

# NKD peilt die Umsatzmilliarde an

Der Textildiscounter geht nach der Übernahme durch den britischen Investor TDR auf Wachstumskurs. Er plant neue Filialen, auch in Oberfranken.

Von Roland Töpfer

**Bindlach/Bayreuth** – „Wir zielen schon auf eine Milliarde Umsatz“, sagt NKD-Chef Ulrich Hanfeld im Gespräch mit unserer Zeitung. Der Textildiscounter mit Sitz in Bindlach bei Bayreuth steuert nach der Übernahme durch den britischen Private Equity Fonds TDR neue Umsatzgrößen an.

Bis zur Milliarde ist es zwar noch ein weiter Weg. Dieses Jahr sollen die Erlöse aber bereits um zwei bis drei

„Wir haben die Kosten im Griff.“  
Ulrich Hanfeld,  
NKD-Chef



Prozent auf rund 715 bis 720 Millionen Euro steigen. Die Milliarde will Hanfeld dann „in den nächsten Jahren“ schaffen. Konkret festlegen will er sich nicht, kann sich aber vorstellen, dieses Ziel bis 2025 zu erreichen. Die Strategie dazu sei in der Planung. Vor allem komme es aber darauf an, profitabel zu wachsen. „Wir wollen ein gesundes Unternehmen bleiben.“ Die Umsätze kommen aus aktuell 1850 Filialen, davon 1300 in Deutschland und 45 in Oberfranken.

Zum Ende des Jahres eröffnet NKD noch eine Filiale in Pegnitz, Anfang 2020 die zweite Filiale in Bamberg. Auf der Suche ist das Unternehmen nach weiteren passenden Objekten in Kulmbach, Coburg, Bamberg und Hof. 8300 Beschäftigte arbeiten für NKD, 6500 sind es in Deutschland, 580 in der Bindlacher Zentrale. Hier plant man für dieses Jahr mit insgesamt mehr als 100 neuen Filialen. 350 Geschäfte werden modernisiert. Deutschland, Österreich und Italien sind die wichtigsten Märkte, und die seien „noch lange nicht ausgeschöpft“, sagt Hanfeld. 95 Prozent der Filialen seien profitabel. „Das ist ein extrem hoher Wert.“

NKD sucht sich günstige Mietobjekte in kleinen und mittleren Städten, teure Innenstadtlagen passen nicht ins Konzept. „Wir haben die Kosten im Griff“, sagt Hanfeld. Der Kundenstamm sei sehr loyal, viele würden um die Ecke wohnen, rund fünf Kilometer um die Filialen herum. NKD sehe sich als Nahversorger für die ganze Familie.

Der typische Kunde sei weiblich, 35 bis 45 Jahre alt, oft Mutter, die für die Familie einkauft. NKD werde auch in Zukunft vor allem Filialist bleiben, das jährlich um 20 Prozent wachsende Online-Geschäft, dessen Anteil am Gesamtgeschäft aktuell bei zwei bis drei Prozent liegt, komme obendrauf. Online-Kunden seien im Schnitt zehn Jahre jünger und würden häufig am Wochenende kaufen.

Mit TDR aus London habe man nun einen „Wachstumsfinanzierer“ an Bord. „Das macht viele Dinge möglich. Wir besprechen uns fast 14-tägig, wo wir Optionen sehen.“ Zu den wichtigen Themen zählen Personal- und IT-Lösungen. „Wir müssen uns ständig hinterfragen.“ Es gehe sehr kollegial zu. „Wir sitzen in Jeans am Tisch.“



NKD sieht sich selbst als Nahversorger für die ganze Familie was den Bereich Kleidung angeht.

Fotos: NKD

Man spreche mit dem neuen Investor „auf Augenhöhe“, meint Olaf Peters, Bereichsleiter Personal, der dieses Jahr 20 Handelsfachwirte und 14 neue Auszubildende eingestellt hat. Damit hat NKD insgesamt knapp 70 Azubis. „Wir übernehmen alle“, sagt Peters. Man habe auch alle Leute bekommen, die man haben wollte.

Das Unternehmen lege Wert darauf, eigene Leute für Führungsposi-

tionen zu qualifizieren. Man wolle mit der Region verbunden sein, bodenständig bleiben. Personelle Lücken gibt es aber in den Filialen, für die deutschlandweit 400 bis 500 Mitarbeiter gesucht werden.

NKD war im Frühjahr vom Finanzinvestor Opcapita an TDR verkauft worden. Opcapita sei ein Turnaround-Spezialist, sagte Hanfeld damals unserer Zeitung und in Vergangenheit der richtige Partner gewesen.

NKD hatte sich vor rund sieben Jahren mit einem aggressiven Expansionskurs in die Verlustzone manövriert und war Ende 2013 von Opcapita übernommen worden. Jetzt habe man mit TDR einen „sehr finanzkräftigen, erfahrenen Wachstumsfinanzierer“ als neuen Eigentümer. Als Kaufpreis war in früheren Meldungen über eine Summe von 300 bis 350 Millionen Euro spekuliert worden.