

Pressemitteilung

Solingen, Februar 2026

Walbusch-Gruppe – Investment statt Stillstand

Die Walbusch-Gruppe, bekannt für ihre hochwertigen Bekleidungsmarken Walbusch und Mey & Edlich sowie den auf die Dame spezialisierten Versender Avena investiert weiter in die Transformation ihres Geschäftsmodells und die Modernisierung der Infrastruktur.

Die langfristige Vision ist kommuniziert: Bis zum 100. Jubiläum im Jahre 2034 hat sich die Kernmarke Walbusch als internationale Fashion Brand etabliert. Hierzu wurden in den letzten beiden Jahren Sortiment und Markenwahrnehmung konsequent gestärkt und eine neue Eroberungszielgruppe definiert. „Jetzt sind wir im Modehandel wirklich wettbewerbsfähig und scheuen uns nicht, unsere Marke im direkten Konkurrenzumfeld zu präsentieren. Wir gehen jetzt konsequent dorthin, wo täglich Millionen von Menschen Mode entdecken und kaufen“ sagt Marcus Leber, Geschäftsführer Marketing, Sortiment und Vertrieb.

Zukunftsfelder: Wachstum und Innovation

Die Walbusch-Gruppe investiert gezielt in neue Wachstumsfelder. Bis 2030 wird die Walbusch-Gruppe die Abhängigkeit vom eigenen Kataloggeschäft reduzieren und die Umsätze aus Filialgeschäft, Wholesale und Online-Marketplace ausbauen. Um dieses Ziel zu erreichen, werden derzeit folgende Maßnahmen geplant:

- **Filialexpansion Walbusch:** Das Unternehmen wird das Filialnetz der Marke Walbusch auf Basis der bestehenden 47 Standorte deutlich ausbauen. Bereits 2026 entstehen deutschlandweit insgesamt vier bis fünf neue Filialen. Ab 2027 soll die Geschwindigkeit auf 5-10 neue Filialen pro Jahr erhöht werden – operativer Erfolg und Standortverfügbarkeit vorausgesetzt.
- **Filialen Mey & Edlich:** Die auf charakterstarke Männer fokussierte Marke Mey & Edlich wird im März 2026 die erste Filiale in der Ehrenstraße in Köln eröffnen. Für die zweite Jahreshälfte sind zwei weitere Stores geplant, ab 2027 sollen fünf Standorte pro Jahr hinzukommen.
- **Wholesale:** Im Frühjahr 2026 wird die Marke Walbusch erstmalig eine eigene Fläche in dem renommierten Modehaus Hagemeyer in Minden eröffnen. Wholesale soll zukünftig fester Bestandteil der Multi-Touchpoint-Strategie des Unternehmens

werden. Für 2026 laufen Gespräche mit vier bis fünf führenden Modehäusern über eine entsprechende Partnerschaft. Sobald die operativen Prozesse in diesem neuen Geschäftsfeld rund laufen ist für 2027 eine sinnvolle Ausweitung geplant.

- **Internationales Geschäft:** Neben Österreich und der Schweiz prüft das Unternehmen eine Ausweitung auf den internationalen Markt. In den Niederlanden soll 2026 die erste Pilotfiliale entstehen.
- **Digitale Expansion:** Künftig will das Unternehmen mit den Marken Walbusch, Mey & Edlich und Avena auch auf digitalen Marktplätzen vertreten sein. Ab dem 30. Juni 2026 soll das erste Walbusch-Produkt auf otto.de erhältlich sein – pünktlich zum Start der Herbst-Winter-Saison. Der Ausbau auf weitere Plattformen folgt Schritt für Schritt.

Marcus Leber zu diesem offensiven Schritt: „Unsere Marke ist alterslos und zeitgeistig. Unsere Kollektion hat eine unverwechselbare Handschrift. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist unschlagbar. Wir geben eine 5-Jahresgarantie auf alle unsere Produkte. Dies ist unser klares Leistungsversprechen und unser Beitrag zu einem nachhaltigeren Konsum.“

Infrastruktur und Prozesse

Die Basis für das geplante Wachstum bilden umfangreiche Investitionen in Infrastruktur und Prozesse. Frank Reuber, kaufmännischer Geschäftsführer: „Wir werden in den nächsten zwei Jahren modernste IT-Lösungen in den Kernbereichen integrieren und die Lager-Infrastruktur ausbauen und modernisieren. Dies sorgt für mehr Effizienz und Flexibilität entlang der gesamten Wertschöpfungskette.“ Neben den Investitionen in das hypermoderne Logistikzentrum Ravenna Park in Halle treibt das Unternehmen die Modernisierung der Logistik am Standort Solingen weiter voran. Die IT-Landschaft wird Schritt für Schritt modernisiert. In allen Bereichen wird die Einführung und Nutzung von KI-Tools gefördert, um die Mitarbeitenden zu befähigen, schneller, individueller und kreativer auf die Marktgeschehnisse zu reagieren.

Gestärkt in die Zukunft

Die Walbusch-Gruppe blickt mit Zuversicht in die Zukunft. Christian Busch, Mehrheitsgesellschafter der Walbusch-Gruppe: „Wir sind fest davon überzeugt, dass unsere Produkte einen nachhaltigen Mehrwert für unsere Zielgruppen schaffen. Mit dieser Motivation und dem außergewöhnlichen Engagement unserer Mitarbeitenden werden wir uns als Unternehmen weiterentwickeln und viele innovative Ideen umsetzen. Auf bevorstehende Herausforderungen sind wir vorbereitet und entschlossen, unsere Erfolgsgeschichte fortzuschreiben.“

Jahresabschluss 2025

Die Walbusch-Gruppe hat das am 31.12.2025 beendete Geschäftsjahr mit einem leichten Umsatz-Defizit von -2,4% zum Vorjahr abgeschlossen (387,2 Mio. € vs. 396,9 Mio. € im Vorjahr). Die Herbst-Winter-Saison war umsatzseitig in Summe stabil. Die hohen Umsatzrückgänge der schwachen Frühjahr-Sommer-Saison konnten jedoch nicht aufgeholt werden. Die breit angelegte Markenkampagne (März – Mai 2025) hat in einem schwachen Konsumumfeld nicht die erwarteten Ziele erreicht. Demgegenüber hat sich die Einkaufsspanne über das gesamte Jahr positiv entwickelt, sodass die Umsatzrückgänge im Rohertrag kompensiert werden konnten. Grund hierfür waren niedrige Abschriften aufgrund einer konservativen Lagerpolitik sowie gezielte Preiserhöhungen.

Über die Walbusch-Gruppe

Zur Walbusch-Gruppe gehören die Marken Walbusch, Avena und Mey & Edlich. Das Familienunternehmen wurde 1934 in Solingen gegründet und wird nun bereits in dritter Generation von Christian Busch geleitet. Die Gruppe zählt deutschlandweit mehr als 1.000 Mitarbeitende.

Pressekontakt:

Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG, Martinstraße 18, 42646 Solingen
Sabrina Faensen (Unternehmenskommunikation)
sabrina.faensen@walbusch-gruppe.com