

Walbusch Gruppe schliesst das Geschäftsjahr 2021 mit einem Umsatzwachstum von +16,3% ab

Die Walbusch Gruppe mit den Marken Walbusch, Avena, Mey&Edlich sowie LaShoe konnte den Umsatz im Geschäftsjahr 2021 um +16,3% z.Vj. steigern. Alle Marken haben zweistellig zum Wachstum beigetragen. In Summe wurde ein Umsatz von 429 Mio. € erwirtschaftet (Vorjahr 369 Mio. €). Das absolut höchste Wachstum erreichte die Kernmarke Walbusch, vertreten in den Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz, trotz erheblicher, coronabedingter Umsatzverluste im Filialgeschäft.

Hauptgesellschafter Christian Busch kommentiert das Ergebnis: „Wir sind weiterhin sehr dankbar, dass wir trotz der weltweiten Corona-Pandemie auch im zweiten Krisenjahr unsere ambitionierten Ziele übertreffen konnten. Uns ist bewusst, dass dieses erfolgreiche Abschneiden in einem gesellschaftlich, sozial und gesamtwirtschaftlich verheerendem Jahr keine Selbstverständlichkeit ist. Daher gilt der Geschäftsführung, dem Führungstem und allen Walbusch Mitarbeitern in sämtlichen Fachbereichen mein größter Dank. Der in 2018 gestartete Transformationsprozess geht bislang auf. Das unternehmerische Vertrauen in die Strategie und die handelnden Teams, welches mit massiven Investitionen in die Marke, die Infrastruktur und die Personalstärke verbunden war, zahlt sich aus.“

TV-Werbung unterstützt positive Markenwahrnehmung

Zur erfreulichen Umsatzentwicklung äußert sich Marcus Leber, Geschäftsführer Marketing & Vertrieb: „Die Säulen des Erfolges sind unsere Marken- und Digitalisierungsstrategie. Die Marke Walbusch gewinnt kontinuierlich an Aufmerksamkeit und Relevanz. Unser Markenkern passt sehr gut zu den – auch durch Corona – veränderten Werteprioritäten und der daraus resultierenden Kauf- und Bindungsbereitschaft der Konsumenten. Den dadurch gewonnenen Traffic können wir online immer besser in Umsatz und Loyalität wandeln. Auch für uns überraschend konnten wir die wirklich massiven Umsatzverluste in unseren 42 Filialen im Katalog-getriebenen online-Geschäft mehr als ausgleichen. Einen großen Beitrag hierzu hat ein hoher Ausbau der Neukunden geleistet und ist sicherlich auch auf zwei gelungene TV-Kampagnen zum richtigen Zeitpunkt zurückzuführen. Zukünftig setzen wir auf ein wieder erstarktes Filialgeschäft und werden dieses durch eine Modernisierung des Ladenbaus sowie gezielte Neueröffnungen unterstützen.“

Lieferfähigkeit trotz schwieriger Beschaffungssituation

Ein äußerst wichtiger Baustein für die gute Umsatzentwicklung war die Meisterung der Herausforderungen auf der Beschaffungsseite. Ralph Hürlemann, Geschäftsführer Einkauf, kommentiert die angespannte Situation: „Wir sind im Versandhandel aufgrund der fixen Erscheinungstermine unserer Kataloge extrem auf pünktliche Lieferungen unserer Lieferanten und eine hohe Warenverfügbarkeit angewiesen. Durch die komplette Sprengung der Lieferketten von den reinen Stoffen über die Produktion und die Verschiffung gab es keinerlei Stabilität und Planungssicherheit. Die hohe Nachfrage nach den neuen Kollektionen hat uns natürlich sehr gefreut, die Herausforderung einer hohen Verfügbarkeit aber nicht erleichtert. In Summe haben wir trotz aller Schwierigkeiten gut geliefert und ebenso gut abverkauft. Daher konnten wir für die 22er Saisons wieder in hohe Neuigkeitsgrade und innovative Sortimentsthemen investieren“.

Neues Logistikzentrum unterstützt die Wachstumsstrategie

In Summe zieht auch Frank Reuber, Kaufmännischer Geschäftsführer, eine positive Bilanz: „Die positive Umsatzentwicklung wurde organisch herbeigeführt. Wir mussten weder durch Rabatte noch durch andere Zusatzaktionen Nachfrage künstlich verstärken. Die Transformation des Unternehmens geht nun in die nächste Phase. Nach Marke, Sortiment und Touchpoints zum Kunden sind wir mitten in der Renovierung unserer Infrastruktur. Unser wichtigstes und auch historisch betrachtet wahrscheinlich größtes Projekt ist die Integration der vom Gesellschafter erworbenen Lagerlogistik „Ravenna Park“ von Gerry Weber. Gleichzeitig modernisieren wir unsere gesamte IT-Infrastruktur basierend auf einem eigenen ERP-Kern und fachbereichsspezifischen „best-of-breed“-Lösungen. Der Umbau des Unternehmens in einer starken Wachstumsphase ist auch für den HR-Bereich eine große Herausforderung. Wir haben in den letzten beiden Jahren knapp 100 Menschen neu eingestellt und suchen auch in diesem Jahr qualifiziertes Fachpersonal zur Bewältigung der vielen Projekte.

Vorsichtige Planung in weiterhin unberechenbaren Zeiten

Abschließend äußert sich der Hauptgesellschafter Christian Busch zu den weiteren Aussichten und Plänen der Gruppe: „Wir planen weiterhin umsichtig die Entwicklung der Gruppe in diesen schwierigen Zeiten. Aktuell können wir zwar grobe strategische Entwicklungen festlegen, aber sicherlich keine konkreten Annahmen treffen, wann wir wieder eine Normalität erreichen – und wie diese dann aussieht. Daher wären wir froh, dieses hohe Niveau bei der Marke Walbusch auch in 2022 halten zu können und zumindest mit dem Stationärgeschäft und den Tochtergesellschaften Wachstumsimpulse liefern zu können.“

Walbusch im Profil:

Walbusch wurde 1934 als Versandhandel in Solingen gegründet. Seit den 60er Jahren hat sich das Unternehmen einen Namen für gute Hemden gemacht. Heute bietet Walbusch ein Vollsortiment qualitativ hochwertiger Männer- und Damenmode. Ausgehend vom Katalogangebot bietet Walbusch den kompletten Service eines Multi-Channel-Anbieters: Der Kunde kann telefonisch bestellen, bequem in den Online-Shops kaufen oder sich in einem der über 40 Walbusch-Fachgeschäfte beraten lassen. Hinzu kommt das Hauptgeschäft in Solingen, das auf 1.500 qm das gesamte Sortiment zeigt. In der Walbusch-Gruppe sind etwa 1.100 Mitarbeiter beschäftigt.

Tochtergesellschaften/Marken:

Seit 1989: Walbusch Österreich, Dornbirn/Vorarlberg (www.walbusch.at)

Seit 1994: Walbusch Schweiz, Widnau/St. Gallen (www.walbusch.ch)

Seit 1999: Avena, Bad Kreuznach (www.avena.de)

Seit 2007: Mey & Edlich, Leipzig (www.mey-edlich.de)

Seit 2016: La Shoe, Düsseldorf (www.lashoe.com)

	U m s a t z (in Mio. Euro)		
	Gesamt	Inland	Ausland
2019	346,5 (+ 8,2%)	313,0 (+ 8,7%)	33,5 (+ 4,3%)
2020	369,0 (+ 6,5%)	331,0 (+ 5,8%)	38,0 (+13,4)
2021	429,0 (+16,3%)	389,5 (+17,7%)	39,5 (+3,9%)
Plan 2022	460,0 (+7,2%)	419,5 (+7,7%)	40,5 (+2,5%)

Geschäftsführung: Christian Busch (Vorsitz), Ralph Hürlemann,
Marcus Leber, Frank Reuber
Gesellschafter: Christian Busch, Thomas Busch
Vorsitzender des Beirats: Carel Half

Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG, Martinstraße 18, 42655 Solingen
Kommanditgesellschaft, Registergericht Wuppertal HRA 19530
Pers. haftende Gesellschafterin: Walbusch-Beteiligungsgesellschaft mbH Solingen
Registergericht Wuppertal HRB 14830

Pressekontakt

Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG, Martinstraße 18, 42655 Solingen
Christina Schlabach
Telefon: (0212) 2060-3302
christina.schlabach@walbusch.de