

## **BURBERRY VERSTÄRKT BEI STARKER MARKENDYNAMIK FÜHRUNGSMANNSCHAFT**

16.09.2010, 17:11 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: *Burberry*

Presseagentur: *Hill & Knowlton Communications GmbH*

---

Burberry (London Stock Exchange: BRBY.L) gab heute die Ernennung von Andrew Maag zum President Europe sowie von Paul Price zum Senior Vice President Non-Apparel & Menswear bekannt. Damit wurden beide Positionen intern neu besetzt.

Andrew Maag war seit 2006 als Senior Vice President Menswear für die Entwicklung des Geschäftsmodells zuständig. In dieser Zeit wandelte sich Burberry Menswear von einem Lizenzgeschäft hin zu einem Geschäft, das zu 100% in den Händen des Unternehmens liegt.

Im Ergebnis konnte neben stärkerer Markenkonsistenz auch ein Umsatzwachstum von 40% verzeichnet werden. In enger Partnerschaft mit bedeutenden Großhandelskunden, Franchisenehmern sowie den weltweiten Einzelhandels- und E-Commerce-Teams konnte Maag Burberry Menswear im internationalen Vergleich zu einem der dynamischsten Segmente der Branche entwickeln.

Als President von Burberry Europe übernimmt Andrew Maag künftig die Verantwortung für sämtliche europäischen Groß- und Einzelhandelsaktivitäten des Unternehmens. Seine umfangreiche Erfahrung im Einzelhandel wird das Profil der Marke Burberry in Europa und damit in ihrem wichtigsten Markt weiter schärfen.

In der neu geschaffenen Position des Senior Vice President Non-Apparel & Menswear ist Paul Price wie bisher verantwortlich für die Bereiche Men's, Women's and Children's Non-Apparel. Von Andrew Maag übernimmt er zusätzlich die Verantwortung für das Geschäft mit Prorsum, London und Brit Men's Apparel. Diese Produktbereiche stehen insgesamt für einige der attraktivsten Wachstumsperspektiven für Burberry weltweit.

Seit 2007 hat Paul Price das Non-Apparel-Geschäft in sämtlichen Bereichen weiterentwickelt und herausragende Wachstumsraten in allen Kategorien, Vertriebskanälen und Regionen erzielt. Inzwischen macht das kleidungsfremde Geschäft mehr als 30% des weltweiten Umsatzes aus und ist damit zweitwichtigste Produktkategorie von Burberry.

### **Portrait**

Burberry ist eine globale Luxusmarke mit typisch britischer Tradition und Schwerpunkt auf Oberbekleidung. Burberry ist eine der Marken mit dem höchsten Wiedererkennungswert weltweit.

• Burberry entwirft und vertreibt Kleidung und Accessoires, die weltweit über ein diversifiziertes Netzwerk von Einzelhandel, Großhandel, Lizenzgeschäft und ECommerce vertrieben werden. Fünf strategische Ansätze stützen das Wachstum von Burberry: Erstens die Marke ausbauen und besser nutzen; zweitens kleidungsfremdes Geschäft vorantreiben; drittens Einzelhandelswachstum beschleunigen; viertens in Märkte mit geringer Marktdurchdringung investieren und fünftens hervorragende Prozessabläufe erzielen.

• Zum 30. Juni 2010 betrieb Burberry weltweit 139 eigene Ladengeschäfte, 140 vergebene Konzessionen (ohne Spanien), 44 Outlets sowie 97 Geschäfte im Franchise-Betrieb.

• Burberry wurde 1856 gegründet und hat seinen Hauptsitz in London. Das Unternehmen notiert an der London Stock Exchange (BRBY.L) und zählt zu den Konstituenten des FTSE-100-Index.

News-ID: 466893 • Views: 170 (Stand: 09.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/466893/BURBERRY-VERSTAeRKT-BEI-STARKER-MARKENDYNAMIK-FUeHRUNGSMANNSCHAFT.html>