

SHOEPASSION

SHOEPASSION-UMSATZ ÜBERSCHREITET VORKRISENNIVEAU

Berlin, 10. November 2021. Shoepassion blickt auf ein erfolgreiches drittes Quartal 2021 zurück. Innerhalb eines schwierigen Marktumfeldes brachte das Unternehmen seinen Gesamtumsatz im August erstmals wieder über das Vorkrisenniveau und weist online deutlich zweistellige Wachstumsraten gegenüber 2019 auf. Im August lag dieses bei 18 Prozent, im September gar bei 24 Prozent.

Dass sich das Umsatzniveau insgesamt weniger dynamisch entwickelt als die Onlineumsätze liegt an der – weiterhin durch die Pandemie verursachten – Kaufzurückhaltung der Kunden in den zehn eigenen stationären Läden. Aber auch hier nähern sich die Umsätze kontinuierlich den Werten aus 2019 an – zuletzt erreichte man hier etwa 85 Prozent der Prä-Corona-Zahlen. Das Berliner Schuhunternehmen blickt zuversichtlich auf das kommende Frühjahr, wenn im Retail wieder mehr Frequenz erwartet wird.

Shoepassion CEO Björn Henning zeigt sich entsprechend zufrieden mit der Entwicklung: „Viele Menschen befinden sich nach wie vor im Home Office, wir als traditionell stark auf das Business-Segment ausgerichtete Unternehmen spüren da natürlich auch weiterhin die Auswirkungen der Pandemie. Vor diesem Hintergrund freut es uns umso mehr, diese positive Entwicklung trotz der schwierigen Marktlage erreicht zu haben.“

Shoepassion blickt optimistisch auf 2022

Während das Corona-Virus die Welt auf den Kopf stellte, leitete Shoepassion seinen geplanten Transformationsprozess trotz Krise ein: Aus der Schuhmarke Shoepassion wird eine Plattform für selektierte Premium-Schuhmarken aus Europa. Zudem wurden mit der Neuentwicklung der Eigenmarken Henry Stevens und N91 zwei neue Wachstumsfelder etabliert, mit denen das ehemals stark auf Herren und Business ausgerichtete Konzept von Shoepassion seine Stärke im modern-eleganten Bereich ausbaut (Henry Stevens) und bei Sneakern und Lifestyleprodukten neue Akzente setzt (N91). Beide Marken bieten zeitgemäße und nachhaltig in Europa produzierte Modelle für Herren und Damen – kombiniert mit den Preisvorteilen des effizienten Direct-to-Consumer Ansatzes von Shoepassion.

Zusammen mit den handwerklichen Meisterstücken von Heinrich Dinkelacker und den neu auf der Plattform aufgenommenen Sneaker-Marken aus Frankreich und Deutschland haben die Berliner eine solide Basis für die nächsten Jahre gelegt. „Unsere neuen Marken werden von unseren Kund*innen hervorragend angenommen“, erklärt Henning und blickt optimistisch auf das kommende Jahr: „In 2022 rechnen wir mit einem starken Wachstum. Getragen wird dieses durch den Ausbau unserer Marken, den damit verbundenen neuen Sortimenten, unserem Plattformansatz und der allgemeinen Erholung nach Corona.“



Über die Shoepassion Group

Seit 2010 dreht sich bei dem ehemaligen Online-Pure-Player *Shoepassion* alles rund um die Leidenschaft zu hochwertigen Schuhen. Mittlerweile ist das Berliner Unternehmen mit eigenem Online-Shop weltweit aktiv, zudem existieren eigene Ladengeschäfte in fast jeder Metropolregion Deutschlands sowie in Österreich. Mit der Integration der 140 Jahre alten Traditionsmarke *Heinrich Dinkelacker* schrieben die Berliner Ende 2016 deutsche Start-up-Geschichte. Die meisterlich von Hand aufgebauten Schuhikonen repräsentieren seitdem das Luxussegment der Shoepassion Group. Vom Design über die verwendeten Materialien bis hin zur Fertigung setzen die drei Eigenmarken *Henry Stevens*, *N91* und *Heinrich Dinkelacker* gemeinsam auf größtmögliche Nachhaltigkeit und Transparenz „Made in EU“.



SHOEPASSION



HEINRICH DINKELACKER
SINCE 1879



HENRY
STEVENS
BERLIN

N91

Druckfähiges Bildmaterial finden Sie [HIER](#).
Für weitere Informationen wenden Sie sich jederzeit gern an:



Kontakt:

Tobias Börner
Tel.: +49 162 4379698
tb@shoepassion.com

Adresse:

Shoepassion GmbH
Ackerstr. 23-26
10115 Berlin

Online:

shoepassion.de
heinrich-dinkelacker.de
henrystevens.de