

Pressemitteilung

anlässlich der Pressekonferenz zur
Gallery Shoes am 2. September 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 2. September 2019

Erstes Halbjahr mit leichtem Umsatzwachstum

Anders als im vergangenen Jahr, als das Frühjahrgeschäft praktisch ausfiel, kann das Wetter in diesem Jahr bislang als saisongerecht bezeichnet werden. Der jahreszeitlich angemessene Witterungsverlauf trug sicher seinen Teil dazu bei, dass der Schuhfachhandel im ersten Halbjahr ein kleines Umsatzplus erzielen konnte. Damit gelang es, die Umsatzzelle aus dem Vorjahr wieder auszugleichen. Nach Berechnungen des BDSE erreichten die stationären Schuhgeschäfte in den ersten sechs Monaten ein Umsatzvolumen von 3,5 Mrd. Euro. Unter Berücksichtigung auch der übrigen Vertriebsformen, die ebenfalls Schuhe im Sortiment führen – wie Warenhäuser, (Online-)Versender oder der Modehandel –, dürfte der Gesamtumsatz mit Schuhen im ersten Halbjahr 5,6 Mrd. Euro betragen haben.

Schuhhäuser, die zusätzlich zum Angebot in ihren Geschäften auch Ware über das Internet verkaufen, schnitten dabei besser ab als ihre rein stationären Mitbewerber. Allerdings registrieren viele der sog. Multichannel-Händler, dass ihre Online-Umsätze nicht immer auch rentable Umsätze sind. Der Wettbewerb im Netz ist intensiv, und hohe Retourenquoten nagen oftmals an den Roherträgen ihres digitalen Vertriebskanals. So mancher Fachhändler hat sich daher zwischenzeitlich wieder aus dem E-Commerce verabschiedet, zumal bei kleineren Unternehmen häufig die Kraft für ein erfolgreiches zweigleisiges Geschäftsmodell mit eigenem Web-Shop fehlt. Andere Schuhhändler dagegen betrachten den Online-Vertrieb als wichtiges zukünftiges Standbein und bauen diesen Absatzkanal konsequent weiter aus. Hier sind die größeren Anbieter im Vorteil, können sie doch die hohen Investitionen in die Entwicklung leistungsfähiger Omnichannel-Lösungen leichter stemmen. Schuhfilialisten wie Deichmann und Görtz weisen denn auch nach wie vor zweistellige Wachstumsraten in ihrem Online-Vertriebskanal aus.

Kleinere Schuhgeschäfte nutzen heute vielfach den Verkauf über digitale Marktplätze, da sich die technische Anbindung und das Warenhandling in der Regel relativ komfortabel und ohne große Investitionen über Online-Plattformen organisieren lassen.

Online-Handel mit leichtem Aufwind

Unternehmen mit Schwerpunkt im Internet-Handel, namentlich die Pure Player und Versandhändler, sind im Schuhmarkt im ersten Halbjahr erneut gewachsen. Nach Schätzungen des BDSE betrug das Plus etwa 5 Prozent.

Auch wenn der Zuwachs im Vergleich zu früheren Jahren moderat ausfällt, so gelingt es dem Online-Vertrieb nach wie vor, seine Marktposition im Wettbewerb auszubauen. Wie die erwähnten Beispiele Deichmann und Görtz zeigen, gilt dies für das Online-Business insgesamt, also auch für das digitale Geschäft der Multichannel-Anbieter. Der gesamte Online-Umsatz an Schuhen – von Pure Playern und Multichannel-Händlern – dürfte derzeit gut 22 Prozent betragen. Fast 80 Prozent der Schuhe werden demnach von den Kunden noch immer in stationären Geschäften gekauft.

Innenstädte bereiten Sorgen

Die Verschiebung der Marktanteile zugunsten des reinen Internet-Handels, wie sie in vielen Konsumgüterbranchen zu beobachten ist, belastet zunehmend die innerstädtischen Einkaufslagen. So führt das Online-Shopping zu rückläufigen Kundenbesuchen in den Innenstädten, wodurch vielerorts das stationäre Business unter Druck gerät. Zumal die Mietverträge, die der Schuhhandel in frequenzstärkeren Zeiten und häufig mit längeren Laufzeiten abgeschlossen hat, den neuen Rahmenbedingungen noch nicht ausreichend gerecht werden. Hier sind die Vermieter – auch im eigenen Interesse – aufgefordert, im Rahmen von Nachverhandlungen den Fachgeschäften entgegenzukommen, nicht zuletzt um insgesamt die Innenstadt-Standorte am Leben zu halten, deren Versorgungsfunktion zu stärken und einem wachsenden Leerstand aufgrund von Ladenschließungen vorzubeugen.

Sinkende Zahl an Schuhgeschäften

Bereits seit einigen Jahren ist die Zahl der Schuhfachgeschäfte rückläufig. Nach Schätzungen des BDSE sind aktuell rund 3.600 Schuhhandels-Unternehmen mit insgesamt ca. 10.000 Standorten/Filialen im Markt aktiv. Blieb früher die Zahl der Standorte aufgrund der Expansion von Filialisten recht stabil, verzeichnet das Statistische Bundesamt seit 2016 auch bei den örtlichen Verkaufsstellen eine rückläufige Entwicklung. Bei schwächelnden Leistungskennzahlen im stationären Bereich müssen die Schuhfilialisten ihre einzelnen Niederlassungen stärker im Blick behalten, was in den vergangenen Jahren bei auslaufenden Mietverträgen zu der ein oder anderen Standortschließung führte.

Zuversichtlich für das 2. Halbjahr

Für die zweite Jahreshälfte ist der BDSE zuversichtlich. In den ersten sieben Monaten konnten die Umsatzverluste des insgesamt schwachen Vorjahres ausgeglichen werden. Bei nicht ganz so hochsommerlichen Temperaturen im August lief zudem das Herbstgeschäft ordentlich an. Sollte das Wetter mitspielen und in den Herbst- und Wintermonaten einen „normalen“ saisonalen Verlauf zeigen, könnte der Schuheinzelhandel das aufgelaufene Umsatzplus bis Jahresende halten, vielleicht sogar noch ausbauen.

Köln, im August 2019

