

///ACTION

Kleine Preise, große Freude!

CoRE Präsentation

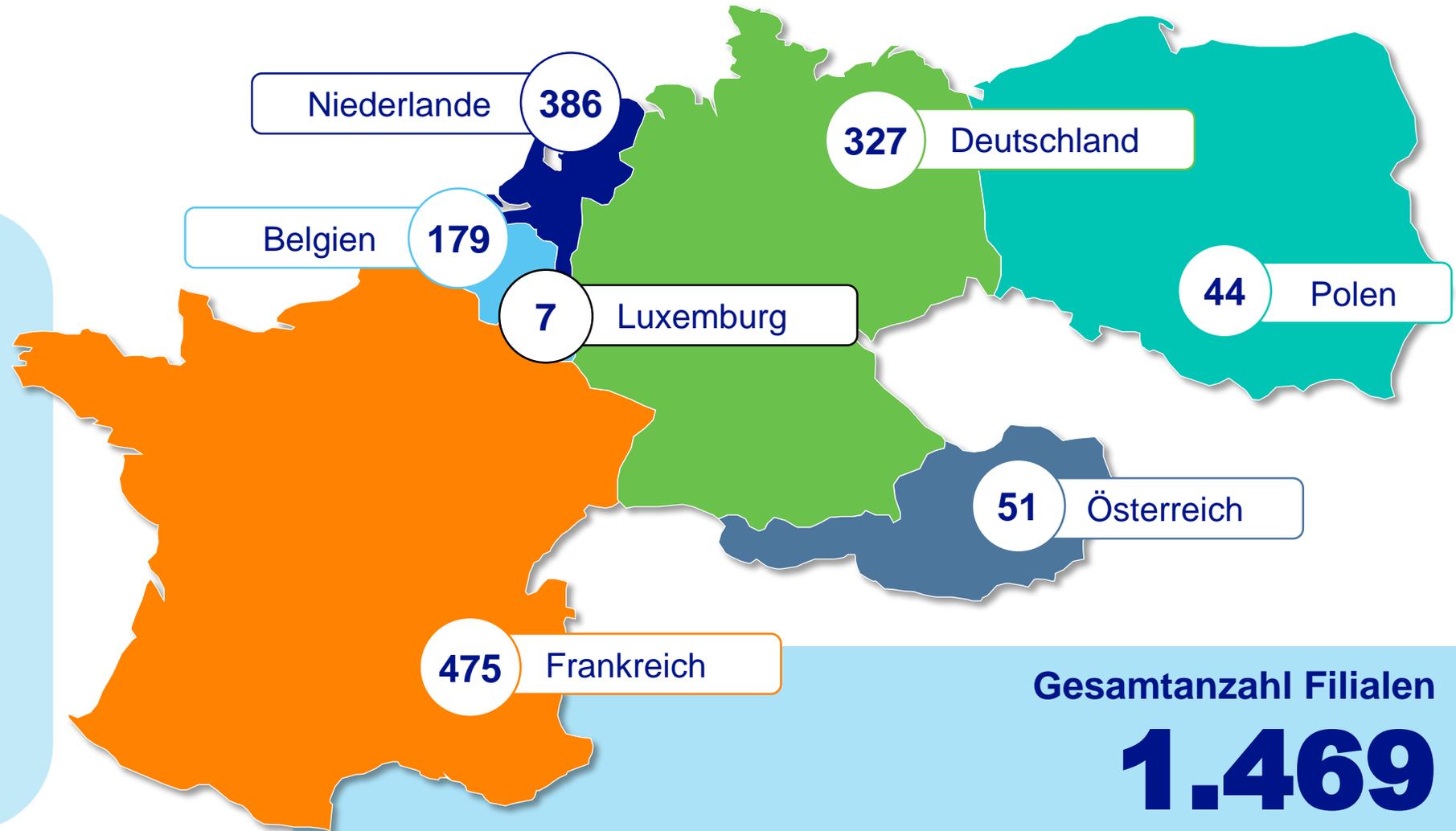
München, 22. Oktober 2019



Action: Führender Europäischer Non-Food Discounter

///ACTION

- **1993** gegründet
- **7** Länder
- **50.000+** Mitarbeiter
- **> 7 Millionen** Kunden pro Woche
- Eröffnete Filialen **2018: 230**
- Sales 2018: **4,2 Mrd. EUR**



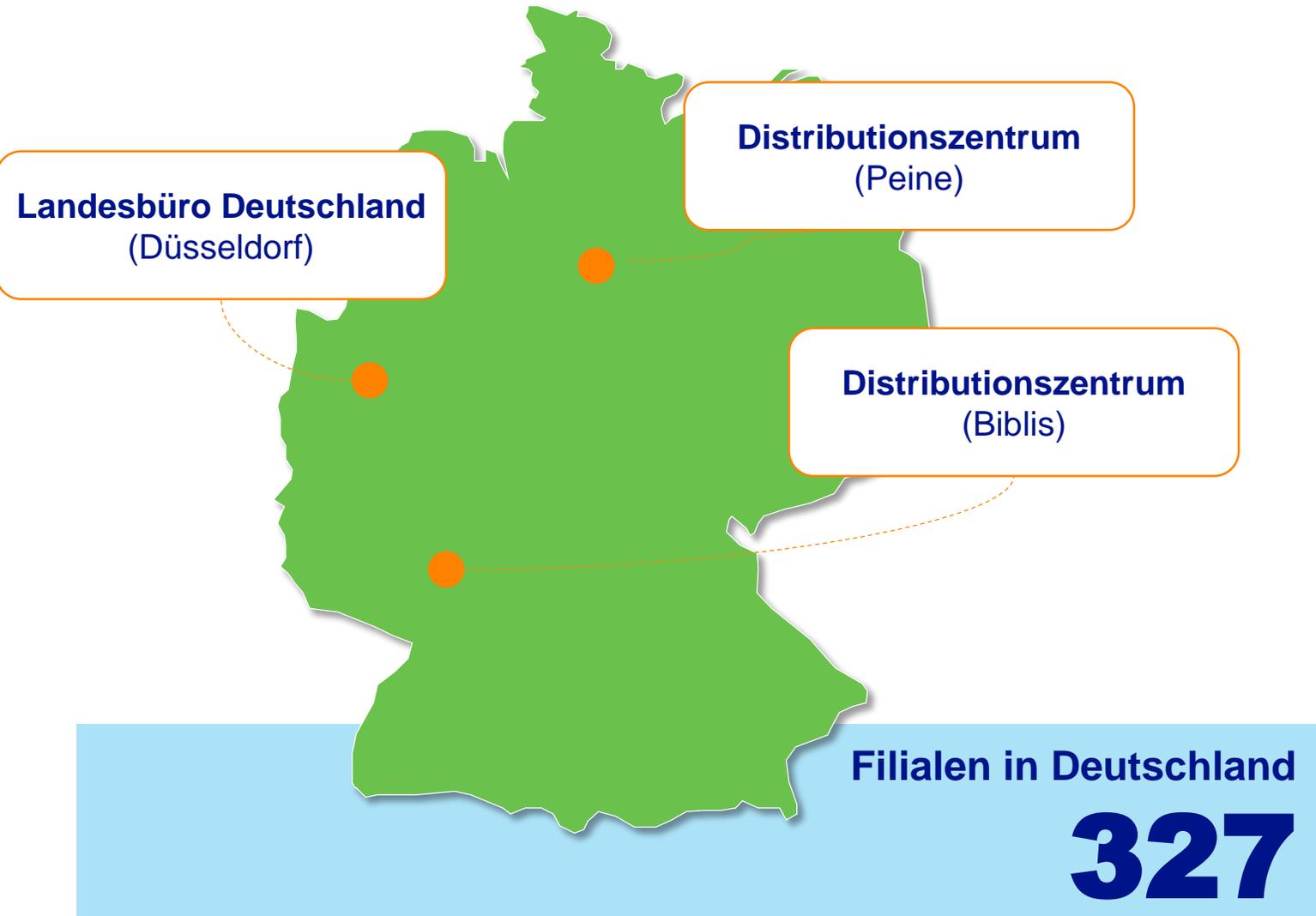
Action in Deutschland



Eröffnung der
ersten Filiale in 2009

50.000 Mitarbeiter

Eröffnete Filialen in 2018: 72



Die Action-Story – Ein Blick in die Geschichte Actions



1993

Eröffnung der ersten Filiale in Enkhuizen



1999

Eröffnung des Distributionszentrums (DZ) in Zwaagdijk-Oost



2003

100 Filialen

2005

Erste Filiale in Belgien

2008

200 Filialen

2016

Erstes DZ in Frankreich (Moissy-Cramayel)

2016

750 Filialen

2015

Erste Filiale in Österreich

2014

Zweites DZ in den Niederlanden (Echt)

2014

500 Filialen

2012

Erste Filiale in Frankreich

2011

Akquisition durch den Investor 3i

2009

Erste Filiale in Deutschland

2017

Zweites DZ in Frankreich (Labastide)
Erstes DZ in Deutschland (Biblis)
Erste Filialen in Polen



2017

1.000 Filialen

2019

Zweites DZ in Deutschland
1.500 Filialen

Actions einzigartiges Versprechen

///ACTION



Niedrigste Preise



Produktvielfalt



Breites Sortiment



Action: Ein einzigartiges Geschäftsmodell



Preis



Über-
raschung



Eine Marke
& ein
Format



Geschäfts-
modell für
Wachstum



Mitarbeiter



Kunden





Action bietet unschlagbare Preise – das Hauptargument für unsere Kunden

///ACTION

Hauptgrund für den Einkauf bei Action⁽²⁾

- 1 Wegen des niedrigsten Preises
- 2 Vielfalt der Produktkategorien
- 3 Wechselndes Sortiment
- 4 Geschäft ist in der Nähe
- 5 Für spezielle Artikel, die ich immer dort kaufe



(1) Quelle: GfK Image and Awareness Study Jan 2016

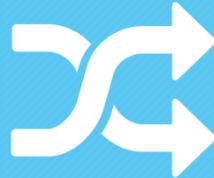


Warum unsere Preise so niedrig sind

///ACTION



Große Volumen



Kein festes Sortiment



Effiziente Logistik



**Niedrige
Allgemeinkosten**



**Niedrige
Marketingausgaben**



**Standardisierte Prozesse
in den Filialen**



**Filialen an B-/C-
Standorten**



**Einfaches
Geschäftsmodell**

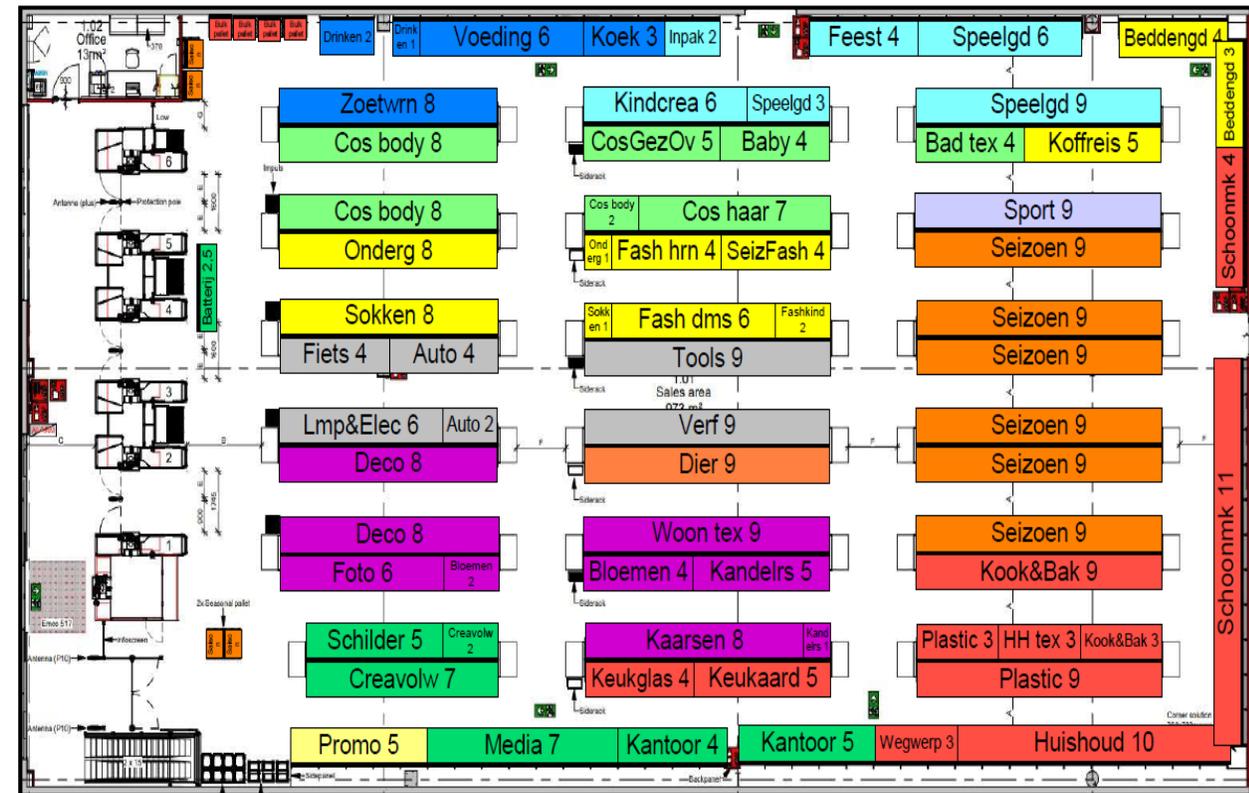


Darstellung der 14 verschiedene Kategorien anhand eines Grundrisses



Allgemeine Handelsgüter		1	DIY
		2	Spielzeug & Unterhaltung
		3	Büro & Hobby
		4	Dekoration
		5	Multimedia
		6	Haushaltswaren
		7	Garten & Outdoor
FMCG (Fast moving consumer goods)		8	Reinigen & Waschen
		9	Essen & Trinken
		10	Körperpflege
		11	Haustiere
Textilien und Sport		12	Mode
		13	Heimtextilien
		14	Sport

Beispiel einer Action-Blaupause

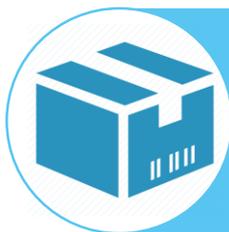




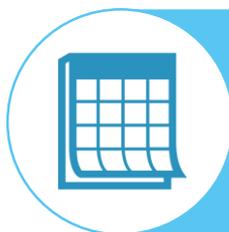
Actions Kern: ein überraschendes Sortiment



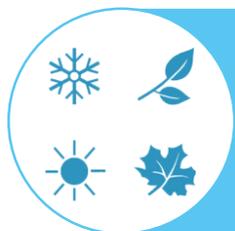
2/3 des Sortiments wechseln ständig



Jede Woche über 150 neue Artikel



Wöchentliche Angebote



Saisonale Angebote





Ein Konzept für alle Länder

///ACTION

- Eine Marke
- Ein Filialformat
- Standardisierte Prozesse in den Filialen
- Geräumige Filialen zwischen 700 und 1.000 qm
- 90% des Sortiments in allen Ländern gleich
- Breite Gänge
- Niedrige Regale
- Freundliches, helles Lichtkonzept



Impressionen des neuen Filialdesigns



Impressionen des neuen Filialdesigns

///ACTION



Impressionen des neuen Filialdesigns

///ACTION



Impressionen des neuen Filialdesigns

///ACTION





Unsere Unternehmenskultur ist uns sehr wichtig!

///ACTION

1 Kundenfokus

2 Kostenbewusstsein

3 Teamwork

4 Disziplin

5 Einfachheit

6 Respekt

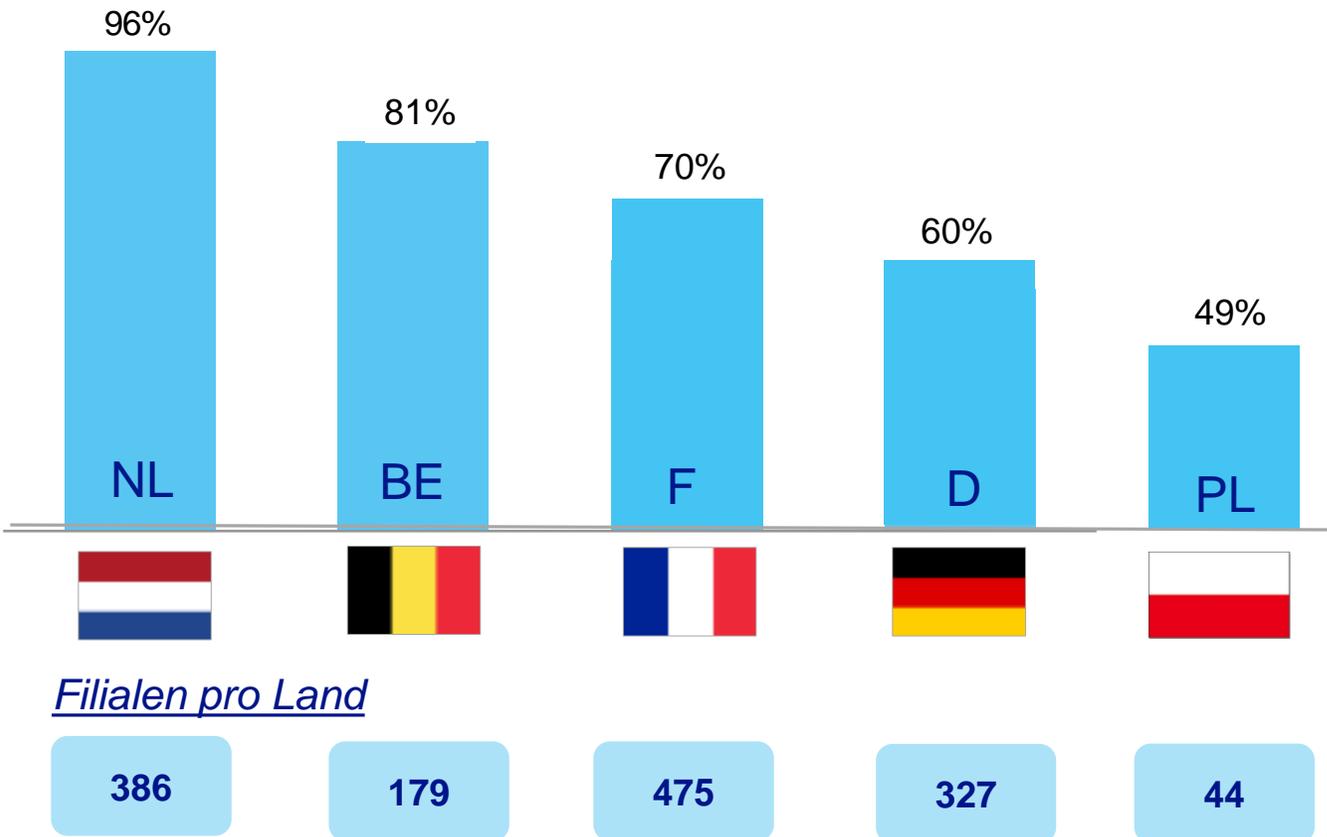




Loyale Kunden empfehlen uns weiter



Gestützte Markenbekanntheit pro Land⁽¹⁾



(1) GfK Quelle: Unternehmensinformation

Auszeichnungen “Händler des Jahres” und “Produkt des Jahres” (2019/2020)





Loyale Kunden empfehlen uns weiter

///ACTION

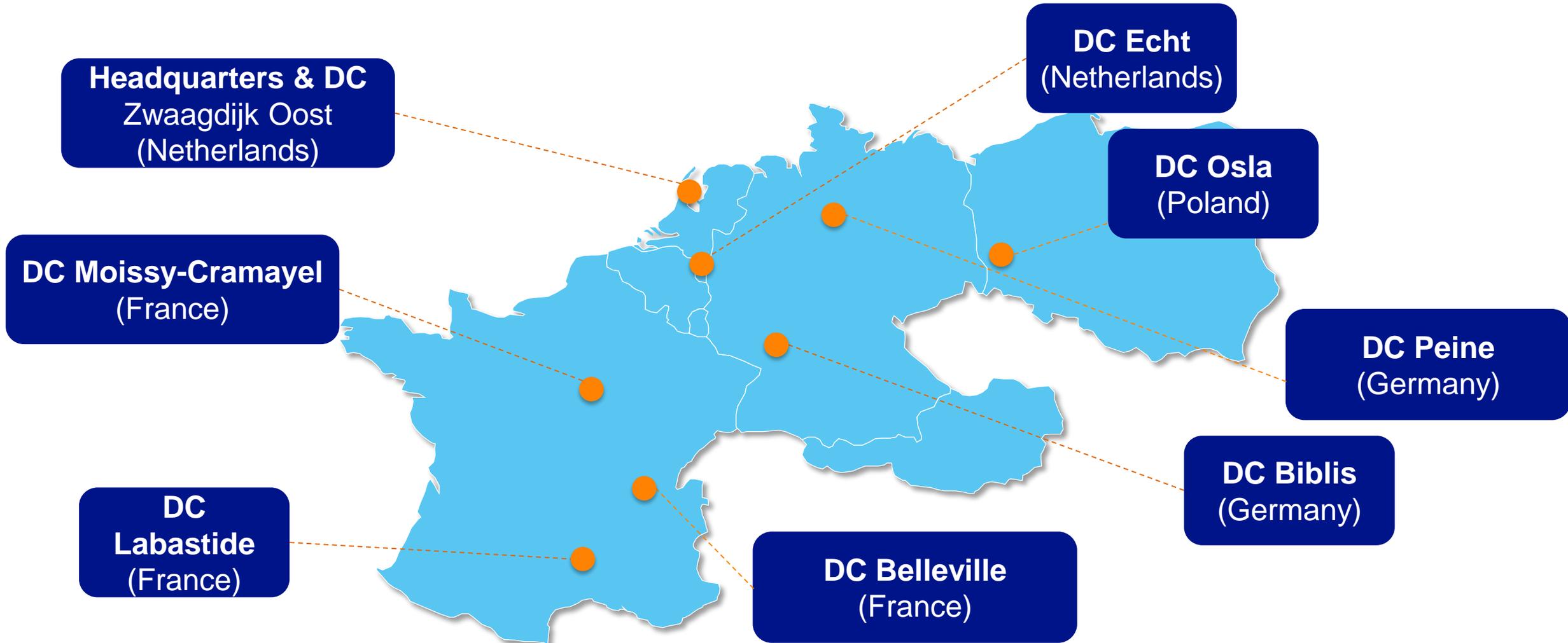
- Action mobilisiert nicht nur auf seinen eigenen digitalen Kanälen Kunden im Netz. Zahlreiche unabhängige Fangruppen und / oder -seiten bestehen auf Facebook.:
- Action Social Media Kanäle:
 - Action Facebook: ~ 1,8 Mio. (davon 413.000 in D)
 - Action Instagram: ~ 1,2 Mio. (davon 250.000 in D)
- Unabhängige Fangruppen und -seiten auf Facebook:
 - **Action Friends Deutschland:** > 96.000
 - **Action Fan Page Niederlande:** > 370.000
 - **Action Addicts France:** > 350.000
 - **Action Addict Belgium:** > 50.000



Die Expansion geht weiter...



...mit acht Distributionszentren und weiteren Planungen



Erweiterung des Filialnetzwerks – Standortanforderungen

///ACTION

- **Expansionsgebiet:** Bundesweit
- **Objektgröße:** Mindestens 800 qm Nutzfläche ebenerdig
- **Kundenparkplätze:** Ausreichend eigene Parkplätze oder ausreichende Parkmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe zu dem Objekt
- **Lage:**
 - Stark frequentierte Verkehrslagen, in oder in der Nachbarschaft von Einkaufszentren, Nahversorgerzentren oder sonstiger Handelsagglomerationen sowie auch Solitärstandorte
 - Gute Erreichbarkeit mit dem PKW
 - Gute Sichtlage
- **Anlieferung:** Erreichbarkeit durch 18-m-Sattelzüge erforderlich, keine Rampe notwendig





Vielen Dank!