

PRESSEMITTEILUNG

OUTDOOR-WAREN BLEIBEN TREND: MARKTWACHSTUM HÄLT AUCH 2022 AN

Warengruppen aus dem Outdoor-Bereich sind Pandemie-Gewinner. Das kontinuierliche Marktwachstum konnte 2021 einen Höhepunkt mit einem Umsatzsprung von 6,2 Prozent erreichen. Die größten Gewinne verzeichnen die Trend-Märkte Camping und Luft-/ Wassersport. Neue Branchendaten des IFH KÖLN und der BBE Handelsberatung prognostizieren dem Outdoor-Markt für 2022 ein moderates weiteres Wachstum.

Köln, 03. November 2022 — Ob Wandern, Angeln, Camping oder Wassersport: Outdoor-Aktivitäten sind *die* Pandemie-Trends – und zwar in allen Altersgruppen. Die kontinuierliche Wachstumskurve hält seit 2019 an und verzeichnet im vergangenen zweiten Pandemiejahr ein neues Umsatzhoch von 6,2 Prozent. Trotz anhaltender Krisenstimmung, Preissteigerungen und allgemeiner Konsumzurückhaltung hält das Wachstum auch 2022 an: Die Hochrechnungen zeigen ein – wenn auch moderates – Wachstum von 2,4 Prozent. Zu diesem Ergebnis kommt der neue „Branchenbericht Outdoor“ des IFH KÖLN in Zusammenarbeit mit der BBE Handelsberatung, der insbesondere die Wachstumsdynamiken und Einflussfaktoren von Pandemie, Sättigungseffekte und Kaufzurückhaltung analysiert.

„Der Megatrend Gesundheit beflügelt die Outdoor-Branche – auch schon vor Corona. Seit 2020 hat der Trend zu Aktivitäten an der frischen Luft eine neue Dimension bekommen. Das gilt für alle Altersklassen und die verschiedenen Teilmärkte. Eine beispiellose Trendentwicklung im Konsumgüterbereich in Zeiten, wo andere Branchen teils stark unter Druck stehen,“ so Florian Schöps, Senior Consultant bei der BBE Handelsberatung, zu den Ergebnissen der Branchenberichts Outdoor.

Camping und Wasser-/ Luftsportgeräte sind Markttreiber

Trotz des stabilen Gesamtmarktwachstums profitieren nicht alle Warengruppen gleich von dem Aufwärtstrend. Das generelle Sorgenkind Fashion offenbart sich auch hier: (Outdoor-) Bekleidung macht zwar noch immer den größten Umsatzanteil der Outdoor-Branche aus, hat im letzten Jahrzehnt jedoch kontinuierlich Marktanteile verloren. Am stärksten konnte im vergangenen Jahr dagegen die Warengruppe Wasser- und Luftsportgeräte dazugewinnen und schließt 2021 mit 1,1 Prozentpunkten Marktanteilzuwachs auf 16,7 Prozent ab. Im Krisenjahr 2022, das branchenübergreifend von Preissteigerungen geprägt ist, wird ersten Hochrechnungen zufolge Camping die einzige Outdoor-Warengruppe sein, die Marktanteile gewinnen wird. Das Segment könnte somit auf 16,2 Prozent Marktanteile steigen.

Sättigungseffekte und Prognose

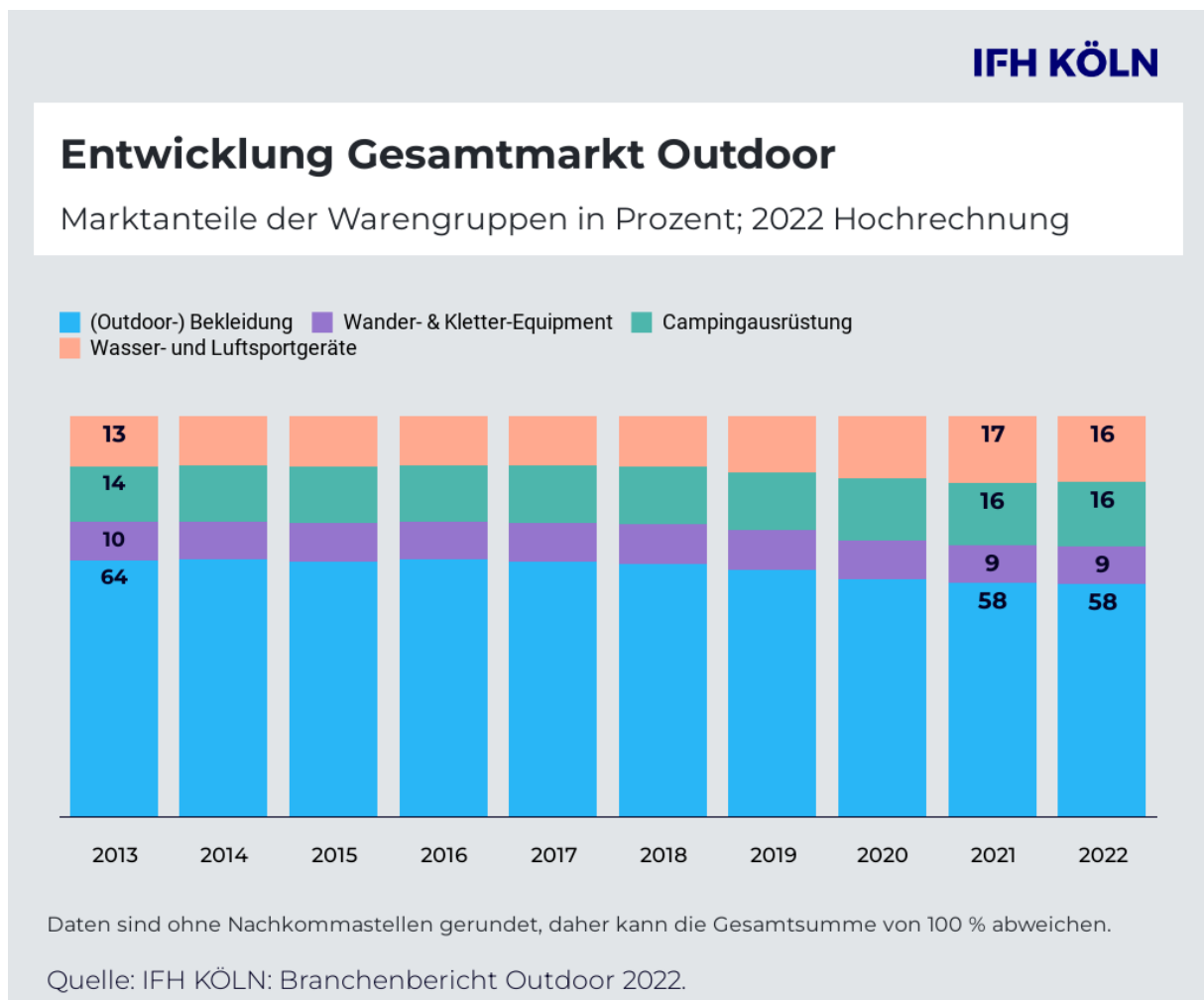
Der Blick für die kommenden vier Jahre legt eine dynamische Entwicklung der Branche nahe – größtenteils werden sich die bisherigen Trends fortschreiben. So sind im Bereich (Outdoor-) Bekleidung Nachholeffekte der pandemiebedingten Shutdowns möglich – auf lange Sicht sinken die Marktanteile jedoch weiter. Eine ähnliche, weiter abnehmende Marktanteilsentwicklung ist im Bereich

Wander- und Kletterequipment zu erwarten, während Camping und Wasser-/ Luftgeräte 2025/2026 bei rund 17 Prozent Marktanteil ankommen könnten. Ein Großteil dieser Umsätze wird auf den Onlinekanal fallen – die Prognosen zeigen, dass 2025 die 50-Prozent-Marke überschritten werden könnte.

„Die Onlineisierung ist auch im Outdoor-Bereich in vollem Gange! Die starke Wachstumsdynamik der Pandemiejahre werden die reinen Online-Player im Outdoor-Bereich allerdings nicht mehr erreichen können. Auch weil die Online-Konkurrenz zunimmt: Der stationäre Fachhandel hat verstanden, dass er im Netz präsent sein muss. Der Omnichannel-Handel hat durch die Pandemie an Bedeutung gewonnen,“ so Christoph Lamsfuß, Senior Consultant am IFH KÖLN, zu den Vertriebswegen der Branche.

Wörter der Meldung: 464

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.661



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 Studie

Der „Branchenbericht Outdoor“, Jahrgang 2022, des IFH KÖLN in Kooperation mit der BBE Handelsberatung, zeigt die Veränderungen der vergangenen Jahre im Gesamtmarkt Outdoor auf und liefert detaillierte Ergebnisse zu Umsatz- und Vertriebsstrukturen.

- Marktvolumen auf Endverbraucherebene 2012 bis 2021, Hochrechnungen für 2022
- Vier Warengruppen* – Entwicklung, Wachstumstreiber
- Vertriebswegeprofile, Vertriebsstrukturen 2012 bis 2021, Hochrechnungen für 2022
- Sechs Vertriebsformate – Entwicklung, Wachstumstreiber
- Marktprognose 2022 bis 2026
- Prognose der Vertriebswege 2022 bis 2026

* Die vier Warengruppen sind wie folgt: (Outdoor-) Bekleidung, Wander- und Kletterequipment, Camping-Ausrüstung, Wasser- und Luftsportgeräte.

Die komplette Studie kann über den [Shop](#) des IFH KÖLN erworben 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

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 der BBE Handelsberatung, 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.

Mehr unter: www.bbe.de