

Presseinformation

Solingen, 15.01.2018

Walbusch-Gruppe setzt Wachstum in 2017 fort – Umbau zum Multichannel-Unternehmen kommt gut voran – Stiftungen feiern Jubiläum

Das Modeunternehmen Walbusch erzielt im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Gesamtumsatz von 321 Mio. Euro. Nach einem Plus von 3,4 % im Vorjahr wuchs die Unternehmensgruppe damit in 2017 um 5,2 %. Gesellschafter und Geschäftsführer Christian Busch kommentiert: „Wir befinden uns damit wieder auf einem gesunden Wachstumspfad. Zur guten Entwicklung im letzten Jahr trugen insbesondere starke Kampagnen im April sowie im November bei. Der in der gesamten Branche schwache Oktober blieb auch bei Walbusch unter den Erwartungen. Auch in 2018 streben wir für die Walbusch-Gruppe mit den Tochtergesellschaften Avena und Mey & Edlich ein Umsatzplus an.“

Kanäle Online und Stationär gewinnen

In den letzten fünf Jahren hat Walbusch gezielt die Investitionsschwerpunkte zur Entwicklung vom reinen Katalogversender zum modernen Multichannel-Unternehmen gesetzt. Die ältere Zielgruppe der Hauptmarke Walbusch kauft inzwischen zu 30 % über den Online-Shop, in der Walbusch-Gruppe insgesamt liegt der Online-Anteil deutlich höher. Die Filialen tragen zu 20 % zum Walbusch-Umsatz bei. Nach Schließung von Standorten in Gütersloh und Paderborn eröffnet Walbusch im April 2018 ein neues Fachgeschäft in Dresden, weitere Standorte werden geprüft. Geschäftsführer Cord Henrik Schmidt, verantwortlich für Finanzen, Kundenservice und IT, resümiert: „Der Umbau zum Multichannel-Unternehmen kommt gut voran, erhebliche Investitionen in moderne Datenmanagement-Systeme zur individuelleren Kundenansprache zeigen erste gute Ergebnisse.“

Busch-Stiftung Seniorenhilfe und Walbusch-Jugendstiftung feiern 2018 Jubiläum

Verantwortung für die Gesellschaft zu übernehmen ist für die Inhaberbefamilie Busch, Geschäftsführer und Walbusch-Mitarbeiter ein zentrales Anliegen. Der langjährige Alleingesellschafter und heutiges Beiratsmitglied Thomas Busch nahm seine runden Geburtstage 1998 (60 Jahre) und 2008 (70 Jahre) zum Anlass, zwei Stiftungen zu gründen. Die Busch-Stiftung Seniorenhilfe berät und betreut seit 20 Jahren Menschen mit Demenzerkrankung und deren pflegende Angehörige in der Region um Solingen. Ebenfalls



GUTE HEMDEN. GUTE OUTFITS.

auf das Bergische Städtedreieck konzentriert sich die Unterstützung der Walbusch-Jugendstiftung. Unter dem Motto „Zukunft durch Bildung“ fördert sie gezielt Projekte, die sich um Chancengleichheit für junge Menschen in Schule, Ausbildung und Beruf kümmern. Beide Stiftungen werden ihre Jubiläen 2018 dazu nutzen, Aufmerksamkeit für ihre Aktivitäten zu gewinnen.

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. Sinnbild für Komfort – und seit langem ein richtiger Bestseller – ist der Walbusch-Kragen ohne Knopf, der mit Krawatte stufenlos regulierbar ist. 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-Filialen. Neben der Marke „Walbusch“ gehören zur Unternehmensgruppe die Outdoormarke „Klepper“, die Männer-Modemarke „Mey & Edlich“, der Gesundheitsversand „Avena“ sowie der Online-Shop „LaShoe“.

Pressekontakt:

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

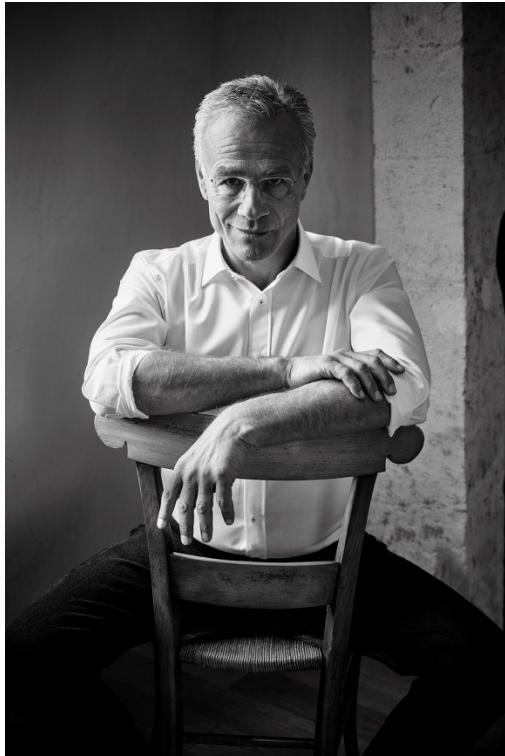
Andrea Kluit

Telefon: 0212-2060 141

Telefax: 0212-2060 123

E-Mail: andrea.kluit@walbusch.de

Webseite: www.walbusch.de/presse



Trägt auch 2018 Hemden von Walbusch:
Markenbotschafter Klaus J. Behrendt