

Neue Möglichkeiten für die Händler

Kooperation Zalando · Modehaus.de · KATAG – Modehäuser vernetzen Ihre Bestände

Das Partnernetzwerk Modehaus.de startet mit der B2B Warenbörse. Dabei geht es darum, die Bestände von über 80 Modehaus.de/myVEO-Partnern zu vernetzen. Zalando ist neuer Kooperationspartner und erhält damit Zugriff auf die Bestände von einigen hundert POS.

Die Idee der Vernetzung der Warenbestände trifft auf großes Interesse im Fashionhandel. „Mit der B2B Warenbörse lösen wir mehrere Probleme auf einen Schlag,“ berichtet Ole Grave, Geschäftsführer von Modehaus.de. „Die fehlende Verfügbarkeit am POS ist der Hauptgrund dafür, wenn ein Verkauf im stationären Handel scheitert.



Gerade in Zeiten von sinkenden Kundenfrequenzen benötigt der Handel eine Erhöhung der Conversion Rate.“

Mit der B2B Warenbörse bietet Modehaus.de die passende Lösung, indem Händler aus der Fashion Branche sich gegenseitig Zugriff auf ihre Sortimente geben. „Der Mitarbeiter auf der Fläche kann mittels APP schnell und einfach für den Kunden bestellen. Das Ergebnis sind zusätzliche Umsätze und zufriedene Kunden,“ beschreibt Matti Schulze, ebenfalls Geschäftsführer bei Modehaus.de diese Idee.

„Die positive Entwicklung des Modehaus.de-Partnernetzwerkes in den letzten Monaten zeigt die Relevanz für die Thematik“, so

Dr. Daniel Terberger, Vorstandsvorsitzender der KATAG AG: „Wir freuen uns, dass wir durch die gemeinsame Kooperation unseren Partnern weitere interessante Dienstleistungen ermöglichen können, die ein Händler alleine niemals realisieren könnte.“

Eine neue Kooperation gehen darüber hinaus Zalando und Modehaus.de ein, die beiden Partnern Vorteile bieten soll: „Wir freuen uns, die Digital-Unit der KATAG als neuen Partner für Zalandos Connected Retail Modell gewonnen zu haben. Wir glauben, dass wir gemeinsam mit dem stationären Handel an zwei Stellschrauben drehen können: Zum einen schaffen wir gemeinsam mit den Händlern eine größere Verfügbarkeit der Produkte für den Kunden. Zum anderen können wir perspektivisch die Lieferzeiten signifikant verkürzen. Beides zusammen macht die Kunden zufriedener mit ihrem Einkaufserlebnis,“ so Dr. Carsten Keller, VP Direct-To-Consumer bei Zalando. Auf der anderen Seite profitieren die Händler von einer Anbindung an Zalando. Hier treffen stationäre Händler auf die Nachfrage von Online-Kunden der größten Fashion-Plattform Europas. Teilnehmende Händler sehen spürbare Umsatzsteigerungen und deutliche Verbesserungen im Lagerumschlag.

Nachdem der Startschuss für die Kooperation zwischen Zalando und Modehaus.de gefallen ist, werden die ersten stationären Läden an die Zalando Plattform bereits im August angebunden. „Der Connected-Retail Ansatz eröffnet neue Möglichkeiten für die Händler, die Zalando-Plattform mit mehr als 28 Millionen aktiven Kunden in Europa zu nutzen und gemeinsam mit uns zu wachsen: Händler können ihre lokalen Warenbestände mit dem Onlineshop verknüpfen und Bestellungen von Zalando Kunden bedienen. Wir glauben, so gemeinsam einen Beitrag zum Wachstum der Innenstädte leisten zu können“, beschreibt Dr. Carsten Keller die Chancen, die er in der Kooperation sieht. ●