

Geschäftsjahr 2020/21 von Jysk

Neuer Gewinnrekord

Dienstag, 30.11.2021

Obwohl das Geschäftsjahr 2020/21 viele Herausforderungen in Form von Tausenden geschlossenen Stores für Jysk mit sich brachte, gelang es dem dänischen Unternehmen einen Umsatz von 4,4 Mrd. Euro und ein EBIT-Ergebnis von 610 Mio. Euro zu erzielen. Damit stieg der Umsatz um 7%, während das EBIT-Ergebnis um 21% höher lag als im Jahr 2019/20, das ebenfalls ein Rekordjahr für Jysk war.

„Es ist ein Ergebnis, mit dem ich sehr zufrieden bin. Sowohl für Jysk als auch für andere Unternehmen war es ein sehr herausforderndes Jahr aufgrund der vielen Einschränkungen, denen wir in vielen europäischen Ländern ausgesetzt waren. Daher können alle Jysk-Mitarbeiter:innen sehr stolz auf das Ergebnis sein“, so Jan Bøgh, Präsident und CEO von Jysk.

Allerdings hat sich die Corona-Pandemie von Land zu Land sehr unterschiedlich auf Jysk ausgewirkt, was sich in den Ergebnissen deutlich ablesen lässt. „Unser größter Markt ist Deutschland, wo Jysk fast 1.000 Stores hat, und es war auch eines der Länder, in dem die Schließung des Non-Food-Einzelhandels am längsten dauerte. Damit ging der Umsatz in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr zurück. Andererseits haben wir den Umsatz in Skandinavien, England, Irland, Belgien und einigen Ländern Ost- und Mitteleuropas deutlich gesteigert und damit den Rückgang in Deutschland mehr als ausgeglichen“, sagt Jan Bøgh.

Dies bedeute laut Jan Bøgh auch, dass einige Märkte im laufenden Geschäftsjahr (1. September 2021 – 31. August 2022) ein enormes Wachstumspotenzial haben, während sich andere Länder darauf einstellen müssen, dass es schwierig werden könnte, die Umsätze von 2020/21 zu erreichen. „Es besteht kein Zweifel, dass wir in einer Reihe von Ländern davon profitiert haben, dass sich die Kund:innen generell auf ihr Zuhause konzentrierten und das Geld für ihr Heim ausgegeben haben, das sie normalerweise für Reisen oder andere Erlebnisse verwendet hätten. Das bedeutet aber auch, dass wir in einigen Ländern mit dem sogenannten „Forward Buying“ konfrontiert sind, bei dem Kund:innen früher als geplant neue Möbel gekauft haben. Diese Kund:innen werden in diesem Jahr wahrscheinlich nicht nochmals neue Gartenmöbel oder ein neues Bett kaufen“, so Jan Bøgh und fährt fort: „Umgekehrt gibt es aber auch Länder, in denen wir im letzten Geschäftsjahr aufgrund der Geschäftsschließungen weniger verkauft haben und damit eine gute Ausgangsposition für Umsatzsteigerungen haben.“

Jysk hat nicht vor, Investitionen zu reduzieren oder den Plan zu ändern, alle Stores des Unternehmens bis Ende August 2024 auf das neueste Ladenbaukonzept „Store Concept 3.0“ umzubauen. „Wir sehen, dass unser neues Store-Konzept mehr Kund:innen anzieht und werden daher natürlich weiter investieren. Die größte Herausforderung bestand bisher darin, die notwendigen Materialien zu beschaffen, sowohl für den Umbau bestehender als auch für die Einrichtung neuer Stores. Grund dafür sind die globalen Herausforderungen mit Rohstoffengpässen und fehlenden Logistikkapazitäten. Wir gehen jedoch davon aus, dass sich dies in den kommenden Jahren verbessern wird“, so Bøgh.

Langer Lockdown beeinträchtigt Deutschland-Geschäft

Deutschland als größter Ländermarkt konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr aufgrund der Corona-

Pandemie nicht an das großartige Ergebnis des Vorjahres anknüpfen.

Christian Schirmer, Country Manager JYSK Deutschland: „Aufgrund der drastischen Reduzierung an Verkaufstagen durch den Lockdown fehlt uns im Grunde ein halbes Geschäftsjahr. Mit hervorragenden Umsätzen im Online-Bereich und Services wie Click & Meet und Click & Collect, die sehr gut von unseren Kund:innen angenommen wurden, konnten wir zwar einiges kompensieren, aber natürlich nicht die Umsätze von fast 1.000 Stores, die wir während des Schließungszeitraums in Kombination mit einem erfolgreichen Gartenmöbel-Saisonstart erzielt hätten. Mit einem Umsatz von 978,7 Mio. Euro sind wir vor dem Hintergrund dieser Ausnahmesituation zufrieden.“

Der Fokus für das aktuelle Geschäftsjahr liegt voll auf der Etablierung des Unternehmensnamens Jysk in Deutschland - bis zum 27. September 2021 hieß das Unternehmen hierzulande Dänisches Bettenlager. Schirmer: „Wir arbeiten mit Hochdruck daran, die Markenbekanntheit von JYSK in Deutschland mit ‚Skandinavisch Schlafen & Wohnen‘ in den nächsten Monaten deutlich zu steigern. Darüber hinaus bauen wir alle unsere rund 960 deutschen Stores in den nächsten Jahren auf das neue und skandinavisch geprägte Ladenbaukonzept ‚Store Concept 3.0‘ um.“

„Zudem haben wir ein neues Sortiment eingeführt, bei dem über 40% der bisherigen Produkte durch ganz neue, ebenfalls skandinavisch angehauchte Artikel ersetzt wurden. Neben Schlafen und Wohnen haben wir das Sortiment um Heimtextilien, Saisonartikel, Bad- und Tischkultur erweitert. Auch unser Filialnetz bauen wir aus. Unser Fokus liegt dabei auf Objekten mit 950 m² Verkaufsflächen in Fachmarkt-, Center- oder Alleinlagen. Unser Ziel ist ein Filialnetz von 1.150 Stores in Deutschland in den nächsten Jahren,“ so Schirmer weiter.

Neuer Gewinnrekord

Links

- [Jysk](#)