DEICHMANN IM 111. JAHR WEITER AUF ERFOLGSKURS

UMSATZ AUF REKORDNIVEAU / WACHSTUM GEGEN DEN BRANCHENTREND

Essen, 19.03.2024

Europas größter Schuheinzelhändler hat das Jahr 2023 mit einem Rekordumsatz in Höhe von 8,7 Milliarden Euro abgeschlossen. Zu seinem 111. Geburtstag blickt DEICHMANN optimistisch in die Zukunft. Für das laufende Jahr plant das Familienunternehmen gruppenweit Investitionen in Höhe von rund 374 Millionen Euro unter anderem in das moderne Filialnetz, die IT sowie die Logistik. Darüber hinaus entsteht am Hauptsitz in Essen für die steigende Anzahl an Beschäftigten ein neues hochmodernes Gebäude mit Büros und großzügigen Meeting-Flächen. Der neue DEICHMANN-Campus steht dabei für die positive Entwicklung in den vergangenen Jahrzehnten und für eine Investition in die Zukunft der Unternehmensgruppe.

Die DEICHMANN SE erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr in 34 Ländern einen Bruttoumsatz von 8,7 Milliarden Euro (netto 7,4 Milliarden Euro). Das währungsbereinigte Umsatzplus liegt damit bei etwas mehr als sieben Prozent. Verkauft wurden 2023 weltweit 184 Millionen Paar Schuhe in den Filialen und über die Onlineshops der Gruppe (plus 1,4 Prozent gegenüber 2022). Zum 31. Dezember 2023 betrieb das Unternehmen rund 4.700 Filialen (2022: knapp 4.600) sowie 41 Onlineshops und beschäftigte etwas mehr als 49.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (2022: ca. 48.000).

„Für die DEICHMANN-Gruppe war 2023 ein herausforderndes, aber auch ein erfolgreiches Jahr“, betont Heinrich Deichmann, Vorsitzender des Verwaltungsrates der DEICHMANN SE. „Wir haben mit unseren Kollektionen und Top-Brand-Angeboten genau den Geschmack unserer Kundinnen und Kunden getroffen und sie mit unserem guten Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugt. So konnten wir gegen den allgemeinen Markttrend in unseren Filialen und auch online wachsen. Trotz widriger Rahmenbedingungen mit hoher Inflation, Kaufzurückhaltung und veränderten Konsumpräferenzen haben wir im abgelaufenen Jahr in der DEICHMANN-Gruppe unseren Umsatz um über sieben Prozent auf 8,7 Milliarden Euro gesteigert. Auch flächenbereinigt, also in unseren bestehenden Filialen, konnten wir den Umsatz um fünf Prozent erhöhen. Das ist eine hervorragende Leistung, die wir mit unseren großartigen Teams im Verkauf, in der Logistik und in den Verwaltungen gemeinsam international erreicht haben.“

Starke Entwicklung auch in Deutschland

In Deutschland wuchs das Familienunternehmen, das 1913 in Essen gegründet wurde und dort auch weiterhin ansässig ist, deutlich. Der Umsatz hierzulande stieg 2023 um rund neun Prozent auf knapp 2,8 Milliarden Euro brutto (netto 2,3 Milliarden Euro / 2022: 2,5 Milliarden Euro brutto). Das flächenbereinigte Wachstum lag hier bei knapp neun Prozent. Da das Unternehmen als Ergänzung zu seinen beliebten Eigenmarken zunehmend auf starke Top-Brands setzt, konnten diese positiven Ergebnisse zum einen über höherpreisige Modelle erzielt werden. Zum anderen trug aber auch die Steigerung der Paarzahlen zu dem Wachstum bei: Die Gruppe verkaufte deutschlandweit in rund 1.400 Filialen und online über 70 Millionen Paar Schuhe – ein Plus von knapp drei Prozent gegenüber dem Vorjahr. Auch online konnte DEICHMANN dabei anders als der Markt nach Corona weiterwachsen. Sowohl international als auch in Deutschland hat DEICHMANN als attraktiver Arbeitgeber 2023 seine

Teams verstärkt. Rund 17.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren Ende 2023 in der DEICHMANN-Gruppe in Deutschland beschäftigt (Ende 2022 ca. 16.400).

Starke Säulen als Erfolgsrezept: Seit 111 Jahren für die Menschen da

„Wir stehen für Kontinuität und Verlässlichkeit und sind seit mittlerweile 111 Jahren für die Menschen da. Wir haben die klare Positionierung, mit unserer großen Auswahl an Schuhen für die ganze Familie das beste Preis-Leistungs-Verhältnis am Markt zu bieten. Das ist auch oder gerade in Krisenzeiten für die Kundinnen und Kunden attraktiv“, so Heinrich Deichmann. Dies spiegelt auch das aktuelle Jahresranking des Meinungsforschungsinstituts YouGov zum Thema Preis-Leistung wider. Hier belegt DEICHMANN im Einzelhandel bei den Modehändlern den ersten Platz.

Preis-Leistung, Markenvielfalt und Modekompetenz – drei Stärken von DEICHMANN, mit denen das Unternehmen als Familienanbieter gerade auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten punkten kann. Dabei können sich die Kundinnen und Kunden auf die gewohnt niedrigen Einstiegspreise verlassen. Mit seinem modischen Sortiment und erfolgreichen Kampagnen hat DEICHMANN 2023 den Geschmack der Schuh-Fans getroffen und konnte etwa mit Aktionen wie „Fila meets Leni Klum“, „Back to School“ mit Sängerin Sarah Connor oder mit einer Barbie-Collection besondere Akzente setzen.

Auch mit neuen namhaften Fremd- und Lizenzmarken wie New Balance oder Rieker gelingt es dem Unternehmen, zusätzliche Käufergruppen zu gewinnen. Zudem hat es schon seit einiger Zeit Brands wie Esprit, Crocs, Tom Tailor, Skechers, Bench oder Dockers im Sortiment. Von großer Bedeutung für die Kunden sind weiterhin die schon lange bei DEICHMANN etablierten Sportmarken wie Adidas, Puma, Nike oder Fila. Sie alle ergänzen die Eigenmarken sinnvoll und sorgen dafür, dass DEICHMANN inzwischen über viele Generationen auf Schritt und Tritt Wegbegleiter der Menschen ist. „Wir wollen, dass sich jeder Mensch gute Schuhe leisten kann. Diesen Antrieb hatten bereits mein Großvater und mein Vater“, unterstreicht Heinrich Deichmann.

Moderner Ladenbau und Services für ein attraktives Einkaufserlebnis

Einen weiteren Grund für das erfolgreich verlaufene Jahr sieht Heinrich Deichmann in dem attraktiven Filialnetz mit modernem Ladenbau: „Wir haben allein bei DEICHMANN in Deutschland im vergangenen Jahr über 100 Geschäfte umgebaut. Wir wissen, dass die Umbauten von unseren Kundinnen und Kunden sehr gut angenommen werden, was sich auch in den Umsätzen widerspiegelt.“ Das neue Storekonzept ist geprägt von einer modernen Optik, großzügigem Raumgefühl, sanften Farbwelten und viel Platz für Sportartikel. Es wird derzeit schrittweise in Europa ausgerollt.

Digitale und Omnichannel-Angebote ergänzen dabei den Kundenservice der Teams in den Filialen auf sinnvolle Weise. Ein Beispiel: In allen neuen und umgebauten DEICHMANN-Geschäften kommen digitale Fußmessgeräte zum Einsatz. Mit ihrer Hilfe werden Schuhgrößen bei Kindern und Erwachsenen sehr genau in unter fünf Sekunden bestimmt und der Schuhkauf für Kunden damit noch leichter und komfortabler gemacht. In Deutschland wurden bisher rund 200 digitale Fußmessgeräte in den Filialen bereitgestellt.

Gerade den Filialen und den Beschäftigten kommt trotz der anhaltend wachsenden Bedeutung des Onlinehandels für Heinrich Deichmann eine wichtige Rolle im Unternehmen zu. „Vor allem haben unsere engagierten Teams in den Filialen Enormes geleistet. Sie sind unser Gesicht zu unseren

Kundinnen und Kunden und machen einen hervorragenden Job. Ich möchte mich bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, auch in der Logistik und in unserer Zentrale, bedanken. Sie haben dieses erfolgreiche Jahr erst möglich gemacht“, unterstreicht Heinrich Deichmann.

International stark aufgestellt

Rund 68 Prozent ihres Umsatzes erwirtschaftete die DEICHMANN-Gruppe im Jahr 2023 im Ausland. Gerade das DEICHMANN-Konzept hat sich dabei länderübergreifend gut entwickelt, so insbesondere beispielsweise in der Schweiz, in Österreich oder in der Türkei. Stark expandiert wurde im DEICHMANN-Konzept beispielsweise in Italien mit 18, in Polen mit zwölf und in Großbritannien mit acht zusätzlichen Stores.

Der Sneaker- und Streetwear-Retailer SNIPES konnte rund 1,8 Milliarden Euro Umsatz in Europa und den USA zum Gruppenumsatz beitragen. In den USA kam es zu einer etwas gebremsten Entwicklung. Der amerikanische Markt tat sich angesichts der hohen Inflation und hoher Zinsen wirtschaftlich generell schwer, was auch an der DEICHMANN-Gruppe nicht spurlos vorüberging. Auch das amerikanische Tochterunternehmen Rack Room Shoes spürte dies in Übersee entsprechend. Für 2024 steht die Marschrichtung gerade bei SNIPES durch Expansion und flächenbereinigtes Wachstum weiter Richtung Umsatzsteigerung. Aktuell betreibt das Unternehmen knapp 800 Stores in Europa und den USA, davon rund 350 in den Vereinigten Staaten und 150 in Deutschland. Weitere Stores befinden sich in Italien, Spanien, den Niederlanden, Polen, Frankreich, der Schweiz und Kroatien.

Im Rahmen der Wirtschaftlichkeitsbetrachtung und Profilschärfung standen in der Unternehmensgruppe weitere Veränderungen an. So hat die DEICHMANN-Gruppe im vergangenen Jahr bekannt gegeben, das Konzept MyShoes in Deutschland und Österreich bis Ende 2024 aufgrund langjähriger und mittlerweile erheblicher Verluste vom Markt zu nehmen. Denn trotz jahrelanger umfangreicher Investitionen, Sortimentsanpassungen, Profilschärfungen und Optimierungsprogramme musste festgestellt werden, dass das Geschäftsmodell leider langfristig nicht wirtschaftlich zu betreiben ist. Insgesamt 19 Filialen des ausschließlich in Deutschland vertretenen, auf junge, modische Kundinnen ausgerichtete Konzepts ONYGO wurden in neue unternehmerische Hände übergeben. Neun Standorte werden bis spätestens Ende August geschlossen. Im Sinne der Gesamtbelegschaft sieht es DEICHMANN als seine unternehmerische Verpflichtung, im Zweifelsfall auch defizitäre Geschäftsmodelle einzustellen, um die Kräfte vielmehr auf ökonomisch tragfähige Geschäftsfelder fokussieren zu können.

Neuer Campus am Unternehmenssitz in Essen

Als Zeichen für den zukunftsgewandten Blick des Unternehmens wurde im November 2023 das Richtfest für den neuen DEICHMANN-Campus gefeiert. Ankerprojekt des Bauvorhabens ist ein neues lichtdurchflutetes Atriumgebäude mit fünf Geschossen. Das Gebäude wurde vom renommierten Architekturbüro gmp mit Hauptsitz in Hamburg entworfen. „Der Neubau ist Ausdruck der positiven Entwicklung unseres Unternehmens in den vergangenen Jahrzehnten und eine Investition in die Zukunft unserer Unternehmensgruppe“, so Heinrich Deichmann. „Wir möchten unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern moderne Arbeitswelten mit hoher Aufenthaltsqualität bieten. Das Miteinander und der Austausch stehen hier im Vordergrund. Dies alles steht für unsere Internationalität und die Art unserer Zusammenarbeit.“

Parallel zum Neubau werden die bestehenden Gebäude auf den neuesten Stand gebracht, um den veränderten Anforderungen an zeitgemäße Arbeitsplätze und Strukturen zu entsprechen, wie etwa mit Open Space- und modernen Team- und Konferenzbereichen. Bei der Gebäudetechnik setzt das Unternehmen auf innovative Lösungen und installiert zum Beispiel Photovoltaik- und Geothermie-

Anlagen. Dies betrifft Neu- und Bestandsbauten gleichermaßen. Zielmarke für die Fertigstellung ist im Laufe des Jahres 2025. In der Hauptverwaltung sind heute rund 1.270 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt. Gerade erhielt DEICHMANN hier vom unabhängigen Top Employers Institute die Auszeichnung als „Top Employer 2024“.

Ausblick: Mit Zuversicht und Mut auch ins Jahr 2024

Die DEICHMANN SE befindet sich nach wie vor zu 100 Prozent im Besitz der Familie Deichmann. Mit dem Unternehmensgewinn ist Heinrich Deichmann zufrieden. „Gerade die vergangenen Jahre haben uns darin bestärkt, als Familienunternehmen unternehmerisch unabhängig zu bleiben und kontrolliert schrittweise zu wachsen“, so Deichmann.

Auch für 2024 hat sich DEICHMANN einiges vorgenommen. So hat das Unternehmen seine Brand-ID nochmals geschärft. „Wir wollen die Marke DEICHMANN als ‚Love-Brand‘ stärker in den Köpfen unserer Kundinnen und Kunden emotional verankern. Jeder kann bei uns modische Schuhe, coole Sneaker oder Accessoires finden“, betont Heinrich Deichmann. Diesen Anspruch erweckt DEICHMANN aktuell in einer bildgewaltigen Multichannel-Brand-Kampagne zum Leben. Für alle Menschen von jung bis junggeblieben, von der Fashionista bis zum Sneakerhead, immer zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Kampagne hat einen starken Auftakt im Frühjahr, ist aber langfristig als fester Bestandteil der Kommunikation geplant, um die Position als Europas Love-Brand Nummer eins für Schuhe dauerhaft weiter zu stärken.

Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Ausgangslage stehen auch 2024 umfangreiche Investitionen in einer Höhe von rund 374 Millionen Euro auf der Agenda, zum Beispiel in moderne Filialen mit attraktivem Ladenbau und Omnichannel-Services. Eine Gesamtzahl von rund 450 neuen und umgebauten Stores ist nach derzeitigem Stand gruppenweit für 2024 vorgesehen, davon etwa 120 Verkaufsstellen in Deutschland.

Zum anderen fließen Investitionen in die weitere Digitalisierung der Prozesse, Optimierung der Produktentwicklung, Modernisierung der IT-Landschaft und das wachsende E-Commerce-Geschäft. So setzt DEICHMANN beispielsweise mit dem Enterprise-Shopsystem von SCAYLE die Transformation seines Online- und Omnichannel-Business fort. Die gemeinsame Omnichannel-Plattform ist mittlerweile in zehn Ländern im Einsatz, und der Rollout wird sukzessiv fortgesetzt.

Auch in die Logistik wird weiter investiert. Den Anfang macht hierbei 2024 die Schweizer Landesgesellschaft mit dem Bau eines zusätzlichen modernen Online-Distributionszentrums.

Durch den Franchise-Partner AZADEA-Group stehen in diesem Jahr erstmalig Filialen in Bahrain auf dem Plan. Im vergangenen Jahr ist das Unternehmen über die AZADEA-Group mit Filialen in Abu Dhabi, Saudi-Arabien, Kenia und der Elfenbeinküste gestartet.

Purpose-Initiative „DEICHMANN bewegt“

DEICHMANN ist mehr als nur ein Schuhgeschäft. Das Essener Familienunternehmen steht seit Jahrzehnten für den Leitsatz: Das Unternehmen muss dem Menschen dienen! DEICHMANN will das Leben für seine Kundinnen und Kunden – mit guten, bezahlbaren Schuhen –, aber auch für seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Menschen in Not an vielen Stellen der Welt besser machen.

Diesen Purpose-Gedanken möchte DEICHMANN nicht nur intern leben, sondern auch nach außen. „DEICHMANN steht für Veränderung: sozial, modern und für alle. Wir wollen vorangehen und einen Beitrag dazu leisten, das Leben für Menschen da besser zu machen, wo wir darauf positiv Einfluss nehmen können. Wir möchten Spuren hinterlassen, die Menschen Orientierung geben können“,

betont Heinrich Deichmann. Mit gutem Vorbild voranzugehen, sich für schwächere und bedürftige Menschen in der Gesellschaft einzusetzen und Vorbildern eine Bühne zu geben, gehört darum fest zum Selbstverständnis des Unternehmens.

DEICHMANN bewegt! So heißt die aktuelle Purpose-Initiative. Im Fokus steht hierbei der Einsatz gegen Kinderarmut. Mit den Aktionen „Deutschlands fitteste Grundschule“, „Herzenswünsche“ und „DEICHMANN-Mutmacher“ möchte sich das Unternehmen aktiv daran beteiligen, Veränderungen in der Gesellschaft zu bewirken.

Als Familienunternehmen ist es für DEICHMANN besonders wichtig, die jüngsten Mitglieder der Gesellschaft zu fördern. Dafür sorgt die Kampagne „Deutschlands fitteste Grundschule“, mit welcher das Unternehmen dem Bewegungsmangel entgegenwirken und Kinder für Bewegung begeistern möchte. Auch die Weltgesundheitsorganisation WHO ruft die Menschen aktuell zu mehr Bewegung auf und warnt vor zunehmenden Folgeerkrankungen vom vorherrschenden Bewegungsmangel. Bei der Suche nach „Deutschlands fittester Grundschule“ wird den Lehrkräften ein eigens von Experten entwickeltes Bewegungsprogramm zur Verfügung gestellt. In einem deutschlandweiten Wettbewerb können die Schulen für den Titel „Deutschlands fitteste Grundschule“ antreten und Geldpreise in Höhe von bis zu 7.000 Euro gewinnen.

Gerne möchte das Essener Unternehmen für die Kinder Momente der Freude schaffen. Mit der Initiative „DEICHMANN erfüllt Herzenswünsche“ verwirklicht der Schuhhändler Wünsche von Kindern, die von Armut betroffen sind – egal, ob es ein Zoobesuch oder das Erleben eines Fußballspiels ihres Lieblingsvereins ist.

Vorbilder inspirieren, motivieren und die Zukunft formen: DEICHMANN strebt danach, nicht nur selbst ein Vorbild zu sein, sondern auch anderen Vorbildern die Bühne zu bieten, die sie verdienen. Diese Werte sind in dem Unternehmen und seinen engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern tief verankert. Und auf diesem Gedanken basiert auch die dritte Initiative: „DEICHMANN-Mutmacher“, bei welcher jeden Monat sozial engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von DEICHMANN gewürdigt werden. Die Projekte, für die sich die Beschäftigten einsetzen, erhalten nicht nur Aufmerksamkeit, sondern werden auch durch eine finanzielle Unterstützung gefördert.

Heinrich Deichmann: „Ich bin sehr stolz auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sehr viele von ihnen sind auf die verschiedenste Art und Weise sozial engagiert. Das ist vorbildlich! Wir haben in unserer Firma eine besondere DNA.“

Soziales Engagement über die DEICHMANN-Stiftung

Das Leitbild von DEICHMANN lautet: „Das Unternehmen muss dem Menschen dienen.” DEICHMANN will das Leben für seine Kundinnen und Kunden, Mitarbeitenden und Menschen in Not besser machen. Diese christlich geprägte Überzeugung begleitet die Familie Deichmann von Anfang an. Seit über 50 Jahren unterstützt die DEICHMANN-Stiftung große Entwicklungs- und Hilfsprojekte im In- und Ausland.

Medienkontakt



Leitung Internationale Presse
Sonja Schröder
Presse@deichmann.com

Die DEICHMANN SE mit Stammsitz in Essen (Deutschland) wurde 1913 gegründet und befindet sich zu 100 Prozent im Familienbesitz. Die Unternehmensgruppe ist Marktführer im europäischen Schuheinzelhandel und in über 30 Ländern weltweit aktiv. Sie beschäftigt über 49.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und betreibt rund 4.700 Filialen sowie 41 Onlineshops. Zum Unternehmen gehören neben dem DEICHMANN-Format in der Schweiz Dosenbach, Ochsner Shoes und Ochsner Sport, vanHaren in den Niederlanden und Belgien, in den USA Rack Room Shoes sowie die SNIPES-Gruppe mit Filialen und Onlineshops in Europa und in den USA.