



# PRESSEMITTEILUNG

## Pressekontakt:

IFH Köln  
Christina Fingerhut  
Leiterin Unternehmenskommunikation

T +49 (0) 221 94 36 07-92

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

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

## Gutes Jahr 2015: Mehrheit der Konsumgütermärkte steigert Umsatz

*Die Mehrheit der Konsumgütermärkte kann 2015 mit einem Umsatzplus abschließen. Insbesondere der B2C-Sektor steht gut da. Das zeigt das aktuelle Märkte-Ranking von IFH Köln und BBE Handelsberatung. Gemeinsame Markt- und Distributionsdaten liefern weitere Details.*

**Köln, 14. März 2016** – Der Großteil der Konsumgütermärkte kann das Jahr 2015 mit einem Umsatzplus abschließen. Das zeigt das aktuelle Märkte-Ranking, mit dem das IFH Köln und die BBE Handelsberatung die Umsatzentwicklung von 54 relevanten Konsumgütermärkten auf Basis von Hochrechnungen analysieren. Insbesondere im Vergleich zu 2014 fällt die Umsatzentwicklung positiv aus. So können 44 Konsumgütermärkte zumindest ein leichtes Plus verzeichnen. Damit decken die Märkte insgesamt ein Volumen von 590 Milliarden Euro ab – 443 Milliarden Euro davon entfallen auf den B2C-Bereich, die restlichen 147 Milliarden Euro haben ihren Umsatzschwerpunkt im B2B-Sektor.

### Insbesondere privater Konsum boomt

Unter den Top 10 Märkten im Ranking finden sich nur zwei B2B-Märkte: Büromöbel und Berufsbekleidung. Der persönliche Konsum spielt hier die Hauptrolle. So können sich Elektro-Kleingeräte mit einem Plus von 11,2 Prozent an die Spitze der „Branchentreppe“, die das Märkte-Ranking abbildet, setzen. Vor allem die Bereiche Personal Care, Küchenmaschinen (Thermomix und ähnliche) und Staubsauger zählen hier zu den Markttreibern. Lederwaren können ein Umsatzplus von 8,9 Prozent verbuchen, insbesondere dank Damentaschen. Der Uhrenmarkt wächst um 7,9 Prozent; Treiber sind hier besonders Armbanduhren mit Edelmetallgehäuse. Schlusslicht des Märkte-Rankings sind Fotokameras mit einem Umsatzminus von 6,7 Prozent sowie Personalcomputer/Software, die im Vergleich zu 2014 11,4 Prozent verlieren.

Das Ranking zeigt, dass der private Konsum boomt: Alle B2C-Märkte legen im Schnitt um fast 1,8 Prozent zu. Der gesamte Privatkonsum steigt 2015 sogar um 2,5 Prozent. Dabei geben die Konsumenten für Dienstleistungen glatt drei Prozent mehr aus. Für alle restlichen Konsumgüter bleibt entsprechend weniger übrig – zum Leidwesen des Einzelhandels. Eher schwach hat sich dagegen der B2B-Sektor entwickelt. Hier ist über alle B2B-Märkte hinweg in Minus von 1,8 Prozent aufgelaufen.

*„Gerade Office Products und baunahe Güter verspüren die verhaltene Nachfrage im Gewerbesektor. Dies kann als ein erstes Indiz für das rauer werdende konjunkturelle Umfeld im B2B-Bereich gewertet werden“, interpretiert Uwe Krüger, Senior Consultant am IFH Köln, die Ergebnisse des Rankings.*

“Die zum Teil guten Werte 2015 dürfen aber nicht darüber hinweg täuschen, dass sich diese positiven Entwicklungen sehr unterschiedlich verteilen. Der Hyperwettbewerb wird sich verschärfen: Online vs. Offline, Oberzentrum vs. Unterzentrum, Kleinbetriebe vs. Großbetriebe sowie Handel vs. Hersteller vs. Vertikale. Der Druck wird weiter zunehmen. Eine gute konjunkturelle Entwicklung in einigen Branchen ist kein Grund die wichtigen, anstehenden Fragen nicht zu stellen“, stellt Sebastian Deppe, Mitglied der Geschäftsführung der BBE Handelsberatung, fest.

### Markt- und Distributionsdaten: IFH Köln und BBE Handelsberatung vertiefen Kooperation

Nach dem mit dem „Branchenfokus Möbel“ Anfang dieses Jahres der Grundstein gelegt wurde, weiten das IFH Köln und die BBE Handelsberatung ihre Kooperation nun aus. Zukünftig fließt das fundierte Branchen-Know-how beider Unternehmen nicht nur in ausgewählte Branchenstudien, sondern auch in Markt- und Distributionsdaten. Diese liefern detaillierte Zahlen, Daten und Fakten auf Geschäftsfeld- und Konsumgütermarktebene.

Wörter der Meldung: 486

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.626

### Branchentreppe auf Konsumgütermarktebene\* – Entwicklung 2015 ggü. 2014, Angaben in %

Märkte-Ranking: 1 bis 27		Änderungsrate 2014/15		Märkte-Ranking: 28 bis 54		Änderungsrate 2014/15	
1	Elektro-Kleingeräte		+11,2%	28	Büromaschinen		+2,0%
2	Lederwaren/Accessoires		+8,9%	29	Food		+1,5%
3	Uhren		+7,9%	30	Damenbekleidung		+1,5%
4	Spielwaren		+6,4%	31	Heimtier/-bedarf		+1,4%
5	Handarbeiten/Garne/Stoffe		+5,5%	32	Kinderbekleidung		+1,4%
6	Büromöbel		+5,1%	33	Herrenbekleidung		+1,3%
7	Musikinstrumente		+5,1%	34	Farben/Lacke/ Tapeten		+1,2%
8	Berufsbekleidung		+4,9%	35	Heizung/ Klimageräte		+1,2%
9	Elektro-Großgeräte		+4,8%	36	Holz		+1,2%
10	GPK/Hausrat		+4,6%	37	Schmuck		+1,1%
11	Küchen		+4,4%	38	Schuhe		+0,9%
12	Augenoptik		+4,0%	39	Gartenbedarf II: Lebendes Grün		+0,8%
13	Fahrräder		+4,0%	40	Bauelemente		+0,4%
14	Gardinen/Deko-Stoffe		+4,0%	41	Bodenbeläge I: textil		+0,4%
15	Sport		+3,9%	42	Wäsche		+0,4%
16	Elektro-Installations-material		+3,6%	43	Bild-/Tonträger		+0,2%
17	Elektro-/UE-Zubehör		+3,5%	44	Leuchten/Lampen		+0,1%
18	Möbel		+3,1%	45	HH-/Hygienepapier		-0,1%
19	Gartenbedarf I: Hartwaren		+2,9%	46	WPR		-0,3%
20	Eisenwaren/ Beschläge		+2,8%	47	Innenausbau/ Trockenbau		-1,6%
21	Fliesen		+2,8%	48	Bücher		-1,6%
22	Bodenbeläge nicht textil		+2,7%	49	Consumer Electronics		-2,0%
23	Bettwaren		+2,6%	50	Baustoffe		-2,5%
24	Körperpflege/Kosmetik		+2,4%	51	PBS-Artikel		-3,3%
25	Pelze/Lederbkl.		+2,3%	52	Bauchemie		-4,4%
26	Werkzeuge/ Maschinen		+2,3%	53	Foto		-6,7%
27	Sanitär		+2,2%	54	Personalcomputer/Software		-11,4%

\*Hinweis: Alle Änderungsraten sind auf nominaler Basis erster Hochrechnungen ermittelt

Quelle: IFH Köln, BBE Handelsberatung, 2016

### Über die Markt- und Distributionsdaten

Die Markt- und Distributionsdaten geben einen umfangreichen Überblick zu den einzelnen Konsumgütermärkten, eingebunden in das relevante Geschäftsfeld. Neben einer Einordnung in die Handelslandschaft Deutschlands stellen die Berichte die jeweiligen Entwicklungen auf Produktebene dar und zeigen regionale Marktpotenziale auf. Eine Darstellung der Preisentwicklung/-prognose des jeweiligen Marktes ist ebenso Bestandteil des Datenbandes wie eine detaillierte Beschreibung der Entwicklung der Vertriebswege. Auf Anfrage können Markt- und Distributionsdaten jeweils separat dargestellt werden.

[Marktdaten im IFH-Shop](#) | [Distributionsdaten im IFH-Shop](#)

### **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](http://www.ifhkoeln.de)

### **Über die BBE Handelsberatung**

Die BBE Handelsberatung mit ihrem Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Köln, Leipzig und Erfurt berät seit mehr als 60 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 über 100 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.