

1 Branche in Kürze

Der Einzelhandel mit Bekleidung und der Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren hat sich nach der Pandemie erst mit einiger Verzögerung wieder erholt. Nach zwei schwierigen Jahren erwirtschafteten beide Branchen 2022 jeweils ein kräftiges Umsatzplus und erreichten damit das Umsatzniveau von 2019. 2020 und 2021 hatten sich die Umsätze vom stationären in den Onlinebereich verlagert. Zwar erfolgte im Jahr 2022 eine gegenläufige Entwicklung, aber der Onlinehandel bleibt mit einem Anteil von knapp 43% ein wesentlicher Absatzkanal.

Der Sportartikele Einzelhandel setzte seinen Wachstumspfad aufgrund des weiterhin im Trend liegenden Fokus auf das Körper- und Gesundheitsbewusstsein fort und legte kräftig um 20% zu, wobei der Anstieg in erster Linie preisgetrieben war.

Zunahme von Insolvenzen

Mit einem Umsatzvolumen von knapp 34 Mrd. € stellt der Bekleidungseinzelhandel einen erheblich größeren Markt dar als der Schuheinzelhandel mit 7 Mrd. € und der Sportartikele Einzelhandel mit 6,9 Mrd. €. Viele fachfremde Anbieter tummeln sich im Markt und versuchen, vor allem im preisaggressiven unteren Preissegment des Bekleidungs- und Schuheinzelhandels zu punkten. Damit unterliegen beide Segmente einem intensiven Wettbewerb, der Preissteigerungen kaum zulässt. Dies zeigte sich zuletzt in einer Zunahme der Groß-Insolvenzen gerade bei Filialunternehmen.

Auszug aus Kap. 6: Chancen und Risiken im Überblick

Chancen
Multi-Channel-Vertrieb
Vermittlung eines positiven Einkaufserlebnisses
Risiken
Vertikalisierung der Hersteller
Unkalkulierbares Kaufverhalten

Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe

Insgesamt hat die Pandemie deutliche Spuren hinterlassen: Die Anzahl der Unternehmen hat sich seit 2019 um 20% reduziert.

Chancen durch Multi-Channel-Vertrieb

Für zahlreiche kleinere Anbieter dürfte es auch in Zukunft schwierig sein, dauerhaft rentabel zu agieren. Günstige Perspektiven bieten sich insbesondere, wenn die Branche auf Änderungen im Kundenverhalten rechtzeitig reagiert sowie ihre Geschäftsprozesse digitalisiert. Der stationäre Einzelhandel kann gegenüber der Onlinekonkurrenz mit Fachkompetenz überzeugen. Ein individualisierter Multi-Channel-Vertrieb wird die Chancen auf Umsatzkompensation bzw. -zuwachs erhöhen. Dabei sollten viele Kommunikationskanäle genutzt werden. Ziel muss es sein, sich im Kundeninteresse positiv von anderen Anbietern abzuheben, unter anderem durch (gute) Beratung.

Risiken ergeben sich aktuell auch aus den Vertikalisierungsbestrebungen der Hersteller, die der Branche Umsatz entziehen.

Nachhaltigkeit

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt weiter an Gewicht. Produkte aus recycelten Materialien rücken vermehrt in den Fokus, ebenso die Themen Second Hand und Kreislaufwirtschaft.

Insgesamt weisen die Branchen geringe Nachhaltigkeitsrisiken auf (S-ESG-Branchenscore Note B).

Inhalt

1	Branche in Kürze	2
2	Branchenbeschreibung	4
3	Branche in Zahlen	5
3.1	Volkswirtschaftliche Kennzahlen	5
3.2	Branchenspezifische Kennzahlen der Sparkassen-Finanzgruppe	11
4	Branchenwettbewerb	16
4.1	Wettbewerbssituation	16
4.2	Bedeutende Unternehmen	18
5	Rahmenbedingungen	20
6	Trends und Perspektiven	22
	Glossar	28
	Programm der Branchenreports 2023	30
	Impressum	31

