

PRESSETEXT | 1. September 2009

Trotz leichtem Umsatzrückgang, besser entwickelt als der Markt:

Schild erhöht Marktanteile im ersten Semester

Die Schild-Gruppe, einer der führenden Schweizer Modeanbieter für international anerkannte Marken, hat sich im ersten Halbjahr 2009 besser entwickelt als der Markt und hat seinen Marktanteil erhöht. Der leichte Umsatzrückgang von 0.6% ist primär auf die Ausverkaufsmonate zurückzuführen, in welchen Schild bewusst eine zurückhaltende Rabattpolitik zu Gunsten der Marge verfolgt hat.

Die Schild-Gruppe, die in der Deutschschweiz und in der Suisse Romande 33 Modehäuser und 7 Monobrandstores betreibt, erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2009 einen Umsatz von CHF 82.6 Mio. was gegenüber den CHF 83.4 Mio. des Vorjahres einem leichten Rückgang von 0.6% entspricht. In der gleichen Periode verzeichnete der Schweizer Textilmarkt einen Rückgang von 1.9%; Schild hat sich damit deutlich besser als der Markt entwickelt und seine Marktanteile erhöht.

Die vergleichsweise gute Performance ist einerseits auf die attraktive Frühling-Sommer-Kollektion zurückzuführen. Andererseits zeigen auch die langjährige Betrachtung der flächenbereinigten Umsatzentwicklung sowie das anhaltend wachsende Stammkundenportfolio die steigende Akzeptanz der Marktleistung von Schild, die vom Kunden geschätzt wird.

Angebot mit neuen Marken und Masskonfektion erweitert

Seit April bietet Schild unter dem Eigenlabel «Savile Row» Masskonfektion für Herren an. Die Savile Row-Lounges sind in den Schild-Modehäusern in Zürich und Basel sowie ab 10. September 2009 auch in Bern und Luzern integriert. Zur Auswahl stehen hochwertige italienische und englische Stoffe, die innert zwei Wochen zu Massanzügen und Masshemden mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis verarbeitet werden. Ferner konnte Schild mit Mango eine neue Zusammenarbeit im Bereich Shop-in-Shop eingehen. Ab Herbst eröffnet der erste Mango-Shop-in-Shop im Schild-Modehaus in St. Gallen; weitere folgen im Frühjahr 2010. Zusätzlich ausgebaut wurde auch das Angebot der Textilkollektion von Navyboot, die nunmehr exklusiv in den Schild-Modehäusern in der Schweiz erhältlich ist.

Ausbau der Verkaufsflächen und Eröffnung des Online-Shops im 2. Semester

Schild erwartet auch für das zweite Semester 2009 ein weiterhin schwieriges Konjunkturmilieu mit anhaltend negativem Einfluss auf die Konsumentenstimmung. Dadurch verzeichnet der Markt einen unverändert intensiven Wettbewerb bei sinkendem Gesamtvolumen. In der damit einhergehenden Marktkonsolidierung sieht Schild gute Chancen, eine positive Rolle im Bereich der oberen Mitte einzunehmen und allfällige Marktaustritte für ein selektives Standortwachstum nutzen zu können.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Pressestelle Schild AG c/o Flowcube Communications, Zürich
Kontakt: Renzo Radice, Tel. 043 344 30 32, press@schild.ch

SCHILD

Schild wird im zweiten Halbjahr fünf neue Monobrandstores in verschiedenen Regionen der Deutschschweiz eröffnen. Darin präsentiert Schild international anerkannte Modemarken als eigenständige Läden. Die Anzahl Monobrandstores wird damit bis Ende 2009 von sieben auf zwölf deutlich gesteigert. Ebenso wird Schild als erste Modehauskette der Schweiz ein umfassendes Online-Modeangebot für Damen und Herren im Segment der oberen Mitte präsentieren. Der entsprechende Online-Shop wird im vierten Quartal 2009 lanciert und ein attraktives Sortiment an international anerkannten Marken enthalten.

Schild-Gruppe

Die Schild-Gruppe betreibt 33 Modehäuser und 7 Monobrandstores in der Deutschschweiz und in der Suisse Romande. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Luzern beschäftigt insgesamt 600 Mitarbeitende und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2008 einen konsolidierten Umsatz vom CHF 177 Mio. Daraus resultierte ein Cashflow von rund CHF 18 Mio.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:
Pressestelle Schild AG c/o Flowcube Communications, Zürich
Kontakt: Renzo Radice, Tel. 043 344 30 32, press@schild.ch