



Doppelte Auszeichnung beim German Brand Award 2026: BÄR gewinnt Gold in der Kategorie „Fashion“ und erhält den Titel „Product Brand of the Year“

Vom Gesundheitsschuh zur Lifestyle-Brand: Der Schuhhersteller BÄR aus Bietigheim-Bissingen wird beim renommierten German Brand Award 2026 gleich doppelt ausgezeichnet – mit Gold in der Kategorie „Excellent Brands – Fashion“ und als Gewinner in der Kategorie „Excellent Brands – Product Brand of the Year“. Die Jury würdigt damit eine konsequente Markentransformation im deutschen Mittelstand.

Der German Brand Award, initiiert vom German Design Council und von einer unabhängigen 17-köpfigen Fachjury vergeben, zählt zu den wichtigsten Auszeichnungen für ganzheitliche Markenführung im deutschsprachigen Raum. Unter dem diesjährigen Motto „Brand Forward“ wurden aus 1.676 Einreichungen aus 18 Ländern die stärksten Marken gekürt – 488 als Winner, 68 mit Gold. Gold ist dabei die Spitzenauszeichnung und wird pro Kategorie in der Regel nur einmal vergeben.

44 Jahre Pioniergeist: Die Form muss dem Fuß folgen

Was 1982 mit einer einfachen wie revolutionären Frage begann – „Warum ist der Schuh nicht so geformt wie der Fuß?“ – ist heute eine der unverwechselbarsten Schuhmarken Deutschlands. Christian BÄR gründete das Unternehmen aus eigenem Bedarf für gesundes Schuhwerk, zu einer Zeit, als der Ansatz in der Branche auf Unverständnis stieß. Lange bevor Barfußschuhe zum Trend wurden, setzte BÄR mit dem ersten Modell „Der Feine“ einen neuen Standard: anatomisch geformte Schuhe mit 100 % Zehenfreiheit, handgefertigt in der eigenen Manufaktur.

Heute umfasst die Kollektion über 100 Modelle für Damen, Herren und Unisex. Das inhabergeführte Familienunternehmen wird in zweiter Generation von Christof Bär geleitet.

Konsequente Transformation zur Lifestyle-Brand

In den vergangenen Jahren hat BÄR die Marke vom klassischen Gesundheitsschuh-Anbieter zu einer Lifestyle-Brand mit funktionalem Kern weiterentwickelt. Das Sortiment gliedert sich in vier Segmente (Pure, Active, Lifestyle, Barefoot) und wird über einen eigenen Online-Shop, 22 Filialen in Deutschland, ausgewählte Fachhändler sowie Online-Plattformen vertrieben. Die Schuhe werden in Handarbeit in der unternehmenseigenen Manufaktur in Indien von rund 400 Mitarbeitenden gefertigt. Design- und Kollektionsentwicklung sowie Unternehmenssteuerung werden gelenkt aus Bietigheim-Bissingen.

Wachstum in einem rückläufigen Markt

Während das Volumen des deutschen Schuhmarkts 2025 laut Branchendaten auf rund 11,5 Mrd. Euro sank (ca. Minus 1,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr) und der stationäre Schuhhandel rund 4 Prozent

Pressekontakt:

Hansmann PR | Lipowskystraße 15 | 81373 München
Lilly Hennesberger | Tel.: 089/360 54 99-34 | E-Mail: l.hennesberger@hansmannpr.de



Presseinformation

Umsatz einbüßte, verzeichnete BÄR nach eigenen Angaben ein Umsatzplus von 5,5 Prozent. Das Unternehmen führt dieses Wachstum auf einen Ausbau des Sortiments im Lifestyle- und Active-Segment zurück. Zudem verzeichnet BÄR weiterhin Zuwächse im Bereich Barfußschuhe. Branchenweit wachsen Barfußschuhe mit geschätzt 10 bis 15 Prozent pro Jahr. In einem dynamischen Marktumfeld mit steigender Anbieterzahl sieht sich BÄR als Pionier der Zehenfreiheit, der dieser Kategorie den Weg bereitet hat.

„BÄR steht für eine Marke mit Haltung – geprägt von Pioniergeist, handwerklicher Qualität und einem tiefen Verständnis für die Bedürfnisse des Fußes. Auf dieser Grundlage haben wir uns konsequent zu einer modernen Lifestylemarke mit unverwechselbarer Handschrift weiterentwickelt. Der German Brand Award bestätigt, dass dieser Weg richtig ist“, so Christof Bär, CEO und Inhaber.

Eine Auszeichnung, die mehr ist als ein Preis

Der German Brand Award bewertet Marken entlang der Kriterien Positionierung, Differenzierung und Implementierung. Für BÄR ist die Doppelauszeichnung mehr als eine Bestätigung. Sie markiert den Abschluss eines tiefgreifenden Wandels und den Startpunkt für die nächste Wachstumsphase mit geplanter weiterer Internationalisierung über eigene Ländershops und dem Ausbau des Filialnetzes in Deutschland.

Über BÄR:

Seit 44 Jahren stellt das Familienunternehmen Schuhe mit Zehenfreiheit, Nullabsatz und Flexibilität in höchster Manufaktur-Qualität her. Was 1982 mit einer revolutionären Idee von Christian Bär begann, wird in zweiter Generation von Christof BÄR mit innovativen Ideen und Herzblut weitergeführt. BÄR-Schuhe sind in 22 BÄR-Filialen, im Onlineshop und über den klassischen Versandhandel sowie über Amazon, AboutYou und Otto erhältlich. Rund 100 Angestellte arbeiten am Firmensitz in Bietigheim-Bissingen und ca. 400 ebenfalls fest angestellte Mitarbeitende stellen die Schuhe in der hauseigenen Manufaktur in Indien her.

Weitere Informationen zu BÄR unter: www.baer-schuhe.de

Instagram: [@baer_shoes](https://www.instagram.com/baer_shoes)

Pressekontakt:

Hansmann PR | Lipowskystraße 15 | 81373 München
Lilly Hennesberger | Tel.: 089/360 54 99-34 | E-Mail: l.hennesberger@hansmannpr.de