

23.01.2015 – 14:00 Uhr

Manor 2014 mit leichtem Umsatzrückgang - starke Steigerung im E-Commerce

Basel (ots) -

Im Jahr 2014 erwirtschafteten die Manor Warenhäuser einen Umsatz von CHF 2,72 Milliarden (2013: CHF 2,8 Milliarden). Flächenbereinigt entspricht dies einem Umsatzrückgang von 2,4 Prozent. Mit substantiellen Beträgen von über CHF 80 Millionen in neue Warenhauskonzepte sowie in den Onlinebereich investierte Manor für ihre Kunden weiter in das Einkaufserlebnis auf allen Kanälen.

2014 war für Manor ein herausforderndes Jahr ohne Expansion (64 Warenhäuser wie im Vorjahr) und mit leicht reduzierter Verkaufsfläche. Auf vergleichbarer Fläche ging der Umsatz gegenüber Vorjahr um 2,4 Prozent zurück, gesamthaft betrug der Umsatzrückgang rund 2,9 Prozent.

Die Neuausrichtung der Organisation auf eine Integration aller Kanäle - Warenhäuser und Online - gestaltete sich sehr aufwendig. Manor erwartet, dass sich diese Anpassungen ab 2015 positiv auf den Umsatz auswirken.

Im für Manor wichtigen Textilsektor gelang es dem Unternehmen trotz ungünstiger Wetterbedingungen mit über CHF 600 Millionen Umsatz den zweiten Rang auf dem Schweizer Textilmarkt erfolgreich zu verteidigen.

Im wichtigen letzten Monat des Jahres konnten die Kundenfrequenz und der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr erhöht werden. «Die Steigerung im umsatzstarken Dezember ist ein positives Signal und bestätigt, dass unser Angebot bei unseren Kunden ankommt», kommentiert Manor CEO Bertrand Jungo diese Entwicklung. Diese Einschätzung wird auch von aktuellen Kundenumfragen gestützt, in denen Manor bei den Kriterien inspirierend und spannendes, bereicherndes Einkaufserlebnis unter allen Mitbewerbern an erster Stelle genannt wird. Bertrand Jungo: «Unser Ziel ist es, die Erwartungen unserer Kunden zu übertreffen - dank ständiger Innovation sehen wir uns auf einem guten Weg.»

Onlineoffensive verstärkt

Im Onlinebereich auf www.manor.ch betrug die Umsatzsteigerung insgesamt 30 Prozent, im Monat Dezember sogar 80 Prozent. Diese Steigerung ist auf die kontinuierliche Erhöhung der Attraktivität der bestehenden Sortimente im Bereich Mode, Parfümerie, Spielwaren und Wein sowie die Einführung von Sportfashion und Sportschuhen zurückzuführen. Bereits über 50 Prozent der Onlinebestellungen werden im Rahmen des Konzepts «Click&Collect» von den Kunden in einem Manor Warenhaus ihrer Wahl abgeholt. Dieser für die Kunden kostenlose Service ermöglicht es zum Beispiel, Kleidungsstücke vor Ort anzuprobieren und bei Bedarf sogleich umzutauschen oder zurückzugeben. Kunden kleinerer Filialen profitieren auf diese Weise auch von dem grossen Sortiment im Onlineshop. Im November 2014 wurde die Next Day Delivery lanciert, was für die Kunden bedeutet, dass Produkte, wenn sie bis 10 Uhr bestellt worden sind, am nächsten Tag geliefert werden.

Die Onlineoffensive wird mit Investitionen in personelle und technische Ressourcen weiter verstärkt. Dazu gehören ein eigenes Entwicklerteam, um flexibler auf technische und konzeptionelle Anforderungen eingehen zu können, weitere Investitionen in die Logistik und die konsequente Ausrichtung der Onlinestrategie auf die mobile Nutzung des Angebots. Die Kunden dürfen sich auf weitere neue Sortimente freuen, so zum Beispiel Multimedia-Produkte ab März 2015, Bijouterie-Artikel ab Herbst 2015 sowie ein ausgewähltes Home-Sortiment zu Beginn des nächsten Jahres.

Kontinuierliche Investitionen in die Warenhäuser

Mit Investitionen von über 80 Millionen Franken jährlich setzt Manor weiterhin ihren Anspruch in die Tat um, ihren Kunden stets moderne und spannende Verkaufsflächen zu bieten. Die Warenhäuser in Spreitenbach, Locarno, Pfäffikon und Chavannes wurden 2014 komplett renoviert und nach den neusten Konzepten gestaltet. In Bachenbülach erfolgte im November 2014 der Spatenstich für ein gemeinsames Center von Manor und Jumbo, das im Frühling 2016 eröffnet wird. Im Flagship Manor Genf wurde in eine neue hochwertige Bijouterie- und Uhrenabteilung investiert. Im gleichen Haus fließen 2015 rund vier Millionen Franken in die Neugestaltung der Herren- und Sportabteilung.

Strategische Weiterentwicklung Manor Food

Der Manor Food Markt in Chavannes-de-Bogis wurde auf Mitte November 2014 komplett neu eingerichtet und organisiert und verzeichnet seitdem eine signifikante Umsatzsteigerung. Entsprechend soll dieses Konzept in weiteren Manor Food Märkten zur Anwendung kommen. 2015 sind dafür grössere Investitionen vorgesehen, unter anderem für die Neugestaltung der Manor Food Märkte in Solothurn und Emmen. Das ebenfalls in Chavannes-de-Bogis erfolgreich erprobte Restaurationskonzept wird in fünf weiteren Manora Restaurants multipliziert. Manor Food antizipiert und bedient die Kundenbedürfnisse durch Differenzierung und Erschwinglichkeit. Dazu zählen ein innovatives Produktangebot mit vielen Eigenentwicklungen, zum Beispiel unter der Marke «hausgemacht», die erfolgreiche Partnerschaft mit lokalen Produzenten, das Biosortiment unter der Marke «Bio Natur Plus» sowie ein anregendes Ladenkonzept und die Berücksichtigung der neusten Food-Trends.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Manor AG
Elle Steinbrecher
Head of Corporate Communications
Tel. +41 61 694 22 22
media@manor.ch
www.manor.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001185/100767613> abgerufen werden.