

IWA
OUTDOOR
CLASSICS



IWA
OUTDOOR
CLASSICS **VISION**

IWA TRENDBERICHT 2025

**DIE WICHTIGSTEN TRENDS,
DIE DEN JAGD- UND SPORT-
WAFFENHANDEL PRÄGEN**

INHALTSVERZEICHNIS

I Editorial / Vorwort Stefanie Leege	S. 04–05
II Einführung / Der Handel im Wandel	S. 06–07
III Die wichtigsten Trends im Jagd- und Sportwaffenhandel	
A KONSUMVERHALTEN	
01 Verändertes Konsumverhalten	S. 08–09
02 Erlebnisorientierte und authentische Angebote	S. 09
03 Frauen als Zielgruppe gezielt ansprechen	S. 10
B BRANCHENTRENDS	
04 Digitalisierung des Handels und Retail 4.0	S. 11
05 E-Commerce und Omnichannel-Strategien	S. 12–13
06 Arbeitskräftemangel	S. 13–14
07 Gesetzliche und regulatorische Veränderungen im Jagd- und Sportwaffenhandel	S. 15–16
C MARKT UND INNOVATION	
08 Wachstumsmärkte	S. 17–20
09 Technologische Innovationen in Waffen und Ausrüstung	S. 21
IV Ausblick / Handlungsempfehlungen für den Fachhandel	S. 22
Prognose des Handelsexperten Magnus Ohlsson für 2025	S. 23–24
V Schlussfolgerung / Die Zukunft des Handels	S. 25
VI Quellenangaben / Disclaimer	S. 26–27



Stefanie Leege, Veranstaltungsleitung

I. EDITORIAL

Liebe Aussteller und Besucher der IWA OutdoorClassics,

wir erleben tiefgreifende Veränderungen. Der europäische Jagd- und Sportwaffenmarkt wandelt sich durch technologische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen. Diese Veränderungen bringen Herausforderungen, aber auch große Chancen für unsere Branche.

Die IWA OutdoorClassics: Eine Konstante in bewegenden Zeiten

Inmitten dieser Dynamik bleibt die IWA OutdoorClassics eine verlässliche Größe und Wegbereiterin. Unsere Messe ist mehr als eine Plattform für Produkte und Dienstleistungen – hier nehmen Visionen Gestalt an und Innovationen beginnen. Hier schmieden wir Allianzen und navigieren gemeinsam durch Höhen und Tiefen.

Digitalisierung und E-Commerce: Die Zukunft gemeinsam gestalten

Digitalisierung und E-Commerce revolutionieren den Handel. Die IWA unterstützt Sie dabei, diese Transformation zu meistern. Mit einem ausgewählten Fachprogramm und hoher Professionalität bieten wir wertvolle Einblicke und praxisnahe Lösungen, um Ihre digitalen Strategien zu optimieren. Unser Ziel: Ihre Wettbewerbsfähigkeit sichern und die Bedürfnisse Ihrer Kunden bestmöglich erfüllen.

Nachhaltigkeit und Innovation: Die IWA als Katalysator

Nachhaltigkeit und technologische Innovationen sind Schlüssel zur Zukunft unserer Branche. Die IWA OutdoorClassics fördert den Austausch über neue Materialien und Technologien, welche die Qualität und Langlebigkeit Ihrer Produkte verbessern und den Anforderungen an Nachhaltigkeit gerecht werden. Wir bieten eine Plattform, auf der diese Innovationen präsentiert und diskutiert werden.

Regulatorische Herausforderungen: Gemeinsam stark

Die regulatorischen Anforderungen in Europa sind komplex. Die IWA informiert Sie über die neuesten Entwicklungen und hilft Ihnen, sich erfolgreich anzupassen. Durch enge Zusammenarbeit mit Branchenverbänden und Experten bieten wir die Unterstützung, die Sie benötigen, um rechtliche Anforderungen zu erfüllen und Geschäftsmöglichkeiten zu maximieren.

Das Whitepaper: Ein wertvolles Werkzeug für die Branche

Dieses Jahr präsentieren wir unser Whitepaper „Die wichtigsten Trends, die den Jagd- und Sportwaffenhandel prägen“. Es analysiert aktuelle Trends und Herausforderungen im europäischen Jagd- und Sportwaffenmarkt, beleuchtet die Auswirkungen der Digitalisierung, die Bedeutung nachhaltiger Produkte und Chancen durch technologische Innovationen. Es bietet Einblicke in gesetzliche und regulatorische Veränderungen, die unsere Branche betreffen.

Unser Whitepaper ist ein Werkzeug für alle, die in dieser dynamischen Marktlandschaft erfolgreich sein wollen. Es liefert wichtige Informationen und praktische Tipps, um den Wandel aktiv zu gestalten und die Zukunft unserer Branche zu sichern.

Gemeinsam in eine erfolgreiche Zukunft

Unser Markt wird in den kommenden Jahren voraussichtlich stark wachsen. Dieses Wachstum bietet spannende Möglichkeiten, erfordert jedoch flexible Anpassungen an sich wandelnde Erwartungen und regulatorische Anforderungen. Die IWA OutdoorClassics ist Ihr Partner auf diesem Weg. Gemeinsam arbeiten wir daran, den Erfolg zurückzuholen und die Zukunft unserer Branche aktiv mitzugestalten. Genau das macht unsere Messe aus – der gemeinsame Einsatz für eine erfolgreiche Zukunft und einen starken Fachhandel.

Wir freuen uns darauf, Sie auf der IWA OutdoorClassics 2025 zu begrüßen und gemeinsam den Handel im Wandel zu erleben. Nutzen wir diese Gelegenheit, um Wissen auszutauschen, Netzwerke zu stärken und die Zukunft unserer Branche zu sichern.

Mit herzlichen Grüßen,

Stefanie Leege

Stefanie Leege

Veranstaltungsleitung IWA OutdoorClassics

II. EINFÜHRUNG

DER HANDEL IM WANDEL

Der europäische Jagd- und Sportwaffenmarkt wandelt sich rasant, getrieben von technologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen. Drei Haupttrends bestimmen die Branche:



Der digitale Wandel und der E-Commerce beschleunigen die Veränderungen. Händler setzen verstärkt auf digitale Lösungen und Online-Vertrieb, um flexibler und breiter aufgestellt zu sein. Die Digitalisierung verlangt jedoch auch nach besseren Datenschutzmaßnahmen und effizienter Logistik, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Der Bedarf an leicht zugänglicher Information, einfacher Bestellung und direkter Lieferung prägt das Konsumentenverhalten stark.

In Europa beeinflussen nationale Vorschriften und kulturelle Unterschiede den Jagd- und Sportwaffenhandel. Die Branche steht vor Herausforderungen wie strengeren Regulierungen, wachsendem Wettbewerb und sich ändernden gesellschaftlichen Werten. Technologische Innovationen bieten erhebliche Chancen. Nachhaltigkeit und neue Materialien wie Kohlefaser führen zu leichteren, robusteren Produkten, während Korrosionsschutz-Beschichtungen die Lebensdauer verlängern.

Herausforderungen für den stationären Handel

Die aktuelle Lage des Handels stellt sich differenziert dar. In den letzten Jahren hat die Branche wirtschaftliche Veränderungen erlebt, bedingt durch strengere gesetzliche Regulierungen und veränderte Kundenanforderungen. Der deutsche Markt zeigt sich von einer gewissen Stagnation geprägt. Insbesondere der stationäre Fachhandel kämpft mit sinkenden Umsätzen und einer zunehmenden Wettbewerbsintensität. Die Gründe hierfür sind vielfältig.

Die Kombination aus Inflation, politischen Unsicherheiten und einer gewissen Sättigung nach den Corona-bedingten Nachfragehöchstständen führt zu einer Zurückhaltung der Verbraucher und sinkender Nachfrage. Sowohl Hersteller als auch Händler sitzen auf großen Lagerbeständen, was zu Preisdruck, Margenproblemen und Druck auf die Händler führt.

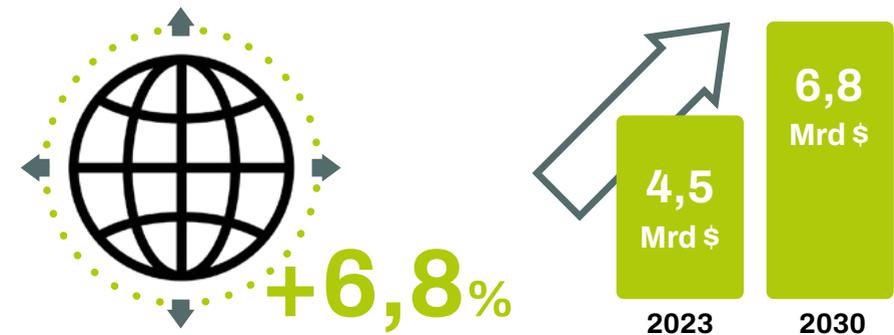
In den einzelnen europäischen Ländern ist die Situation aufgrund unterschiedlicher Traditionen und regulatorischer Grundlagen heterogen. Andererseits haben große Messen wie die IWA OutdoorClassics weiterhin eine hohe Attraktivität für Aussteller und Besucher. Sie fördert den internationalen Fachhandel durch Innovationen und Produktneuheiten. Hersteller und Händler tauschen sich hier über Trends wie nachhaltige Produkte und moderne Sicherheitsstandards aus, die die Wettbewerbsfähigkeit des Handels erhöhen sollen.

Die Analyse der verschiedenen Handelsformen zeigt deutliche Unterschiede: Während große Online-Händler von den veränderten Konsumgewohnheiten profitieren, kämpfen kleine stationäre Fachhändler um ihre Existenz.

Das wachsende Interesse jüngerer und weiblicher Zielgruppen eröffnet neue Marktpotenziale. Diese Zielgruppen legen oft Wert auf ökologische Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung. Produkte, die natürliche Materialien und energiesparende Produktion nutzen, gewinnen an Bedeutung.

Auch die Kooperation mit Outdoor-Marken zeigt Wachstumspotenzial, da beide Branchen ähnliche Zielgruppen und Interessen an Naturschutz und ethischem Umgang mit Ressourcen teilen. Solche Kooperationen helfen, veraltete Vorstellungen über Jagd zu überwinden und die Branche für neue Kundenschichten zu öffnen. Branchenexperten sehen diese Entwicklungen als wichtige Chancen, die durch gezielte Synergien die Handelsstrukturen und das Branchenimage stärken können.

Trotz der aktuellen Herausforderungen sehen Marktanalysten langfristig Wachstumspotenziale. Technologische Innovationen, neue Produktentwicklungen und die zunehmende Popularität von Schießsportarten könnten die Nachfrage ankurbeln.



In den kommenden Jahren wird der weltweite Markt voraussichtlich jährlich um 6,4 Prozent wachsen, von 4,5 Milliarden US-Dollar im Jahr 2023 auf 6,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2030. Diese dynamische Marktlanschaft bietet spannende Möglichkeiten, erfordert jedoch flexible Anpassungen an die sich wandelnden Erwartungen und regulatorischen Anforderungen, um langfristig erfolgreich zu sein.

Insgesamt befindet sich die Branche in einem Spannungsfeld zwischen der Anpassung an moderne Werte und der Bewahrung traditioneller Märkte. Der internationale Handel profitiert von der Innovationsbereitschaft und Vernetzung auf Branchenmessen, die als Plattformen für den Austausch über zukunftsorientierte Handelsstrategien dienen.

III. DIE WICHTIGSTEN TRENDS IM JAGD- UND SPORTWAFFENHANDEL

A: KONSUMENTENVERHALTEN

1. Verändertes Konsumverhalten

Das Konsumentenverhalten im Jagd- und Sportwaffenhandel wandelt sich deutlich. Verschiedene Faktoren beeinflussen diesen Wandel. Händler, die diese Trends verstehen und darauf reagieren, können sich einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.

Preisbewusstsein und Qualitätsorientierung

Die anhaltende wirtschaftliche Unsicherheit und Inflation haben das Preisbewusstsein der Konsumenten gesteigert. Laut einer Studie achten 76 Prozent der deutschen Konsumenten beim Einkauf verstärkt auf den **Produktpreis**⁰³. Gleichzeitig legen Kunden zunehmend Wert auf Qualität und Langlebigkeit. Sie investieren lieber in hochwertige und langlebige Ausrüstung, anstatt kurzfristig günstige Alternativen zu wählen. Die **von hoher Qualität geprägte**⁰⁴ Jagd- und Sportwaffenbranche kann hier gegenüber den Konsumenten punkten.

Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein

Trotz des gestiegenen Preisbewusstseins bleibt Nachhaltigkeit ein wichtiger Faktor bei Kaufentscheidungen. Kunden achten vermehrt auf umweltfreundliche Materialien und **nachhaltige Produktionsprozesse**⁰⁵. Im Jagd- und Sportwaffenbereich gibt es dazu Ansätze, die in der Waffenherstellung noch nicht flächendeckend etabliert sind. Allerdings erfordern hochpräzise Waffen spezielle Legierungen und Materialeigenschaften, die recycelte Metalle nicht immer erfüllen können. Biologisch abbaubare Materialien spielen so gut wie keine Rolle. Ein früher Trend in diese Richtung war die Entwicklung von bleifreier Munition als umweltfreundliche Alternativen zu herkömmlicher Bleimunition. Inzwischen überzeugt sie durch verbesserte ballistische Eigenschaften. Materialien wie Kupfer und Messing sorgen für Präzision, Durchschlagskraft und geringere Laufverschmutzung; die härteren Materialien führen allerdings bei älteren Läufen für größeren Abrieb. Bleigeschosse mit Tombak-Mantel sind leicht im Vorteil, da sie weniger abrasiv sind. **Innovationen**⁰⁶ treiben die Entwicklung voran.

Digitalisierung und Online-Shopping

Der E-Commerce-Markt für Sportartikel, einschließlich Jagd- und Schießsportausrüstung, wächst stetig. In der EU gaben 2023 bereits 75 Prozent der 16- bis 74-Jährigen an, schon einmal online eingekauft zu haben. Für Händler bedeutet dies, dass eine **starke Online-Präsenz**⁰⁷ und ein reibungsloses digitales Einkaufserlebnis unerlässlich sind. Trotz der hohen Beratungsintensität dominieren auch im Jagdbereich bereits Online-Vollsortimenter wie Alljagd, Frankonia und Jagdwelt²⁴. Stationäre Händler kommen um die Digitalisierung nicht herum, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Personalisierung und Customizing

Kunden legen zunehmend Wert auf individualisierte Produkte. Im Jagd- und Sportwaffenbereich äußert sich dies in der Nachfrage nach maßgeschneiderten Lösungen und **personalisierten Accessoires**⁰⁸. Neben der intensiven Beratung sind Büchsenmacherwerkstatt und Service ein USP des Einzelhandels der Branche und ein absolutes Plus gegenüber dem Online-Handel.

Erlebnisorientierter Konsum

Trotz des Trends zum Online-Shopping bleibt das Einkaufserlebnis im stationären Handel wichtig. Händler sollten daher **einzigartige Erlebnisse schaffen**⁰⁹ und die Interaktion mit den Kunden intensivieren. Für Jagd- und Sportwaffenhändler bieten diese Trends sowohl Herausforderungen als auch Chancen. Eine klare Positionierung in Bezug auf Qualität, Digitalisierung und Kundenservice, kombiniert mit personalisierten Angeboten, kann die Kundenbindung stärken und neue Zielgruppen erschließen.



State-of-the-Art-Beispiele sind etwa der neue Flagship-Store von Frankonia in Rottendorf oder die neue Schieß- und Handelswelt „Target World“ – ein Test & Shop Konzept von Target World Landscheid.

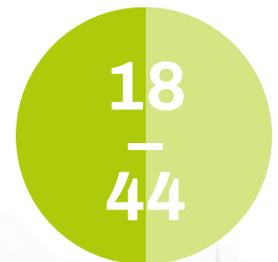
2. Erlebnisorientierte und authentische Angebote

Die steigende Nachfrage nach erlebnisorientierten und authentischen Angeboten im Jagd- und Sportwaffenhandel zeigt einen breiteren Trend im Konsumentenverhalten. Gleichzeitig bieten Jagd-Influencer neue Möglichkeiten, jüngere und digital-affine Zielgruppen anzusprechen.

Influencer verbinden Marken und Fans, indem sie eine persönlichere und **authentischere Perspektive**¹⁰ auf die Jagd und den Schießsport bieten. Dies ist besonders relevant, da 50 Prozent der Jäger **zwischen 18 und 44 Jahre**¹¹ alt sind.

Händler müssen ihre Angebote und Vertriebskanäle flexibler und personalisierter gestalten. KI-gestützte Lösungen können dabei helfen, **personalisierte Produktempfehlungen**¹² zu generieren und das Einkaufserlebnis zu verbessern. Zudem sollten Händler sowohl Online- als auch Offline-Kanäle nutzen, um ein **nahtloses und personalisiertes Einkaufserlebnis**¹³ zu bieten.

Durch die Anpassung an diese Trends können Händler die Kundenbindung stärken und neue Zielgruppen erschließen. Es ist wichtig, kontinuierlich Kundenfeedback einzuholen und Strategien entsprechend anzupassen, um relevant und wettbewerbsfähig zu bleiben.



Jahre beträgt das Alter der Hälfte aller aktiven Jäger



3. Frauen als Zielgruppe gezielt ansprechen

Die Jagd- und Schießsportbranche wandelt sich: Immer mehr Frauen entdecken diese traditionell männerdominierten Felder. In den letzten zehn Jahren hat dieser Trend an Fahrt gewonnen. Hersteller, Vertriebsunternehmen und Händler sollten nun nicht länger zögern, diese wachsende Zielgruppe gezielt anzusprechen.



der Jägerprüfungen werden von Frauen abgelegt

In Deutschland schätzt der Deutsche Jagdverband, dass etwa **25 Prozent der Jägerprüfungen von Frauen**¹⁴ abgelegt werden – ein Anstieg um mehr als ein Fünftel in den letzten zehn Jahren. Ähnliche Entwicklungen zeigen sich international. In den USA stellen Frauen bereits 22 Prozent der Jagdteilnehmer, was etwa **3,1 Millionen Jägerinnen**¹⁵ entspricht. Auch im Schießsport wächst das **Interesse bei Frauen**¹⁶. Sie interessieren sich für Sportschießen, Selbstverteidigung und olympische Disziplinen.

Um diese Zielgruppe erfolgreich zu erreichen, sollten Unternehmen:

- 🎯 Frauenspezifische Produkte entwickeln
- 🎯 Veranstaltungen und Workshops für Frauen organisieren
- 🎯 Weibliche Vorbilder und Influencerinnen in Marketingkampagnen einbinden
- 🎯 Eine inklusive und einladende Atmosphäre in Geschäften schaffen
- 🎯 Frauen im Verkaufsteam einstellen, um die Perspektive der Zielgruppe besser zu verstehen

Durch die gezielte Ansprache von Frauen können Unternehmen ihren Kundenstamm erweitern und zur Diversifizierung und Modernisierung der Branche beitragen. Dies fördert langfristig eine breitere gesellschaftliche Akzeptanz des Jagd- und Schießsports.

B: BRANCHENTRENDS

4. Digitalisierung des Handels und Retail 4.0

Die Digitalisierung verändert den gesamten Handelsprozess und bietet Händlern, die diese Technologien nutzen, einen Wettbewerbsvorteil. Digitale Prozesse wie automatisierte Bestandsverwaltung, elektronische Zahlungssysteme und KI-gestützte Kundenservices steigern die Effizienz und verbessern die Kundenbindung.

BEISPIEL

Academy Sports + Outdoors



Ein Beispiel aus einer anderen Branche und einen Blick über den Tellerrand bietet die erfolgreiche Umsetzung dieser Strategien bei Academy Sports + Outdoors. Das Unternehmen hat eine Omnichannel-Strategie entwickelt, die den Online- und Offline-Handel verknüpft:

- 🎯 **Lokale Verfügbarkeitsprüfung:** Kunden können auf der E-Commerce-Plattform von Academy Sports die Verfügbarkeit von Produkten in ihrer nächstgelegenen Filiale in Echtzeit überprüfen. Diese Funktion ermöglicht informierte Kaufentscheidungen und stellt sicher, dass gewünschte Artikel vor Ort verfügbar sind.
- 🎯 **Click & Collect:** Die Option, online zu bestellen und im Geschäft abzuholen, ist beliebt. Über 80 Prozent der E-Commerce-Verkäufe von Academy Sports werden über BOPIS (Buy Online, Pick-up In Store) oder Ship-from-Store abgewickelt.
- 🎯 **Wachsende E-Commerce-Präsenz:** Im zweiten Quartal 2024 machte der E-Commerce-Umsatz 9,7 Prozent des Gesamtumsatzes aus, was einem Anstieg von 30 Basispunkten im Vergleich zum Vorjahr entspricht.
- 🎯 **Innovative Partnerschaften:** Die Kooperation mit DoorDash für Same-Day-Lieferungen erweitert die digitalen Möglichkeiten und spricht jüngere und urbane Kunden an.
- 🎯 **Digitales Loyalitätsprogramm:** Das "myAcademy" Rewards-Programm bietet digitale Vorteile wie schnelleren Checkout online und in der App sowie personalisierte Angebote.

Diese digitalen Initiativen steigern die Kundeninteraktion und -zufriedenheit. Academy Sports prognostiziert, bis Ende 2024 über 10 Millionen Mitglieder in ihrem Loyalitätsprogramm.

Für Händler im Jagd- und Sportwaffenbereich zeigt dieses Beispiel, wie wichtig es ist, in digitale Technologien und Omnichannel-Strategien zu investieren. Die Integration von Online- und Offline-Kanälen, gepaart mit datengesteuerten Entscheidungen und personalisierten Kundenerlebnissen, wird zunehmend zum Schlüssel für den Erfolg im modernen Einzelhandel.

Klar, lassen sich diese Konzepte in einer stark regulierten Branche nicht 1:1 übertragen, da sich Waffen und Munition oft nicht für den einfachen Versand eignen und zahlreiche Vorschriften eingehalten werden müssen. Gerade aber im Ausrüstungs- und Zubehörbereich bieten sich hier große Chancen.

5. E-Commerce und Omnichannel-Strategien

In der digitalen Ära müssen Händler im Jagd- und Sportwaffenbereich sowohl online als auch offline präsent sein, um den Kundenerwartungen zu entsprechen. Omnichannel-Strategien verbinden beide Welten nahtlos und bieten ein umfassendes Einkaufserlebnis. Dies ist im regulierten Jagd- und Sportwaffenhandel besonders wichtig. Erfolgreiche Händler integrieren ihre Vertriebskanäle.

BEISPIEL

Jagd&Sport-Shop: Click & Collect-Modell

Jagd&Sport
.store

Der Jagd&Sport-Shop, ein führender Anbieter für Jäger, Sportschützen und Naturfreunde, nutzt ein innovatives Click & Collect-Modell. Kunden kaufen online und holen die Produkte im Geschäft ab. Dies verbindet Online- und Offline-Handel effektiv¹⁷, besonders bei regulierten Produkten wie Waffen und Munition. Kunden genießen die Bequemlichkeit des Online-Shoppings und können Produkte vor Ort begutachten und sich beraten lassen.

Die Verbindung von E-Commerce und stationärem Handel bietet viele Vorteile:

Größere Reichweite und
bessere Zugänglichkeit

Effizientere Bestands-
verwaltung und Logistik

Stärkere Kundenbindung durch
personalisierte Erlebnisse

Einhaltung gesetzlicher Vorschriften
bei Nutzung digitaler Vorteile

Erfolgreiche Omnichannel-Strategien erfordern die nahtlose Integration von Technologie, Prozessen und Kundenservice über alle Kanäle. Händler, die dies meistern, sichern sich einen Wettbewerbsvorteil¹⁸.

BEISPIEL

Silencer Central: Digitale Plattform für regulierte Produkte

SILENCER
CENTRAL

Silencer Central, ein führender Anbieter von Schalldämpfern, hat eine digitale Plattform entwickelt, die den gesamten Kaufprozess – inklusive rechtlicher Dokumentation – digital abwickelt. Kunden holen Genehmigungen über eine benutzerfreundliche Oberfläche ein und kaufen regulierte Produkte einfach und effizient. Diese Lösung¹⁹ vereinfacht den komplexen Erwerb von Schalldämpfern und macht ihn zugänglicher, während alle gesetzlichen Anforderungen erfüllt werden.

Omnichannel-Strategien verbessern die Personalisierung des Kundenerlebnisses. Der Jagdausrüster Frankonia nutzt eine intelligente Checkout-Marketing-Lösung, um personalisierte Angebote zu machen und die Conversion-Rate zu steigern. Durch die Integration von Online- und Offline-Daten erstellen Händler umfassende Kundenprofile und führen gezieltes Marketing²⁰ durch.

Die Nutzung von Smartphones erfordert mobile-optimierte Websites und Apps. Sportartikelhändler wie Nike zeigen, wie Apps als Verkaufskanal und Plattform²¹ für Kundenbindung und Service dienen. Im Jagd- und Sportwaffenbereich könnten Apps Informationen zu Jagdgebieten, Schießständen oder rechtlichen Bestimmungen bieten.

Die Implementierung einer erfolgreichen Omnichannel-Strategie im Jagd- und Sportwaffenhandel stellt spezifische Herausforderungen dar. Gesetzliche Regulierungen und Sicherheitsanforderungen spielen dabei eine zentrale Rolle. Gleichzeitig eröffnet diese Strategie die Möglichkeit, neue Kundengruppen zu erreichen und die Kundenbindung zu stärken. Händler, die die Vorteile des Online-Handels mit der Expertise und dem Service des stationären Handels kombinieren, können einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil erzielen.

Jagd- und Sportwaffenhändler müssen eine robuste Omnichannel-Strategie entwickeln, um in einem sich schnell wandelnden Marktumfeld wettbewerbsfähig zu bleiben und den steigenden Kundenerwartungen gerecht zu werden.

6. Arbeitskräftemangel

Die Jagd- und Schießsportbranche steht vor einer großen Herausforderung: Trotz wachsender Beliebtheit fehlen qualifizierte Nachwuchskräfte. Dieses Problem spiegelt den allgemeinen Fachkräftemangel in Deutschland²² wider, der bis 2030 auf 3,1 Millionen fehlende Fachkräfte anwachsen könnte.

Ursachen und Herausforderungen

Der Mangel an Arbeitskräften in der Branche hat mehrere Gründe:

- 🎯 **Ideologische Kluft:**²³ Jüngere Generationen sehen die Branche oft als unmodern und nicht zukunftsorientiert.
- 🎯 **Demografischer Wandel:**²⁴ Die Überalterung der Gesellschaft betrifft auch diese Branche.
- 🎯 **Fehlende Nachwuchsförderung:**²⁵ Die Branche hat möglicherweise zu wenig in die Ansprache und Förderung junger Talente investiert.
- 🎯 **Konkurrenz anderer Branchen:**²⁶ Flexible Arbeitsmodelle und attraktive Karrierewege in anderen Sektoren ziehen potenzielle Arbeitskräfte ab.



Lösungsansätze und moderne Strategien

Um diese Herausforderungen zu meistern, setzen führende Unternehmen wie RWS und WAIMEX auf innovative Ansätze:

Flexible Arbeitsmodelle

Anpassung an moderne Arbeitsvorstellungen für eine bessere Work-Life-Balance.

Offene Unternehmenskultur

Schaffung einer inklusiven Arbeitsumgebung mit klaren Karrierewegen und Entwicklungschancen.

Technologische Innovation

Betonung der Hightech-Aspekte der Branche, um technikaffine junge Menschen anzuziehen.

Events und Workshops

Organisation von Veranstaltungen²⁷, die Einblicke in die Branche bieten und Interesse wecken.

Weiterbildungsmöglichkeiten

Angebot spezialisierter Schulungsprogramme wie Jagdschein-Erwerb oder Ausbildung zum Büchsenmachermeister.

Fokus auf Nachhaltigkeit

Betonung von Naturschutz und verantwortungsvollem Wildtiermanagement, um umweltbewusste junge Menschen anzusprechen.

Authentische Kommunikation

RWS nutzt digitale Medien und Soziale Netzwerke, um modern und attraktiv zu wirken. WAIMEX setzt dabei auf die Händler.

Best Practices

RWS RWS GmbH setzt auf:

- Regelmäßige "Tage der offenen Tür" im Schulungszentrum
- Direkte Gespräche zwischen Besuchern und Auszubildenden
- Transparente Kommunikation von Unternehmenswerten
- Flexible Arbeitsmodelle und digitale Prozesse

WAIMEX WAIMEX fokussiert sich auf:

- Förderung von branchenspezifischen Schulungs- und Weiterbildungsprogrammen
- Kombination von traditionellem Know-how mit moderner Technologie
- Nutzung sozialer Medien zur Ansprache junger Menschen
- Organisation von Events und Workshops für Anfänger

Die Überwindung des Arbeitskräftemangels in der Jagd- und Schießsportbranche erfordert Umdenken und aktives Handeln.

Durch die Betonung von Nachhaltigkeit, technologischer Innovation und modernen Arbeitspraktiken kann die Branche ihre Attraktivität für junge Talente steigern. Die erfolgreiche Integration der nächsten Generation von Fachkräften wird entscheidend sein für die Zukunftsfähigkeit und das Wachstum der Branche.

7. Gesetzliche und regulatorische Veränderungen im Jagd- und Sportwaffenhandel

Der Jagd- und Sportwaffenhandel in Deutschland und Europa steht vor ständigen gesetzlichen und regulatorischen Veränderungen, die das Geschäft erheblich beeinflussen können. Händler müssen flexibel und anpassungsfähig sein, um rechtliche Vorgaben zu erfüllen und potenzielle Risiken zu minimieren. Im Folgenden werden einige der wichtigsten aktuellen Entwicklungen und Tipps für Händler vorgestellt.

TIPP FÜR HÄNDLER

Auch im Rahmenprogramm der IWA, besonders im Vortragsprogramm auf der SHOOTING EXPERTS' Stage, werden diese Entwicklungen ein wichtiges Thema sein.

Verschärfung des Waffenrechts in Deutschland

Das deutsche Waffenrecht hat sich in den letzten Jahren mehrfach verschärft, zuletzt durch das Dritte Waffenrechtsänderungsgesetz, das am 1. September 2020 in Kraft trat. Wichtige Änderungen umfassen:

Überprüfung des Bedürfnisses für den Waffenbesitz alle fünf Jahre

Regelabfrage beim Verfassungsschutz im Rahmen der Zuverlässigkeitsprüfung

Erweiterte Kennzeichnungspflichten für Waffen und wesentliche Teile

TIPP FÜR HÄNDLER

Implementieren Sie ein robustes Compliance-Management-System, das regelmäßige Schulungen für Mitarbeiter und automatische Benachrichtigungen über Gesetzesänderungen umfasst.

Verschärfung der EU-Feuerwaffenverordnung

Die EU hat ihre Feuerwaffenverordnung überarbeitet, um den illegalen Waffenhandel zu bekämpfen. Wesentliche Änderungen sind:

Ausweitung des Geltungsbereichs auf diverse halbautomatische Waffen der Kategorie B und Klärung der Kategorien A, B und C.

Bessere EU-weite Vernetzung der elektronischen Genehmigungssysteme (ELS) der Mitgliedsstaaten.

Verstärkte Überwachung von Importen und Exporten

TIPP FÜR HÄNDLER

Investieren Sie in digitale Systeme, die mit dem ELS kompatibel sind, um reibungslose grenzüberschreitende Transaktionen zu gewährleisten.

Erweiterte Kennzeichnungsanforderungen

Die neuen Regelungen sehen erweiterte Kennzeichnungspflichten für Waffen und wesentliche Teile vor. Dies umfasst:

Detailliertere Kennzeichnung von Waffen und wesentlichen Teilen

Elektronische Anzeigepflicht für Waffenhersteller und -händler bezüglich des Umgangs mit Schusswaffen und wesentlichen Teilen

TIPP FÜR HÄNDLER

Implementieren Sie ein digitales Inventarmanagementsystem, das die erweiterten Kennzeichnungsanforderungen automatisch erfasst und verwaltet.

Allgemeine Empfehlungen für Händler

UP-TO-DATE

- 1 Bleiben Sie informiert:** Nutzen Sie Branchenverbände, Fachpublikationen und behördliche Informationsquellen, um über bevorstehende Änderungen auf dem Laufenden zu bleiben.

INNOVATION

- 2 Digitalisieren Sie Ihre Prozesse:** Investieren Sie in moderne IT-Systeme, die eine effiziente Anpassung an neue regulatorische Anforderungen ermöglichen.

FORTBILDUNG

- 3 Schulen Sie Ihr Personal regelmäßig:** Stellen Sie sicher, dass alle Mitarbeiter mit den aktuellen gesetzlichen Bestimmungen vertraut sind.

NETZWERK

- 4 Pflegen Sie enge Beziehungen zu Behörden:** Ein guter Kontakt zu den zuständigen Behörden kann bei der Interpretation und Umsetzung neuer Vorschriften hilfreich sein.

STRATEGIE

- 5 Planen Sie vorausschauend:** Antizipieren Sie mögliche zukünftige Regulierungen und bereiten Sie Ihr Unternehmen darauf vor.

Durch proaktives Handeln und kontinuierliche Anpassung können Händler im Jagd- und Sportwaffenbereich nicht nur die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben sicherstellen, sondern auch Wettbewerbsvorteile erzielen und das Vertrauen ihrer Kunden stärken.

C: MARKT UND INNOVATION

8. Wachstumsmärkte

Die Jagd- und Schießsportbranche verzeichnet in verschiedenen Segmenten ein bemerkenswertes Wachstum. Folgende Bereiche zeigen sich als besonders vielversprechend:



Jagd- und Outdoor-Bekleidung

Der Markt für spezialisierte Bekleidung verzeichnet ein **starkes Wachstum**²⁸ mit einer prognostizierten jährlichen Wachstumsrate von 8,6 Prozent bis 2030. Hersteller und Händler sollten sich auf technisch fortschrittliche Produkte konzentrieren, die Eigenschaften wie Wasserdichtigkeit, Atmungsaktivität und Langlebigkeit bieten. Kooperationen mit Outdoor-Marken zeigen ebenfalls Wachstumspotenzial, da beide Branchen ähnliche Zielgruppen und Interessen an Naturschutz und ethischem Umgang mit Ressourcen teilen. Der erwartete weltweite Gesamtumsatz bis 2030 liegt bei 2 Milliarden US-Dollar. Gründe hierfür sind:

2 MRD. \$
weltweiter
Umsatz bis
2030

- Steigende Popularität von Outdoor-Aktivitäten, insbesondere seit der COVID-19-Pandemie
- Wachsende Nachfrage nach technisch fortschrittlicher Bekleidung mit Eigenschaften wie Wasserdichtigkeit, Atmungsaktivität und Langlebigkeit
- Zunehmende Zahl von Neueinsteigern und Wiedereinsteigern in die Jagd und den Schießsport.

Optische Geräte

Der **Markt für Zielfernrohre**²⁹ und andere optische Geräte wächst stetig:

- Prognosen sehen ein Wachstum von 765,9 Millionen US-Dollar im Jahr 2021 auf 1.193,6 Millionen US-Dollar im Jahr 2028
- Jährliche Wachstumsrate von 6,54 Prozent
- Steigende Nachfrage nach hochpräzisen und technologisch fortschrittlichen Optiken

Jährliche Wachstumsrate
6,54%





Amy9x19" auf der IWA OutdoorClassics 2024



Sportwaffen

Der **Sportwaffenmarkt**³⁰ zeigt ebenfalls positive Entwicklungen:

- 🎯 Erwartetes Wachstum von 4,5 Milliarden US-Dollar im Jahr 2023 auf 6,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2030
- 🎯 CAGR von 6,4 Prozent
- 🎯 Jährliche Wachstumsrate von 6,4 Prozent
- 🎯 Zunehmende Teilnahme am Schießsport und steigende Nachfrage nach Präzisionswaffen
- 🎯 Technologische Innovationen in Design und Materialien
- 🎯 Sicherheitsfeatures und Anpassungsmöglichkeiten

Digitale Technologien und E-Commerce

Die Digitalisierung eröffnet neue **Wachstumschancen**³¹:

- 🎯 Steigende Nachfrage nach digitalen Systemen zur Einhaltung neuer EU-Regulierungen (EU-weites elektronisches Genehmigungssystem (ELS))
- 🎯 Digitale Systeme zur Erfassung und Verwaltung von Import- und Exportgenehmigungen
- 🎯 Wachsender E-Commerce-Markt für Jagd- und Schießsportartikel
- 🎯 Innovative Omnichannel-Strategien verbinden Online- und Offline-Handel



Steigender Anteil weiblicher Jäger



Frauenspezifische Produkte

Mit dem steigenden Anteil an Jägerinnen (Zunahme seit 2011 um 46 Prozent) und Sportschützinnen entsteht ein neuer Wachstumsmarkt:

- 🎯 Speziell auf Frauen zugeschnittene Jagdbekleidung und -ausrüstung sowie Bekleidung und Ausrüstung fürs Sportschießen
- 🎯 Angepasste Waffen und Zubehör für Jägerinnen und Sportschützinnen
- 🎯 Gezielte Marketingstrategien und Veranstaltungen für weibliche Zielgruppen

Nachhaltige und umweltfreundliche Produkte

Das wachsende **Umweltbewusstsein**³² fördert die Nachfrage nach:

- 🎯 Bleifreier Munition
- 🎯 Nachhaltigen Materialien in der Jagd- und Outdoor-Bekleidung und -ausrüstung
- 🎯 Umweltfreundlichen Verpackungen und Produktionsprozessen

Diese Wachstumsmärkte bieten Herstellern und Händlern in der Jagd- und Schießsportbranche vielfältige Möglichkeiten zur Expansion und Innovation. Um diese Potenziale optimal zu nutzen, sollten Unternehmen flexibel auf Markttrends reagieren und kontinuierlich in Produktentwicklung und Kundenservice investieren.



Innovative Ansätze und Technologie zum Anfassen - auch das hat die IWA OutdoorClassics zu bieten.

Die Kooperation mit Outdoor-Marken zeigt ebenfalls Wachstumspotenzial, da beide Branchen ähnliche Zielgruppen und Interessen an Naturschutz und ethischem Umgang mit Ressourcen teilen. Solche Kooperationen helfen, veraltete Vorstellungen über Jagd zu überwinden und die Branche für neue Kundenschichten zu öffnen. Branchenexperten sehen diese Entwicklungen als wichtige Chancen, die durch gezielte Synergien die Handelsstrukturen und das Branchenimage stärken können.

Für Hersteller und Händler in der Jagd- und Schießsportbranche bieten diese Wachstumsmärkte vielfältige Möglichkeiten. Der Fokus sollte auf Innovation, Nachhaltigkeit und die Integration digitaler Technologien gelegt werden, um wettbewerbsfähig zu bleiben und neue Kundengruppen zu erschließen. Gleichzeitig ist es wichtig, die sich ändernden regulatorischen Anforderungen im Blick zu behalten und flexibel darauf zu reagieren.



Messermarkt

Der internationale Markt für Outdoor- und Sportmesser wächst robust. Im Jahr 2023 beträgt der geschätzte Marktwert 2,26 Milliarden US-Dollar. Bis 2030 soll er auf 3,43 Milliarden US-Dollar ansteigen, was einer jährlichen Wachstumsrate von 6,2 Prozent entspricht. Nordamerika dominiert mit einem Marktanteil von 38 Prozent, gefolgt von Europa mit 32 Prozent und dem asiatisch-pazifischen Raum mit 20 Prozent. Feststehende Klingen führen das Segment mit einem Wert von 1,75 Milliarden US-Dollar an. Klappmesser und seitlich öffnende Messer haben ebenfalls bedeutende Anteile.

Das Wachstum wird durch die zunehmende Beteiligung an Outdoor-Aktivitäten, die steigende Nachfrage nach Überlebensausrüstung, Fortschritte in der Materialentwicklung und das wachsende Interesse an individualisierten, multifunktionalen Messern angetrieben. Blade Shows spielen eine wichtige Rolle in der Branche. Veranstaltungen wie die BLADE Show in Atlanta, die IWA OutdoorClassics in Nürnberg und die Shot Show in Las Vegas bieten Plattformen für Hersteller, Händler und Enthusiasten, um neueste Innovationen zu präsentieren und Netzwerke zu knüpfen.

Die KNIFE-Messe in Solingen zeigt ein **wachsendes Interesse**³³ an hochwertigen Messern für Jagd und Outdoor-Aktivitäten. Trends umfassen:

Technisch innovative Materialien wie stabilisiertes Holz

Limitierte Editionen und Sammlerstücke

Multifunktionale Outdoor-Messer

Trotz positiver Aussichten steht die Branche vor Herausforderungen wie strengen Vorschriften, schwankenden Rohstoffpreisen und intensivem Wettbewerb. Die kontinuierliche Anpassung an veränderte Verbraucherpräferenzen und regulatorische Anforderungen verspricht jedoch weiteres Wachstum und Diversifizierung in diesem dynamischen Markt.

9. Technologische Innovationen in Waffen und Ausrüstung

Die Waffenindustrie durchläuft derzeit einen bedeutenden technologischen Wandel. Neue Materialien und vernetzte Technologien prägen zunehmend die Entwicklung von Waffen und Zubehör. Händler, die diese Innovationen frühzeitig in ihr Sortiment aufnehmen, können sich einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Hier sind einige der wichtigsten technologischen Trends:

NEUE MATERIALIEN

- **Hochleistungspolymere**³⁴: Hersteller setzen vermehrt leichte, aber robuste Kunststoffe für Waffenrahmen und -komponenten ein. Diese bieten eine gute Balance zwischen Gewicht und Haltbarkeit.
- **Verbundwerkstoffe**³⁵: Kombinationen aus Polymeren und Metallen ermöglichen eine optimale Gewichtsverteilung und verbesserte Leistung.
- **Additive Fertigung (3D-Druck)**³⁶: Diese Technologie erlaubt die Herstellung komplexer Geometrien und individualisierter Komponenten.

MODULARE SYSTEME

- **Anpassbare Plattformen**³⁷: Waffen mit austauschbaren Komponenten ermöglichen verschiedene Einsatzzwecke.
- **Multi-Kaliber-Systeme**³⁸: Diese Systeme erlauben den schnellen Wechsel zwischen verschiedenen Kalibern.

VERNETZTE TECHNOLOGIEN

- **Smart Guns**³⁹: Biometrie oder RFID-Technologie erhöhen die Sicherheit und verhindern unbefugte Nutzung.
- **Digitale Zielsysteme**⁴⁰: Fortschrittliche Optiken mit integrierten Ballistikrechnern und Umgebungssensoren verbessern die Zielgenauigkeit.
- **Vernetztes Zubehör**⁴¹: Wearables und Accessoires liefern Echtzeitdaten zur Schussanalyse und Leistungsverbesserung.

INTEGRIERTE ELEKTRONIK

- **Eingebettete Sensoren**⁴²: Diese Sensoren überwachen den Waffenzustand und die Nutzung.
- **Verbesserte Sicherheitssysteme**: Elektronische Sicherungen und Zugriffskontrollen erhöhen die Sicherheit.

FORTSCHRITTLICHE MUNITION

- **Umweltfreundliche Munition**⁴³: Bleifreie und biologisch abbaubare Optionen gewinnen künftig an Bedeutung.

Händler, die diese Innovationen frühzeitig in ihr Sortiment aufnehmen, können sich als Vorreiter positionieren und technikaffine Kunden ansprechen.

Es ist jedoch wichtig, dass Händler nicht nur die Produkte anbieten, sondern auch fundiertes Wissen über diese neuen Technologien vermitteln können. Schulungen für das Verkaufspersonal und informative Produktpräsentationen stärken das Vertrauen der Kunden in diese neuen Technologien.

Zudem sollten Händler die rechtlichen Rahmenbedingungen für neue Technologien im Auge behalten, da sich Regulierungen in diesem Bereich schnell ändern können. Eine enge Zusammenarbeit mit Herstellern und Branchenverbänden hilft, stets auf dem neuesten Stand zu bleiben und Kunden kompetent zu beraten.

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR DEN FACHHANDEL

Kurzfristig sollten Unternehmen ihre Online-Präsenz stärken und die Kundenbindung durch gezielte Marketingmaßnahmen erhöhen. Mittelfristig gilt es, eine umfassende Omnichannel-Strategie zu entwickeln und das Serviceangebot kontinuierlich auszubauen. Langfristig streben sie an, sich als nachhaltige und innovative Anbieter zu positionieren. Dabei ist es wichtig, die eigenen Fortschritte regelmäßig zu messen und die Strategie bei Bedarf anzupassen.



Zahlreiche Fachbesucher auf der IWA OutdoorClassics 2024

Ein intensiver Wettbewerb, sich ändernde gesetzliche Rahmenbedingungen und schnelle technologische Entwicklungen erfordern eine hohe Anpassungsfähigkeit. Unternehmen, die diese Herausforderungen meistern und die Chancen nutzen, werden langfristig erfolgreich sein.

Fachhändler können die Kundenbindung stärken und neue Zielgruppen wie Frauen, Outdoor-Fans oder die Jugend erschließen. Sie sollten konsequent digitalisieren und nahtlose Einkaufserlebnisse schaffen. Nachhaltigkeit ist dabei eine Notwendigkeit. Fachhändler positionieren sich als verantwortungsbewusste Unternehmen, indem sie umweltfreundliche Produkte fördern und transparente Lieferketten etablieren.

Gleichzeitig müssen sie das stationäre Geschäft durch Erlebnisswelten, persönliche Beratung, Werkstatt und Service attraktiv gestalten. Die Kombination aus Online- und Offline-Präsenz bietet zahlreiche Synergien und ermöglicht eine individuelle Kundenbetreuung.

PROGNOSE DES INTERNATIONALEN HANDELS- EXPERTEN MAGNUS OHLSSON FÜR 2025:



Magnus Ohlsson, Retailomania

Im Laufe der Geschichte hat sich der Einzelhandel kontinuierlich verändert – und manchmal haben äußere Umstände wie wirtschaftliche Abschwünge, technologische Durchbrüche oder andere Gegebenheiten Entwicklungen sprunghaft beschleunigt. Seit dem Ende des Kalten Krieges haben wir in der westlichen Welt in Frieden gelebt und von einer starken wirtschaftlichen Entwicklung profitiert, bedingt durch Globalisierung und freien Handel – aber auch durch Effizienzsteigerungen, die die Digitalisierung mit sich brachte.

Mit der Pandemie wurde ein großer Teil dessen, was wir über die Welt wussten, auf den Kopf gestellt – und in deren Folge erlebten wir Veränderungen im Konsumverhalten, eine beschleunigte Digitalisierung, Inflation und wirtschaftliche Turbulenzen. Der Angriff Russlands auf die Ukraine führte zusätzlich zu einer Energiekrise und verstärkte inflationäre Tendenzen. Entwicklungen im Nahen Osten trugen ebenfalls zu größerer Unsicherheit bei. Mit einer neuen Präsidentschaft in den USA droht zudem ein möglicher Handelskrieg.

Die Welt ist unruhiger geworden, und die Unsicherheiten sind größer als das, was wir in den vergangenen Jahrzehnten gewohnt waren.

Es steht fest: Wir können die Entwicklungen nicht zurückdrehen und die Bedingungen, wie sie vor der Pandemie und den weiteren Ereignissen bestanden, wiederherstellen.

Angesichts der Entwicklungen der letzten Jahre mag der Markt unüberschaubar erscheinen, doch gleichzeitig zeigt die Geschichte, dass wirtschaftliche Zyklen und Krisen kommen und gehen. Ein „neuer Normalzustand“ wird sich einstellen. Zudem gilt:

In allen Marktsituationen – sei es in wirtschaftlichen Abschwüngen oder Aufschwüngen – gab es immer Gewinner und Verlierer.

Für das Jahr 2025 können wir davon ausgehen, dass die Komplexität anhält und wir uns weiterhin mit einem turbulenten Umfeld auseinandersetzen müssen. Gleichzeitig sind wir gefordert, Verantwortung für den Weg zu einer nachhaltigeren Entwicklung in allen Teilen der Gesellschaft zu übernehmen. Hier sind meine 10 Vorhersagen zur Entwicklung im kommenden Jahr, über die wir im Februar weiter diskutieren werden.

NICHT VERPASSEN

MAGNUS OHLSSONS MESSE-KEY-NOTES

Donnerstag, 27. Februar, 11:30 Uhr | Freitag, 28. Februar, 15:00 Uhr
SHOOTING EXPERTS' Stage, Halle 1

OHLSSONS PROGNOSEN

- 1 **Digitalisierung** beeinflusst den gesamten Einzelhandel – unabhängig davon, ob der Kauf online oder im Geschäft getätigt wird. Verbraucher nutzen vor allem digitale Kanäle zur Recherche während der Customer Journey.
- 2 **E-Commerce** hat sich als effizienter Vertriebsweg etabliert, da die Akquisekosten zu Beginn der digitalen Transformation niedriger waren als die Ladenmiete. Nach 20 Jahren Transformation und konzentriertem Marketing auf Plattformen wie Google, Meta und TikTok steigen die Akquisekosten nun stark an. Die Ladenmiete wird zur neuen Akquisekostenbelastung.
- 3 **D2C (Direct-to-Consumer)** war in den Jahren um die Pandemie ein starker Trend, birgt aber neben Potenzialen auch Risiken. Der Traffic auf eigenen Kanälen ist kostenintensiv, und das Risiko konzentriert sich stark. Eine nachhaltige Kanalstrategie berücksichtigt daher die Vorteile, die Kosten für die Generierung von Traffic mit anderen zu teilen.
- 4 **Verbraucherverhalten** in turbulenten Zeiten ist oft kurzfristig und reagiert schnell auf positive oder negative Nachrichten. Vergleichbar sind die raschen Verhaltensänderungen zu Beginn der Pandemie oder nach dem Einmarsch Russlands in die Ukraine. Nach einer Weile wird selbst negative Berichterstattung Teil des normalen Bildes.
- 5 In **wirtschaftlich schwierigen Phasen** schieben Verbraucher größere Anschaffungen auf, vergleichen länger und reagieren verstärkt auf Angebote.
- 6 Eine **starke Marke mit klarer Identität** hat einen Vorteil, da sie eine höhere Zahlungsbereitschaft schafft. Werte wie Qualität, Personalisierung oder andere Faktoren sind in Zeiten des Aufschwungs wie des Abschwungs entscheidend.
- 7 Der **Wandel hin zu Nachhaltigkeit** ist alternativlos. Die EU-Regulierungen werden Investitionen erfordern, um überhaupt am Markt teilzunehmen, unabhängig davon, wie die Verbrauchernachfrage bewertet wird.
- 8 **Gesundheit und Wohlbefinden** bleiben langfristige Trends. Der Outdoor-Markt und der Jagdsektor haben großes Potenzial für weiteres Wachstum. Biologisches Fleisch, Outdoor-Aktivitäten und die Sehnsucht nach Natur werden immer wichtiger.
- 9 In unserer unsicheren Welt wird die **Globalisierung in Frage gestellt**. Die Pandemie und Vorfälle wie die Huthi-Aktionen im Roten Meer verdeutlichen die Verwundbarkeit, wenn die Produktion in Asien liegt, während der Markt in Europa oder den USA ist. Homeshoring (Produktion zu Hause), Nearshoring (Produktion in benachbarten Ländern) und Friendshoring (Produktion in befreundeten Ländern) werden sich beschleunigen.
- 10 **Die Zukunft wird anders sein** als die Vergangenheit – gesegnet sind die Flexiblen, denn sie werden nicht zerbrechen.

V. SCHLUSSFOLGERUNG

DIE ZUKUNFT DES HANDELS

Die Zukunft des Fachhandels im Jagd- und Sportwaffenbereich liegt in der Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Kundenorientierung.

1

DIGITALISIERUNG

Händler müssen ihre Online-Präsenz und digitalen Vertriebskanäle im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten ausbauen, ohne den stationären Handel zu vernachlässigen.

2

NACHHALTIGKEIT

Der Trend zu umweltfreundlichen Produkten und Praktiken gewinnt in der Branche an Bedeutung. Vorteilhaft ist die hohe Qualität der Produkte in der Jagd- und Sportwaffenbranche.

3

PRODUKT DIVERSIFIKATION

Händler können durch die Erweiterung ihres Sortiments auf verwandte Bereiche wie Outdoor-Ausrüstung neue Kundengruppen erschließen und Synergien erzielen.

4

SPEZIALISIERUNG

Fachhändler bieten durch ihre Expertise, persönliche Beratung, Büchsenmacherwerkstatt und Services einen Mehrwert, den Online-Plattformen nicht leisten können.

5

ERLEBNISORIENTIERTHEIT

Stationäre Händler sollten Erlebniseinkäufe und Events verstärkt nutzen, um Kunden anzuziehen.

Insgesamt zeigt die Branche Wachstumspotenzial. Händler müssen sich jedoch an veränderte Marktbedingungen und Konsumentenverhalten anpassen, um erfolgreich zu bleiben. Die Kombination aus traditionellem Fachhandel und innovativen digitalen Lösungen wird voraussichtlich den Weg in die Zukunft weisen.



VI. QUELLENANGABEN / DISCLAIMER

- S.07 ⁰¹ <https://www.forinsightsconsultancy.com/de/reports/sports-gun-market>
⁰² <https://www.fortunebusinessinsights.com/de/waffen-und-zubeh-rmarkt-103536>
- S.08 ⁰³ <https://www.ifhkoeln.de/kaufverhalten-und-konsumtrends-im-wandel>
⁰⁴ <https://www.custommarketinsights.com/report/hunting-equipment-and-accessories-market>
⁰⁵ <https://www.custommarketinsights.com/report/hunting-equipment-and-accessories-market>
⁰⁶ <https://www.sax-munition.de/landing/bleifreie-geschosse-und-munition>
⁰⁷ https://www.destatis.de/Europa/DE/Thema/Wissenschaft-Technologie-digitaleGesellschaft/Online_Shopping
- S.09 ⁰⁸ <https://www.forinsightsconsultancy.com/reports/sports-gun-market>
⁰⁹ <https://www.ifhkoeln.de/kaufverhalten-und-konsumtrends-im-wandel>
¹⁰ <https://goatagency.com/blog/influencer-marketing/influencers-in-sport>
¹¹ <https://wataugagroup.com/blog/hunting-industry-consumers-span-all-ages-heres-how-to-make-the-most-of-it>
¹² <https://www.netguru.com/blog/guide-personalization-in-retail>
¹³ <https://www.shopify.com/enterprise/blog/personalization-trends>
- S.10 ¹⁴ <https://www.iwa.info/de-de/wissen/2024/artikel/frauen-auf-der-jagd>
¹⁵ <https://www.fortunebusinessinsights.com/de/waffen-und-zubeh-rmarkt-103536>
¹⁶ <https://www.fortunebusinessinsights.com/de/waffen-und-zubeh-rmarkt-103536>
- S.12 ¹⁷ <https://www.jagdundsport.store/jagd-sport-click-collect>
¹⁸ <https://www.actindo.com/de/blog/omnichannel-beispiele-einzelhandel>
¹⁹ <https://www.era-silencer.de>
- S.13 ²⁰ <https://www.userwerk.com/de/case-study/frankonia-steigert-e-commerce-erfolg-mit-intelligentem-checkout-marketing>
²¹ <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/personalizing-the-customer-experience-driving-differentiation-in-retail>
²² <https://www.personio.de/hr-lexikon/fachkraeftemangel>
²³ <https://www.iwa.info/de-de/wissen/2024/artikel/die-naechste-generation>
²⁴ <https://www.personio.de/hr-lexikon/fachkraeftemangel>
²⁵ <https://www.iwa.info/de-de/wissen/2024/artikel/die-naechste-generation>
²⁶ <https://www.iwa.info/de-de/wissen/2024/artikel/die-naechste-generation>
- S.14 ²⁷ <https://www.iwa.info/de-de/wissen/2024/artikel/die-naechste-generation>
- S.17 ²⁸ <https://www.iwa.info/de-de/wissen/2024/artikel/markt-fuer-jagdbekleidung>
²⁹ <https://www.fortunebusinessinsights.com/de/markt-f-r-zielfernrohre-105869>
- S.18 ³⁰ <https://www.iwa.info/de-de/wissen/2024/artikel/jagd-und-outdoor-interview-christine-fischer>
³¹ <https://www.all4shooters.com/de/jagd/passion/die-eu-wahlen-werden-fuer-die-zukunft-der-jagd-und-des-sportschiessens-in-europa-entscheidend-sein>
- S.19 ³² <https://www.iwa.info/de-de/wissen/2024/artikel/jagd-und-outdoor-interview-christine-fischer>
- S.20 ³³ <https://knife-blog.com/knife-2024-messebeschreibung-und-aussteller>
- S.21 ³⁴ <https://www.entecpolymers.com/resources/news/polymers-for-firearms>
³⁵ <https://www.entecpolymers.com/resources/news/polymers-for-firearms>
³⁶ <https://disarmament.unoda.org/convarms/small-arms-new-technologies>
³⁷ <https://tacticalfitnessaustin.com/anticipating-firearm-trends-our-predictions-for-2024>
³⁸ <https://shotshow.org/new-ammo-coming-in-2024>
³⁹ <https://www.americanconcealandcarry.com/the-rise-of-smart-guns-future-or-fad>
⁴⁰ <https://tacticalfitnessaustin.com/anticipating-firearm-trends-our-predictions-for-2024>
⁴¹ <https://baycountryguns.com/the-latest-trends-in-firearms-and-accessories>
⁴² <https://www.technavio.com/report/smart-gun-market-industry-analysis>
⁴³ <https://shotshow.org/new-ammo-coming-in-2024>

IWA
OUTDOOR
CLASSICS

Disclaimer

Alle Angaben in diesem Dokument erfolgen ohne Gewähr. Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Die Inhalte spiegeln den aktuellen Stand zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider.

In diesem Trendbericht wird aus Gründen der Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Impressum

Veranstalter: NürnbergMesse GmbH
<https://www.iwa.info>

IWA
OUTDOOR
CLASSICS