

PRESSE-INFO

Erster Online-Report „Schuhe24“ verfügbar

Was Corona alles verändert. Und was die Verkaufsdaten über Städte und Kunden verraten.

Köln. Der Internethandel ist mit gut 23 Prozent Marktanteil der zweitgrößte Schuhverkäufer in Deutschland. Seit 2010 hat sich der Umsatz nahezu vervierfacht und liegt aktuell bei rund 2,087 Milliarden Euro. Jeder dritte Kunde kauft inzwischen online Schuhe. Doch wer, in welchen Städten und Bundesländern, welche Marken, Modelle, Schuhgrößen, Farben, zu welchen Preisen kauft und wie hoch die Retourenquoten tatsächlich sind, das ermittelten die Kooperationspartner Benner + Partner Consulting, Wiesbaden, und Marketmedia24, Köln, auf Basis der Verkaufsdaten des Portals Schuhe24.de, der sich rund 2.000 Fachgeschäfte aus Deutschland angeschlossen haben. Veröffentlicht sind die Ergebnisse im jetzt erschienenen „Online-REPORT Schuhe24“, der der Schuhbranche hilft, die eigenen Angebote und auch standortbezogenen Konzepte für die Zukunft nachfragegerecht zu justieren.

Für die Studie wurden insgesamt 1,7 Millionen Verkaufsdaten der Jahre 2018 und 2019 ausgewertet und mit Regionaldaten verknüpft. Sonja Koschel, Marketmedia24: „Aufgeschlüsselt unter anderem nach Zielgruppen, Warengruppen, Bundesländern, den Top 20 Städten und Verkaufsportalen können damit jetzt erstmals die richtigen Schlüsse und Konsequenzen gezogen werden.“ Bisher gab es im Online-Bereich keine Studie, die eine derart große Datenmenge nach Warengruppen sowie Herstellern auswertet.

„Die Ergebnisse machen deutlich, dass Standorte vielfach neu gedacht werden müssen, denn sie unterscheiden sich fundamental, und die Kunden verhalten sich anders als erwartet“, so Jürgen Hanke, Benner + Partner Consulting. Schon die Darstellung der Online-Schuhumsätze in Deutschland, ausgewertet nach Verkaufstagen, -wochen und -monaten, gibt Aufschluss über die Erfolgsaussichten im Online-Handel. Darüber hinaus nimmt der neue Online-Report den Beliebtheitsgrad der Top 50 Schuhmarken in Deutschland unter die Lupe. Von Adidas über Gabor bis hin zu Rieker, Think und weiteren Marken wurden Verkäufe, Retourenquoten und Trends analysiert. Auch die tiefe Analyse der Verkaufspreise sowie der Schuhtrendfarben für Frühjahr/Sommer und Herbst/Winter zeigt, wie welche Verbraucher beim Onlineshopping ihrer Schuhe ticken.

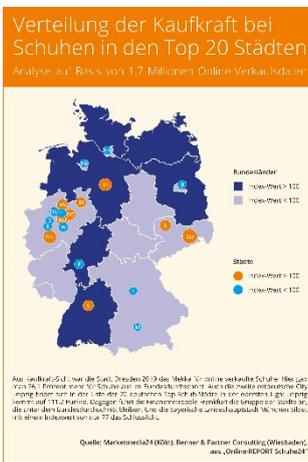
Ebenso beantwortet die Studie eine der größten Fragen der Branche, denn sie liefert zahlenbasierte Ergebnisse wie sich die Online-Retouren je Warengruppe pro Monat, pro Jahr, je Bundesland, Großstadt und Zielgruppe entwickeln. Für alle Marktteilnehmer von großem Interesse ist zudem das Wissen um die Retourenquoten der Top 100 Schuhmarken sowie von Verkaufsportalen wie Amazon, Otto oder Mirapodo.

„Wir konnten riesige Unterschiede in den Retourenquoten erkennen, manche Hersteller haben sehr gut abgeschnitten, manche katastrophal. Dies hängt zum einen mit dem Größengang, zum anderen mit der Passform aber auch der Qualität der Produktdarstellung zusammen. Bisher haben kaum Hersteller brauchbare Daten, um die Produkte dem Kunden besser darzustellen, sei es Innenlänge der Sohle, Fotografie oder Weitenangaben“, so Hanke.

„Die Studie zeigt erstmals, was online läuft und was für Unterschiede pro Stadt und Bundesland bestehen. Als wir mit zwei Händlern besprochen haben, welche Produkte in ihrer Stadt stark laufen, hat sich herausgestellt, dass sie diese Marken gar nicht führen. Insofern ein echtes Aha-Erlebnis für Händler und Hersteller“, sieht Dr. Dominik Benner, der Schuhe24-Verkaufsdaten zur Verfügung gestellt hat. „In Zeiten von Corona und weniger Frequenz in den Städten müssen sich Händler und Hersteller genau anschauen, was der Online-Kunde will und wo es nicht rund läuft. Die Zahlen der Studie machen dies erstmals sichtbar“, so Benner.

Die neue Studie „Online-REPORT Schuhe24“ (Sprache: deutsch/englisch) liefert auf mehr als 140 Seiten mit 61 Charts belastbare Fakten und Zahlen zum deutschen Online-Schuhmarkt. Die Studie ist in gebundener Version zum Preis von 1.750,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen im Studienshop <https://www.marketmedia24.de/shop>.

4.075 Zeichen inkl. Leerzeichen | 552 Wörter



[» High-res download Pressegrafik](#)

Ihr Kontakt

Sonja Koschel
Telefon +49 2236 3316931
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 rund zwanzig Spezialisten.

„Echtes Marktwissen von echten Menschen für echte Menschen“ – mit dieser Grundidee ist Marketmedia24 angetreten, um eine Gruppe von Persönlichkeiten zu einem profitablen Experten-Netzwerk zusammenzuschließen. Neben höchster Qualität stellt Firmeninhaberin Sonja Koschel Fairness und schöpferische Vielfalt in den Mittelpunkt des Unternehmens.

Die Berater, die für Marketmedia24 wirken, sind echte Insider. Sie kennen ihre Märkte haut-nah und knietief: Sie besuchen Branchenhotspots und -events, sprechen mit Marktplayern und -influencern und gehen in die Vorstandsetagen, zu den Mitarbeitern, Herstellern und Händlern. Sie beraten und begleiten, referieren, coachen und halten Seminare. Ihre Lösungen umfassen Marktstudien und Zielgruppenanalysen, Insights in Brand Awareness und Recognition sowie Forecasts und Zukunftsforschung. Das wissenschaftliche Fundament liefern die Marktforscher von Marketmedia24. Genauigkeit ist für sie Ehrensache. Sie nutzen alle Methoden, die eine erstklassige Marktkenntnis ausmacht – Primärforschung, Frequenzzählung, Mystery Shopping und Sekundärmarktforschung mit all ihren Möglichkeiten. Das Ergebnis: hochwertige Zahlen, die in Studien, Statistiken und Beratungen einfließen.