

Presseinformation

DEICHMANN-Gruppe geht nach Erfolgsjahr stationär und online weiter in die Offensive / Testlauf mit Omnichannel-Filialen

2016 erneutes Wachstum gegen den Branchentrend / Für 2017 Markteintritt in Frankreich und Belgien / 262 neue Filialen weltweit geplant / Start der Ellie Goulding Kollektion in London

ESSEN, 15. März 2017. Die DEICHMANN-Gruppe hat in 23 europäischen Ländern und in den USA im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Bruttoumsatz von 5,6 Milliarden Euro (netto 4,8 Milliarden Euro) erzielt – den höchsten in der über 100-jährigen Firmengeschichte. Das währungsbereinigte Umsatzplus liegt bei 5,6 Prozent. 2016 hat die Unternehmensgruppe rund 173 Millionen Paar Schuhe in ihren Filialen und Onlineshops verkauft – etwa eine Million Paar mehr als im Vorjahr. Europas größter Schuheinzelhändler betrieb Ende 2016 weltweit insgesamt 3.857 Geschäfte und beschäftigte 38.252 Mitarbeiter. Damit hat das Unternehmen 2016 fast 1000 neue Arbeitsplätze geschaffen. Im laufenden Jahr wird DEICHMANN circa 232 Millionen Euro in die internationale Infrastruktur investieren. In Deutschland wuchs die Unternehmensgruppe klar gegen den Branchentrend und investiert im Jahr 2017 rund 92 Millionen Euro.

Die DEICHMANN SE, Marktführer im deutschen und europäischen Schuheinzelhandel, konnte 2016 erneut ein Wachstum beim Umsatz, bei der Anzahl der verkauften Schuhe und im Filialnetz verzeichnen. „2016 war für uns ein gutes Jahr. Wir haben uns sowohl stationär als auch online weiter positiv entwickelt und sind auch flächenbereinigt gewachsen“, sagt Heinrich Deichmann, Vorsitzender des Verwaltungsrates der DEICHMANN SE. „Diese guten Ergebnisse sind nicht selbstverständlich, denn die generelle Situation im Schuhhandel ist schwierig. Uns ist es gelungen, uns vom Markttrend abzukoppeln. Mit unserem starken Mutterunternehmen DEICHMANN in Ergänzung mit Spezialkonzepten wie Snipes oder ONYGO und einer konsequenten Omnichannel-Ausrichtung sind wir sehr gut aufgestellt. Auch mit unserer Diversifikationsstrategie, zu der im vergangenen Jahr auch der Erwerb der Marke Buffalo gehörte, erschließen wir uns neue Wachstumsfelder.“

Die gesamte DEICHMANN-Gruppe erreichte über alle Länder betrachtet ein währungsbereinigtes Umsatzplus von 5,6 Prozent. Flächenbereinigt wuchs der Umsatz um 2,3 Prozent. Der Bruttoumsatz belief sich auf 5,6 Milliarden Euro (netto 4,8 Milliarden Euro). 173 Millionen Paar Schuhe hat die Gruppe 2016 in ihren Filialen und Onlineshops verkauft – etwa eine Million Paar mehr als im Vorjahr. „Wir konnten dabei auch vom anhaltenden Trend zu Markensportschuhen profitieren, die wir ja ebenfalls im Portfolio haben“, so Heinrich Deichmann. Ende 2016 betrieb die Unternehmensgruppe weltweit insgesamt 3.857 Geschäfte sowie 29 Onlineshops und beschäftigte 38.252 Mitarbeiter. 60 Prozent ihres Umsatzes erwirtschaftet sie inzwischen im Ausland. „Nach wie vor ist Deutschland unser wichtigster Markt, aber das Auslandsengagement nimmt an Bedeutung immer weiter zu“, sagt Heinrich Deichmann.

Expansion: Start in Frankreich und Belgien

Im laufenden Jahr 2017 wird die Unternehmensgruppe erste Geschäfte in Frankreich und Belgien eröffnen. „Frankreich ist mit seinen 64 Millionen Einwohnern ein sehr wichtiger Markt im Euroraum. Vielen gilt Frankreich als Mutterland der Mode und des guten Geschmacks“, so Heinrich Deichmann. „Wir haben hohen Respekt vor dem französischen Chic und Lebensstil. Wir glauben aber auch, dass wir hier mit aktueller, internationaler Mode zu günstigen Preisen den Kunden ein gutes Angebot machen können.“ Gestartet wird ab Sommer mit einigen Geschäften in ausgewählten Regionen, um erste Erfahrungen zu sammeln. Zeitgleich geht der Onlineshop für Frankreich an den Start.

Mit der niederländischen Tochtergesellschaft vanHaren wird das Unternehmen 2017 in den belgischen Markt eintreten. Im April werden zwei Filialen in Flandern eröffnet. Zudem können die Kunden in Belgien demnächst in einem eigenen belgischen Onlineshop bestellen.

Die weitere Expansion in den beiden Ländern ist abhängig von der dortigen wirtschaftlichen Situation, der Kaufkraftentwicklung und der Lage auf dem Immobilienmarkt. Heinrich Deichmann: „Als Familienunternehmen sind wir in der Lage, das Tempo selbst steuern zu können. Wir müssen hier keine Vorgaben von externen Investoren erfüllen. Auf jeden Fall freuen wir uns sehr auf den Kontakt mit den französischen und belgischen Kunden.“

2017 wird das Unternehmen sein Filialnetz in den bestehenden Märkten weiter verdichten, wobei ein qualitatives Wachstum im Vordergrund steht. Für das laufende Jahr plant die Gruppe international die Eröffnung von 262 neuen Filialen. Dem stehen 114 Schließungen im Zuge von Standortoptimierungen gegenüber. Außerdem sollen 185 Geschäfte gruppenweit modernisiert werden.

Digitale Expansion: Testlauf mit fünf Omnichannel-Filialen

Auch die digitale Expansion geht weiter. „Unsere Umsatzentwicklung ist in hohem Maße auch durch das Online-Wachstum getrieben“, betont Heinrich Deichmann. In einigen DEICHMANN-Gesellschaften werden bereits zehn Prozent des Umsatzes über Omnichannel-Services erzielt. Zurzeit verkauft die Gruppe ihre Produkte über 29 eigene Onlineshops und vier Online-Marktplätze. 2017 sind weitere E-Shops in den jeweiligen Märkten und damit verbundene Serviceangebote in Planung. Die Omnichannel-Services wie zum Beispiel der Heimlieferdienst „Ship to home“ aus den Filialen werden weiter ausgebaut.

Zurzeit läuft in Deutschland ein Testlauf mit fünf speziellen Omnichannel-Filialen im Stuttgarter und Essener Raum, in denen stationärer und Onlinehandel noch enger verzahnt werden. So gibt es in diesen Geschäften große Touchscreen-Monitore. Über diese Bildschirme können die Kunden das komplette DEICHMANN-Sortiment einsehen, das online und in allen Filialen verfügbar ist, und zudem darüber Artikel bestellen. Die Filialteams arbeiten mit Handhelds mit Scanfunktion. Mit deren Hilfe können sie die Bestandsverfügbarkeit prüfen und ggf. Kundenbestellungen auslösen.

Beim niederländischen Tochterunternehmen vanHaren läuft dieses Testprojekt seit rund einem Jahr. Mit großem Erfolg: Inzwischen gibt es bei vanHaren bereits 20 dieser Omnichannel-Filialen.

„Neben der modernen, hochwertigen Präsentation der Artikel bieten wir unseren Kunden durch die Vernetzung von stationär und online mit diesem neuen Angebot noch mehr Service. Der Kunde kann aus dem gesamten DEICHMANN-Bestand wählen und sich die Artikel auch nach Hause schicken lassen. Das ist besonders bei Bestsellern oder bei Über- und Untergrößen ein deutlicher Vorteil“, sagt Heinrich

Deichmann. „Unsere Kunden entscheiden sich heute täglich neu, wo und wie sie sich informieren und kaufen wollen. Wir wollen überall dort präsent sein, wo sich unsere Kunden bewegen und ihnen unser gesamtes Sortiment präsentieren. Mit unseren Omnichannel-Services machen wir ihnen das Wechseln zwischen den verschiedenen Kanälen und den Einkauf so leicht wie möglich.“

Seit Anfang 2017 ist „Ship to home“ in Deutschland noch weiter ausgebaut worden. Bereits seit Herbst 2015 konnten Kunden, die ihr Wunschmodell in der Filiale nicht in der passenden Größe oder Farbe fanden, es mit dem „Ship to home“-Angebot im Geschäft bestellen und sich kostenlos nach Hause schicken lassen. Inzwischen können die Filialen nicht nur auf den Bestand des Onlineshops, sondern auch auf den gesamten Filialwarenbestand zugreifen.

Bereits im Jahr 2000 startete DEICHMANN als erster Schuhhändler mit einem E-Shop und hat sein Internetangebot seitdem mit zunehmendem Tempo in Richtung Omnichannel weiterentwickelt.

Buffalo und ONYGO neu in der Unternehmensgruppe

Ende 2016 betrieb DEICHMANN unter eigenem Namen Filialen in Deutschland und 20 weiteren Ländern. Darüber hinaus ist die Gruppe vertreten in der Schweiz (Dosenbach/Ochsner/Ochsner Sport), in den Niederlanden (vanHaren) und in den USA (Rack Room Shoes/Off Broadway). In Deutschland gehört zudem die Roland SE zur Unternehmensgruppe. Mit der MyShoes SE ist das Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz vertreten. Mit Snipes wächst die Gruppe in Deutschland sowie aktuell in Österreich, der Schweiz, den Niederlanden, Spanien und Italien.

Unter der Führung von Snipes ist aus einem Modeblog das neue Store-Konzept ONYGO entstanden, das sich speziell an Frauen und Mädchen richtet. Im vergangenen Jahr wurden erste Filialen eröffnet. Inzwischen gibt es deutschlandweit elf ONYGO-Stores und einen Onlineshop (Stand 31.12.2016).

Im Herbst 2016 hat die DEICHMANN-Gruppe das Unternehmen Buffalo erworben. Ziel ist es, die Handelsmarke und das Unternehmen als selbstständige Einheit zu erhalten. Das bedeutet, dass sowohl die Filialen als auch das Lizenzgeschäft und

der Großhandel weitergeführt werden. Die Marke Buffalo wird nicht als Eigenmarke von DEICHMANN geführt und erhält dort auch keinen gesonderten Vertriebskanal oder gesonderte Preisstellung. „Wir sehen den Erwerb von Buffalo als strategische Unternehmensbeteiligung. Unser Ziel ist es, diese Kultmarke für den Markt in ihrer Eigenständigkeit zu erhalten und weiterzuentwickeln, sodass sie für zukünftige Herausforderungen gut gerüstet ist“, so Heinrich Deichmann.

Deutschland: Umsatz steigt um fast 6 Prozent

Der Umsatz des Schuhhandels ist 2016 tendenziell gesunken. Nach Angaben des Bundesverbandes des Deutschen Schuheinzelhandels (BDSE) verzeichnete beispielsweise der deutsche Schuhfachhandel im vergangenen Jahr einen Umsatzrückgang von zwei Prozent.¹ Entgegen diesem Trend legte der Umsatz der DEICHMANN-Gruppe in Deutschland deutlich zu auf 2,2 Milliarden Euro (netto 1,9 Milliarden Euro). Das sind 5,9 Prozent mehr als 2015 (2,1 Milliarden Euro). Flächenbereinigt ist dies ein Plus von 3,2 Prozent. Die Unternehmensgruppe betrieb in Deutschland im vergangenen Jahr 1.424 Filialen (davon gehörten u.a. 56 zu ROLAND, 39 zu MyShoes). Das sind 33 mehr als im Vorjahr. 73 Millionen Paar Schuhe wurden verkauft.

2017: 61 neue Filialen / 370 Neueinstellungen

In Deutschland werden 2017 in der Unternehmensgruppe 61 neue Filialen eröffnet, wobei für 28 Geschäfte im Zuge von Standortoptimierungen Schließungen anstehen. Für knapp 100 Geschäfte stehen Modernisierungen an.

Im laufenden Jahr plant die Gruppe international Investitionen in Höhe von rund 232 Millionen Euro. Davon entfallen rund 92 Millionen Euro auf Deutschland. Es handelt sich vor allem um die Modernisierung und Erweiterung des Filialnetzes sowie um Investitionen in Logistik und die IT-Infrastruktur mit dem Schwerpunkt Digitalisierung.

Ende 2016 beschäftigte die DEICHMANN-Gruppe in Deutschland rund 15.750 Mitarbeiter (2015: ca. 15.490), darunter rund 3.100 Auszubildende. Für 2017 sind rund 370 Neueinstellungen geplant. 2016 haben in der Unternehmensgruppe in Deutschland über 1.000 junge Leute eine Ausbildung begonnen. Auch in diesem Jahr

¹ Quelle: BDSE-Pressemitteilung zu GDS-Pressekonferenz vom 07.02.2017, www.bdse.org

werden wieder über 800 neue Auszubildende eingestellt. In der Hauptverwaltung in Essen sind inzwischen 817 Mitarbeiter tätig – 48 mehr als im Vorjahr. Auch hier hat es ein kontinuierliches Wachstum gegeben, denn vom Hauptsitz aus werden auch zahlreiche Dienstleistungen für die internationale Gruppe erbracht.

Rock your Look: Ellie Goulding präsentiert ihre erste Schuhkollektion

Mit einem neuen Werbepartner ist DEICHMANN in die Frühjahr/Sommer-Saison gestartet. Die britische Sängerin Ellie Goulding hat mit DEICHMANN ihre erste eigene Schuhkollektion herausgebracht und in London für den europäischen Markt vorgestellt. Sneakers, Ethno-Sandalen, Heels, Wedges, Espadrilles oder Mules – die „Ellie Goulding for DEICHMANN“-Kollektion steht ganz unter dem Motto „Rock your Look“. Bunte Farben, extravagante Schnitte, individuelle Veredelungen oder rockige Nieten verleihen dabei den Styles das gewisse Etwas. Insgesamt wird die Kollektion in 21 europäischen Ländern in Geschäften und Onlineshops der DEICHMANN-Gruppe angeboten.

Mehr dazu unter www.rockyourlook.eu

40 Jahre wortundtat

1977 gründete Dr. Heinz-Horst Deichmann (+ 2014) nach einer Indienreise das christliche Hilfswerk wortundtat. Auslöser war die Begegnung mit Leprakranken im unterentwickelten Süden Indiens. Was damals mit einem Dorfprojekt begann, hat sich inzwischen zu einem Hilfswerk entwickelt, das über 200.000 Menschen in Indien, Tansania, Moldawien, Griechenland und Deutschland erreicht. Die Schwerpunkte der Arbeit liegen im Bildungsbereich und bei der medizinischen Versorgung. Die Arbeit in den Ländern wird ausschließlich mit heimischen Fachkräften geleistet. Ziel ist es immer, Hilfe zur Selbsthilfe zu organisieren. 2015 und 2016 hat das Hilfswerk aufgrund der aktuellen politischen Entwicklung einen besonderen Schwerpunkt auf die Flüchtlingshilfe gelegt. Finanziert werden die Projekte wesentlich von der DEICHMANN-Stiftung. Dabei wird sie von engagierten Einzelspendern unterstützt. 2015 hat Heinrich Deichmann den Vorsitz des gemeinnützigen Vereins in der Nachfolge seines Vaters übernommen. Für ihn steht fest, dass die Arbeit im Sinne des Gründers weitergeführt und fortentwickelt wird. 2017 feiert wortundtat sein 40-jähriges Bestehen, u.a. mit einer Fachtagung in Dortmund zum Thema Entwicklungshilfe.



Mehr zum Thema:

www.wortundtat.de

www.facebook.com/wortundtat/

Medienkontakt:

DEICHMANN SE

Unternehmenskommunikation

Ulrich Effing

Tel.: +49 (0) 201 / 8676 – 960

ulrich_effing@deichmann.com

Sonja Schröder-Galla

Tel.: +49 (0) 201 / 8676 – 962

sonja_schroeder-galla@deichmann.com

Die DEICHMANN SE mit Stammsitz in Essen (Deutschland) wurde 1913 gegründet und befindet sich zu 100 Prozent im Besitz der Gründerfamilie. Das Unternehmen ist Marktführer im europäischen Schuheinzelhandel und beschäftigt weltweit über 38.000 Mitarbeiter. Unter dem Namen DEICHMANN werden Filialen geführt in Deutschland, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Dänemark, Großbritannien, Italien, Kroatien, Litauen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Russland, Schweden, Serbien, der Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechien, der Türkei und Ungarn. Darüber hinaus ist die Gruppe vertreten in der Schweiz (Dosenbach/Ochsner/Ochsner Sport), in den Niederlanden (vanHaren), in den USA (Rack Room Shoes/Off Broadway). In Deutschland gehört zudem die Roland SE zur Unternehmensgruppe. Mit der MyShoes SE ist das Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz vertreten. Im laufenden Jahr 2017 eröffnet die Unternehmensgruppe erste Geschäfte in Frankreich und Belgien.