Rekord-Umsatz: DEICHMANN-Gruppe durchbricht die 8 Milliarden-Umsatz-Grenze

Starkes Wachstum in den bestehenden Verkaufsstellen, erfolgreiche Akquisitionen und große Investitionen im 110. Jahr des Bestehens

Essen, 28.03.2023

Gute Nachricht aus Essen: Für das abgelaufene Jahr 2022 kann Europas größter Schuheinzelhändler DEICHMANN ein deutliches Wachstum melden. Der Umsatz in der Unternehmensgruppe stieg 2022 auf eine Rekordhöhe von über 8 Milliarden Euro.

Das Essener Unternehmen nutzte damit auch in Krisenzeiten gezielt seine Chancen und stellt mit weitsichtigen Investitionen die strategischen Weichen für die Zukunft. 2023 setzt DEICHMANN weiter auf eine eigenfinanzierte Expansion, die Modernisierung des Filialnetzes, den konsequenten Ausbau des Markenportfolios sowie die Weiterentwicklung der erfolgreichen Omnichannel-Strategie.

Die DEICHMANN SE mit Sitz in Essen war 2022 in 31 Ländern aktiv. Die Unternehmensgruppe erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr weltweit einen Bruttoumsatz von 8,1 Milliarden Euro (netto 6,9 Milliarden Euro). In dem letzten nicht von Corona betroffenen Geschäftsjahr 2019 hatte der bis dahin höchste Bruttoumsatz bei 6,4 Milliarden Euro gelegen: Das entspricht einem Plus von rund 23 Prozent. Diese positive Entwicklung liegt konzeptübergreifend sowohl im Wachstum bei den eigenen Verkaufsstellen und Onlineshops als auch in erfolgreichen Akquisitionen zum Beispiel in den USA begründet.

„Wir sind bislang gut durch die Krisenzeiten gekommen, haben unsere Chancen genutzt und blicken positiv nach vorne. Besonders erfreulich ist, dass wir im vergangenen Jahr gruppenweit in den bestehenden Verkaufsstellen stark wachsen konnten“, betont Heinrich DEICHMANN, Vorsitzender des Verwaltungsrates der DEICHMANN SE. „Rund 9 Prozent flächenbereinigtes Wachstum in den Geschäften über die DEICHMANN-Gruppe hinweg ist ein sehr gutes Ergebnis. Werden die Onlineshops hinzugerechnet, ergibt sich daraus ein Wachstum von rund 15 Prozent. DEICHMANN ist damit im Jahr seines 110. Bestehens weiterhin ein gesundes Unternehmen und fit für die Zukunft.“

Starke Umsatzentwicklung in der Unternehmensgruppe

Verkauft wurden 2022 weltweit 178 Millionen Paar Schuhe in den Filialen und über die Onlineshops der Unternehmensgruppe. 67 Prozent ihres Umsatzes erwirtschaftete die DEICHMANN-Gruppe im Ausland. Zum 31. Dezember 2022 betrieb das Unternehmen insgesamt 4.565 Filialen sowie 41 Onlineshops und beschäftigte über 48.000 Mitarbeitende.

„Ich bin sehr dankbar dafür, dass 2022 – insbesondere gemessen an den zahlreichen externen Herausforderungen – für uns ein erfolgreiches Jahr war. Dies war in dieser Form nicht absehbar“, so Heinrich DEICHMANN. „Wir haben eine sehr klare Positionierung. Und es hat sich gerade beim DEICHMANN-Konzept gezeigt, dass unser Kernanspruch, das beste Preis-Leistungs-Verhältnis am Markt zu bieten, auch oder gerade in Krisenzeiten für unsere Kundinnen und Kunden attraktiv ist. Beim aktuellen Jahresranking des Meinungsforschungsinstituts YouGov zum Thema Preis-Leistung belegen wir im Einzelhandel bei den Modehändlern den ersten Platz. Wir haben es zudem geschafft,

mit unserem modischen Sortiment und weiteren namhaften Fremdmarken zusätzliche Käufergruppen in unseren Geschäften und Onlineshops zu gewinnen und auch höherpreisige Markenmodelle erfolgreich anzubieten. Dazu haben wir weiter konsequent in die Attraktivität unserer Läden und digitalen Services investiert. Dieser Mut wurde von der Mehrzahl der Konsumentinnen und Konsumenten belohnt."

2022: Ein Jahr voller externer Herausforderungen

Wie schon die beiden Vorgängerjahre war auch 2022 von externen Krisen gekennzeichnet. So bestimmte in den ersten Monaten die anhaltende Corona-Pandemie mit unterschiedlichen Zutrittsregelungen zu den Geschäften vor allem in Deutschland das allgemeine Bild noch stark. „Es hat sich ausgezahlt, dass wir so international aufgestellt sind, denn das macht uns in solchen Situationen als Unternehmen deutlich robuster", erklärt Heinrich DEICHMANN.

Erst Ende März entfiel die Maskenpflicht – was die Käufe deutlich ankurbelte. Heinrich DEICHMANN: „Vielfach wurde vorhergesagt, dass die Konsumenten nach den Lockdowns deutlich weniger stationär kaufen würden als vor der Pandemie. Das war bei uns nicht der Fall. Wir sind sehr froh darüber, dass das Geschäft in den Filialen wieder gut angelaufen ist."

Auch Störungen in der weltweiten Lieferkette, die den Unternehmen branchenübergreifend zusetzten, waren eine der Herausforderungen des vergangenen Jahres.

Mit dem Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine gingen die Frequenzen in den Geschäften deutlich zurück und die Umsätze litten. DEICHMANN zog sich in geordneter Form vom russischen Markt zurück. „Mit diesem unternehmerischen Schritt haben wir ein klares Zeichen für den Frieden und gegen die furchtbaren humanitären Auswirkungen des Krieges in der Ukraine gesetzt", so Heinrich DEICHMANN.

Im Jahresverlauf folgte die zunehmende Inflation, die zwar schon vorher begonnen hatte, aber durch den Krieg in der Ukraine nochmal deutlich verstärkt wurde. Energie, Gas, Öl, Strom, aber auch Nahrungsmittel wurden für Unternehmen und Konsumenten deutlich teurer. „All dies haben natürlich auch unsere Kundinnen und Kunden im Geldbeutel gespürt. Und auch für uns im Unternehmen galt es, die jeweiligen unvermeidbaren Kostenanstiege eng im Blick zu haben. Es waren also eine Menge an Herausforderungen, mit denen wir es zu tun hatten und zukünftig haben werden", erläutert Heinrich DEICHMANN. „Umso erfreulicher ist es, dass wir das Jahr alle gemeinsam so gut gemeistert haben. Dafür möchte ich unseren engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, unseren zumeist langjährigen Partnern und natürlich auch unseren treuen Kundinnen und Kunden ganz besonders danken."

Den Gewinn der Unternehmensgruppe bezeichnet Heinrich DEICHMANN als zufriedenstellend. „Wir können als starke Firma unser Wachstum weiter ohne externe Geldgeber realisieren und damit unternehmerisch unabhängig bleiben", betont der Firmeninhaber. Die DEICHMANN SE befindet sich nach wie vor zu 100 Prozent im Besitz der Familie DEICHMANN.

International weiterhin auf Erfolgskurs

Das Jahr 2022 war für die DEICHMANN-Gruppe nicht nur von Krisenmanagement bestimmt, sondern es wurden auch konsequent Chancen genutzt. Anfang 2022 realisierte die Unternehmensgruppe den Erwerb zweier Sneaker-Ketten in den USA: Jimmy Jazz und Expressions mit zusammen 189 Läden. Die Filialen beider Label werden unter der Marke SNIPES weitergeführt. Ebenfalls für SNIPES wurden eine Kette in Polen namens Distance mit 28 Läden und eine weitere in Kroatien, Shooster mit 15 Läden, erfolgreich akquiriert.

SNIPES gehört seit 2011 zur DEICHMANN-Gruppe und expandiert seitdem kontinuierlich. Ende 2022 betrieb SNIPES rund 700 Filialen in zwölf Ländern und spricht eine sehr ähnliche Zielgruppe an wie die beiden amerikanischen Neuerwerbungen. „Wir haben in den USA erheblich investiert, weil wir uns in diesem Marktsegment ein nachhaltiges Wachstum versprechen. Das abgelaufene Jahr bestätigt unsere Prognose“, kommentiert Heinrich DEICHMANN den Zukauf.

Die Geschäftsentwicklung der Familienschuhkette RACK ROOM SHOES in den USA war ebenfalls sehr erfreulich, so dass auch das zweite wichtige Standbein im DEICHMANN-Konzept gut performt hat. Sehr positiv war darüber hinaus die Entwicklung der Gesellschaften in der Schweiz und in der Türkei.

2023: Investitionen auf Rekordhöhe

Auch im laufenden Jahr 2023 stehen umfangreiche Investitionen auf der Agenda. Die geplanten Ausgaben für die gesamte Unternehmensgruppe liegen bei rund 500 Millionen Euro. Damit sind sie so hoch wie nie zuvor in der Unternehmensgeschichte. Davon entfällt etwa die Hälfte auf Deutschland. Die Investitionen fließen sowohl in die Modernisierung des Filialnetzes und in die Eröffnung neuer Läden als auch in die internationale Expansion sowie die weitere Digitalisierung und in die Logistik.

Die Unternehmensgruppe investiert weiter in organisches Wachstum aus eigener Kraft und plant, weltweit rund 200 neue Geschäfte zu eröffnen. „Wir glauben weiter fest an das stationäre Geschäft. Das ist unser starkes Standbein. Hier wird in attraktive Läden für ein besonderes Einkauferlebnis unserer Kundinnen und Kunden investiert. Wir stehen weiterhin zu stationärem Handel und lebendigen Innenstädten“, betont Heinrich DEICHMANN. Ein besonders starkes Wachstum ist beispielsweise in Italien geplant. Hier werden im Rahmen des laufenden Expansionsprogramms für 2023 etwa 30 neue DEICHMANN-Geschäfte geplant.

Das geplante gruppenweite Wachstum umfasst auch Filialen, die durch den Franchise-Partner AZADEA-Group betrieben werden. Nach einem erfolgreichen Markteintritt in Dubai 2019, in Kuwait 2020 und den Eröffnungen 2021/22 in Katar und dem Oman geht die Expansion auf der arabischen Halbinsel weiter. So stehen in diesem Jahr erstmalig Filialen in Abu Dhabi und Saudi-Arabien auf dem Plan.

Neues Storekonzept stärkt attraktives Shoppingerlebnis

Generell soll das Markenerlebnis, das DEICHMANN den Kunden bietet, weiter konsequent verbessert werden. In der Werbung überrascht das Unternehmen mit neuen, kreativen Kampagnen. Der Einkauf bei DEICHMANN soll Spaß machen und kanalübergreifend einfach sein. Vor diesem Hintergrund investiert Europas größter Schuheinzelhändler auch weiter in das vorhandene Filialnetz: Rund 450 Filialen werden gruppenweit nach aktuellem Stand über das Jahr hinweg in Europa umgebaut. Wegweisend ist dabei das neue Storekonzept, welches in internationaler Zusammenarbeit entstanden ist und nunmehr sukzessive in der Unternehmensgruppe das Ladenbild prägen wird. Moderne Optik, großzügiges Raumgefühl, sanfte Farbwelten und viel Platz für Sportartikel – mit seinem neuen Ladenbau geht DEICHMANN einen weiteren Schritt in die Zukunft. Kundenführung durch Farbakzente, offene Decken und Deckensegel über definierten Bereichen und modifizierte Möbel sind nur einige der Merkmale.

Ein Highlight bildet die großzügige Sportabteilung für Damen und Herren inklusive einer einladenden Sneaker-Wand mit Marken wie adidas, Nike, Puma, FILA, Reebok, Asics und Skechers. „Sport ist für uns weiterhin ein Top-Thema“, so Heinrich DEICHMANN. „Wir haben die strategische Zusammenarbeit mit Sportmarken stark intensiviert, um die angesagten Brands für jeden zugänglich zu machen. Dazu gehört auch, dass wir in einigen Filialen und in unserem Onlineshop verstärkt auch Sportbekleidung und Zubehör anbieten.“

Smarter Einzelhandel: Optimale Verknüpfung von online und offline

Auch neue Services, der Ausbau des Omnichannel-Angebots und die Verknüpfung von stationärem Geschäft und Onlinehandel spielen hierbei eine wichtige Rolle. Ein Beispiel aus der Kategorie smarter Einzelhandel: Bereits seit dem Sommer sind in den DEICHMANN-Geschäften digitale Fußmessgeräte im Einsatz. Mit ihrer Hilfe werden Schuhgrößen noch exakter bestimmt und der Schuhkauf für Kunden noch leichter und komfortabler gemacht. In Deutschland wurden bisher digitale Fußmessgeräte in rund 120 Filialen bereitgestellt. Geplant ist, dass sie die analogen Messschieber in allen Geschäften ablösen. Rund 300.000 Fußmessungen wurden seit der Einführung bereits vorgenommen. Auf dieser umfassenden Datenbasis kann das Angebotssortiment in Zukunft noch passgenauer auf die Kundenbedürfnisse zugeschnitten werden.

Überzeugende Markenvielfalt

Das Markenportfolio konnte bei DEICHMANN ebenfalls erneut erweitert werden. „Wir haben gesehen, wie erfolgreich neue Marken bei uns funktioniert haben. Wir haben zum Beispiel auch die beliebte Marke New Balance mit ausgewählten Modellen neu in unserem Sortiment“, so Heinrich DEICHMANN. „All dies wertet unser gutes Angebotsportfolio auch in der Wahrnehmung unserer Kunden nochmals deutlich auf.“ Darüber hinaus wird ab diesem Jahr auch Rieker das DEICHMANN-Konzept beliefern. Zudem ist beispielsweise die kultige Skatefashion-Marke AIRWALK neu im Sortiment.

Starker Zuwachs in Deutschland

Auch in Deutschland konnte die Unternehmensgruppe 2022 zulegen. Der Umsatz lag bei rund 2,5 Milliarden Euro brutto (netto 2,1 Milliarden Euro) (2019: 2,4 Milliarden Euro brutto). Das flächenbereinigte Wachstum lag bei knapp 9 Prozent. Die Gruppe verkaufte deutschlandweit in rund 1.400 Filialen und online etwa 69 Millionen Paar Schuhe. Rund 16.400 Mitarbeitende waren Ende 2022 in der DEICHMANN-Gruppe in Deutschland beschäftigt, darunter 2.800 Auszubildende. Heinrich DEICHMANN: „Wir sind froh darüber, dass wir Corona-bedingt keine Mitarbeiter entlassen und keine Filiale schließen mussten.“ In Deutschland sind gruppenweit 2023 rund 30 neue Filialen geplant. 150 Filialen sollen modernisiert werden.

Investitionen in die Logistik-Infrastruktur

Wenn eine Firma wächst, müssen sich auch die unterstützenden Funktionen wie die Logistik weiterentwickeln, um im Einzelhandel erfolgreich zu sein. Neben dem stationären Geschäft sollen dabei heutzutage auch das E-Commerce- und das Omnichannel-Feld abgedeckt werden. Deswegen investiert DEICHMANN konsequent in seinen Logistik-Sektor. Den Anfang macht hierbei die Schweizer Landesgesellschaft mit dem Bau eines zusätzlichen modernen Omnichannel-Distributionszentrums. Darüber hinaus sollen dann auch die Lager-Strukturen und -kapazitäten für das DEICHMANN-Konzept und SNIPES in Deutschland sukzessive erweitert werden.

Von der Schuhmacherwerkstatt zum hochmodernen Campus

Die DEICHMANN SE hat ihren Stammsitz weiterhin in Essen, ganz in der Nähe der Schuhmacherwerkstatt, die 1913 – vor nunmehr 110 Jahren – die Keimzelle des Unternehmens war. Heute sind in der Hauptverwaltung rund 1.000 Mitarbeitende tätig. Gerade wurde DEICHMANN in seiner Zentrale vom unabhängigen Top Employers Institute als „Top Employer 2023“ zu den besten Arbeitgebern in Deutschland gekürt.

Aktuell wird der Firmencampus an der Aktienstraße in Essen-Schönebeck mit einem Neubau erweitert, und die Bestandsgebäude werden auf den neuesten Stand gebracht. Der Begriff Campus steht hierbei

für Modernität, Internationalität und Aufenthaltsqualität. Herzstück der Neu- und Umbauarbeiten ist ein fünfgeschossiges Atriumgebäude. Der repräsentative Neubau mit Tiefgarage wird zum neuen Entree des Campus und von gepflegten Grünanlagen umgeben sein.

Nach umfangreichen Tiefbauarbeiten geht es in den kommenden Monaten an den Hochbau. Heinrich DEICHMANN: „Mit dieser Investition in die Zukunft blicken wir nach vorne und geben ein nachhaltiges Bekenntnis zum Standort Essen ab.“ Zeitgemäße Arbeitswelten mit hoher Aufenthaltsqualität sollen entstehen, das Bauprojekt folgt einem ökologischen Gesamtkonzept, das der aktuellen Entwicklung in Sachen Energieversorgung und Energiemanagement zum Beispiel in Form von Geothermie- und Photovoltaik-Anlagen Rechnung trägt. Der Stadtbereich wird zugleich durch moderne, architektonisch anspruchsvolle Gebäude und eine attraktive Grünanlage mit hoher Aufenthaltsqualität städtebaulich aufgewertet. Zielmarke für die Fertigstellung ist 2025.

Soziales Engagement über Hilfswerk und Stiftung weiter ausgebaut

„Das Unternehmen muss dem Menschen dienen“ – unter dieser Überschrift steht das Unternehmensleitbild der DEICHMANN-Gruppe. Eine menschenorientierte, christlich motivierte Unternehmenskultur ist der Inhaberfamilie wichtig. Vor diesem Hintergrund engagiert sich die Firma über ihre DEICHMANN-Stiftung, die in diesem Jahr ihr 50. Bestehen feiert, und über das christliche Hilfswerk wortundtat auf vielfältige Weise in humanitären Hilfsprojekten weltweit im In- und Ausland. Jüngstes Beispiel: Nach den verheerenden Erdbeben in der Türkei und in Syrien stellte die DEICHMANN-Stiftung kurzfristig über eine Million Euro zur Soforthilfe für notleidende Menschen im Erbebengebiet zur Verfügung. Zusammen mit erfahrenen Projektpartnern vor Ort in der Türkei und in Syrien kann den Menschen in Not dadurch schnell und unbürokratisch geholfen werden.

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 31 Ländern weltweit aktiv. Sie beschäftigt über 48.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und betreibt mehr als 4.500 Filialen sowie 41 Onlineshops. Zum Unternehmen gehören neben dem DEICHMANN-Format die Konzepte MyShoes, 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.