

Offline-Offensive soll Eddie Bauer wieder mehr Umsatz bringen

✘ 2009 schloss die letzte Eddie Bauer-Filiale in Deutschland seine Türen. Fünf Jahre sind vergangen und der Textil-Versender erhofft sich durch ein neues Stationärkonzept, dass es beim Umsatz wieder etwas mehr tröpfelt. Doch statt eigener Filialen soll diesmal ein Shop-in-Shop-Konzept für mehr Geld sorgen.

Ein gutes Auge hat Stephan Meixner beim Durcharbeiten des Geschäftsberichtes 2012/213 von Eddie Bauer bewiesen. Dort ist zu lesen, dass der Mode-Versender im laufenden Geschäftsjahr sein Vertriebsnetz um einen stationären Kanal erweitern wird:

“Im laufenden Geschäftsjahr 2014/2015 soll ein Shop-in-Shop-Konzept realisiert werden, um wieder ein deutliches Umsatzwachstum zu erzielen.”

In wessen Filialen Eddie Bauer sein Sortiment künftig anbieten wird, darüber hüllt sich das Unternehmen bislang in Schweigen. Zurzeit verkauft Eddie Bauer in zwei Outlets in Köln und München seine Restbestände ab. Die Schließung der Eddie-Bauer-Filialen war 2009 als alternativlos erachtet worden, um Kosten reduzieren zu können und zugleich die Ertragslage zu verbessern.