

BRANCHENBERICHT INNENSTADT- SORTIMENTE 2024

Edition 2024

IFH KÖLN



Die gute Nachricht: 40 Prozent der Menschen bezeichnen sich als verhinderte Innenstadtfans! Die damit größte Gruppe braucht „nur“ die richtigen Anlässe und Angebote sowie Rahmenbedingungen. Dies ist keine Aufgabe, die alleine vom Handel gelöst werden kann, sondern betrifft die verschiedenen Stakeholder einer Stadt.

Um in die Gestaltung zu gehen, ist es wichtig den Status quo zu kennen – sowohl in Bezug auf Zahlen, Daten und Fakten als auch die aktuellen Herausforderungen und Leitlinien. Naturgemäß steht der Handel mit seinen innenstadtrelevanten Sortimenten im Fokus dieser Analysen.

In der Betrachtung der sieben innenstadtrelevanten Sortimentsbereichen zeigen sich unterschiedliche Tendenzen: Fashion als wichtigster Sortimentsbereich ist weiterhin unter Druck, Freizeit als diversester dagegen ist insgesamt gewachsen. In anderen Bereichen unterscheidet sich die Entwicklung nach Warengruppen.

Doch für die Innenstadt sind dies nicht automatisch gute Nachrichten: Die Vertriebswege entwickeln sich unterschiedlich und v. a. der Fachhandel (in der Innenstadt) ist unter Druck. So ist die Zahl der Unternehmungen kontinuierlich rückläufig: Seit 2010 sind es 38.000 Unternehmungen weniger.



GLIEDERUNG

1	Status quo Innenstadt <ul style="list-style-type: none">▪ Herausforderung: Konsumstimmung und veränderte Anforderungen▪ Herausforderung: Vorhandenes Angebot und Rahmenbedingungen	S. 5
2	Entwicklung innenstadtrelevanter Sortimente <ul style="list-style-type: none">▪ Marktvolumen gesamt und nach Sortimentsbereiche▪ Gewinner und Verlierer auf Warengruppenebene	S. 18
3	Vertriebswege innenstadtrelevanter Sortimente <ul style="list-style-type: none">▪ Entwicklung der Vertriebswege▪ Anzahl Unternehmungen und Outlets	S. 26
4	Besuchsverhalten im Fokus <ul style="list-style-type: none">▪ Lage Innenstadt im Vergleich zu anderen▪ Besuchsgründe und -verhalten von Innenstädten	S. 35
5	Fazit und Ausblick <ul style="list-style-type: none">▪ Multifunktionalität als Zukunftsperspektive der Innenstadt▪ Nachhaltigkeit und Preis als Treiber im Konsumverhalten	S. 44

KONTAKT



Dr. Susanne Eichholz-Klein

Mitglied der Geschäftsleitung

s.eichholz@ifhkoeln.de

IFH KÖLN


Erfolgreich im Handeln

IFH Köln GmbH

Dürener Str. 401 b
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10

www.ifhkoeln.de

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

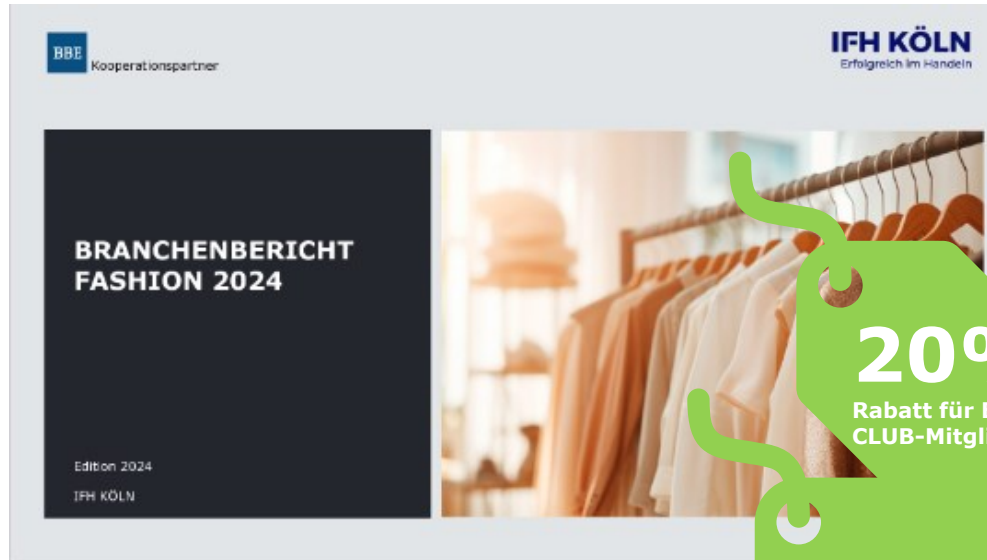
 [/company/ifh-koeln-gmbh](https://www.linkedin.com/company/ifh-koeln-gmbh)

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 2010 bis in das Jahr 2023 auf. Die ausgewiesenen Marktvolumina der Warengruppen und Vertriebswege verstehen sich als nominale Größe, sprich zu jeweiligen Preisen inkl. MwSt.





20%

Rabatt für ECC-
CLUB-Mitglieder

50%

Rabatt für IFH
FÖRDERER

Inhalte der Studie

- Entwicklung des Fashionmarktes 2018-2024
- Entwicklung der Warengruppen 2018-2024
- Entwicklung der Vertriebswege 2018-2024
- Fashion: Nachhaltig vs. Klassisch vs. Ultra-Fast-Fashion
- Prognose Fashion 2025-2028

JETZT IM IFH-SHOP BESTELLEN!

<https://www.ifhkoeln.de/produkt/branchenbericht-fashion-2024/>

8 Geschäftsfelder in 55 Märkten mit über 500 Warengruppen: Sie erhalten Detaildaten zu Markt, online, und Distribution auf Geschäftsfeld-, Markt- oder Warengruppenebene.

CE/Elektro

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



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



Fashion & Accessoires

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



FMCG

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



Freizeit & Hobby

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



Health & Wellness

- Augenoptik
- Hörgeräte
- Sanitätswaren



Office

- Büromöbel
- PBS-Artikel



Wohnen & Einrichten

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



Vesta Grell

+49 (0) 221 943607-68

v.grell@ifhkoeln.de

<https://www.ifhkoeln.de/shop-kategorie/markt-und-distributionsdaten/>



IFH KÖLN

Erfolgreich im Handeln

Das **IFH KÖLN** ist ein Marktforschungs- und Beratungsunternehmen im Handel.

Mit fundierter Methodik werden Markttrends, Kundenverhalten und Wettbewerbsentwicklung analysiert. Darauf aufbauend erfolgen Entwicklung, Umsetzung und Kontrolle von Vertriebs-, Handels- und Standortstrategien mit dem Ziel, Unternehmen im Handelsumfeld erfolgreicher zu machen.

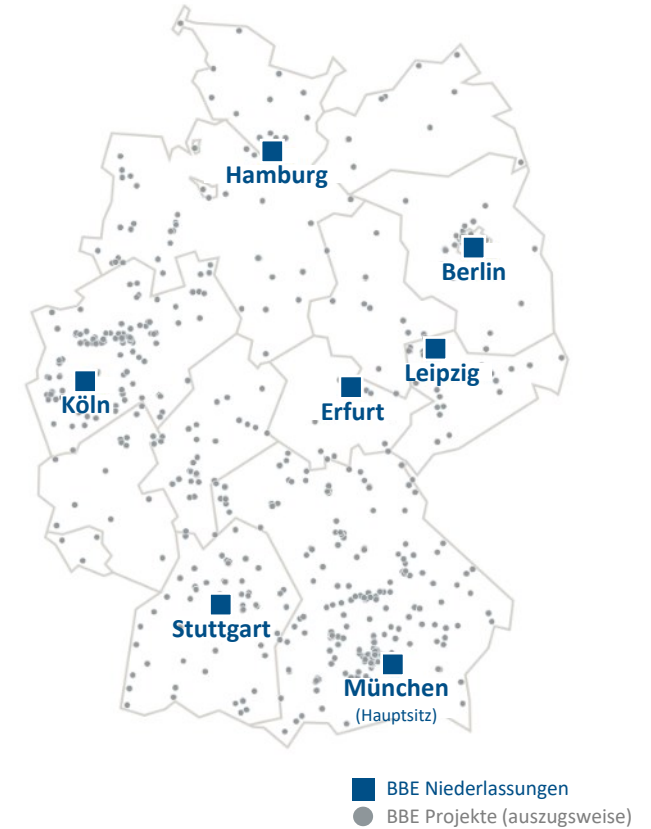
Wissenstransfer in und für die Branche wird über die eigenen Netzwerke, veröffentlichte Studien, Vorträge und branchenweit anerkannte Events erwirkt.

#verstehen #planen #machen #teilen



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 und die 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



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

brandeins
/thema

b

2024
Beste
Filialnetzs-
center



elaboratum

Cross-Channel

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

brandeins
/thema

b

2024
Beste
Filialnetzs-
center

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

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

