

Daniel Walder, Geschäftsführer, Schuhhaus Walder AG

CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN

BEIM SCHWEIZER SCHUHMARKT HANDELT ES SICH UM EINEN VERDRÄNGUNGSMARKT, DER VON ZWEI KLAREN BRANCHENLEADERN (DOSENBACH-OCHSNER AG UND KARL VÖGELE AG) ANGEFÜHRT WIRD. AUFGRUND VERSCHIEDENER HERAUSFORDERUNGEN WIRD DAVON AUSGEGANGEN, DASS DER KLASSISCHE STATIONÄRE SCHUHHANDEL AUCH IN DEN KOMMENDEN JAHREN WEITER SCHRUMPT, RESPEKTIVE SICH AUF WENIGER ANBIETER BESCHRÄNKT. DIES ZEIGEN DIE STAGNIERENDEN ODER GAR SINKENDEN UMSATZ-ZAHLEN IM MARKT, WAS AUCH AUF EIN «OVERSTORING» ZURÜCKZUFÜHREN IST, WIE ES AKTUELL GUT BEI DEN SCHWEIZER EINKAUFSZENTREN ZU BEOBACHTEN IST.

Hinzu kommen die Auswirkungen der «Euro-Krise», welche viele ausländische Markenlieferanten dazu bewegten, die Verkaufspreise für den Schweizer Markt zu senken. Dies führte insbesondere bei der Schuhhaus Walder AG, die als Markenanbieter auftritt, zu einer massiven Senkung der Durchschnittsverkaufspreise von über 10 Prozent in den letzten vier Jahren. Diese Angleichung der Schweizer Preise im Vergleich mit dem nahen Ausland wurde aber von der Bevölkerung nicht wahrgenommen, der Einkaufstourismus floriert nach wie vor. Es wird davon ausgegangen, dass rund 10 Milliarden des Schweizer Einkaufsvolumens im Ausland ausgegeben werden, davon rund die Hälfte in grenznahem Gebiet. Dies entspricht einem Abfluss von rund 10 Prozent des Gesamtumsatzes. Die einzelnen Branchen betrachtet, wird das Geld im Ausland ungefähr in 30 Prozent der Fälle für Bekleidung und Schuhe ausgegeben.



ten zu können. So wird das angebotene Sortiment gemäss diverser Marktforschungen als qualitativ hochwertig und den Modetrends entsprechend angesehen. Auch die Breite des Sortiments, die Walder im Erwachsenen-, wie auch im Kinderschuhbereich bieten kann, wird als Vorteil betrachtet.

SICH IN SCHWIERIGEM MARKTUMFELD BEWEISEN
 Weitere steigende Konkurrenz hat der Textil- und Schuhhandel von den Online- und Versandhändlern zu erwarten. Der Distanzhandel ist das aktuelle Zugpferd im Schweizer Detailhandel und legte im Jahr 2013 um knapp 10 Prozent zu, während der stationäre Bereich stagnierte. Auch bei Schuhen war der Aufschwung dieses neuen Vertriebskanals in letzter Zeit enorm. Die Thematik wird sich aufgrund der aufkommenden Nutzung von E-Commerce via Smartphones weiter verstärken, das Internet wird für die Konsumenten bereits heute wie ein normales Ladengeschäft wahrgenommen. Dies führt stationäre Händler vermehrt dazu, die Bedrohung der zunehmenden Verlagerung der Einkäufe aufs Internet mit Multichannel-Strategien einzudämmen.

SCHUHHAUS WALDER: MODISCHES, BREITES SORTIMENT – HOHE QUALITÄT BEI PRODUKTEN UND BERATUNG
 Trotz dieser Vielzahl an Herausforderungen hat die Schuhhaus Walder AG beträchtliche Chancen, sich am Schweizer Markt behaupten zu können.

LEADER IM SCHWEIZER KINDERSCHUHGESCHÄFT
 Zudem hat sich die Schuhhaus Walder AG mit dem Vertriebskanal Walder Junior eine Leaderposition beim Anbieten qualitativ hochwertiger Kinderschuhe geschaffen. Der Paarumsatz innerhalb der Firmengruppe bei den Kinderschuhen liegt bei einem prozentualen Anteil von über 35 Prozent, was für den Schuhfachhandel ausserordentlich hoch ist. Eine weitere Führungsposition nimmt die Schuhhaus Walder AG bei der Beratungs- und Servicequalität ein.

Neben der Beratung im Zusammenhang mit modischen Aspekten, werden die Schuhe auch auf die Passform überprüft, wobei vor allem im Kinderschuhverkauf die richtige Länge und Breite des Schuhs für die Gesundheit des Kinderfusses entscheidend sind. Zu den genannten Vorteilen kommt hinzu, dass die Schuhhaus Walder AG ein Schweizer Familienunternehmen ist, welches auf eine lange Tradition in der Schuhfabrikation und im Detailhandel zurückblicken kann. Weiter befinden sich die Schuhfachgeschäfte meist an gut frequentierten Innenstadtlagen oder Einkaufszentren.

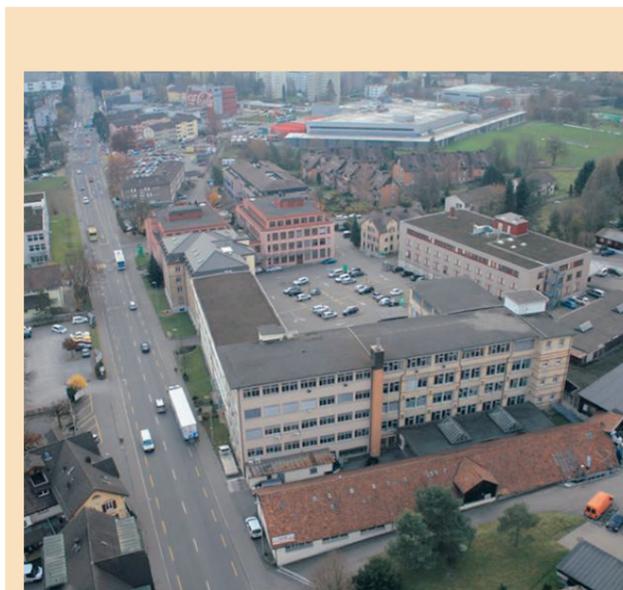
AUSBLICK 2015: UMSETZUNG DER STRATEGIE SOWIE EINFÜHRUNG NEUES LADENKONZEPT
 Um die Herausforderungen des Schweizer Schuhmarktes anzugehen und die genannten Chancen bestmöglich zu nutzen, fokussiert sich die 6. Familiengeneration auf die Umsetzung eines ausgearbeiteten Strategiekonzepts. Im Fokus steht, dass die Kunden die Schuhhaus Walder AG als Anbieter bekannter, modischer und trendiger Marken mit einem guten Preis-/Leistungsverhältnis wahrnehmen. Zu diesem Ziel sollen verschiedene Massnahmen führen, die im Jahr 2015 umgesetzt werden sollen.

Mit dem Umbau der Walder-Schuhfachgeschäfte in Zürich-Oerlikon und in Zürich im Einkaufszentrum Migros City am Löwenplatz wurde bereits das neue Ladenkonzept an zwei Standorten umgesetzt. Dieses besticht durch die Kombination von kühleren Elementen, wie den anthrazitfarbenen gehaltenen Warenträgern auf weissen Wänden sowie warmen Einflüssen, die durch einen hellen Eichenholzboden und LED-Licht erzeugt werden. Das neue Ladenkonzept erlaubt es auch vermehrt, Marken oder einzelne Schuhtypen in Szene zu setzen, womit Walder Schuhe dem Ruf eines Markenhauses gerecht wird. Ausserdem erlaubt die neue Präsentation die Einbindung von Zusatzaccessoires wie Fou-lards, Schals oder Handtaschen. Das neue Ladenkonzept wirkt edel und modern und schafft die richtige Atmosphäre für die Kollektion und die Kundschaft.

NEUES PERSONALFÖRDERUNGSKONZEPT UND STÄRKUNG DER BERATUNGSKOMPETENZ
 Die Schuhhaus Walder AG fokussiert sich zudem auf den Ausbau ihrer Stärken, die in der Beratungs- und Servicekompetenz sowie im Kinderschuhverkauf liegen. Neben dem Ausbau der Schulungen wird auch ein neues Personal-förderungskonzept implementiert, welches zum Ziel hat, interne Karrieren zu forcieren. Die Stärke im Kinderschuhbereich soll weiter ausgebaut werden, wobei neben der entscheidenden Beratung auch neue Hilfsmittel wie zum Beispiel eine «App», die unter anderem einen Fuss-Mess-Pass beinhaltet, eingeführt werden.

WEICHENSTELLUNG FÜR DIE ZUKUNFT: INVESTITIONEN IN LOGISTIK UND E-COMMERCE
 Die Schuhhaus Walder AG möchte ihren Grad an Kundenservice soweit erweitern, dass auch die Walder-Kunden die Möglichkeit haben, neue Kaufkanäle zu nutzen. Daher wird der Einsatz von Multichanneling vorangetrieben, mit dem Ziel, dass die Schuhe übers Internet direkt in der entsprechenden Filiale reserviert, anprobiert und gekauft werden können. Zudem wird eine neue Homepage aufgesetzt, über welche sich die Kunden zukünftig über einen grossen Teil des Sortiments informieren können.

SCHUHHAUS WALDER AG
 Die Schuhhaus Walder AG ist eine Familienunternehmung in der 6. Generation, die im Jahr 1874 als Schuhfabrik gegründet wurde. In Brüttisellen – die Gemeinde ist heute noch Hauptsitz des Unternehmens – wurden fast 100 Jahre lang Schuhe hergestellt, bevor sich die Familie Walder ganz dem Detailhandel verschrieb. Heute ist die Schuhhaus Walder AG ein Handelsunternehmen mit Fachgeschäften im Bereich Schuhe und Accessoires. Neben den klassischen Walder- und Walder Junior-Geschäften ist die Schuhhaus Walder AG auch Franchise-Partnerin der Weltkonzerne Geox und ECCO für den Schweizer Markt. Das Unternehmen beschäftigt heute über 400 Mitarbeitende in 46 Filialen, davon über 50 Lernende.



MEILENSTEINE IN DER UNTERNEHMENSGESCHICHTE

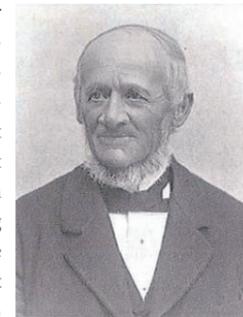
- 1874** Gründung der Knabenanstalt «zur Heimat» und Schuhfabrik in Brüttisellen, durch Caspar Appenzeller (1820-1901), Philanthrop, Seidenindustrieller und Grosskaufmann.
- 1876** Übergabe der Leitung an Appenzellers Schwiegersohn, Pfarrer Heinrich Walder. Die Schuhfabrikation wächst in der Folge sehr schnell.
- 1882** Trennung von Schuhfabrik und Knabenanstalt. Letztere wird ins nahe Baltenswil verlegt. Bis heute führt die «Caspar Appenzeller-Stiftung», vertreten durch den Kanton Zürich und die Nachkommen Caspar Appenzellers, das Jugenderziehungsheim «Landheim Brüttisellen» erfolgreich weiter.
- Um 1900** Hochkonjunktur um die Jahrhundertwende: Grosse Fabrikliegenschaften in Brüttisellen, dem heutigen Walder Areal. Als wichtigster Arbeitgeber der Region werden über 800 Personen beschäftigt und täglich rund 2'000 Paar Schuhe produziert.
- 1929** Einstieg in den Detailhandel
- 1950-1971** Spezialisierung auf modische Damenschuhe; Tagesproduktion von über 3'000 Paar machen Walder nach Bally zum zweitwichtigsten Damenschuhfabrikanten in der Schweiz. Fusion mit Dorndorf GmbH und Stilllegung der Schuhproduktion.
- 1972** Gründung der SCHUHHAUS WALDER AG, als Tochtergesellschaft der WALDER HOLDING AG, eine unabhängige, rein schweizerische Familienaktiengesellschaft; Gründung der Schwestergesellschaft WALIM AG (Walder Immobilien).
- 1988** Neuausrichtung der Marketingstrategie, Positionierung zur Bedienungsfachgeschäfts-kette im oberen Mittelpreissegment
- 1995** Eröffnung des ersten Kinderschuh-Fachgeschäfts WALDER JUNIOR

- 2003** Lancierung der ‚A‘-Wort-Kampagne
- 2004** Franchise-Partnerschaft mit Geox und Eröffnung von Monobrandstores
- 2009** Franchise Partnerschaft mit Ecco und Eröffnung von Monobrandstores
- 2014** 140-Jahre-Jubiläum und Stabsübergabe an die 6. Generation
- Filial-Netz:** 46 Filialen, davon 28 Walder-Filialen (inkl. 5 Walder Junior), 13 Geox Shops und 5 ECCO Stores



Nach 38 Jahren Firmenleitung übergab Hans-Peter Walder vergangenen Jahres die Geschäftsführung an seinen Sohn Daniel Walder. Familie Walder in der 5. und 6. Generation: v.l.n.r.: Daniel Walder, Elisabeth Walder, Martina Walder, Hans-Peter Walder, Sandra Furger

Am 1. Oktober 1874 beginnt mit der Gründung der Knabenanstalt «zur Heimat» in Brüttsellen die Walder-Schuhgeschichte. Nachdem der Seidenindustrielle Caspar Appenzeller, schon seit längerer Zeit Mädchenanstalten mit Erfolg betrieb, um heimatlose Mädchen zu beschäftigen und diese gleichzeitig auszubilden und zu erziehen, wurde mit der Eröffnung der Knabenanstalt etwas Ähnliches für Burschen möglich gemacht. Mit Unterstützung der Schuhfabriken Bally und Aarburg entstand die Schuhwerkstatt und bereits am ersten Tag fertigte der erste Zögling unter Anleitung des Werkmeisters das erste Paar Brüttseller Schuhe an.



Nachdem kurz nach der Gründung der Schwiegersohn Appenzellers, Heinrich Walder, mit der Anstaltsführung beauftragt, wurde er Schuhfabrikant und der Name «Walder» hielt Einzug in die Firmengeschichte. Die Schuhfabrikation wuchs sehr schnell und um die Jahrhundertwende bestanden bereits grosse Fabrikliegenschaften in Brüttsellen, dem heutigen Walder Areal. Als wichtigster Arbeitgeber der Region wurden über 800 Personen beschäftigt und täglich rund 2000 Paar Schuhe produziert.

Geführt von vier Familiengenerationen erlebte die Schuhfabrik in Brüttsellen viele ereignisreiche, mehrheitlich erfolgreiche Jahre. Die Boomjahre nach dem zweiten Weltkrieg, in denen man sich auf die Produktion modischer Damenschuhe in der Mittelpreislage spezialisierte, führten zu einer Tagesproduktion von über 3000 Paar und machten Walder zum zweitwichtigsten Damenschuhfabrikanten in der Schweiz. Der immer grössere Importdruck auf die heimische Schuhindustrie, die Forderung nach höheren Arbeiterlöhnen wie auch der Fachkräftemangel zwangen die Inhaber jedoch zur Fusion, welche schlussendlich 1971 zur Stilllegung der Schuhproduktion führte.

Nach der Fabrikschliessung nutzte die vierte und fünfte Familiengeneration die Chance, die Unternehmung neu auszurichten. Die Produktionsstilllegung ermöglichte insbesondere eine Neuausrichtung des eigenen Schuhdetailhandels, der seit 1929 betrieben wird. Da die wichtigsten Fabrikkunden gleichzeitig auch die bedeutendsten Mitbewerber im Schuhdetailhandel waren, verhiinderten diese mit Boykottdrohungen während Jahrzehnten eine Expansion der damals 16 Filialen umfassenden Walder-Kette. Nach der Betriebsschliessung war für die neu gegründete Schuhhaus Walder AG der Markt für die Expansion frei und es wurde mittels Firmenübernahmen und Neueröffnungen rasch ein schlagkräftiges Filialnetz aufgebaut.



Die endgültige Marktpositionierung erfolgte erst 1988 mit der Umsetzung des neuen Marketing-Konzeptes, das eine klare Profilierung zur Bedienungsfachgeschäftskette im oberen Mittelpreissegment vorschrieb, weiterhin die richtige Positionierung für unseren Familienbetrieb im gesättigten Schuhmarkt Schweiz.

Zusätzlich entwickelte sich Walder zum Nischenplayer. Unter Elisabeth Walder wurde das sehr anspruchsvolle Kinderschuhgeschäft professionell aufgebaut und dank dem Walder Junior-Konzept mit eigenständigen Kinderschuhfilialen, der grössten Kinderschuhauswahl und hervorragendem Kinderschuhservice wurde Walder zum kompetentesten Kinderschuhanbieter im Lande. Als weitere Nische wurde vor zehn Jahren die Eröffnung von Monobrandstores im Franchising für Weltschuhkonzerne wie Geox und später Ecco erkannt. Unser Bild zeigt die neuste umgebaute Filiale an der Zürcher Löwenstrasse.



BMW ZÜRICH