Ressort: Technik

Zalando liebäugelt mit Heimausstattung

Berlin, 10.12.2018, 00:00 Uhr

GDN - Der Online-Modehändler Zalando denkt an eine Erweiterung seiner Produktsortimente. "Potenzial sehen wir beispielsweise noch im Bereich Heimtextilien und Heimausstattung, auch wenn wir noch keine konkreten Pläne dazu ausgearbeitet haben", sagte Mitgründer und Vorstandsmitglied David Schneider der "Welt" (Montagsausgabe).

Das vor zehn Jahren gegründete Unternehmen, ursprünglich als reiner Schuhhändler, hatte sich zum Damenmode-Verkäufer entwickelt und vor Kurzem auch mehr Männermode sowie Kosmetik und Parfüm in seine Auswahl aufgenommen. Generell schaue sich Zalando nicht nur neue Märkte oder Kategorien an, vielmehr solle das Plattform-Geschäft mit außenstehenden Händler ausgeweitet werden. "Zum Beispiel klassisch über unser Partnerprogramm oder indem wir unsere Logistikinfrastruktur für noch mehr Markenpartner öffnen", sagte Schneider. Trotz vergleichsweise schwacher Ergebnisse im dritten Quartal sei "unsere Wachstumsstory in Ordnung", so der Zalando-Vorstand. Schneider rechnet damit, dass ausgebliebene Verkäufe von Winterkleidung wegen des langen Sommers nachgeholt würden. "Gleichzeitig ist das Kundenwachstum positiv. Heute sind sechs Prozent aller Europäer aktive Kunden", sagte Schneider. Im dritten Quartal hatte Zalando eine zweistellige Wachstumsrate aufzuweisen und musste fast 40 Millionen Euro operativen Verlust wegstecken. Zum Geschäftsverlauf im Abschlussquartal 2018 äußerte sich Schneider vorsichtig optimistisch: "Wir sind positiv gestimmt." Das sei beispielsweise in der Cyber Week Ende November spürbar gewesen. "Allein am Black Friday haben wir 220.000 Neukunden gewonnen." Bezüglich des verstärkten Einstiegs des weitaus größeren US-Konzerns Amazon in Modethemen gab sich der Zalando-Manager gelassen. "Es ist nie eine gute Idee, Amazon zu unterschätzen", sagte er. Trotz des starken Wettbewerbs habe Zalando seine Stärken wie personalisierte Kundenansprache und Fokussierung auf Trends jedoch immer weiter entwickeln können. "Amazon funktioniert stark als Produkt-Suchmaschine, während unsere Kunden sich inspirieren lassen wollen. Zalando hat definitiv die größere Mode-Kompetenz", so Schneider.

Bericht online:
https://www.germandailynews.com/bericht-116672/zalando-liebaeugelt-mit-heimausstattung.html

Redaktion und Veranwortlichkeit:
V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:
Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:
UPA United Press Agency LTD
483 Green Lanes
UK, London N13NV 4BS
contact (at) unitedpressagency.com
Official Federal Reg. No. 7442619