



# PRESSEMITTEILUNG

## Pressekontakt:

IFH Köln  
Christina Bunkenberg  
Unternehmenskommunikation

+49 (0) 221 94 36 07-92  
[presse@ifhkoeln.de](mailto:presse@ifhkoeln.de)  
[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

## Schuhmarkt: Preiswettbewerb verhindert weiteres Wachstum

*Neue Studie des IFH Köln und der BBE Handelsberatung nimmt den Schuhmarkt detailliert in den Blick und zeigt: Druck kommt von vielen Seiten. 2018 konnte das Marktvolumen erstmals seit einigen Jahren nicht zulegen.*

**Köln, 17. Juli 2019** – Der deutsche Schuhmarkt steht unter Druck. Nachdem der Markt in den vergangenen Jahren zwar gering, aber kontinuierlich wachsen konnte, musste er 2018 einen Dämpfer hinnehmen. Das Marktvolumen ging leicht auf insgesamt 9,7 Milliarden Euro zurück. Die Gründe sind vielfältig. Während sich auf der einen Seite die ungewöhnlichen Wetterverhältnisse des vergangenen Jahres auch auf den Schuhmarkt ausgewirkt haben, kommen auf der anderen Seite Überangebot und Preiswettbewerb hinzu.

*„KonsumentInnen haben im vergangenen Jahr zwar nicht oder nur kaum weniger Schuhe gekauft, dafür aber zu niedrigeren Preisen“, erklärt Marktexperte Hansjürgen Heinick vom IFH Köln einen Grund für den Umsatzrückgang.*

### Sortimente: Wachstum nur bei Sport- und Freizeitschuhen

Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate des deutschen Schuhmarktes liegt seit 2012 bei 0,7 Prozent. Wie in den vergangenen Jahren, zeigen vor allem Sneaker eine dynamische Entwicklung. Diese sind mittlerweile zum Alltagsschuh geworden – und das nicht nur für die Freizeit. Im Vergleich zu 2012 hat sich der Umsatz mit Sneaker mehr als verdoppelt und erreicht 2018 fast zwei Milliarden Euro. Verantwortlich hierfür sind – wie in den übrigen Schuhsortimenten auch – vor allem weibliche Kundinnen. Neben Sneakern verhelfen diese auch Freizeitschuhen mit textiler Oberfläche wie zum Beispiel Espadrilles zu Wachstum. Damen-, Herren- und Kinderschuhe müssen hingegen insgesamt über die vergangenen sechs Jahre hinweg Verluste einstecken.

### Fachhandel weiter unter Druck

Der weiter zunehmende E-Commerce setzt den stationären Handel und damit vor allem den traditionellen Fachhandel unter Druck. Hinzu kommt die rückläufige Besucherfrequenz in den Innenstädten, die das Ausscheiden einzelbetrieblicher Schuhfachhändler aus dem Markt beschleunigt. Doch nicht nur der Onlinehandel macht es dem Fachhandel schwer: Sport- und Bekleidungsfachhändler können beim Schuhverkauf kontinuierlich an Bedeutung gewinnen und die Hersteller bauen ihre Onlineaktivitäten vor allem über die steigende Marktplatzpräsenz weiter aus.

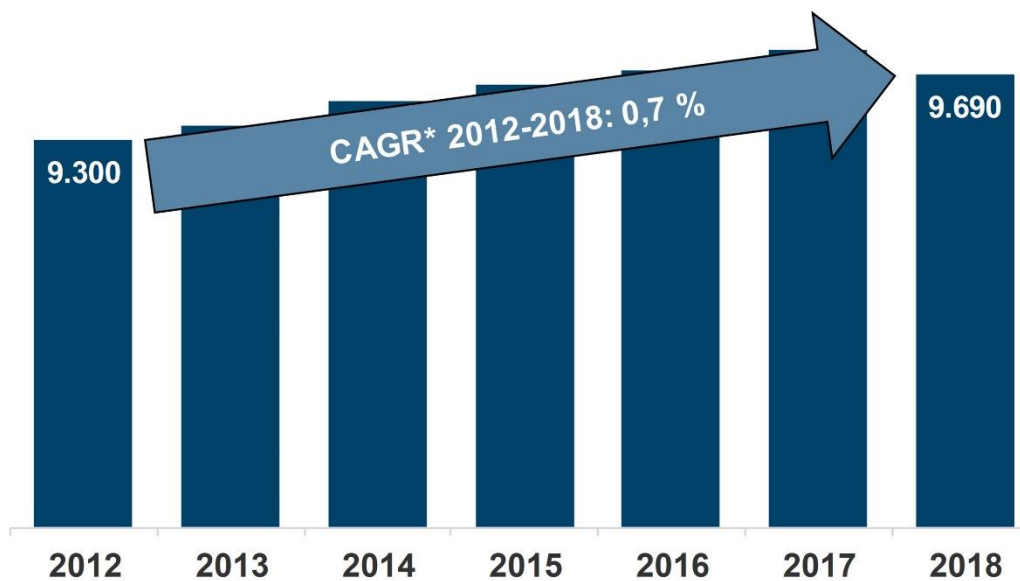
*„Der Schuhhandel muss attraktiver werden. Ein emotionales Produkt wie Schuhe erfordert ein kaufstimulierendes Umfeld, da tut sich das traditionelle Schuhgeschäft oft schwer“, so Peter Frank, Senior Consultant bei der BBE Handelsberatung.*

## Nachhaltigkeit wird immer wichtiger

Auch in der Schuhbranche legt die Nachfrage nach umweltfreundlich und fair produzierten Produkten zu. Bei über der Hälfte der Verbraucher spielt Nachhaltigkeit beim Kauf von Schuhen eine Rolle. Vor allem sogenannte Millennials und Baby Boomer sind diesbezüglich besonders aufmerksam.

*„Die steigende Sensibilität für Nachhaltigkeitsaspekte und Produktionsbedingungen auf Seiten der KonsumentInnen wird auch im Schuhmarkt spürbar. Für Hersteller ergeben sich hieraus Wachstumspotenziale“, so Hansjürgen Heinick.*

## Schuhe – Marktvolumen 2012 und 2018 in Mio. Euro



Quelle: IFH Köln, Branchenfokus Schuhe 2019 | \*Compound Annual Growth Rate - durchschnittliches jährliches Wachstum

*Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.*

Wörter der Meldung: 417

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.130

## Über die Studie

Der „Branchenfokus Schuhe“, Jahrgang 2019 des IFH Köln in Kooperation mit der BBE Handelsberatung liefert folgende Daten:

- Marktvolumen auf Endverbraucherebene 2012 bis 2018
- 5 Haupt-/22 Teil-Warengruppen – Entwicklung, Wachstumstreiber
- Sneakers & Co. – Kunden-/Trendorientierte Segmentierung
- Aktuelle Verbraucheraspekte
- Produktion und Außenhandel
- Vertriebswegeprofile, Vertriebsstrukturen 2012 bis 2018
- 11 Vertriebsformate – Entwicklung und Wachstumstreiber
- Onlinehandel – Entwicklung, Anteile, Online-Vertriebswege

- Prognosen: Markt- und Vertriebswegeentwicklung bis 2023

Die Studie kann über den [IFH-Shop](#) bestellt werden.

### **Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter**

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH Köln einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digital-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel.

Weitere Informationen unter [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

### **Über die BBE Handelsberatung**

Die BBE Handelsberatung mit ihrem Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Köln, Leipzig und Erfurt berät seit mehr als 60 Jahren Handelsunternehmen aller Betriebsgrößen und Betriebsformen, Einkaufskooperationen, Verbundgruppen und die Konsumgüterindustrie sowie die Immobilienwirtschaft und Kommunen. Im Verbund mit IPH Handelsimmobilien und elaboratum New Commerce Consulting reicht das Beratungsportfolio der über 150 Branchen-, Standort-, E-Commerce- und Immobilien-Experten von Strategieentwicklung, Markt- und Standortanalysen, Image- und Kundenforschung bis hin zu Projektentwicklung und Centermanagement. Analyse- und Prognosemethoden werden kontinuierlich optimiert, Wissenschaft und Praxis verzahnt, um auf diese Weise kompetent Handlungsempfehlungen geben zu können.