

Presseinformation

Solingen, 06.01.2017

Modeunternehmen Walbusch erzielt Umsatzplus in 2016 – Neujustierung der Hauptmarke wird fortgesetzt – sehr gute Entwicklung der Tochtergesellschaften

Der Hemden- und Männermodespezialist Walbusch meldet für das abgelaufene Geschäftsjahr einen Gruppenumsatz von 305 Mio. Euro und damit ein Plus von 3,4 % zum Vorjahr. Die Umsätze der im Wandel befindlichen Hauptmarke Walbusch entwickelten sich 2016 stabil, während die Tochterfirmen Avena-Gesundheitsversand sowie die urbane Männermodemarke Mey & Edlich stark zulegten und somit maßgeblich zur positiven Gesamtentwicklung beitrugen. „Unsere Planungen für 2016 waren vorsichtig, da die Neujustierung und Modernisierung der Marke Walbusch Zeit benötigt. Vor diesem Hintergrund bewerten wir die Umsatz- und Ergebnisentwicklung im letzten Jahr als erfreulich und sehen gute Chancen für weiteres Wachstum in der Gruppe im Jahr 2017“, kommentiert Christian Busch, der zugleich Vorsitzender der Geschäftsführung und Hauptgesellschafter ist.

Investitionsschwerpunkte sind gesetzt

Gezielt will das Solinger Familienunternehmen in die Zukunft als Multichannel-Unternehmen investieren. Für die Bereiche IT, E-commerce und Marketing sind in den nächsten Monaten mehr als 10 hochqualifizierte Neueinstellungen geplant. Ein weiterer Investitionsschwerpunkt liegt in neuer Soft- und Hardware für ein hochperformantes Datamanagement-System, das in Zukunft eine individuellere Kundenansprache und bessere Werbeselektionen ermöglichen soll. Dr. Bert Hentschel, Geschäftsführer Einkauf und Vertrieb, erläutert die Pläne für die Ware: „Im Sortimentsbereich investieren wir ebenfalls, indem wir das Angebot für die Walbusch-Kunden zielgruppendifferenziert vergrößern. Auch einige neue Fremdmarken wird der Kunde zukünftig bei Walbusch finden, vor allem im Online-Shop.“

Weiter ausbauen will das Modeunternehmen seine Marktstärke bei Hemden, wo man sich aufgrund der besonderen Kragenkompetenz, der angebotenen Größen- und Passformenvielfalt, des besonderen Gewebe-Knowhows und des guten Preis-Leistungs-Verhältnisses für den Wettbewerb gut gerüstet sieht. Schließlich steht ein weiteres Wachstum der Tochterfirmen Avena und Mey & Edlich im Fokus. Für beide Label sehen die Solinger gute Chancen für eine dynamische Entwicklung auch in 2017.

Mehr zu Walbusch

Das Familienunternehmen mit Sitz in Solingen spricht qualitätsbewusste Kunden an, die Wert auf hochwertige und bequeme Kleidung legen. Der Schwerpunkt der Kollektion liegt auf sportlich-klassischer Männermode. Kernprodukt und stilistischer Ausgangspunkt ist das Hemd: „Gute Hemden. Gute Outfits.“ Walbusch bietet den kompletten Service eines Multi-Channel-Anbieters: Neben der Auswahl aus dem monatlich erscheinenden Katalog können Kunden auch über den Online-Shop bestellen oder eines der Fachgeschäfte vor Ort besuchen. Bundesweit gibt es über 40 Walbusch-Fachgeschäfte. Neben der Marke „Walbusch“ gehören zur Unternehmensgruppe die Outdoormarke „Klepper“, die Männer-Modemarke „Mey & Edlich“ sowie der Gesundheitsversand „Avena“.

Pressekontakt:

Walbusch GmbH & Co. KG, Martinstraße 18, 42646 Solingen

Andrea Kluit

Telefon: 0212-2060 141

Telefax: 0212-2060 123

E-Mail: andrea.kluit@walbusch.de

Webseite: www.walbusch.de/presse

