

**Pressekonferenz zur GDS am 23. August 2011**

**Brigitte Wischnewski**

**Präsidentin des Bundesverbands des Deutschen Schuheinzelhandels e.V., Köln**

---

### **Hohes Umsatzniveau im ersten Halbjahr fast gehalten**

In den ersten fünf Monaten verlief das Geschäft im Schuheinzelhandel recht ermutigend. Nach einem flauen Januar ging es mit den Umsätzen deutlich nach oben. Besonders im April und Mai wurden gute Umsatzzahlen erzielt. Im Juni brach die positive Umsatzentwicklung dann allerdings jäh ab. Die wenig sommerlichen Temperaturen drückten auf die Abverkäufe - insbesondere bei offenen Schuhen wie Pantoletten und Sandaletten -, dies allerdings bei hoher Umsatzvorlage aus dem Vorjahr. Ein zweistelliges Umsatzminus im Juni ließ das aufgelaufene Umsatzplus so weit abschmelzen, dass der Schuheinzelhandel das **erste Halbjahr** nur mit einem **knappen Pari** (-0,5 Prozent) abschloss. Damit konnten die positiven Vorjahresumsätze (1. Halbjahr 2010: plus 4 Prozent) im Durchschnitt nicht ganz gehalten werden.

Nach Berechnungen des BDSE dürften die **Einzelhandelsumsätze mit Schuhen** in den ersten sechs Monaten dieses Jahres **5,6 Mrd. EUR** betragen haben.

Wie eine aktuelle Befragung des BDSE im Schuheinzelhandel belegt, haben 61 Prozent der Fachhandelsunternehmen im ersten Halbjahr die Umsätze zumindest halten oder sogar erhöhen können, 39 Prozent mussten hingegen ein Umsatz-Minus hinnehmen.

Das Umsatzpari des ersten Halbjahres wurde über **höhere Preisreduktionen** erkaufte. So melden 37 Prozent der befragten Unternehmen höhere Preisabschriften als im Vorjahreszeitraum. Der verstärkte Einsatz des Rotstiftes auf dem Preisetikett führte zu einer niedrigeren erzielten Kalkulation und zu geringeren Erträgen im Schuheinzelhandel.

So verschlechterte sich im Berichtszeitraum die **Ertragslage** bei 41 Prozent der Unternehmen, nur 31 Prozent berichten über eine Ertragssteigerung.

Auch das zweite Halbjahr ist in unserer Branche eher verhalten gestartet. Der **Juli** brachte dem Schuhhandel erneut ein Umsatzminus, so dass nach **sieben Monaten** die Umsatzmarke aufgelaufen bei **minus 1 Prozent** liegt.

### Non-Colours als wichtiges Farbthema

Bei den **Farben** waren die Non-Colours wichtigstes Modethema in der abgelaufenen Verkaufssaison, also die diversen Grau- und Beigetöne. Auch die Farbe Blau hat bei Damen- wie bei Herrenschuhen stark gewonnen. Die Bedeutung von Braun ließ dagegen leicht nach. Rot, Gelb und Grün spielten in sehr modischen Segmenten eher eine Rolle, hatten im Mainstream-Markt aber nur einen vergleichsweise nachrangigen Anteil. Das dürfte sich in der kommenden Frühjahrs-/Sommersaison ändern, wenn insgesamt mehr Farbigkeit in das Schuhangebot kommt.

Schwarz ist nach wie vor als Basisfarbe wichtig. Etwa jeder dritte verkaufte Schuh trug im Frühjahr/Sommer die Farbe Schwarz.

### Diszipliniertes Orderverhalten

Nachdem die Abverkäufe im Laufe dieses Jahres unter den Erwartungen lagen, geht der Schuheinzelhandel eher verhalten in die aktuelle Orderrunde. Auf der einen Seite stehen die Einläufer neuen Modethemen aufgeschlossen gegenüber. Auf der anderen Seite sind sie bestrebt, ihre Einkaufs-Budgets einzuhalten. Immerhin 47 Prozent der vom BDSE befragten Schuhfachhändler beabsichtigen, ihr **Einkaufsvolumen** sogar zu **reduzieren**. Viele Unternehmen wollen die Erstdisposition senken (17 Prozent der Befragten), um im Rahmen der Nachordermöglichkeiten so flexibel und spät wie möglich auf die tatsächliche Umsatzentwicklung reagieren zu können.

Die **Lieferanten** werden offenbar in dieser Einkaufsrunde besonders kritisch hinsichtlich **Abverkaufsquote und Rentabilität** beleuchtet. Knapp zwei Drittel der Handelsunternehmen beabsichtigen, die **Zahl** der geführten Fabrikate zu **reduzieren**. Zum einen wird mit der Konzentration auf weniger Lieferanten das Ziel verfolgt, die Ertragskraft zu stärken. Zum anderen steht der Wunsch im Vordergrund, über eine stärkere **Spezialisierung und Fokussierung** auf Kernlieferanten die Sortimentsbreite zu reduzieren zugunsten einer optimierten Artikelverfügbarkeit.

## **Verhaltene Erwartungen für das 2. Halbjahr**

Was erwartet der Schuheinzelhandel vom zweiten Halbjahr? Wie der deutsche Konsum in den nächsten Monaten verlaufen wird, ist schwer zu prognostizieren. Derzeit mehren sich wieder Meldungen, die vor einem erneuten Konjunkturreinbruch in den USA und als Folge auch der Weltwirtschaft warnen.

Die Stimmung der Verbraucher erhielt im Juli trotz anhaltender Diskussion über die EU-Schuldenkrise nur einen marginalen Dämpfer. Die deutsche Wirtschaft im Allgemeinen und der Konsum im Speziellen erwiesen sich in diesem Jahr als sehr robust. Es ist aber nicht auszuschließen, dass sich eine weitere Zuspitzung der Situation auf den internationalen Finanzmärkten negativ auf die globalen Realgütermärkte auswirkt und das Konsumklima hierzulande belastet.

So blicken die Unternehmen des Schuheinzelhandels derzeit etwas verunsichert in die Zukunft. Mit 47 Prozent erwartet fast die Hälfte der Unternehmen, dass sie im Gesamtjahr 2011 die Umsätze des Vorjahres wieder erreichen. 36 Prozent rechnen mit rückläufigen Erlösen, nur 17 Prozent gehen von steigenden Umsätzen aus. Zu Beginn dieses Jahres war der Handel eindeutig optimistischer. Es bleibt zu hoffen, dass in den vor uns liegenden Monaten das richtige Herbst- und Winterwetter den Verkauf von Schuhen beflügeln wird. Der Handel hat sich gut mit warmen Schuhen eingedeckt. Zudem müssen Preissteigerungen der Industrie an den Endverbraucher weitergegeben werden. Allein schon aufgrund höherer Einkaufspreise müssen die Umsätze steigen, sonst sind im Schuhhandel Ertragseinbußen vorprogrammiert.