

UNTERNEHMEN STRATEGIE

DIE TOM TAILOR HOLDING AG HAT EINE KLAR DEFINIERTE VISION: WIR WOLLEN MITTELFRISTIG EINER DER GROSSEN MODE- UND LIFESTYLE-UNTERNEHMEN IN KONTINENTALEUROPA WERDEN.

Die aus dieser Version abgeleitete Unternehmensstrategie basiert auf den folgenden vier Elementen:

- **MULTIPLIKATION DES GESCHÄFTSMODELLS - VERKAUF MODISCHER CASUAL WEAR IM MITTLEREM PREISSEGMENT ÜBER DIE BEIDEN DACHMARKEN TOM TAILOR UND BONITA:** Die TOM TAILOR GROUP ist ein vertikal integrierter Systemanbieter von modischer Casual Wear und Accessoires im mittleren Preissegment für Herren, Damen, Jugendliche und Kinder zwischen 0 und 60 Jahren. Die TOM TAILOR GROUP positioniert ihre auf verschiedene Zielgruppen zugeschnittenen Kollektionen unter den Dachmarken TOM TAILOR und BONITA. Als Trend Manager passt sich das Unternehmen fortlaufend und schnell an Trends und die sich wandelnde Nachfrage an und setzt diese in zwölf Kollektionen pro Jahr für jede ihrer Produktlinien um. Die Kollektionen von TOM TAILOR und BONITA zeichnen sich durch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, demokratische (das heißt für verschiedene Körperformen zugängliche) Passformen und attraktive Ausstattungsmerkmale aus.
- **AUSBAU DER KONTROLLIERTEN VERKAUFSFLÄCHEN:** Der Fokus der Wachstumsstrategie der TOM TAILOR GROUP liegt darin, die kontrollierten Verkaufsflächen wie eigene Retail-Stores, Franchise-Stores und Shop-in-Shops auszubauen. Auf diesen sogenannten kontrollierten Verkaufsflächen kann das Unternehmen mittels tagesaktueller Umsatz-Auswertung sein Angebot über die Einbeziehung dieser Daten in den Kollektions-Entwicklungsprozess eng an den Wünschen seiner Kunden ausrichten. So wird sichergestellt, dass die vom Kunden gewünschten Produkte zum richtigen Zeitpunkt auf den Verkaufsflächen in ausreichender Menge angeboten werden und möglichst hohe Umsätze pro Quadratmeter Verkaufsfläche erzielt werden. Die TOM TAILOR GROUP will beide Dachmarken - TOM TAILOR und BONITA - weiter ausbauen. In 2013 sollen 100 Retail-Stores eröffnet werden, 60 TOM TAILOR Stores und 40 BONITA Stores. Darüber hinaus ist die Eröffnung von 20-25 Franchise-Stores und von 200-250 Shop-in-Shops geplant.
- **STEIGENDE PROFITABILITÄT MITTELS ERZIELUNG VON SKALENEFFEKTEN:** Die TOM TAILOR GROUP hat in den letzten Jahren die eigene Organisation hinsichtlich personeller und technischer Ausstattung, Logistik, Beschaffung und Vertrieb derart strukturiert, dass das weitere Wachstum ohne einen proportionalen Anstieg der Kosten für Personal, Verwaltung und Entwicklungsorganisation erzielt werden kann. Dies soll zu einer kontinuierlichen Steigerung der relativen Profitabilität des Konzerns führen. Ferner hat die TOM TAILOR GROUP mit der Gründung einer eigenen Einkaufsgesellschaft in Hongkong den Grundstein gelegt, den Einkauf in Asien direkt zu steuern und so weitere Skaleneffekte zu erzielen. Dies soll zu einer kontinuierlichen Steigerung der relativen Ertragskraft des Konzerns führen. Ferner wurde im Dezember 2011 mit der Gründung einer Einkaufsgesellschaft in Hongkong der Grundstein gelegt, zukünftig den Einkauf in Asien direkt zu steuern und weitere Einsparungen zu erzielen.

• **VERTIKALE AUSRICHTUNG - KONTROLLE DES GESAMTEN WERTSCHÖPFUNGSPROZESSES VOM DESIGN DER KOLLEKTIONEN BIS ZUM VERTRIEB AN DEN POINT OF SALE**

Die ständige Entwicklung neuer Kollektionen und die Anpassung des Produktsortiments an neue bzw. sich ändernde Trends erfordert eine hohe Effizienz entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Diese Effizienz erreicht die TOM TAILOR GROUP durch eine vertikale systemische Integration, also einer Kontrolle der einzelnen Glieder der Wertschöpfungskette (Entwicklung, Herstellung, Lieferung und Verkauf am Point of Sale). Im Mittelpunkt steht die systematische Analyse der täglichen Absatzzahlen, die bei der Entwicklung neuer Kollektionen und bei der Einkaufsplanung berücksichtigt werden. Die Produktion und die Logistik, die im Rahmen langfristiger Verträge ausgelagert wurde, werden von TOM TAILOR kontrolliert und sind eng in diesen Prozess eingebunden.