

Presseinformation

Wachstum gegen den Branchentrend im schwierigen Modemarkt: DEICHMANN-Gruppe mit größter Akquisition der Firmengeschichte

Start in China, Dubai, Estland, Lettland / Starke Expansion in den USA

ESSEN, 14. März 2019. Europas größter Schuheinzelhändler DEICHMANN ist 2018 trotz schwieriger Rahmenbedingungen weiter gewachsen. Sowohl bei der Anzahl der verkauften Schuhe als auch beim Umsatz konnte die Unternehmensgruppe ein Plus verzeichnen. Auch die Zahl der Filialen und Onlineshops stieg weiter an. 2019 setzt DEICHMANN auf weiteres Wachstum – stationär, digital und in neuen Märkten. In den USA tätigte die Gruppe die größte Akquisition ihrer Firmengeschichte durch den Zukauf einer Kette mit über 60 Filialen im Bereich Streetwear und Sportschuhe.

Die DEICHMANN SE mit Sitz in Essen erzielte in 25 europäischen Ländern und in den USA im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Bruttoumsatz von 5,8 Milliarden Euro (netto 5 Milliarden Euro). Das währungsbereinigte Umsatzplus liegt damit bei 2 Prozent. Verkauft wurden 2018 weltweit 178 Millionen Paar Schuhe in den Filialen und über die Onlineshops der Gruppe – knapp ein Prozent mehr als im Vorjahr. Flächenbereinigt blieb der Umsatz mit einem leichten Plus von 0,1 Prozent stabil. 60 Prozent ihres Umsatzes erwirtschaftet die DEICHMANN-Gruppe im Ausland. Zum 31.12.2018 betrieb die Gruppe 4.053 Filialen (2017: 3.989) sowie 40 Onlineshops (2017: 36) und beschäftigte 40.698 Mitarbeiter (2017: 39.564).

„Das Jahr 2018 war für den Modehandel in Europa sehr schwierig. Vor allem das anhaltend warme Wetter hat die Entwicklung negativ beeinflusst“, sagt Heinrich Deichmann, Vorsitzender des Verwaltungsrates der DEICHMANN SE. Auch für die DEICHMANN-Gruppe war das vergangene Jahr herausfordernd. Neben den Wetterkapriolen sah sich das Unternehmen auch einem verschärften Wettbewerb durch reine Onlineanbieter und Modeunternehmen mit Schuhsortimenten gegenüber. „Unter diesen Rahmenbedingungen haben wir die Unternehmensgruppe erfolgreich stabil gehalten und entgegen dem Branchentrend ein Wachstum erzielt“, so Deichmann. „Basis dafür ist unser Markenkern, preiswerte und modische Schuhe in guter Qualität anzubieten. Aber das allein reicht heute nicht aus, um im Wettbewerb zu bestehen. In Zeiten wie diesen punkten wir damit, dass wir schon

frühzeitig auf den E-Commerce gesetzt haben und unsere Omnichannel-Aktivitäten immer weiter ausbauen“, so Heinrich Deichmann.

Den Unternehmensgewinn nennt Heinrich Deichmann weiterhin zufriedenstellend. „Wir können auch zukünftig unser Wachstum ohne externe Geldgeber realisieren und bleiben damit unternehmerisch unabhängig“, so Deichmann. „Im vergangenen Jahr hat sich erneut gezeigt, dass unser Konzept, als Familienunternehmen kontrolliert schrittweise zu wachsen, weiterhin der richtige Weg ist.“

Investitionen auf Rekordhöhe: Start in China und auf arabischer Halbinsel

Vor dem Hintergrund dieser wirtschaftlichen Ausgangslage stehen auch 2019 umfangreiche Wachstumspläne auf der Agenda. Die geplanten Investitionen für die gesamte Unternehmensgruppe liegen bei 285 Millionen Euro und damit auf Rekordhöhe. Davon entfallen 102 Millionen Euro auf Deutschland. Die Investitionen fließen sowohl in die Modernisierung des Filialnetzes und in die Eröffnung neuer Geschäfte im stationären Bereich als auch in die Internationalisierung und die Digitalisierung. Für 2019 plant die Unternehmensgruppe, weltweit 229 neue Geschäfte zu eröffnen, 256 werden umgebaut.

Ein neues Kapitel schlägt die Unternehmensgruppe mit ihrem Engagement im Nahen Osten auf. In Dubai wird im Sommer die erste DEICHMANN-Filiale öffnen – erstmals in der Unternehmensgeschichte mit einem Franchise-Partner, der AZADEA-Group. Dabei handelt es sich um ein führendes Lifestyle-Einzelhandelsunternehmen, das seit 40 Jahren in der Region tätig ist und derzeit über 50 führende internationale Franchise-Konzepte in den Bereichen Mode & Accessoires, Essen & Trinken, Heimtextilien, Sportartikel, Multimedia und Beauty betreibt. „Wir sehen es als großen Vorteil, mit einem lokalen Partner Schritt für Schritt eine Region für uns zu erschließen“, so Heinrich Deichmann. Bei erfolgreicher Entwicklung ist eine Expansion auf der gesamten arabischen Halbinsel sowie in Nordafrika geplant.

In der ersten Jahreshälfte 2019 wird das Unternehmen zudem in China an den Start gehen und dort online über die Plattform T-Mall Global eine Auswahl des Sortiments anbieten. Für das laufende Jahr ist außerdem der Markteintritt mit dem DEICHMANN-Konzept in Estland und Lettland geplant. Auch das Format MyShoes, das derzeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz vertreten ist, wird weiter internationalisiert: In Kürze werden erste Filialen in Polen öffnen.

Zuwachs in den USA

Bereits vollzogen ist eine Akquisition in den USA. Dort hat die DEICHMANN-Gruppe „KicksUSA“ übernommen. KicksUSA wurde 2002 in Philadelphia gegründet und betreibt zurzeit 64 Filialen an der Ostküste, hauptsächlich in den Städten Philadelphia, New York und im Bundesstaat New Jersey, sowie einen Onlineshop. In Zukunft sollen die Filialen des Labels unter der Marke SNIPES geführt werden. SNIPES gehört seit 2011 zur DEICHMANN-Gruppe und expandiert seitdem kontinuierlich. SNIPES betreibt derzeit mehr als 230 Läden in neun europäischen Ländern und spricht eine sehr ähnliche Zielgruppe an wie die amerikanische Neuerwerbung. „Wir haben in den USA erheblich investiert, weil wir auf der Basis unserer langjährigen Marktkenntnis davon überzeugt sind, dass wir uns hier in einem Segment engagieren können, das nachhaltiges Wachstum verspricht“, erläutert Heinrich Deichmann den größten Zukauf der Firmengeschichte.

1984 war die DEICHMANN-Gruppe mit der Übernahme von Lerner Shoes erstmalig in den USA aktiv geworden. Daraus entstand die Kette Rack Room Shoes. Deren Ladenbau-Konzept mit einer Mischung aus Selbstbedienung und Service brachte DEICHMANN damals nach Europa und etablierte es in Deutschland und später in Europa als Standard, der heute im Schuheinzelhandel längst selbstverständlich ist. Zusammen mit der 2001 übernommenen Kette Off Broadway betreibt die DEICHMANN-Gruppe mittlerweile über 520 Filialen in den USA (Stand Ende 2018).

Neue digitale Impulse stärken Omnichannel-Konzept

Im wichtigen deutschen Markt wird der vorhandene Onlineshop technisch und optisch komplett neu gestaltet. Unter anderem ist die Einführung von „Click & Collect“ geplant. Dabei kann der Kunde Artikel über den Onlineshop kaufen und in seiner Wunschfiliale abholen. Seit DEICHMANN im Jahr 2000 als erster Schuhhändler überhaupt seinen Onlineshop startete, hat das Unternehmen den E-Commerce konsequent zu einem umfangreichen Omnichannel-Angebot weiterentwickelt. Zurzeit verkauft die Unternehmensgruppe ihre Produkte über 40 eigene Onlineshops und vier Online-Marktplätze. Die Wachstumsraten in diesem Bereich liegen weiterhin deutlich im zweistelligen Bereich.

„Die Vernetzung zwischen dem stationären und dem Onlinehandel ist für uns entscheidend. Wir sehen unsere Zukunft als Omnichannel-Anbieter und wollen unseren Kunden eine nahtlose Markenerfahrung bieten“, so Heinrich Deichmann.

„Sie sollen auf allen Kanälen bei uns einfach und bequem shoppen können und Inspiration und Spaß am Einkauf erleben.“

Für die weitere Entwicklung der Digitalkompetenz setzt DEICHMANN auch auf zusätzliche externe Experten aus diesem Bereich. Daher wird das Unternehmen in Zukunft stärker sein Profil als attraktiver digitaler Arbeitgeber verdeutlichen, der interessante internationale Entwicklungsmöglichkeiten in einer Unternehmensgruppe mit zurzeit 40 Onlineshops in 26 Ländern bietet. Dazu startet in Kürze auch eine neue Homepage „Deichmann Digital.“

In der Herbst/Winter-Saison wird DEICHMANN zudem erneut mit einem internationalen Testimonial arbeiten. Der Name wird momentan noch unter Verschluss gehalten.

Deutschland: Neues Verwaltungsgebäude am Stammsitz Essen eröffnet

In Deutschland, wo die Rahmenbedingungen für den Modehandel 2018 besonders schwierig waren, konnte die Unternehmensgruppe annähernd das Niveau des außergewöhnlich guten Vorjahres erreichen. Sie verkaufte im vergangenen Jahr in 1.461 Filialen und online 73,4 Millionen Paar Schuhe. Der Absatz lag damit in etwa auf dem Vorjahresniveau, genau wie der Umsatz in Höhe von 2,3 Milliarden Euro.

16.271 Mitarbeiter waren Ende 2018 in der DEICHMANN-Gruppe in Deutschland beschäftigt (2017: 15.977), darunter rund 3.000 Auszubildende. Für 2019 sind rund 400 Neueinstellungen geplant. 2018 haben in der Unternehmensgruppe in Deutschland 1.253 junge Leute eine Ausbildung begonnen. Dabei hat das Unternehmen erstmals auch die Ausbildung zum Kaufmann im E-Commerce (m/w) angeboten. Auch in diesem Jahr werden voraussichtlich wieder über 1.000 neue Auszubildende eingestellt.

Die DEICHMANN SE hat ihren Stammsitz weiterhin in Essen, ganz in der Nähe der Schuhmacherwerkstatt, die ab 1913 die Keimzelle des Unternehmens war. Heute sind in der Hauptverwaltung über 900 Mitarbeiter tätig. Nach rund 16 Monaten Bauzeit wurde auf dem Gelände der Firmenzentrale im Herbst 2018 ein neues Büro- und Verwaltungsgebäude fertiggestellt. Der Neubau ergänzt die bestehende Hauptverwaltung um rund 120 weitere Arbeitsplätze. DEICHMANN hat mehr als sechs Millionen Euro in das Projekt investiert.

In Deutschland sind 2019 30 neue Filialen in der Planung, 110 Filialen sollen modernisiert werden. Ein Highlight wird der neue DEICHMANN-Flagship Store in München, der im Sommer eröffnet wird. Für das Geschäft im Joseph Pschorr Haus, Neuhauser Straße 19-21, wird DEICHMANN ein individuelles Konzept ausarbeiten, bei dem neue Highlight-Elemente, große Screens und ein attraktiver Omnichannel-Bereich zum Einsatz kommen. Auf über 2.000 Quadratmetern Verkaufsfläche und über zwei Ebenen wird DEICHMANN sein umfangreiches Angebot präsentieren.

Soziales Engagement über Verein und Stiftung

„Das Unternehmen muss dem Menschen dienen“ – unter dieser Überschrift steht das Unternehmensleitbild der DEICHMANN-Gruppe. Die Inhaberfamilie und das Unternehmen engagieren sich daher auf vielfältige Weise sozial im In- und Ausland.

Dies geschieht zum einen über die christliche Hilfsorganisation wortundtat, ein eingetragener Verein, der 1977 von Dr. Heinz-Horst Deichmann († 2014) gegründet wurde. 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 250.000 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 hat Heinrich Deichmann den Vorsitz des gemeinnützigen Vereins in der Nachfolge seines Vaters übernommen.

Über die regelmäßige Hilfe durch wortundtat hinaus hat Heinrich Deichmann im vergangenen Jahr die Unterstützung von unterschiedlichen Projekten über die DEICHMANN-Stiftung forciert. Ein Schwerpunkt war dabei die Hilfe für Flüchtlinge in ihren Herkunftsländern, um die Fluchtursachen zu bekämpfen. So werden zum Beispiel caritative Organisationen im Jemen, im Süd-Sudan und im Libanon unterstützt, die humanitäre Hilfe für die notleidende Bevölkerung und speziell für Flüchtlinge leisten.



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. Die Unternehmensgruppe ist Marktführer im europäischen Schuheinzelhandel. Sie beschäftigt weltweit über 40.000 Mitarbeiter und betreibt über 4.000 Filialen und 40 Onlineshops. Unter dem Namen DEICHMANN werden Filialen geführt in Deutschland, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Dänemark, Frankreich, 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 Shoes/Ochsner Sport), in den Niederlanden und Belgien (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 sowie in Polen vertreten. Zum Unternehmen gehört auch die SNIPES-Gruppe mit Filialen in Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Niederlande, Belgien, Spanien, Portugal und Italien. Für 2019 ist der Markteintritt mit dem DEICHMANN-Konzept nach Estland und Lettland geplant. In Dubai werden DEICHMANN-Filialen mit einem Franchise-Partner eröffnet. Zudem wird das Unternehmen in China über die Online-Plattform T-Mall Global eine Auswahl seines Sortiments anbieten.