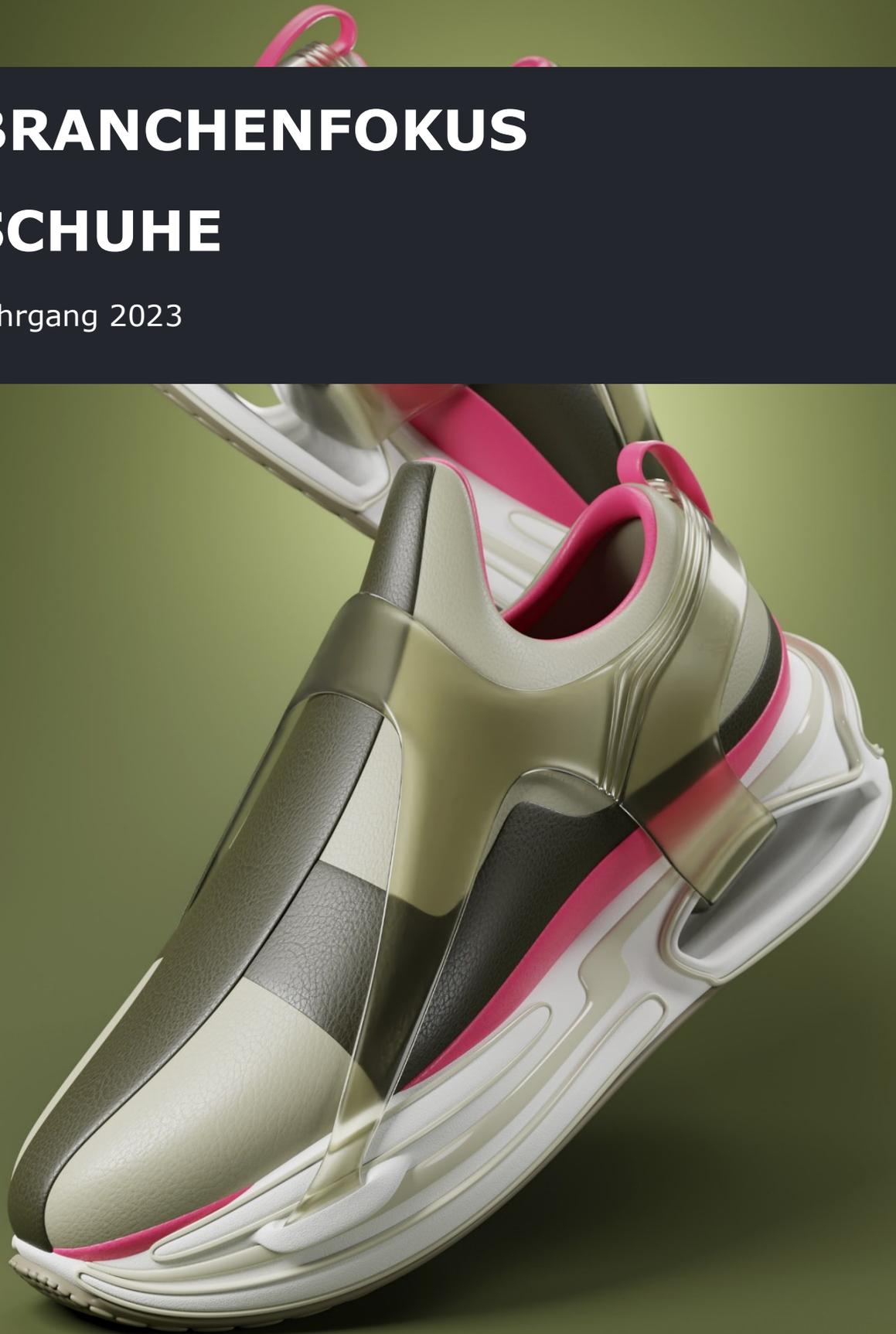


# BRANCHENFOKUS

## SCHUHE

Jahrgang 2023



# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Management Summary</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Schuhe - Marktdaten 2016-2023</b>	<b>7</b>
	2.1 Gesamtmarktentwicklung	7
	2.2 Betrachtung der Warengruppen	10
	2.3 Sneaker	14
<b>3</b>	<b>Vertriebsstruktur 2016-2023</b>	<b>17</b>
	3.1 Stationärer Handel	17
	3.2 Onlinehandel	21
<b>4</b>	<b>Nachhaltigkeit</b>	<b>24</b>
	4.1 Second-Hand	24
	4.2 Reparaturservice	26
	4.2 Sneaker vs. Nachhaltigkeit	27
<b>5</b>	<b>Der Handel im Wandel</b>	<b>30</b>
	5.1 Einkaufsverhalten in Zeiten von Inflation	31
	5.2 Best Practice Anbieterbeispiele	36
<b>6</b>	<b>Marktprognosen 2023-2027</b>	<b>39</b>
<b>7</b>	<b>Anhang (Methodik, Abbildungsverzeichnis)</b>	<b>46</b>

# 01

## MANAGEMENT SUMMARY



## 1 MANAGEMENT SUMMARY

Nach den von Pandemie und Ukrainekrieg geprägten Jahren kann der Modehandel 2022 vom Nachholeffekt profitieren. Dies zeigt sich auch im Schuhmarkt mit einem Plus von 10,3% (2022). Dennoch muss man davon ausgehen, dass die Nachholeffekte nachlassen werden und dieses hohe Plus nicht dauerhaft anhalten wird. Das Jahr 2023 stellt den Handel durch die Inflation und dadurch bedingte Preissteigerungen in sämtlichen Branchen vor neue Herausforderungen. Besonders die höheren Preise für Produkte des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel, Gas, Benzin, können für reduzierte Konsumausgaben in anderen Bereichen wie Fashion führen. Das Frühjahr 2023 sorgt dann auch noch mit kühlerem und nasserem Wetter sowie anhaltenden Einstelligen Temperaturen dafür, dass neue (Frühjahrs- und Sommer-) Kollektionen vorerst nicht benötigt werden. Gleichzeitig ist der Modehandel geprägt von Insolvenzen. Insgesamt wurden allein von Januar bis März 2023 27 Insolvenzverfahren in diesem Bereich beantragt<sup>1</sup>. Dies betrifft besonders auch den Schuhmarkt mit u.a. Reno, Schuhkay 1882 oder Shoepassion. Hinzu kommen weitere Händler wie Görtz, die nach Investoren suchen, um das Geschäft aufrecht zu erhalten. Sneakeranbieter dagegen können aktuell von vielen Verkäufen profitieren. Der Sneaker hat gegenüber anderen Modellen einen Vorteil, denn dieser kann zu jeder Jahreszeit und mittlerweile auch zu jedem Anlass getragen werden.

Zudem bewegt ein Thema schon seit Jahren die Märkte: Wie können Geschäfte erlebnisreich gestaltet werden, um Frequenzen zu erhöhen? Besonders Sneakeranbieter sind hier Vorreiter und setzen mit vielfältigen Angeboten den klassischen Fachhandel unter Druck. Nun kommen auch noch Hersteller dazu, die ihre Wholesale-Partner aussortieren, sofern diese zu wenig Kompetenz und Erlebnis anbieten. So gab On Running zuletzt bekannt, dass Partner, deren Vertriebsstrategie nicht mit dem „Active Lifestyle“ vereint werden kann, aussortiert werden. Mit On Running verlieren viele Händler eine sehr wichtige Marke, die seit Jahren und besonders 2022 ein hohes Wachstum erreichte. Umso wichtiger ist es, sich nicht nur auf gute Marken zu verlassen, sondern verbraucherrelevante Themen wie erlebnisreiches Einkaufen oder auch das seit Jahren steigende Thema Nachhaltigkeit in das Konzept zu integrieren. Apropos Nachhaltigkeit: wie lassen sich für den Schuhmarkt Konzepte integrieren und wie nachhaltig ist überhaupt der Sneaker?

Carina Stäbisch, Hansjürgen Heinick

---

<sup>1</sup> Textilwirtschaft online, April 2023

## 7.2 ABBILDUNGSVERZEICHNIS

ABBILDUNG 1: GESAMTMARKTVOLUMEN FASHION & ACCESSOIRES 2016-2023 IN MIO. EURO, P=PROGNOSE .....	7	ABBILDUNG 18: HÄUFIGKEIT VON STATIONÄREN GESCHÄFTSBESUCHEN 2021-2021.....	31
ABBILDUNG 2: GESAMTMARKTVOLUMEN IM SCHUHMARKT 2016-2023 IN DREI VARIANTEN IN MIO. EURO, P=PROGNOSE .....	8	ABBILDUNG 19: PREIS- UND MARKENVERHALTEN SEITENS DER KONSUMIERENDEN JE BEREICH .....	32
ABBILDUNG 3: VERGLEICH DER EINFUHR-, ERZEUGER-, GROSßHANDELS- UND VERBRAUCHERPREISE FÜR SCHUHE (INDEX) 2016 BIS 2023 (APR) 9		ABBILDUNG 20: HÄUFIGKEIT VON EINKÄUFEN IM BEREICH BEKLEIDUNG/SCHUHE 2022 UND 2023 ..	33
ABBILDUNG 4: INSOLVENZANTRÄGE DES MODEHANDELS IM JEWEILS ERSTEN QUARTAL DER JAHRE 2019-2023 .....	10	ABBILDUNG 21: BEVORZUGTE EINKAUFSSTÄTTEN IM JAHR 2022 NACH ALTERSGRUPPE .....	35
ABBILDUNG 5: ANTEILE DER SCHUHSEGMENTE AM GESAMTMARKT 2022 IN % .....	11	ABBILDUNG 22: ERLÄUTERUNG ZU DEN VARIANTEN VON EINFLUSSFAKTOREN AUF DAS KONSUMVERHALTEN.....	39
ABBILDUNG 6: MARKTVOLUMEN DER EINZELNEN WARENGRUPPEN DES SCHUHMARKTS 2016 BIS 2022 IN MIO. EURO .....	13	ABBILDUNG 23: GESAMTMARKTVOLUMEN IM SCHUHMARKT IN MIO. EURO 2022-2027 – ENTWICKLUNGSKORRIDOR IN DREI VARIANTEN, P=PROGNOSE .....	40
ABBILDUNG 7: GESAMTMARKTVOLUMEN SNEAKER 2016-2023 IN MIO. EURO, H=HOCHRECHNUNG	14	ABBILDUNG 24: GESAMTMARKTVOLUMEN IM SCHUHMARKT IN MIO. EURO 2022-2027 IN DER MITTLEREN VARIANTE, P=PROGNOSE .....	40
ABBILDUNG 8: JÄHRLICHE WACHSTUMSRATE VON SPORTBEKLEIDUNG DER JAHRE 2013-2019 UND 2019-2022 IN %.....	15	ABBILDUNG 25: ANTEILE DER VERTRIEBSFORMEN IM SCHUHHANDEL 2022-2027 IN %, P=PROGNOSE .....	41
ABBILDUNG 9: ANTEIL DER VERTRIEBSFORMATE IM SCHUHMARKT 2016-2023 (P) IN %, P=PROGNOSE .....	19	ABBILDUNG 26: UMSATZVOLUMEN DER VERTRIEBSFORMEN IM SCHUHHANDEL 2022-2027 IN MIO. EURO, P=PROGNOSE.....	42
ABBILDUNG 10: UMSATZVOLUMEN DER VERTRIEBSFORMATE IM SCHUHMARKT 2016-2023(P) IN MIO. EURO, P=PROGNOSE .....	20	ABBILDUNG 27: UMSATZVOLUMEN DES ONLINEHANDELS IM SCHUHMARKT 2022-2027 IN MIO. EURO, P=PROGNOSE .....	42
ABBILDUNG 11: UMSATZVOLUMEN DES ONLINEHANDELS IM SCHUHMARKT 2016-2023 IN MIO. EURO, P=PROGNOSE .....	22	ABBILDUNG 28: ONLINEANTEIL AM SCHUHMARKT 2022-2027 IN %, P=PROGNOSE .....	43
ABBILDUNG 12: ONLINEANTEIL AM SCHUHMARKT 2016-2023 IN %, P=PROGNOSE .....	22		
ABBILDUNG 13: UMSATZ MIT SECOND-HAND-ARTIKELN 2019-2022 IN MIO. EURO.....	24		
ABBILDUNG 14: GRÜNDE FÜR DEN SECOND-HAND-EINKAUF .....	25		
ABBILDUNG 15: GENUTZTE KAUFORTE FÜR SECOND-HAND-EINKÄUFE.....	25		
ABBILDUNG 16: BEFRAGUNG ZU VORSTELLBAREN OPTIONEN VON SCHUHEN .....	26		
ABBILDUNG 17: AUS WELCHEM GRUND WERDEN SNEAKER ENTSORGT? .....	27		

# IMPRESSUM

## HERAUSGEBER

### **IFH Köln 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**

Carina Stäbisch

IFH KÖLN

Telefon +49(0)221 943607-38

[c.staebisch@ifhkoeln.de](mailto:c.staebisch@ifhkoeln.de)

Hansjürgen Heinick

IFH Köln

Telefon +49(0)221 943607-37

[h.heinick@ifhkoeln.de](mailto: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 Köln GmbH**. Dieses Projekt wurde nach bestem Wissen und Gewissen, mit aller gebotenen Sorgfalt, jedoch ohne Gewähr erstellt.

## BBE HANDELSBERATUNG: 68 JAHRE EXZELLENZ IM HANDEL

### 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
- **Gründungsjahr** 1952
- **Geschäftsführung** Dr. Johannes Berentzen
- **Mehr unter:** <https://www.bbe.de/>
- **Standorte:** München, Hamburg, Berlin, Köln, Leipzig und Erfurt

## LEISTUNGEN IM VERBUND

Über 170 Retail-ExpertInnen bieten umfassende Beratungsleistungen für den Einzelhandel

**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

transparenz themas

**2022** Beste Unternehmensberater

## **IFH KÖLN - WER WIR SIND**

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte 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 Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

**#verstehen #planen #machen #teilen**



