



MAGYARORSZÁG

Nemzetközi kiadvány a
DEICHMANN CIPŐ számára



intern.

2021/03

Kia természetbe – Outdoor a DEICHMANN-nál **14** – Újdonságok a digitális világból **3** – Expanzió az arab térségben **6**



Vállalat

Click&collect, mesterséges intelligencia és customer relationship management
Újdonságok a digitális világból 3

Világszintű kapcsolódás
DEICHMANN a LinkedIn és XING oldalakon 5

Közösség. Stílus. Kultúra.
ONYGO – a DEICHMANN leányvállalata 7

Nemzetközi

Katarban és az Egyesült Arab Emírségekben
További DEICHMANN üzletek az arab térségben 6

Fenntartható cipők kicsiknek és nagyoknak
A DEICHMANN bővíti kínálatát 20

Színes oldalak
Hírek a DEICHMANN csoportból 8

Márkák és piacok

Sneaker rajongóknak – kicsiknek és nagyoknak
A DEICHMANN ráerősít a márkákra 13

Ki a természetbe
A DEICHMANN outdoor programokra buzdítja az egész családot 14

Divat és funkcionalitás
A DEICHMANN ruhakollekciója 16

Elkötelezetten

Éhínség és szenvedés ellen
A DEICHMANN Alapítvány segít 18

Címlap:

A természetben való mozgás utáni vágy a koronavírus időszakában csak felerősödött. A DEICHMANN-nál vásárlóink mindig megtalálják ehhez a megfelelő cipőt és a megfelelő outfitet. Programunkban új márkák a Jack Wolfskin.

Fotók: DEICHMANN

intern.

2021/03



Heinrich Deichmann

Kedves Munkatársaim!

Véget ért a karanténos időszak és csoportszinten is határozottan javultak a feltételek üzleteinkben. Sok vásárló jön szívesen újra boltjainkba, a forgalmak remekül alakulnak. Az elmúlt hetekben és hónapokban Önök rendkívüli teljesítményt nyújtottak. Szenzációs forgalmakat csináltak az üzletekben, csökkentették az árukészleteket. A koronavírus után az egész DEICHMANN csoportban különböző leértékeléseket és akciókat szerveztünk

a vevők számára. Kipakolni, berendezni, áthúzni, átárazni, kedvesen kiszolgálni – Önöknek minden sikerült. Az üzletekben végzett elkötelezett munkájukat nem tudom eléggé dicsérni. A vállalat többi területén dolgozó csapatok pedig minden erejükkel támogatták Önöket az értékesítésben. Mindannyiuknak szeretnék tiszta szívből köszönetet mondani odaadott munkájukért, a vállalat iránti lojalitásukért. A koronavírus és a karantén idején a vállalatunk minden területét érintő megszorítások és korlátozások ellenére sem veszítették el soha a bátorságukat. Csapatpszellemük segített át minket ezen a nehéz időszakon. Még egyszer hálásan köszönöm.

Nyilvánvaló, hogy a koronavírusnak köszönhetően a DEICHMANN csoportban az elmúlt hónapokban kevesebb forgalmat csináltunk, mint a korábbi években. Milyen következtetéseket vonunk le ebből? A DEICHMANN-nál a válságra esélyként tekintünk. Ez annyit jelent, hogy nem ugyanúgy csináljuk tovább, mint a válság előtt. A vállalat számos területén sokkal jobban odafigyelünk a hatékonyabb munkavégzésre, mint korábban. Az omnichannel területén például a logisztikára. A vállalaton belül egyre több digitális eszközt használunk, hogy a folyamatok egyszerűbbek és költséghatékonyabbak legyenek. Erről a témáról bővebben is olvashatnak az internben. Kínálatunk az online shopban folyamatosan nő. Közben üzleteink is egyre jobban fel lesznek szerelve digitálisan, ami nagyban megkönnyíti majd a munkát.

Fáradhatatlanul kérem Önöket újra és újra, hogy oltassák be magukat és családtagjaikat. Ez a leghatékonyabb eszköz a vírus ellen. Számos tanulmány bemutatta, hogy egy komplett oltás jó védelmet nyújthat a COVID-19 fertőzés ellen. Úgy tűnik, két oltás után csak meglehetősen ritkán fordul elő a betegség súlyos lefutása.

Minden jót kívánok Önöknek, Családjaiknak és Csapataiknak Isten áldásával és maradjanak egészségesek!

Az Önök

Kattintani és érte menni

Click&Collect a DEICHMANN csoportban

Megrendelni az interneten és elmenni érte az üzletbe – röviden ez a Click&Collect. A német online shopban ez a szolgáltatás "Átvétel az üzletben" néven szerepel. A DEICHMANN csoport néhány országában a vevők szívesen élnek is már ezzel a lehetőséggel.



Egy kívülről is megközelíthető átvételi pont, amely még egyszerűbbé teszi vásárlóink számára a Click&Collect szolgáltatást.

Fotók: Fessel

A DEICHMANN Magyarország például már 2015-ben bevezette a Click&Collect szolgáltatást és ezzel fontos lépést tett omnichannel területén. Az évek során egyre kedveltebb lett, hiszen sok vevő szívesen megy el a cipőjéért az üzletbe és nem akarja házhoz szállíttatni. A Click&Collect előnye, hogy így az online vásárló is bemegy az üzletbe és adott esetben akár még további termékeket is pl. ápolószereket vásárol. A cipőt, ha nem tetszik vagy nem jó, ott helyben, gond nélkül akár ki is lehet cserélni. Magyarországon kívül a szolgáltatás működik pl. a

DOSENBAACH-nál is Svájcban vagy a vanHaren-nél Hollandiában. Tervek szerint a Click&Collect folyamatosan a többi DEICHMANN országban és leányvállalatnál is elindul. Németországban egy lépéssel még tovább mentek: néhány üzletben, pl. az esseni Limbecker Platz vagy a mülheimi Dümpten üzletekben átvételi pontokat alakítottak ki, amelyeket kívülről is meg lehet közelíteni. Itt a vevők 0-24 óráig át tudják venni cipőiket. Hamarosan további üzletekben is kialakításra kerül ez a lehetőség.

Impresszum

A DEICHMANN csoport
Nemzetközi Vállalati Magazinja

KIADÓ:
Heinrich Deichmann
DEICHMANN SE, D-45332 Essen

TARTALOMFELELŐS: Christian Hinkel

SZERKESZTŐSÉGVEZETÉS: Silke Janssen
DEICHMANN-Schuhe,
Deichmannweg 9, D-45359 Essen
TELEFON: 0049 - 201 - 86 76 961
E-MAIL: silke_janssen@deichmann.com

Sokkal közelebb a vevőkhöz

A DEICHMANN a felhasználói magatartásra reagál

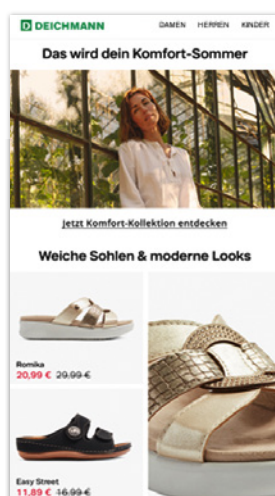
CRM. Ez a három betű a customer relationship management, azaz ügyfélkapcsolat-kezelés rövidítése. A cél a vevőket még szorosabban a vállalathoz kötni. A CRM több, mint egy törzsvásárlói kártya program. „Szeretnénk vásárlóinkat a teljes



Mindig aktuális. A vevőket a jövőben automatikusan informáljuk, ha az utoljára megtekintett termékek leértékelésre kerültek.



Üdvözlünk! Aki újonnan jelentkezik be az online shopba, üdvözlő kupont kap ajándékba.



Mindig a megfelelő ajánlatok. A hírlevelek a vásárlói magatartáshoz igazítva érkeznek.

vásárlói életciklusukon végigkísérni, ehhez pedig a megfelelő üzeneteket elküldeni a megfelelő időben a megfelelő címzettnek - és ezt lehetőleg automatikusan és költséghatékonyan" – mondja Jens Griebler, a DEICHMANN CRM vezetője. Online területen még a digitális vevőkötődés van a fókuszban. „Ahhoz, hogy kitaláljuk, milyen információk érdeklik a felhasználókat, figyelemmel kísérjük viselkedésüket az online shopban és pontosan feltérképezzük a felhasználói utakat. „Milyen cipőket vásárolt, miket nézett meg jobban? Milyen márkák érdeklik a leginkább? Körömcipőket vásárol, business modelleket vagy inkább sneakereket? Ennek megfelelően mennek ki számára a hírlevelek, mailek, push értesítések. „Kommunikációnk így egyértelműen személyesebb és egyedileg vevőre szabott. Így lesznek üzeneteink igazán fontosak, ha az a cél, hogy növeljük az eladásokat" – mondja Griebler. Az ehhez szükséges szoftver augusztus óta van bevetésen Németországban és fokozatosan teret hódít majd az egész csoportban.

Az adatokból döntések lesznek

Hogyan befolyásolja a folyamatokat a DEICHMANN-nál a mesterséges intelligencia

Atermékek beszerzése a DEICHMANN-nál az eddigi tapasztalatokon, a divat és trendek iránti érzéken és azon múlik, mi tetszik a vevőknek. Az eredmény önmagáért beszél. Néha azonban így is előfordul, hogy bizonyos termékek a beszerzés előrejelzése ellenére sem fogynak olyan jól. Ekkor leértékelésre kerülnek. Ahhoz, hogy ehhez megtaláljuk a megfelelő időpontot, illetve a megfelelő mértéket, a jövőben intenzívebben bevonjuk a mesterséges intelligenciát. Egy szoftver segítségével ugyanis az árumozgást pontosan meg lehet figyelni. Melyik termék milyen tulajdonságokkal jön be leginkább a fogyasztónak? A rendszer javaslatokat tesz,



Az adatgyűjtéstől a döntésig – így működik a folyamat a mesterséges intelligenciával.

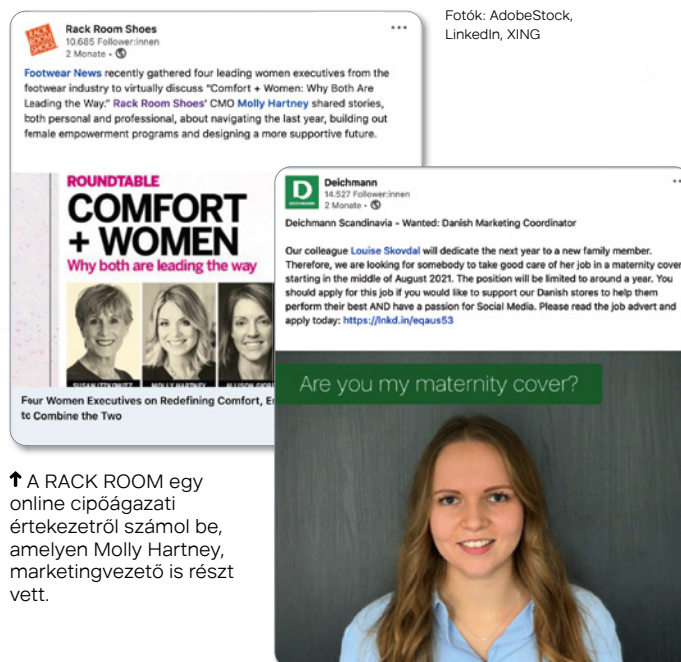
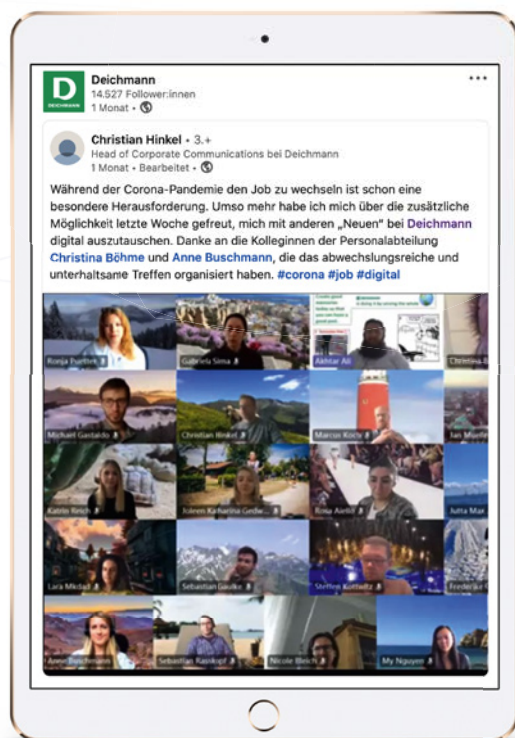
mikor érdemes a termékeket, amelyeket nem sikerült eddig értékesíteni, leértékelni. A program javaslatot ad a leértékelés mértékére is, hogy vonzóvá váljon az áru a vásárlók számára. A mesterséges intelligencia alkalmazása segít, hogy redukáljuk az árukészleteket. Kiegészíti a beszerzés tapasztalatát és nélkülözhetetlen intuícióját. Az első DEICHMANN ország, ahol ez a rendszer bevezetésre került Ausztria, de később az egész csoportban alkalmazásra kerül majd.

Világszintű kapcsolódás



DEICHMANN a LinkedIn és XING portálokon

Munka és karrier területén is egyre nagyobb teret hódít a közösségi média. A XING online üzleti közösségi hálózat 2021 első negyedében 19,3 millió tagot számlált a DACH régióban, azaz Németország, Ausztria és Svájc területén. Ennél is eredményesebb a világ legnagyobb, nemzetközi szinten működő állás- és karrierportálja, a LinkedIn (2016 óta a Microsoft birodalom része), amelynek csak Európában és az USA-ban 376 millió tagja van. Emelkedő tendenciával.



Fotók: AdobeStock, LinkedIn, XING

↑ A RACK ROOM egy online cipőágazati értekezetről számol be, amelyen Molly Hartney, marketingvezető is részt vett.

← Visszajelzés az egyik virtuális nyitóértekezetre.

↑ A DEICHMANN Skandinávia kihasználja a LinkedIn felület kínálati lehetőségeit és szülési szabadság miatti távollét idejére így keres például helyettesítést.

A DEICHMANN 2018 óta mindkét platformon jelen van. „A social recruiting, azaz a munkatársak aktív toborzása a közösségi oldalakon és az employer branding, azaz a vonzó munkáltatóként való márkaépítés, ma már alap és megkerülhetetlen” – magyarázza Christina Böhme, személyzeti vezető. „Elsősorban IT és digitalizáció területén kell megnyernünk magunknak leendő munkatársainkat.” A LinkedIn szerint csak az ő portáljukon keresztül minden hetedik másodpercben elhelyezkedik valaki világszerte.

Sok ország számára

A vállalatközeli tartalmak miatt a vállalat általános megjelenése szempontjából is fontos szerepet játszanak az állás- és karrierportálok. „Itt közvetlenül meg tudjuk osztani a nyilvánossággal üzeneteinket, legújabb híreinket és sikertörténeteinket” – mondja Christian Hinkel, a vállalati kommunikáció vezetője.

A DEICHMANN LinkedIn fiókja egy csoport-profil, amelyet minden országban szabadon használhatnak a DEICHMANN nevű vállalatok toborzás és tartalom generálás céljából. A posztokat kizárólag a követők láthatják az adott ország vagy régió nyelvén. A DEICHMANN Skandinávia, Spanyolország és Nagy-Britannia már él is ezzel a lehetőséggel.

Az olyan leányvállalatok, mint a vanHaren, DOSENBACH, OCHSNER SHOES és OCHSNER SPORT ezzel szemben mind külön jelentkeznek. Az újságírók és saját munkatársak szempontjából is egyre fontosabb információs és kapcsolódási felületet biztosít a portálon való jelenlét. Azok a munkatársak, akiknek van LinkedIn vagy XING profiljuk, erősíthetik vállalatuk profilját, bővíthetik ismertségét, azzal, hogy követik a fiókot, hozzászólásokat osztanak meg, aktívan lájkolnak, hozzászólnak, interakcióba lépnek.



Kicsi és stílusos – Dohában, Katar fővárosában, a Villaggio Mall-ban nyílt az új üzlet DEICHMANN név alatt mindössze 146 négyzetméteren.

Fotók: AZADEA, AdobeStock

„Canal Grande” Doha városában

Újabb DEICHMANN üzletek
az arab térségben



Az üzlet szép
és átlátható.

A látogatók ugyan a katari főváros, Doha kellős közepén sétálgatnak, mégis az olaszországi Velencében érezhetik magukat. A Villaggio Mall bevásárlóközpontban gondolán utazhatnak a Canal Grande-n, elhaladhatnak a Rialto híd mellett, megcsodálhatják a gyönyörű épületeket. Nem messze mindettől pedig ott van a kis üzlet a DEICHMANN logóval.

Kuvait és Dubaj után Katar a harmadik arab ország, ahol feltűnik a DEICHMANN logó. Franchise partnerünk, az AZADEA itt is nyitott egy DEICHMANN üzletet. A katari főváros, Doha közepén található a Villaggio Mall. Az olasz hangulat, a mesterségesen kialakított vízi utak a gondolákkal, a hatalmas korcsolyapálya igazi élményt nyújtanak az odalátogatóknak. A Mall elsősorban kiváló minőségű márkák sokaságával vonzza ide a vásárlókat: Gucci, Prada, Bulgari, Dior, Louis Vuitton, Cartier – minden megtalálható itt. És a földszinten most már a DEICHMANN is. Az üzlet a nagy szupermarkettel, a Carrefour-ral szemben található. Az üzlet egyik különlegessége, hogy kicsi, mindössze 146 négyzetméter, ahol a vevők a DEICHMANN női, férfi, gyerek és sportcipő kollekcióját is megtalálják.

Újabb üzletek az Egyesült Arab Emírségekben

Újabb üzlet nyílt röviddel ezelőtt DEICHMANN logóval az Egyesült Arab Emírségekben, mégpedig Sardzsában, az Al Zahia Mall-ban. A bevásárlóközpont az emírségek egyik legnagyobb városának újonnan kialakított városrészén található. Az Al Zahia Mall számos szabadidős és szórakozási lehetőséggel, gazdag étteremválasztékkal és vásárlási lehetőség-

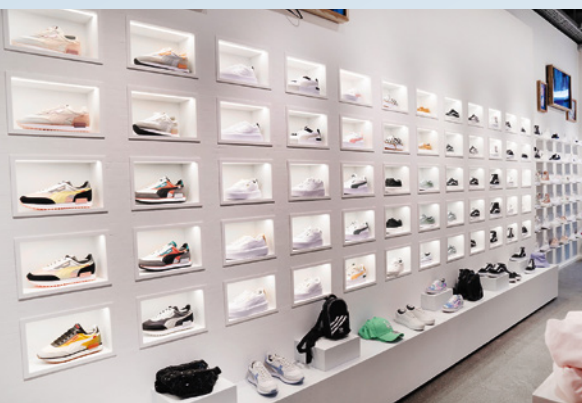
gel várja látogatóit. Négy emeleten, mintegy 136.000 négyzetméteren közel 360 üzlet vonzza ide a vásárlókat. Az üzlet DEICHMANN névvel a második emeleten található, 265 négyzetméternyi területén női, férfi, gyerek és sportkollekciót is kínál.



Világos és modern – így mutat az üzlet a DEICHMANN logóval Sardzsában, az Egyesült Arab Emírségekben.



↑ A DEICHMANN leányvállalata, az ONYGO témái a lábbelik és a divat.



Fotók: ONYGO

Közösség. Stílus. Kultúra.

Az ONYGO cipő-, és divatkereskedés



↑ Németországban 2016 óta van jelen az ONYGO.

← A sokoldalú és válogatott szortiment inspirálja, erősíti és összeköti a nőket.

A DEICHMANN leányvállalata, az ONYGO hisz abban, hogy az önkifejezés és a közösség segítségével a fiatal nők fejlődhetnek, erősödhetnek. Ezért a divat-, és cipőkereskedelmi cég egyben egy platform is szeretne lenni az említett célcsoport számára. Sneakerekkel, cipőkkel és ruhákkal teli sokszínű és válogatott szortimentjével szeretné ezeket a fiatal nőket inspirálni, erősíteni, összekötni. Menő brandektől a saját márkáig kínál eszközöket ahhoz, hogy saját stílusukat, minden egyes árnyalatukat vagy pillanatnyi hangulatukat autentikusan meg tudják mutatni.

Az ONYGO sikertörténete 2016-ban kezdődött egy divat és cipő témában jelentkező bloggal. Hírek, sztorik, inspirációk és cipőszerelmek nők számára. A közösség inspirálása mai napig a márka központi eleme, az ONYGO ezért kezdetektől fogva együtt dolgozik olyan ONYGIRL nőkkel, akik a sokszínű, szenvedélyes és kreatív vállalati kultúrát élik és formálják azt.

A blogból először egy online shop nőtt ki magát, majd megnyitott az első üzlet Münchenben 2016-ban, amely hidat teremtett online és offline között. Az ONYGO 22 üzletével ma már mindenütt jelen van Németország legfontosabb bevásárló utcáiban.

Zászlóshajó üzlet Kölnben

A cég megjelent zászlóshajó üzletével Köln központjában, a Schildergasse-ban is. Az ONYGO a dómvárosban a shopping élményért és a bevásárló utca jövőjéért kampányol. Közel 300 négyzetméteres alapterület-



↑ Az ONYGO a közelmúltban nyitotta meg zászlóshajó üzletét Kölnben.



↑ A közel 300 négyzetméteres alapterület egy szinten kínál teret a széles választéknak és az egész márkakínálatnak.

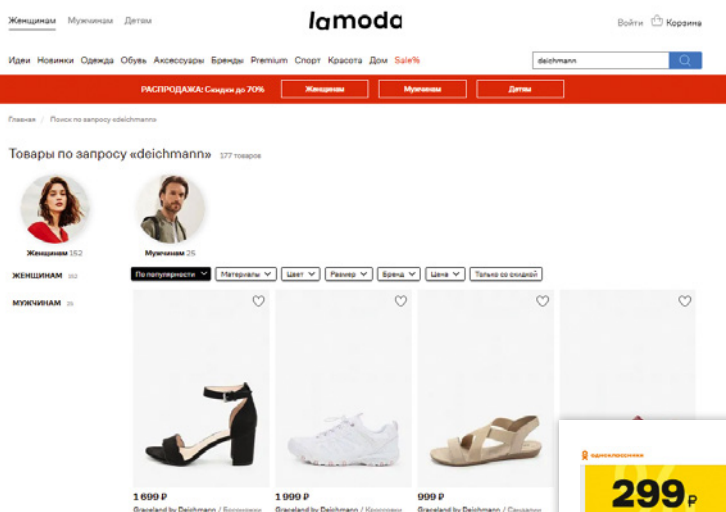
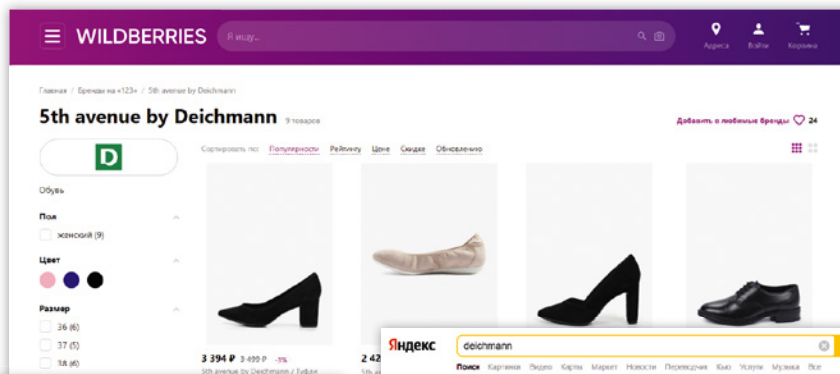
tével ez az üzlet épp dupla akkora, mint korábbi boltjai. A nagyvonalú alapterület egy szinten kínál helyet az összes márkának, egy saját Converse brandsaroknak és a lábbelik, ruházati termékek széles választékának.



Wildberries (erdei bogyók) – csak nem ehető

A DEICHMANN az oroszországi virtuális világban

A 'Wildberries' az igazi nagygépek közé tartozik az oroszországi online piacon

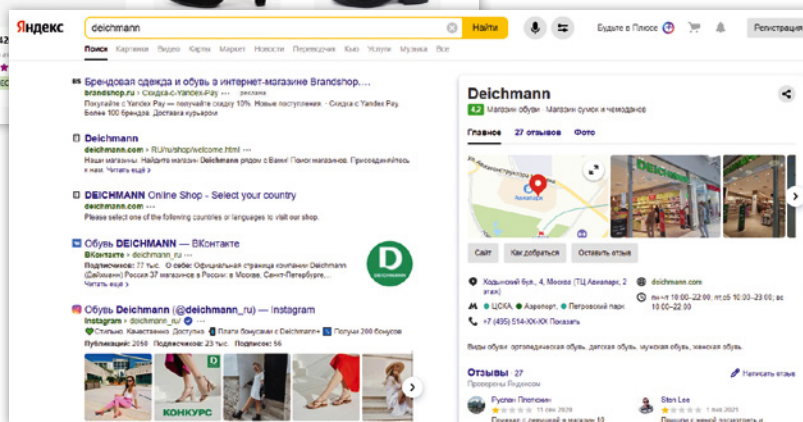


A DEICHMANN Oroszország tavaly óta aktuális kollekciója egy részével jelen van a Lamoda online kereskedelmi platformon.

Oroszország földrajzilag közelebb van, mint gondolnánk. Németországból Moszkva vagy Szentpétervár mindössze három óra repülővel.

Az orosz virtuális világ mégis teljesen más, mint a többi európai országé. Az internetes kereséseknél az oroszok leginkább a Yandex keresőmotorban bízhatnak. A facebook és az instagram ugyan jelen vannak Oroszországban, a piacvezetők azonban a Vkontakte („Kapcsolatban”) és az Odnoklassniki („Osztálytársak”).

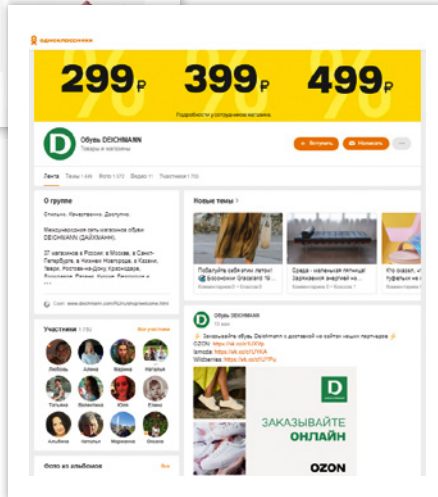
Az online vásárlások terén is eltér Oroszország és az európai világ. Az Amazon az oroszok számára csak hallomásból és médiatudósításokból ismerős. Sokkal ismertebb az AliExpress, amely többnyire kedvező



Az internetes kereséseknél az oroszok sokkal inkább bíznak a Yandex, mint a Google Europa keresőmotorban.

Az 'Odnoklassniki' egy orosz közösségi média platform.

Fotók: DEICHMANN



árú termékeket kínál közvetlenül Kínából. Az online piac igazi nagygépei viszont a Wildberries és az Ozon. Legalább a divatkereskedelemben van azonban

egy német gyökerekkel rendelkező online kereskedő, a 'Lamoda', a Zalando orosz leányvállalata.

A DEICHMANN Oroszország alkalmazkodik a helyi szokásokhoz, kihívásokhoz és a nemzetközileg ismert közösségi oldalak mellett a Vkontakte és Odnoklassniki platformokon is jelentkezik. A DEICHMANN Oroszország tavaly óta aktuális kollekciója egy részével jelen van a Lamoda-n is, sőt a 2021 tavasz/nyári szezontól a másik két online platformon, a Wildberries és Ozon oldalakon is.



A Nemzetközi Marketing Meeting 2021-ben is online került megrendezésre.

Európa

Pozicionálás szerte Európában

Nemzetközi Marketing Meeting 2021

„Nagyon örülök, hogy első ízben itt lehetek” – mondta Samuel Deichmann, a DEICHMANN SE ügyvezető igazgatója, a Nemzetközi Marketing Meeting 2021 megnyitóján. „Európa legnagyobb cipőkereskedelmi lánc vagyunk. Ebbe azonban nem szabad belekényelmesedni, folyamatosan tennünk kell jelenlétünkért a piacon és gondoskodnunk kell arról, hogy a DEICHMANN folyamatosan jelen legyen az emberek tudatában. Ez a marketing egyik feladata és ezért is jöttünk most itt össze”. „Wherever you go” – szól a márkakampány, amellyel a következő lépéseket tervezzük szerte

Európában. Sabine Zantis, új marketingvezető, szintén először üdvözölte a nemzetközi hallgatóságot, majd jöttek a meeting napirendi pontjai. A találkozót az igazgatósági tanács és az ügyvezető igazgatók elnöke, Heinrich Deichmann nyitotta meg. A témák között ugyanúgy szerepelt például az együttműködés a nagy sportmárkákkal, mint a „Back to school” akciók vagy a fashion modellek marketingje – mégpedig a közösségi médiában, az üzletekben és a nyomtatott sajtóban. Természetesen a digitális DEICHMANN világ újdonságairól is szó esett. Egy igazán intenzív virtuális eszmecsere folyt határokon átívelő remek ötletekkel.



Új üzletnyitások karantén idején

Franciaországban terjeszkedett a DEICHMANN

A pandémia és a különböző korlátozások Franciaországot is súlyosan érintették. A különböző nehézségek és lezárások ellenére is lehetőség volt azonban, hogy 2020-ban két új üzlet is nyíljon és legalább még egy további üzletnyitás is szerepel a tervekben 2021-re.

2020 márciusában, épp még az első karantén időszak előtt nyitotta meg kapuit a 10-es üzlet Strasbourgban. A viszonylag kis üzlet az 'európai' város szívében található. Az első olyan francia DEICHMANN üzlet, amely nem egy bevásárlóközpontban nyílt, hanem egy bevásárlóutcában, nem messze a híres strasbourgi katedrálisától. A kicsi, de lelkes stras-

zöbbenőmentesen működött. Hamarosan újabb két keményebb zárási periódus is sújtotta az üzletet a világjárvány miatt. Mindez nem igazán könnyítette meg, hogy az üzlet ismertté váljon a városban. A helyi csapat mindent megtesz, hogy vonzóvá varázsolja a boltot és valahogy visszaadja a vásárlók kedvét a cipővásárláshoz.



A strasbourgi DEICHMANN üzlet csapata üdvözlő a vevőket.



Az üzlet Strasbourg belvárosában található.



Lille-ben nyílt az első észak-franciaországi üzlet.

Fotók: DEICHMANN

bourgi csapat egész nap aktívan dolgozik azon, hogy a strasbourgi vevőkörnek a lehető legjobb szolgáltatást tudják nyújtani, ennek pedig vásárlóik nagyon örülnek.

2020 augusztusában következett a második nyitás Lille városában, Észak-Franciaországban, nem messze a belga határtól. Ezzel a DEICHMANN gyakorlatilag új földre lépett, hiszen az eddigi üzletek mind inkább az ország középső részén nyíltak. Az új üzlet egy új bevásárlóközpontban, a Lillenum-ban nyitotta meg kapuit. Ez volt az első, a covid miatti biztonsági előírásokkal korlátozott nyitás. Ennek ellenére minden

Mindkét új csapatnak és természetesen az összes többi csapatnak is nagyon sok sikert kívánunk és hálás köszönet minden munkatársunknak az üzletekben, hogy minden szigorítás és nehézség ellenére továbbra is mindent megtesznek vásárlóinkért!

Hatalmas köszönet Francine Buchmann-nak. Nagyon tapasztalt területi vezetőnknek, aki 2019 óta segítette a DEICHMANN Franciaországot, most pedig visszatér a hazájába, Németországba. Köszönjük a támogatást! A franciaországi csapat minden jót és további sok sikert kíván!



Cél: hagyományosan és online is a legjobb lenni

FINANCIAL TIMES interjú Samuel Deichmann-nal

A DEICHMANN Nagy-Britanniában a huszadik születésnapját ünnepli. A FINANCIAL TIMES brit napilap ebből az alkalomból alaposabban is tanulmányozta a vállalatot és terveit az országban. Samuel Deichmann, a DEICHMANN SE ügyvezető igazgatója és Nagy-Britannia ügyvezetője, a gazdasági hírekre specializálódott újságnak interjút adott a jubileum alkalmából.



Samuel Deichmann, grandson of the chain's founder, said retrenchment by some UK shoe retailers 'offers us the chance to settle in locations abandoned by rivals' © Ruediger Fessel

Samuel Deichmann, a DEICHMANN SE ügyvezető igazgatója és Nagy-Britannia ügyvezetője interjút adott a FINANCIAL TIMES brit napilapnak.

Fotók: Fessel, FINANCIAL TIMES, AdobeStock

„Szeretnénk üzleteink számát megduplázni Nagy-Britanniában és az a célunk, hogy ugyanúgy, mint más országokban piacvezetők legyünk family footwear (lábbelik az egész család számára) témában – mondta Samuel Deichmann. Jelenleg 118 üzletünk van, melyek árukínálata elsősorban a családokat célozza meg. „Nagy potenciált látunk ebben. Átgondoltan terjeszkedünk, hiszen generá-

ciókban gondolkodunk, nem negyedévekben. Sok üzlet maradt most üresen, amelyeket a versenytársak elhagytak a koronavírus miatt, ezeket most átvehetjük.” Samuel Deichmann az interjúban beszélt az omnichannel rendszeréről is. Nagy-Britanniában sok vevő vásárol online is, ezért a DEICHMANN szeretne a „legjobb lenni mind a hagyományos, mind az online kereskedelemben” – mondta Deichmann.



„Mutasd magad a legjobb oldaladról”

A DEICHMANN Nagy-Britannia segélyszervezetet támogat



Best foot forward –
mutasd magad a
legjobb oldaladról!

Fotók: DEICHMANN

Simon Wilson (a DEICHMANN Nagy-Britannia beszerzési- és marketingvezetője) átnyújt egy csekket 50.000 font értékben Paddy Griffithsnek, a Barnardo's adománygyűjtési igazgatóhelyettesének.

Nagy-Britanniában a DEICHMANN a huszadik születésnap alkalmából támogatja a „Barnardo's” vezető brit gyereksegélyszervezetet (az intern is beszámolt róla). Hátrányos helyzetű gyerekeknek és szüleiknek segítenek az egész országban. A közös kampány mottója: „Best foot forward”

(„Mutasd magad a legjobb oldaladról”). A közelmúltban a DEICHMANN Nagy-Britannia 1.000 gyereknek ajándékozott egy-egy pár vadiúj cipőt iskolakezdésre és 50.000 fontot adományozott iskoláknak, ahol szükség volt támogatásra.



Elköltöztünk

A vanHaren Belgium új központba költözött Antwerpenben



Csodás kilátás Antwerpen
legszebb bevásárlóutcájára.

Fotók: vanHaren



Az új irodák Antwerpenben tágasak
és világosak.

A vanHaren folytatja sikertörténetét Belgiumban. A közelmúltban a DEICHMANN leányvállalata 38 Brantano üzletet vett át. Ez az expanzió természetesen csapatbővítést vont maga után, ehhez pedig egyértelműen nagyobb helyre volt szükség a központban. Miután június végére minden munkatárs megkapta a covid elleni védőoltást, a higiéniai előírások szigorú betartása mellett beköltöztek új, az antwerpeni zászlóshajó üzlet fölött található központjukba. Nagyon örültek a nagy konferenciateremnek, a legmodernebb technikai eszközöknek és a tágas, világos munkaterületeknek. Ráadásul a sétálóutca, a „Meir” közepén mindenkinek csodálatos kilátása nyílik Belgium legszebb és leghíresebb bevásárlóutcájára.



Reebok alapdarabok
hölgyeknek és uraknak.

Fotók: DEICHMANN
A kép a koronavírus helyzet
szabályait betartva készült.

Sneaker rajongóknak – kicsiknek és nagyoknak

A DEICHMANN előmozdítja a sportmárkákat

A DEICHMANN az őszi/téli kollekciójában is márkás sneakerek széles választékát és a család minden tagjának kedvező stílusokat mutat be.



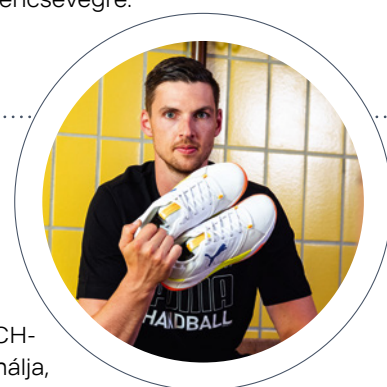
A Reebok Sneaker Royal
TECHQUE T BOLD az
esszenciális darabok egyike.



Egyértelműen retro:
Reebok Rewind Run.

Bizonyos márkákat és modelleket a vásárlók különösen kedvelnek. Ilyenek például a Reebok sneakerok. A legfontosabb és legnépszerűbb – úgynevezett esszenciális – darabok a legtöbb DEICHMANN országban még hangsúlyosabb reklámmal kapnak, elsősorban a közösségi médiában, valamint előre kerülnek az online prezentációkban is. Ide tartoznak többek között a TECHQUE T BOLD vagy a ROYAL GLIDE RPLCLP modellek. A cipők megfelelő prezentációja a médiában egy különleges fotózásnak és forgatásnak köszönhető, ahol a sneakerok egyenként, lábon, a hozzájuk illő outfittel kerültek lencsevégre.

A német kézilabda válogatott játékosa,
Hendrik Pekeler is részt vesz a BTS kampányban.



Back to school – Back to sports



Back to Indoor hangzik
a tanév kezdetén.

Az iskolakezdést több DEICHMANN ország is kihasználja, hogy a Back to school (BTS) kampánnyal felhívja a figyelmet márkakompetenciájára. Főszerepben a PUMA, FILA, Nike és adidas sneakerok. Nagy-Britanniában a DEICHMANN huszadik születésnapja alkalmából leforgatták az első BTS tévéreklámmal. Németországban a DEICHMANN elindított egy közös projektet a PUMA márkával és a Német Kézilabda Szövetséggel. A német kézilabda válogatott játékosai interjúkban mesélnek többek között arról, milyen fontos is az eredményesség szempontjából a megfelelő cipő és a megfelelő felszerelés. Mivel a hangsúly a teremcipőkön van, a BTS kampányból Back in the Game, illetve Back to Sports kampány lett. A gyerekek és fiatalok számára kínált teremcipők az üzletekben, a közösségi médiában és online is mindenütt remek reklámmal kaptak.



Minden nálunk van az útra.



Teljes outdoor outfit a FILA-tól.

Fotók: DEICHMANN
A kép a koronavírus helyzet
szabályait betartva készült.

Ki a természetbe

A DEICHMANN az egész családot outdoor tevékenységekre buzdítja

A természetben való mozgás iránti vágy a koronavírus idején csak felerősödött. Egyszerűen csak kikapcsolni a mindennapokból, fellelegezni, ki a home office-ból, kint lenni a barátokkal vagy akár az egész családdal. A megfelelő cipő és a megfelelő outfit mindehhez pedig megtalálható a DEICHMANN-nál. Új a programban: a Jack Wolfskin márka.



Vállalatunknál azért nem teljesen új ez a szegmens. Már több, mint 20 éve szerepelnek a DEICHMANN kínálatában a Landrover túracipői és trekking bakancsai. A márkának sok törzsvásárlója van. Többen közülük „Landrovereikben” megtették már a Szent Jakab zarándokutat, túráztak a hegyekben vagy csináltak végig kiadós városnéző túrákat.

Fókuszban az outdoor

Az utóbbi időben az outdoor részleg további márkákkal bővült a DEICHMANN-nál: FILA, ROMIKA, Cortina, elefanten. Minden outdoor modell praktikus, könnyű és lélegző membránnal készült. Így a túrabakancsok

Kint a természetben a Landrover márkának sok törzsvásárlója akad.



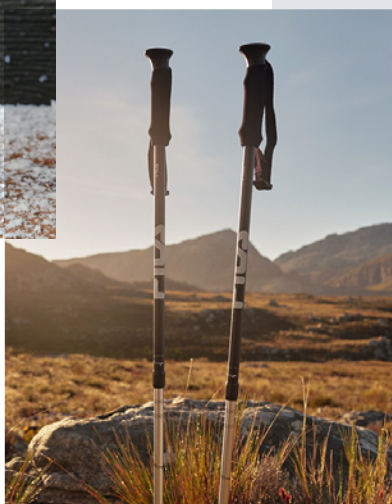
A vibram talpnak köszönhetően a Romika modellekben mindig jó a tapadás



Ezekben az elefanten cipőkben a kicsik is lépést tarthatnak a nagyokkal.

Fotók: DEICHMANN

A túrabotok megkönnyítik a túrázást.



ideális társak akár terepen, akár a nagyvárosi dzsungelben vagy a téli erdőben. De ez még nem minden. A túrabakancsok most abszolút divattrendek is, a nemzetközi dizájnerek kifutóin ünnepelt darabok. Az outdoor performance a DEICHMANN-nál nem csak cipőmodelleket tartalmaz, hanem különböző kiegészítő termékeket is, például hegymászó hátizsákokat, túrabotokat és egy kisebb ruházati kollekciót is.



Velük a nagyvárosi dzsungel is vállalható.



Új márka: Jack Wolfskin

Új a DEICHMANN-nál: Jack Wolfskin. A logó a farkasnyommal nemzetközileg is ismert. A vadon végtelenségét és a farkas által szimbolizált független és szabad életet idézi. Az „Otthon a szabadban” jelmondat 40 éve köti össze a fantasztikus élményeket és a csodálatos outdoor pillanatok. A márka céljából tűzte ki, hogy tökéletesen ötvözze a funkcionalitást, a tartósságot és a dizájnt. Svájcban az OCHSNER SPORT már jó ideje kínál Jack Wolfskin termékeket. Nem csak cipők, hanem dzsekik, hátizsákok és egyéb termékek is szerepelnek a kínálatban. Fókuszban azonban a lélegző, kiváló talprésszel és innovatív, időjárásbiztos technológiával készült, könnyű túracipők állnak. A márka termékei mostantól elérhetőek lesznek további DEICHMANN országok szortimentjében is.



Egy igazi „Mountain Hiker” a Jack Wolfskin-tól.



Megfelelő dzseki különböző alkalmakra a FILA-tól.

Divat és funkcionalitás

Ruhakollekció a DEICHMANN-nál

De jó lenne, ha a vevők a DEICHMANN online shopban nem csak cipőket találnának maguknak a sportoláshoz, hanem a komplett outfitet is meg tudnának rendelni nálunk. A gondolatokat néhány hónappal ezelőtt tették követték. Sportos pólók, fürdőnadrágok, leggings-ek, sportfelsők – az online shopban nők, férfiak, gyerekek egyaránt megtalálhatják maguknak a megfelelő darabokat a különböző sporttevékenységekhez.

Streetwear a DEICHMANN-nál.



Színek játéka.





Sportos ruházat az urak számára.



A DEICHMANN online shop gyerekek számára is kínál sportos ruházatot.

Az OCHSNER SPORT és a DOSENBACH Svájcban a sportosztályon már régóta kínál sportruházatot az üzletekben és online is. Más DEICHMANN országok ezt a szortimentet először csak próba jelleggel és csak az online shopban kínálták. Sikerral: szemmel láthatóan betaláltunk az online vásárlóknál.

Lifestyle volt a kezdet

„Először is, néhány DEICHMANN országgal konzultálva, az életmód / utcai ruházat területe mellett döntöttünk és ott bővítettük a választékot textilárúkra” – mondta Alexandra Ochsenkiel, a kiegészítő termékek

és sportruházat beszerzője. Funkcionális pólók és nadrágok jelentek meg a sportcipő részlegen. „Jól bevált, így a funkcionális termékeket performance termékeként vezettük be. Mivel először ki akartuk próbálni, Németországban teszteltük. „Athleisure” volt a jelszavunk és ügyeltünk rá, hogy vásárlóink a termékeket a hétköznapiakban, az utcán is viselni tudják. Tehát divat és funkcionális. Mindezt pedig a már jól ismert, kedvező DEICHMANN árakon.”

Megjelenés a landing oldalon

Időközben a kínálat szépen kibővült. A német online shop landing oldalán már közvetlenül el lehet jutni a sportruházathoz. A DEICHMANN jelenleg az adidas, NIKE, PUMA és FILA márkák sport outfitjét kínálja. Hamarosan még több márká közül lehet majd válogatni. Egy ideje tehát már megtalálják nálunk vásárlóink a fitness stúdióhoz, uszodához vagy saját egyéni életstílusukhoz legmegfelelőbb modelleket. Most ősszel és télen pedig sapkákat, kesztyűket, nyakmelegítőket is kínálunk az egész család számára. De nem csak ezt. A vevők értékes tanácsokat is kapnak, amelyek segítségükre lehetnek a megfelelő sportos ruházat kiválasztásakor. Hiszen egy jógamatracon nyilván teljesen más tulajdonságok fontosak egy outfitnél, mint például egy maratonfutáson. Itt is érvényes: divat és funkcionális.

Mivel a ruházati kollekció ilyen jól megy a német online shopban, más országokban is elindul az értékesítés.



Fashion és lifestyle.

Fotók: DEICHMANN



Éhínséggel és szenvedéssel szemben

A DEICHMANN Alapítvány Madagaszkáron segít az embereknek

Madagaszkár déli része most éli át az utóbbi 40 év súlyosabb szárazságát. Túl keveset esik az eső. Rengeteg ember nem jut ivóvízhez és több mint 1,1 millióan éheznek. A DEICHMANN Alapítvány a MEDAIR segélyszervezet embereit támogatja projektjeikben.



↑ Egy a konyhóban fellógatott mérleggel mérik a gyerekek súlyát.



↑ A felső kar területéből tudják megállapítani, hogy megfelelően táplálkozik-e egy gyerek vagy szüksége van orvosi segítségre.

Fotók: MEDAIR

↑ Önfeledten játszanak a vízzel – a DEICHMANN Alapítvány támogatásának köszönhetően hamarosan mindez Madagaszkár déli részén is lehetővé válhat a gyerekek számára.

Fotók: MEDAIR/Jessica Malalaniaina

Éhínség fenyeget Madagaszkáron. Míg 2020 decemberében 38 településen hirdették ki az élelmezési vészhelyzetet, ez a szám öt hónappal később már 97 volt. Egyre több ember nyúl kétségbeesett eszközökhöz a túlélés érdekében: sáskát esznek, nyers piros kaktusztermést, vadon nőtt leveleket. A mezőgazdaság a szárazság miatt messze nem hoz elegendő termést. A segélyszállítmányok nagyon nehezen jutnak el az emberekhez, alig vannak betonutak és megfelelő szállító járművek.

A MEDAIR évek óta jelen van a régióban. A szükséghelyzeti és katasztrófavédelmi segélyszervezet, amely hosszú ideje a DEICHMANN Alapítvány partnere, már azzal is segít, hogy igyekszik lehetővé tenni az embe-

rek számára, hogy tiszta ivóvízhez jussanak. Most azonban további lépéseket is terveznek. A különösen nehezen elérhető területeken élő, súlyosan alultáplált gyerekeken akarnak segíteni, hogy újra erőre kapjanak. A segítők elmagyarázzák az édesanyáknak és a hozzátartozóknak, hogyan tudják elkerülni a kicsik gyomor-, és bélbetegségeit. Hiszen a súlyos alultápláltságnak többnyire ez a legfőbb oka.

Egy ilyen projekt nagyon költséges, szakértelmet, megfelelő személyzetet és nagyon jó technikai felszerelést kíván. A DEICHMANN Alapítvány 85.000 eurós támogatásával lehetővé tette az elindulást. A további adományozók ahhoz kellene, hogy sok segítség érkezzon el Madagaszkár déli részének lakóihoz.



↑ A víz, amely eddig a csapból folyt, csak takarításra, mosásra és kerti viráglocsolásra volt alkalmas.

Fotók: wortundtat



↑ Az ápolók a wortundtat által létrehozott hospice házban Moldáviában sok időt töltenek a súlyos betegekkel és a haldoklókkal.

Mit Mitteln des



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Ivóvíz a hospice ház számára

Kútépítés Moldáviában

A DEICHMANN Alapítvány jobb ivóvízellátáshoz segít egy hospice házat Moldáviában. Eddig tartálykocsikkal szállították a vizet, a jövőben közvetlenül a vízcsapból folyhat majd. Az alapítvány egy kút kiépítését támogatja.

A hospice házat a moldáviai kisvárosban, Ceadir Lunga-ban a Deichmann család által alapított segélyszervezet, a wortundtat építette fel. Ez az első ilyen jellegű ház az országban, amelyet Európa legszegényebbeként ismerünk. A hospice házban halálos betegek számára biztosítanak életük utolsó heteire megfelelő egészségügyi ellátást.

A víz, amely jelenleg a vezetékekből folyik, egészségügyi szempontból aggályos. A fogmosáshoz a hospice ház lakói palackozott vizet használnak. Főzéshez a személyzet kannákban hordja a vizet, amelyeket tartálykocsiknál töltenek fel. Az, hogy az ivóvíz közvetle-

nül a csapból folyik majd, munkájukat lényegesen meg fogja könnyíteni. Természetesen a lakók is profitálnak ebből: testmosásnál és fogmosásnál elég lesz, ha egyszerűen csak megnyitják a csapot.

A hospice ház szomszédai is örülnek a kútnak. Az épület közelében mintegy 300 ember csatlakozhat rá a szivattyúra, amely előreláthatóan közel 170 méter mélyről hozza majd fel a vizet. Addig az ő ivóvizük is tartálykocsin érkezik. A DEICHMANN Alapítvány adománya mellett a minisztérium gazdasági együttműködések és fejlesztéseket célzó támogatása is segít a projekt finanszírozásában.

Árvíz utáni segítség

A DEICHMANN Alapítvány a Német Vöröskeresztet támogatja

A képek bejárták a világot: heves esőzések után Németország dél-nyugati részén folyók és patakok áradtak ki medrükből, váltak hömpölygő folyamokká és taroltak le településeket, hatalmas területeket. Azonnal elkezdődtek a magán, illetve nagyobb szervezetek által támogatott segélyakciók. A DEICHMANN Alapítvány a Német Vöröskeresztnek 150.000 eurót adományozott az árvíz után sürgősen szükséges épületszáritó készülékekre. Így rengeteg árvízkárosult családnak tudtak segíteni az érintett területeken. Az első készülékek már meg is érkeztek az árvíz sújtotta területekre, ahol rengeteg háztartás szárításában segítenek. Rettenetes, mennyi szenvedést és rombolást hozott ez az ítéletidő. Ott szeretnénk segíteni, ahol az embereknek tényleg a legnagyobb szükségük van rá a jelenlegi helyzetben” – hangsúlyozta Heinrich Deichmann. A DEICHMANN Alapítvány ezzel hosszú távon is segít, hiszen az árvíz után jelenleg használt készülékek továbbra is a Vöröskereszt rendelkezésére fognak állni a következő bevetéseken is.



↑ A Vöröskereszt munkatársai Thorsten Junker, Tanja Knopp és Christian Kleinberns nagyon hálásak a DEICHMANN Alapítvány által felajánlott épületszáritó készülékekért.

Fotók: Julia Ikstadt



Cipő a DEICHMANN-nál
a zöld lábnyommal.

Fenntartható cipők kicsiknek és nagyoknak

A DEICHMANN bővíti kínálatát

Fenntarthatóság és stílus már régóta nem zárják ki egymást. A legjobb bizonyíték erre a DEICHMANN aktuális őszi-téli kollekciója.

Otthon is legyen kényelmes
és fenntartható.



Puha, meleg és fenntartható.

Fotók: DEICHMANN



Stílusos és fenntartható –
nem zárják ki egymást.



A csinos, egyszerű, fekete Bench bakancsokat, azaz cipősszkevényünk igazi örökzöldjeit, vásárlóink most például még jobb lelkiismerettel vásárolhatják meg. RCS (Recycled Claim Standard) minősítéssel rendelkeznek ugyanis, ami többek között azt jelenti, hogy egyrészt termelési láncuk transzparens, másrészt, hogy a bakancs legalább 5 %-ban újrahasznosított anyagokból készült.

A fenntarthatóság mindannyiunkat érinti

A DEICHMANN aktívan együttműködik ágazatbeli partnereivel, kamarai és egyesületi munkájával beleássa magát a fenntarthatóság témájába, a 'CADS' (azaz „Cooperation for assuring defined standards for shoe- and leathergoods production e.V.”) szervezet alapító tagja. Az együttműködés Offenbachban, a Deutsches Schuhinstitut (Német Cipőintézet) védnöksége alatt jött létre. A szervezet a cipőkben található káros anyagokkal foglalkozik és kezdeményezőleg lép fel a kockázatos anyagok elkerülése érdekében. Az egyesület célja, hogy a károsanyagmentes cipők és cipőalapanyagok gyártásával és terjesztésével, vala-



Fenntartható cipő a legkisebbeknek is.

mint a környezetbarát termeléssel kapcsolatban minél több tudásra tegyenek szert és terjesszék is azt. A fenntarthatóság témája ezen felül környezetvédelem és szociális standardok szempontjából is megjelenik a szervezet fókuszában. A 'cads' egy sikerélményt már fel is tud mutatni: A csatlakozott vállalatok ugyanis sokkal nagyobb mértékben lemondanak önként a veszélyes összetevőkről a cipőgyártáshoz használt anyagokban, mint ahogy az a törvényben rögzítésre került.



NYÍREGYHÁZA – ÚJ



Üzleteink 2021-ben is szépülnek!

Idén nyáron is folytatódtak üzleteink felújításai. Összesen 3 db üzletet építettünk át júliusban és augusztusban, hogy vásárlóinknak egy modernebb környezetben, nagyobb kínálatot prezentálhassunk.

Legelsőnek a nyíregyházi **Korzóban** található üzletünket nyitottuk meg újra **július 22-én**.

A Korzó bevásárlóközpont Nyíregyháza központjában 2008-ban nyitotta meg kapuit 73 üzlettel,

Mindhárom üzlet 2011-ben nyitotta meg kapuit vagy esett át utoljára felújításon, így a most megújult üzletterek nagy változást hoztak a 10 évvel ezelőtti megjelenéshez képest.

3 évre rá pedig a mi üzletünk is kinyitott a centerben a Deichmann Magyarország 91-es számú üzleteként.

NYÍREGYHÁZA – FELÚJÍTÁS ELŐTT



BUDAÖRS – ÚJ



Egy héttel később, július 29-én a 008-as számú üzletünk nyitott újra a **budaörsi** Auchan Korzóban. 2001-es megnyitása óta ez már az üzlet második felújítása volt.



BUDAÖRS - FELÚJÍTÁS ELŐTT





SZEGED – ÚJ

Utolsó átépítésünk pedig **Szegeden** volt, így már az Árkádban megtalálható üzletünk is modern külsővel büszkélkedhet.



Mindhárom üzletben a népszerű saját márkáink mellett nagy hangsúlyt kaptak a sportmárkák. Az év eleji átépítésekhez hasonlóan az eladótér központjában megvalósultak az exkluzív sportosztályok, amelyek lehetővé teszik, hogy az olyan ismert sportmárkák, mint az adidas, Nike, Fila és Puma kiemelt helyen kerüljenek bemutatásra. Az előtte-utána képek magukért beszélnek.

Az újranyitások alkalmából a vásárlóknak négy napon keresztül újranyitási akcióval kedveskedtünk. 2 pár teljes árú cipő vásárlása esetén 30% kedvezményt kaptak a második párra.

SZEGED - FELÚJÍTÁS ELŐTT

