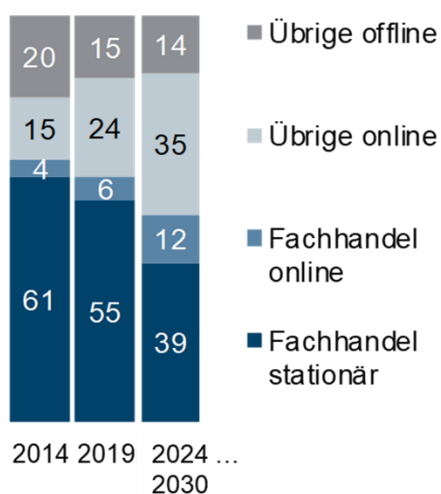
Verschiebungen zum Onlinekanal werden voraussichtlich weiter deutlich zunehmen, wovon vor allem Onlinemarktplätze profitieren dürften. Die Anzahl der Geschäfte im Fashion-Fachhandel verringert sich seit Jahren: Während 2014 der Marktanteil des stationären Fachhandels noch 61 Prozent ausmachte, lag er 2019 nur noch bei 55 Prozent – ein Negativtrend, der sich fortsetzen wird. Auch wenn der Fachhandel seine Position online ausbauen kann, die Onlineaktivitäten reichen in der Summe bei weitem nicht, den stationären Verlust auszugleichen. Dabei bestimmen durchgängig onlineaffine und zunehmend nachhaltige Konsument*innen mit hoher Anspruchshaltung mehr und mehr die Nachfrage.

Prognose nur multifaktoriell möglich

Wie stark die Verluste tatsächlich ausfallen werden, in welchem Ausmaß eine Erholung des Marktes in den kommenden Jahren erfolgen kann, welchen Anteil der Onlinehandel erreichen kann und wie viele stationäre Touchpoints es künftig noch geben wird, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Dazu gehört beispielsweise neben der Entwicklung des Infektionsrisikos und den Einflüssen einer möglichen zweiten Infektionswelle auch der Arbeitsmarkt beziehungsweise die Entwicklung der Kaufkraft der Bürgerinnen und Bürger.

Wörter der Meldung: 363
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.727

Fashion & Accessoires – Anteil Fashion-Fachhandel und Vertriebskanäle online-offline 2014, 2019 und 2024 ... 2030 in %



Quelle: IFH Köln

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Der „Branchenbericht Fashion & Accessoires“, Jahrgang 2020, ist eine Gemeinschaftsstudie des IFH Köln und der BBE Handelsberatung und liefert folgende Daten:

- Ergebnisse zum Einkaufs- und Konsumverhalten der Verbraucher mit mehreren Erhebungswellen im Zeitraum der Coronakrise
- Entwicklung der 8 Hauptwarengruppen* des Fashionmarktes, 2010 bis 2024
- Entwicklung der 9 wichtigsten Vertriebsformate** der Branche, 2010 bis 2024
- Prognose der Gesamtmarktentwicklung bis 2024

Die Studie kann über den [IFH-Shop](#) bezogen werden.

*Die 8 Hauptwarengruppen sind: Damenbekleidung, Herrenbekleidung, Kinderbekleidung, Schuhe, Pelze-/Lederbekleidung, Berufsbekleidung, Wäsche, Lederwaren/Accessoires.

**Die 9 Vertriebsformate sind: Bekleidungs-/Schuh-Fachhandel, Bekleidungs-/Schuh-Filialisten, Sonstiger Fachhandel, Kauf- & Warenhäuser, LEH-Discounter, SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte, Versender, Internet-Pure-Player und Sonstige.

Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Seit 1929 ist das IFH Köln erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel: z. B. Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Weitere Informationen unter www.ifhkoeln.de

Über die BBE Handelsberatung

Die BBE Handelsberatung mit Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Berlin, Köln, Leipzig und Erfurt berät seit mehr als 65 Jahren Handelsunternehmen aller Betriebsgrößen und Betriebsformen, Einkaufskooperationen, Verbundgruppen und die Konsumgüterindustrie sowie die Immobilienwirtschaft und Kommunen. Im Verbund mit IPH Handelsimmobilien und elaboratum New Commerce Consulting reicht das Beratungsportfolio der 170 Branchen-, Standort-, E-Commerce- und Immobilien-Experten von Strategieentwicklung, Markt- und Standortanalysen, Image- und Kundenforschung bis hin zu Projektentwicklung und Centermanagement. Analyse- und Prognosemethoden werden kontinuierlich optimiert, Wissenschaft und Praxis verzahnt, um auf diese Weise kompetent Handlungsempfehlungen geben zu können.