

Boomendes Online-Geschäft und Filial-Offensive: Frankonia auf rasantem Wachstumskurs

Würzburg – Das Handelsunternehmen Frankonia baut seine Position als Deutschlands Marktführer im Bereich Jagd und Sportschießen gezielt aus. Drei weitere Fachmärkte für Schützen und Jäger stehen vor der Eröffnung, weitere sind geplant. Das Internet-Geschäft boomt – auch im Bereich der hochwertigen Mode.

Im Vorfeld der Nürnberger IWA & OutdoorClassics 2011 haben die Geschäftsführer Jürgen Habermann und Marcus Leber ihren Expansions-Kurs konkretisiert. „Jeder Frankonia Kunde in Deutschland soll ortsnah eine Frankonia Filiale finden, die als Erlebniswelt alles für seinen individuellen Bedarf bereit hält“, kündigt Jürgen Habermann, Vorsitzender der Geschäftsführung, an. Nächste Filial-Eröffnung ist bereits am 7. April in Reiskirchen bei Gießen. Weitere Filialen im Raum Hamburg und Bielefeld werden folgen. Diese neuen Standorte orientieren sich an Frankonias erfolgreichem Fachmarkt-Konzept für Schützen und Jäger, die in einer auf ihre Bedürfnisse maßgeschneiderten Einkaufswelt ein äußerst breites Angebot finden – wie in dem zuletzt in Stuhr-Brinkum bei Bremen eröffneten Fachmarkt.

Vorzeige-Shop in Düsseldorf

Unter den Innenstadt-Fachgeschäften von Frankonia wird die Düsseldorfer Filiale an der Königsallee nach umfangreichem Umbau zum Vorzeige-Shop. Hier feiert Frankonia vom 24. bis 26. März im neuen exklusiven Ambiente Wiedereröffnung. Die nun noch breitere Auswahl deckt alle Kundenbedürfnisse von Jagd über Sportschießen bis zur hochwertigen Mode ab.

Mit seinem einzigartigen Sortimentsmix und der Kombination aus Tradition und Moderne schaffte es Frankonia übrigens unter die Top 100 der außergewöhnlichsten Einkaufserlebnisse Deutschlands. Nähere Informationen unter www.faszination-d-einkaufserlebnisse.de.

Frankonia.de begeistert

Das Würzburger Unternehmen baut neben den bald 12 Fachmärkten, den 11 Innenstadt-Fachgeschäften und den zwei Frankonia Outlets verstärkt auf das Internet. Geschäftsführer Marcus Leber: „Besonders markant ist der rasante Anstieg der Online-Einkäufe. Offensichtlich begeistert unsere Plattform Frankonia.de die Kunden durch ihre große Auswahl, die detaillierten Suchfunktionen und die komfortable Bestellmöglichkeit.“ Die Multichannel-Strategie geht zu 100% auf. „Das Jahr 2010 verlief sehr positiv. Speziell in den Bereichen Optik und Freizeitwaffen konnten wir ein überdurchschnittliches Umsatzplus zum Vorjahr erzielen. Auch für das Jahr 2011 zeichnet sich in allen Vertriebskanälen eine positive Tendenz ab“, sagt Leber.

Kontakt: Simon Abeln, Tel. 093 02/20-232, Fax 093 02/20-160, sabeln@frankonia.de