

12.07.2011 – 10:25 Uhr

## BLACKSOCKS behauptet sich im Ausland

Zürich (ots) -

Das erste Halbjahr hat sich für BLACKSOCKS, den Erfinder des Socken-Abos, mit einem Umsatzwachstum von 12 Prozent prächtig entwickelt. Das schöne Frühlingswetter in der Schweiz führte allerdings dazu, dass der Heimmarkt mit einem Plus von 2 Prozent unter den Erwartungen lag. Stark zugenommen haben Bestellungen aus dem Ausland und über mobile Geräte.

Männer tragen Socken und bestellen diese gern gleich mit ihrem Smartphone. Und dies tun sie nicht zu knapp. BLACKSOCKS, der E-Commerce-Pionier und Erfinder des Socken-Abos, blickt auf ein erfolgreiches erstes Halbjahr 2011 zurück. Der Umsatz von Socken, Unterwäsche, T-Shirts und Polo-Shirts, die über mobile Geräte wie iPad, iPhone und andere Smartphones bestellt werden, hat sich im ersten Semester 2011 im Vergleich zur Vorjahresperiode verdoppelt. Der mobile Traffic hat sich sogar verfünffacht. Dazu beigetragen hat sicher, dass BLACKSOCKS schon früh eine mobile Version der Website entwickelt hat, damit das Bestellen über mobile Geräte zum positiven Einkaufserlebnis wird.

Rasanten Wachstum in den USA

Alles in allem verzeichnete BLACKSOCKS im ersten Halbjahr 2011 ein Umsatzplus von 12 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2010. Vor allem in Deutschland und den USA ist das Schweizer Unternehmen stark gewachsen.

Samy Liechti, Gründer und Geschäftsführer von BLACKSOCKS freut sich: «Wir starteten vergangenes Jahr mit der Eroberung des amerikanischen Markts und konnten seither ausgezeichnete Umsatzsteigerungen verzeichnen.» Die Besucherzahlen und Umsätze in den USA seien zum Beispiel zweieinhalb Mal höher als in der entsprechenden Vorjahresperiode. Ein erfreuliches Wachstum verzeichneten auch Österreich und Kanada.

Schweizer Markt noch immer am wichtigsten

Die erfreuliche Traffic-Entwicklung im Ausland hat dazu geführt, dass nur noch rund ein Drittel der Besucher aus der Schweiz kommt. Mit einem Anteil von 75 Prozent bleibt die Schweiz aber umsatzmässig gesehen der wichtigste Markt. Allerdings lag im ersten Halbjahr 2011 das Wachstum in der Schweiz mit 2 Prozent unter den Erwartungen. «So schön schönes Wetter auch ist, es hält vom Sockenkauf ab, insbesondere das Geschäft nach dem Abendessen und am Wochenende leidet», kommentiert BLACKSOCKS-Geschäftsführer Liechti das eher bescheidene Umsatzplus in der Schweiz. Liechti ist aber zuversichtlich, dass der Umsatz in der Schweiz im zweiten Halbjahr wieder stärker wachsen wird.

Bestseller bleibt Bestseller

Die beliebteste Socke bleibt die klassische schwarze Wadensocke, die seit 1999 verkauft wird. Die Verkaufszahlen der neueren Sockenmodelle «Business Light» und «Merino-Wollsocken» entwickeln sich auch gut, ohne den Umsatz der bereits bestehenden Modelle zu kannibalisieren. Das Polo-Shirt Pierrette, das erste Konfektionsprodukt von BLACKSOCKS, hat einen guten Verkaufsstart hingelegt. «Offensichtlich schätzen unsere Kunden neutrale Polo-Shirts in guter Qualität, die ohne Tier auf der Brust daherkommen», so Liechti.

Weitere Informationen zu BLACKSOCKS unter: [www.blacksocks.com/media](http://www.blacksocks.com/media)

Kontakt:

BLACKSOCKS SA  
Gabi Lämmli  
Seefeldstrasse 301a  
8008 Zürich  
Tel.: +41/43/336'77'86  
Mobile: +41/76/371'40'77  
E-Mail: [gabi.laemli@blacksocks.com](mailto:gabi.laemli@blacksocks.com)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004906/100700769> abgerufen werden.