

Curated Shopping: Betreutes Einkaufen für Einkaufsmuffel

✘ In den USA und Europa testen Startups ein neues Geschäftsmodell im Online-Handel: Curated Shopping – es bedeutet in etwa betreutes Einkaufen. Die Idee dahinter: Der Händler stellt eine Produktauswahl zusammen, die sich nach den Angaben des Kunden richtet. Beahlt wird nur, was gefällt der Rest geht zurück.

Ein Konzept für die Zukunft?

Liebe Männer. Auf ein Wort unter uns Pastorentöchtern: Wann kaufen Sie sich eine neue Hose? In der Regel dann, wenn die bessere Hälfte sagt: "Die ziehst Du nicht mehr an!" Stundenlange Einkaufsbummel liegen Männern nun einmal nicht im Blut, so ein weit verbreitetes Vorurteil.

Curated Shopping

Was wie eine Comedy-Nummer klingt, hat durchaus einen ernsten Hintergrund. Es geht um ein neues Geschäftsmodell des Modehandels, das aus den USA nach Europa gekommen ist: Curated Shopping.

Bei diesem Modell übernimmt der Händler für den Kunden die Produktauswahl. Er richtet sich bei der Auswahl der Artikel nach den Angaben, die der Kunde zuvor in einem Fragebogen gemacht hat. Der Nutzer erhält anschließend ein Paket mit unterschiedlichen Hosen, Hemden, Socken usw. aus denen er auswählen kann. Gefallen ihm ausgewählte Produkte nicht, werden diese retourniert.



Ein besonders interessanter Teilaspekt an diesem Geschäftsmodell ist, dass der Kunden in der Regel einen festen "Berater" an die Seite gestellt bekommt, der sogar per Email oder Telefon erreichbar sein soll. Die Zielsetzung dahinter ist klar. Es soll eine enge Kunden-Händler-Beziehung auf "persönlicher" Basis geschaffen werden.

Curated Shopping scheint in den USA gut anzukommen. Das Gründerportal [deutsche startups](#) verweist beispielsweise auf [Trunkclub](#), [Cakestyle](#) oder [Shoedazzle](#) als Treiber dieses Geschäftsmodells. In Deutschland wird das Konzept von den beiden Berliner Startups [Modomoto](#) und [Modemeister](#) getestet.

Warum, weshalb, wohin?

Dennoch muss sich der "betreute Einkauf" auch ein paar kritische Fragen gefallen lassen.

An wen richtet sich eigentlich ein solches Angebot? Der ohnehin modisch interessierte Käufer wird die textile Fremdbestimmung ablehnen. Für ihn ist das Suchen, Sichten und Vergleichen ein zentraler Aspekt des Shopping-Erlebnisses. Anders der Modemuffel. Warum sollte ihn der Experten-Rat seines persönlichen Betreuers zum Kauf motivieren? Die Hose sitzt, wackelt und hat Luft. Das reicht eigentlich schon aus, um zu kaufen. Ob die Hose jetzt blau oder schwarz, Jeans oder Cargo ist, ist eher sekundär.

Ein zentraler Bestandteil des Konzeptes ist die Institutionalisierung der Auswahlretoure. Wie hoch die Retourenquoten bei Curated Shopping-Konzepten sind, dazu gibt es bislang keine Informationen. Aus den Erfahrungen des klassischen Modehandels kann man getrost von einem sehr hohen zweistelligen Prozentbereich ausgehen. Die Händler müssen also sicherstellen, dass sie nicht von den Retourenkosten aufgefressen werden.

Es könnte klappen

Marktbeobachter sehen für betreutes Einkaufen dennoch gute Zukunftsaussichten. So hebt etwa Johanna Voigtmann vom Branchenverband bvh die Zeitersparnis beim Einkauf als wichtigen USP hervor:

Dieses Modell ist eine tolle Idee für Menschen, die viel Wert auf Kleidung und gutes Aussehen legen, jedoch nicht die Zeit für lange Shopping-Ausflüge haben. Meiner Meinung nach hat das Konzept gut Chancen auf dem Markt, da gerade heutzutage die Gesellschaft möglichst wenig Zeit mit dem Einkaufen jeglicher Art verbringen möchte oder kann.

Yvonne Ortmann von deutsche startups sieht unter anderem in der Verbindung von Curated Shopping mit anderen E-Commerce-Modellen, wie etwa Abo-Commerce, ein zukunftssträchtiges Potenzial:

*Spannend wird es, wenn sich in naher Zukunft verschiedene Onlineshopping-Ansätze zusammenfinden: Da wäre zum Beispiel das Thema Abo-Commerce. Bei **Mansbox** können sich Männer bereits in regelmäßigen Abständen Socken und Boxershorts zuschicken lassen. Bei **Bellegs** gibt es für Frauen regelmäßige Feinstrumpf-Pakete. Modomoto ist schon auf den Zug aufgesprungen und kündigt an, dass Mann sich sein Stylepaket auch monatlich oder vierteljährlich zuschicken lassen kann.*

[poll id="45"]