

Pressemitteilung

Hamburg, den 28. April 2022

LASCANA knackt 400-Millionen-Euro-Marke und erzielt Umsatzsteigerung von 22 Prozent

- **Der weltweite LASCANA Markenumsatz steigt im Geschäftsjahr 2021/22 um fast 80 Millionen Euro auf einen neuen Umsatzrekord von 436 Millionen Euro.**
- **Bereits im siebten Jahr in Folge erzielt LASCANA ein zweistelliges Umsatzwachstum.**
- **Innerhalb von vier Jahren verdoppelt LASCANA seinen weltweiten Markenumsatz.**
- **LASCANA Fashion-Sortimente sind größter Umsatzbringer.**
- **Victoria Swarovski ist neue Markenbotschafterin im LASCANA Jubiläumsjahr 2022.**

LASCANA steigert im Geschäftsjahr 2021/22 seine weltweiten Markenumsätze um weitere 78 Millionen Euro auf einen Rekordwert von 436 Millionen Euro. Mit einem über alle Vertriebskanäle hinweg kumulierten Online-Anteil von weltweit ca. 90 Prozent profitiert LASCANA dabei weiterhin von der Dynamik des E-Commerce.

»Wir sind sehr froh, dass wir dieses herausfordernde Kalenderjahr mit diesem fantastischen Ergebnis abschließen konnten. Neben dem strategischen Vorteil unseres sehr hohen Online-Anteils war die Ausweitung unserer Produktgruppen sowie die sehr gute Verfügbarkeit unseres Angebots ausschlaggebend für diesen Erfolg, da wir in der Bevorratung sehr frühzeitig agiert haben«, so LASCANA Geschäftsführer Jens Fehnders.

Bereits im ersten Quartal des Kalenderjahres 2021 erhöhte LASCANA sehr deutlich seine weltweiten Ordermengen. Dazu wurden die Aufträge aufgrund der Corona-bedingten logistischen Verzögerungen im Durchschnitt um zwei Monate früher erteilt. Die daraus resultierende sehr hohe Warenverfügbarkeit führte speziell im zweiten Halbjahr 2021 und zu Beginn des Kalenderjahres 2022 zu Rekordumsätzen.

In den verschiedenen Sortimentsgruppen konnte insbesondere Bademode (plus 22 Prozent zum Vorjahr) mit einem weltweiten Geschäftsjahresumsatz von insgesamt 115 Millionen Euro erstmals die 100-Millionen-Euro-Marke überspringen. Als stärkster Umsatzbringer fungierte wie bereits im Vorjahr der Bereich Fashion und Shoes mit einem Umsatz von 162 Millionen Euro, der fast ausschließlich online erzielt wurde.

Die größten Absatzkanäle für die LASCANA Fashion-Sortimente sind neben dem boomenden US-amerikanischen Onlinegeschäft die großen Online-Plattformen und Marktplätze OTTO, ABOUT YOU sowie Zalando, wo Umsatzsteigerungen zwischen 25 und 70 Prozent erzielt werden konnten.

Auch die eigenen LASCANA Stores konnten mit einem Umsatzplus von fast 40 Prozent zum Vorjahr abschließen. »Wir sind sehr froh, dass wir das zweite Jahr der Corona-Pandemie mit dieser guten Umsatzentwicklung abschließen konnten. Zudem sind wir nach unseren sehr erfolgreichen Store-Neueröffnungen, bei denen wir auch unser neuartiges, innovatives Ladenbaudesign gelungen implementieren konnten, optimistisch, dass wir auch 2022 erneut deutlich stationär wachsen können«, so LASCANA Geschäftsführer Olaf Koopmann, der unter anderem die LASCANA Stores verantwortet.

Neben den eigenen Stores überzeugten auch die über 1.200 LASCANA Shop-in-Shop-Flächen mit einem Umsatzplus von 55 Prozent zum Vorjahr.

Eine weitere deutliche Umsatzsteigerung konnte LASCANA zudem in seinem boomenden US-amerikanischen Geschäft mit Sitz in Florida verzeichnen, welches sowohl mit dem eigenen US-amerikanischen Onlineshop Lascana.com als auch mit den laufenden B2B-Kooperationen insbesondere auf die Produktgruppe Fashion setzt. So liegt der Anteil von Fashion im eigenen Onlineshop Lascana.com bereits bei 70 Prozent. Dazu Geschäftsführer Marco Kebbe, der den weltweiten LASCANA Vertrieb verantwortet: »Wir sind stolz auf unsere Geschäftsentwicklung in den USA. Im vergangenen Geschäftsjahr konnten wir erneut um plus 70 Prozent zum Vorjahr wachsen und peilen mittelfristig die 100-Millionen-Umsatzmarke an. Die USA sind neben der DACH-Region ganz klar der wichtigste Distributionsmarkt für unsere Marke. Die bislang erfolgreiche Entwicklung unseres eigenen Onlineshops und die seit mehreren Jahren bestehenden B2B-Kooperationen mit u. a. Victoria's Secret zeigen, dass unsere Marke und vor allem unsere Produkte den Geschmack der Amerikaner*innen treffen.«

Im neuen Geschäftsjahr 2022/23 feiert LASCANA das 20-jährige Markenjubiläum mit der neuen Markenbotschafterin und »Let's Dance«-Moderatorin **Victoria Swarovski**, die insbesondere den Fashion-Anspruch der Marke LASCANA auch im Rahmen diverser TV-Spots unterstreichen soll. Ergänzend dazu wird das LASCANA Jubiläumjahr von einer Fülle an Marketing-Events und Aktionen begleitet, die im Schwerpunkt von Mai bis September geplant und sehr stark auf die neue Markenbotschafterin Victoria Swarovski ausgerichtet sind.

»Wir gehen davon aus, dass wir durch Victoria eine noch höhere Aufmerksamkeit erreichen und unsere Markenbekanntheit weiter signifikant steigern können. Durch ihre Affinität zur Mode und ihre sehr sympathische sowie natürliche Persönlichkeit ist sie im LASCANA Jubiläumjahr die ideale Markenbotschafterin für uns«, ergänzt Jens Fehnders, der die Marke LASCANA im Jahr 2002 gegründet hat.

Neben den steigenden Umsätzen in der Produktgruppe Fashion rechnen die Hamburger zudem im laufenden Geschäftsjahr speziell bei Bade- und Strandmode mit einem großen Nachholbedarf, auf den erneut sehr frühzeitig die Bevorratung ausgerichtet wurde, sodass LASCANA auch im Geschäftsjahr 2022/23 zum achten Mal in Folge ein deutliches Umsatzwachstum anstrebt.

Über LASCANA

LASCANA wurde 2002 als Dessous-Marke gegründet und 2006 zu einem eigenen Tochterunternehmen der Hamburger Otto Group. Das Multi-Brand-Konzept »LASCANA – It's a woman's world« präsentiert sich auf dem Markt mit 25 eigenen Stores, 10 eigenen internationalen Onlineshops, 1.200 Verkaufspunkten im Handel (Shop-in-Shop- und Wholesale-Flächen) sowie dem Plattform- & Marktplatzgeschäft. LASCANA zeichnet sich durch einen hohen Modegrad sowie erstklassige Passform und Qualität zu attraktiven Preisen sowie eine ganzjährig sehr hohe Warenverfügbarkeit aus. Namhafte Lizenzmarken wie u. a. Bench, s.Oliver, Bruno Banani, Buffalo, Jette, Kangaroos, Sunseeker und Venice Beach setzen neben der Eigenmarke LASCANA exklusive Akzente und komplettieren das Angebot.

PR Contact: Rebecca Hoch

LASCANA Public Relations | Werner-Otto-Straße 1 - 7 | 22179 Hamburg

Phone: +49 40 64616046 | rebecca.hoch@lascana.de