
INHALTSVERZEICHNIS

1. ENTWICKLUNGEN DER RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DEN EINZELHANDEL	6
1.1 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	6
1.1.1 Aktuelle Entwicklung	6
1.1.2 Arbeitsmarkt	7
1.1.3 Einkommen und Kaufkraft	8
1.1.4 Allgemeine Preisentwicklung	11
1.2 Gesellschaftliche Rahmenbedingungen	13
1.2.1 Bevölkerung	13
1.2.2 Privathaushalte	15
2. ENTWICKLUNG UND STRUKTUR DES GESAMTEN EINZELHANDELS	19
2.1 Aktuelle betriebswirtschaftliche Situation	19
2.2 Branchen im Einzelhandel	22
2.3 Beschäftigte	26
2.4 Verkaufsflächen	27
2.5 Shopping- und Factory-Outlet-Center	30
2.5.1 Shopping-Center	30
2.5.2 Factory-Outlet-Center	31
3. SCHUHE: GESAMTMARKT UND VERTRIEBSWEGE/BETRIEBSFORMEN	33
3.1 Marktvolumen	33
3.2 Vertriebswege und Betriebsformen	34
3.2.1 Stationärer Nichtfachhandel	34
3.2.2 Versandhandel	37
3.2.3 Andere Vertriebswege	42
3.3 Vertikale Flächensysteme	44
3.4 Einkaufskooperationen im Schuhhandel	46
3.5 Schuhpreisentwicklung	48

4. DER SCHUHFACHEINZELHANDEL	49
4.1 Aktuelle Situation	49
4.1.1 Jährliche Umsatzentwicklung	51
4.1.2 Monatliche Umsatzentwicklung	53
4.1.3 Insolvenzen	55
4.2 Unternehmen, Betriebe und Umsätze	56
4.2.1 Umsätze und Anzahl der Unternehmen	56
4.2.2 Umsätze nach Warengruppen	61
4.3 Beschäftigte	63
4.4 Betriebswirtschaftliche Daten des Schuhfachhandels	65
4.5 Große Unternehmen des Fachhandels	69
4.6 Marktstarke Schuhmarken im Fachhandel	70
4.6.1 Damenschuhe	70
4.6.2 Herrenschuhe	72
4.6.3 Kleinkinderschuhe (bis Schuhgröße 30)	73
4.6.4 Großkinderschuhe (ab Schuhgröße 27)	74
5. KONSUMAUSGABEN PRIVATER HAUSHALTE	76
5.1 Konsumausgaben: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen	79
5.2 Konsumausgaben: Laufende Wirtschaftsrechnungen	80
5.3 Konsumausgaben: Einkommens- und Verbrauchsstichprobe	81
5.4 Konsumausgaben: GfK Sortimentskaufkraft	85
6. VERBRAUCHER- UND ZAHLUNGSVERHALTEN	87
6.1 Einstellungen zu Schuhen und Einkaufsstätten	87
6.1.1 Stellenwert Schuhe und Mode	87
6.1.2 Einstellung zur Marke und Preisverhalten	90
6.1.3 Einstellung zur Nachhaltigkeit	90
6.1.4 Bevorzugte Einkaufsstätten	91
6.2 Verbraucherverhalten im Online-Handel	93
6.3 Markenbekanntheit	95
6.4 Zahlungsverhalten	96
6.4.1 Zahlungsverhalten im stationären Einzelhandel	96
6.4.2 Zahlungsverhalten im Online-Handel	98

7. PRODUKTION, AUSSENHANDEL UND INLANDSVERFÜGBARKEIT	100
7.1 Deutsche Schuhproduktion	100
7.2 Inlandsverfügbarkeit	102
7.3 Schuheinfuhren	105
7.4 Schuhausfuhren	108
8. ANHANG LEDERWAREN	111
8.1 Gesamtmarkt und Vertriebswege	111
8.2 Der Lederwarenfacheinzelhandel	113
8.2.1 Allgemeine Lage	113
8.2.2 Unternehmen und Umsätze	114
8.2.3 Betriebswirtschaftliche Daten des Lederwarenfachhandels	116
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	118
GLOSSAR	120
QUELLENVERZEICHNIS	126
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	129
TABELLENVERZEICHNIS	131