

Presseinformation

Solingen, im März 2026

Walbusch eröffnet erste Wholesale-Fläche bei Hagemeyer in Minden

Solingen/ Minden. Ein starkes Signal und ein weiterer erfolgreicher Schritt in der neuen Retail-Strategie des Walbusch-Konzerns: Am 14. März eröffnet Walbusch offiziell seine **erste Wholesale-Fläche** im Modehaus Hagemeyer in Minden. Auf rund **50 Quadratmetern** in der **2. Etage** präsentiert das Solinger Unternehmen künftig seine aktuelle **HAKA-Kollektion** in einem eigenständigen Markenauftritt.

Erstmals setzt Walbusch damit auf eine Wholesale-Präsenz innerhalb eines etablierten Handelspartners und bringt zugleich sein neuestes Ladenbaukonzept nach Minden. Die Fläche orientiert sich gestalterisch an den kürzlich neu eröffneten und umgebauten Retail-Stores, zuletzt in Osnabrück im Oktober 2025. Klare Linien, hochwertige Materialien und eine ruhige, strukturierte Warenpräsentation schaffen eine Atmosphäre, die die Markenidentität von Walbusch konsequent widerspiegelt: **zeitlos, reduziert, klar.**

Mode, die mehr ist als ein Produkt

Bei Walbusch geht es um mehr als Stil. Mode ist hier mehr als ein Produkt. Sie begleitet Menschen im Alltag, gibt Sicherheit und schafft Vertrauen, vor allem in sich selbst. Im Kern konzentriert sich die Marke auf das, was für Frauen und Männer gleichermaßen wichtig ist: Qualität, Verlässlichkeit und die Möglichkeit, der eigenen Persönlichkeit Raum zu geben. Mit reduzierten Farben, hochwertigen Materialien und überraschenden Details passt sich die Kleidung dem Leben an und nicht umgekehrt.

Dieses Selbstverständnis bringt Walbusch mit einem klaren Markenversprechen auf den Punkt: „**Feels like Walbusch**“ – ein gutes Gefühl, wenn Mode einen ein Stück näher zu sich selbst bringt.

Fokus auf HAKA und starke Markeninszenierung

Im Mittelpunkt der neuen Fläche steht die aktuelle HAKA-Kollektion. Präsentiert werden moderne Klassiker, funktionale Essentials und hochwertige Materialien, die für Komfort, Langlebigkeit und

Stilbewusstsein stehen. Die kompakte Fläche ist bewusst kuratiert und bietet Kunden eine fokussierte Auswahl mit klarer Handschrift der neuen Ausrichtung Walbuschs.

Wholesale als Teil der Multi-Touchpoint-Strategie

Die Eröffnung in Minden ist ein weiterer Baustein der konsequenten Multi-Touchpoint-Strategie von Walbusch. Ziel ist es, Kundinnen und Kunden entlang aller relevanten Kontaktpunkte zu erreichen: stationär, digital und über Handelspartner. Neben eigenen Filialen, Online-Shop, Katalog und dem neuen Kundenmagazin „WLBSH“ erweitert die Marke nun ihr Vertriebsnetz um ausgewählte Wholesale-Standorte.

Mit dem Einstieg in den Wholesale gewinnt das neue einheitliche Markenerlebnis über alle Touchpoints hinweg noch größere Bedeutung. *„Egal wo jemand auf uns trifft – er soll die neue Walbusch-Experience spüren: das Zusammenspiel aus hochwertiger Mode, Service und Wohlfühlatmosphäre“*, betont **Daniel Füchtenschnieder, Wholesale Director**. *„Mit der Fläche bei Hagemeyer erschließen wir einen attraktiven Standort und machen unsere Marke im stationären Handel erstmals auch über Partnerflächen erlebbar. Unser Anspruch ist es, die Marke Walbusch überall dort spürbar zu machen, wo unsere Kunden einkaufen – mit einem konsistenten neuen Markenbild und hohem Serviceanspruch.“*

Die neue Fläche bei Hagemeyer ist daher vollständig in das aktuelle Store- und Markenbild integriert und transportiert dieselbe Haltung wie die eigenen Filialen sowie die digitalen Kanäle.

Mit dem Schritt nach Minden unterstreicht Walbusch seinen Expansionskurs und setzt ein klares Signal für partnerschaftliches Wachstum im Handel.

Die neue Walbusch-Fläche finden Sie hier:

Hagemeyer Modehaus

in der Hagemeyer Galerie | Scharn 9–17 | 32423 Minden

2. Etage



Über Walbusch

Walbusch steht seit 1934 für hochwertige Mode, die Stil, Komfort und Alltagstauglichkeit verbindet. Heute präsentiert sich die Marke mit einem klareren, reduzierten Auftritt und einer Haltung, die auf Echtheit, Qualität und die Konzentration auf das Wesentliche setzt. Urbane Lässigkeit, elegante Smart-Casual-Elemente und funktionale Details prägen die Kollektionen – für Frauen und Männer, die Mode als verlässlichen Begleiter im Alltag verstehen. Ein Lebensgefühl, das Walbusch „Feels like Walbusch“ nennt.

Gegründet von Walter Busch in Solingen, wird das Familienunternehmen heute in dritter Generation von Christian Busch geführt. Zur Walbusch-Gruppe mit über 1.000 Mitarbeitenden gehören neben Walbusch auch die Marken Mey & Edlich und Avena. Alle drei Marken verbinden hervorragende Qualität, zeitgemäßes Design und praktische Lösungsansätze mit hoher Kundennähe und bestem Service – ob beim Einkauf in der Filiale, im Webshop oder im Katalog.

Pressekontakt:

Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG

Simone Buch-Palomba

Email: Simone.Buch@walbusch.de

Webseite: <https://www.walbusch.de/presse/kontakte>

GOSSIP+ Public Relations GmbH

Benita Wittinghofer & Friederike Hegemann

E-Mail: wittinghofer@gossipplus.de & hegemann_fr@gossipplus.de