DEICHMANN Österreich: Mit Stil und Erfolg durch ein herausforderndes Jahr

Trotz eines schwierigen Marktumfeldes schließt DEICHMANN das Geschäftsjahr 2024 mit einem Umsatzplus von 6 Prozent ab

Wien, 09.04.2025

DEICHMANN in Österreich ist weiter auf einem guten Weg und kann trotz eines schwierigen Marktumfeldes auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken. Der Schuhhändler schloss das Jahr 2024 mit einem Umsatzplus von rund 6 Prozent und 314 Millionen Euro ab (2023: 297 Millionen Euro brutto). DEICHMANN konnte mit seinen Kollektionen die Kundinnen und Kunden überzeugen und rund 9,13 Millionen Paar Schuhe in seinen Filialen und in seinem Onlineshop verkaufen. Das sind rund 70.000 Paar mehr als im Vorjahr. Damit ist das Unternehmen weiterhin Marktführer im Schuheinzelhandel Österreichs. Von sportlich über casual bis hin zu elegant finden Kunden bei DEICHMANN garantiert die richtigen, modischen Schuhe für jeden Stil und für die ganze Familie – und das zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Auch die Beschäftigtenzahlen entwickeln sich anhaltend positiv: Ende 2024 arbeiteten rund 1400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das Familien-unternehmen, etwa 50 mehr als vor einem Jahr. DEICHMANN punktet bei seinen Beschäftigten unter anderem mit guten Karrieremöglichkeiten und zahlreichen Benefits. Die 140 Lehrlinge profitieren zudem vom unternehmenseigenen Nachwuchsförderprogramm.

DEICHMANN gehört zur gleichnamigen deutschen Unternehmensgruppe und ist seit 1992 in Österreich vertreten. Seitdem hat sich das Unternehmen kontinuierlich weiterentwickelt. „Unser Leistungsversprechen lautet: Wir bieten aktuelle Schuhmode und Markenqualität in modernen Geschäften und in unserem Onlineshop mit freundlicher Bedienung zum bestmöglichen Preis für die ganze Familie. Das macht uns als DEICHMANN aus und das wissen auch die Menschen in Österreich zu schätzen. Das ist auch der Grund für unseren Erfolg – gerade in wirtschaftlich angespannten Zeiten“, sagt Georg Müller, Geschäftsführer DEICHMANN Österreich. DEICHMANN setzt dabei auf ein Omnichannel-Konzept, das den stationären Handel mit dem Online-Handel verknüpft und den Kunden das Beste aus beiden Welten bietet.

Das DEICHMANN-Konzept mit Schuhen für die ganze Familie kann auch in schwierigen Zeiten punkten. Top-Themen, die das Unternehmen im Jahr 2024 erneut auf verschiedenen Ebenen noch weiter ausgebaut hat, waren Preis-Leistung, Markenvielfalt und Modekompetenz.

Die Bandbreite des Sortiments bei DEICHMANN ist groß. Neben den beliebten private Brands bietet das Unternehmen auch Schuhe von namhaften Marken wie Rieker, ESPRIT, s.Oliver, Buffalo, Kappa, Tom Tailor, Skechers, New Balance, Bench, Crocs oder Bugatti und schon lange etablierte Sportmarken wie Adidas, Nike, Puma oder Fila an. Für Kinder hat DEICHMANN zum Beispiel Modelle der Marke Elefanten im Sortiment. Zudem finden die Kunden bei DEICHMANN auch Accessoires wie Taschen, Tücher und Schals.

DEICHMANN investiert in attraktives Einkaufserlebnis

Das Unternehmen betreibt in Österreich inzwischen 174 Stores und investiert kontinuierlich in sein Filialnetz. Der Schuhhändler setzt dabei weiter auf modernen Ladenbau und Services für ein attraktives Einkaufserlebnis. Wegweisend ist das neue Storekonzept mit trendiger Optik, großzügigem Raumgefühl, sanften Farbwelten und viel Platz für Sportartikel. Insgesamt wurden 2024 in Österreich 14 DEICHMANN-Geschäfte entsprechend modernisiert, und im laufenden Jahr ist die gleiche Anzahl an Umbauten geplant. Digitale und Omnichannel-Angebote sind dabei Standard und sinnvolle Ergänzungen des Teamservices in den Filialen. Dazu gehört etwa die Filialabholung „Click & Collect“, der Heimlieferservice „Ship-to- Home“ oder das Kundenbindungsprogramm „DEICHMANN Plus“.

Ein starker Fokus liegt hierbei auf der Vision der DEICHMANN-Kunden-App, die einfaches eCommerce-Shopping mit einem Kundenbindungsprogramm kombiniert. Konsequent setzt DEICHMANN mit seiner neuen digitalen Omnichannel-Plattform, die bereits in Österreich und 16 weiteren Ländern im Einsatz ist, die Optimierung seines kanalübergreifenden Business fort.

In vielen Filialen wurden und werden digitale Fußmessgeräte eingeführt, die eine schnelle und präzise Messung der Schuhgrößen ermöglichen. Österreichweit gibt es bereits in fast 50 DEICHMANN-Stores diesen Service. Dies verbessert das Einkaufserlebnis für die Kundinnen und Kunden erheblich.

DEICHMANN engagiert sich

„Das Unternehmen muss dem Menschen dienen“ – den Kunden, Beschäftigten, Partnern und Menschen in Not. Diese Überzeugung begleitet die Familie Deichmann von Anfang an. Vor diesem Hintergrund sind Gewinne zwar wichtig, um ein gesundes Unternehmenswachstum zu ermöglichen und damit auch Arbeitsplätze zu schaffen. Gleichzeitig wird ein Teil der Gewinne seit vielen Jahren aber auch in soziales Engagement investiert. In Österreich engagiert sich DEICHMANN schon seit vielen Jahren sozial. Das Unternehmen unterstützt beispielsweise die Caritas bei der Soforthilfe in der Sozialberatung und den Samariterbund mit dem Projekt „LernLeo“, das nachhaltiges Lernen für Kinder und Jugendliche ermöglicht. Zudem engagiert sich DEICHMANN beispielsweise seit vielen Jahren auch das Ordensprojekt „Young Mum“, das schwangeren Teenagern und jungen Müttern mit Rat und Tat zur Seite steht.

DEICHMANN: Trendsetter mit Tradition

DEICHMANN in Österreich ist ein Tochterunternehmen der DEICHMANN-Gruppe mit Stammsitz in Essen, Deutschland. Das Familienunternehmen wurde 1913 gegründet und ist inzwischen Europas größter Schuheinzelhändler. Im vergangenen Jahr 2024 feierte DEICHMANN somit sein 111. Jubiläum. Die Unternehmensgruppe verzeichnete im abgelaufenen Geschäftsjahr 2024 weltweit einen Bruttoumsatz von rund 8,7 Milliarden Euro (netto 7,5 Milliarden Euro, 2023: brutto 8,5 Milliarden Euro). Das währungsbereinigte Umsatzplus liegt damit bei 2,3 Prozent. Aufgrund der guten Abverkäufe höherpreisiger Markenschuhe ist der Durchschnittspreis der verkauften Modelle gestiegen. Weltweit wurden wieder über 180 Millionen Paar Schuhe in den Filialen und über die Onlineshops verkauft.

Mittlerweile in über 30 Ländern aktiv, erwirtschaftete die Unternehmensgruppe 2024 rund 68 Prozent ihres Umsatzes im Ausland. Zum 31. Dezember 2024 betrieb die DEICHMANN SE mit etwa 4.700 Filialen ungefähr so viele Stores wie im Vorjahr und zudem rund 40 Onlineshops. Circa 49.900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren Ende des Jahres weltweit für die DEICHMANN SE tätig (2023: rund 49.000).

Das Marktumfeld war auch für Europas Nummer Eins im Schuhhandel im vergangenen Jahr sehr herausfordernd. Der private Konsum ist in vielen Märkten zurückgegangen. Die Menschen sind, auch wegen geopolitischer Krisen, verunsichert und haben wegen weiter ansteigender Lebenshaltungskosten weniger Geld zur Verfügung. Obwohl das Jahr für den Modeeinzelhandel schwierig war, konnte das Unternehmen mit dem DEICHMANN-Konzept mit Schuhen zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis erneut punkten. In Europa verzeichnete das DEICHMANN-Konzept ein Umsatzplus von über 5 Prozent.

Heinrich Deichmann: „Entscheidend ist für uns, dass wir ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis mit attraktiver Mode und starken Marken anbieten. Wir wollen, dass sich jeder Mensch gute Schuhe leisten kann – das ist seit Generationen das Versprechen unseres Familienunternehmens."

Heinrich Deichmann ist mit der Gesamtentwicklung der Unternehmensgruppe im vergangenen Jahr zufrieden: „Wir haben 2024 wesentliche Ziele erreicht und bedeutsame Fortschritte gemacht. So konnten wir etwa unser Markenportfolio erfolgreich weiterentwickeln und haben beispielsweise die Schuhmarkenrechte von ESPRIT für Europa und die USA erworben. Zudem ergänzen attraktive neue Marken wie Kappa, Bugatti, s. Oliver, Rieker, Crocs oder Buffalo unser vielfältiges Angebot."

Nach umfangreichen Investitionen im vergangenen Jahr – etwa im Bereich Logistik mit neuen Distributionszentren in der Schweiz und in den USA – plant DEICHMANN für das laufende Jahr mit Investitionen in Höhe von rund 420 Millionen Euro – so hoch wie nie zuvor. Neben Investitionen in die Omnichannel-Aktivitäten setzt DEICHMANN auch weiterhin auf den stationären Handel. Schwerpunkt ist hierbei die weitere Modernisierung des Filialnetzes. Gruppenweit sind nach derzeitigem Stand wie bereits im Vorjahr rund 450 Neu- und Umbauten von Stores geplant. DEICHMANN setzt dabei weiter auf ein modernes Ladenbaukonzept und Services für ein attraktives Einkaufserlebnis.

DEICHMANN GmbH
Unternehmenskommunikation

Medienkontakt


Silvia Kosbow


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 rund 49.900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, betreibt circa 4.700 Filialen und rund 40 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. Seit vielen Jahrzehnten engagiert sich das Unternehmen auf vielfältige Weise sozial, etwa über die DEICHMANN-Stiftung.