Curated Shopping by Zalando: Zieht Euch warm an!

Trotz steigender Temperaturen können sich Outfittery und Co. schon einmal warm anziehen beziehungsweise anziehen lassen. Denn Zalando plant mit einem eigenen Curated-Shopping-Angebot an den Start zu gehen. Und zwar mit dem kompletten Sortiment.

Betreutes Shoppen, neudeutsch Curated Shopping, klingt zwar irgendwie nach Pflegeversicherung, ist aber in der Tat ein interessantes Geschäftsmodell im Online-Handel. Und es ist sogar so vielversprechend, dass Zalando ein eigenes Angebot starten wird. Dass es Zalando ernst ist, zeige sich daran, dass das Berliner Unternehmen europaweit Stylisten einstelle und seine Webseite für diesen Kanal optimiere, weiß Fashionunited zu berichten.

Was macht Zalando anders?

Betreutes Onlinekaufen ist in Deutschland vornehmlich Männersache, wie aus dem Angebot der beiden bekanntesten Anbieter, Outfittery und Modomoto, hervor geht. Zalando sieht offensichtlich aber keine Notwendigkeit sein Angebot auf das starke Geschlecht zu beschränken und werde Curated Shopping auch für Frauen anbieten.

> *“Dies ist für einen Großteil unserer 14 Millionen Kunden in Europa [Frauen, d. Red.] ein interessanter Service”, wird ein Zalando-Sprecher zitiert.*

Outfittery gibt sich unbeeindruckt und freut sich sogar auf das neue Angebot von Zalando. So sagte eine Sprecherin auf Nachfrage:

> *“Dass Zalando unser Geschäftsmodell aufgreift und an seine eigenen Bedürfnisse anpasst, ist für uns so etwas wie ein Ritterschlag. Wir freuen uns auf Zalando.”*

Das Angebot von Zalando sei zudem mit Outfittery nicht zu vergleichen und spreche andere Zielgruppen an:

> *“Wir sind ein Premium-Anbieter und adressieren ausschließlich an die männliche Kundschaft.”*

Was ist Curated Shopping?

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.

Was wie eine Comedy-Nummer klingt, hat durchaus einen ernsten Hintergrund. Bei Curated Shopping 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.

Kommentar: Auf ein Wort…

Vom Geschäftsmodell zum Feature!

Der Einstieg Zalandos in die Welt des Curated Shoppings macht deutlich wohin die Zukunft manch einer Innovation im E-Commerce gehen wird. Shopping-Clubs, Shopping-Apps und auch Curated Shopping wurden als neue Geschäftsmodelle vielversprechender Start-ups aus der Taufe gehoben.

Mit wachsendem Erfolg werden viele dieser Geschäftsmodelle von etablierten Online-Händlern übernommen. Allerdings vielfach nicht in Form einer eigenständigen Marke – es gibt auch Ausnahmen, wie beispielsweise Limango zeigt – sondern als zusätzliches Feature oder als zusätzlicher Kanal im Rahmen des klassischen Online-Shops.

Besonders Zalando ist für diesen Transformationsprozess ein gutes Beispiel. Gestartet ist Zalando mit einem Online-Shop. Sukzessive wurde der Shop um weitere Kanäle ergänzt, wie etwa der Shopping-Club Zalando Lounge. Auch verkauft Zalando über eine Shopping-App, bietet seinen Kunden einen Mobile-Shop an und bald auch ein Curated-Shopping-Angebot.

Zalando stößt mit aller Marktmacht in ein E-Commerce-Segment vor, in dem es sich für die etablierten Anbieter bislang ganz kommod leben ließ. Damit könnte es aber dann vorbei sein. Denn auch Outfittery oder Modomoto muss in Zukunft wachsen. Das Geschäftsmodell muss skalierbar bleiben.

Doch was passiert, wenn Zalando nun systematisch damit beginnt die potenziellen Interessenten der Wettbewerber abzufischen? Dann bleibt zu hoffen, dass der Ritterschlag nicht mit der scharfen Seite des Schwerts geführt wurde. Autsch!

[poll id=”45″]