Zalando startet Shopping-Club

Eine Knallermeldung läuft gerade über Twitter: Branchengerüchte bestätigen sich, dass auch Zalando einen privaten Shopping-Club startet. Zalando betritt damit das höchst attraktive und zur Zeit aber auch sehr umkämpfte Segment der “Closed Shops”, in dem sich mit vente-privee, brands4friends, buyvip und limango schon einige Dickschiffe breit gemacht haben.

Werfen wir einen schnellen Blick auf die heute gestartete Seite.

Im Mitgliederbereich der Zalando-Lounge heißt es:

> *In der Zalando-Lounge bieten wir besonderen Kunden die Möglichkeit, exklusive Markenprodukte zu besonders günstigen Preisen zu kaufen. Die Mitglieder unserer Lounge erhalten die Möglichkeit, in zeitlich begrenzten Aktionen Produkte exklusiver Modelabels und angesagter Luxusmarken zu erwerben, die um bis zu 80 Prozent günstiger sind als die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers.*
>
> *Die Aktionen sind zeitlich begrenzt, das heißt, es gilt schnell zu sein, um sich den Lieblingsartikel zu sichern. Ist die Aktion erst einmal ausverkauft, gibt es keine Möglichkeit, die Ware nachzubestellen.*

Zalando-Lounge bietet erste Aktion

Eine erste noch etwas dürftige Verkaufsaktion (Converse) ist gestartet, ein Vielzahl weiterer ist jedoch schon angekündigt:

Geschickter Schachzug: Zalando-Shopkunden sind schon Mitglied

Alle Bestandskunden des bisherigen Zalando-Shops haben bereits einen Account und können sich direkt einloggen. Außerdem werden zum Start die Versandkosten erlassen.

> *Wenn Sie bereits im Zalando Shop eingekauft haben, erhalten Sie mit Ihren Zugangsdaten ebenfalls Zugang zur Zalando-Lounge. Loggen Sie sich dazu einfach auf der Startseite der Zalando-Lounge mit Ihrer Email und Ihrem Zalando-Passwort ein.*

Zalando als Impulsgeber der Schuh-Branche?

Nach dem Einstieg von Tengelmann und zuvor Holzbrinck legt das Berliner Unternehmen aus dem Rocket Internet Umfeld der Samwers offensichtlich noch mal einen Zahn zu – bei ohnehin atemberauschendem Tempo. Die Zalando-Phantasie wird im wesentlichen durch den amerikanischen Schuhversender Zappos genährt, der im letzten Jahr von Amazon geschluckt wurde und der auch einen VIP-Bereich als Shopping-Club anbietet.

Die enormen Besucherzuwachsraten im modernen Magento-basierten Shop werden dabei wohl im Wesentlichen von der Fernsehwerbung und den SEO- bzw. SEM-Maßnahmen getrieben. Aber auch über Web 2.0 Seiten wie Facebook und Twitter bedient Zalando bisher sehr geschickt alle Verkaufskanäle und treibt damit die Modebranche im e-Commerce tüchtig an.

Gleichzeitig wurde die Sortimentsbreite durch Kleidung gesteigert. Die Schuh-Konkurrenz der Otto-Gruppe (Mirapodo) und seitens Görtz schläft währenddessen jedoch auch nicht.

Shopping-Clubs werden wichtiger im e-Commerce

Shopping-Clubs haben mittlerweile Potenzial für den Massenmarkt: Nach Ausweis der aktuellen Studie der Marktforscher von Fittkau & Maaß zum Vertriebskanal Shopping-Club, ist jeder dritte Internetnutzer (32,2 Prozent) bereits registriertes Mitglied in einem der exklusiven Online-Shops. Ebenfalls sehr hoch ist der Bekanntheitsgrad des Geschäftsmodells: Rund 70 Prozent der befragten Internetnutzer konnten etwas mit dem Begriff Shopping-Club anfangen.

Bekannte Shopping-Clubs, die auf dem deutschen Markt aktiv sind, heißen vente-privee aus Frankreich, brands4friends, BuyVIP, limango aus dem Otto-Umfeld oder auch Pauldirekt.

Shopping-Club versus klassischer Online-Shop

Spannend wird sein, wie die bisherigen Shop-Kunden von Zalando auf den neuen Shopping-Club reagieren. Bislang hatte sich der Zalando-Shop (abgesehen vielleicht von der Sales-Kategorie im Shop) nicht über den Preis differenziert. Die Schuhe wurden zu den regulären Preisen verkauft, Verkaufsargumente waren neben Service die Geschwindigkeit und unkomplizierte Retourenabwicklung.

Die genannten und bekannten Shopping-Clubs funktionieren allerdings über den Preis. So heißt es folgerichtig auch in der Zalando-Lounge “Exklusive Markenware – bis zu 80% Rabatt auf den Originalpreis”. Hier ist es die Kunst, die bisherigen Kunden nicht zu sehr zu Schnäppchenjägern zu machen und aus dem regulären Shop zu ziehen. Denn dies würde die bisher gute Marge sicher deutlich belasten…

Wie ist Ihre Meinung zum Thema? Schreiben Sie doch weiter unten einen Kommentar!