



Chicorée Pressemitteilung

11. Januar 2024

## Chicorée erreicht im Jahr 2023 einen neuen Rekordumsatz

Die Chicorée Gruppe steigert den Gesamtumsatz im Jahr 2023 um 3% auf 189 Millionen CHF und erzielt damit auch nach 2022 erneut den bisher höchsten Umsatz in der gesamten Unternehmensgeschichte.

Während einer nach wie vor schwierigen Marktsituation, insbesondere im Detailhandel, bedingt durch Zurückhaltung beim Konsum und steigende Lebenshaltungskosten, konnte Chicorée auch während des Jahres 2023 wieder zulegen und erreicht mit den neu eröffneten Filialen die Zahl von 180 Standorten.

„Es erfreut uns sehr, dass wir nach dem starken Jahr 2022 auch das vergangene Jahr 2023, trotz Konsumflaute und der Inflation, erneut ein Rekordergebnis ausweisen können. Das vergangene Jahr wurde durch einen verzögerten Saisonstart geprägt. Die Sommerkollektion verkaufte sich dadurch erst während den Monaten Juni und Juli besonders gut. Der Herbstbeginn verlief eher schwierig, dies auf Grund der sehr langanhaltenden und warmen Temperaturen. Das Weihnachtsgeschäft lief wiederum sehr erfreulich. Für das nun angelaufene Jahr 2024 rechnen wir mit einer Erholung der Rohstoffpreise und einer Normalisierung der Lieferkette, jedoch mit einer anhaltenden gedämpften Konsumentenstimmung und einer gemässigten Inflation.“ so Thomas Ullmann, CEO der Chicorée Gruppe.

2023 wurden 4 neue Filialen eröffnet. Neu zählt die Chicorée Gruppe 180 Standorte in allen Landesteilen der Schweiz und beschäftigt über 900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

### Neue Generation auf Erfolgskurs

2020 trat Jörg Weber, Inhaber und Gründer der Schweizer Modekette Chicorée, nach über 38 Jahren operativer Tätigkeit in den Verwaltungsrat zurück und übergab die Geschäftsführung an den neuen CEO Thomas Ullmann und die beiden Söhne Pascal Weber und Mathias Weber, welche durch ihre neuen Funktionen als Co-CEOs in die Geschäftsführung eintraten.

Auch das dritte Geschäftsjahr für Chicorée unter der neu aufgestellten Geschäftsführung zeigt sich sehr erfolgreich. „Innovationen in allen Abteilungen und der konzentrierte Fokus auf das Produkt und den Kunden treiben das Wachstum von Chicorée voran“, sagt Thomas Ullmann.

### Innenstadtlagen unter Druck, Bahnhöfe wieder hochfrequentiert

Im Jahr 2023 sind die Innenstadtlagen unter Druck gekommen. Agglomerationen und Fachmarktlagen haben hingegen zugelegt. Die höchsten Quadratmeterumsätze und Pluszahlen werden wieder neu an den Bahnhöfen realisiert.

### Fokus auf Ausbau des Kundenprogramms und Onlineshops

2024 wird auf das Kundenprogramm und die Personalisierung der Kundenkommunikation fokussiert. Der Onlineshop wird auf den Grossteil des Sortiments ausgebaut und neue Omnichannelservices wie beispielsweise Click & Collect sind geplant (Produkte online reservieren und in der Filiale bezahlen bzw. abholen). Die Investitionen in die Technologie und die Omnichannelstrategie tragen Früchte durch stärkere Kundenbindung und effizientere Abläufe.

### Weitere Expansion mit Fokus Romandie und Tessin

Für das Jahr 2024 strebt Chicorée weiterhin ein hohes Tempo und weiteres Wachstum an. Es sind 5 bis 10 neue Standorte geplant. Das Chicorée Filialnetz deckt bereits den grössten Teil der Schweiz ab. Die Expansion wird nach wie vor allem in der Region Romandie und Tessin fortgesetzt.