



SIEMES
SCHUH CENTER

Trendkompass Schuhe:

So viel investieren die
Deutschen in Schuhe

Eine Analyse der Ausgaben, Preissegmente
und Kaufrends

Inhaltsverzeichnis

01	Der deutsche Schuhmarkt im Überblick	4
02	Der deutsche Schuhmarkt: Gesamtumsatz und Marktentwicklung	7
03	Internationale Markttrends	9
04	Trends nach Schuhkategorie	10
05	Beliebte Preissegmente	12
06	Ausgabenverhalten: demografische und regionale Unterschiede	14
07	Kaufimpulse beim Schuhkauf	17
08	Ausblick: Was bringt die Zukunft?	19

EINLEITUNG

Schuhe sind mehr als Gebrauchsgegenstände. Sie sind Ausdruck von Stil, Komfortanspruch und zunehmend auch von Haltung – etwa beim Thema Nachhaltigkeit. Gleichzeitig steht der Schuhhandel unter dem Druck wirtschaftlicher Unsicherheit, veränderter Konsumgewohnheiten und wachsender Online-Konkurrenz. Wie wirkt sich das auf das Kaufverhalten der Deutschen aus?

Wir haben zahlreiche Studien und aktuelle Marktdaten überprüft, um herauszufinden, was Konsumenten heute bewegt. Dabei nimmt der Trendkompass Schuhe den Markt genau unter die Lupe: Welche Schuharten liegen im Trend? Welche Rolle spielen verschiedene Preissegmente bei der Kaufentscheidung – und wofür sind die Deutschen bereit, mehr zu zahlen?

Auch die Kaufmotive haben sich verändert. Rabatte und Aktionstage sind für Viele ein fester Bestandteil der Kaufentscheidung, insbesondere bei jüngeren Zielgruppen. Wie stark beeinflussen Preisaktionen, der Onlinehandel oder der Wunsch nach Regionalität die Kaufentscheidung?

Dieser Report bietet Ihnen einen kompakten, datenbasierten Überblick über Trends, Zahlen und Treiber im deutschen Schuhmarkt. Er lädt dazu ein, bekannte Muster zu hinterfragen, neue Zielgruppen besser zu verstehen – und mit frischem Blick auf ein Produkt zu schauen, das wir täglich brauchen, aber selten bewusst analysieren.

Gesamtumsatz im deutschen
Schuhhandel 2024

Der deutsche
**Schuhmarkt im
Überblick**

€11,62

2024

Milliarden

Der deutsche Schuhmarkt stagniert aufgrund der weltweiten Krisenstimmung, aber **Experten rechnen mit einem Nachholeffekt für 2025.**

0,8%
↓

Rückgang gegenüber dem Vorjahr



76,3%
tragen Sneaker

**Beliebte Schuharten
in Deutschland**

Sneaker sind die Spitzenreiter in deutschen Schuhschränken. Doch auch das **Segment Sportschuhe wächst** seit Jahren überdurchschnittlich. Reine **Businesschuhe** sind hingegen **wenig gefragt.**



24,6%
kaufen
Sportschuhe



8,3%
nutzen reine
Businesschuhe

Preissegmente



So viele Schuhe besitzen und kaufen Deutsche

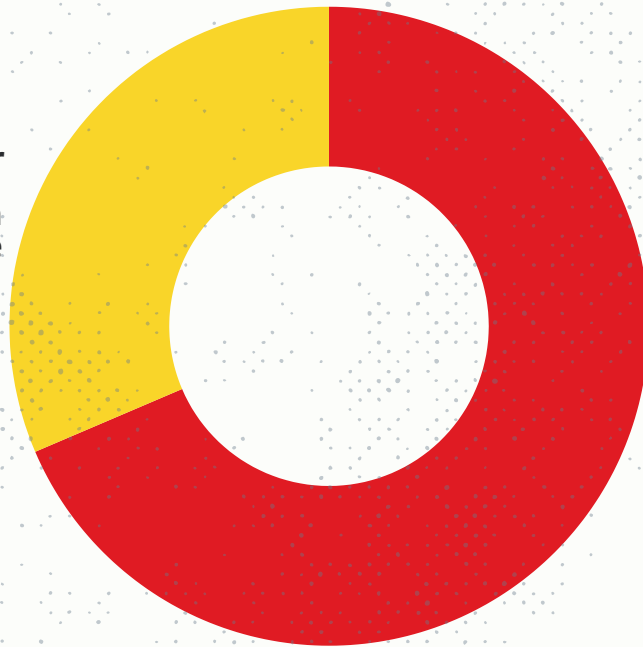
54,6 %

der Deutschen kaufen mehrmals im Jahr neue Schuhe

22,00%

Männer

der Männer besitzen mehr als 10 Paar Schuhe

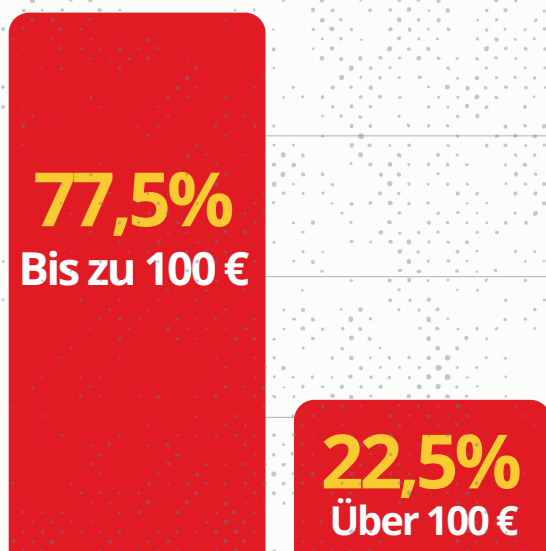


48,00%

Frauen

der Frauen besitzen mehr als 10 Paar Schuhe

Wie viele Deutsche sind bereit, pro Schuhpaar mehr als **100 € auszugeben**?



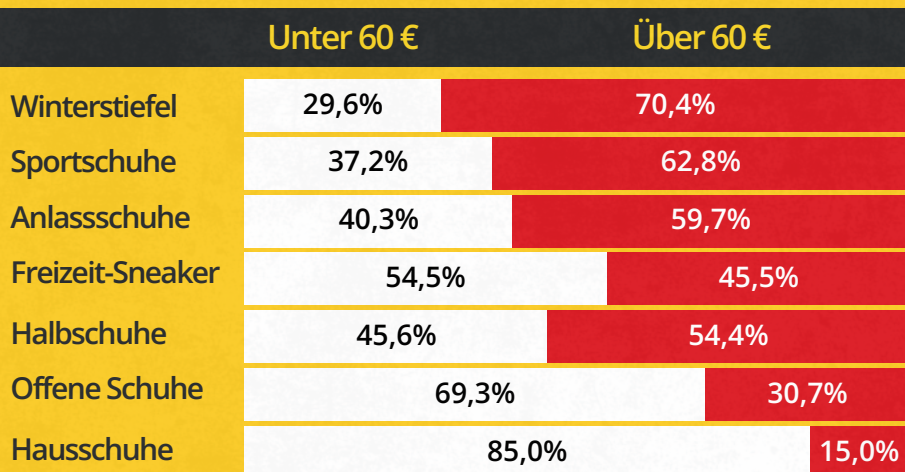
Das **Niedrigpreissegment** bildet das **Fundament** im deutschen Schuhhandel.

50,1%

kaufen am liebsten im Segment bis zu **60 €**

Wie viele Deutsche sind bereit,
pro Schuhpaar mehr als




100 € auszugeben?



Zu welchem Preissegment
die Deutschen beim
Schuhkauf greifen,
entscheidet sich nach der
Schuhkategorie.

Bei Winterstiefeln und Sportschuhen geben über 60 % der Deutschen gerne mehr als 60 € aus. Bei offenen Schuhen greifen knapp 70 % lieber zu einem günstigeren Modell.

Ausgabenbereitschaft nach Einkommen

Einkommensgruppe	Bis zu 40 € pro Schuhpaar	Über 150 € pro Schuhpaar
 Unterdurchschnittlich	50,4 %	2,6 %
 Durchschnittlich	35,1 %	4,8 %
 Überdurchschnittlich	25,5 %	10,6 %

Je höher das Haushaltsnettoeinkommen, desto seltener greifen die Deutschen zu günstigen Schuhen. Während über die Hälfte der Geringverdiener maximal 40 € pro Paar ausgeben will, greift jeder zehnte Besserverdiener auch mal tiefer in die Tasche und zahlt über 150 Euro.

Kaufimpulse heute

45 %

der Konsumenten setzen auf Rabatte oder Aktionsdeals

47 %

der Verbraucher gehen gezielt zu Sale-Events wie dem Black Friday auf Schnäppchenjagd

35 %

der Schuhkäufe erfolgen heute online – deshalb spielen digitale Kaufanreize eine zunehmend große Rolle

43 %

der Deutschen wären bereit, für Nachhaltigkeit einen Aufpreis zu zahlen

67 %

Unter den 18- bis 29-Jährigen warten 67 % mit dem Shopping auf Aktionstage

57 %

der 16- bis 39-Jährigen haben schon einmal ein Produkt über eine Instagram-Anzeige gekauft

● 2023

● 2024

11,71 Milliarden

11,62 Milliarden

Der deutsche Schuhmarkt: Gesamtumsatz und Marktentwicklung

Der deutsche Schuhmarkt stagniert. Viele Menschen kaufen weniger ein, weil die wirtschaftliche Lage schwierig ist. Dabei entwickeln sich einzelne Bereiche des Marktes unterschiedlich: Klassische Schuhgeschäfte und neue Verkaufswege kämpfen um die Gunst der Kunden.

Aktueller Gesamtumsatz im deutschen Schuhhandel

Der Gesamtumsatz des deutschen Schuhhandels belief sich im Jahr 2024 auf **11,62 Milliarden Euro**. Das sind rund 90 Millionen Euro weniger als im Vorjahr und entspricht einem leichten Rückgang von 0,8 %.¹ Da die Verbraucherpreise um 2,2 % gestiegen sind, fällt der inflationsbereinigte Rückgang sogar noch höher aus.²

Vor allem der stationäre Schuhfachhandel musste Verluste hinnehmen – der Umsatz sank um 100 Millionen Euro bzw. 1,5 %. Im Gegensatz dazu konnte der Online-Handel mit 20 Millionen Euro einen leichten **Zugewinn von 0,7 %** verzeichnen.¹

Marktentwicklung in Deutschland

Nach dem starken Einbruch während der Corona-Zeit hat sich der deutsche Schuhmarkt 2022 deutlich erholt. Im Vergleich zu 2021 stieg der Umsatz um 10 %. Auch 2023 ging es weiter bergauf – mit einem Plus von 3,8 %.³

Dieser Nachholeffekt pausiert 2024. Und auch für 2025 wagt der Schuhhandel nur vorsichtige Prognosen. Knapp 45 % der Händler rechnen mit weiteren Rückgängen, nur 25 % mit einem Umsatzplus.

Als Gründe für die pessimistischen Einschätzungen werden gestiegene Lebenshaltungskosten und geopolitische Krisen genannt. Diese verunsichern die Verbraucher und senken die Lust auf einen Schuhkauf.¹

¹ BTE (Abruf am 15.05.2025, <https://www.bte.de/bte-pressemitteilung-zur-shoes-pressekonferenz-am-03.02.2025/>)

² Statistisches Bundesamt (Abruf 15.05.2025, <https://www-genesis.destatis.de/datenbank/online/table/61111-0001/table-toolbar>)

³ IFH Köln (Abruf am 15.05.2025, <https://www.ifhkoeln.de/produkt/branchenbericht-schuhe-2024/>)

Internationale Markttrends

Anders als in Deutschland verzeichnete der weltweite Schuhmarkt 2024 ein solides Wachstum. Der Umsatz stieg auf 412,9 Milliarden US-Dollar – ein Plus von rund 3,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.¹

Der weltweite Schuhmarkt

Asien-Pazifik: Diese Region war 2024 führend im globalen Schuhmarkt mit einem Marktanteil von 32,07 %.² Besonders in China, das über 50 Prozent der weltweiten Schuhproduktion ausmacht, stieg die Nachfrage nach Schuhen sowohl im Inland als auch international.³

Nordamerika: Mit einem Marktanteil von 25,3 % im Jahr 2024 zeigte Nordamerika eine starke Nachfrage nach trendbewussten und funktionalen Schuhen, insbesondere im Bereich Sportschuhe.³

Europa: Der europäische Schuhmarkt wuchs mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate (CAGR) von 3,6 % und profitierte von der zunehmenden Bedeutung des Online-Handels.³

Markttreiber und Trends

E-Commerce: Der Online-Verkauf von Schuhen nahm weiter zu. Im Jahr 2024 wurden 23,6 % des weltweiten Schuhumsatzes online erzielt, mit einer prognostizierten Steigerung auf 26 % bis 2027.¹

Nachhaltigkeit: Verbraucher legen zunehmend Wert auf umweltfreundliche Produkte. Marken wie Timberland, PUMA und Adidas investierten in nachhaltige Materialien und Produktionsmethoden.³

Athleisure-Trend: Der Trend zu sportlich-inspirierter Freizeitkleidung führte zu einer erhöhten Nachfrage nach bequemen und vielseitigen Schuhen, die sowohl für sportliche Aktivitäten als auch für den Alltag geeignet sind.

¹ Oberlo.com (Abruf am 15.05.2025, <https://www.oberlo.com/statistics/footwear-industry-size>)

² Fortune Business Insights (Abruf am 15.05.2025, <https://www.fortunebusinessinsights.com/footwear-market-112088>)

³ Grand View Research (Abruf am 15.05.2025, <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/footwear-market>)

Trends nach Schuhkategorie

Angesichts veränderter Konsumgewohnheiten zeigen sich im Schuhmarkt deutliche Trends in einzelnen Segmenten. Während sportlich-legere Schuhe weiter an Beliebtheit gewinnen, stehen klassische Kategorien wie Business-Schuhe unter Druck.

Sneaker

76,3 % der Deutschen tragen gerne Sneaker.¹ Damit ist dieser Schuhtyp der Spitzenreiter in deutschen Schuhschränken. Kein Wunder, dass 2023 die Sneaker-Umsätze in Deutschland erstmals die Marke von 3 Milliarden Euro überschritten. Anhaltende Komfortorientierung und der Trend zum sportlichen Lifestyle lassen auch für 2025 steigende Verkaufszahlen erwarten.²



Sportschuhe

Das Segment Sportschuhe wächst seit Jahren überdurchschnittlich. Bereits 2017 entfielen EU-weit 23,4 % der Schuhumsätze auf Sportschuhe. In Deutschland stieg der Anteil zwischen 2013 und 2017 um 4,4 Prozentpunkte zulasten klassischer Lederschuhe.³

Dieser Trend hält an: Alltagstaugliche Sportschuhe sind mittlerweile fest im Straßenbild verankert. Heute geben 24,6 % der Befragten an, regelmäßig Sportschuhe zu tragen. Vor allem Sportartikelhersteller profitieren davon: Adidas, Nike und Puma führen die Top-10 der bekanntesten Schuhmarken an.⁴

23,6% des weltweiten Schuhumsatz erfolgt online.

Klassische Damen- und Herrenschuhe



In den vergangenen Jahren mussten sich klassische Damen- und Herrenschuhe zunehmend gegen die Konkurrenz der sportlich-funktionalen Schuhe behaupten. Dadurch geriet dieses traditionelle Segment zunehmend unter Druck. Zwischen 2013 und 2017 verloren klassische Schuhe aus Leder in Deutschland 5,5 Prozentpunkte an Marktanteil.³

Immerhin geben immer noch 30,8 % der Verbraucher an, Schnürschuhe zu tragen, und 28,7 % besitzen Boots und Stiefel. Dagegen bekennen sich nur noch 8,3 % zum klassischen Businessschuh.¹

Kinderschuhe

Der Markt für Kinderschuhe gilt als stabil, weil er überwiegend bedarfsgetrieben ist. Eltern müssen regelmäßig neue Schuhe kaufen, da Kinderfüße schnell wachsen – dies sorgt für eine grundsätzlich konstante Nachfrage. Dennoch ist das Segment im Vergleich zu Damen- und Herrenschuhen eher klein.

Global gesehen sind die Umsätze für Kinderschuhe in den vergangenen Jahren gestiegen und es wird ein weiteres Wachstum prognostiziert. Gründe dafür sind unter anderem die zunehmende globale Wirtschaftsleistung, ein wachsendes Bewusstsein für die Fußgesundheit von Kindern sowie der Trend zu nachhaltigen Produkten.⁵ Diese Entwicklungen führen dazu, dass Eltern insgesamt mehr in hochwertige Kinderschuhe investieren.



23,6% des weltweiten Schuhumsatzes erfolgen online.

¹ Consumer Report 2024, Marktmedia24

² BVSE (Abruf am 15.05.2025, <https://www.bvse.de/gut-informiert-textil-recycling/nachrichten/7194-milliardenmarkt-sneaker.html>)

³ IFH Köln (Abruf am 15.05.2025, <https://www.ifhkoeln.de/jeder-deutsche-gibt-2017-durchschnittlich-etwa-120-euro-fuer-schuhe-aus/>)

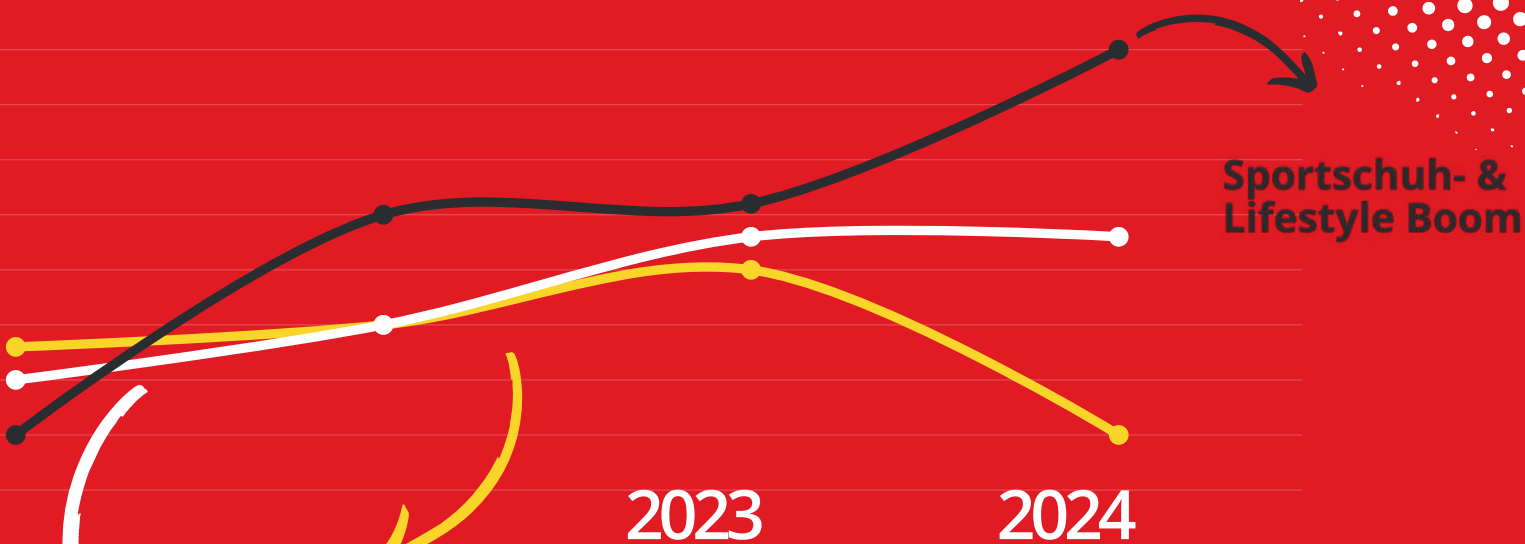
⁴ Statista (Abruf am 15.05.2025, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1348882/umfrage/bekannteste-sneaker-marken-in-deutschland/>)

⁵ VMR (Abruf am 15.05.2025 <https://www.verifiedmarketreports.com/de/product/kids-footwear-market/>)

● Klassische Damen- und Herrenschuhe

● Kinderschuhe

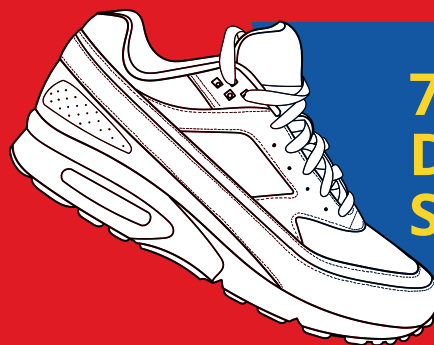
● Sportschuhe & Sneaker



Sportschuh- & Lifestyle Boom

Trend zum Sportschuh

Konstante Grundnachfrage



76,3% der Deutschen tragen Sneaker

Beliebte Preissegmente

Branchenanalysten beobachten seit Jahren eine Polarisierung der Preise im Einzelhandel: Niedrigpreisige Angebote und Luxusmarken wachsen überdurchschnittlich, während das mittlere Preissegment stagniert.¹

Niedrigpreissegment (unter 60 Euro)

Das Niedrigpreissegment bildet das Fundament im deutschen Schuhmarkt. Im Durchschnitt sind etwa 50 % der befragten Deutschen bereit, nur bis zu 60 Euro für verschiedene Schuhkategorien auszugeben. Bei traditionell günstigen Schuhkategorien wie Hausschuhen geben sogar über 70 % an, nur bis zu 40 Euro auszugeben.²

In diesem Segment sind vor allem Schuh-Discounter und Fachmarkt-Filialisten stark vertreten, die durch Größenvorteile günstige Preise anbieten können.

Mittleres Preissegment (60 bis 100 Euro)

Das mittlere Preissegment umfasst Schuhe zwischen 60 und 100 Euro und macht einen erheblichen Teil des Marktes aus. Über 80 % der Verbraucher bevorzugen beim Schuhkauf niedrige und mittlere Preise.²

Diese Erkenntnis bestätigt auch die Erhebung einer Onlineplattform für Schuhe, die einen durchschnittlichen Verkaufswert von 82 Euro ermittelt hat.³ In diesem Preissegment konkurrieren sowohl Discounter als auch traditionelle Schuhmarken sowie Sportmode-Filialen.



¹ diepresse.com (Abruf am 15.05.2025, <https://www.diepresse.com/18857299/die-polarisierung-im-einzelhandel-setzt-sich-fort>)

² Consumer Report 2024, Marktmedia24

³ Fashionnetwork.com (Abruf am 15.05.2025, https://de.fashionnetwork.com/news/Schuhe-de-verzeichnet-starke-nachfrage-im-outdoor-und-sport-segment_1395506.html)

Premiumsegment (über 100 Euro)

Branchenanalysten beobachten seit Jahren eine Polarisierung der Preise im Einzelhandel: Niedrigpreisige Angebote und Luxusmarken wachsen überdurchschnittlich, während das mittlere Preissegment stagniert.¹



Ausgabenbereitschaft nach Schuhart²

	Bis 40 €	Bis 60 €	Bis 80 €	Bis 100 €	Über 100 €
Winterstiefel	15,4 %	14,2 %	18,1 %	21,4 %	30,9 %
Sportschuhe	19,0 %	18,2 %	17,3 %	20,4 %	25,1 %
Anlassschuhe	22,6 %	17,7 %	17,8 %	21,0 %	20,9 %
Freizeit-Sneaker	22,3 %	21,2 %	17,9 %	19,0 %	19,6 %
Halbschuhe	25,0 %	20,6 %	20,0 %	18,3 %	16,1 %
Offene Schuhe	46,7 %	22,6 %	13,8 %	10,2 %	6,7 %
Hausschuhe	74,1 %	10,9 %	7,0 %	4,6 %	3,4 %

¹ diepresse.com (Abruf am 15.05.2025, <https://www.diepresse.com/18857299/die-polarisierung-im-einzelhandel-setzt-sich-fort>)

² Consumer Report 2024, Marktmedia24

³ Fashionnetwork.com (Abruf am 15.05.2025, <https://de.fashionnetwork.com/news/Schuhe-de-verzeichnet-starke-nachfrage-im-outdoor-und-sport-segment,1395506.html>)

Ausgabenverhalten: demografische und regionale Unterschiede

Schuhe sind für die meisten Deutschen mehr als eine Notwendigkeit. Sie gehören zum Lifestyle und unterstreichen die Persönlichkeit. Über **60 % der Deutschen besitzen bis zu zehn Paar Schuhe.**

60 %

der Deutschen besitzen bis zu zehn Paar Schuhe

**>80 % bevorzugen
Schuhpreise unter
100 Euro.**

54,6 Prozent kaufen mehrmals im Jahr neue Schuhe.¹ Die Pro-Kopf-Ausgaben für Schuhe liegen jährlich bei etwa 350 Euro.² Dabei gibt es sowohl regional als auch in demografischer Hinsicht Unterschiede im Ausgabenverhalten.



¹ Consumer Report 2024, Marktmedia24

² BVSE (Abruf am 15.05.2025, <https://www.bvse.de/gut-informiert-textil-recycling/nachrichten/7194-milliardenmarkt-sneaker.html>)

³ IFH Köln (Abruf am 15.05.2025, <https://www.ifhkoeln.de/jeder-deutsche-gibt-2017-durchschnittlich-etwa-120-euro-fuer-schuhe-aus/>)

⁴ Statista (Abruf am 15.05.2025, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1348882/umfrage/bekannteste-sneaker-marken-in-deutschland>)

⁵ VMR (Abruf am 15.05.2025 <https://www.verifiedmarketreports.com/de/product/kids-footwear-market/>)

Unterschiede nach Geschlecht

Frauen

48 % besitzen mehr als 10 Paar Schuhe¹

Sie besitzen im Schnitt 17 Paar Schuhe und kaufen etwa sechs Paar pro Jahr³

37,8 % der Frauen geben regelmäßig bis zu 40 € für ihre Schuhe aus, nur 4,8 % geben über 150 € für neue Schuhe aus¹

Männer

22 % besitzen mehr als 10 Paar Schuhe¹

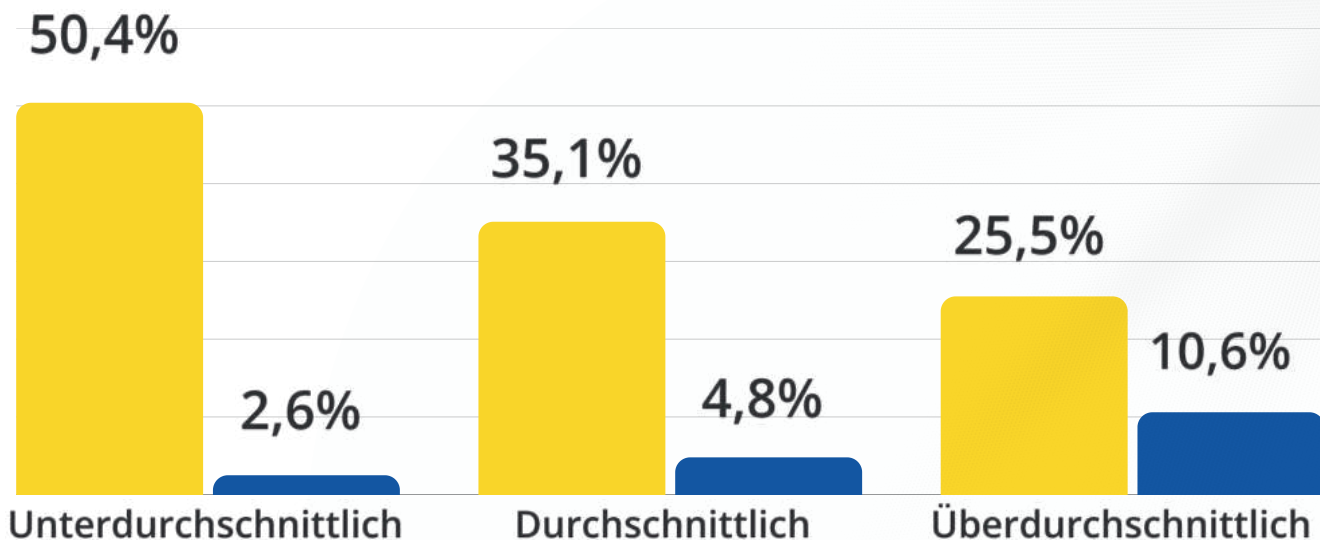
Sie besitzen im Schnitt 8 Paar Schuhe und kaufen etwa zwei Paar pro Jahr³

25,9 % der Männer zahlen in der Regel unter 40 € für neue Schuhe, 7,1% geben mehr als 150 € pro Paar aus¹

Unterschiede nach Einkommen

Ausgabenbereitschaft pro Schuhpaar nach Einkommen¹

● Bis zu 40 € pro Schuhpaar ● Über 150 € pro Schuhpaar



¹ Consumer Report 2024, Marktmedia24

² BVSE (Abruf am 15.05.2025, <https://www.bvse.de/gut-informiert-textil-recycling/nachrichten/7194-milliardenmarkt-sneaker.html>)

³ IFH Köln (Abruf am 15.05.2025, <https://www.ifhkoeln.de/jeder-deutsche-gibt-2017-durchschnittlich-etwa-120-euro-fuer-schuhe-aus/>)


⁴ Statista (Abruf am 15.05.2025, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1348882/umfrage/bekannteste-sneaker-marken-in-deutschland/>)

⁵ VMR (Abruf am 15.05.2025 <https://www.verifiedmarketreports.com/de/product/kids-footwear-market/>)

Stadt vs. Land

Untersuchungen zeigen Unterschiede im Konsumverhalten zwischen Stadt und Land. In städtischen Regionen profitieren viele – insbesondere einkommensstarke - Haushalte von einem vielfältigen Angebot und kurzen Wegen. Auf dem Land ist die Auswahl begrenzter, Geschäfte liegen oft weiter entfernt. Hinzu kommt: Die durchschnittlichen Einkommen sind niedriger, was den Zugang zu Konsumgütern zusätzlich erschwert.⁴

Entsprechend geben Großstadtbewohner sowohl nominal als auch anteilig mehr ihres Budgets für nicht lebensnotwendige Konsumgüter wie Bekleidung und Schuhe aus. Haushalte in den ländlichsten Regionen Deutschlands verwenden hingegen einen größeren Anteil ihres Budgets auf Grundbedürfnisse wie Wohnen, Lebensmittel etc.⁴



Kaum Unterschiede zwischen Ost und West

Westdeutsche Haushalte geben im Schnitt 105 € pro Monat für Bekleidung und Schuhe aus. Ostdeutsche Haushalte (inklusive Berlin) liegen mit monatlich 98 € nur unwesentlich darunter. Zudem verwenden ostdeutsche Haushalte einen marginal höheren Anteil ihres verfügbaren Konsumbudgets für Schuhe und Bekleidung (3,6 % im Westen vs. 3,9 % im Osten).⁵

1 Consumer Report 2024, Marktmedia24

2 BVSE (Abruf am 15.05.2025, <https://www.bvse.de/gut-informiert-textil-recycling/nachrichten/7194-milliardenmarkt-sneaker.html>)

3 IFH Köln (Abruf am 15.05.2025, <https://www.ifhkoeln.de/jeder-deutsche-gibt-2017-durchschnittlich-etwa-120-euro-fuer-schuhe-aus/>)

4 Statista (Abruf am 15.05.2025, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1348882/umfrage/bekannteste-sneaker-marken-in-deutschland/>)

5 VMR (Abruf am 15.05.2025 <https://www.verifiedmarketreports.com/de/product/kids-footwear-market/>)

Kaufimpulse beim Schuhkauf

Der Schuhkauf ist selten rein rational. Verschiedene Faktoren beeinflussen, wann, wo und zu welchem Preis wir Schuhe kaufen. Neben funktionalen Bedürfnissen sind Emotionen, Angebote und individuelle Werte entscheidend.



Kaufimpulse beim Schuhkauf

Rabatte und Sonderaktionen spielen beim Einkauf eine herausragende Rolle. 45 % der Konsumenten nutzen aktiv Rabatte oder Aktionsdeals und greifen bevorzugt zu reduzierter Ware.¹

Vor allem große Sale-Events wie der Black Friday ziehen viele Käufer an. 47 % der Befragten planen gezielt an diesen Tagen auf Schnäppchenjagd zu gehen. Unter den 18- bis 29-Jährigen liegt der Anteil mit 67 % sogar noch höher.¹

Auch Bonusprogramme sind beliebt – etwa jeder Vierte nimmt an Kundenbindungsprogrammen mit Rabattpunkten teil.¹ Insgesamt zeigt sich, dass Preisnachlässe und Sonderaktionen starke Kaufanreize darstellen und auch die Kaufbereitschaft für Schuhe deutlich erhöhen.

Geplante Käufe vs. Impulskäufe

Schuhkäufe erfolgen teils geplant, etwa als notwendiger Ersatz, teils spontan aus Lust am Shoppen. Laut Schätzungen sind nahezu 50 Prozent aller Schuhkäufe spontane Impulskäufe.² Allerdings hat die unsichere Wirtschaftslage in den letzten Jahren viele Konsumenten vorsichtiger werden lassen: Im Herbst 2023 gaben 67 % der Befragten an, spontane Käufe bewusst zu reduzieren. Doch 2024 ging der Fokus auf Angebote etwas zurück und die Menschen entschieden sich wieder häufiger für Spontankäufe.³



¹ GfK-Studie (Abruf am 16.05.2025, <https://newsroom.mastercard.com/news/europe/de-de/newsroom/pressemitteilungen/de-de/2023/gfk-studie-online-shopping-aktionstage-weihnachten/>)

² INKOTA (Abruf am 16.05.2025, <https://www.inkota.de/themen/kleidung-schuhe/schuhe-leder>)

³ IFH Köln (Abruf am 16.05.2025 <https://www.ifhkoeln.de/kaufverhalten-2024-emotionale-und-spontane-kaeufe-wachsen-um-23-milliarden/>)

⁴ IFH Köln (Abruf am 16.05.2024, <https://www.ifhkoeln.de/nachholeffekte-am-schuhmarkt-halten-2023-weiter-an/>)

⁵ Statista (Abruf am 16.05.2025, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1549474/umfrage/umfrage-zum-einfluss-von-social-media-werbung-auf-kaufentscheidung-nach-plattform/>)

⁶ Consumer Report 2024, Markmedia24

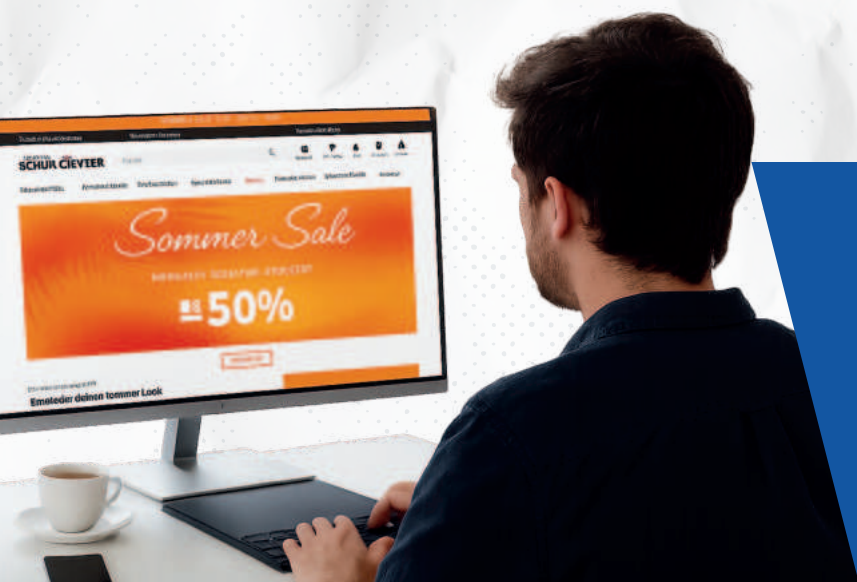
⁷ Gabot.de (Abruf am 16.05.2025, <https://www.gabot.de/ansicht/studie-consumer-trends-reports-2023-420805.html>)

Kaufimpulse beim Schuhkauf

Digitale Kaufanreize

Digitale Kanäle beeinflussen den Schuhkauf zunehmend. Zwar ging der Anteil online getätigter Schuhkäufe nach der Pandemie etwas zurück, lag aber 2023 in Deutschland immer noch bei etwa 35 %. Besonders neue Online-Marktplätze – oft aus Asien – sprechen jüngere Käufer mit riesiger Auswahl und aggressiven Preisen an. Diese Anbieter nutzen soziale Netzwerke für intensives Marketing und locken mit Gewinnspielen.⁴

Social-Media-Werbung ist heute ein fester Bestandteil im Marketing: 57 % der 16- bis 39-jährigen hat schon einmal ein Produkt über eine Instagram-Anzeige gekauft.⁵ Das zeigt, wie stark personalisierte Anreize – etwa Empfehlungen, Gutscheine per App oder E-Mail – und bequeme digitale Einkaufserlebnisse an Bedeutung gewonnen haben.



Digitale Kanäle gewinnen an Relevanz

Nachhaltigkeit als wachsender Kaufanreiz

Nachhaltigkeit ist zu einem wichtigen Entscheidungsfaktor beim Schuhkauf geworden. Laut einer aktuellen Branchenerhebung legen über zwei Drittel der deutschen Verbraucher Wert auf nachhaltige Schuhe. Jeder Vierte achtet dabei insbesondere auf eine regionale Produktion, z.B. Schuhe „Made in Europe“.⁶

Allerdings prallen Nachhaltigkeitsanspruch und Preisbewusstsein oft aufeinander: Nur 43 % der deutschen Konsumenten wären bereit, für ein als nachhaltig eingestuftes Produkt einen Aufpreis zu zahlen.⁷ Viele Käufer setzen eher auf langlebige Qualität, Reparaturfähigkeit und Second-Hand-Optionen, um Nachhaltigkeit zu gewährleisten, ohne das Budget zu sprengen.

Made in Europe

1 GfK-Studie (Abruf am 16.05.2025, <https://newsroom.mastercard.com/news/europe/de-de/newsroom/pressemitteilungen/de-de/2023/gfk-studie-online-shopping-aktionstage-weihnachten/>)

2 INKOTA (Abruf am 16.05.2025, <https://www.inkota.de/themen/kleidung-schuhe/schuhe-leder>)

3 IFH Köln (Abruf am 16.05.2025, <https://www.ifhkoeln.de/kaufverhalten-2024-emotionale-und-spontane-kaeufe-wachsen-um-23-milliarden/>)

4 IFH Köln (Abruf am 16.05.2024, <https://www.ifhkoeln.de/nachholeffekte-am-schuhmarkt-halten-2023-weiter-an/>)

5 Statista (Abruf am 16.05.2025, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1549474/umfrage/umfrage-zum-einfluss-von-social-media-werbung-auf-kaufentscheidung-nach-plattform/>)

6 Consumer Report 2024, Marktmedia24

7 Gabot.de (Abruf am 16.05.2025, <https://www.gabot.de/ansicht/studie-consumer-trends-reports-2023-420805.html>)

Ausblick: Was bringt die Zukunft?

6,9 %

Laut aktuellen Prognosen wird der weltweite Schuhmarkt auch in den kommenden Jahren weiterwachsen. Bis 2032 wird ein Umsatz von bis zu 789,5 Milliarden US-Dollar erwartet – bei einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von rund 6,9 %. Insbesondere Schwellenländer sollen maßgeblich zu diesem Anstieg beitragen.¹

Entgegen den Bedenken der regionalen Schuhhändler rechnen Experten auch für Deutschland mit einem langsamen Wachstum des Schuhmarktes bis 2028. Man rechnet vor allem für den stationären Handel mit einem weiteren Nachholeffekt gegenüber den Pandemiezeiten. Zudem wird der Onlinehandel voraussichtlich weitere Marktanteile hinzugewinnen.²



Online und offline gut beraten: Schuhcenter

Die Studienergebnisse zeigen: In wirtschaftlich angespannten Zeiten kaufen die Menschen bewusster ein. Doch der Schuhkauf bleibt ein kleines Erlebnis, besonders, wenn Auswahl, Preis-Leistung und Beratung stimmen.

Bei Schuhcenter finden Sie Schuhe für jeden Anlass – vom günstigen Alltagsschuh bis zur Markenauswahl im Premiumbereich. Halten Sie Ausschau nach unseren Angeboten, um Ihre Lieblingsmarke als Schnäppchen zu ergattern.

Verbinden Sie dabei das Beste aus beiden Welten: den schnellen Überblick und die bequeme Lieferung unseres Online-Shops mit dem persönlichen Service und Anprobieren vor Ort.

SIEMES
SCHUH **CENTER**

¹ <https://www.fortunebusinessinsights.com/footwear-market-112088>

² <https://www.onlinemarktplatz.de/240161/schuhmarkt-in-deutschland>