

## Manor beschleunigt ihre strategische Transformation

- **Online-Marktplatz** wird im Q4 lanciert und zahlreiche Massnahmen bringen den stationären und den Online-Einkauf näher zusammen
- **Neuer Chief Digital Officer (CDO)** verstärkt Geschäftsleitung
- **Einführung einer neuen kostenlosen Kreditkarte**, die den Kunden zusätzliche Vorteile bietet
- **Organisation** wird vereinfacht, um Effizienz und Agilität zu steigern

**Basel, 17. August 2020:** Die Manor AG gab heute bekannt, dass sie ihre strategische Transformation zum Omnichannel-Warenhaus beschleunigt und gleichzeitig ihr Produkt-, Beratungs- und Dienstleistungsangebot ausbauen wird. Zu diesem Zweck will die grösste Warenhauskette der Schweiz vermehrt Partnerschaften eingehen, den Onlineeinkauf für die Kundschaft vereinfachen und ihre Organisation dank Kostenoptimierungsmassnahmen reaktiver und effizienter machen.

*Manor CEO Jérôme Gilg erklärt: «Wir befinden uns im ersten Jahr eines mehrjährigen Transformationsprozesses, welchen wir Ende 2019 begonnen haben. Unsere E-Commerce-Aktivitäten konnten wir dieses Jahr um fast zwei Jahre beschleunigen. Die Trends der letzten Monate haben unsere strategische Stossrichtung bestätigt: Die Zukunft von Manor zeichnet sich dadurch aus, dass wir unsere Vorteile als Omnichannel-Warenhaus bewusst ausspielen und unser Produkt- und Dienstleistungsangebot dynamisch erneuern, gleichzeitig aber auch auf neue Partnerschaften setzen, die Digitalisierung beschleunigen und als Organisation beweglicher werden.»*

Manor beschleunigt ihre digitale und Omnichannel-Transformation. Bis Ende 2024 strebt das Unternehmen als Kernziel eine Verfünffachung des aktuellen Onlineanteils an. Die Unternehmensstrategie sieht vor, dass sich das Unternehmen im Non-Food-Bereich mehr und mehr auf seine Kerngeschäfte Mode, Beauty und Haushalt konzentrieren wird. Der Fokus im Lebensmittelbereich wird zukünftig auf Frischprodukte und die Manora Gastronomie gelegt. Gleichzeitig wird das Unternehmen seine Sortiments-, Beratungs- und Servicepalette vergrössern.

In einer ersten Phase sind die folgenden Initiativen geplant:

- Im Q4 wird Manor auf manor.ch ihren eigenen **Online-Marktplatz** lancieren, mit dem Ziel die Produktauswahl an neuen und bestehenden Marken in den Hauptkategorien Mode, Beauty, Heim & Haushalt zu vergrössern.
- Ebenfalls im Q4 wird die Geschäftsleitung mit Stefan Wetzler ein neues Mitglied als **Chief Digital Officer (CDO)** begrüessen, um den derzeit stark wachsenden E-Commerce Bereich weiter zu beschleunigen. Mit seinen 47 Jahren besitzt er mehr als 20 Jahre E-Commerce-Erfahrung und hat unter anderem für Lidl Digital, E. Breuninger und die Heinrich Heine GmbH gearbeitet.
- Zudem wird Manor das **Instore Ordering** (Online-Bestellungen werden direkt im Warenhaus aufgegeben) vereinfachen und die Bezahlung an der Kasse oder via Tablet ermöglichen. Der **Click & Collect**-Abholservice im Warenhaus soll vereinfacht, für den Kunden zugänglicher gemacht und komfortabler gestaltet werden. Um dem Trend zu «Mobile Commerce» Rechnung zu tragen, wird der Webshop manor.ch komplett neugestaltet und die Benutzerfreundlichkeit für das Einkaufen mit dem Mobiltelefon erhöht.
- Bereits seit Juli führt das Unternehmen die neue **gratis Manor World Mastercard®** ein. Diese Treuekarte unterstützt die weltweit gängigsten mobilen Bezahlungssysteme und ermöglicht es der Manor Kundschaft ihre Einkäufe weltweit zu tätigen und Punkte zu sammeln.
- Schliesslich werden **Partnerschaften**, wie z.B. die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Sephora, künftig eine wichtige Rolle spielen. Diese Kooperationen sollen es der Kaufhauskette ermöglichen, sich auf ihre Hauptsegmente zu konzentrieren, ihr Produktangebot zu erweitern und die Attraktivität ihrer Warenhäuser zu steigern. Deshalb befindet sich das Unternehmen derzeit in aktiven Gesprächen mit möglichen Partnern.

- Manor wird zudem ihre Beschaffungspolitik zugunsten frischer, regionaler, erschwinglicher und ökologisch produzierter Lebensmittel signifikant ausbauen, indem die Zusammenarbeit mit bestehenden und neuen **lokalen Produzenten** unter dem 2007 eingeführten Zertifizierungslabel «Lokal» verdoppelt wird.

## **Anpassung der Organisation für mehr Agilität und Kosteneffizienz**

Um ihre ehrgeizigen Mittelfristziele zu erreichen und die strategische Transformation mittels mehr Agilität und Schnelligkeit erfolgreich umzusetzen, passt das Unternehmen auch seine Organisationsstruktur an. Dies wird zum Abbau von 91 Stellen am Hauptsitz in Basel führen, wo derzeit 830 Mitarbeitende beschäftigt sind. In den Warenhäusern fallen 385 Stellen weg. In den Läden wird die Organisationsstruktur standardisiert und harmonisiert, um den Fokus auf den Kundenservice zu verstärken. Manor hat in Zusammenarbeit mit der Personalkommission einen Sozialplan ausgearbeitet, um den Betroffenen am Hauptsitz wirtschaftliche und berufliche Unterstützung zu bieten. Der gesamte Prozess erfolgt verantwortungsvoll und in enger Abstimmung mit den Sozialpartnern und den lokalen Behörden.

## **Über Manor**

Die grösste Warenhausgruppe der Schweiz heisst ihre Kundinnen und Kunden an den attraktivsten Orten des Landes willkommen und trägt damit zur Belebung der Schweizer Städte bei. Die Manor AG, mit Hauptsitz in Basel, ist mit einem 61%-Marktanteil die grösste Schweizer Warenhauskette. Das in allen Landesteilen vertretene Unternehmen beschäftigt rund 8 900 Mitarbeitende und bildet aktuell 330 Lernende aus. Zur Manor Gruppe gehören 59 Manor Warenhäuser, 30 Manor Food Supermärkte und 27 Manora Restaurants. Insgesamt führt Manor über eine Million Artikel von rund 2800 Lieferanten aus der ganzen Welt. Davon sind etwa 700 lokale Produzenten, die saisonale Produkte in die Manor Food Märkte liefern.

## **Medienkontakt Manor AG:**

Fabian Hildbrand  
Andreas Richter  
Sofia Conraths

Tel. +41 61 694 22 22  
media@manor.ch  
www.manor.ch