

DEICHMANN: Einmalige Verbindung von Onlinehandel und Filialen Alles neu im Internet – von Shop bis Facebook

Essen, 19. August 2010. Als DEICHMANN im Jahre 2000 mit seinem Internet-Shop startete, war das innerhalb der Branche eine Pioniertat. Schuhe im Internet? Das war absolutes Neuland. Doch Europas größten Schuheinzelhändler schreckte der neue Weg nicht ab, mit Experimenten konnte man sich aus. Schon in den 80er Jahren hatte DEICHMANN als erster ein Selbstbedienungssystem im Schuheinzelhandel eingeführt, das von den Mitbewerbern zwar belächelt, von den Kunden aber sehr schnell akzeptiert wurde. Warum also nicht auch das Internet nutzen? Viele Anbieter haben in den letzten zehn Jahren auf ähnliche Weise ihr Glück im World Wide Web versucht – und eine ganze Reihe ist inzwischen auch wieder in der digitalen Versenkung verschwunden. Der DEICHMANN Internetshop hat sich kontinuierlich weiterentwickelt, denn das schnelle Medium Internet verlangt ständige Anpassungen. Im August starten Homepage und Onlineshop bei DEICHMANN nach einer umfassenden „Renovierung“ in eine neue virtuelle Dimension.

Mittlerweile ist der Schuhkauf im Internet nichts Besonderes mehr – in einer Beziehung ist DEICHMANN allerdings einzigartig. „Niemand in Deutschland kann den Kunden einen Onlineshop und gleichzeitig 1.100 Filialen anbieten“, erläutert Heinrich Deichmann, Vorsitzender des Verwaltungsrates der DEICHMANN SE. Für den Kunden hat das gleich mehrere Vorteile. Er kann Schuhe, die er online bestellt hat, in einer Filiale in seiner Nähe zurückgeben oder auch kostenlos von einem Kurier abholen lassen. Er kann die Modelle, die er in der Filiale bereits in der Hand hatte, anhand der Artikelnummer bequem online bestellen, wenn seine Größe nicht vorrätig war. Ein besonderer Vorteil ist das zum Beispiel bei Über- und Untergrößen, für die kein Preisaufschlag verlangt wird.

Der Onlineshop hat eine komplett neue „Ladeneinrichtung“ bekommen. Für den Nutzer bedeutet das: mehr komfortable Suchfunktionen, mehr Möglichkeiten zu bezahlen, 360 Grad-Ansichten bei vielen Modellen und vor allem mehr Auswahl. Der Online-Shop bietet nun das komplette Sortiment, das auch die Filialen zeigen. „Damit hat der Shop mit dem Angebot unseres stationären Handels gleichgezogen“, sagt Heinrich Deichmann.

Auch international mehr Web-Aktivitäten – Gruppenumsatz erfreulich

Aber nicht nur in Deutschland geht die DEICHMANN-Gruppe in die Internet-Offensive: Auch in der Schweiz hat man bereits einen Shop installiert, in den Niederlanden wird es im Herbst 2010 soweit sein. Weitere Länder sollen folgen. „Wir werden zwar weiterhin den Löwenanteil unseres Umsatzes im stationären Handel erzielen, aber das Internet spielt für die Kunden eine zunehmend wichtige Rolle als ergänzendes Serviceangebot, darauf müssen wir reagieren“, erläutert Heinrich Deichmann, die Stoßrichtung der Online-Aktivitäten.

DEICHMANN hat 2009 in Europa und den USA 138 Millionen Paar Schuhe verkauft – davon rund 70 Millionen in Deutschland – und ist damit Marktführer in Europa. Der Gruppenumsatz stieg im letzten Jahr um neun Prozent auf 3,4 Mrd. Euro. Auch im laufenden Jahr entwickelt sich der Umsatz über den Planzahlen. Im März wurde die erste DEICHMANN-Filiale in Spanien eröffnet. Damit ist die Unternehmensgruppe in 20 Ländern tätig. 2011 startet das Unternehmen in Serbien.

Multimediale Bühne und Social Media

Genauso wichtig wie der Online-Handel sind das Informations- und Unterhaltungsangebot für die Nutzer. Dazu gehört auch die Neugestaltung der DEICHMANN-Homepage. Sie ist zu einer Bühne ausgebaut worden, auf der verschiedene Themen multimedial gespielt werden können: von der neuen Werbekampagne bis zu aktuellen Modetipps. Gleichzeitig gibt es unter www.deichmann.com Infos zur Unternehmensphilosophie und zu Verbraucherfragen. Die Plattform wird international ausgebaut und steht im Endausbau in 24 Sprachen zur Verfügung.

Immer wichtiger werden für DEICHMANN auch die sogenannten Sozialen Netzwerke („Social Media“), um Kunden und Modeinteressierten nicht nur Lust auf die eigene Kollektion zu machen, sondern auch über die generellen Trends der Saison zu informieren. Dazu gibt es einen Modeblog, der hinter die Kulissen der Promi- und Fashion Szene schaut, aber auch die DEICHMANN-Designer und Trendscouts zu Worte kommen lässt. „So wie der Kunde in unseren Läden immer sehr schnell die aktuellen Trends zu günstigen Preisen findet, wollen wir im Internet auch eine Modeplattform mit konkreten Empfehlungen anbieten. Auf diese Weise tragen wir zur Demokratisierung der Mode bei. Wir möchten, dass Lifestyle für jeden erschwinglich ist“, so Heinrich Deichmann beim Start des neuen Shops.

Schuhspaß für die Online-Clique

Ihre Leidenschaft für Schuhe können die Nutzer auch mit anderen im Netz teilen. Dafür sorgen Funktionen wie etwa „Tell-a-friend“. Wer ein interessantes Thema oder auch einen besonderen Schuh entdeckt, kann dies ganz einfach weiterempfehlen. Außerdem lässt sich der Schuh – oder auch ein Video oder Artikel zu einem interessanten Modethema – dem eigenen Profil auf Facebook hinzufügen, dem weltweit größten sozialen Netzwerk zur Pflege von Freundschaften im Internet. Kombiniert mit dem passenden Outfit, wird der neue Style der Online-Clique direkt präsentiert. Wer Lust hat, kann auch Mitglied einer speziellen DEICHMANN-Fashion Community bei Facebook werden.

Wer sich individuell informieren möchte, kann sich für einen persönlichen E-Mail-Newsletter anmelden, der je nach Wunsch speziell die Bereiche Damen-, Herren-, Kinder- oder Sportschuhe thematisiert. So erhält jeder genau die Nachrichten, die ihn interessieren.

Bereits seit 2006 im Angebot ist das Online-Portal www.deichmann-kinderwelt.de, das sich einen Namen bei ratsuchenden Eltern gemacht hat, und das im Rahmen des Relaunches im August ebenfalls einen neuen „Anstrich“ bekommt.

Hinweis an die Redaktionen:

Unter dem link <http://relaunch.deichmann-presseservice.de> finden Sie ein etwa **vierminütiges Video**, das Ihnen den neuen DEICHMANN-Internetauftritt vorstellt. Sie können es gerne copyrightfrei auf Ihr Portal stellen. Begleitendes **Bildmaterial** erhalten Sie ebenfalls unter diesem link.

Falls Sie hierzu Rückfragen haben, wenden Sie sich bitte an unsere Agentur

kes-pr – Büro für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Gudrun und Karl-Ernst Schäfers
Auf dem Schurweßel 5, 53347 Alfter
Tel.: 0228 / 91 25 13-0, Fax: 0228 / 91 25 13-20, deichmann@kes-pr.de

Weitere Informationen und Kontakt

DEICHMANN SE
Unternehmenskommunikation
Ulrich Effing
Tel.: +49 (0) 201 8676 960
ulrich_effing@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 28.000 Mitarbeiter. Unter dem Namen DEICHMANN werden Filialen geführt in Deutschland, Bulgarien, Dänemark, Großbritannien, Italien, Kroatien, Litauen, Österreich, Polen, Rumänien, Schweden, 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) und in den USA (Rack Room Shoes/Off Broadway).

Der Shop im Überblick:

- Sortiment:
Im neuen Shop haben jetzt rund 2.500 Modelle aus den Bereichen Damen-, Herren-, Kinder- und Sportschuhe sowie natürlich Taschen Platz. Accessoires wie Portmonees, Schals und Mützen runden die Auswahl ab. Daneben werden Pflegemittel, Einlegesohlen und Schnürsenkel angeboten.
- Sondergrößen:
Bei Damen geht es bis Größe 44, bei Herren bis Größe 50! Viele Über- und Untergrößen wie auch einige Weitschaftstiefel gibt es nur im Internet. Dort sind sie jetzt besonders leicht zu finden: Man kann entweder direkt seine Größe eingeben oder achtet beim Stöbern auf die kleinen XXL- oder XXS-Schildchen am Schuh.
- Empfehlungen:
Jeder Kunde kann den von ihm bestellten Schuh im Nachhinein bewerten und bis zu 5 Sternchen zum Beispiel dafür geben, ob der Schuh gefällt und ob Preis-Leistung und der Service stimmen – eine Entscheidungshilfe für alle, die später ebenfalls mit diesem Schuh liebäugeln.
- Orientierung:
Mit dem neuen Schuhfinder wird das Shoppen zum Vergnügen. Man kann natürlich nach Schuharten (Pumps, Stiefel etc.) und Größe suchen, aber auch nach Farbe, Marke oder sogar nach der Absatzhöhe.
- Bestellung:
Geliefert wird an Ihre Wunschadresse oder einen Paketshop in Ihrer Nähe. Neben der Bezahlung per Kreditkarte und Nachnahme bietet DEICHMANN die unkomplizierten Online-Bezahlsysteme PayPal und Giropay an. Und wenn sich ein Umtausch ergibt, kann man die online gekauften Schuhe natürlich auch in jeder DEICHMANN-Filiale umtauschen oder zurückgeben.
- Filial-Finder:
Wer die Schuhe vor dem Kauf doch lieber anprobieren will, legt das Paar nicht in den Warenkorb, sondern klickt die Filial-Funktion an: Innerhalb von Sekunden weiß man, in welchem Geschäft in der Nähe die Schuhe – natürlich in der richtigen Größe – aktuell vorrätig sind.
- Preise:
Und auch im Internet-Shop gelten die unschlagbar günstigen DEICHMANN-Preise, selbst für Sondergrößen. Geliefert wird für 1,50 Euro pro Bestellung. Abgeholt wird bei Nichtgefallen kostenlos. Oder man gibt die Lieferung in einer der rund 1.100 DEICHMANN-Filialen zurück.