

# BRANCHENBERICHT FASHION 2024

Edition 2024

IFH KÖLN



Der Fashionmarkt wird 2024 im Vergleich zum Vorjahr voraussichtlich um **1,7 Prozent wachsen** und ein Umsatzvolumen von **58,8 Milliarden Euro** generieren. Ein **moderates Wachstum** sorgt für einen stabilen Fashionmarkt – große Wachstumssprünge sind jedoch nicht in Sicht. Woran liegt das?

Neben einer **schwachen Konjunktur** und noch weiter **steigenden Preisen**, welche zu Konsumrückhaltungen in vielen Bereichen führen, steht der Markt vor einer strukturellen Umwälzung innerhalb der Lieferketten, während sich die Veränderungen innerhalb der **Vertriebskanäle verlangsamen**. Zwar steigt der Onlinehandel wieder an, jedoch nicht mehr auf einem so hohen Niveau wie zu Pandemiezeiten, während sich die Vertikalisierung des Marktes nach wie vor deutlich zeigt.

Zudem steht der Markt vor einer **anhaltenden Gegenbewegung**. Auf der einen Seite besteht ein zunehmendes Interesse an Nachhaltigkeit: Verbraucher:innen achten auf einen bewussteren Konsum, was den Wert von Bekleidung deutlich steigern könnte. Zum anderen **sinken die Konsumausgaben für Mode** und der Markt **verliert an Wertigkeit**, denn **Ultra-Fast-Fashion-Anbieter**, besonders solche aus dem asiatischen Raum, befinden sich auf dem Vormarsch. Anbieter wie Shein oder Temu können besonders bei jüngeren Generationen mit günstigen Preisen punkten und deutlich an Reichweite gewinnen. Schlägt der Preis nun die Qualität bzw. Marke?



**Hansjürgen Heinick, Carina Stäbisch**

# GLIEDERUNG

<b>1</b>	<b>Entwicklung des Fashionmarktes 2018-2024</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Preisentwicklung und Konsumausgaben</li><li>• Marktvolumen</li></ul>	S. 4
<b>2</b>	<b>Entwicklung der Warengruppen 2018-2024</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Anteile der Warengruppen</li><li>• Marktvolumen innerhalb der Warengruppen</li></ul>	S. 13
<b>3</b>	<b>Entwicklung der Vertriebswege 2018-2024</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Stationärer Handel</li><li>• Online-Handel</li></ul>	S. 18
<b>4</b>	<b>Fashion: Nachhaltig vs. Klassisch</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Einkaufskriterien nachhaltig vs. klassisch vs. Secondhand</li><li>• Ausgaben für nachhaltige vs. klassische Bekleidung</li></ul>	S. 28
<b>5</b>	<b>Nachhaltigkeit vs. Ultra-Fast-Fashion</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Entwicklung asiatischer Online-Marktplätze (Shein, Temu) und Testkäufe</li><li>• Marktvolumen Secondhand im Fashionmarkt 2018-2024</li></ul>	S. 33
<b>6</b>	<b>Prognose Fashion 2018-2024</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Prognose Marktvolumen, Vertriebswege, Warengruppen</li></ul>	S. 42

Der Markt für Fashion & Accessoires erstreckt sich über insgesamt neun Hauptwarengruppen:

## Fashion & Accessoires



### Berufsbekleidung

z.B. Schutzanzüge, Schürzen, Kittel



### Herrenbekleidung

z.B. Sakkos, Hemden, Anzüge, T-Shirts, Strickwaren



### Accessoires

z.B. Schals/Tücher, Gürtel, Mützen/Caps



### Pelze/Lederbekleidung



### Schuhe

z.B. Herren,- Damen,- Kinder,- Sport,- Haus,- Arbeitsschuhe

### Damenbekleidung

z.B. Kleider, Kostüme, Blusen, Hosen, Strickwaren



### Kinderbekleidung

z.B. Oberbekleidung, T-Shirts, Wäsche, Strümpfe, Badebekleidung



### Sport- bekleidung



### Wäsche/Bade- artikel/Strümpfe

z.B. Miederwaren, Nachtwäsche, Strumpfhosen, Tagwäsche



## Vertikal

Das Geschäftsmodell des Anbieters beinhaltet die Integration mehrerer oder aller Wertschöpfungsstufen von der Produktion bis zum Verkauf. Unterschieden wird in eine Vorwärts- oder Rückwärtsintegration.

## Vertikale Händlermarken

Vertikale Händlermarken stehen für eine Rückwärtsintegration: Auf der Grundlage eines Handelskonzepts wird nicht nur der Vertrieb an den Endverbraucher gesteuert, sondern auch die Produktentwicklung, die Produktion und das Marketing. Beispiele sind: H&M, Zara, C&A.

## Monolabels der Hersteller

Monolabel-Stores stehen für eine Vorwärtsintegration: Der Markenhersteller steuert nicht nur die Produktentwicklung und Produktion, sondern auch das Marketing und den Vertrieb an den Endverbraucher. Beispiele sind: Esprit, s.Oliver, Tom Tailor.

## Große + mittlere Filialisten + Platzhirsche

Besitzen mehrere Geschäfte, oftmals in größeren Städten in zentraler Lage und bieten eine große Bandbreite verschiedener Marken auf einer großen Verkaufsfläche an. Beispiele: P&C, Breuninger, Wöhrle, Platzhirsche z.B.: Modehaus Reischmann, Modehaus Klingenthal, Modehaus Jost.

## Online-Player

Distanzhändler, deren Ursprung im Onlinehandel bzw. Versandhandel liegt, können als Universalanbieter fungieren oder entsprechende Sortimentsschwerpunkte für Bekleidung anbieten. Beispiele: Zalando, Amazon, Otto.

## Lebensmitteleinzelhandel

Hierzu zählen u.a. Discounter, SB-Warenhäuser sowie Verbrauchermärkte. Der Schwerpunkt des Angebots liegt bei Lebensmitteln, Bekleidung beinhaltet oft nur einen kleineren Bereich der Verkaufsfläche oder wird in Form von Aktionsware zu günstigen Preisen angeboten.

## Sonstige

Z.B. Kauf- und Warenhäuser, Tchibo, Cash & Carry. Aufgrund der frequenzstarken Innenstadtlage handelt es sich bei Kauf- und Warenhäusern um eine wichtige Vertriebsform, welche jedoch seit Jahren von Insolvenzen betroffen ist. Weitere sonstige Anbieter wie Tchibo zeichnen sich durch ständig wechselnde Sortimente aus, welche oftmals als Aktionsware angeboten werden.

## Übriger Fachhandel

Teilweise kleinere Geschäfte, welche nicht mehrere Filialen betreiben. Der Sortimentsschwerpunkt liegt hier ebenso oftmals im Bereich Bekleidung für Damen, Herren und Kinder oder beinhaltet einen spezifischen Warengruppenschwerpunkt wie Sportbekleidung mit entsprechender fachmännischer Beratung.



Die Ermittlung von Inlandsmarktversorgung und Marktvolumen lässt sich anhand des Warenflusses von der Herstellungsstufe bis zum Endverbraucher charakterisieren. Dieser vollzieht sich zwischen der Primärstufe der Inlandsmarktversorgung durch Industrie, Handwerk und Außenhandelsaldo zu Herstellerabgabepreisen und den Verbrauchsausgaben der Privathaushalte zu Endverbraucherpreisen (EVP) inkl. Umsatzsteuer. Die Berechnung der Inlandsmarktversorgung zu Herstellerabgabepreisen basiert auf den amtlichen Quellen Produktions- und Außenhandelsstatistik. Dabei wird der zum Absatz bestimmte Nettoproduktionswert um den Außenhandelsaldo (Importe abzgl. Exporte) bereinigt. Die Daten werden mit Hilfe von branchenspezifischen Angaben plausibilisiert bzw. ergänzt. Multipliziert man die Inlandsmarktversorgung mit der erzielten Kalkulation aller am Warenfluss beteiligten Distributionsstufen und der gültigen Mehrwertsteuer, erhält man das Marktvolumen zu Endverbraucherpreisen.

Die Daten der grundlegenden Strukturen der bundesdeutschen Distributionssituation basieren 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 Branchengegebenheiten, die einzelnen Vertriebswege müssen mit einer gewissen Umsatzbedeutung auf dem Markt existent sein.

Der vorliegende Bericht weist in der Retrospektive die Marktentwicklung von 2018 bis in das Jahr 2023 auf; der Prognosezeitraum erstreckt sich bis in das Jahr 2028.

Die ausgewiesenen Marktvolumina der Warengruppen und Vertriebswege verstehen sich als nominale Größe, sprich zu jeweiligen Preisen inkl. MwSt.



Besuchen Sie unseren Shop und profitieren von kompakten Daten, Tabellen und Grafiken zu Warengruppen und Konsumgütermärkten!

**Vesta Grell**  
 +49 (0) 221 943607-68  
[v.grell@ifhkoeln.de](mailto:v.grell@ifhkoeln.de)



KATEGORIE: MARKT- UND DISTRIBUTIONSDATEN



Markt- und  
Distributionsdaten  
Büromöbel

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten Textile  
Bodenbeläge

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten Gardinen  
& Dekos

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten



Markt- und  
Distributionsdaten



Markt- und  
Distributionsdaten  
Kinderbekleidung

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten  
Herrenbekleidung

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten  
Damenbekleidung

490.00 €

**JETZT SHOP BESUCHEN:  
HIER KLICKEN!**



Markt- und  
Distributionsdaten  
Schmuck

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten Uhren

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten  
Bettwaren

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten Food

ab 250,00 €



Markt- und  
Distributionsdaten  
Drogeriewaren

ab 250,00 €



Markt- und  
Distributionsdaten Garten-|  
Balkonmöbel

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten  
Innenausbau|Trockenbau

490.00 €



Markt- und  
Distributionsdaten  
Werkzeuge|Maschinen

490,00 €



## CE/Elektro

- Elektro- UE-Zubehör
- Elektrogroßgeräte
- Elektrokleingeräte
- Bild- und Tonträger
- Consumer Electronics
- Foto



## Freizeit & Hobby

- Bücher
- Fahrräder
- Handarbeiten
- Musikinstrumente
- Spielwaren
- Sport



## FMCG

- Food
- Drogeriewaren
- Haushalts- und Hygienepapiere
- Heimtierbedarf
- Körperpflege/Kosmetik
- Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel



## Fashion & Accessoires

- Berufsbekleidung
- Damenbekleidung
- Herrenbekleidung
- Kinderbekleidung
- Lederwaren & Accessoires
- Pelze, Lederbekleidung
- Schmuck
- Schuhe
- Uhren
- Wäsche



## DIY & Garden & Construction

- Elektro
- Installationsmaterial
- Bauchemie
- Bauelemente
- Baustoffe
- Bodenbeläge nicht-textil
- Eisenwaren Beschläge
- Farben, Lacke, Tapeten
- Fliesen
- Gartenbedarf Hartwaren
- Gartenbedarf Lebendes Grün
- Heizung Klimageräte
- Holz
- Innenausbau Trockenbau
- Sanitär Installation
- Werkzeuge Maschinen



## Konsumgütermärkte IFH KÖLN



DETAILDATEN ZU MARKT, ONLINE UND  
DISTRIBUTION BIS AUF  
WARENGRUPPENEbene MÖGLICH

## Health & Wellness

- Augenoptik
- Hörgeräte
- Sanitätswaren



## Office

- Büromöbel
- PBS-Artikel



## Wohnen & Einrichten

- Textile Bodenbeläge
- Gardinen/Dekostoffe
- GPK-Hausrat
- Küchen
- Leuchten & Lampen
- Möbel
- Bettwaren



## Handelsanalyse

Die Informationsplattform für  
Konsumgütermärkte und Handel

[www.handelsanalyse.de](http://www.handelsanalyse.de)  
informiert sie umfassend über

### 8 Geschäftsfelder

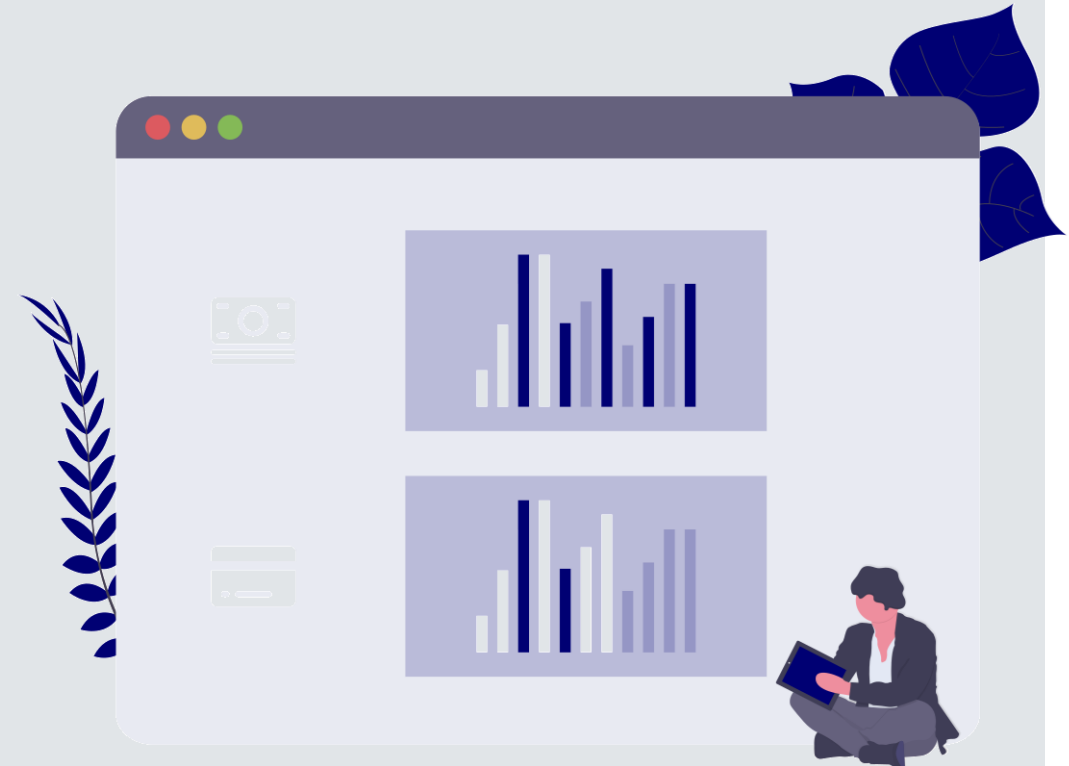
(z.B. Home & Interior, Fashion, FMCG, Office  
Equipment, CE & Elektro usw.)

### 50 Konsumgütermärkte

(Herrenbekleidung, Bauelemente, Büromöbel,  
Sport, Heimtextilien usw.)

### 500 Warengruppen

(von A wie alkoholfreie Getränke  
bis zu Z wie Zement)



Besuchen Sie unseren Shop, um sich über unsere aktuellen Publikationen zu informieren:

**Vesta Grell**  
+49 (0) 221 943607-68  
[v.grell@ifhkoeln.de](mailto:v.grell@ifhkoeln.de)



**BBE**

**IFH KÖLN**  
Erfolgreich im Handeln

**KONSUMGÜTERMÄRKTE**  
Ausblick 2022/2023 im Spannungsfeld von Lieferengpässen, Inflation und verändertem Konsumverhalten

Eine gemeinsame Studie des IFH KÖLN und der BBE Handelsberatung  
August 2022

<https://www.ifhkoeln.de/shop/>

## Über die Studie:

IFH Köln und BBE Handelsberatung haben gemeinschaftlich einen Blick in die kurzfristige Zukunft 2022 und 2023 gewagt. Anhand der Datenbasis des Brancheninformationssystems des IFH Köln, das mehr als 50 Konsumgütermärkte in diesem Fall zu neun Branchen subsummiert, wird auf der Grundlage der retrospektiven Markt- und Preisentwicklung, der Warengruppen- und Distributionsentwicklung ein Korridor der zukünftigen Branchenentwicklung 2022 & 2023 aufgespannt. Einbezogen werden wesentliche volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen, Branchenspezifika und ein aktueller Blick auf das Konsumentenverhalten.

Die Studie „Konsumgütermärkte“ umfasst 90 Seiten mit kommentierten Abbildungen. Sie ist zum Preis von 850,- € zzgl. MwSt. in unserem Shop erhältlich.

**20%**

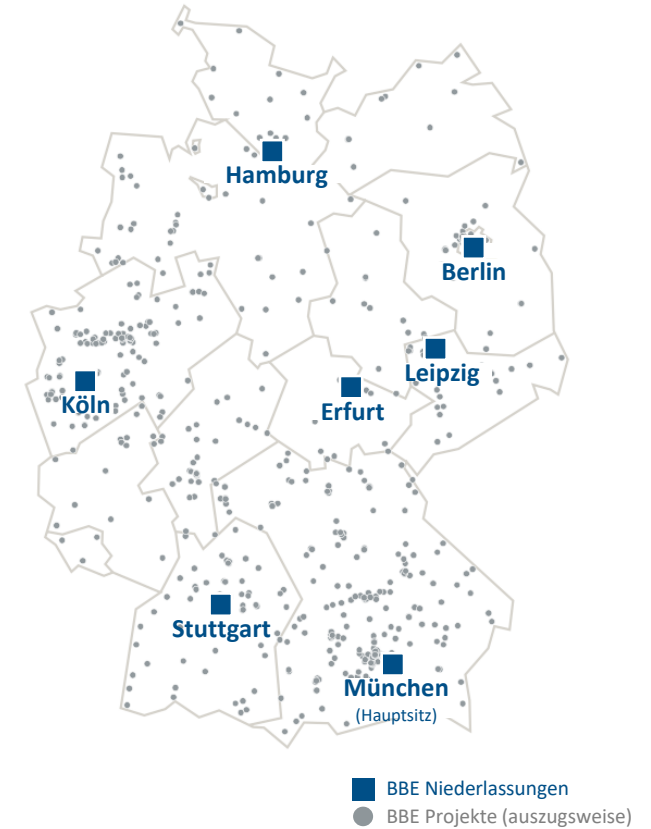
Rabatt für ECC-  
CLUB-Mitglieder

**50%**

Rabatt für IFH  
FÖRDERER

## UNSERE VISION: DIE ERSTE ADRESSE FÜR BERATUNG IM HANDEL

- **Unser Anspruch** Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und Ertragskraft unserer Kunden
- **Unsere Werte** Gelebte Kundennähe, Teamgeist, Qualitätsorientierung, unternehmerische Freiheit, Innovationskraft
- **Kernzielgruppe** Stationäre Einzelhändler, Verbundgruppen und Handelskonzerne, Konsumgüterunternehmen, öffentliche Hand
- **MitarbeiterInnen** >50
- **Standorte** München, Hamburg, Berlin, Köln, Stuttgart, Leipzig und Erfurt
- **Gründungsjahr** 1952
- **Geschäftsführung** Dr. Johannes Berentzen
- **Erfahren Sie mehr:** [www.bbe.de](http://www.bbe.de)



ÜBER 170 RETAIL-EXPERT\*INNEN BIETEN UMFASSENDE BERATUNGSLEISTUNGEN FÜR DEN EINZELHANDEL

BBE

Handel

## Managementberatung

- Unternehmensstrategie
- Organisation, Führung
- Marketing, Vertrieb, Positionierung
- Controlling
- Erfahrungsaustausch, Coaching
- Vorträge, Studien und Seminare

## Standortberatung

- Expansionsstrategien
- Auswirkungenanalysen
- Filialnetzoptimierung

## Immobilienberatung

- Ankaufsprüfungen, Due Diligence
- Portfolioanalyse

## Kommunalberatung

- Einzelhandels- und Zentrenkonzepte
- Innenstadt- und Quartiersentwicklung



elaboratum

Cross-Channel

- E-Commerce Strategieberatung
- Cross-Channel-Prozesse
- Konzeption und Umsetzungsbegleitung
- Performance Optimierung
- Technologie-Audit und -Beratung



Immobilie

IPH

## Beratung

- Ankaufs- und Strategieberatung
- Positionierung
- Projektentwicklung und -umsetzung
- Portfoliostrategie

## Vermietung

- Revitalisierung und Nutzungskonzepte
- Vermietung aller Retail-Assetklassen

## Transaktion

- Verkaufsberatung
- Transaktionsmanagement

## Center Management – Joint Venture mit

**IC** IMMOBILIEN GRUPPE

- Center Management
- Center Marketing
- Techn./kaufm. Objektmanagement
- Buchhaltung und Reporting

## HERAUSGEBER:

IFH KÖLN GmbH

Dürener Str. 401 b | 50858 Köln

T +49 (0)221 9 43 60 70

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

## COPYRIGHT

Die Vervielfältigung, der Verleih/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.

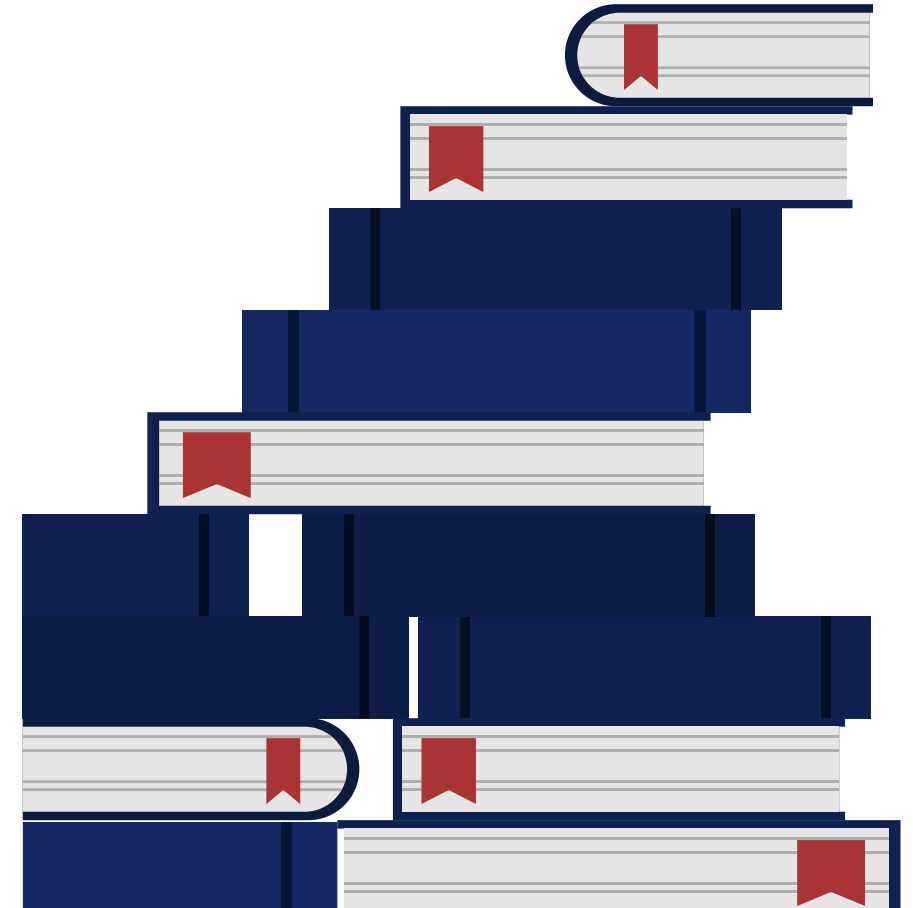
**Bildquellen:** freepik.com, undraw.co

## GESCHÄFTSFÜHRUNG:

Dr. Kai Hudetz, Boris Hedde

Registergericht Amtsgericht Köln; Registernummer HRB 70229

Soweit keine redaktionelle Kennzeichnung für den Inhalt Verantwortlicher im Sinne des Presserechts und des Rundfunkstaatsvertrages: Herr Dr. Kai Hudetz | Dürener Str. 401 b | 50858 Köln



# HABEN SIE FRAGEN? WIR FREUEN UNS ÜBER IHRE KONTAKTAUFNAHME!



**Hansjürgen Heinick**

Senior Consultant

[h.heinick@ifhkoeln.de](mailto:h.heinick@ifhkoeln.de)



**Carina Stäbisch**

Projektmanagerin

[c.staebisch@ifhkoeln.de](mailto:c.staebisch@ifhkoeln.de)


**IFH KÖLN**  
Erfolgreich im Handeln


**IFH Köln GmbH**

Dürener Str. 401 b  
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10

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

 [@ifhkoeln](https://twitter.com/ifhkoeln)

 [/company/ifh-koeln-gmbh](https://www.linkedin.com/company/ifh-koeln-gmbh)