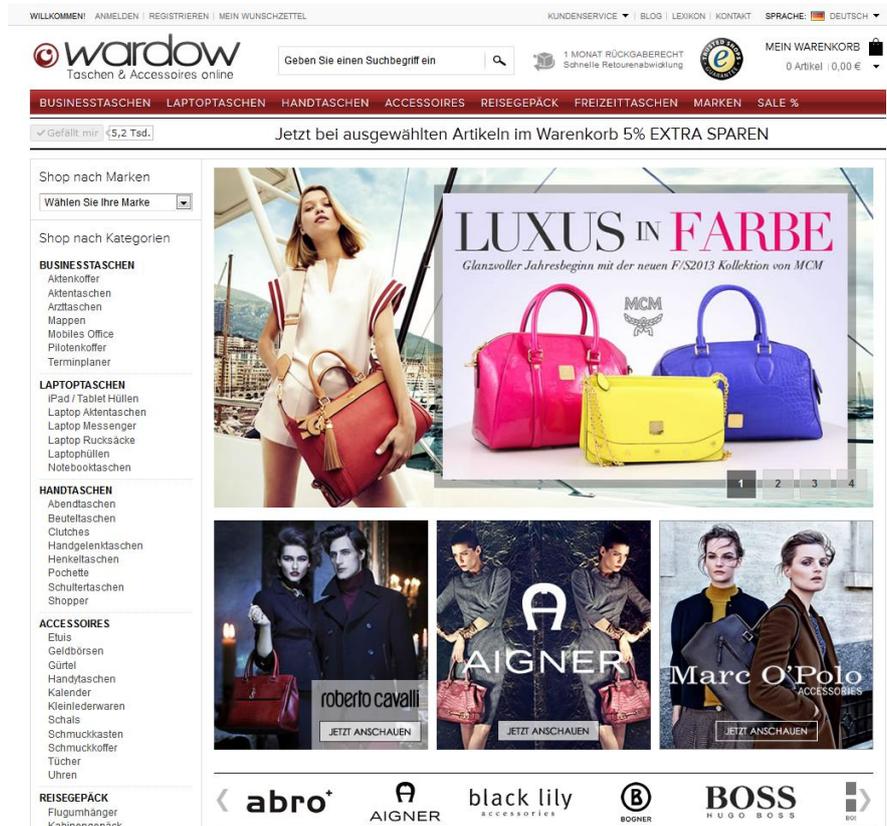


## Taschenspezialist wardow.com wird eine GmbH und startet mit Millioneninvestitionen in das neue Geschäftsjahr

**Wustermark/Berlin, Januar 2013** Das verflixte siebente Jahr austricksen... Das bislang unter dem Namen wardow.com auftretende Einzelkaufmännische Unternehmen ist in die WARDOW GmbH umfirmiert. Nachdem das Unternehmen seit 2010 seinen Umsatz jährlich verdoppelt hat, war die Umfirmierung der nächste logische Schritt in der siebenjährigen Erfolgsgeschichte. Die Änderung der Geschäftsform durch Ausgliederung wurde bereits mit der Eintragung ins Handelsregister rückwirkend zum 01.04.2012 wirksam. Die Domain www.wardow.com bleibt bestehen.



*Der Taschenspezialist wardow.com hat das verflixte siebente Jahr austricktst und startet als WARDOW GmbH mit hochgesteckten Zielen ins Jahr 2013 (Download Bild)*

### WARDOW's Rezept für kontinuierliches Wachstum oder Wie man das verflixte siebente Jahr austrickt?

wardow.com gehört als Onlineboutique für Lederwaren im Premium- und Luxussegment mit seinem sorgfältig ausgewählten Mix aus etablierten Marken und Newcomern zu den Big Playern in Deutschland. Bis zur Umfirmierung gelang dies ohne Fremdkapital, Bankenkredite und mit einem Team von weniger als 15 festangestellten Mitarbeitern. In den Gründungsjahren wurde alle drei Wochen neue Ware noch selbst aus Italien geholt, bis die ersten Hersteller wie Piquadro oder Bric's für einen Direktvertrieb gewonnen werden konnten. „2005 waren Gespräche mit den Lieferanten sehr zäh. Viele haben das Potential des Online-

Vertriebs noch nicht erkannt. Der Fachhandel war damals gesund und funktionierte, sodass die Unternehmen nicht unbedingt nach neuen Vertriebswegen gesucht haben“, erzählt Danny Wardow, Gründer und Geschäftsführer von WARDOW. Die Unternehmensstrategie sich von Anfang an auf eine Nische – nämlich hochwertige und exklusive Taschen, Koffer und Accessoires – zu konzentrieren, zahlt sich heute aus: so konnten umfassende Branchenkenntnisse und wertvolles Know-how im E-Commerce gewonnen werden. Dies und das organische Wachstum von wardow.com überzeugten allein in 2012 Marken wie Furla, Porsche Design, Roberto Cavalli oder Hugo Boss vom Online-Vertrieb. Bei den Münchner Labels Aigner und MCM sowie bei der italienischen Luxusmarke The Bridge war wardow.com bevorzugter Partner für die Online-Einführung der Marke. „Das Vertrauen der Hersteller und der Kunden in den Onlinehandel ist allgemein deutlich gestiegen“, bestätigt Wardow. „Wir haben unseren Beitrag dazu geleistet und uns innerhalb von sieben Jahren aus eigener Kraft zum Marktführer für Premium Taschen und Accessoires hochgearbeitet.“

### **Wachstumskurs 2013 oder Was tun, wenn es bereits gut läuft?**

Nachdem 2012 die hochgesteckten Ziele vor allem in den Bereichen Portfolio- und Umsatzentwicklung erreicht wurden, steht 2013 im Zeichen der nachhaltigen Weiterentwicklung und Qualitätssicherung. Für die Zukunft erklärt Wardow: „In diesem Jahr werden viele unserer Wunschmarken, insbesondere Zweitmarken namhafter Luxusdesigner, hinzukommen. Das Ziel hierbei ist, den durchschnittlichen Warenkorbwert weiter zu steigern. Zudem soll das Europageschäft ausgebaut werden – einen Shop in Großbritannien gibt es bereits, für Ende des Jahres ist ein französischer Shop geplant.“

Auf der Agenda von wardow.com stehen weiterhin eine kontinuierliche Umsatzentwicklung und der Ausbau der Marktführerschaft. Dafür ist das Unternehmen bereits in Verhandlungen zum Aufbau von exklusiven Markenshops, bei denen WARDOW den Vertrieb des Sortiments für den Hersteller übernehmen wird. Für ein noch attraktiveres Shopperlebnis ist bis Mitte des Jahres ein Relaunch geplant. Bereits im ersten Quartal wird der Ausbau der Lagerkapazität mit einer mehrgeschossigen Regalanlage und die Verdoppelung der Büroräume abgeschlossen.

Weitere Informationen unter [www.wardow.com](http://www.wardow.com) und auf Anfrage.

*wardow.com ist Deutschlands Marktführer für Taschen und Accessoires im Premiumsegment. Seit der Gründung 2005 spezialisiert sich das Unternehmen auf Premiummarken und Luxusdesigner aus dem gesamten Lederwarensortiment – von Business, Lifestyle & Mode, Reise, Freizeit bis Accessoires. Dank moderner und effizienter Vertriebsstrategie und umfangreichem Know-how im E-Commerce bietet der Shop ein täglich wachsendes Angebot mit über 6 000 Artikeln von mehr als 70 Marken. Demzufolge hat wardow.com häufig das umfangreichste Sortiment der Marken unter allen Mitbewerbern und ist mit neuen Produkten als Erster online. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Wustermark bei Berlin. Im Januar 2013 gab das Unternehmen die Umfirmierung in WARDOW GmbH bekannt.*

### **Pressekontakt**

Susanne Krüger	T +49.33 234.90 03 72
PR & Kommunikation	F +49.33 234.90 03 68
WARDOW GmbH	E <a href="mailto:susanne.krueger@wardow.com">susanne.krueger@wardow.com</a>
Nauener Straße 1	<a href="http://www.wardow.com">www.wardow.com</a>
14641 Wustermark	