

Deichmanns großer Fuß

Der deutsche Schuhhändler ist mit mehr als 20 Prozent nach eigenen Angaben Marktführer im heimischen Schuhhandel.

WIEN. Der deutsche Schuhhändler Deichmann will seine stationären Filialen besser mit dem eigenen Online-Shop verbinden. Kommendes Jahr investiert Deichmann in seine Geschäfte und den Online-Handel rund 230 Mio. €. Grund: Der Druck von Schuh-Onlinehändlern wie Zalando auf die etablierten Händler ist in den vergangenen Jahren stark und stetig gestiegen.

Dennoch ist Deichmann mit etwas mehr als 20% Marktanteil der Marktführer am österreichischen Schuhmarkt. Das Unternehmen (zur Gänze in Familienbesitz) erwirtschaftete vergangenes Jahr einen Umsatz von 5,6 Mrd. €, 248 Mio. davon in Österreich.

Online-Wachstum

Die positive Umsatzentwicklung sei auch durch das Online-Wachstum getrieben, erläutert Heinrich Deichmann, Vorsitzender des Verwaltungsrats. Im kommenden Jahr will Deichmann die Online-Expansion forcieren. (Seit 2011 verkauft Deichmann Schuhe über den eigenen Online-Shop.)

Insgesamt plant Deichmann im kommenden Jahr Investitionen in Höhe von 232 Mio. €. Davon solle ein Teil nach Österreich fließen, die genaue Höhe wird al-



© Deichmann

lerdings (noch) nicht genau beziffert. Deichmann betreibt 175 Filialen in ganz Österreich, die Zahl soll sich nicht ändern. (APA)

Bigfoot

Heinrich Deichmann ist mit dem Schuhgeschäft in Österreich überaus zufrieden.



© Reed Exhibitions/Andreas Kölarik

Kreativität von A bis Z

creativ Salzburg ist größte Konsumgüterfachmesse.

SALZBURG. Kreativität in vielen Facetten war vom 1. bis 3. September im Messezentrum Salzburg angesagt. Die von Reed Exhibitions organisierte Fachmesse creativ salzburg Herbst vereinte mehr als 200 Aussteller aus dem In- und Ausland, darunter 40 Erstaussteller.

Exakt nutzten 5.340 Fachbesucher das Messeangebot – darin inkludiert: Geschenkartikel,

Wohnaccessoires, Design- und Lifestyleartikel über Papier- und Schreibwaren, Floristik, Bastelbedarf und Kunsthandwerk bis hin zu Souvenirs, Glas, Porzellan, Keramik, Trend- und Plüschartikel, Spielwaren und Modeaccessoires.

Mit dieser Anbotsfülle gilt die creativ salzburg als Österreichs größte Konsumgüterfachmesse. (red)

INITIATIVE

Kennzeichnung für verarbeitete Eier

WIEN/TALINN. Die Umweltschutzorganisation Greenpeace begrüßt die österreichische Initiative für eine EU-weite Kennzeichnung zur Herkunft von verarbeiteten Eiern. Es sei erfreulich, dass sich sowohl Gesundheitsministerin Pamela Rendi-Wagner als auch Landwirtschaftsminister André Rupprechter für eine solche Kennzeichnung einsetzen. Allerdings sei es wichtig, dass wie bei Frischeiern auch die Haltungsförmigkeit erkenntlich ist.

Denn nur so kann verhindert werden, dass Konsumenten unwissentlich Käfigeier mitkaufen, etwa bei Mayonnaise. Von der nächsten Regierung verlangt die Umweltschutzorganisation übrigens auch die gezielte Förderung umweltfreundlicher Tierhaltung. (red)



© APA/dpa/Marcel Kusch

8. DEZEMBER

Großhändler bleiben zu

INNSBRUCK. Großhändler dürfen laut kürzlich erfolgtem OGH-Urteil im Gegensatz zu Einzelhändlern am 8. Dezember (Mariä Empfängnis) nicht aufsperrten. Laut *Tiroler Tageszeitung* ging es beim OGH-Spruch um den Großhandelsmarkt C+C Wedl in Innsbruck; er hatte am 8. Dezember 2015 von 10 bis 14 Uhr geöffnet.