



Presse-Mitteilung:

Im Wachstum flexibel:

engbers setzt auf eigene Expansionsstrategie

Die „goldenen Zeiten“ im textilen Einzelhandel scheinen längst vorbei zu sein. Das Männermodeunternehmen engbers trotz diesem Trend mit einer ausgefeilten Expansionsstrategie.

Die Expansionsbilanz der letzten 15 Jahre bei engbers liest sich wie ein Best-Practice-Handbuch: Man nehme die Karte des deutschen Filialnetzes, markiere „weiße Flächen“, recherchiere die Expansionsmöglichkeiten, die Einkaufsfrequenzen, die jeweils örtliche Immobilienlandschaft und eröffne Jahr für Jahr rund 10 bis 15 neue Filialen an ausgewählten Wunsch-Standorten. Genauso ging das vom Stammsitz in Gronau aus agierende, erfolgreiche Männermodeunternehmen engbers bisher vor. Umfasste das Filialnetz im Jahr 2005 noch 200 Filialen, sind es heute mehr als 300. Insbesondere in Süddeutschland, Österreich und in den neuen Bundesländern entstanden zahlreiche erfolgreiche neue Standorte. „Mittlerweile ist unser Filialnetz in Deutschland sozusagen flächendeckend“, so Christoph Heckmann, der bei engbers als Mitglied der Geschäftsleitung die Bereiche Expansion, Vertrieb und Controlling verantwortet.

Mit Blick auf die neuen besonderen Herausforderungen im stationären textilen Einzelhandel und das geänderte Konsumentenverhalten hat engbers seine Expansionsstrategie mit Augenmaß und Weitblick angepasst. „Bauvorhaben bei Shopping-



Centern stagnieren heute. Wir haben eine gewisse Marktsättigung erreicht. Gleichzeitig nimmt die Leerstandsproblematik in Klein- und Mittelstädten zu. Da müssen wir sorgfältig abwägen und kreative neue Konzepte entwickeln“, erklärt Heckmann weiter.

Neue Expansionsmöglichkeiten sieht engbers für seine Flagship-Stores. Diese erweitern das engbers-Portfolio mit einer Fläche von rund 200 qm. Die Leitidee der Flagship-Stores ist es, ein neues emotionales Einkaufserlebnis zu vermitteln, für das die Modemarken engbers und emilio adani gemeinsam auftreten. Der Kunde erlebt mehr Auswahl, die Filiale zielgruppenübergreifend mehr Frequenz. Flagship-Stores an Standorten wie zum Beispiel Leipzig, Rostock, Regensburg und Bochum bestehen bereits. Die gesammelten positiven Erfahrungen motivieren zum Weitermachen.

Um die wirtschaftliche Solidität des Unternehmens durch das notwendige Wachstum zu erhalten, ist engbers nicht abgeneigt, weitere neue Wege zu gehen. So wird derzeit die Expansion über Partnerunternehmen getestet, um weitere Marktanteile in der deutschen Textilszene zu erobern. Auf sogenannten „Concession-Flächen“ wird bereits an 13 verschiedenen Standorten in Deutschland auf rund 35 qm Verkaufsfläche das engbers- oder emilio adani-Sortiment angeboten.

Das Internetkaufverhalten wird mit dem eigenen Online-Shop bereits seit 2000 aufgefangen und bedient. Auch hier hat engbers die Zeichen der Zeit erkannt und arbeitet an einer stärkeren Verknüpfung von stationärem und Online-Handel.

Die Basis im stationären Modeverkauf bleibt weiterhin das eigene, selbst entwickelte Ladenbaukonzept, das die Outfit-Idee der engbers-Kollektion inszeniert. Ob Flagshipstore oder klassische engbers-Filiale - das engbers-Verkaufsteam ist dabei verbindendes Element zwischen Mode und Kunde und legt mit hoher Motivation

Ihr Ansprechpartner bei weiteren Fragen: C.i.M.PR-Agentur · Gaby Wenning · Finkenstraße 11 · 48691 Vreden · Tel. + 49 (0) 2564 / 98166 · Fax. + 49 (0) 2564 /98167 · mobil + (40) 172 53 03 405 · info@cim-pr.de · www.cim-pr.de



den Grundstein zum Erfolg, wie erst die jüngst in FOCUS Spezial veröffentlichte Umfrage belegt: 70.000 Arbeitnehmer haben engbers in einer repräsentativen Befragung zum besten mittelgroßen Arbeitgeber Deutschlands im Bereich Bekleidung gekürt.



Über Engbers GmbH & Co. KG

IMMER NOCH EIN FAMILIENUNTERNEHMEN. TYPISCH ENGBERS

engbers ist ein Familienunternehmen, das seit fast 70 Jahren an seinem hohen Qualitäts- und Serviceanspruch festhält. Am Hauptsitz im münsterländischen Gronau und den über 300 engbers Filialen in Deutschland und Österreich werden mehr als 1.700 Mitarbeiter beschäftigt.

Das Denken und Handeln ist von Verbindlichkeit und Verantwortung geprägt. Das zeigt sich nicht nur im sozialen Engagement der Bernhard-Bosch-Stiftung, sondern auch in der langjährigen Zusammenarbeit mit sorgfältig ausgewählten Lieferanten, die nach internationalem Standard zertifiziert und wegweisend in ihrem fairen und vertrauensvollen Umgang auf den internationalen Beschaffungsmärkten tätig sind.

MÄNNERMODE FÜR DEUTSCHLAND UND ÖSTERREICH

Die engbers Erfolgsgeschichte beginnt mit einem Kleidungsstück, das in keinem Schrank fehlen darf: dem Hemd. In den 1960ern eröffneten die ersten engbers Hemdenläden und schon damals wusste man Passform, Material und Verarbeitung zu schätzen. In Sachen Hemden machte engbers keiner was vor. Schnell wurde engbers zu Deutschlands größtem Hemdenhersteller mit über 75 Filialen. Bei einer so ausgeprägten Kernkompetenz ist es auch klar, dass heute noch in jeder engbers-Kollektion Hemden eine besonders wichtige Rolle spielen.

engbers hat sich von Deutschlands größtem Hemdenhersteller konsequent zu einer der führenden Männermodemarken entwickelt. Warum engbers das von sich behaupten kann? Weil engbers schon vor fast 70 Jahren entdeckt hat, dass jede der Kollektionen Stoff gewordene Sorgfalt, Tradition und Leidenschaft ist. engbers ist heute die Nummer

Ihr Ansprechpartner bei weiteren Fragen: C.i.M.PR-Agentur · Gaby Wenning · Finkenstraße 11 · 48691 Vreden · Tel. + 49 (0) 2564 / 98166 · Fax. + 49 (0) 2564 / 98167 · mobil + (40) 172 53 03 405 · info@cim-pr.de · www.cim-pr.de



Eins für sportive „Männermode zum Wohlfühlen“ – nachhaltig und verantwortungsvoll produziert nach höchsten Standards.

Shopping bei engbers ist immer ein Erlebnis. Entweder im riesigen Online-Shop oder in einer der mehr als 300 Filialen. Und von wem könnte man sich charmanter beraten lassen, als von einer der über 1.800 Mitarbeiter/-innen, denen nichts mehr Freude macht, als Mode, an den Mann zu bringen?

Weitere Informationen: <http://www.engbers.com>



ÜBER emilio adani:

emilio adani ist Mode für das Stadtabenteurer

Seit 2009 gibt emilio adani mit einer eigenen starken Kollektion für jeden Saisonzeitpunkt in den Metropolen spannende Antworten. Dabei verrät schon der Name: emilio adani ist im Ursprung von Italien inspiriert. 2005 machte sich ein Kreativteam der erfahrenen Männermodemarke engbers daran, das bis dahin nur für Strickmode bekannte Modelabel „emilio adani“ weiterzuentwickeln. Ziel war es, den italienischen Charme von emilio adani mit den Ansprüchen moderner Männer, die in den Städten und Metropolen der ganzen Welt zu Hause sind, zu verbinden. Auf der ständigen Suche nach dem einzigartigem Neuen in den Metropolen dieser Welt hat sich emilio adani selbst gefunden. emilio adani ist längst eine Marke mit eigener Identität, die ihr Versprechen hält: urban, weltoffen, wandelbar, mutig, innovativ, selbstbewusst, authentisch und männlich.

In einem Punkt sind alle Männer gleich: Keiner ist wie der andere. Doch davon werden es täglich mehr: Lässige-sportive Typen, die ihren eigenen Stil in ihrer Stadt ausleben. Vom City-Jacket bis zum Schuh bietet die Modemarke in 21 eigenen Stores und 20-Shop-in-Shops mit rund Mitarbeitern/innen und natürlich im Online-Shop www.emiloadani.de alles, was dieser Typ Mann im Stadtdschungel zum Erfolg braucht. Mit wandelbaren Stylekombinationen ist emilio adani ganz nah bei seinen Kunden und transportiert das Lebensgefühl der Stadt – lässig, individuell und mit garantiert eigenem Profil. Dafür werden nur beste Materialien ausgesucht und exzellent bis zum letzten Nadelstich verarbeitet.



Was dabei herauskommt, wenn Arbeitnehmer Arbeitgeber bewerten und Mitarbeiter ihre Chefs, zeigt das aktuelle FOCUS-Sonderheft: 70.000 Arbeitnehmer haben engbers in einer repräsentativen Befragung zum besten mittelgroßen Arbeitgeber Deutschlands im Bereich Bekleidung gekürt. In der Kategorie „Bekleidung gesamt in Deutschland“ belegte engbers als Arbeitgeber den 2. Platz. Typisch engbers eben: „Erst der Mensch, dann der Mitarbeiter.“