PRESSE-INFO

„Branchen-REPORT SCHUHMODE 2016“ nimmt internationalen Markt unter die Lupe

Deutsche sind Europameister im Schuhkauf

Köln. **Die deutsche Schuhwirtschaft ist eine Drehscheibe im internationalen Schuh-Geschehen. Steigende Rohstoffpreise und jährliche Lohnsteigerungen im wichtigsten Lieferland China sind Faktoren, die für Sorgenfalten sorgen. Erste Ausweichstrategien werden messbar, weist der jetzt erschienene „Branchen-REPORT SCHUHMODE 2016“ von Marketmedia24, Köln, nach. Darin wird zwei Jahre nach Erscheinen der letzten Studie der Schuhmarkt erstmals auch unter die internationale Lupe genommen. Dabei erweisen sich die Deutschen im europäischen Vergleich als Spitzenreiter. Denn sie gaben 2015 im Schnitt 247,47 Euro für ihre Damen-, Herren- und Kinderschuhe aus, das entspricht einem Plus von mehr als 25 Euro im Vergleich zu 2010. Auf Platz zwei schließen sich die Italiener an, die laut RegioData Research, München/Wien, pro Kopf 210,82 Euro ausgaben. Und auch über den nächsten deutschen Schuh-Jahren scheint die Umsatzsonne, denn im besten Falle winkt für 2025 sogar ein Marktvolumen, das um 14 Prozent über dem heutigen liegt, ermittelten die Kölner Marktanalysten in bewährt fundierter Szenarioforschung.**

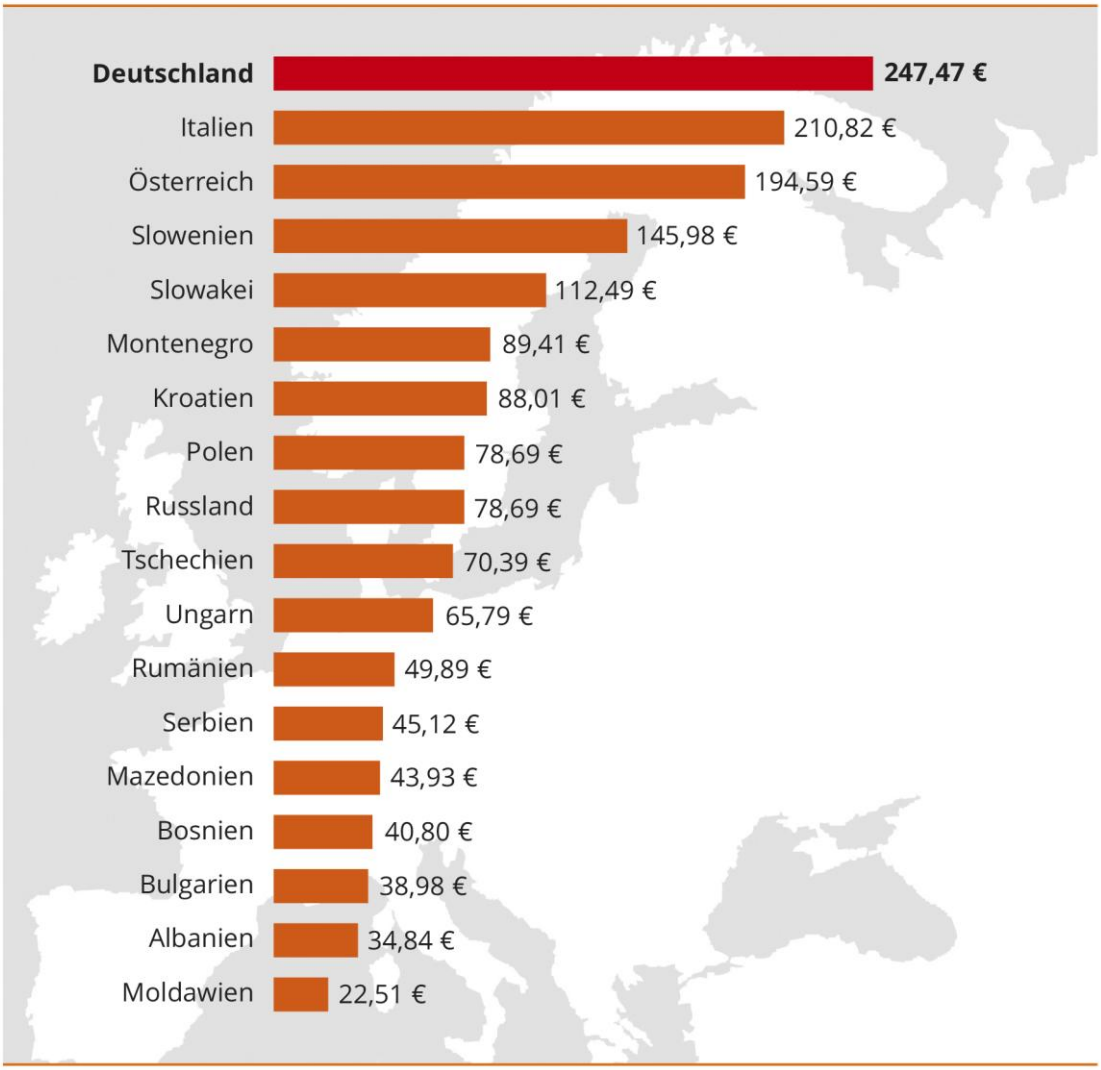
Die Schuh-Liebe der Damenwelt ist sprichwörtlich. Marketmedia24 hat diese Liebe jetzt gemessen: Danach kauften deutsche Frauen (ab 14 Jahre) 2015 Schuhe im Schnitt für 90,75 Euro ein. Aber auch die Herren griffen 2015 tiefer ins Portemonnaie und gaben für ihr neues Schuhwerk pro Kopf 67,85 Euro aus. Insgesamt führte die Schuh-Lust dazu, dass sich das Marktvolumen für Schuhe auf 9.159 Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen summierte. Tatsächlich wuchs die Branche 2015 auf der ganzen Linie, wie Karl Oerder, Marktforschungsleiter von Marketmedia24, aufzeigt: „Alle Teilmärkte – von Damen-, Herren-, Kinder- über Freizeit-, Sport- bis Hausschuhe – haben zugelegt, wobei die Herrenschuhe mit plus 2,8 Prozent im Vorjahresvergleich den größten Sprung schafften.“

Dennoch sind die Branchenteilnehmer nicht ohne Sorgen. Der Druck auf den deutschen Schuhfachhandel hat sich zur Krise ausgewachsen, was auf Lieferantenseite zur verstärkten Flächen- und Absatzsuche zwingt. Onliner, die Kollegen von der Bekleidung und Vertikale nehmen die Nummer eins im Schuhhandel in die Zange. Sein Marktanteil schrumpfte zwischen 2010 und 2015 sogar um fast 10 Prozentpunkte, während der Schuhumsatz in der gleichen Zeitspanne um fast 7 Prozent zulegte. Es geht hier also weniger um das Was als um das Wie, spiegelt der „Branchen-REPORT SCHUHMODE 2016“ in der Betrachtung des Binnenmarktes die allgemeine Diskussion: Vertikale Geschäftsmodelle, Flächenpartnerschaften, Filialisierung, Konzentration, Multichannel, Differenzierung und Profilierung lauten die strategischen Empfehlungen an den Schuhfachhandel.

Auch die Industrie nimmt ihren Platz in der Hausaufgabenliste der Branche ein: An der Optimierung der Wertschöpfungskette können die Marktpartner nur gemeinsam erfolgreich arbeiten. Es gilt schneller zu werden, dafür ist EDI sprich mehr Transparenz und Offenheit unabdingbar. Die Maxime der Schnelligkeit – was zum Beispiel das Aufgreifen von Modewünschen betrifft – ist auch eine Herausforderung für die Lieferanten. Lange Transportwege vertragen sich damit ebenso wenig wie der unter dem Stichwort Industrie 4.0 aufkeimende Trend zur industriellen Individualisierung.

Deutschland ist Europameister

Pro-Kopf-Ausgaben für Damen-, Herren- und Kinderschuhe 2015 pro Jahr



Ob im europäischen Vergleich oder in der detaillierten Auswertung der deutschen Marktdaten durch Marketmedia24: Die Deutschen geben gern Geld für Schuhmode aus. Ihre Kauflust sorgte 2015 sogar für steigende Marktvolumina in allen Teilmärkten. Im Länderranking folgen die Italiener auf Platz zwei den deutschen Schuhkäufern. Ihnen folgen die Österreicher, deren Konsumausgaben für Schuhe ebenfalls wächst.

Quelle: Marketmedia24 (Köln), RegioData Research GmbH (Wien | München)

Auch der Vorsitzende des Bundesverbands der Schuh- und Lederwarenindustrie (HDS/L), Ralph Rieker, fordert, das Thema Industrie 4.0 zu beschleunigen: „Überall benutzen wir die Informationstechnik, nur nicht in den Geschäftsprozessen“, so Rieker in seiner Begrüßungsrede zur gemeinsamen Pressekonferenz von HDS/L, GDS Schuhmesse und Bundesverband des Deutschen Schuheinzelhandels e.V. Anfang Februar 2016. Aber noch sind es in erster Linie die Lohnkostenvorteile, die Osteuropa zu einem neuen Hersteller-Mekka machen. Slowakei und Rumänien haben es in die von Marketmedia24 weltweit erhobene Auswertung der Top Ten-Lieferländer geschafft.

An der Spitze der Wert basierten Hitliste der wichtigsten Ausfuhrländer steht Frankreich. Daran an schließt sich Polen, wohin sich die Schuhexporte von 2010 bis 2015 um 95,9 Prozent gesteigert haben. Im Brexit-Land sind Schuhe aus Deutschland erst in jüngster Vergangenheit auch in Massen attraktiv. Findet sich das Exportland 2010 noch nicht unter den Top-Ländern, weist Marketmedia24 in 2015 ein Ausfuhrvolumen von 319 Millionen Euro aus. Damit erreichte das Vereinigte Königreich immerhin schon den beachtlichen dritten Rang unter den wichtigsten Exportnationen.

Unter den europäischen Ländern mit dem höchsten Schuhkonsum allerdings fehlen die Briten. Vielmehr folgen den Deutschen und den Italiener die Österreicher (194,59 Euro) auf dem dritten Platz. Auch für den deutschen Handel ist die Alpenrepublik ein interessanter Schuhmarkt: Denn die Österreicher geben Jahr für Jahr mehr Geld aus. Doch der heimische Schuhhandel profitiert nicht davon. Er musste vielmehr auch Marktanteile an deutsche Filialisten und Verbände abgeben. Wolfgang Richter, Geschäftsführer von RegioData Research: „Vor allem der Online-Handel, Textildiskonter und Mono-Label-Stores machen auch den Kollegen in Österreich das Leben schwer.“

Die neue Studie „Branchen-REPORT Schuhmode 2016“ liefert belastbare Fakten und Zahlen für alle Warengruppen und relevanten Vertriebskanäle. Sie ist zum Preis von 850 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter studien@marketmedia24.de oder sie steht zum direkten Download im Studien-Shop unter http://shop.marketmedia24.de bereit.

5.551 Zeichen inkl. Leerzeichen | 747 Wörter

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

Der Abdruck ist honorarfrei.
Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.

Die Markt- und Handelsspezialisten von Marketmedia24 halten mit Methoden der Primär- und Sekundärforschung für Sie die Konsumgütermärkte und Handelskanäle im Blick und liefern Ihnen punktgenaue und belastbare Analysen für Ihre Unternehmensstrategie.Die Kommunikationsprofis von Marketmedia24 sorgen dafür, dass Sie mit Ihrer Identität und Botschaft am Markt sichtbar werden. Dafür nutzt Marketmedia24 die gesamte Bandbreite konzeptioneller, redaktioneller und visueller Kommunikation.