

Asos forciert Deutschland-Geschäft

✘ In Großbritannien ist Asos eine ganz große Nummer im Online-Mode-Handel. Diese Position möchte man auch in Deutschland besetzen und bläst zum Angriff auf Zalando, H&M und Bonprix. Das Hauptquartier ist ein ehemals von Zalando genutztes Versandzentrum in Berlin, von dem aus die deutschen Shopper beliefert werden.

Spezialisierung statt Generalisierung

Während Zalando immer mehr zum Mode-Generalisten wird, sieht Asos seine Chance in der Spezialisierung seines Angebotes, so Medienberichte. Helfen soll Asos dabei das über 800 Eigenmarken umfassende Sortiment.

Zum jetzigen Zeitpunkt sei das eigene Sortiment gerade einmal zu zwei Prozent deckungsgleich zu Zalando, erklärt Moritz Hau, der Geschäftsführer von Asos Deutschland. Und daran solle sich auch künftig nicht viel ändern, ergänzt Shaun McCabe, Asos International Director. Ziel sei es, Sortimentsüberschneidungen zu Zalando so gering wie möglich zu halten.

Herausforderung Retouren

Einen weiteren Schlüssel zum Erfolg sehe Asos im Umgang mit den Retourenquoten, die in Deutschland, verglichen mit anderen europäischen Ländern, besonders hoch seien. Aber Asos kenne dieses Verbraucherverhalten und wisse damit umzugehen, so McCabe. In Deutschland verzeichne Asos eine Retourenquote von über 40 Prozent. Dies sei viermal so hoch wie in Italien.