

TEDi mit über 300 Neueröffnungen im Geschäftsjahr 22/23 auf ungebrochenem Wachstumskurs in Deutschland und Europa – ideenreiche Sortimentsvielfalt zu niedrigen Preisen erweist sich als krisenfestes Konzept

Dortmund, 24. Mai 2023 – TEDi, Deutschlands führender Nonfood-Discounter, blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2022/2023 (01.05.2022–30.04.2023) zurück. Trotz herausfordernder makroökonomischer Umstände und geopolitischer Unsicherheiten konnte das Unternehmen im abgelaufenen Geschäftsjahr über 300 Filialen in Europa eröffnen und mit Markteinritten in Portugal, Bulgarien und Frankreich den Expansionskurs fortsetzen. Damit hat TEDi seine Position in Europa konsequent ausgebaut und die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt.

TEDi hat seinen Wachstumskurs im Geschäftsjahr 2022/2023 über alle Segmente hinweg fortgesetzt. Mit einem klaren und konsequenten Geschäftsmodell stand das Unternehmen auch unter anhaltend widrigen und unvorhergesehenen Herausforderungen seiner Kundschaft mit mehr als 2.900 Filialen europaweit als verlässlicher Partner zur Seite.

Silvan Wohlfarth, Vorsitzender der TEDi-Geschäftsführung: „Das abgelaufene Geschäftsjahr war von Unsicherheiten, insbesondere in den weltweiten Beschaffungsmärkten, geprägt. Zusätzlich wirkten sich Kaufzurückhaltung durch Inflation sowie gestiegene Transport- und Mietkosten auf die Märkte im Einzelhandel aus. In diesem herausfordernden Umfeld gelang es uns erneut, unserer Kundschaft verlässlich Produkte in guter Qualität zu niedrigen Preisen anzubieten. Gleichzeitig haben wir mit unserer Expansion nach Portugal, Bulgarien und Frankreich neue Geschäftschancen realisieren können. Der Erfolg von TEDi im Filialgeschäft beweist, dass der stationäre Einzelhandel mit dem richtigen Konzept hervorragend funktioniert. Wir danken unseren TEDi-Mitarbeitenden in allen 14 Ländern, die mit ihrem Einsatz diese Leistung erst möglich gemacht haben, und selbstverständlich bei unserer Kundschaft für das uns entgegengebrachte Vertrauen.“

Mit über 2.900 Filialen betreibt TEDi heute eine Gesamtverkaufsfläche von fast 1,8 Millionen Quadratmetern europaweit. Das Unternehmen wird seinen soliden Wachstumskurs mit dem mittelfristigen Ziel von 5.000 Filialen in Europa fortsetzen. Die Expansion ist Teil der nachhaltig geprägten Wachstumsstrategie von TEDi, die darauf abzielt, ein erfolgreiches Geschäftsmodell in attraktiven Lagen auszubauen, dazu gehören Standorte in Fußgängerzonen, innerstädtischen A- oder guten B-Lagen, Stadtteillagen mit hoher Lauffrequenz, Fachmarkt-Agglomerationen, Solitärstandorten oder Einkaufszentren. Die optimalen Immobilien für TEDi-Filialen bieten eine Verkaufsfläche von mindestens 650 m², zuzüglich ca. 50 m² Nebenfläche und setzen eine gute Sichtbarkeit voraus. Eine Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr und gute Parkmöglichkeiten am Objekt werden positiv berücksichtigt. Nähere Informationen zu TEDis Flächenprofil gibt es hier: <https://expansion.tedi.com/anforderungen/>

Über TEDi

TEDi wurde 2004 in Deutschland gegründet und ist derzeit in 14 Ländern mit über 2.900 Filialen vertreten. Der Nonfood-Discounter ist weiter auf Wachstumskurs: 5.000 Filialen in Europa lautet das mittelfristige Ziel. Bei TEDi findet jeder etwas. Schwerpunkte bei TEDi bilden die Bereiche Schreibwaren, Basteln, Deko, Haushalt und Party. Spielwaren, Trendartikel, Artikel fürs Heimwerken, Süßwaren sowie Tierbedarfsartikel runden das umfangreiche Sortiment ab. TEDi setzt dabei auf große Sortimentsvielfalt in guter Qualität zu

günstigen Preisen und begeistert seine Kundschaft sowohl mit Markenprodukten als auch mit Eigenmarken. Rund 3.000 Artikel des Gesamtsortiments sind dauerhaft für je 1 Euro erhältlich. Soziale Verantwortung und Engagement für die Umwelt liegen TEDi aus Überzeugung am Herzen. Mehr dazu unter: www.tedi.com.

Für weitere Informationen:

TEDi GmbH & Co. KG | Abteilung „Public Relations“

Brackeler Hellweg 301 | D-44309 Dortmund

Tel.: +49 231 55577-1017 | Fax: +49 231 55577-5801

E-Mail: presse@tedi.com Internet: tedi.com/unternehmen/profil/