



NAVYBOOT

NAVYBOOT

Strategische Neuausrichtung

Pressekonferenz 2009



NAVYBOOT

- A. Ausgangslage
- B. Strategische Neuausrichtung
- C. Umsetzung



- A. Ausgangslage**
- B. Strategische Neuausrichtung
- C. Umsetzung



Ausgangslage

- **Erwerb durch die Gaydoul Group Juli 2008**
- **Familiengeführtes Unternehmen, Nachfolgeregelung**
- **Mittelständische Strukturen und Prozesse**
- **Fokus Schweiz**
- **Starke Marke**
- **Einzigartiges Vertikales Geschäftsmodell**



Zahlen und Fakten

- ⇒ **100 Mio. CHF Markenumsatz 2008**
- ⇒ **Aktuell 57 Filialen in CH**
- ⇒ **7 neue Filialen in CH, 7 neue Filialen in D 2009**
- ⇒ **350 Mitarbeiter**
- ⇒ **100% Eigenfinanziert**



- A. Ausgangslage
- B. Strategische Neuausrichtung**
- C. Umsetzung



Ziel: Internationale Premium Marke

Navyboot soll

- ⇒ **innerhalb der kommenden 5 Jahre**
- ⇒ **zu einer der führenden internationalen Premium-Marken**
- ⇒ **im Bereich Schuhe, Lederwaren & Accessoires**
- ⇒ **mit einem Umsatz > CHF 150 Mio. entwickelt werden.**



Überblick Strategie

Strategie Navyboot

Aufbau einer führenden internationalen, vertikalen Schuh & Accessoires Marke

Ausbau zur internationalen Premium-Marke

- ➡ Premium-Positionierung

Fokussierung des Angebots

- ➡ Schuhe, Leder-Accessoires
- ➡ Eigenes Design

Einheitliche Vertriebsformate

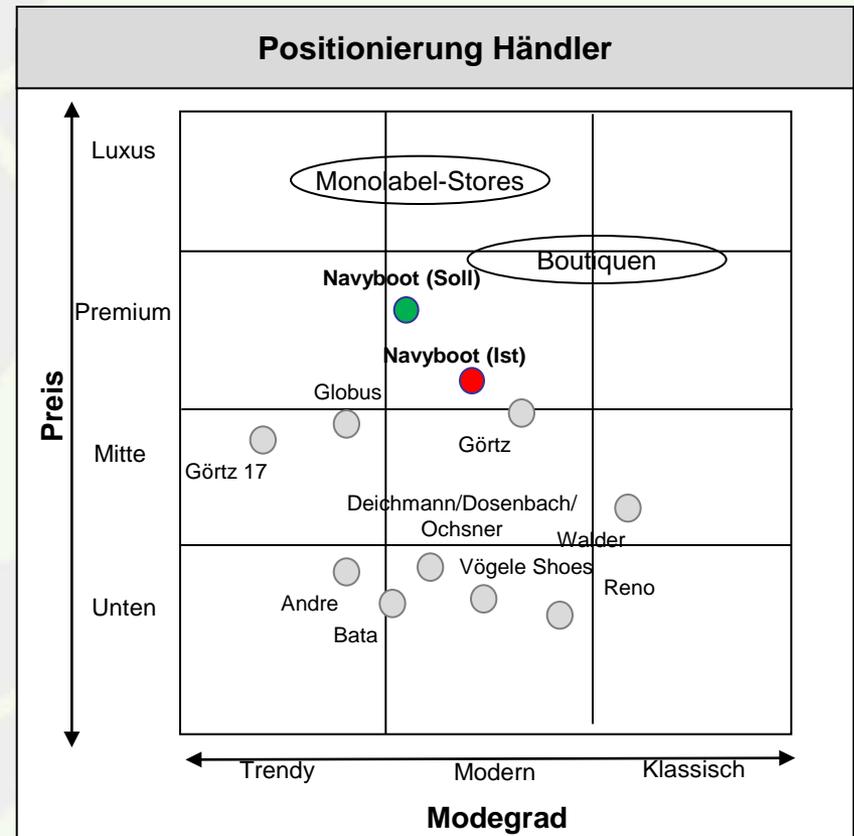
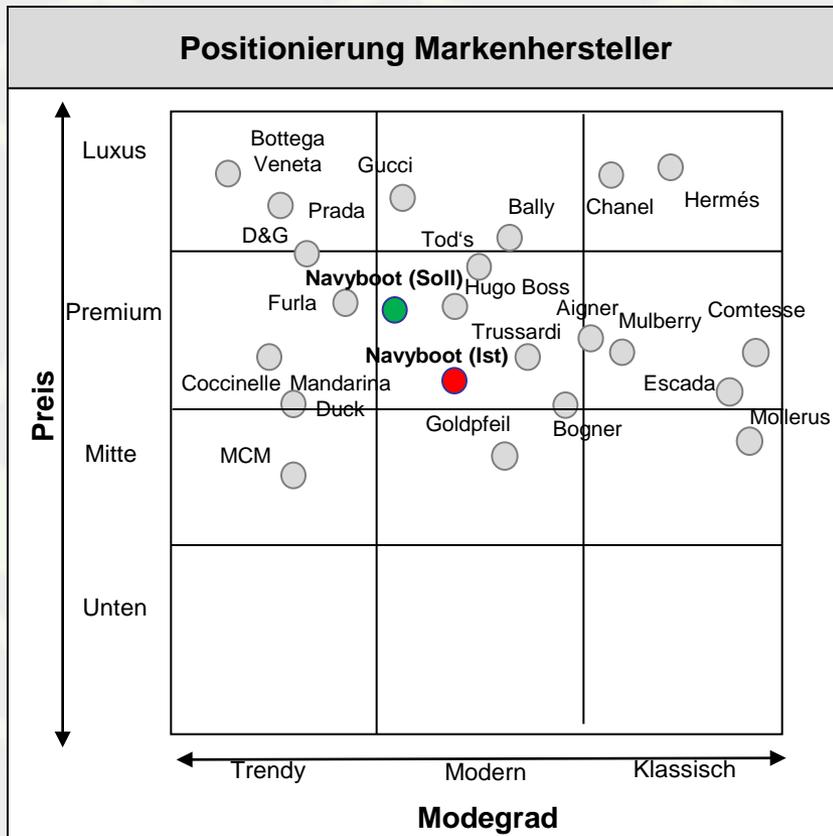
- ➡ 3 Betriebstypen: Boutique, Outlet, Shop-in-Shop
- ➡ Neues Laden-design

Internationale Expansion

- ➡ D, I
- ➡ Metropolen



Premium-Positionierung



Navyboot ist vertikal



NAVYBOOT

Fokus Schuhe, Lederaccessoires

„Heritage“ (20%)

„Lifestyle“ (65%)

„Must Have“ (15%)

Damen
(70%)



Herren
(30%)



Klassische Schuhe
und Taschen, NOS

Modische Schuhe
und Taschen, Saisonal

High Fashion/
Highlights



Einheitliche Vertriebsformate

NAVYBOOT AG

Ländergesellschaften

NAVYBOOT Boutiquen

- 1 A City-Lage, EKZ, Flughäfen
- 100-120 qm plus Lager
- Schuhe & Leder-Accessoires
- Hochwertiges Ladenkonzept
- Premium Positionierung

NAVYBOOT Shop-in-Shops

- Premium-Warenhäuser
- 30-40 qm plus Lager
- Schuhe & Leder- Accessoires
- Hochwertiges Ladenkonzept
- Premium Positionierung

NAVYBOOT Outlets

- Wertiges Factory Outlet Center
- 200-250 qm plus Lager
- Schuhe&Leder-Accessoires
- Anspruchsvolles Ladenkonzept
- Offprice Second Season Ware

Aktuell

44 Filialen

5 Filialen

8 Filialen



Internationale Expansion

Internationalisierung



Fokus

Deutschland und Italien

- Deutschland: München, Stuttgart, Frankfurt, Köln, Düsseldorf, Hamburg, Berlin
- Italien: Rom, Mailand, Florenz

Metropolen

- | | |
|------------|-------------|
| • New York | • Hong Kong |
| • London | • Singapur |
| • Wien | • Dubai |
| • Moskau | • Tokio |



- A. Ausgangslage
- B. Strategische Neuausrichtung
- C. Umsetzung**



Umsetzung: Überblick

Positionierung	<ul style="list-style-type: none">• Zielkunden, Positionierung definiert• Markenwerte, DNA erarbeitet• Neue Markenvisualisierung entwickelt• Ab Herbst neue Kampagne	✓
Angebot/Design	<ul style="list-style-type: none">• Fokus auf Schuhe/Lederaccessoires in allen eigenen Stores• Neue Accessoires-Linien Uhren, Sonnenbrillen• Design-Team aufgebaut• Sourcing- und Quality Management eingeführt	✓
Vertrieb/ Ladenbau	<ul style="list-style-type: none">• Neues Ladenkonzept entwickelt• Pilotläden: Zürich, Lausanne, Zug (Outlet)• Fokus Marke Navyboot• Umsetzung Auffrischungen	✓
Internationali- sierung	<ul style="list-style-type: none">• 7 Stores 2009• Erste Mietverträge unterzeichnet (2x München, 1x Frankfurt)• Weitere unmittelbar vor Abschluss (Frankfurt, Köln, Düsseldorf, Hamburg)	✓



NAVYBOOT

Neuer Markenauftritt





NAVYBOOT

Internationales Designteam

Flaviano Bencivenga



Head of Collection
(Navyboot)

Juan-Carlos Perez



Accessoires Design
(ex Tod`s, Aigner)

Angelo Trentin



Shoe Design
(ex Fratelli Rossetti)



NAVYBOOT

Neues Ladenbaukonzept

Premium

- Details
- Materialien
- Look



Feminin

- Farben
- Formen
- Discoverable

Einladend

- Verwöhnatmosphäre
- Ausruhen
- Ausprobieren

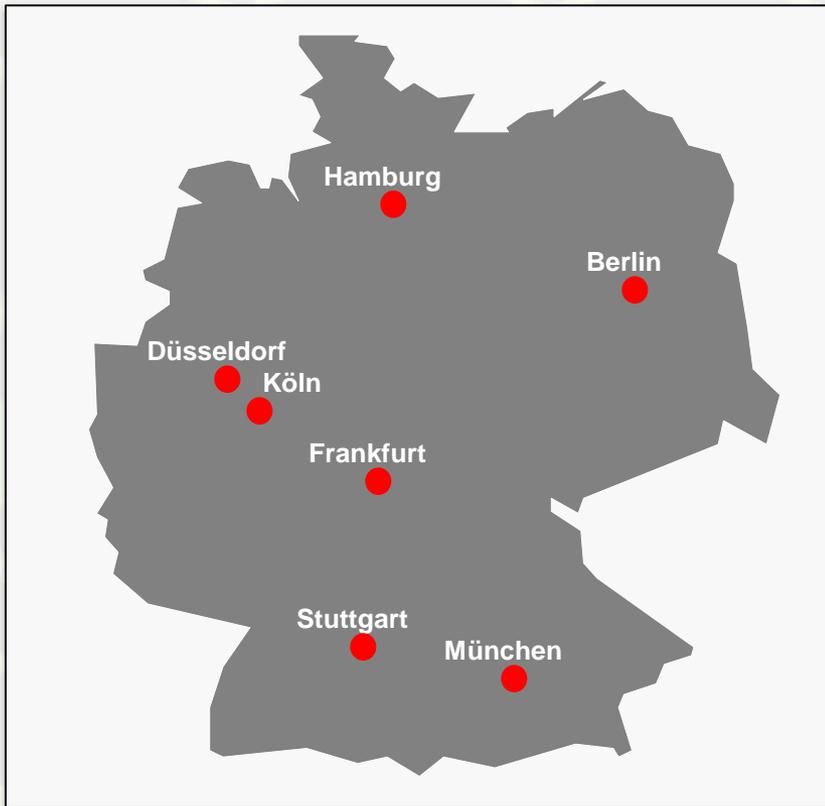
Strukturiert

- Men/Ladies
- Must Have Collection
- Lifestyle Collection
- Heritage Box



Markteintritt Deutschland

Fokus 7 Top-Städte



Status

München

- Flughafen Airside (26.6.2009)
- Dienerstrasse (1.1.2010)

Stuttgart

- Stiftstrasse
- Königstrasse

Frankfurt

- Goethestrasse
- Kaiserstrasse (1.9.2009)

Köln

- Mittelstrasse

Düsseldorf

- Königsalle
- Premium-EKZ

Hamburg

- Neuer Wall
- Premium EKZ

Berlin

- Friedrichstrasse
- Kurfürstendamm



Ausblick

Navyboot setzt seine Neuausrichtung und Expansion konsequent fort

- ⇒ **Umsatzsicherung, Suche grösserer Standorte in CH**
- ⇒ **Launch neue Markenkampagne H/W 2009**
- ⇒ **Launch Designer-Kollektion F/S 2010**
- ⇒ **Einrichtung von min. 3 weiteren Filialen nach neuem Konzept in der Schweiz in 2009**
- ⇒ **Eröffnung bis zu 7 Stores in Deutschland, Fortsetzung Suche Italien, Vorbereitung internationaler Roll-Out**



NAVYBOOT

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit –
Wir laden Sie nun in unseren neuen Flagship Store ein!**