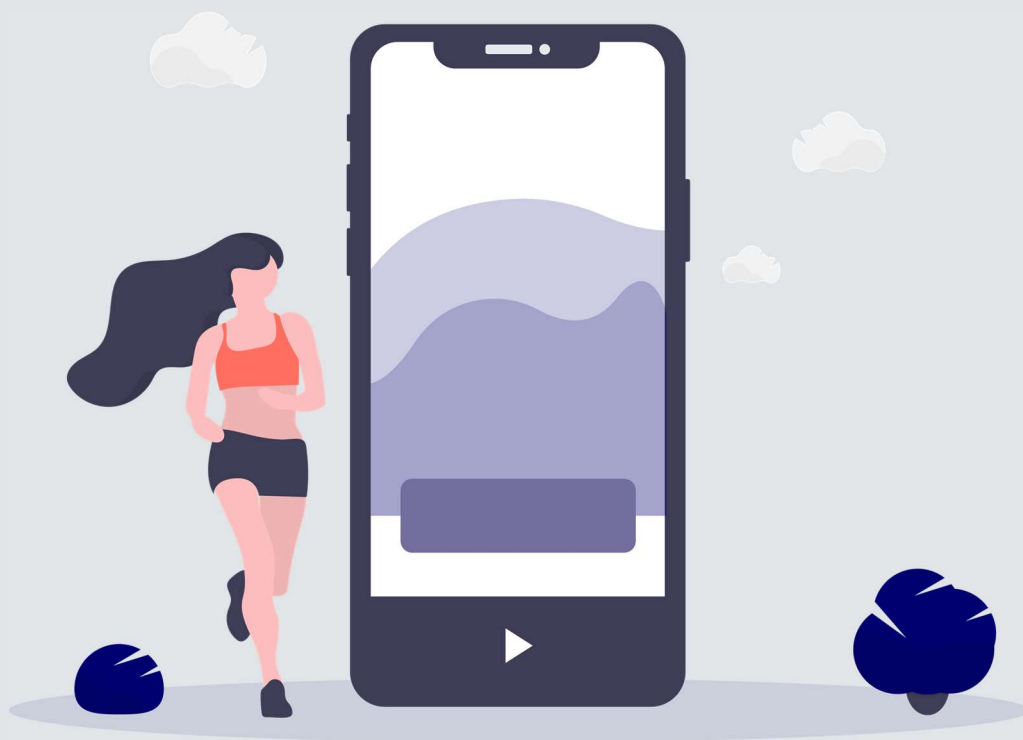


BRANCHENFOKUS SPORT

IN-/OUTDOOR | ON-/OFFLINE

JAHRGANG 2022



MAX-HENRIK FABIAN

INHALTSVERZEICHNIS

1

MANAGEMENT SUMMARY

2

SPORTMARKT IN DEUTSCHLAND

2.1 SPORTMARKT IM ÜBERBLICK.....	6
2.2 EINZELMÄRKTE & WARENGRUPPEN RUND UM DIE SPORTBRANCHE.....	8
2.2.1 SPORTBEKLEIDUNG.....	8
2.2.2 SPORTSCHUHE.....	13
2.2.3 SPORTGERÄTE.....	16
2.2.4 OUTDOOR-/CAMPING-AUSRÜSTUNG.....	23
2.3 SPORTMARKT – HANDELSSTRUKTUR.....	27
2.4 PREISENTWICKLUNG.....	29

3

VERTRIEBSWEGE IM SPORTMARKT

3.1 ÜBERBLICK VERTRIEBSWEGE.....	32
3.2 VERTRIEBSWEGE IM DETAIL.....	33
3.3 ONLINEHANDEL IM SPORTMARKT.....	39

4

SPORTTREIBEN IN DEUTSCHLAND

4.1 SPORT IN DEUTSCHLAND.....	44
4.2 TRENDS IM SPORTBEREICH.....	47

5

GESAMTMARKTPROGNOSE SPORT

5.1 GESAMTSITUATION EINZELHANDEL.....	50
5.2 BRANCHENSPEZIFISCHE ANNAHMEN UND SPORTMARKTPROGNOSE BIS 2026.....	52

6

ANHANG.....54

(mit weiteren Informationen zur Definition des Marktes, den Warengruppen und zur Erhebungsmethodik sowie offene Datentabellen für eigene Auswertungen)

06

ANHANG



Abbildung 53: Definitionen und Erläuterungen zu den Warengruppen des Sportmarktes

Sportmarkt im Überblick		
Sportbekleidung	Turn-, Sportbekleidung	z.B. Hemden, Hosen, Shorts
	Trainingsanzüge	z.B. Trainingsanzüge (Ober- und Unterteile) aus unterschiedlichen Fasern
	Anoraks, Blousons	z.B. Anoraks, Windjacken, Blousons
	Skianzüge, -jacken	z.B. Skianzüge, -jacken, -hosen
Sportschuhe	Sportschuhe (Leder/Nicht-Leder)	z.B. Lauf-, Fußball-, Tennis-, Basketball-, Turnschuhe, etc.
	Wanderschuhe	z.B. Hikingstiefel, Trekkingstiefel, Bergstiefel, etc.
	Ski- & Snowboardschuhe	z.B. Skischuhe für Wintersport (Skistiefel, Skilanglaufstiefel, Snowboardschuhe)
Sportgeräte	Racketsport	z.B. Tennis, Badminton, Squash
	Turn-, Leichtathletik-geräte	z.B. Geräte für Leicht-/Schwerathletik, für Turnhallen, Fitnessstudios, etc.
	Angelsport	z.B. Angelruten, Angelhaken, Angelrollen und sonstiges Angelgerät
	Wassersport	z.B. Wasserski, Surfbretter und sonstige Ausrüstung
	Wintersport	z.B. Ski, Skibindungen, Skiausrüstung, Snowboards, etc.
	Fitness-Tracker & Sportcomputer	z.B. Fitnesstracker, -Armbänder, Pulsuhren
	Sonstige Sportgeräte, Zubehör	z.B. Bälle (unterschiedliche Sportarten), sonst. Sportgeräte (Polo, Cricket, etc.), Zubehör
Camping-/Outdoor-Ausrüstung	Campingzelte	z.B. Campingzelte, Tunnelzelte, Wurfzelte, etc. (aus unterschiedlichen Fasern)
	Schlafsäcke	z.B. Schlafsäcke (auch mit elektrischer Beheizung)
	Camping-Zubehör	z.B. Kochutensilien und sonstiges Zubehör (z.B. Isomatten, Beleuchtung)
	Campingrucksäcke	z.B. Campingrucksäcke und sonstige Sportrucksäcke/-taschen

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

ABBILDUNG 1: GESAMTMARKTVOLUMEN SPORT, 2010 BIS 2021 (IN MIO. EURO, INKL. BADEBEKLEIDUNG)	6	ABBILDUNG 15: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN TURN- UND LEICHTATHLETIKGERÄTE (IN MIO. EURO) .	18
ABBILDUNG 2: UMSATZPERFORMANCE SPORTSEGMENTE UND MARKTVOLUMEN (BLASENGRÖßE IN RELATION ZUM MARKTVOLUMEN).....	7	ABBILDUNG 16: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN ANGELSPORTGERÄTE (IN MIO. EURO)	19
ABBILDUNG 3: SPORTBEKLEIDUNG MARKTENTWICKLUNG IM ÜBERBLICK	8	ABBILDUNG 17: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN WASSERSPORTGERÄTE (IN MIO. EURO)	20
ABBILDUNG 4: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN SPORT-/TURNBEKLEIDUNG (IN MIO. EURO).....	9	ABBILDUNG 18: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN WINTERSPORTGERÄTE (IN MIO. EURO)	20
ABBILDUNG 5: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN TRAININGSANZÜGE (IN MIO. EURO).....	10	ABBILDUNG 19: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN FITNESS-TRACKER & SPORTCOMPUTER (IN MIO. EURO)	21
ABBILDUNG 6: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN ANORAKS, WINDJACKEN & BLOUSONS (IN MIO. EURO).....	10	ABBILDUNG 20: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN SONSTIGE SPORTARTEN / ZUBEHÖR (IN MIO. EURO)	22
ABBILDUNG 7: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN SKIANZÜGE, -JACKEN, -HOSEN (IN MIO. EURO)	11	ABBILDUNG 21: OUTDOOR-EQUIPMENT & CAMPING MARKTENTWICKLUNG IM ÜBERBLICK	23
ABBILDUNG 8: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN BADEBEKLEIDUNG (IN MIO. EURO)	12	ABBILDUNG 22: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN CAMPINGZELTE (IN MIO. EURO)	24
ABBILDUNG 9: SPORTSCHUHE MARKTENTWICKLUNG IM ÜBERBLICK	13	ABBILDUNG 23: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN SCHLAFSÄCKE (IN MIO. EURO)	25
ABBILDUNG 10: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN SPORTSCHUHE (IN MIO. EURO)	14	ABBILDUNG 24: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN CAMPINGZUBEHÖR (IN MIO. EURO)	25
ABBILDUNG 11: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN WANDERSCHUHE (IN MIO. EURO)	15	ABBILDUNG 25: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN RUCKSÄCKE (IN MIO. EURO)	26
ABBILDUNG 12: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN SKI- & SNOWBOARDSCHUHE (IN MIO. EURO)	15	ABBILDUNG 26: UMSATZ UND ANZAHL DER UNTERNEHMEN IM SPORTEINZELHANDEL (NACH DESTATIS: WZ 47.64.2: EINZELHANDEL MIT SPORT- UND CAMPINGARTIKELN (OHNE CAMPINGMÖBEL))	27
ABBILDUNG 13: SPORTGERÄTE MARKTENTWICKLUNG IM ÜBERBLICK	16	ABBILDUNG 27: STRUKTUR IM SPORTEINZELHANDEL NACH GRÖßENKLASSEN (NACH DESTATIS: WZ 47.64.2: EINZELHANDEL MIT SPORT- UND CAMPINGARTIKELN (OHNE CAMPINGMÖBEL))....	28
ABBILDUNG 14: ENTWICKLUNG MARKTVOLUMEN RACKETSPORTGERÄTE (IN MIO. EURO)	17		

ABBILDUNG 28: PREISENTWICKLUNG IM VERGLEICH: SPORTARTIKEL UND VERBRAUCHERPREISE GESAMT DEUTSCHLAND (VERÄNDERUNG ZUM VORJAHR, 2015 BIS 2021).....	29	ABBILDUNG 40: ONLINEHANDEL SPORTMARKT VERTRIEBSWEGE ANTEILE 2021 (OHNE BADEBEKLEIDUNG)	40
ABBILDUNG 29: IFH-VERBRAUCHERPREISINDEX FÜR SPORTARTIKEL (INDEX: 2010 = 100; VERÄNDERUNG ZUM VORJAHR, 2010 BIS 2026; 2022 BIS 2026 PROGNOSEWERTE).....	30	ABBILDUNG 41: ONLINEHANDEL SPORTMARKT VERTRIEBSWEGE 2010 BIS 2021 (OHNE BADEBEKLEIDUNG)	41
ABBILDUNG 30: UMSATZPERFORMANCE VERTRIEBSWEGE (BETRACHTUNG VERTRIEBSWEGE ERFOLGT OHNE BADEBEKLEIDUNG. HINTERGRUND IST EINE INTERNE ABGRENZUNG ZUM MARKT FÜR FASHION & ACCESSOIRES)	32	ABBILDUNG 42: ONLINEUMSATZVOLUMEN HERSTELLER IM DIREKTVERTRIEB D2C - DIRECT TO CONSUMER 2005 BIS 2021 (OHNE BADEBEKLEIDUNG)	42
ABBILDUNG 31: ENTWICKLUNG DISTRIBUTIONSVOLUMEN SPORT-FACHHANDEL (IN MIO. EURO)	33	ABBILDUNG 43: SPORTTREIBEN IN DEUTSCHLAND, NACH HÄUFIGKEIT ($23.086 \leq n \leq 23.299$ BEFRAGTE; VUMA VERBRAUCHS- UND MEDIENANALYSE).....	44
ABBILDUNG 32: ENTWICKLUNG DISTRIBUTIONSVOLUMEN SPORT-FACHHANDEL (IN MIO. EURO)	34	ABBILDUNG 44: WÖCHENTLICHES SPORTTREIBEN IN DEUTSCHLAND NACH ALTERSKLASSEN, VERÄNDERUNG IN PROZENTPUNKTEN 2021 IM VERGLEICH ZU 2010 ($23.165 \leq n \leq 23.299$ BEFRAGTE; VUMA VERBRAUCHS- UND MEDIENANALYSE).....	45
ABBILDUNG 33: ENTWICKLUNG DISTRIBUTIONSVOLUMEN KAUF- & WARENHÄUSER (IN MIO. EURO)	34	ABBILDUNG 45: SPORTLICHE AKTIVITÄT NACH NETTOEINKOMMEN, ANTEILE DER EINKOMMENSKLASSEN 2021 ($n=23.299$ BEFRAGTE; VUMA VERBRAUCHS- UND MEDIENANALYSE).....	45
ABBILDUNG 34: ENTWICKLUNG DISTRIBUTIONSVOLUMEN VERSENDER (IN MIO. EURO)	35	ABBILDUNG 46: BELIEBTESTE SPORTLICHE AKTIVITÄTEN IN DEUTSCHLAND 2021 (MINDESTENS MEHRMALS IM MONAT; $n=23.299$ BEFRAGTE; VUMA VERBRAUCHS- UND MEDIENANALYSE).....	46
ABBILDUNG 35: ENTWICKLUNG DISTRIBUTIONSVOLUMEN INTERNET-PURE-PLAYER (IN MIO. EURO)	36	ABBILDUNG 47: SPORTLICHE AKTIVITÄT NACH BUNDESLÄNDERN ($n=4.177$ BEFRAGTE; VUMA VERBRAUCHS- UND MEDIENANALYSE).....	46
ABBILDUNG 36: ENTWICKLUNG DISTRIBUTIONSVOLUMEN SB-WH/V-MÄRKTE (IN MIO. EURO)	36	ABBILDUNG 48: AUSGEWÄHLTE TRENDS UND EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE SPORTBRANCHE (EIGENE RECHERCHE AUF BASIS VON SAZSPORT, TEXTILWIRTSCHAFT, MCKINSEY, FASHIONUNITED, ZUKUNFTSINSTITUT, ISPO)	47
ABBILDUNG 37: ENTWICKLUNG DISTRIBUTIONSVOLUMEN DISCOUNTER (IN MIO. EURO).....	37	ABBILDUNG 49: RAHMENBEDINGUNGEN DER PROGNOSEVARIANTEN (TEIL 1).....	50
ABBILDUNG 38: ENTWICKLUNG DISTRIBUTIONSVOLUMEN SONSTIGE ANBIETER (IN MIO. EURO)	38	ABBILDUNG 50: RAHMENBEDINGUNGEN DER PROGNOSEVARIANTEN (TEIL 2).....	51
ABBILDUNG 39: ONLINEMARKTANTEIL SPORTARTIKEL AN GESAMTMARKT SPORT (OHNE BADEBEKLEIDUNG)	39		

ABBILDUNG 51: PROGNOSEVARIANTEN ZUR ENTWICKLUNG DES SPORTMARKTES BIS 2026 (OHNE BADEBEKLEIDUNG)	52
ABBILDUNG 52: MITTLERE PROGNOSEVARIANTE VON 2015 BIS 2026, VERÄNDERUNG ZUM VORJAHR (OHNE BADEBEKLEIDUNG)	53
ABBILDUNG 53: DEFINITIONEN UND ERLÄUTERUNGEN ZU DEN WARENGRUPPEN DES SPORTMARKTES ..	55
ABBILDUNG 54: GESAMTMARKTENTWICKLUNG SPORT IN DER RETROSPEKTIVE (INKL. WARENGRUPPEN 2017 BIS 2021; MARKTVOLUMEN IN MIO. EURO)	56
ABBILDUNG 55: GESAMTMARKTENTWICKLUNG SPORT IN DER PROGNOSE (INKL. WARENGRUPPEN 2022 BIS 2026; MARKTVOLUMEN IN MIO. EURO)	57
ABBILDUNG 56: VERTRIEBSWEGEENTWICKLUNG SPORT IN DER RETROSPEKTIVE (INKL. VERTRIEBSWEGE 2017 BIS 2021; ANTEILE IN PROZENT)	58
ABBILDUNG 57: VERTRIEBSWEGEENTWICKLUNG SPORT IN DER PROGNOSE (INKL. VERTRIEBSWEGE 2022 BIS 2026; ANTEILE IN PROZENT)	58

METHODIK IFH MARKTZAHLEN

MARKDATEN AUF BASIS VON AMTLICHEN STATISTIKEN DES STATISTISCHEN BUNDESAMTES

- Die Berechnung des Marktvolumens der einzelnen Warengruppen und Märkte basiert auf den amtlichen Quellen des Statistischen Bundesamtes, wie z.B. der Produktions-, Außenhandels, Umsatz- oder Handelsstatistik.
- Mit den Kennzahlen der Produktion und des Außenhandels wird die Inlandsmarktverfügbarkeit für Deutschland errechnet. Diese wird mit der erzielten Kalkulation aller am Warenfluss beteiligten Distributionsstufen und der gültigen Mehrwertsteuer multipliziert. Dadurch erhält man das Marktvolumen zu Endverbraucherpreisen. Diese Daten werden mit Hilfe von branchenspezifischen Angaben plausibilisiert bzw. ergänzt.
- Die Daten der Distributionssituation/Vertriebswege basieren auch überwiegend auf amtlichen Quellen (Statistisches Bundesamt). Das Datenmaterial wird durch branchenspezifische Angaben ergänzt (z.B. Betriebsvergleiche) und weiter verfeinert. Die ausgewiesene Distributionsstruktur orientiert sich an den Branchegegebenheiten, die einzelnen Vertriebswege müssen mit einer gewissen Umsatzbedeutung auf dem Markt existent sein.
- Der vorliegende Bericht weist in der Retrospektive die Marktentwicklung bis in das Jahr 2021 auf; der Prognosezeitraum erstreckt sich bis in das Jahr 2026.
- Die ausgewiesenen Marktvolumina der Warengruppen und Vertriebswege verstehen sich als nominale Größe, sprich zu jeweiligen Preisen inkl. MwSt.
- Der Daten-/Berechnungsstand in diesem Report ist: **März 2022**



Produktion
 +
Import
 -
Export
 =
**Inlandsmarkt-
verfügbarkeit**
 ↓
Marktvolumen

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

IFH Köln GmbH

Dürener Str. 401b / D-50858 Köln
Telefon +49(0)221 943607-68
Telefax +49(0)221 943607-64
info@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

BBE Handelsberatung GmbH

Brienner Str. 45 / D-80333 München
Telefon +49(0)89 55118-145
Telefax +49(0)89 55118-153
info@bbe.de
www.bbe.de

KONTAKT

Max-Henrik Fabian
Consultant
IFH KÖLN
Telefon +49(0)221 943607-38
m.fabian@ifhkoeln.de

COPYRIGHT

Die Vervielfältigung, der Verleih, die Vermietung sowie jede sonstige Form der Verbreitung oder Veröffentlichung auch auszugsweise bedarf der ausdrücklichen Zustimmung der **IFH** Köln GmbH. Dieses Projekt wurde nach bestem Wissen und Gewissen, mit aller gebotenen Sorgfalt, jedoch ohne Gewähr erstellt.

Bildquellen: unDraw.co

Eine Gemeinschaftsstudie von IFH Köln GmbH und BBE Handelsberatung GmbH

IFH KÖLN - WER WIR SIND

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

#verstehen #planen #machen #teilen



