

01.3 KONZERNSTRATEGIE

01.3.1 DAS GEMEINSAME ZIEL VON ZALANDO LAUTET: WIR DENKEN FASHION WEITER. FÜR UNS. FÜR ALLE.

Warum Mode weiterdenken? Mit einem Gesamteinzelhandelsumsatz von 421 Mrd. EUR¹ und attraktiven Bruttogewinnmargen stellt die europäische Modebranche² einen der größten und attraktivsten globalen Verbrauchermärkte dar. Die Branche hat in den letzten Jahren begonnen, die Vorzüge des digitalen Zeitalters für sich zu nutzen, und das Online-Modegeschäft ist deutlich schneller gewachsen als der gesamte Mode-Einzelhandel. Während sich der Einzelhandelsumsatz der Modebranche insgesamt von 2011 und 2016 im Großen und Ganzen stabil zeigte, stieg der Online-Umsatz von 27 Mrd. EUR im Jahr 2011 auf 51 Mrd. EUR im Jahr 2016. Die neuen Technologien ermöglichen es den Verbrauchern, permanent online zu sein. Dies hat es uns möglich gemacht, alle Bestandteile des Mode-Ökosystems – Kunden, Marken, Händler, Hersteller, Stylisten, Anbieter von Inhalten wie Influencer, Logistikunternehmen und Dienstleister sowie sonstige künftige Stakeholder – zusammenzubringen. Diese Interkonnektivität wird zu besseren Kundenerfahrungen beitragen und schließlich neue, immer interessantere und effizientere Wege hervorbringen, zu konsumieren, zu produzieren und Geschäfte abzuschließen.

01.3.2 DIE ZEIT IST REIF

Nach den Anfängen als Modehändler hat sich Zalando zur ersten Adresse für Online-Mode in Europa entwickelt. Unsere Kundenreichweite erstreckt sich auf 15 europäische Länder – mit ca. zwei Milliarden Site-Visits pro Jahr³ – und ermöglicht unseren Kunden Zugang zu über 1.500 Marken. Für viele dieser Marken stellen wir den wichtigsten Handelspartner dar. Als bewährter Partner ist unsere Online-Modekompetenz unerreicht.

Um unsere führende Position in der Online-Modelandschaft Europas weiter auszubauen, stützen wir uns auf unsere Stärken:

UNSER FOKUS AUF FASHION UND DEM EUROPÄISCHEN MARKT

Die Modebranche ist ein komplexer vertikaler Markt. Zalando hat sich klar darauf fokussiert. Unser Fokus auf die Bedürfnisse der Branche ermöglicht es uns, einzigartige und faszinierende Modeerfahrungen für Kunden zu schaffen und spezifische Lösungen für Markenpartner zu finden.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere zentralen Stärken – Technologie, Logistiknetzwerk und Lieferantenbeziehungen – zu optimieren. Gleichzeitig bieten wir unseren Kunden lokal auf unsere 15 europäischen Märkte zugeschnittene Lösungen an und ermöglichen Modemarken und -händlern damit einen Zugang zum europäischen Fashion-Markt. Unsere tiefgreifenden Kenntnisse lokaler Besonderheiten werden weiterhin entscheidend dazu beitragen, uns von Wettbewerbern abzuheben.



Mehr Informationen
Grundlagen des Konzerns
S. 81

1) Quelle: Euromonitor International, 2015
2) Ohne Russland
3) Tatsächliche Daten für 2016 – ohne Angebote außerhalb der Zalando-Webseite (z. B. Zalou, Fleek, Movmnt, Zipcart)

UNSER KLARES LEISTUNGSVERSPRECHEN AN UNSERE KUNDEN

Zalando ist eine beliebte Modemarke, ein Modepartner, der über den reinen Kaufvorgang hinaus auf neue, erfrischende und inspirierende Weise Beziehungen zu seinen Kunden knüpft:

- aktuelles, einzigartiges und umfassendes Sortiment an saisonalen Modeartikeln
- Entwicklung zur umfassendsten Adresse für Mode durch die Möglichkeit zum Entdecken neuer Produkte, durch Inspiration, ein kuratiertes Sortiment sowie neue Inhalte und Auswahl
- unübertroffenes Maß an Personalisierung
- reibungsloses Einkaufserlebnis – besser als ein Offline-Einkauf – und der bequemste Weg, Modeartikel zu entdecken, anzusehen, zu bezahlen, zu erhalten und zurückzuschicken

UNSER LEISTUNGSVERSPRECHEN FÜR MODEMARKEN

Zalando ist der bevorzugte Technologiepartner der Branche. Wir unterstützen Marken bei der Digitalisierung und bieten:

- eine Infrastruktur, mithilfe derer Modemarken und -händler effizienter operieren können – etwa durch genauere Umsatzprognosen, zielgerichtete Werbung und smarte Logistikleistungen
- ein einzigartiges Umfeld für Lieferanten, in dem sie sich selbst als Modemarke präsentieren und ihren Markenwert schützen können
- mit ca. zwei Milliarden Site-Visits pro Jahr in 15 europäischen Märkten eine beispiellose Kundenreichweite

01.3.3 ZALANDOS PLATTFORMVISION

Wir sind überzeugt, dass wir ein außerordentliches Kundenerlebnis, insbesondere in Bezug auf Inspiration und Auswahl, am besten mithilfe eines plattformbasierten Geschäftsmodells erreichen können. Zudem begreifen wir die Zalando-Plattform als eine Art Betriebssystem für die Modewelt, das auf verschiedene Weise alle möglichen Arten von Modeschaffenden und Stakeholdern miteinander verbindet und dabei den jeweiligen spezifischen Bedürfnissen Rechnung trägt. Die Plattform bietet digitale und Infrastrukturleistungen, z. B. in den Bereichen Analytik, Werbung und Logistik.

Der Modehandel ist der Grundstein unseres bisherigen Erfolges und unser integrativer Ansatz bietet viele Vorteile für das Kundenerlebnis. So stellt Zalandos physischer Warenbestand die Verfügbarkeit wichtiger Bestandteile des Sortiments sicher. Wir sind dabei, weitere ergänzende Möglichkeiten zur Integration von Lagerbeständen zu entwickeln – sowohl für den Modehandel als auch über unser Partnerprogramm.

Unser Partnerprogramm wird zur Verbesserung der Sortimentsbreite und -tiefe beitragen, ein Schlüsselement unseres Leistungsversprechens an unsere Kunden:

- insgesamt bessere Verfügbarkeit von Styles und Größen
- Zugang zu den gefragtesten Marken
- Einbindung überzeugender Nischen-/Spezialanbieter mit einzigartigem Content und Sortiment
- Nischen abdeckende und auf die lokale Nachfrage abgestimmte Warenbestände, die den Bedürfnissen von Liebhabern spezifischer Mode gerecht werden



Mehr Informationen im
Zalando City Guide
zln.do/de-city-guide

Unsere Plattformstruktur ist für Marken im Rahmen des Partnerprogramms und für weitere Teilnehmer – wie z. B. Produzenten, Stylisten, Influencer, Logistik- und sonstige Dienstleister – attraktiv. Jeder weitere Teilnehmer bringt Vorteile für den Kunden, wie etwa erweiterte Inspirationsmöglichkeiten und mehr Kundenfreundlichkeit:

- skalierbare Personalisierung sowie noch mehr inspirierendere Inhalte, die nicht auf die eigenen Lagerbestände von Zalando begrenzt sind
- zusätzliche Möglichkeiten, auf lokale Warenbestände und schnelle Lieferlösungen zuzugreifen

Ein plattformbasierter Ansatz unterstützt uns somit dabei, unseren Kunden die von ihnen geschätzten Leistungen – skalierbar und mit der richtigen Kostenstruktur – bieten zu können: eine größere Auswahl und inspirierende Inhalte, weitere mögliche Liefermethoden, zusätzliche Leistungen und Zugang zu Fashion-Expertise. Wir gehen davon aus, dass das Anbieten dieser Leistungen eine selbstverstärkende Wachstumsdynamik auslösen und das Potenzial von Zalando weiter entfalten wird. Ein erweitertes Warensortiment und eine bessere Verfügbarkeit tragen zu einer größeren Kundenreichweite bei – und umgekehrt. Für Markenpartner stellt die Möglichkeit, auf unsere beispiellose Kundenreichweite zurückzugreifen, eine große Geschäftschance dar, die sie durch Nutzung unserer Plattformstruktur für sich wahrnehmen können.



Mehr Informationen
Grundlagen des Konzerns
S. 81

01.3.4 UNSERE STRATEGISCHEN INVESTITIONSBEREICHE

UNSERE STRATEGISCHEN INVESTITIONSBEREICHE

→ 01



Zalando-Strategie



INVESTITIONEN IN UNSER LEISTUNGSVERSPRECHEN AN KUNDEN

Wir werden die Investitionen in unsere vier Schlüsselbereiche fortsetzen, um uns noch eindeutiger als die kompetenteste Adresse für Online-Mode zu positionieren:



SORTIMENT

Wir investieren, um unseren Kunden das größte saisonale Sortiment bieten zu können und dessen Verfügbarkeit zu optimieren. Damit können wir in der überwältigenden und von schnellem Wandel geprägten Modewelt mithilfe inspirierender und personalisierter Angebote als vertrauter Modepartner unserer Kunden auftreten.



Zalando erleben
zln.do/de-fashion

KUNDENFREUNDLICHKEIT

Wir investieren in den Liefer-, Zahlungs-, Kundenservice- und Rückgabeprozess unserer Plattform, um unseren Kunden einen möglichst einfachen und reibungslosen Transaktionsverlauf zu ermöglichen.

MARKE

Als beliebte Marke investieren wir in den Aufbau unseres Markenwerts, um (a) das Verbrauchervertrauen in unsere Fashion-Kompetenz sowie in die Kundenfreundlichkeit und die Verlässlichkeit der mit Zalando getätigten Transaktionen zu stärken und (b) uns bei unseren Markenpartnern als glaubwürdiger Modepartner zu etablieren – eine Voraussetzung für den Vertrieb von Waren durch Markenpartner auf unserer Plattform.

MOBILE LÖSUNGEN

Als Mobile-First-Unternehmen investieren wir laufend in die Optimierung unserer mobilen Webseite und unserer Apps, um immer packendere Inhalte und Nutzererlebnisse bieten zu können, die zu einem einzigartigen mobilen Einkaufserlebnis beitragen. Bereits heute entfallen 65,6 % unserer Seitenbesuche und mehr als 50 % aller Bestellungen auf mobile Endgeräte.

INVESTITIONEN IN UNSER LEISTUNGSVERSPRECHEN AN LIEFERANTEN

Um unsere Position als bevorzugter E-Commerce-Partner unserer Lieferanten zu erhalten, werden wir weiter in folgende Bereiche investieren:



HANDELSLÖSUNGEN

Wir investieren, um durch einen effizienteren Datenaustausch, ein automatisiertes Beschaffungswesen, Stärkung unserer Partner und bessere Lösungen für überhöhte Lagerbestände die Effizienz der Handelslieferkette zu optimieren.



Mehr Informationen im
Zalando City Guide
zln.do/de-partner-services

PARTNERPROGRAMM

Hier investieren wir, um Marken eine Alternative anbieten zu können, bei der sich die Warenbestände in ihrem Eigentum befinden und unsere Partner mehr Kontrolle über Preisgestaltung und Sortiment haben, mit dem langfristigen Ziel, einen Anteil von mehr als 20 % an plattformgestützten Transaktionen zu erreichen.

DIGITALE LEISTUNGEN

Wir investieren, um durch die Einbindung von Bestandsangaben, Nachfragegenerierung und Content-Management die Interaktion zwischen Lieferanten und Kunden zu vereinfachen.

LOGISTIKLEISTUNGEN

Wir investieren in unsere logistischen Infrastrukturleistungen sowie in lokal ausgerichtete Kundenservicelösungen, um den E-Commerce-Betrieb für Lieferanten zu vereinfachen – sowohl innerhalb als auch außerhalb des Zalando-Netzwerks.

INVESTITIONEN IN INFRASTRUKTUR

Unsere Investitionen in Infrastruktur bilden den Grundstein für unser überzeugendes Leistungsangebot für Kunden und Lieferanten.



TECHNOLOGIE

Intern entwickelte Technologielösungen stellen das Rückgrat von Zalando dar und liegen sämtlichen Workflows, vom Beschaffungs- über den Bestellprozess bis hin zur Logistik, zugrunde. Zalando beschäftigt heute mehr als 1.600 Entwickler an sieben Technologiezentren, wobei Berlin als Technologiezentrum, Dortmund als Zentrum der Mode-Plattform, Dublin als Zentrum für Datenanalytik, Hamburg als Zentrum für Werbetechnologie sowie Erfurt und Mönchengladbach als High-tech-Logistikzentren fungieren. Ergänzend zu dieser bestehenden Technologieinfrastruktur hat Zalando 2016 mit „Zalando Research“ sein eigenes Forschungslabor gegründet, um interne Experten zusammenzubringen und Fortschritte in der Datenwissenschaft, bei maschinellem Lernen und künstlicher Intelligenz zu erforschen und ihre mögliche Anwendung auf den E-Commerce-Modehandel zu eruieren.

OPERATIVE INFRASTRUKTUR

Unsere etablierte Infrastruktur und unser langjähriges Know-how in den Bereichen Lagerhaltung, Liefer- und Kundenserviceprozesse sowie Content-Erstellung bleiben für unser Handelsgeschäft von grundlegender Bedeutung. Darüber hinaus öffnen wir mit Fulfillment by Zalando unsere logistische Infrastruktur für Markenpartner und ermöglichen ihnen, die Qualität ihres Kundenerlebnisses aufrechtzuerhalten oder zu verbessern, wenn sie unserem Partnerprogramm beitreten – wobei sie gleichzeitig die Kontrolle über ihre Warenbestände behalten.



Mehr Informationen im
Zalando City Guide
zln.do/de-infrastruktur

In den kommenden Jahren werden wir uns weiterhin darauf konzentrieren, unseren Marktanteil auszubauen, indem wir die anhaltende Wachstumsdynamik aus der Verknüpfung von Kundenreichweite und vernetzten Beständen für uns nutzen. Für Verbraucher ist Zalando mehr denn je die erste Adresse für Fashion-Inspiration und -Beratung sowie um neue Modeprodukte zu entdecken: Mit Zalando brauchen Kunden nicht zu befürchten, einen Trend oder ein angesagtes Produkt zu verpassen, Mode kann individuell auf den eigenen Geschmack abgestimmt werden und Produkte werden so schnell und reibungslos wie möglich geliefert.

Betrachtet man die aktuelle rasante technologische Entwicklung im Fashion-Bereich, steht es außer Frage, dass sich auch unsere Vision in den kommenden Jahren weiterentwickeln wird. Wir sind jedoch davon überzeugt, dass Trends weiterhin ein wichtiges Mittel zum Ausdruck der eigenen Persönlichkeit darstellen werden – Inspiration, das Entdecken neuer Produkte und Personalisierung sind Kundenbedürfnisse, die uns langfristig begleiten werden. Angesichts dieser Konstanten sind wir zuversichtlich, dass wir mit den Entscheidungen, die wir aktuell treffen, den richtigen Weg eingeschlagen haben.