

BBE

Kooperationspartner

IFH KÖLN
Erfolgreich im Handeln

BRANCHENBERICHT SCHUHE 2024

NEUE CHANCEN, JETZT ODER NIE!

IFH KÖLN



Eine Insolvenz jagt die nächste, steckt der Schuhhandel aktuell in der **Krise**? Die aktuellen Zahlen zeigen: Mit einem erneuten **Zuwachs von 3,8% auf 9,6 Milliarden** Euro im Jahr 2023 geht es dem Schuhhandel im Vergleich zu anderen Branchen gar nicht allzu schlecht. Natürlich brachen auch hier pandemiebedingt die Umsätze ein, jedoch wird seit 2021 jedes Jahr wieder ein Plus erzielt. Im kommenden Jahr wird der Schuhmarkt voraussichtlich auch das Vorkrisenniveau übertreffen können. Zudem profitiert der Schuhmarkt von anhaltenden stationären Nachholeffekten, die bis 2023 das Onlinewachstum zunächst noch ausbremsen.

Warum Insolvenzen? Die Pandemie und der Ukrainekrieg sorgten für viele **Schwierigkeiten im Handel**, dennoch sind dies nicht nur die Hauptursachen, warum aktuell so viele Händler im Schuhbereich Insolvenz anmelden. Unabhängig vom hohen Kostendruck sind es oftmals verpasste Trends oder viel zu späte Umsetzungen in digitalen Bereichen. Zudem sieht die Gen Z mit völlig anderen Einkaufsbedürfnissen und Erwartungen vor der Tür und auch die Konkurrenz mit **ausländischen Marktplätzen** erobert schon längst den deutschen Markt.

Krisen sollten nun vielmehr als **Chance** gesehen werden, so können Insolvenzen genutzt werden, um für sich **weitere Anteile** zu sichern. Immerhin zeigen die anhaltenden stationären Nachholeffekte, dass Shopping vor Ort sehr wohl noch funktioniert. Händler sollten genau jetzt darauf eingehen und mit Services wie Click & Collect ein flexibleres Einkaufserlebnis anbieten.



Carina Stäbisch, Hansjürgen Heinick



Peter Frank
Executive Consultant
BBE Handelsberatung

Inflation und Konsumrückgang: Schuhhandel weiterhin im Spannungsfeld

Der Schuhmarkt erholt sich weiterhin nur langsam, und wird aller Voraussicht nach auch 2024 nicht wieder das Vor-Corona-Niveau erreichen. Die Rahmenbedingungen für den Modemarkt sind nach wie vor schwierig, und somit auch für Schuhe.

Einerseits sorgt die anhaltende Inflation dafür, dass die allgemeinen Lebenshaltungskosten deutlich gestiegen sind und auch weiter steigen werden, weshalb private Konsumausgaben, u.a. im Segment Mode und Schuhe, seit Jahren rückläufig sind. Zum anderen werden Schuhe inflationsbedingt teurer, was die Kauflust zusätzlich dämpft. Eine Steilvorlage für asiatische Billiganbieter wie Temu oder Shein, die Produkte zu konkurrenzlos günstigen Preisen anbieten.

Neue, echte Modethemen fehlen seit Corona, und das viel beschworene Ende der Sneaker-Ära, das Modedesigner mit einem smarteren Stil propagieren, will sich noch nicht so recht einstellen - zu sehr schätzen die Konsument*innen die Bequemlichkeit. Hinzu kommen oft gesichtslose Schuhläden, die auf Bedarfsdeckung getrimmt sind - praktisch, mit Supermarktregalen zur Selbstbedienung, aber alles andere als inspirierend. Ein Sakrileg in einer Modebranche, die nicht davon lebt, dass man etwas braucht, sondern dass man etwas haben will. Kein Wunder, dass die Ertragslage vieler Schuhgeschäfte nicht rosig ist und die Zahl der Schuhhändler stetig abnimmt. Der Online-Handel trägt sicherlich seinen Teil dazu bei, obwohl auch hier die Kaufzurückhaltung zu spüren ist, doch wird dieser Vertriebskanal weiter wachsen und sich in den nächsten Jahren der 40-Prozent-Marke nähern.

Vor diesem Hintergrund gibt es für den Schuhhandel nur einen Ausweg: Die Rückbesinnung auf die alten Tugenden des Einzelhandels - ein attraktives Ladengeschäft mit Wohlfühlatmosphäre und Einkaufsinspiration, engagierte und gut ausgebildete Verkäuferinnen und Verkäufer, die den Kunden wirklich bedienen, ein kuratiertes, auf die Zielgruppe zugeschnittenes Sortiment, ein ausgefeiltes Kundenbeziehungsmanagement über alle relevanten Kanäle und ein überzeugendes Service- und Dienstleistungsangebot, das für den Kunden wirklich spürbar ist. Es braucht nicht mehr und nicht weniger als eine klare, eindeutige und wiedererkennbare Positionierung.

GLIEDERUNG

1

Entwicklung Schuhmarkt 2017-2023/2024

S. 5

- Konsumstimmung und Konsumausgaben in Deutschland
- Preisgeschehen & Anzahl an Schuhunternehmen
- Marktvolumen Schuhe 2017-2023/2024

2

Warengruppen im Schuhmarkt

S. 12

- Entwicklung der Warengruppen 2017-2023/2024
- Exkurs: Marktvolumen Sneaker 2017-2023/2024

3

Vertriebsstruktur 2017-2023/2024

S. 22

- Stationärer Handel
- Online Handel

4

Einflüsse & Chancen im deutschen Handel

S. 29

- Online-Marktplätze in Deutschland
- Asiatische Marktplätze & Temu
- Click & Collect

5

Zukunft Schuhmarkt

S. 34

- Prognose Marktvolumen 2024-2028
- Prognose Warengruppen 2024-2028
- Prognose Vertriebsstruktur 2024-2028

Sortimentsbereich	Warengruppe
Herrenschuhe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schnürhalbschuhe/Slipper ▪ Stiefel/Stiefeletten/Boots ▪ Sandalen ▪ Andere Herrenschuhe
Damenschuhe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schnürhalbschuhe/Slipper/Trotteurs/Pumps ▪ Stiefel/Stiefeletten/Boots ▪ Sandalen/Sandaletten ▪ Andere Damenschuhe (Nicht-Leder)
Kinderschuhe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schnürhalbschuhe/Slipper ▪ Stiefeletten/Boots/Stiefel ▪ Sandalen/Sandaletten ▪ Andere Kinderschuhe (Nicht-Leder)
Sportschuhe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sportschuhe ▪ Wander-/Outdoorschuhe ▪ Sportschuhe (Stoffoberteil) ▪ Ski-/Snowboardschuhe
Weitere Segmente 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Freizeitschuhe Stoffoberteil (z.B. Chucks, Vans, etc.) ▪ Kunststoffsandalen (z.B. Crocs, Badeschlappen, Flip/Flops) ▪ Sonstige Schuhe (z.B. Gummistiefel, Holzschuhe, Clogs, andere Kunststoffschuhe) ▪ Hausschuhe ▪ Arbeitsschuhe

Schuh-Fachhandel

Überwiegend kleinbetriebliche und einzelunternehmerische Geschäfte mit fachkundiger Beratung, oftmals in Innenstadtlage.

Schuh-Filialisten

Beinhalten mehrere Geschäfte an unterschiedlichen Standorten, oft in größeren Städten, inkl. Monolabels der Hersteller und D2C-Online. Teilweise werden auf größerer Verkaufsfläche Ergänzungssortimente wie Accessoires angeboten.

Bekleidungs-Fachhandel

Händler und Filialisten der Fashionbranche wie H&M oder Zara, sowie vor allem auch sog. Platzhirsche, welche Schuhe eher als Ergänzungssortiment anbieten, um vollständige Outfits anbieten zu können.

Sport-Fachhandel

Händler, die neben Sportartikeln ebenso Schuhe anbieten. Oftmals handelt es sich um Sport- oder Outdoorschuhe, aber auch Sneaker im Rahmen des Angebotes „sportlicher Mode / Sportstyle“.

Kauf-/Warenhäuser

Eine große Bandbreite an Produkten aus vielen Bereichen auf einer großen Verkaufsfläche. Aufgrund der frequenzstarken Innenstadtlage handelt es sich um eine wichtige Vertriebsform, welche jedoch seit Jahren von der schwierigen Situation bei Galeria Karstadt-Kaufhof geprägt ist.

Versender

Die geschäftliche Basis liegt im Katalogversand.

Internet-Pure-Player

Der Ursprung dieser Vertriebsform befindet sich im Internethandel. Das Wachstum des Onlinehandels begünstigt seit Jahren die steigende Bedeutung von Pure-Playern wie Amazon oder Zalando.

SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte

Großflächige Einzelhandelsbetriebe, geprägt von eher niedrigeren Preisen oder Aktionsware in Form der Selbstbedienung.

Discounter

Zeichnen sich durch ein Niedrigpreissortiment aus und bieten überwiegend Lebensmittel an. Schuhe werden hier eher als Aktionsware angeboten.

Sonstige Anbieter

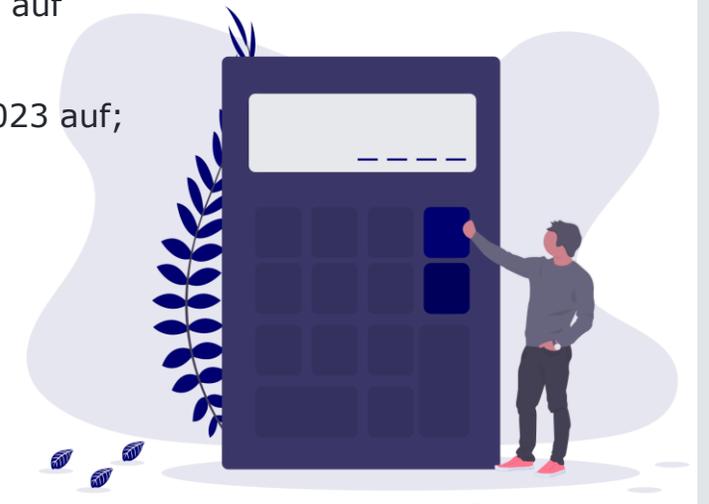
Hierzu zählen Tchibo, Cash & Carry, der Direktvertrieb in Factory-Outlets, der ambulante Handel auf Märkten u.a.

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 Außenhandelssaldo 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 Außenhandelssaldo (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 2017 bis in das Jahr 2023 auf; der Prognosezeitraum erstreckt sich bis in das Jahr 2028.

Die ausgewiesenen Marktvolumina der Warengruppen und Vertriebswege verstehen sich als nominale Größe, sprich zu jeweiligen Preisen inkl. MwSt.



CE/Elektro

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



Freizeit & Hobby

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



FMCG

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



Fashion & Accessoires

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



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



Konsumgütermärkte IFH KÖLN



DETAILDATEN ZU MARKT, ONLINE UND
DISTRIBUTION BIS AUF
WARENGRUPPENEbene MÖGLICH

Health & Wellness

- Augenoptik
- Hörgeräte
- Sanitätswaren



Office

- Büromöbel
- PBS-Artikel



Wohnen & Einrichten

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



Besuchen Sie unseren Shop und profitieren von kompakten Daten, Tabellen und Grafiken zu Warengruppen und Konsumgütermärkten!

Vesta Grell
+49 (0) 221 943607-68
v.grell@ifhkoeln.de



KATEGORIE: MARKT- UND DISTRIBUTIONSDATEN



Markt- und
Distributionsdaten
Büromöbel

490.00 €



Markt- und
Distributionsdaten Textilie
Bodenbeläge

490.00 €



Markt- und
Distributionsdaten Gardinen
& Dekos

490.00 €



Markt- und
Distributionsdaten
Sportartikel

490.00 €



Markt- und
Distributionsdaten
Spielzeug

490.00 €



Markt- und
Distributionsdaten
Kinderbekleidung

490.00 €



Markt- und
Distributionsdaten
Herrenbekleidung

490.00 €



Markt- und
Distributionsdaten
Damenbekleidung

490.00 €

**JETZT SHOP BESUCHEN:
HIER KLICKEN!**



Markt- und
Distributionsdaten
Schmuck

490.00 €



Markt- und
Distributionsdaten Uhren

490.00 €



Markt- und
Distributionsdaten
Bettwaren

490.00 €



Markt- und
Distributionsdaten
Food

ab 250,00 €



Markt- und
Distributionsdaten
Drogeriewaren

ab 250,00 €



Markt- und
Distributionsdaten Garten-|
Balkonmöbel

490.00 €



Markt- und
Distributionsdaten
Innenausbau|Trockenbau

490.00 €



Markt- und
Distributionsdaten
Werkzeuge|Maschinen

490,00 €

Handelsanalyse

Die Informationsplattform für
Konsumgütermärkte und Handel

www.handelsanalyse.de
informiert sie umfassend über

8 Geschäftsfelder

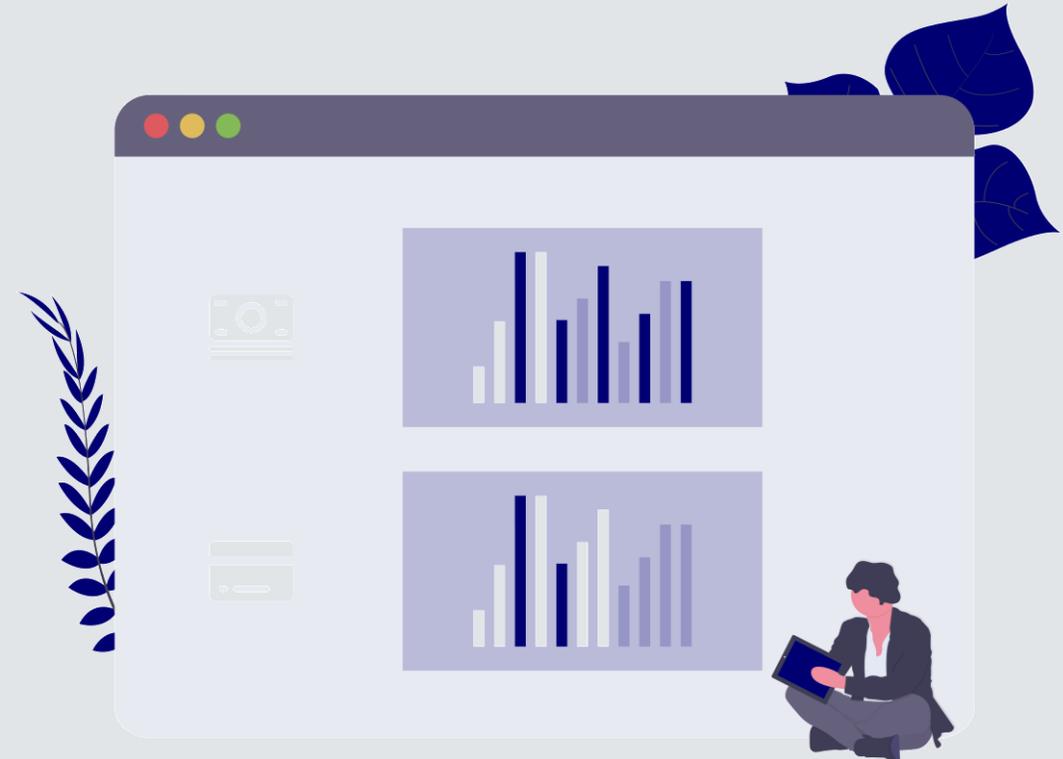
(z.B. Home & Interior, Fashion, FMCG, Office
Equipment, CE & Elektro usw.)

50 Konsumgütermärkte

(Herrenbekleidung, Bauelemente, Büromöbel,
Sport, Heimtextilien usw.)

500 Warengruppen

(von A wie alkoholfreie Getränke
bis zu Z wie Zement)



Besuchen Sie unseren Shop, um sich über unsere aktuellen Publikationen zu informieren:

Vesta Grell
+49 (0) 221 943607-68
v.grell@ifhkoeln.de



<https://www.ifhkoeln.de/shop/>

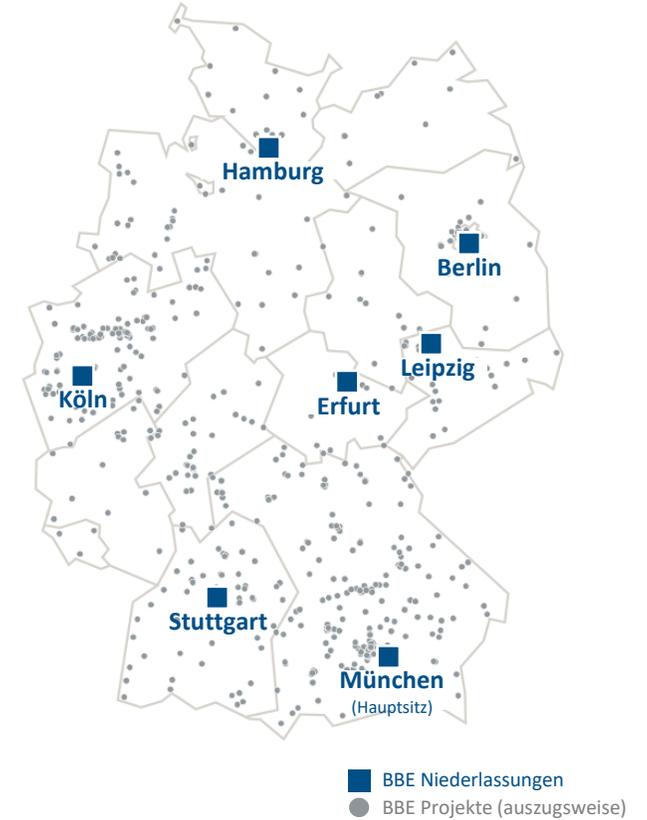
Über die Studie:

IFH Köln und BBE Handelsberatung haben gemeinsam einen Blick in die kurzfristige Zukunft 2022 und 2023 gewagt. Anhand der Datenbasis des Brancheninformationssystems des IFH Köln, das mehr als 50 Konsumgütermärkte in diesem Fall zu neun Branchen subsummiert, wird auf der Grundlage der retrospektiven Markt- und Preisentwicklung, der Warengruppen- und Distributionsentwicklung ein Korridor der zukünftigen Branchenentwicklung 2022 & 2023 aufgespannt. Einbezogen werden wesentliche volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen, Branchenspezifika und ein aktueller Blick auf das Konsumentenverhalten.

Die Studie „Konsumgütermärkte“ umfasst 90 Seiten mit kommentierten Abbildungen. Sie ist zum Preis von 850,- € zzgl. MwSt. in unserem Shop erhältlich.

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, 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
- Auswirkungsanalysen
- Filialnetzoptimierung

Immobilienberatung

- Ankaufsprüfungen, Due Diligence
- Portfolioanalyse

Kommunalberatung

- Einzelhandels- und Zentrenkonzepte
- Innenstadt- und Quartiersentwicklung



elaboratum

Cross-Channel

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



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 7 - 68

www.ifhkoeln.de | www.ecckoeln.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.

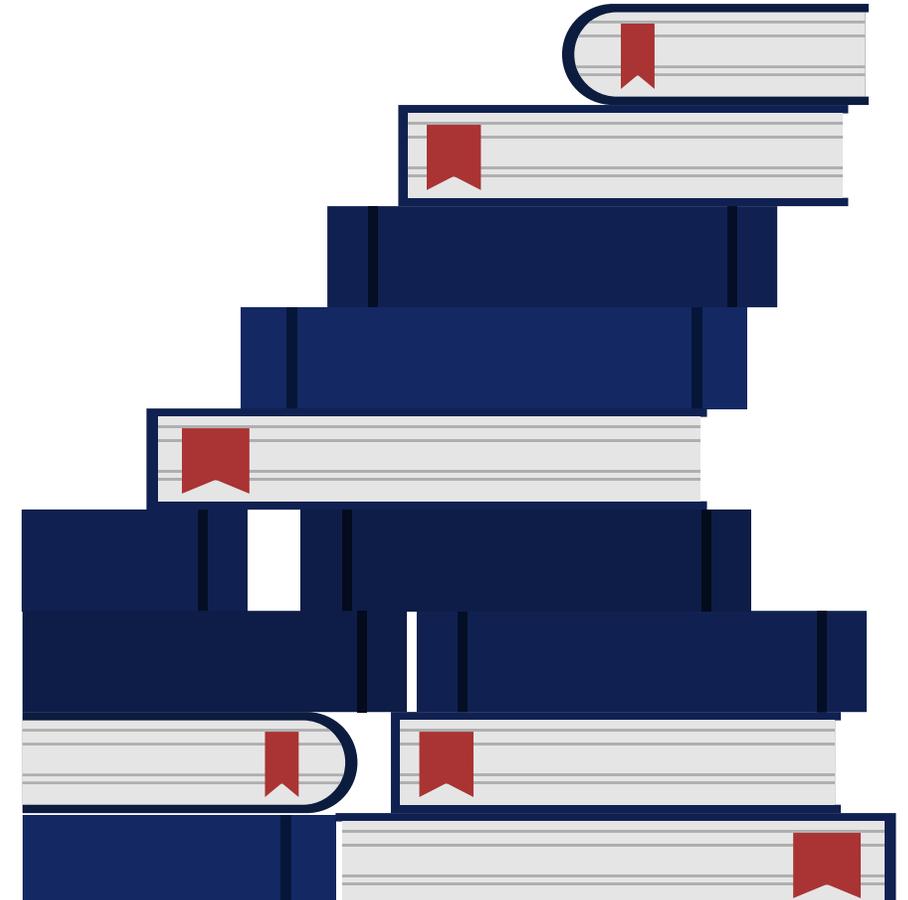
Bildquellen: freepik.com, undraw.co

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



HABEN SIE FRAGEN? WIR FREUEN UNS ÜBER IHRE KONTAKTAUFNAHME!



Hansjürgen Heinick

Senior Consultant

h.heinick@ifhkoeln.de



Carina Stäbisch

Projektmanagerin

c.staebisch@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)