

Medienmitteilung

Uznach, 14. Juli 2020

Start unter veränderten Bedingungen für den Schuhspezialisten mit Sitz in Uznach SG

Vögele Shoes setzt verstärkt auf digitale Schiene – in den Stores und online

Die Schweizer Traditionsmarke Vögele Shoes setzt in Zukunft verstärkt auf eine umfassende Omnichannel-Strategie. Im Fokus stehen dabei klar der Kunde, fortschrittliche Technologien sowie attraktivere Kollektionen. Im Lockdown erarbeitete die Karl Vögele AG – zusammen mit der Unternehmensberatungsfirma KPMG – die neue strategische Ausrichtung des Unternehmens. Der Plan zum Erfolg wurde in enger Kooperation mit den Gesellschaftern der Karl Vögele AG erarbeitet.

Die anhaltende Krise um das Corona-Virus beeinflusst den Schweizer Detailhandel erheblich. Damit die traditionsreiche Karl Vögele AG weiterhin konkurrenzfähig bleiben kann, hat der Schuhhändler die relevanten Veränderungen und Trends im Konsumverhalten umfassend analysiert. Bereits während des Lockdowns im April nahm das Unternehmen eine Marktanalyse vor, um sich nun noch verstärkt in Richtung Omnichannel-Retailer zu positionieren. Vögele Shoes will den Kundinnen und Kunden vielfältige digitale Touchpoints zur Verfügung stellen, zugleich die Gesamtzahl seiner Stores punktuell reduzieren und gleichzeitig in neue, moderne und digitale Stores in regionalen Ballungszentren investieren.

Online-Akzent: neue Website lanciert

Die Umsetzung der neuen Strategie der Karl Vögele AG ist bereits weit fortgeschritten. So wurde im Juni 2020 die komplett neu gestaltete Website mit der «Click & Reserve»-Funktion lanciert. Weitere Neuerungen stehen zudem an: Der Online-Shop-Partner eschuhe.ch wird in die Website von Vögele Shoes integriert. Der erfolgreiche Webshop bietet nebst der umfassenden Palette von Vögele Shoes-Eigenmarken wie Gosoft, Roberto Santi oder Everest weitere 500 Schuhmarken an. Damit der Schuhspezialist das Verhalten seiner Kundinnen und Kunden besser versteht, setzt das Unternehmen fortschrittliche und digitale CRM-Lösungen ein. Dies ermöglicht eine zielgruppenspezifische Kommunikation mit massgeschneiderten Angeboten für jeden einzelnen Kunden. «Wir transformieren uns zurzeit in ein datengetriebenes Unternehmen und können so noch stärker die Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten

zielgerichtet abbilden. Wir sind sowohl im Bereich E-Commerce als auch in den sozialen Medien aktiver, da dies einer der effektivsten Wege ist, um das Vertrauen in unsere gut etablierte Marke auszubauen», erklärt Wojciech Bańkowski, COO der Karl Vögele AG.

Attraktivere Stores mit E-Technologie

Die neuen Stores stehen voll und ganz im Zeichen des Produkts und werden zusätzlich mit topmodernen digitalen Elementen ausgestattet. Dies sind digitale Helfer, welche ermöglichen, das Schuhprodukt und die Fussform des Kunden zu scannen, um diesem den Einkauf zu erleichtern. Selfcheckout-Kassen sind ebenfalls geplant. «Wir beobachten, dass unsere Kunden im Online-Shop einen deutlich höheren Warenkorbwert als im stationären Handel haben. Dennoch glauben wir weiterhin an den Verkauf in den Stores. Wir setzen auf neue, moderne und zeitgemässe Läden und eröffnen weiterhin neue Standorte. Dies zeigt das jüngste Beispiel in Schattdorf in Uri, wo wir seit Juli am Start sind. Nichtsdestotrotz steht der stationäre Einzelhandel generell derzeit aufgrund niedrigerer Frequenzen im Zusammenhang mit der COVID-19-Krise unter erheblichem Druck», so Max Bertschinger, CEO der Karl Vögele AG. Das Unternehmen rechnet in Zukunft schweizweit mit rund 100 erstklassigen Stores. Voraussetzung dafür sind Verhandlungen neuer Mietverträge. Karl Vögele AG strebt wie alle Marktteilnehmer im Gespräch mit den Vermietern ein System an, das fairer und stärker umsatzbezogen ausgeformt ist.

Die neue Strategie beinhaltet ebenso eine marktorientiertere Auswahl an Produkten. Das Experten-Team lanciert deshalb bereits im August eine progressive Herbst-Winter-Kollektion. Ebenso ist das Team von Vögele Shoes bereits mitten in den Vorbereitungen für die Frühling-Sommer-Kollektion 2021. «Die Karl Vögele AG verfügt über eine sorgfältig aufbereitete strategische Langfristplanung. Wir wollen die traditionsreiche Identität und damit die bekannte Marke Vögele Shoes einerseits stärken und uns andererseits als Vorreiter für fortschrittliche technologische Lösungen im Markt etablieren. Diese Massnahmen sollen es der Karl Vögele AG ermöglichen, im Jahr 2021 einen positiven EBITDA zu erzielen», hält Max Bertschinger, CEO/CFO der Karl Vögele AG, fest.



Der neue Vögele Shoes Store in Schattdorf empfängt die Kunden mit dem neuen Ladenkonzept. Im Bild: bereits eröffneter Store in Haag.



Hipp, zeitgemäss und minimalistisch lautet die Devise des Traditionsunternehmens Karl Vögele AG. Hier am Beispiel des umgebauten Stores in Haag.

Medienkontakt

c/o Panta Rhei PR, Reto Wilhelm

Tel. +41 44 365 20 20

Email: info@pantarhei.ch

Über die Karl Vögele AG:

Die Karl Vögele AG ist ein Schweizer Familienunternehmen mit Hauptsitz in Uznach/SG. Das Unternehmen verfügt mit den Marken Vögele Shoes, Bingo und Max Shoes über ein attraktives Portfolio an Damen-, Herren-, Kinder- und Sportschuhen in sich ergänzenden Segmenten. Die Gruppe beschäftigt rund 1'000 Mitarbeitende.

Über CCC Group:

Die CCC-Gruppe ist eines der am schnellsten wachsenden, grossen Schuhunternehmen in Europa und gleichzeitig einer der grössten Schuhhersteller der Region. Mittels eobuwie.pl SA ist CCC in Mittel- und Osteuropa auch im E-Commerce-Bereich strategisch breit aufgestellt und führend. Heute erreicht sie bereits über 30% ihres Umsatzes online, mittelfristig soll dieser Anteil auf 40% wachsen. Die CCC-Gruppe verfügt über ein Netz von über 1'200 Filialen mit einer Fläche von rund 750'000 m² und ist in 29 Ländern Europas mit Offline- und Online-Kanälen tätig. Die CCC-Gruppe verfügt über zwei eigene Fabriken für Lederschuhe in Polen, beschäftigt knapp 16'000 Mitarbeitende und verkauft jährlich rund 70 Millionen Paar Schuhe. Im Jahr 2019 erzielte die Gruppe einen Umsatz von 5,8 Mrd. PLN (ca. 1.3 Mrd. EUR). Das Unternehmen ist seit 2004 an der Warschauer Börse kotiert.