

## PRESSE-INFO

**Neuer „Branchen-REPORT Schuhe 2019“ liefert tiefe Markteinblicke für 39 Schuhkategorien**

### **2019 wird ein Sneaker-Jahr**

**Köln.** 2018 kauften die Deutschen Sneaker im Gesamtwert von 592 Millionen Euro, dabei spielten die Herrenmodelle mit 137 Millionen Euro die geringste Rolle. Die Hauptrolle spielten bei den Herren mit 572 Millionen Euro die Sportschuhe. Und bei den Damen waren 2018 Sandalen im Wert von 610 Millionen Euro die Abverkaufszahl eins. Insgesamt aber verzeichnete der deutsche Schuhmarkt 2018 ein Umsatzminus. Entsprechend tief sind die Sorgenfalten beim stationären Schuhfachhandel, obwohl dieser für über 51 Prozent der Deutschen als Einkaufsquelle die erste Wahl ist. Doch der Distanzhandel rückt mit einem Marktanteil von 22,8 Prozent näher, stellt das Marktforschungsinstitut Marketmedia24, Köln, in seiner jetzt erschienenen Studie „Branchen-REPORT Schuhe 2019“ fest. Dazu tragen allerdings ebenso Online-Umsätze vom stationären Handel als auch von den Marken-Lieferanten bei. Die Prognose der Kölner Marktforscher verspricht keine Entspannung. Auch die im Bundesverband der Schuh- und Lederwarenindustrie e. V. (HDS/L) zusammengeschlossenen rund 50 deutschen Hersteller erwarten für das erste Halbjahr 2019 allenfalls eine konstante Geschäftsentwicklung.

Die Marktdaten der neuen Studie erlauben erstmals detaillierte Einblicke in den deutschen Schuhmarkt. Dabei werden die Vertriebsstrukturen tiefgehend analysiert und je Vertriebsweg konkrete Umsätze für Damen-, Herren- und Kinderschuhe ausgewiesen. Im Ergebnis spiegelt der „Branchen-REPORT Schuhe 2019“ das Konsumverhalten der Deutschen. Unterstrichen wird dabei die Ambivalenz der Branche. So gaben die Deutschen im vom Wetter getriebenen Rabattjahr 2018 für ihre Schuhe pro Kopf durchschnittlich 349,72 Euro und damit immer noch 6,2 Prozent mehr aus als 2010.

Für den neuen Durchblick im Schuhmarkt sorgt eine repräsentative und zielgruppengenaue Konsumentenbefragung, durchgeführt von Marketmedia24 und der Noceanz GmbH, Würzburg. So gaben 1.024 Teilnehmer im Februar 2019 Auskunft darüber, wer welche Schuhmodelle wo kauft, wie viel er dafür ausgibt und welche konkreten Anschaffung für 2019, 2020 und später geplant sind.

#### **Seniorinnen stehen auf High Heels**

Im Ergebnis liefert die Studie aufschlussreiche Informationen über Einstellungen und Kaufverhalten einzelner Konsumentengruppen – bezogen auf die wichtigsten Schuhmodelle. So ist beispielsweise im Vergleich der Generationen die Ausgabebereitschaft für ein Paar High Heels mit 76 Euro bei den Damen über 65 Jahre höher als bei Frauen zwischen 25 und 64 Jahren. Männer mit einem Einkommen zwischen 2.001 und 5.000 Euro sind bereit für ein elegantes Paar Schnürschuhe 100,60 Euro zu bezahlen. Und Luxus-Consumer kalkulieren für die Outdoor- und Trekking-Schuhe der Kids knapp 74 Euro.

Generell ist man/frau bei Sportschuhen ausgabefreudig. Allerdings stehen dafür 2019 eher Ersatzkäufe an. Dagegen planen 71,3 Prozent der weiblichen Digital Natives, 68,6 Prozent der Luxus-Konsumentinnen und 55,7 Prozent der Frauen mit Migrationshintergrund die Anschaffung von Sneakern.

## Sportfachhandel mit Perspektiven

Mit Aussagen zur Einkaufsstättenwahl schafft der „Branchen-REPORT Schuhe 2019“ zu dem Transparenz über die Entwicklungen der Absatzkanäle für Damen-, Herren- und Kinderschuhe bis zum Jahr 2020. Detailergebnisse wie die unterdurchschnittliche Akzeptanz des Schuhfachhandels bei den Youngsters (bis 24 Jahren) und der vergleichsweise hohe Zuspruch zum Online-Handel durch die untersten Einkommensbezieher lassen aufhorchen. Weitere Schuhanbieter wie Warenhäuser oder Lebensmittelhandel/Discounter müssen sich mit einstelligen Marktanteilen begnügen. Allerdings bindet der Sportfachhandel bei Jüngeren, Top-Verdienern, Migranten, Digital Natives und Luxus-Consumer deutlich mehr Kunden.

Die neue Studie „Branchen-REPORT Schuhe 2019“ liefert auf 113 Seiten mit 72 Charts belastbare Fakten und Zahlen. Sie ist zum Preis von 850,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter [studien@marketmedia24.de](mailto:studien@marketmedia24.de) oder steht zum direkten Download unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit.

4.086 Zeichen inkl. Leerzeichen | 538 Wörter

### Ihr Kontakt

Sonja Koschel  
Telefon +49(0)2236 3316931  
[koschel@marketmedia24.de](mailto:koschel@marketmedia24.de)

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.

---

**Marketmedia24** ist ein Marktforschungs- und Beratungsinstitut in Köln.  
Gegründet 2010, bündelt Marketmedia24 das Wissen von einem Dutzend Spezialisten.

Die Berater, die für Marketmedia24 wirken, sind echte Insider. Sie kennen ihre Märkte hautnah und knietief: Sie besuchen Messen und Branchenevents, sprechen mit Marktplayern und -partnern, gehen zu Herstellern, in Handelshäuser und Vorstandsetagen und beraten, coachen und referieren nach Maß. Das wissenschaftliche Fundament liefern die Marktforscher von Marketmedia24. Genauigkeit ist für sie Ehrensache. Sie kennen die entsprechenden Konsumgütermärkte und Handelskanäle und ergründen sie täglich per Primär- und Sekundärforschung. Das Ergebnis: hochwertige Zahlen, die in Studien, Statistiken und Beratungen einfließen.

Marktforschung im Bereich Handel und Konsumgüter ist seit 1996 die Kernkompetenz der **Noceanz** GmbH. Das Unternehmen verfügt über Erfahrung und Expertise bei der Organisation, Durchführung und Auswertung von Marktforschungsprojekten für Unternehmen, öffentliche Einrichtungen und Kommunen, sowohl in Deutschland als auch in den Nachbarländern.

Professionalität gewährleisten die Noceanz Research Manager, von denen jeder über langjährige Erfahrungen in der Feldarbeit, im Online-Bereich, im CATI-Studio, bei der Durchführung von Face-to-Face-Befragungen und Mystery Checks verfügt.