

PRESSEMITTEILUNG

UMSATZENTWICKLUNG FASHION: KRISENSTIMMUNG HÄLT AN

Die Fashionbranche leidet nach wie vor unter Umsatzeinbrüchen in Folge der Coronapandemie. 2021 leichte Erholung mit Umsatzplus von 2,6 Prozent – trotzdem noch fast zwölf Prozent weniger Umsatz als 2019. Marktzuwächse kommen insbesondere über Onlinehandel. Prognose für 2022 fällt weiterhin verhalten aus.

Köln, 11. Mai 2022 — Die Pandemie hat das Kaufverhalten im Markt für Bekleidung, Wäsche, Schuhe und Accessoires erheblich beeinflusst. Ein neuer (Arbeits-)Alltag mit Homeoffice, weniger Reisen und Verzicht auf private Feiern haben die Bedarfe nach Bekleidung verändert und deutlich reduziert. Im zweiten Pandemiejahr zeigt sich eine leichte Erholung: Das Gesamtmarktvolumen in der Branche Fashion & Accessoires konnte 2021 um insgesamt 2,6 Prozent wachsen, nach einem Umsatzverlust von 14,0 Prozent im Vorjahr. Zu diesem Ergebnis kommen neue Marktdaten des IFH KÖLN, die unterstreichen: Die Branche ist nach wie vor angeschlagen. Die hohen Umsatzverluste aus dem Jahr 2020 wurden bei weitem nicht aufgeholt. Somit bleibt der Modemarkt die Einzelhandelsbranche, welche mit Abstand am stärksten unter den Auswirkungen der Pandemie gelitten hat und die größten Umsatzrückgänge verzeichnen musste.

Marktverlierer Schuhe und Lederwaren

Ende 2021 lagen die Gesamtmarktumsätze immer noch fast zwölf Prozent unter denen des Jahres 2019 (Vorkrisenniveau). Dabei sind die Teilmärkte rund um Bekleidung und Wäsche zuletzt sogar um rund vier Prozent gewachsen. Eine besonders schwache Nachfrage verzeichnen Schuhe und Lederwaren (+0,5 % bzw. -1,9 %). Auch hat sich der Trend zu mehr lockerer Alltagskleidung (Casual Wear) nochmal deutlich intensiviert. Business- und Anlass-Kleidung wie Kostüme, Anzüge, Blusen, Hemden und Lederschuhe werden weniger gekauft. Beliebt dagegen: Gemütliche Outfits für zuhause, ebenso Tag- und Nachtwäsche sowie Kinderbekleidung.

Onlinewachstum schafft Entlastung

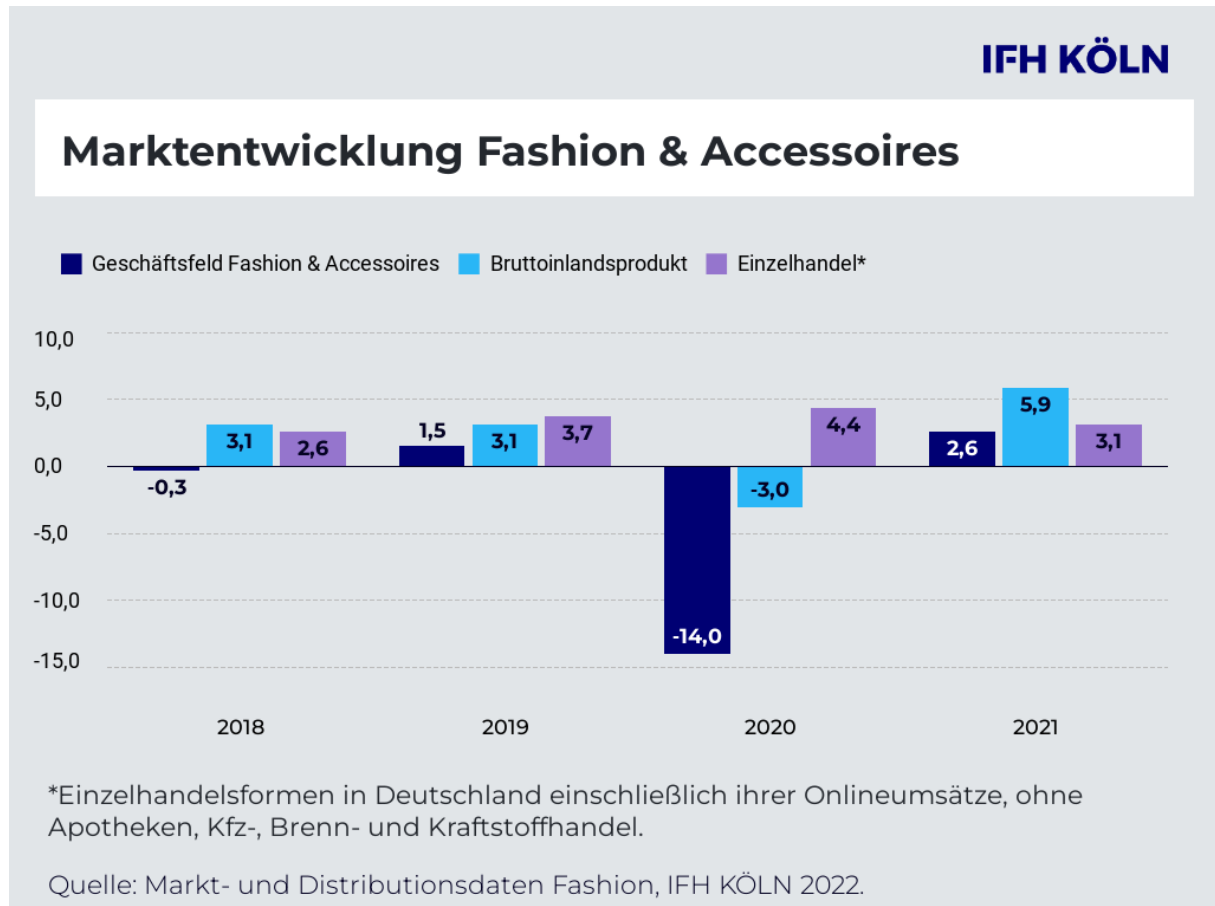
Von den verschiedenen Lockdownphasen, Kontaktbeschränkungen und Infektionsängsten hat vor allem der Onlinehandel profitiert, mit einem außerordentlichen Wachstum im Bereich Fashion & Accessoires insbesondere 2021. Der Onlineanteil liegt bei Fashion & Accessoires mittlerweile bei 46,5 Prozent des Marktvolumens. Der stationäre Handel mit Mode hat in innerstädtischen Ladengeschäften hohe Umsatzverluste hinnehmen müssen. Allerdings sind es auch gerade (große) Händler mit stationärer Basis, welche zuletzt den Onlinehandel selbst vorantreiben.

„Voraussichtlich werden die Ausgabeprioritäten künftig insgesamt weniger bei der Mode liegen. Nicht nur haben sich die Bedarfe geändert; auch verstärken Klimakrise und Corona das nachhaltige Gewissen. Hinzu kommen die Folgen des Ukrainekrieges, unter anderem mit Preiserhöhungen und Lieferengpässen. So kann der Aufholprozess im Hinblick auf die Umsatzverluste durchaus bis 2025 oder 2026 andauern. Auch wenn das Umsatzniveau von

2019 wieder erreicht wird, wird der Anteil der Konsumausgaben für Fashion eher weiter abnehmen", prognostiziert Hansjürgen Heinick, Senior Consultant am IFH KÖLN.

Wörter der Meldung: 408

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.072



Die Grafik kann zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

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 sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Daten

Die „Markt- und Distributionsdaten Fashion 2022“ des IFH KÖLN sind kurze, datenfokussierte Reports zur Entwicklung der einzelnen Konsumgütermärkte des Fashionmarktes. Sie dienen dazu, einen ersten Überblick über den Markt zu gewinnen und können als strategische Basisinformationen für Unternehmensentscheidungen herangezogen werden.

Der Betrachtungszeitraum der einzelnen Konsumgütermärkte umfasst:

- Marktentwicklung der Jahre 2017 bis 2026 (ab 2022 handelt es sich um Prognosewerte)
- Analysen der acht einzelnen Konsumgütermärkte*
- regionale Marktpotenziale
- Preisentwicklungen
- Vertriebswege inklusive Onlinehandel

* Die acht Konsumgütermärkte des Geschäftsfelds Fashion & Accessoires sind: Damenbekleidung, Herrenbekleidung, Kinderbekleidung, Lederwaren/ Accessoires, Wäsche, Schuhe, Lederbekleidung/Pelze, Berufsbekleidung.

Die Markt- und Distributionsdaten können über den [IFH KÖLN Shop](#) bezogen werden.

Über das IFH KÖLN

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.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de