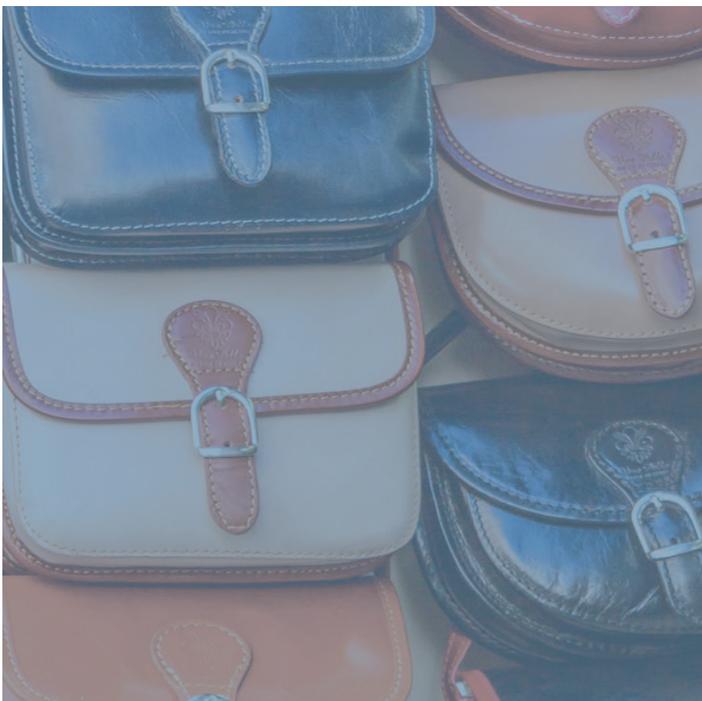


BRANCHENFOKUS Lederwaren & Accessoires

JAHRGANG 2016



Hansjürgen Heinick
Fabian Mayntz

EINE GEMEINSCHAFTSSTUDIE VON
IFH KÖLN UND BBE HANDELSBERATUNG GMBH

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

IFH RETAIL CONSULTANTS 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/AUTOR

Hansjürgen Heinick | Fabian Mayntz
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 RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln**.
Dieses Projekt wurde nach bestem Wissen und Gewissen, mit aller gebotenen Sorgfalt, jedoch ohne Gewähr erstellt.

Titelfoto: Fotolia.com

Eine Gemeinschaftsstudie von IFH Köln und BBE Handelsberatung GmbH

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis	I
Tabellenverzeichnis	II
Übersichtenverzeichnis	III
Editorial/Methodik	8
Kapitel I Der deutsche Markt für Lederwaren und Accessoires: Zahlen, Fakten, Zeitreihen	11
A Die Herstellerebene	14
1 Produktion, Import, Export, Inlandsmarktversorgung (zu Herstellerabgabepreisen)	14
2 Die Anbieter – Strukturen und Mainplayer	19
B Das Marktvolumen auf Endverbraucherebene 2011 bis 2015	23
1 Die Gesamtmarktentwicklung	23
2 Die Warengruppen	26
■ Damentaschen	26
■ Koffer, Aktentaschen u.ä.	26
■ Reise-, Sport- u.ä. Taschen	26
■ Taschenartikel (Portemonnaies, Schlüsselmäppchen, Brieftaschen etc.)	26
■ Gürtel	26
■ Handschuhe	26
■ Schirme	26
■ Krawatten	26
■ Schals / Tücher	26
■ Mützen / Caps	26
3 Die Wachstumstreiber – Gewinner-/Verlierer- Warengruppen	30
C Die Vertriebssebene	31
1 Vertriebswegeprofile	31

2	Die Vertriebsstrukturen 2011 bis 2015 mit den Formaten	35
	■ Lederwarenfachhandel	35
	■ Textilfachhandel	35
	■ Sonstiger FH (Kaffeeröster, Schuh-, Schreibwaren- und Geschenkartikelfachhandel)	35
	■ Warenhäuser	35
	■ Versender	35
	■ Internet-Pure-Player	35
	■ SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte	35
	■ Lebensmitteldiscounter	35
	■ Sonstige Anbieter (GH, Direktvertrieb, Straßenverkauf)	35
3	Die Wachstumstreiber – Gewinner-/Verlierer-Vertriebswege	37
4	Onlinehandel (funktional)	38
5	Differenzierte Betrachtung der Teilbereiche Lederwaren vs. Accessoires	40
6	Die Anbieter – Strukturen und Mainplayer	42
Kapitel II	Der deutsche Markt für Lederwaren und Accessoires: Prognose bis 2020	48
A	Die wichtigsten Einflussfaktoren	48
1	Gesamtwirtschaftliche Situation	49
2	Branchenspezifische Annahmen	55
3	Branchenpositionierung von Lederwaren und Accessoires im Konsumgütermarktfeld Fashion & Accessoires bis 2020	58
4	Lederwaren und Accessoires im Vergleich zur Gebrauchsgüternachfrage	60
5	Preisentwicklung für Lederwaren und Accessoires bis 2020	61

B	Prognose-Ergebnisse im Detail von 2016 bis 2020	62
1	Umsatzentwicklung des Lederwaren- und Accessoiresmarktes bis 2020 Gesamtmarkt und Teilmärkte im Detail	64
2	Der Markt im Zehnjahreszeitfenster von 2011 bis 2020 Entwicklung in Mio. Euro / Indexvergleich mit Fashion & Accessoires	66
3	Marktstruktur nach Teilmärkten 2011 / 2015 / 2016 / 2020 in Mio. Euro / in Prozent	67
4	Vertriebswege für Lederwaren und Accessoires 2015 bis 2020 Marktanteile im Detail in Prozent und Mio. Euro	68
5	Vertriebswegesituation für Lederwaren und Accessoires 2015 / 2020 im Vergleich: Marktanteils gewinner / -verlierer	70
6	Vertriebswegesituation für Lederwaren und Accessoires 2020 in Prozent Indexentwicklung 2015 / 2020	71
7	Onlinehandel mit Lederwaren und Accessoires 2020	72

Tabellenverzeichnis

	Seite
Tabelle 1: Struktur der Lederverarbeitenden Industrie: Einteilung nach Umsatz-Größenklassen (Unternehmensanzahl, Umsatz in Mio. Euro, Anteile in %) 2014	20
Tabelle 2: Hersteller und Sortimente	22
Tabelle 3: Das Marktvolumen für Lederwaren und Accessoires insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2011 bis 2016 (in Mio. Euro zu Endverbraucherpreisen)	24
Tabelle 4: Das Marktvolumen für Lederwaren und Accessoires insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2011 bis 2016 (Index 2011=100)	25
Tabelle 5: Struktur des Fachhandels mit Lederwaren und Reisegepäck in der Einteilung nach Mittelstand, Klein- und Großbetrieben (Unternehmensanzahl, Umsatz in Mio. Euro, Anteile in %) 2014	43
Tabelle 6: Händler und Sortimente	45
Tabelle 7: Das Marktvolumen für Lederwaren und Accessoires insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten bis 2020 (in Mio. Euro zu Endverbraucherpreisen)	64
Tabelle 8: Das Marktvolumen für Lederwaren und Accessoires insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2015 bis 2020 (Index 2015=100)	65
Tabelle 9: Lederwaren und Accessoires: Marktanteile der Vertriebswege 2015 bis 2020 (in %)	68
Tabelle 10: Lederwaren und Accessoires: Umsatzentwicklung der Vertriebswege 2015 bis 2020 (in Mio. Euro)	69

Übersichtenverzeichnis

	Seite
Übersicht 1: Strategischer Branchenüberblick: Lederwaren und Accessoires im Konsumgütermarktfeld Fashion & Accessoires	12
Übersicht 2: Die Inlandsmarktversorgung mit Lederwaren und Accessoires, 2011 bis 2015 in Mio. Euro zu HAP	16
Übersicht 3: Die Inlandsmarktversorgung mit Damentaschen 2011 bis 2015 in Mio. Euro zu HAP	17
Übersicht 4: Die Inlandsmarktversorgung mit Koffern/Reisetaschen 2011 bis 2015 in Mio. Euro zu HAP	18
Übersicht 5: Umsatzgrößenstruktur der Lederverarbeitenden Industrie vs. Verarbeitendes Gewerbe im Lorenzkurvenvergleich 2014	21
Übersicht 6: Marktvolumenentwicklung der Damenhandtaschen aus Leder und Nicht-Leder 2011 bis 2015 (Index)	27
Übersicht 7: Koffer, Aktentaschen: Anteile Leder vs. Nichtleder	28
Übersicht 8: Anteile Aktenkoffer/-taschen vs. Reisekoffer/-taschen 2011 bis 2015	28
Übersicht 9: Das Marktvolumen für Lederwaren und Accessoires insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten 2015	30
Übersicht 10: Die Marktentwicklung für Lederwaren und Accessoires insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten 2011 bis 2015 (Index 2011=100)	30
Übersicht 11: Die Marktanteile der Distribution von Lederwaren und Accessoires 2011 bis 2015 in %	36
Übersicht 12: Marktanteile Internet-Pure-Player und Versender an der Distribution von Lederwaren und Accessoires 2011 bis 2015 in %	36
Übersicht 13: Lederwaren und Accessoires – Marktanteile der Vertriebswege im Jahr 2011 und 2015	37
Übersicht 14: Lederwaren und Accessoires – Entwicklung der Vertriebswege im Berichtsjahr 2015	37
Übersicht 15: Online-Umsatz von Lederwaren und Accessoires 2011 bis 2016 in Mio. Euro und Anteil am Gesamtmarkt	38

Übersicht 16: Anteile der Online-Vertriebswege bei Lederwaren und Accessoires 2011 bis 2016 in %	39
Übersicht 17: Marktvolumen der Teilbereiche Lederwaren und Accessoires 2011 bis 2015 in Mio. Euro	40
Übersicht 18: Vertriebswegeanteile der Teilbereiche Lederwaren und Accessoires 2015	41
Übersicht 19: Umsatzgrößenstruktur des Einzelhandels mit Lederwaren und Reisegepäck vs. Einzelhandel in der Lorenzkurve 2014	44
Übersicht 20: Private Konsumausgaben, Ver- und Gebrauchsgüter, 2011 - 2020	52
Übersicht 21: Private Konsumausgaben und ihre Verwendung, 2011 - 2020	53
Übersicht 22: Einzelhandelsanteil an Konsumausgaben, 2011 - 2020	54
Übersicht 23: Lederwaren und Accessoires: Branchenpositionierung im Konsumgütermarktfeld Fashion & Accessoires	59
Übersicht 24: Lederwaren und Accessoires: Branchenmarktanteile und Entwicklung im Konsumgütermarktfeld Fashion & Accessoires 2011/2015/2020	59
Übersicht 25: Lederwaren und Accessoires und kurzlebige Verbrauchs- güter bis 2020	60
Übersicht 26: Die Preisentwicklung für Lederwaren und Accessoires bis 2020	61
Übersicht 27: Das Marktvolumen für Lederwaren und Accessoires insgesamt 2011 bis 2020 in Mio. Euro und Veränderungsraten zum Vorjahr (in %)	66
Übersicht 28: Marktentwicklung Lederwaren und Accessoires vs. Konsumgütermarktfeld Fashion & Accessoires 2011 bis 2020 (Index 2011=100)	66
Übersicht 29: Marktvolumen für Lederwaren und Accessoires nach Teilmärkten bis 2020 in Mio. Euro	67
Übersicht 30: Marktvolumen für Lederwaren und Accessoires nach Teilmärkten bis 2020 in %	67
Übersicht 31: Lederwaren und Accessoires: Marktanteile der Vertriebswege 2015 und 2020 (in %)	70
Übersicht 32: Lederwaren und Accessoires: Marktanteilsgewinner/ -Verlierer 2015 vs. 2020 (Differenz in Prozentpunkten)	70

Übersicht 33: Lederwaren und Accessoires: Marktanteile der Vertriebs- wege 2020	71
Übersicht 34: Lederwaren und Accessoires: Indexentwicklung der Vertriebs- wege 2015 bis 2020 (Index 2015=100)	71
Übersicht 35: Onlineumsatz von Lederwaren und Accessoires und Online Anteil am Gesamtmarkt 2011, 2015 und 2020	72