

BBE

IFH KÖLN
Erfolgreich im Handeln

BRANCHENFOKUS

LEDERWAREN & ACCESSOIRES

Jahrgang 2023



Inhaltsverzeichnis

1	Management Summary	4
2	Lederwaren & Accessoires: Marktdaten 2017-2023	7
	2.1 Gesamtmarktentwicklung	7
	2.2 Betrachtung der Warengruppen	14
	2.3 Schulranzen und Kindergartenrucksäcke	17
	2.4 Warengruppentrends	18
3	Vertriebsstruktur 2017-2023	21
	3.1 Stationärer Handel	21
	3.2 Onlinehandel	24
4	Nachhaltigkeit & Second-Hand	28
5	Das neue Shopping-Zeitalter	32
	5.1 Stationäre Maßnahmen	32
	5.2 Live-Shopping	33
	5.3 Metaverse	34
6	Marktprognosen 2023-2027	38
7	Anhang (Methodik, Abbildungs- verzeichnis)	46

01

MANAGEMENT SUMMARY



1 MANAGEMENT SUMMARY

Der Markt für Lederwaren & Accessoires verzeichnete 2020 Umsatzrückgänge von -16,6 %. Dieser Einbruch wirkt bis heute nach. Kein Wunder, denn die letzten Jahre prägten die Handelslandschaft mit vielen Einflüssen: Coronapandemie, Ukraine-krieg, steigendes Wachstum des Online-handels, veränderte Verbraucheransprüche sowie neue Verkaufstrends. Die Hoffnung auf sich erholende Märkte nach der Pandemie wurde zunächst ausgebremst, denn 2023 steht nun auch noch ein inflationäres Jahr vor der Tür. Preissteigerungen in sämtlichen Bereichen, besonders jedoch für Produkte des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Energie, Benzin) sorgen für Verunsicherungen seitens Konsument:innen und verändern das Ausgabeverhalten.

Trotz aller Geschehnisse konnte der Markt für Lederwaren & Accessoires 2022 um 11,5 % im Vergleich zum Vorjahr wachsen. Dank der wiedergewonnen Freiheit nach den Lockdowns und des Nachholeffektes aus der Pandemiezeit, gönnen sich Konsument:innen wieder das ein oder andere Produkt. Dennoch bleibt abzuwarten, wie sich nun das inflationäre Jahr 2023 auf die Konsumlaune auswirkt.

Umso wichtiger ist es, dass der stationäre Handel Konsument:innen nun positiv stimmt. Geschäfte müssen mit den vielfältigen Online-Verkaufsmethoden mithalten, das Warenangebot angepasst und Erlebnisse vor Ort erschaffen werden. Von

digitalen Beratungen bis zu einem völlig neuen Universum (Metaverse), der Onlinehandel kennt kein Halt und ist dem stationären Handel in Punkto Einkaufserlebnissen schon weit voraus.

Verbrauchertrends wie Nachhaltigkeit & Second-Hand bestimmen immer mehr das Angebot. Besonders im Bereich (Echt)-Lederwaren müssen Händler nun reagieren und entsprechend nachhaltige Konzepte anbieten. Die sehr umweltaffine Generation Z steht vor der Tür und erlaubt keinen Fauxpas.

Wo fangen Hersteller und Händler bei all diesen Einflüssen nun an und wie wird die Zukunft des Marktes Lederwaren & Accessoires aussehen?

Carina Stäbisch, Hansjürgen Heinick

7.2 ABBILDUNGSVERZEICHNIS

ABBILDUNG 1: GESAMTMARKTVOLUMEN LEDERWAREN & ACCESSOIRES 2017-2023 IN MIO. EURO, P=PROGNOSE	8	ABBILDUNG 19: GESAMTMARKTVOLUMEN IM MARKT LEDERWAREN & ACCESSOIRES 2023-2027 (P)	38
ABBILDUNG 2: MARKTVOLUMEN LEDERWAREN 2017-2023 IN MIO. EURO, P=PROGNOSE	9	ABBILDUNG 20: MARKTVOLUMEN LEDERWAREN IN MIO. EURO 2023-2027 (P), P=PROGNOSE	39
ABBILDUNG 3: MARKTVOLUMEN ACCESSOIRES 2017-2023 IN MIO. EURO, P=PROGNOSE.....	9	ABBILDUNG 21: MARKTVOLUMEN ACCESSOIRES IN MIO. EURO 2023-2027 (P), P=PROGNOSE	39
ABBILDUNG 4: GESAMTMARKTVOLUMEN FASHION & ACCESSOIRES 2017-2023 I MIO. EURO, P=PROGNOSE	10	ABBILDUNG 22: PREISENTWICKLUNG LEDERWAREN & ACCESSOIRES 2023-2027 (P), P=PROGNOSE	40
ABBILDUNG 5: EINSCHRÄNKUNG VON AUSGABEN 2022 IN VERSCHIEDENEN BEREICHEN AUFGRUND VON PREISSTEIGERUNGEN FÜR LEBENSMITTEL	11	ABBILDUNG 23: MARKTVOLUMEN DER WARENGRUPPEN FASHION IN MIO. EURO 2023-2027 (P), P=PROGNOSE	41
ABBILDUNG 6: PREISSTEIGERUNG LEDERWAREN & ACCESSOIRES 2017-2023 IN %, P=PROGNOSE.....	12	ABBILDUNG 24: ANTEILE DER VERTRIEBSWEGE LEDERWAREN & ACCESSOIRES IN %, 2023-2027, P=PROGNOSE...	42
ABBILDUNG 7: ANZAHL URLAUBSREISENDE UND AUSGABEN FÜR REISEN 2019-2022	13	ABBILDUNG 25: ONLINEUMSATZ LEDERWAREN & ACCESSOIRES IN MIO. EURO 2023-2027	43
ABBILDUNG 8: MARKTVOLUMINA DER EINZELNEN WARENGRUPPEN VON LEDERWAREN & ACCESSOIRES 2017-2023 IN MIO. EURO, P=PROGNOSE	15	ABBILDUNG 26: ONLINE-ANTEIL LEDERWAREN & ACCESSOIRES AM GESAMTMARKT IN %	43
ABBILDUNG 9: ANTEILE DER EINZELNEN WARENGRUPPEN VON LEDERWAREN & ACCESSOIRES 2022 IN %	16		
ABBILDUNG 10: MARKTVOLUMEN FÜR KINDERGARTEN- UND SCHULRUCKSÄCKE 2022 IN MIO. EURO	17		
ABBILDUNG 11: MARKTANTEILE DER VERTRIEBSWEGE LEDERWAREN & ACCESSOIRES 2022 IN %	22		
ABBILDUNG 12: ENTWICKLUNG DER VERTRIEBSWEGE LEDERWAREN & ACCESSOIRES 2017-2023 IN %, P=PROGNOSE	23		
ABBILDUNG 13: ENTWICKLUNG DER VERTRIEBSWEGE LEDERWAREN & ACCESSOIRES 2017-2023 IN MIO. EURO, P=PROGNOSE.....	24		
ABBILDUNG 14: ONLINEUMSATZ LEDERWAREN & ACCESSOIRES IN MIO. EURO 2017-2023.....	25		
ABBILDUNG 15: ANTEILE DER ONLINE-VERTRIEBSFORMEN LEDERWAREN & ACCESSOIRES IN % 2017-2022	26		
ABBILDUNG 16: WO WIRD SECOND-HAND KLEIDUNG EINGEKAUFT?	29		
ABBILDUNG 17: GRÜNDE FÜR DEN SECOND-HAND-EINKAUF	30		
ABBILDUNG 18: WELCHE PRODUKTART KÖNNEN SIE SICH VORSTELLEN IM METAVERSE EINZUKAUFEN?.....	35		

BBE HANDELSBERATUNG: ÜBER 70 JAHRE EXZELLENZ 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, Konsumgüter-unternehmen, öffentliche Hand
- **MitarbeiterInnen** >50
- **Gründungsjahr** 1954
- **Geschäftsführung** Dr. Johannes Berentzen
- **Mehr unter:** <https://www.bbe.de/>

LEISTUNGEN IM VERBUND

Über 170 Retail-ExpertInnen bieten umfassende Beratungsleistungen für den Einzelhandel



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



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

Carina Stäbisch

IFH KÖLN

Telefon +49(0)221 943607-38

c.staebisch@ifhkoeln.de

Hansjürgen Heinick

IFH Köln

Telefon +49(0)221 943607-37

h.heinick@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.

