

Pressemitteilung

anlässlich der Pressekonferenz zur
Gallery Shoes am 11. März 2019 in Düsseldorf

Brigitte Wischnewski

Präsidentin
BDSE Handelsverband Schuhe, Köln

Chairwoman
Federation of the German Footwear Retail Trade,
Cologne

Pressemitteilung

BDSE Bundesverband des Deutschen Schuheinzelhandels (Köln)

Pressekonferenz zur Gallery SHOES am 11. März 2019

2018: Deutliches Umsatzminus

Der Schuheinzelhandel hat ein schwieriges Geschäftsjahr hinter sich. Über alle Vertriebswege und Betriebsformen hinweg gaben die Umsätze nach vorläufigen Berechnungen des BDSE um durchschnittlich 3 Prozent nach. Das Marktvolumen erreichte in 2018 insgesamt rund 11,5 Mrd. Euro. Die einzelnen Vertriebswege performten allerdings unterschiedlich.

Der stationäre Schuheinzelhandel musste im Jahr 2018 sogar ein Umsatzminus von etwa 4 Prozent hinnehmen. Nach BDSE-Erhebungen schlossen 73 Prozent der Schuhgeschäfte das vergangene Jahr mit einem Umsatzminus ab. Nur 20 Prozent konnten ihre Umsätze in 2018 steigern.

Der Saisonverlauf des Jahres 2018 zeigte erneut, dass die Schuhbranche stark von Witterungseinflüssen abhängt. Im ersten Halbjahr litt der Schuhhandel an einem schwachen Geschäft mit Übergangsschuhen, da der April bereits sommerliche Temperaturen brachte. Dies belebte zwar den Verkauf leichter Schuhe, die Übergangsware aber blieb in den Schuhregalen stehen. Im zweiten Halbjahr lief die Herbst-/Wintersaison sehr spät an, da der Hochsommer nicht weichen wollte. Die Kundenfrequenzen passten sich der Wetterlage an. Die Besucherzahlen gingen 2018 in den meisten Schuhgeschäften zurück. So melden fast 80 Prozent der vom BDSE befragten Schuhgeschäfte rückläufige Kundenfrequenzen für das abgelaufene Jahr.

Moderates Wachstum im Online-Vertrieb

Dagegen wächst nach wie vor – wenn auch moderat – der Online-Vertrieb. Der Versand- und Internet-Handel mit Schuhen dürfte im vergangenen Jahr ein Umsatzplus von 4 bis 5 Prozent erzielt haben. Damit hat sich das in früheren Jahren gut zweistellige Wachstum des Online-Handels im Schuhmarkt erheblich

abgeschwächt. Dennoch gelang es dem Online-Vertrieb auch im Jahr 2018 wieder, seine Position auszubauen. Sein Anteil am gesamten Schuhmarkt liegt derzeit bei etwa 21 Prozent. Gut jedes fünfte Paar Schuhe wird von den Kunden hierzulande folglich im Internet gekauft.

Diese Zahl enthält auch die Online-Umsätze jener Schuhhändler, die zwar im Schwerpunkt Ladengeschäfte führen, aber zusätzlichen einen Online-Vertriebskanal unterhalten. Denn mittlerweile sind nicht wenige stationäre Schuheinzelhändler zusätzlich zu ihrem stationären Kerngeschäft auch im Internet-Vertrieb aktiv. Gemäß einer aktuellen BDSE-Befragung hat rund die Hälfte der Schuhhandelsunternehmen einen eigenen Web-Shop oder eine Anbindung an einen Online-Marktplatz. Die Internet-Verkäufe des Multichannel-Schuhhandels, deren Wurzeln im stationären Business liegen, machen etwa ein knappes Viertel des gesamten Online-Umsatzes mit Schuhen aus. Wie Branchenerhebungen belegen, hatten 2018 die Multichannel-Anbieter im Schuhmarkt eine bessere Umsatzentwicklung als rein stationäre Händler. Letztere konnten die Umsatzverluste in ihren Ladenlokalen nicht über zusätzliche Internet-Verkäufe ausgleichen.

Niedrigere Roherträge

Angesichts des angespannten Geschäftsverlaufs, des intensiven Wettbewerbs und der meist unbefriedigenden Umsatzentwicklung mussten zahlreiche Schuhhändler stärker als im Vorjahr zum Rotstift greifen, damit die Ware abfloss. Dies belastete die Margen der Unternehmen. So berichten zwei Drittel der Schuhfachhändler über niedrigere Roherträge im Vergleich zum Vorjahr. Nur einem Fünftel gelang es, den Rohertrag zu steigern.

Investitionen: Mitarbeiterqualifizierung und Digitalisierung

Der Schuhfachhandel setzt bei seinen Investitionen im laufenden Jahr Schwerpunkte sowohl in der Beratung als auch im Ausbau seiner digitalen Kommunikationskanäle. An erster Stelle steht die weitere Qualifizierung seiner (Verkaufs-)Mitarbeiter. Schließlich sind der persönliche Kontakt zu den Kunden

sowie exzellente Beratung und Service ein ganz wesentlicher Erfolgsfaktor gerade des stationären Schuhfachhandels. An zweiter Stelle in der Prioritätenskala liegt der Ausbau digitaler Kanäle, seien es Vertriebskanäle wie Web-Shop und Marktplatzanbindungen oder aber primär auf Kommunikation und Kundenbindung abzielende Kanäle wie Social Media. Viele Schuhfachgeschäfte nutzen bereits heute Soziale Netzwerke wie Facebook oder Instagram, um mit ihren Kunden zu unterschiedlichen Anlässen in Kontakt zu treten.

Optimistisch für 2019

Für das Jahr 2019 ist der Schuheinzelhandel recht zuversichtlich. Nur ein Viertel rechnet mit einem erneuten Umsatzrückgang. Rund 30 Prozent erwarten stagnierende Umsätze, und mit 47 Prozent erwartet fast die Hälfte der Unternehmen ein Umsatzwachstum.

Köln, Anfang März 2019



BDSE-Statement

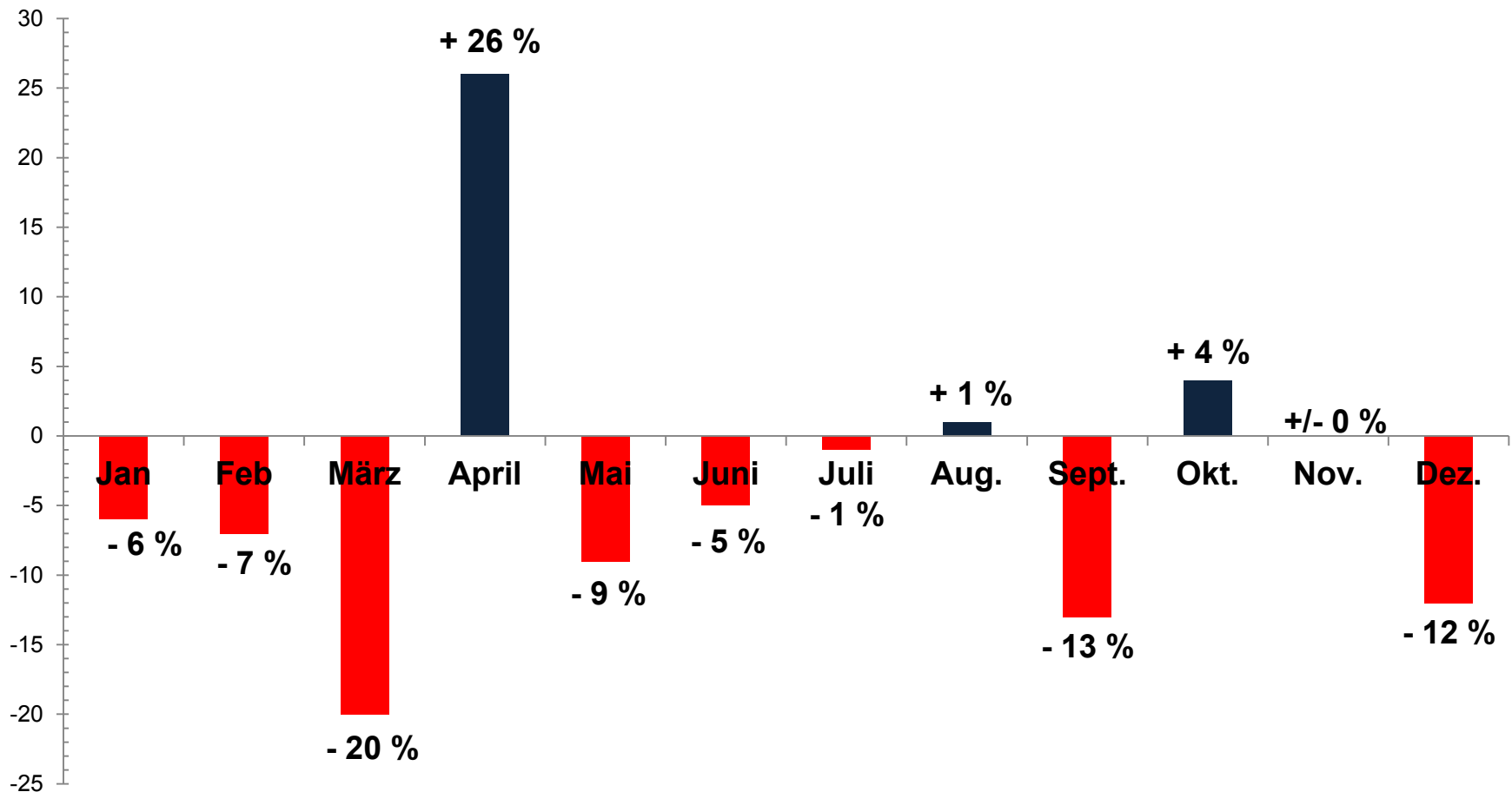
**anlässlich der Pressekonferenz zur
Gallery Shoes am 11. März 2019, Düsseldorf**

Charts

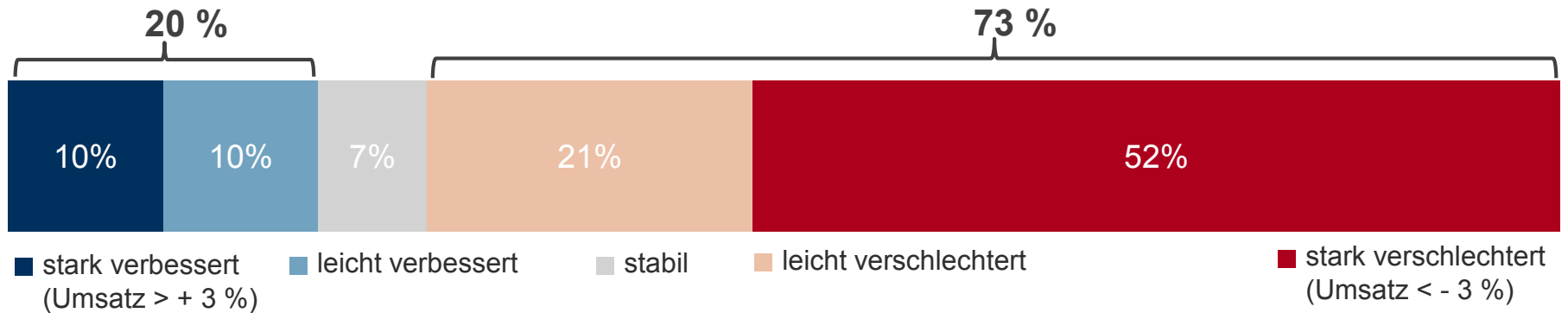
Federation of the German
Footwear Retail Trade, Cologne

Monatliche Umsatzentwicklung des Schuhfachhandels 2018 in Prozent

Monthly turnovers in the specialized footwear retail trade 2018 in percent

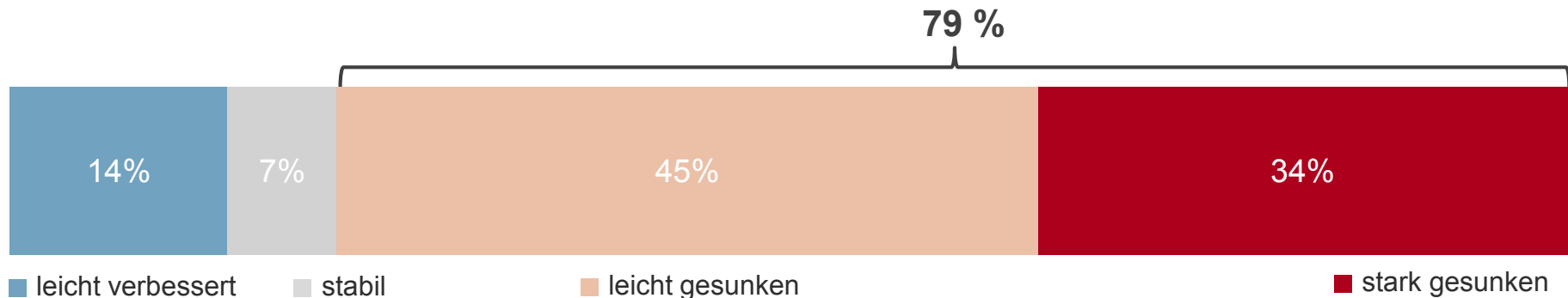


Umsatzentwicklung 2018 gegenüber 2017 Turnovers specialized footwear retailers 2018/2017



Quelle/Source: BDSE-Umfrage, Februar 2019; Angaben in % der befragten Schuhhandelsunternehmen/ % of respondents

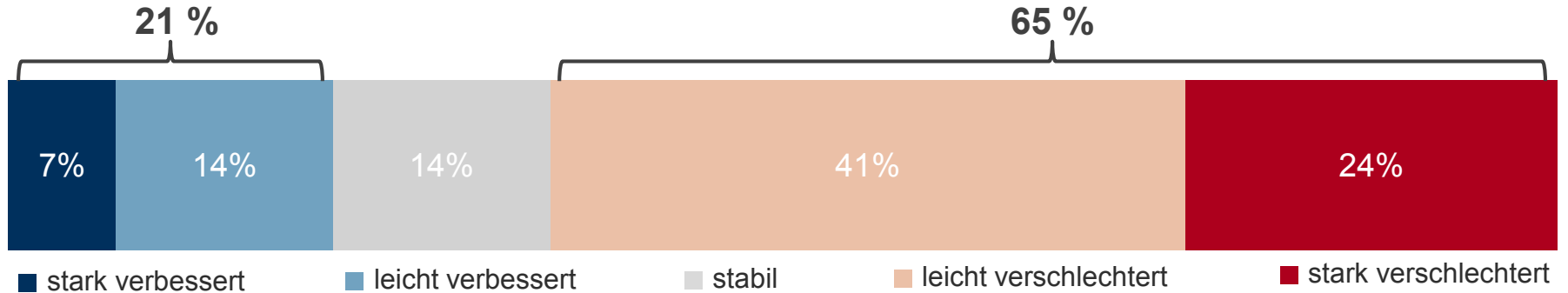
Kundenfrequenz 2018 gegenüber 2017 Footfall 2018/2017



Quelle/Source: BDSE-Umfrage, Februar 2019; Angaben in % der befragten Schuhhandelsunternehmen/ % of respondents

Rohertragsentwicklung 2018 gegenüber 2017

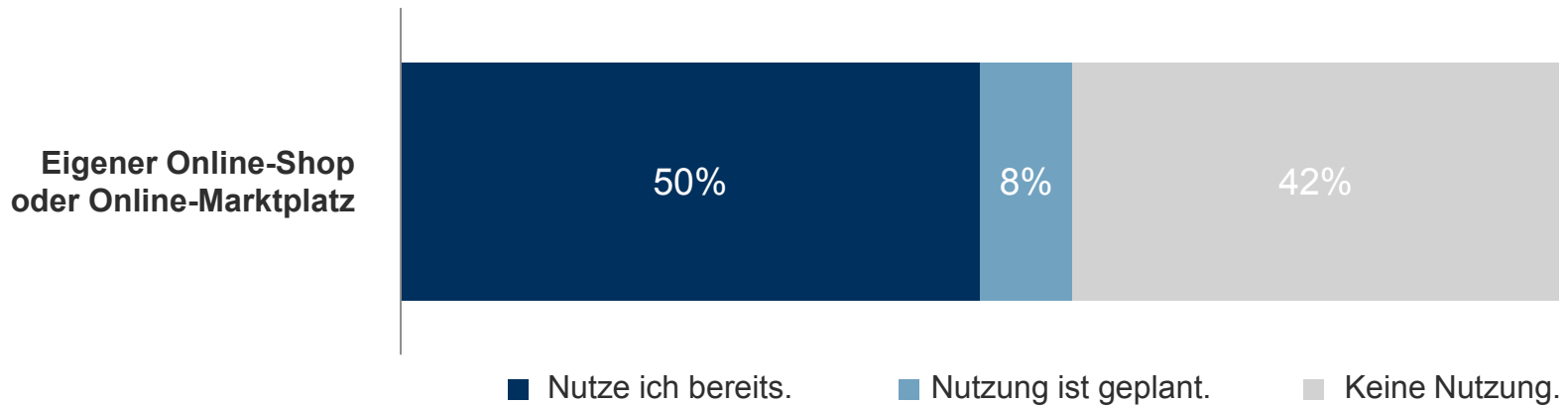
Gross profit 2018/2017



Quelle/Source: BDSE-Umfrage, Februar 2019; Angaben in % der befragten Schuhhandelsunternehmen/ % of respondents

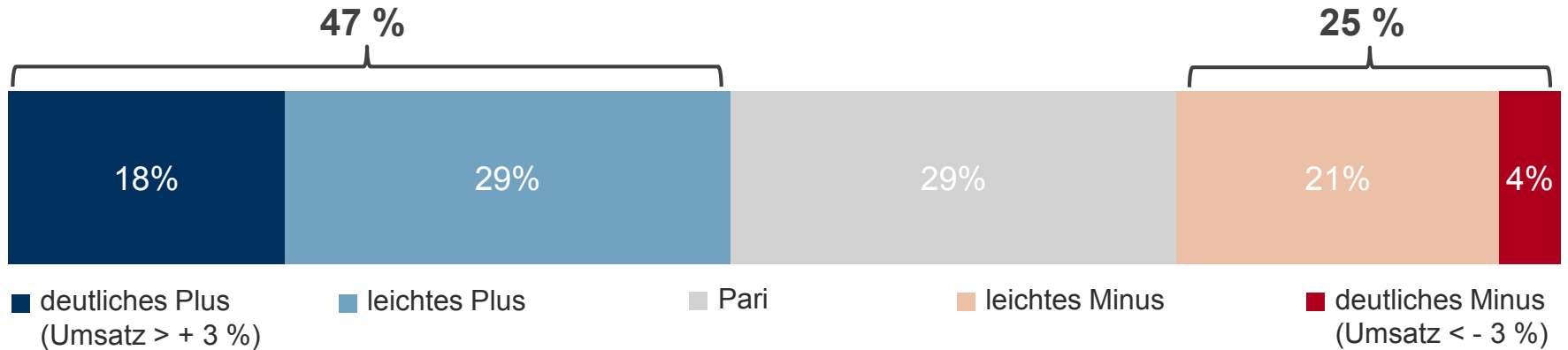
Nutzung von Web-Shops und Internet-Plattformen

Use of webshops and online platforms



Quelle/Source: BDSE-Umfrage, Februar 2019; Angaben in % der befragten Schuhhandelsunternehmen/ % of respondents

Umsatzerwartung 2019 gegenüber 2018 Sales forecast 2019



Quelle/Source: BDSE-Umfrage, Februar 2019; Angaben in % der befragten Schuhhandelsunternehmen/ % of respondents