



## Pressemitteilung

Solingen, 25.02.2020

### **Walbusch wächst in 2019 um 8,2 %**

Das Modeunternehmen Walbusch erzielt im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Gesamtumsatz von 346,5 Mio. Euro und wächst damit nach intensiver Beschäftigung mit Marke, Sortiment und Kunden um 8,2 %.

2019 war für die gesamte Walbusch-Gruppe ein erfolgreiches Jahr. Die Gruppe hat für alle Marken und Vertriebskanäle deutliche Fortschritte erzielt, die von den Kunden honoriert werden.

### **Positive Entwicklung durch neue Ansätze**

Hauptfokus wurde auch in 2019 wieder auf die Marke Walbusch gerichtet. Hier zeigen sich erste Erfolge der neuen Brand-Strategie: „Mit dem Ziel, aus der im Markt zu über 80 % bekannten Marke Walbusch eine begehrliche Marke zu entwickeln,“ so Marcus Leber, Geschäftsführer Marketing & Vertrieb, „haben wir deutlich mehr in alle Disziplinen der Markenbildung sowie Markenkommunikation investiert und unsere aggressive Preiskommunikation abgebaut.“ Unter anderem hat Walbusch in 2019 erstmalig TV Werbung mit dem Schauspieler Klaus J. Behrendt als Markenbotschafter geschaltet. Darüber hinaus wurden unter der gleichen Zielsetzung der Online-Shop für alle Endgeräte rundum erneuert, in Content investiert, ein neues Katalogkonzept erarbeitet und 360-Grad Kampagnenkonzepte für alle Kanäle auf den Weg gebracht. In den Filialen wurde das erstklassige Beratungs- und Serviceniveau gestärkt sowie die Emotionalisierung der Geschäfte durch entsprechende Schaufenster und Visual Merchandising Konzepte weiter vorangetrieben.

„Sortimentsseitig,“ so Geschäftsführer Einkauf, Ralph Hürlemann, „ist mehr Farbe und Sportivität unsere wichtigste Erneuerung. Wir haben die Walbusch Stilistik geschärft und ihr eine eigene Handschrift verpasst. Weiterhin achten wir sehr stark auf die Details hinsichtlich Tragekomfort, Material- und Fertigungsqualität sowie spezielle Produktvorteile. Als emotionale Speerspitze sehe ich unsere neue Walbusch-Heimatkollektion: besonders hochwertige, in Europa gefertigte Produkte.“

## **Auch 2020 hat Walbusch viel vor**

Passend zum thematischen Schwerpunkt der neuen Kampagne „Walbusch - für Alle die was vorhaben“, hat auch Walbusch einiges vor. Gesellschafter und Geschäftsführer Christian Busch kommentiert: „Walbusch will 2020 als Gruppe weiter wachsen. Betrachtet man das Marktumfeld, ist dieses Ziel ambitioniert. Im stationären Modehandel in Deutschland sind die Umsätze das vierte Jahr in Folge gesunken. Wir haben überzeugende Strategien entwickelt, in die wir auf Basis der gesunden wirtschaftlichen Lage investieren können.“ Für die Hauptmarke Walbusch setzt das Unternehmen auf ein deutlich modernisiertes Sortiment – auch für die Dame – und emotionalisierende Kommunikation. Erklärtes Ziel ist weiterhin: Exzellenz in allen Kundenkontakten des Multichannel-Anbieters.

Was die Tochterunternehmen **Mey & Edlich** sowie **Avena** angeht, sind diese weiterhin im Aufwärtstrend. Männermodeanbieter Mey & Edlich konnte nach mehreren positiven Jahren erfolgreich weiter wachsen. Der Gesundheitsversand **Avena** hat seine kontinuierliche Erfolgsstory im Markt gesundheitsnaher Produkte fortgesetzt. Und **LaShoe**, jüngste Marke im Portfolio, die sich auf modische Schuhe für empfindliche Füße mit Hallux valgus spezialisiert hat, entwickelt sich im zweiten Geschäftsjahr erwartungsgemäß positiv.

### **Mehr zur Walbusch Gruppe**

Das Familienunternehmen mit Sitz in Solingen spricht mit den Marken Walbusch, Mey & Edlich, Avena und LaShoe unterschiedliche Kunden an. Die Hauptmarke Walbusch steht für zeitgemäße, hochwertige und bequeme Kleidung mit besonderen Details und Ausstattungen. Der Schwerpunkt des Sortiments liegt auf sportlich-klassischer Damen- und Herrenmode für Menschen, die das Leben genießen, gern unterwegs sind und für jeden Anlass passend angezogen sein wollen. Eines der Kernprodukte der Marke Walbusch und zuverlässiger Ausgangspunkt für ein gelungenes Männer-Outfit ist das Hemd. Seit langem ein richtiger Bestseller ist der Walbusch-Kragen ohne Knopf, der Freiheit am Hals mit einem stilsicheren Smart-Casual Look vereint.

Walbusch bietet den kompletten Service eines Multi-Channel-Anbieters: Neben der Auswahl aus den regelmäßig erscheinenden Katalogen können Kunden über den Online-Shop bestellen oder eines der deutschlandweit über 40 Fachgeschäfte besuchen. 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  
Chantal Kasper  
Telefon: (0212) 2060-148

[chantal.kasper@walbusch.de](mailto:chantal.kasper@walbusch.de)



Von links nach rechts: Christian Busch (Gesellschafter und Geschäftsführer), Ralph Hürlemann (GF Einkauf), Frank Reuber (Kaufmännischer GF), Marcus Leber (GF Marketing & Vertrieb)