



Die neu renovierte Filiale am Zürcher Löwenplatz besticht durch modernes Design und eine luftige Gestaltung.

Generationenwechsel bei Walder

Stabwechsel bei Walder in der Schweiz. Zugleich setzt das Schuhhandelsunternehmen ein modernes Ladenbaukonzept um.

Nach fast einjährigem Umbau wurde Ende November die Filiale der Schuhhaus Walder AG an der Usterstraße in Zürich eröffnet. Das moderne Ladenkonzept ist Teil der neuen strategischen Ausrichtung von Walder Schuhe unter der Leitung von Daniel Walder, der im August 2014 die Geschäftsführung von seinem Vater Hans-Peter Walder übernommen hat.

Das neue Ladendesign der Walder Schuhgeschäfte besticht durch die Kombination von kühleren Elementen, wie den anthrazitfarbenen Warenträgern auf weißen Wänden sowie warmen Einflüssen, die durch einen hellen Eichenholzboden und LED-Licht erzeugt werden. Zudem erlaubt es auch vermehrt, Marken oder einzelne Schuhtypen in Szene zu setzen, womit Walder Schuhe dem Ruf

eines Markenhauses gerecht wird. Neu ist auch die Einbindung von Zusatzaccessoires wie Foulards, Schals oder Handtaschen. Das neue Ladenkonzept wurde unternehmensintern von Elisabeth Walder entwickelt. Jüngst kam es in den Filialen in Zürich-Oerlikon, Spreitenbach und Zürich-City am Löwenplatz zum Einsatz. Im Verlauf des kommenden Jahres soll das neue Ladendesign auch in weiteren



Filialen von Schuhhaus Walder in der Schweiz umgesetzt werden.

Von der fünften zur sechsten Generation

Das neue Ladendesign steht gleichzeitig auch für die Veränderungen im 140-jährigen Familienbetrieb. Im August 2014 wurde im operativen Schuhgeschäft der Wechsel von der fünften zur sechsten Fir-



Die fünfte und sechste Generation der Unternehmerfamilie Walder.

mengeneration vollzogen. Daniel Walder, bisher Geschäftsleitungsmitglied und verantwortlich für Verkauf und Marketing, wurde zum neuen Geschäftsführer bestimmt. Zusammen mit seinen beiden Schwestern Martina Walder und Sandra Furger-Walder hat er von seinen Eltern Hans-Peter und Elisabeth die Leitung des traditionsreichen Familienunternehmens übernommen.

'App' mit Fuß-Mess-Pass

Um die Herausforderungen des Schweizer Schuhmarktes anzugehen, fokussiert sich die sechste Familiengeneration auf die Umsetzung eines ausgearbeiteten Strategiekonzepts. Unter anderem soll der Grad an Kundenservice erweitert werden, so dass 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. Die Stärke im Kinderschuhbereich soll laut Daniel Walder weiter ausgebaut werden. Das Unternehmen setzt dabei auch auf neue Hilfsmittel wie zum Beispiel eine 'App' mit einem Fuß-Mess-Pass. Zudem wird eine neue Homepage aufgesetzt, über die sich die Kunden zukünftig über einen großen Teil des Sortiments informieren können. Unterstützt werden die Maßnahmen durch eine neue Werbekampagne, welche im Frühjahr 2015 lanciert wird und die hohe Qua-

lität der Produkte und der Beratung in den Mittelpunkt stellt. Mit Investitionen zur Überarbeitung der kompletten Logistikprozesse wurden die Grundsteine für zukünftige Effizienz und Agilität im Bereich E-Commerce im letzten Quartal 2014 gelegt. *

Das Unternehmen

Die Schuhhaus Walder AG ist ein traditionsreiches Schweizer Familienunternehmen in der sechsten Generation, das im Jahr 1874 als Schuhfabrik gegründet wurde. In Brütisellen – die Gemeinde ist heute noch Hauptsitz des Unternehmens – wurden fast 100 Jahre lang Schuhe hergestellt, bevor sich die Familie Walder ganz dem Einzelhandel 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 am Hauptsitz und in 46 Filialen über 400 Mitarbeitende, davon über 50 Lernende. 2014 feierte die Schuhhaus Walder AG das 140-Jahr-Jubiläum. www.walder.ch

„Wir wollen die Wurzeln des Unternehmens nicht verändern“



Daniel Walder, neuer Geschäftsführer von Walder Schuhe.

• Was waren die Herausforderungen in der Nachfolgeregelung für Ihr Unternehmen?

Daniel Walder: Wir beschäftigen uns seit 2009 mit der Übergabe des Unternehmens von meinen Eltern an meine beiden Schwestern Sandra und Martina sowie an mich. Nach meinem Studium sowie einigen Erfahrungen im Ausland bin ich sukzessive ins elterliche Geschäft eingestiegen. Zuerst leitete ich die Marketingabteilung, 2012 übernahm ich zusätzlich den Verkaufsbereich, und seit 2014 arbeite ich als Geschäftsführer. In diesem Sinne ist die Übernahme sehr angenehm und erfolgreich verlaufen.

• Das neue Ladenkonzept in der wiedereröffneten Filiale beim Zürcher Löwenplatz ist eine von mehreren Veränderungen in Ihrem Unternehmen. Wird das Konzept in allen Filialen umgesetzt?

Daniel Walder: Wir haben das neue Konzept zuerst in Zürich-Oerlikon umgesetzt, dann in Spreitenbach und jüngst am Zürcher Löwenplatz. Natürlich steht das neue Erscheinungsbild auch für die Veränderungen innerhalb des Unternehmens. In den nächsten zwei bis drei Jahren soll das neue Ladenbaukonzept in weiteren Filialen in Zug, Winterthur und im Einkaufszentrum Glatt in Wallisellen realisiert werden.

• Sie setzen verstärkt auch auf die neuen Medien. Was planen Sie in diesem Bereich und was erhoffen Sie sich davon?

Im Gespräch mit Daniel Walder, neuer Geschäftsführer der Schuhhaus Walder AG, über seine Pläne mit dem elterlichen Unternehmen.

Daniel Walder: Wir sind uns bewusst, dass der E-Commerce nur wenig lukrativ ist. Trotzdem kommen wir angesichts des Wandels im Konsumentenverhalten nicht darum herum. Wir wollen die Möglichkeiten des Internets für unser Unternehmen besser nutzen, indem wir unseren Kunden einen Großteil des Sortiments ins Netz stellen. Dort haben sie die Möglichkeit, den Schuh auszuwählen und das Paar in die nächste Filiale für die Anprobe zu bestellen.

• Für zukünftige Effizienz und Agilität im Bereich E-Commerce haben Sie die Logistikprozesse überarbeitet. Was genau wurde verändert?

Daniel Walder: Dank dem neuen Logistiksystem können wir die Waren schneller ausliefern. Wer ein Paar Schuhe heute im Internet auswählt, kann sie morgen im Laden anprobieren. Wir arbeiten in unserem Zentrallager neu im ganzen Haus mit WLAN. Die Schuhe werden nicht mehr nach Artikelnummern, sondern nach freien Lagerkapazitäten gelagert. So schaffen wir viel mehr Effizienz als früher und können die freie Kapazität für andere Dienstleistungen für unsere Filialen nutzen.

• Ihr Unternehmen hat eine Führungsposition im Bereich hochwertiger Kinderschuhe, während andere Schuhgeschäfte das Kinderschuhangebot abbauen. Warum setzen Sie bewusst auf Kinderschuhe?

Daniel Walder: Rund 35% unseres Umsatzes erwirtschaften wir mit Kinderschuhen. Meine Mutter baute in den 80er-Jahren das Kinderschuhangebot auf, um sich von anderen Anbietern abzuheben. Das Kinderschuhgeschäft ist ein harter Kampf um Margen. Hinzu kommt der große Aufwand für die Beratung. Trotzdem halten wir das Kinderschuhangebot hoch und legen Wert auf Vielfalt und Service. Denn wir sind über-

zeugt, dass Kinderschuhe für wertvolle Synergien im Geschäft sorgen, schließlich holen wir dadurch auch die Eltern als potenzielle Kunden ins Geschäft. Außerdem kommen viele der kleinen Kunden später, wenn sie selber Kinder haben, wieder zu uns ins Geschäft.

• Wie wird sich das Familienunternehmen unter Ihrer Führung künftig verändern?

Daniel Walder: Wir sind uns der Tradition unseres Betriebes bewusst und wollen seine Wurzeln bzw. den Stamm nicht verändern. Ich werde den konstruktiven Führungsstil meines Vaters im ähnlichen Stil weiter pflegen. In der Baumkrone unseres Unternehmens hingegen sehen wir durchaus Potenzial und Möglichkeiten für Veränderungen. Mit den Veränderungen im E-Commerce und der Logistik sowie im Ladenbaukonzept haben wir ja bereits einige neue Projekte in Angriff genommen.

• Welche Ziele haben Sie sich gesetzt?

Daniel Walder: Nachdem wir uns in den letzten Jahren intensiv mit der Bereinigung unseres Filialnetzes auseinandergesetzt haben, ist ab kommenden Jahr wieder eine punktuelle Expansion angedacht, sofern wir auf unsere Bedürfnisse zugeschnittene Ladenlokalitäten an interessanten Orten finden. Weiter planen wir eine neue Saisonkampagne und arbeiten an der Umsetzung des Online-Konzeptes. Das 2013 und 2014 erarbeitete Strategiekonzept setzen wir somit laufend um. Und natürlich haben wir bereits das 150-Jahr-Jubiläum vor Augen ...

* Mehrwert

Autor: Fabrice Müller / sk.redaktion@sternfeld.de
Fotos: Walder
Weitere Informationen unter www.walder.ch