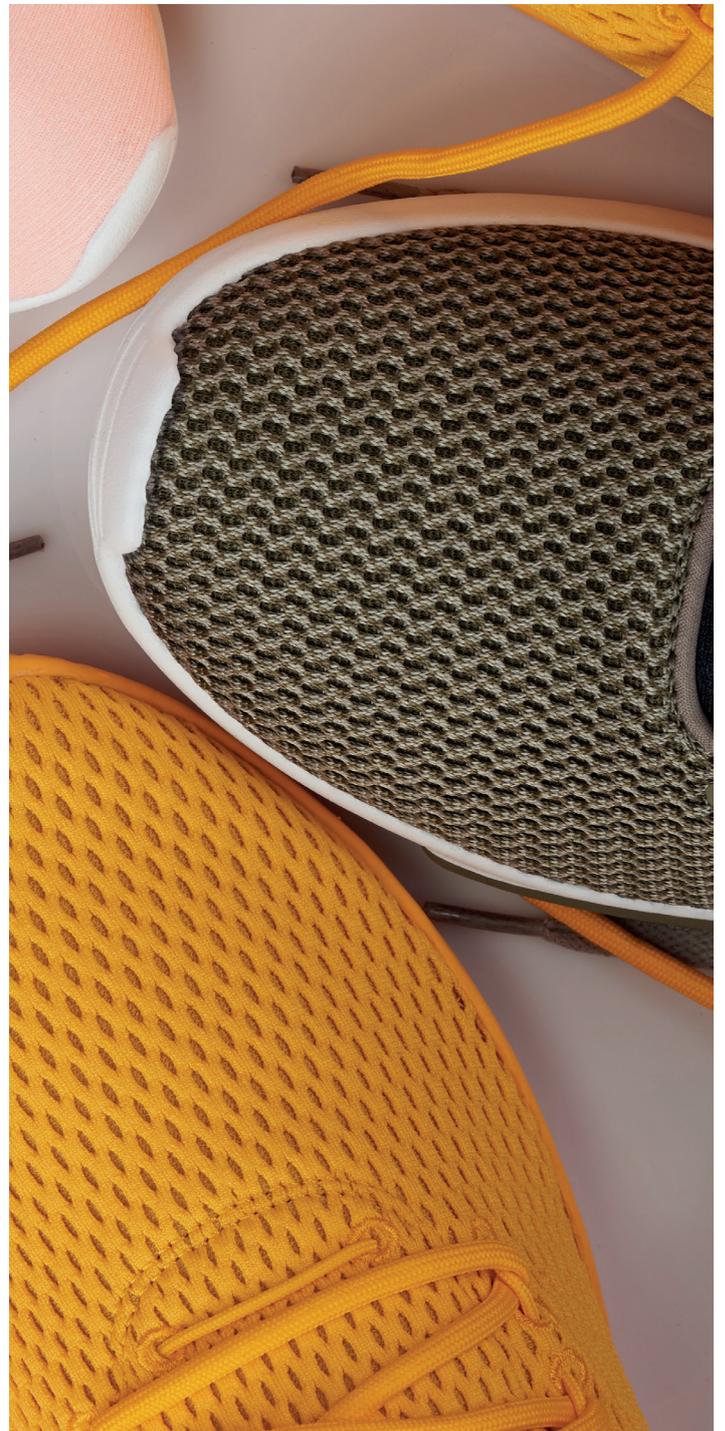
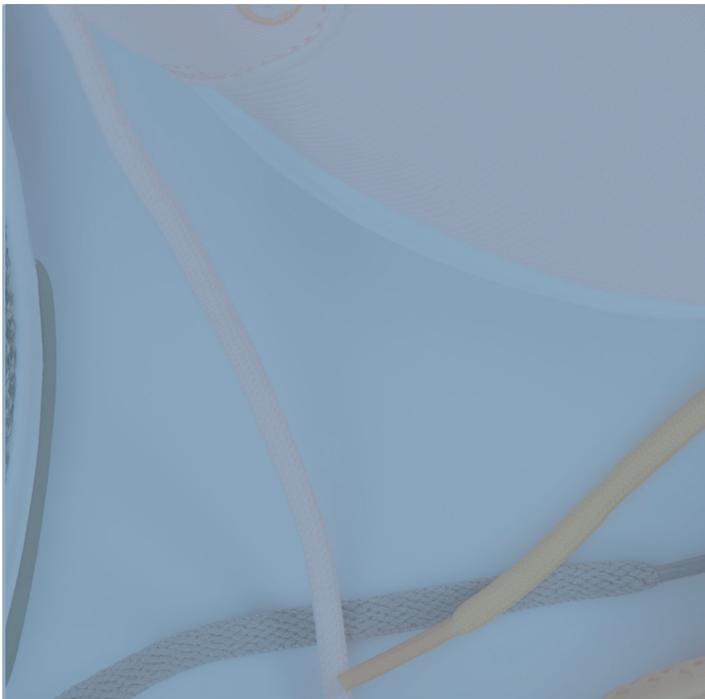


BRANCHENFOKUS SCHUHE

JAHRGANG 2019



LOUISE TROCMÉ
HANSJÜRGEN HEINICK

EINE GEMEINSCHAFTSSTUDIE VON IFH KÖLN
UND BBE HANDELSBERATUNG GMBH

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
Briener Str. 45 / D-80333 München
Telefon +49(0)89 55118-145
Telefax +49(0)89 55118-153
info@bbe.de
www.bbe.de

KONTAKT

Louise Trocmé
Telefon +49(0)221 943607-68
l.trocmé@ifhkoeln.de

Hansjürgen Heinick
Telefon +49(0)221 943607-37
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.

Bildquelle: AdobeStock | ©PixieMe

Eine Gemeinschaftsstudie von IFH Köln GmbH und BBE Handelsberatung GmbH

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis	I
Übersichtenverzeichnis	II
Vorbemerkung	1
Erhebungs-Methodik und Berechnung	2
Kapitel I Schuhe in Deutschland 2012-2018	4
A Entwicklung des Schuhmarktes insgesamt	4
B Marktvolumina der Schuhsegmente	6
• <i>Damenschuhe</i>	6
• <i>Herrenschuhe</i>	6
• <i>Kinderschuhe</i>	6
• <i>Sportschuhe</i>	6
• <i>Weitere Segmente</i>	6
D Gewinner- und Verlierer-Segmente	13
E Durchschnittspreise nach Segmenten im Überblick	16
F Pro-Kopf-Verbrauch und -Ausgaben nach Segmenten	18
G Produktion und Außenhandel	23
Kapitel II Kunden-/Trendorientierte Segmentierung	26
A Sneakers	26
1 Marktvolumen 2012-2018	26
2 Vertriebswege 2018	28
B Slippers, Ballerinas, Pumps und Co. bei Damen, Herren und Kindern	29
Kapitel III Schuhe im Handel 2012-2018	33
A Schuhfachhandel	34
1 Anteile der Vertriebsformen und Kurzprofile	34

2	Entwicklung der Betriebsanzahl und Umsatz- Größenklassenverteilung im Schuhfachhandel.....	38
B	Übriger Handel mit Schuhen – Anteile der Vertriebsformen und Kurzprofile	40
D	Vertriebswege im Überblick	44
E	Onlinehandel mit Schuhen – Umsatz und Vertriebswege	47
Kapitel IV	Aktuelle Verbraucheraspekte.....	51
A	Nachhaltigkeit	51
B	Soziale Netzwerke und Influencer Marketing	55
C	Personalisierung	57
Kapitel V	Schuhmarkt 2023.....	58
A	Markt und Rahmenbedingungen	58
1	Marktvolumen-Korridor Schuhe 2023.....	58
2	Bevölkerung und Altersstruktur.....	59
3	Konjunktur und Konsumausgaben	61
4	Preisentwicklungen – Importpreise, Preisniveaus, Durchschnittspreise	63
B	Schuhe im Handel 2023.....	65
1	Marktanteile der Vertriebswege	65
2	Schuhe Online	68
Kapitel VI	Schuhmarkt Europa – EU 28 Länder im Überblick.....	70

Übersichtenverzeichnis

	Seite
Übersicht 1: Schuhe (gesamt) – Marktentwicklung 2012-2018 in Mio. Euro	4
Übersicht 2: Schuhe (gesamt) – Entwicklungs-Vergleich: Absatzmenge, Durchschnittspreis, Marktvolumen 2012-2018 (Index)	5
Übersicht 3: Schuhe gesamt – Anteile der Hauptsegmente am Wertvolumen und am Mengenvolumen 2012 und 2018 – in %	8
Übersicht 4: Das Marktvolumen für Schuhe insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2012 bis 2018 (in Mio. Euro zu EVP)	11
Übersicht 5: Anteile der Schuhsegmente am Marktvolumen (Wert) 2012-2018 in % im Überblick	12
Übersicht 6: Gewinner und Verlierersegmente – Umsatzveränderung CAGR 2012-2018 in %	14
Übersicht 7: Gewinner und Verlierersegmente – Mengenveränderung CAGR 2012-2018 in %	15
Übersicht 8: Durchschnittspreise für Schuhe gesamt und Teilmärkte 2012-2018 in Euro	17
Übersicht 9: Durchschnittlicher Pro-Kopf-Konsum (Menge/Paar) von Schuhen 2012-2018 gesamt und nach Teilsegmenten	19
Übersicht 10: Durchschnittliche Pro-Kopf-Ausgaben (Euro) für Schuhe 2012-2018 gesamt und nach Teilsegmenten	20
Übersicht 11: Durchschnittlicher Pro-Kopf-Konsum (Menge/Paar) von Schuhen 2012-2018 gesamt und nach Teilsegmenten – Bezug auf die Gesamtbevölkerung	21
Übersicht 12: Durchschnittliche Pro-Kopf-Ausgaben (Euro) für Schuhe 2012-2018 gesamt und nach Teilsegmenten – Bezug auf die Gesamtbevölkerung	22
Übersicht 13: Herstellung von Schuhen in Deutschland – Anzahl Betriebe, Umsatz 2012-2018	23
Übersicht 14: Ein- und Ausfuhren "Schuhe" in Deutschland 2012-2018 in Mio. Euro	24
Übersicht 15: Deutsche Schuhhersteller (Auswahl)	25
Übersicht 16: Marktvolumen Sneakers in Mio. Euro und Veränderung zum Vorjahr 2012-2018 in %	26

Übersicht 17: Entwicklung des Sneaker-Anteils am Marktvolumen Schuhe 2012-2018 in %	27
Übersicht 18: Anteile Damen-, Herren-, Kinder-Sneakers am gesamten Sneaker-Marktvolumen in %	27
Übersicht 19: Anteile der Vertriebswege am Marktvolumen Sneaker 2018 in %	28
Übersicht 20: Marktvolumen der kunden-/trendorientierten Schuhsegmente 2012 und 2018 in Mio. Euro	29
Übersicht 21: Anteile Damen-, Herren-, Kinderschuhe am Schuhmarkt gesamt in %	30
Übersicht 22: Marktvolumen der kunden-/trendorientierten Schuhsegmente nach Damen, Herren, Kinder – 2018 in Mio. Euro	30
Übersicht 23: Anteile nach neuer Segmentierung in %	31
Übersicht 24: Marktvolumen 2018 nach neuer Segmentierung in Mio. Euro – Matrix	32
Übersicht 25: Anteil des Schuhfachhandels am Marktvolumen Schuhe 2012 und 2018 in %	33
Übersicht 26: Anteil der Filialisten, Monolabel-Stores, einzelbetr. Fachhandel des Schuhfachhandels am Marktvolumen Schuhe 2012-2018 in %	35
Übersicht 27: Top Schuh-Filialisten in Deutschland nach Anzahl der Filialen, inklusive in Partnerschaft geführte Monolabel-Stores bzw. Shop flächen	36
Übersicht 28: deutsche Schuhhandelsbetriebe 2012 bis 2018	38
Übersicht 29: Schuheinzelhandel nach Größenklassen 2017/2012	39
Übersicht 30: Anteil Bekleidungshandel, Sportfachhandel, Warenhäuser, Versender, Internet-Pure-Player, LEH, Sonstige am Marktvolumen Schuhe 2012-2018 in %	40
Übersicht 31: Anteile der Vertriebswege am Marktvolumen Schuhe 2012-2018 in %	44
Übersicht 32: Gewinner/Verlierer: Marktanteile der Vertriebswege 2018 gegenüber 2012 – Veränderung in %-Punkten	45
Übersicht 33: Umsatz der einzelnen Vertriebswege mit Schuhen 2012-2018 in Mio. Euro	46

Übersicht 34: Marktvolumen Schuhe im Onlinehandel – 2012-2018 in Mio. Euro und Anteil am Gesamtmarkt in %	47
Übersicht 35: Anteil Onlinehandel am Gesamtmarkt Schuhe – 2012-2018 in %	48
Übersicht 36: Schuhe Online: Anteile der Vertriebsformen am Onlinehandel 2012-2018 in %*	48
Übersicht 37: Beachtung des ökologischen Engagements eines Unternehmens bei Kauf von Produkten nach Altersgruppe (%)	51
Übersicht 38: Kaufbereitschaft ökologischer bzw. fair-produzierter Produkte nach Altersgruppe (%)	52
Übersicht 39: Nicht-Einhaltung des Shopping-Budgets nach Altersgruppe (Index 100)	53
Übersicht 40: Beachtung des ökologischen Engagements eines Unternehmens bei Kauf von Produkten nach Geschlecht (%)	54
Übersicht 41: Nicht-Einhaltung des Shopping-Budgets nach Geschlecht (%)	54
Übersicht 42: „Ich weiß immer, was im Trend ist“ (Index 100)	55
Übersicht 43: Preis- und Markenbeachtung (Index 100)	56
Übersicht 44: Entwicklungskorridor Marktvolumen Schuhe 2012-2023 in Mio. Euro	58
Übersicht 45: Bevölkerung ab 14 Jahre nach Altersgruppen 2018 und 2023 in Mio. Personen	60
Übersicht 46: Entwicklungsvergleich: Private Konsumausgaben, Marktvolumen Schuhmarkt 2012-2018 und Trendlinien 2023 (Index)	63
Übersicht 47: Preisentwicklungen bei Schuhen im Vergleich – Importpreise, Preisniveaus EVP, Durchschnittspreise EVP, Marktvolumen 2012–2018 und Trendlinien 2019/2023 (Index)	64
Übersicht 48: Marktanteile der Vertriebswege am Marktvolumen Schuhe 2012/2018/2019/2023 in %	65
Übersicht 49: Schuhe Online – Marktvolumen und Marktanteil am Schuhmarkt gesamt 2012/2018/2019/2023 in % bzw. in Mio. Euro	68
Übersicht 50: Schuhe Online: Anteile der Vertriebsformen am Internethandel 2012/2018/2019/2023 in %	69
Übersicht 51: Europa – EU 28 Länder im Vergleich – Marktvolumen 2017	71
Übersicht 52: Europa – EU 28 Länder im Vergleich – Wachstumsdynamik der Länder auf Basis der Marktvolumenentwicklung 2013-2017	72