

PRESSE-INFO

Neue Studie „Branchen-SPIEGEL Schuhmode 2018“ erschienen

Nach einer roten Null in 2017 ist Wachstum in Sicht

Köln, 7. März 2018 - In der Fashion-Influencer-Szene sind Schuhe ein Top-Thema. Und mit Deichmann gründet Europas größter Schuheinzelhändler einen eigenen Influencer-Club. Dennoch generierte die Schuhbranche 2017 gerade mal eine rote Null. Nur bei Sneaker- und Sportschuhlieferanten lief es richtig gut. Auf Vertriebsseite markiert Marketmedia24 lediglich für den Distanzhandel ein vergleichsweise positives Jahr. Insgesamt setzen Strukturveränderungen dem Markt zu. Die Gallery SHOES hat als neue Orderplattform für europäisches Schuhbusiness bereits mit der ersten Ausgabe im August 2017 nach den Worten der Messechefin Ulrike Kähler ein „erfolgreiches und mutiges“ Zeichen gesetzt.

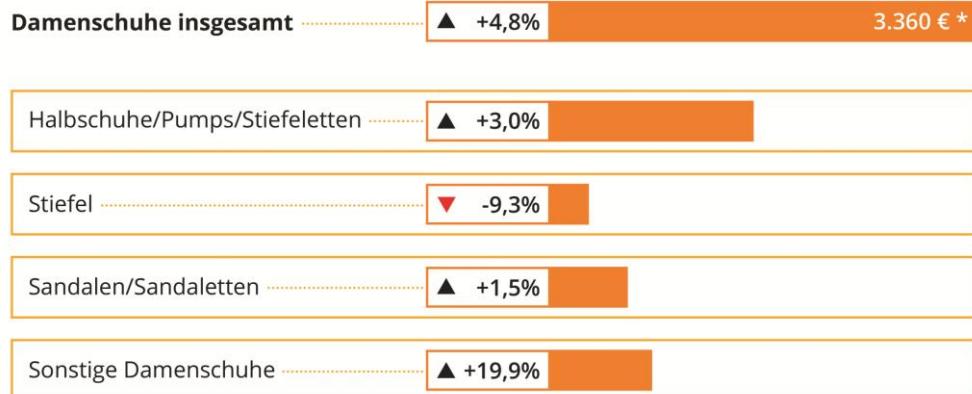
Trotz Trendbonus befand sich der deutsche Schuhmarkt 2017 keineswegs auf einem Höhenflug. Vielmehr bleibt der deutsche Schuhmarkt preissensibel. So gaben die Deutschen nach 2016 auch 2017 weniger Geld für ihre Schuhe aus. „In der Folge lag der Umsatz mit Schuhen im Vorjahr bei knapp 9,1 Milliarden Euro“, so Marktforschungsleiter Karl Oerder, Marketmedia24. Industrie und Handel stehen vor der Herausforderung, den durchaus bestehenden Schuhbedarf und den Spaß am Schuhkauf mit modernen Vermarktungskonzepten zu beleben. Die Voraussetzungen dafür sind gut, so dass die Kurzfristprognosen von Marketmedia24 für 2018 und 2019 jeweils einen Umsatzanstieg erwarten.

Insgesamt geht ein Ruck durch die Branche. Dazu trägt auch das seit August 2017 neu installierte Orderformat Gallery SHOES auf dem Areal Böhler in Düsseldorf bei. Dabei verfolgen die Messemacher kein geringeres Ziel, als das europäische Schuhbusiness kompetent und aussagekräftig abzubilden. „Das gelingt uns mit einer Marktabdeckung von rund 80 Prozent, was enorm ist“, bekräftigt Ulrike Kähler, Managing Director Igedo Company, Project Director Gallery & Gallery SHOES, die sich kurz vor dem Start der zweiten Veranstaltung (11. bis 13. März) über eine äußerst positive Resonanz von allen Seiten freut. „Das neu geschaffene Format lebt von der neuen Location, Marken vor einem coolen, zeitgemäßen Passpartout im Industrial Design abzubilden. Dass diese Location aus Platzgründen Markenselektion erfordert, ist der Preis für die Schönheit des Ambientes, das Schuhbusiness in Düsseldorf frisches Leben eingehaucht hat.“

Selection, kuratierte Sortimente und hoch emotionale Darstellung sind auch auf Handelsseite ein guter Rat für attraktive Flächen. Zwar bleiben die Schuhkunden und -kundinnen äußerst volatil. Besonders seitdem einerseits Onliner Kaufbequemlichkeit und andererseits stationäre Wettbewerber jenseits traditioneller Schuhhandelsstrukturen eine neue Emotionalität ins Käuferlebnis brachten. Innovative Geschäftsideen aber wie Sneaker-Stores machen vor, was funktionieren kann. Denn in der Breite wird sich der Wettbewerb weiter verschärfen und rückläufige Frequenzen unprofilierter stationären Anbietern noch mehr zusetzen.

Schuhabsatz stabil auf hohem Niveau

Umsatzentwicklung im Jahresvergleich 2017 gegenüber 2013



* Angabe in Millionen Euro
zu Endverbraucherpreisen

Trotzdem sich das Herz der Schuhbranche in die Influencer-Szene verlagert, spart der Deutsche beim Schuhkauf. Damit endete das Schuhjahr 2017 gegenüber Vorjahr mit einer roten Null. Überwiegend positiv fällt dagegen der Jahresvergleich 2017 zu 2013 aus. Allein die Damenschuhe legten in diesen fünf Jahren um 4,8 Prozent zu.

Quelle: Marketmedia24 (Köln)

Die vollständigen Ergebnisse sind veröffentlicht im neuen „Branchen-SPIEGEL Schuhmode 2018“, der belastbare Marktvolumina und Pro-Kopf-Ausgaben für 15 Warengruppen sowie Marktanteile und Umsätze für alle relevanten Vertriebskanäle bis zum Jahr 2019 liefert. Die Studie ist zum Preis von 380,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter studien@marketmedia24.de oder sie steht zum direkten Download im Studien-Shop unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit.

3.440 Zeichen inkl. Leerzeichen | 457 Wörter

Suchen Sie Gesprächsstoff zu Ihren Marktthemen und Bilder, die Sie inspirieren? Dann werfen Sie einen Blick in den Marketmedia24-Blog - für neue Querverbindungen im Kopf: <http://blog.marketmedia24.de>

Ihr Kontakt

Sonja Koschel
Telefon +49(0)2236 3316931
koschel@marketmedia24.de

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

Die Autorinnen und Autoren, 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 für die Autoren-Recherche 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.