

## PRESSEMITTEILUNG

### **Fashion-Fachhandel 2025: Mehr „Anziehungskraft“ durch Cross-Channel-Konzepte**

*Die neue Studie von IFH Köln und KPMG in Kooperation mit dem BTE, für die 100 Händler und Hersteller befragt wurden, untersucht Chancen für den Modefachhandel zwischen demografischem Wandel, Vertikalisierungsdruck und Online-Wachstum. Investitionen in attraktive Konzepte, in einen ansprechenden Auftritt und eine klare Positionierung sind notwendig – offline und online. Vor allem Cross-Channel-Konzepte werden erfolgreich sein.*

**Hamburg / Köln, 05. November 2015** – Wie sieht der Fashion-Markt der Zukunft aus? Der Wettbewerb im Modehandel ist intensiv und der Strukturwandel setzt den Markt weiter unter Druck. Selbst etablierte Unternehmen müssen sich mit innovativen Ansätzen und reizvollen Konzepten immer wieder neu behaupten. Was bedeutet dies für den Modemarkt der Zukunft? Welche Rolle können Multi-Label-Händler zwischen Herstellungsshops, vertikalen Händlern und Internet-Pure-Playern noch einnehmen? Die neue Studie von IFH Köln, KPMG und BTE zeigt: Auch 2025 gibt es noch Raum für den Fachhandel – eine zunehmende Online-Offline-Vernetzung und Prozessoptimierung vorausgesetzt. Nur so kann der stationäre Handel langfristig seine Chancen im Onlinezeitalter wahren.

#### **Fachhandel bleibt dominierender Vertriebsweg – Cross-Channel-Konzepte sind die Voraussetzung**

Der Online-Anteil am Fashion-Markt wird bis 2025 von heute 21 auf rund 36 Prozent deutlich steigen, vor allem zulasten der Umsätze über stationäre Geschäfte. Doch obwohl sich in Zukunft die Marktanteile der einzelnen Vertriebswege am Fashion-Markt weiter verschieben und vor allem Internet-Pure-Player ihren Marktanteil auf rund 11 Prozent verdoppeln werden, bleibt der Fachhandel mit nur geringen Anteilsverlusten der dominierende Vertriebsweg im Jahr 2025. Voraussetzung hierfür ist, dass die beteiligten Anbieter die Herausforderung der Digitalisierung und der dadurch verschärferten Wettbewerbssituation aktiv angehen. Cross-Channel-Konzepte sind die Basis für kundenorientiertes „Handeln“ der Zukunft.

#### **Klares Profil steigert die Erfolgsaussichten**

Der hohe Innovationsdruck gepaart mit der demografischen Entwicklung und immer weiter steigenden Kundenanforderungen fordert auch seine Opfer. Nicht alle Fashion-Händler werden Schritt halten können. Laut Prognose der Studienpartner muss bis 2025 mit der Schließung von rund 2.500 Läden im Fashion-Einzelhandel, d.h. etwa vier Prozent der aktuellen „Doors“, gerechnet werden. Aber: Die Chancen für den stationären Handel insgesamt stehen vergleichsweise gut. Die Konsumausgaben stützen die Konjunktur – Konsumenten möchten auch in Zukunft unvermindert Geld für Mode ausgeben. Gefordert ist jetzt ein beherztes Engagement, die zügige Umsetzung neuer Ideen und vor allem eine klare Profilbildung – sowohl online als auch offline.

*„Das stationäre Einkaufen (wieder) reizvoller zu machen, ist für Händler eine große Herausforderung. Der Wettbewerb um die besten Konzepte intensiviert sich zusehends. Wer hier dauerhaft erfolgreich sein will, kommt nicht um deutliche Investitionen herum. Besonders wichtig dabei: die effiziente Online-Offline-Vernetzung und Prozessoptimierung. Nur so kann der stationäre Handel langfristig seine Chancen im Onlinezeitalter wahren“, so Mark Sievers, Head of Consumer Markets bei KPMG.*

*„Konsumenten bevorzugen den Händler, der sie in ihren Bewegungsräumen – online wie offline – abholt und ihnen mit einer Mischung aus Preis-Leistung, Convenience und Erlebnis interessante Kaufanreize bietet. In diesem Spannungsfeld das richtige Profil zu bilden, muss das Ziel eines jeden*

*Fashion-Händlers sein, der auch 2025 noch erfolgreich sein möchte“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln.*

Wörter der Meldung: 481

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.704

#### **Die wichtigsten Zahlen im Überblick:**

- Der Online-Anteil am Fashion-Markt (rund 21 % in 2015) steigt bis 2025 auf rund 36 Prozent.
- Der Marktanteil der Internet-Pure-Player am Fashion-Markt 2025 steigt (von etwa 5,4 % in 2015) auf 11 Prozent.
- Der stationäre Fashion-Fachhandel wird bis 2025 nur rund zwei Prozentpunkte Marktanteil verlieren (von 60,6 % 2015 auf ca. 58,6 % in 2025).
- Bis 2025 werden rund 2.500 stationäre Fashion-Läden schließen (2013 wies die Handelsstatistik knapp 61.000 Geschäfte bzw. Doors im Fashion-Einzelhandel aus).

#### **Über die Studie**

Die Studie „Fashion 2025“ von KPMG, IFH Köln und BTE untersucht die Zukunftsaussichten für den Modehandel unter dem Einfluss der Digitalisierung, des demografischen Wandels und weiteren branchenspezifischen Einflüssen wie beispielsweise der Vertikalisierung und geänderten Konsumentenansforderungen. Basis der Studie sind elf Experteninterviews, die zwischen Juli und September 2015 geführt wurden sowie eine telefonische Befragung im August 2015 von 100 Händlern und Herstellern im Fashion-Bereich. Hinzu kommen umfangreiche Marktdaten des IFH Köln, das auf unterschiedlichen Konsumentenbefragungen und Marktanalysen basiert. Die Studie kann auf der Website der KPMG unter [www.kpmg.de/fashion2025](http://www.kpmg.de/fashion2025) kostenfrei heruntergeladen bzw. vorbestellt werden.

---

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

Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis bietet das IFH Köln seit 1929 fundierte Analysen und Strategieberatung für Handel und Konsum. Ob individuelle Fragestellungen oder bewährte Branchen-Insights – umfassende Datenbanken sowie maßgeschneiderte Projekte helfen, Managemententscheidungen vorzubereiten und abzusichern. Dabei greift das IFH Köln auf bewährte Methoden der Marktforschung und Strategieberatung zurück. Händler, Hersteller, Dienstleister, Verbände und öffentliche Institutionen vertrauen auf das IFH Köln als unabhängigen Partner. Die Kunden des IFH Köln profitieren dabei von branchenspezifischer und praxisrelevanter Information, Forschung und Beratung in den dynamischen Feldern des stationären Handels. Die Online-Experten des E-Commerce-Center (ECC) Köln analysieren seit 1999 Fragestellungen rund um das Thema E-Commerce.

#### **Pressekontakt**

IFH Institut für Handelsforschung GmbH

Christina Fingerhut

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92, Fax: +49 (0) 221 94 36 07-99

E-Mail: [c.fingerhut@ifhkoeln.de](mailto:c.fingerhut@ifhkoeln.de)

[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

#### **Über KPMG**

KPMG ist ein Firmennetzwerk mit mehr als 162.000 Mitarbeitern in 155 Ländern. Auch in Deutschland gehört KPMG zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen und ist mit rund 9.600 Mitarbeitern an mehr als 20 Standorten präsent. Wir suchen immer die bestmögliche Lösung – für uns und für unsere Mandanten. Wir schaffen Pläne und Visionen für Prozesse, Optimierungen und ganze Unternehmen. Durch eine Jahrzehnte währende Prüfungs- und Beratungspraxis verfügt KPMG über eine umfassende nationale

und internationale Branchenexpertise im Handel und in der Konsumgüterindustrie. Hier laufen die Erfahrungen unserer Experten weltweit zusammen und tragen zusätzlich zur Beratungsqualität bei. Im Sektor Consumer Markets sind weltweit etwa 1.000 Partner sowie rund 13.000 fachliche Mitarbeiter für KPMG-Gesellschaften tätig. In Deutschland betreut KPMG zurzeit aktiv mehr als 1.000 Mandate in diesem Bereich.

**Pressekontakt**

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Marita Reuter / Thomas Blees

Tel.: +49 (0) 30 20 68-11 18, Fax: +49 (0) 30 20 68-11 48

E-Mail: [mreuter@kpmg.com](mailto:mreuter@kpmg.com) / [tblees@kpmg.com](mailto:tblees@kpmg.com)

[www.kpmg.de](http://www.kpmg.de)