

LOKAL GEHT DIGITAL: ZALANDO UND STATIONÄRE HÄNDLER ARBEITEN ENGER ZUSAMMEN

BERLIN, OKTOBER 10, 2016 // Während Kunden immer stärker online Mode suchen und kaufen, liegt ein Großteil der Modeartikel weiterhin in stationären Läden. Um beide Welten miteinander zu vernetzen, testet Zalando verschiedene Wege, wie der Handel der Zukunft aussehen könnte.

Im Rahmen der #IntegratedCommerce Initiative bietet Zalando ab sofort auch kleinen lokalen Händlern die Möglichkeit, ihre Artikel zusätzlich an Kunden von Europas größter Modeplattform zu verkaufen. Zum ersten Mal werden lokale Einzelhändler mit geringem technischen Aufwand an die Zalando-Plattform angeschlossen, und zwar über die externe Partner-Software "gax-System". Die ersten 10 Händler können schon jetzt ganz einfach Bestellungen von Zalando-Kunden annehmen und verschicken, wenn sie die passenden Artikel in ihrem Geschäft vorrätig haben.

Jan Bartels, Vice President Logistics Products bei Zalando: "Zalando verfolgt innerhalb der Plattform-Strategie neue Wege, wie Marken und Händler angebunden werden können. Dazu gehören nicht nur große Marken, sondern jetzt zum ersten Mal auch lokale Shops mit limitierter technologischer Infrastruktur. Für kleinere Händler, die den Herausforderungen der Digitalisierung gegenüberstehen, kann Zalando so zum digitalen Partner werden, der ihnen über diesen Kanal eine zusätzliche Einnahmequelle eröffnet. Wir sehen, dass die Zukunft des Handels in einem nahtlosen Einkaufserlebnis für Kunden liegt – ganz gleich ob die Waren online oder bei einem lokalen Händler verfügbar sind. Daher testen wir bei Zalando fortlaufend neue Integrated Commerce Initiativen, die beide Welten enger miteinander verbinden."

Philipp Kannenberg, Geschäftsleiter Sales der gaxsys GmbH: „Für gaxsys bietet das Pilotprojekt mit Zalando die Möglichkeit, eine große Zahl an lokalen Händlern am E-Commerce partizipieren zu lassen. Wir sind überzeugt, dass der lokale Handel nur in Synergie mit dem E-Commerce bestehen kann, nicht in Konkurrenz.“

Beim Pilotversuch sind zum Start schon über zehn Einzelhändler dabei, darunter Tip Tap Kinderschuhe in Weilheim (Bayern). „Wir haben bisher gute Erfahrung mit dem Onlinehandel über das ‚gax-System‘ gemacht. Mit Zalando als teilnehmendem Händler können wir jetzt weitere Marken online verkaufen und profitieren dabei von der großen Reichweite die Zalando hat“, sagt Inhaber Thomas Ganguin. „Bei einem eigenen Onlineshop müssten wir wesentlich mehr Lagerkapazitäten und Personal einplanen, über das gax-System können wir flexibel entscheiden, welche Bestellungen wir online übernehmen.“

Bereits im Juni ist Zalando mit dem ersten Testpiloten gestartet, bei dem stationäre Läden großer Markenpartner an die Zalando-Plattform angebunden werden. Hierbei wird zum Beispiel der Warenbestand von zwei adidas Stores in Berlin digitalisiert und so Kunden online zur Verfügung gestellt.

ÜBER ZALANDO

Zalando (<https://corporate.zalando.de>) ist Europas führende Online-Plattform für Mode. Wir bieten unseren Kunden eine umfassende Auswahl an Bekleidung, Schuhen und Accessoires für Damen, Herren und Kinder bei kostenfreiem Versand und Rückversand. Das Sortiment reicht von über 1.500 weltweit bekannten Marken über lokale und Fast-Fashion Brands bis hin zu selbst designten Private Labels. Die Zalando-Shops sind lokal auf die Bedürfnisse der Kunden in 15 verschiedenen europäischen Märkten zugeschnitten: Belgien, Deutschland, Dänemark, Finnland, Frankreich, Italien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Schweden, Schweiz, Spanien und das Vereinigte Königreich. Zalandos Logistiknetzwerk mit drei zentralen Logistikzentren in Deutschland ermöglicht die effiziente Versorgung aller Kunden in ganz Europa. Wir sind überzeugt, dass der Dreiklang aus Mode, Technologie und Logistik unseren Kunden und Markenpartnern einen Mehrwert bietet.

Die internationalen Zalando-Shops verzeichnen monatlich mehr als 160 Millionen Besuche, von denen im zweiten Quartal 2016 rund 65 Prozent von mobilen Endgeräten kamen. Die Zahl aktiver Kunden stieg im gleichen Zeitraum auf 18,8 Millionen.

KONTAKT ZALANDO

Kristin Dolgner / Corporate Communications

presse@zalando.de

+49 30 20968 14 84