

**Pressekontakt**

**RegioData Research GmbH**

Ekaterine Nikolaeva, MA  
Theobaldgasse 8, A-1060 Wien; T: +43 1 585 76 27-50  
e.nikolaeva@regiodata.eu, www.regiodata.eu

**Datum**

06. Juni 2019

**Presseaussendung**

**REGIODATA-STUDIE: EIN SCHLECHTES JAHR FÜR DEN ÖSTERREICHISCHEN SCHUHEINZELHANDEL**

**Im Jahr 2018 ist der Gesamtumsatz im Schuheinzelhandel deutlich gesunken. Vor allem der Onlinehandel schnappt sich einen immer größer werdenden Anteil, wodurch der Kuchen für den stationären Schuhhandel immer kleiner wird.**

→ **Schuheinzelhandel schrumpft weiter**

Jährlich geben die Österreicher und die Touristen etwa 1,6 Milliarden € für Schuhe aus (Gesamtumsatz mit Schuhen, alle Vertriebswege). Der Umsatz im stationären Schuheinzelhandel (nur Schuhgeschäfte) ist aktuell bei knapp 1,3 Milliarden €, was im Jahresvergleich einen (nominellen) Rückgang von 2,5 % bedeutet. Vom Gesamtumsatz fließen jedoch rund 0,3 Milliarden € in andere Branchen, etwa in den Pure-Player-Online-Handel oder den Bekleidungshandel. Der Onlineanteil insgesamt nimmt weiterhin stark zu: Waren es in 2010 noch 4 %, beträgt der Onlinenanteil 2018 knapp 25 % (bezogen auf die Konsumausgaben der Wohnbevölkerung), wobei das Wachstumstempo im Online-Handel weiterhin deutlich höher als im stationären Handel bleibt.

→ **Ungünstiges Wetter, billigere Produkte, steigender Internetumsatz**

In kaum einer anderen Branche ist das richtige Wetter zur richtigen Zeit so wichtig wie im Schuhhandel. Und das Wetter 2018 war besonders ungünstig. Die dadurch notwendigen Abverkäufe und Rabatte drückten den Gesamtumsatz. Dazu kommt, dass durch das Erstarken von Billiganbietern und den aktuellen Modetrends (billigere Sneakers und einfache Sandalen statt wertigere Lederschuhe) der Umsatz pro Einkauf geringer ist als früher. Und die steigenden Zuwächse im Internethandel knabbern zusätzlich am Umsatz des österreichischen Schuheinzelhandels.

→ **Sportartikelhandel punktet durch Sneaker-Kompetenz**

Die aktuellen Modetrends in Richtung Sneakers kommt dem Sportartikelhandel gerade recht. Die Grenzen zwischen klassischen Straßenschuhen und Sportschuhen sind bereits praktisch aufgelöst und so wandern Umsätze sozusagen automatisch vom Schuheinzelhandel in Richtung Sportartikelhandel. Einzelne Marktteilnehmer (z.B. Deichmann) entwickeln sogar eigene Vertriebslinien für diesen Modetrend.

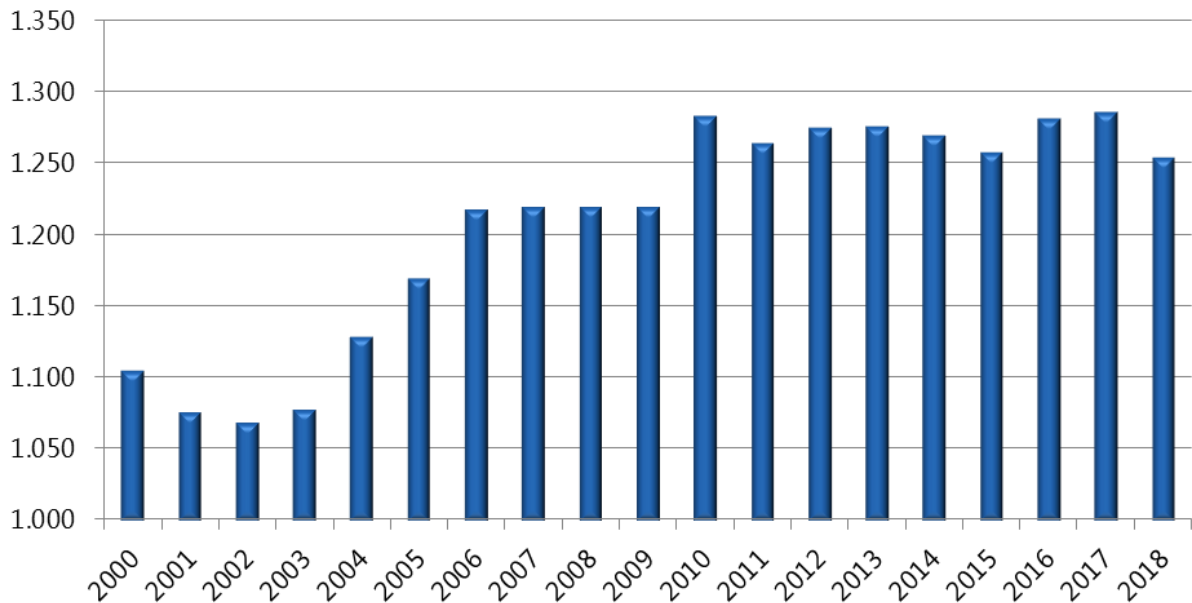
→ **Deichmann mit großem Abstand Marktführer**

Die deutsche Deichmann-Gruppe (Deichmann, Snipes, MyShoes) kann den Marktanteil weiter steigern und nimmt bereits mehr als 25 % vom gesamten österreichischen Schuheinzelhandel ein. Die steirische Leder & Schuh AG (Humanic, Shoe4You, Stiefelkönig) erreicht einen Marktanteil von ca. 18 %. Alle anderen Marktteilnehmer liegen bei deutlich unter 10 % Marktanteil.

→ **Langfristige Strukturprobleme im Schuheinzelhandel**

Das Jahr 2018 verlief für den Schuheinzelhandel zwar besonders ungünstig, doch die Probleme bestehen schon länger: Seit 2010 steigt das Umsatzvolumen praktisch nicht. Trotzdem verändert sich die Anzahl der Standorte (ca. 1.400) und die Gesamtverkaufsfläche kaum. Selbst das Out von Vögle Shoes mit ursprünglich ca. 70 Standorten wurde durch die Expansion anderer Marktteilnehmer kompensiert. Die logische Folge ist, dass die durchschnittliche Flächenproduktivität in der Branche sinkt.

**Schuheinzelhandel Österreich: Umsatz 2000-2018  
in Mio. €, brutto**



Quelle: RegioData Research

Ausgabe 2019

**Auszüge aus der aktuellen Studie:** „RegioData Branchenkenntzahlen Schuhhandel – Ausgabe 2019“.

Die **RegioData Research GmbH**, mit Sitz in Wien und München, ist Spezialist bei regionalen Wirtschaftsdaten in Europa. Wir liefern Entscheidungsgrundlagen für Handel, Real Estate und Finanzierung. Aktuell, klar und sicher.