

09.01.2014 – 10:40 Uhr

Manor: Stabiler Umsatz und Gewinn von Marktanteilen

Basel (ots) -

Der Umsatz der Manor Warenhäuser betrug 2013 CHF 2,8 Milliarden und bewegte sich damit auf Vorjahreshöhe. Manor erhöhte ihren Marktanteil um 0,4 Prozent auf rund 61 Prozent und festigte ihre Führungsposition im Schweizer Warenhaussektor. Mit Investitionen von über CHF 80 Millionen in den umfassenden Umbau von sechs Warenhäusern, der Einführung neuer Konzepte und der Weiterführung des Omnichannel-Ansatzes hat Manor ihre Strategie, dem neuen Einkaufsverhalten der Kundinnen und Kunden zu entsprechen, konsequent weiterverfolgt. Die Sportartikel-Kette Athleticum hat erfolgreich eine strategische Neupositionierung eingeleitet, die mit der Renovation von drei Filialen einherging. Die Kette verzeichnete einen Umsatz von CHF 190 Millionen, was einem flächenbereinigten Rückgang um 3,3 Prozent entspricht. Das ungünstige Wetter und ein Jahr ohne sportliche Grossereignisse wirkten sich dabei negativ auf den Umsatz aus.

Mit einem Marktanteil von rund 61 Prozent bestätigte Manor ihre Führung im Warenhaussektor. Zudem festigte die Warenhauskette mit einem Textilumsatz von über CHF 600 Millionen ihre Position als Nummer zwei im Schweizer Textilmarkt. «In den letzten drei Jahren hat sich der Schweizer Detailhandel durch einen stetig wachsenden Einkaufstourismus sowie die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels entscheidend verändert», erklärt Bertrand Jungo, Manor CEO. «Heute lautet die Frage nicht mehr, ob die Leute kaufen, sondern vielmehr, was sie kaufen, wo sie kaufen und wann sie kaufen. In diesem neuen Wirtschaftsumfeld konnte Manor in allen Schlüsselbereichen Marktanteile gewinnen, was uns in der weiteren Umsetzung unserer Strategie 'donnons du style à la vie' bestärkt.»

Verdreifachung des Online-Umsatzes und erfolgreiche Omnichannel-Entwicklung

Markant entwickelte sich der Onlineumsatz, der sich in einem Jahr dank über 8 Millionen Besuchern verdreifachte. Dies ist nicht zuletzt auf den Ausbau des Sortiments der Internetplattform www.manor.ch in den Bereichen Mode, Parfümerie, Spielwaren und Wein zurückzuführen. 2014 wird Manor ihr Onlinesortiment unter anderem um Sportartikel erweitern. Manor führte erfolgreich das Konzept «Click&Collect» ein, das den Kunden erlaubt, ihre Online-Einkäufe in einem beliebigen Manor Warenhaus abzuholen. Dass bereits über 40 Prozent der online erfolgten Bestellungen in den Manor Warenhäusern abgeholt werden, bestätigt die Relevanz dieses strategischen Aspekts der Omnichannel-Entwicklung. Im September 2013 lancierte Manor als erste Schweizer Detailhändlerin ein System für mobiles Bezahlen. Damit trug sie der starken Vernetzung des Schweizer Marktes mit aktuell über 3,7 Millionen Smartphones und 1,7 Millionen Tablets Rechnung.

Warenhausumbauten weiter vorangetrieben

Ende 2013 umfasste die Manor-Warenhauskette 64 Warenhäuser. In Liestal hat Manor an einem neuen Standort ein Warenhaus mit einer Verkaufsfläche von 4860 m² eröffnet, welches das bisherige Geschäft ersetzt. Manor Liestal verfügt über einen modernen, neuen Manor Food Markt und setzt die neusten Verkaufskonzepte, insbesondere in den Bereichen Schmuck, Accessoires und Mode, um. Die Warenhäuser in Rapperswil und Monthey wurden umfassend renoviert, letzteres wartet nun mit einem Manora-Restaurant der neusten Generation auf. Gleichzeitig wurden CHF 12 Millionen in das Warenhaus an der Zürcher Bahnhofstrasse investiert, was die Einführung neuer Konzepte, insbesondere für Damenmode, Lingerie und Herrenmode, ermöglichte.

Kontinuierliche Investitionen in neue Konzepte

Im kommenden Frühjahr werden die Umbauten in den Warenhäusern Locarno und Spreitenbach abgeschlossen. Den Kunden wird damit ein neues, ausserordentliches Einkaufserlebnis geboten. Wesentliche Umbauarbeiten finden auch in den Warenhäusern Chavannes-de-Bogis und Pfäffikon sowie im Manor Food Solothurn statt, wo ein Supermarkt nach einem komplett neuen Konzept eröffnet wird. «Diese bedeutenden Investitionen kommen vor allem lokalen Unternehmen zugute. Sie verdeutlichen einmal mehr, dass wir entschlossen sind, unsere Führungsposition im Warenhaussektor auszubauen», ergänzt Bertrand Jungo.

Lancierung des Treueprogramms

Ab Mitte Februar 2014 können alle Manor Kunden vom einfachen und kostenlosen neuen Treueprogramm profitieren. Für jeden mit der Manor Karte bezahlten Einkauf erhält der Kunde einen Einkaufsvorteil in Form eines Bonus-Checks, der in allen Manor Warenhäusern, den Manor Food Märkten sowie in den Manora- und Appunto-Restaurants eingelöst werden kann. «Wir freuen uns, unsere Kunden so für ihre Treue belohnen zu können. Dies veranlasst uns, ihnen Tag für Tag das Beste von Manor anzubieten», schliesst Bertrand Jungo.

Athleticum

Die Sportartikel-Kette Athleticum verzeichnete 2013 einen Umsatz von CHF 190 Millionen, was einem Rückgang von 3,3 Prozent entspricht. Ein schwieriges erstes Quartal mit ungünstigem Wetter und ein Jahr ohne sportliche Grossereignisse wirkten sich dabei auf den Umsatz aus. Mit einem starken Netz von 24 Filialen hat die Kette eine strategische Neupositionierung eingeleitet. In diesem Rahmen wird seit Oktober 2013 in den Filialen Heimberg, Bussigny und St. Gallen ein neues Konzept getestet, welches im Frühjahr an allen Standorten eingeführt werden soll. Athleticum positioniert sich als Multispezialist des Sports mit dem Slogan «Home of sports».

Kontakt:

Manor AG
Elle Steinbrecher
Corporate Communications
Tel. 061 694 22 22
media@manor.ch
www.manor.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001185/100749525> abgerufen werden.