



ADLER gewinnt mit neuer Imagekampagne deutlich an Frequenz, Umsatz und Kunden

Haibach bei Aschaffenburg, 16. April 2014. Die Adler Modemärkte AG konnte in den ersten drei Wochen nach Start der neuen Haltungs- und Imagekampagne in Deutschland bereits deutlich mehr Kunden für die stationären Modemärkte sowie für den Online-Shop gewinnen und auch die Kundenfrequenz und den Umsatz kräftig steigern. „Mode ist für Menschen da“, lautet die neue Markenbotschaft des Unternehmens, die von Ogilvy & Mather Deutschland entwickelt wurde.

Die neue Marketingkampagne, welche am 10. März mit der Erstausstrahlung des neuen TV-Werbespots startete, erzielte auf Anhieb positive Resonanz bei den Stammkunden wie auch bei Neukunden in Deutschland. Auf vergleichbarer Fläche konnte ADLER in dieser Zeit die Kundenfrequenz um fast 7% steigern. Der Umsatz stieg gegenüber der vergleichbaren Vorjahresperiode sogar um 27%. Auch die Kaufabschlussquote ging nach oben.

Die neue Kampagne soll das Image von ADLER modernisieren und verjüngen und damit auch gezielt Neukunden ansprechen. Dies gelingt offenbar, denn die Zahl der Neukunden stieg in den Bestandsmärkten in der jüngsten Periode um rund 14% gegenüber Vorjahr. Gleichzeitig stiegen auch die Besucherzahlen im Online-Shop, was zu Neukundenzuwächsen von mehr als 25% führte und die Umsätze sogar um über 50% ansteigen ließ. Diese Zahlen liegen deutlich über der Entwicklung im Ausland, wo ADLER bisher nicht für die neue Haltungskampagne wirbt.

ADLER-Vorstandschef Lothar Schäfer sieht die vom Unternehmen eingeschlagene Strategie bestätigt: „Wir haben mit der wirkungsvollen Kampagne offenbar den richtigen Weg gewählt, um unser Image auch in den Köpfen der Menschen zu verbessern, die bisher nicht bei uns gekauft haben. Das eröffnet uns die Chance, weiteres nachhaltiges Wachstum zu generieren.“

„Adler hatte schon immer den starken und glaubwürdigen Kern, wonach das Unternehmen als Modeanbieter für echte Menschen und nicht nur für Idealtypen empfunden wurde. Der aktuelle Erfolg beweist, dass die Konzentration auf den Markenkern nicht nur strategisch richtig ist, sondern auch, bei den Kunden emotional ankommt“, sagte Managing Director Christoph Isenbürger von Ogilvy & Mather, Frankfurt.

Die Adler Modemärkte AG mit Sitz in Haibach bei Aschaffenburg gehört zu den größten und bedeutendsten Textileinzelhändlern in Deutschland. Die Gruppe setzte im Jahr 2013 mit rund 4.300 Mitarbeitern € 528,6 Mio. um und erzielte ein EBITDA von € 42,9 Mio. ADLER betreibt derzeit 171 Modemärkte, davon 143 in Deutschland, 25 in Österreich, zwei in Luxemburg, einen in der Schweiz sowie einen Online-Shop im Internet. Das Unternehmen konzentriert sich auf Großflächenkonzepte über 1.400 m² Verkaufsfläche und bietet mit zahlreichen Eigenmarken und ausgesuchten Fremddmarken ein breitgefächertes Warensortiment an. ADLER ist dank seiner mehr als 60 Jahre Tradition mit hoher Kundenbindung nach eigenen Erhebungen der Marktführer in dem kaufkraftstarken Segment der Altersgruppe ab 45 Jahre.

Weitere Informationen: www.adlermode-unternehmen.com ; www.adlermode.com

Pressekontakt:

Bruno Seifert
Wirtschafts- und Unternehmenspresse

Adler Modemärkte AG

Industriestraße Ost 1-7
D-63808 Haibach
Telefon: +49 (0) 152 54 55 08 35
E-Mail: bruno.seifert@adler.de

Investorenkontakt:

Jennifer Gaußmann
Investor Relations

Adler Modemärkte AG

Industriestraße Ost 1-7
D-63808 Haibach
Telefon: +49 (0) 6021 1828
E-Mail: investorrelations@adler.de