

Über Fashionette können bald auch Händler Accessoires und Bekleidung im Luxus- und Premiumsegment online anbieten.



„Wir blicken optimistisch auf 2023“

The Platform Group will mit Outfits24 weiter wachsen und baut Fashionette zur Plattform aus

■ Ende vergangenen Jahres hat The Platform Group (TPG) die Mehrheit an Fashionette übernommen, einem auf Taschen und Accessoires spezialisierten Online-Retailer im Premium- und Luxussegment. Im Gespräch mit dem mb erläutert CSO Jürgen Hanke den Deal und zeigt auf, welche Optionen sich hieraus für bereits angeschlossene Outfits24- und Schuh24-Händler ergeben können.

mb: Wie sieht die angekündigte strategische Neuausrichtung von Fashionette aus? Wird der Onlineshop zur Plattform ausgebaut?

Jürgen Hanke: Fashionette wird in jedem Fall seinen Markenkern mit Positionierung im Luxussegment behalten. Allerdings werden wir den Onlineshop als Plattform ausbauen und so stationären Händlern die Möglichkeit geben, ihre hochwertigen Produkte auf Fashionette zu verkaufen. Des Weiteren wird das Sortiment über den Plattformgedanken um Bekleidung erweitert.

mb: Welche Erwartung haben Sie an den Plattformvertrieb in diesem Segment?

Jürgen Hanke: Fashionette erschließt für uns eine komplett neue Zielgruppe und ein neues Warenssegment. Für Händler mit Pre-

miummarken ist der Vertrieb über eine entsprechend positionierte Plattform ein interessantes Geschäftsfeld, da wesentlich höhere Durchschnittspreise erzielt werden können. Darüber hinaus ist der Online-Verkauf dieser Labels viel stärker reglementiert als bei Mainstream-Marken. Es kommen deshalb nur wenige Plattformen infrage, auf denen diese Ware online verkauft werden kann.

Mit einigen Premiumhändlern haben wir schon gesprochen und haben für die Zusammenarbeit ein sehr gutes Feedback bekommen. Außerdem haben einige Händler, die bereits bei uns angeschlossen sind, Produkte, die genau in dieses Marktsegment passen. Für diese ist Fashionette ein zusätzlicher, interessanter Vertriebskanal.

mb: Inwieweit profitiert TPG von diesem Einstieg ins Premium- und Luxussegment?

Jürgen Hanke: Wir erschließen für uns einen neuen Markt und erreichen eine interessante Zielgruppe, die zudem sehr onlineaffin ist. Der Verkauf von Luxusmarken und -produkten bedarf einer komplett anderen, höherwertigen

gen und differenzierteren Präsentation als dies bei Produkten aus der Marktmitte der Fall ist. Deshalb kann der Online-Vertrieb beider Segmente über ein und dieselbe Plattform nicht funktionieren. Die Kunden suchen auf Online-Marktplätzen wie Outfits24 oder Schuhe24 keine hochwertigen Produkte. Diese gehören auch nicht zum Markenkern dieser Plattformen.

mb: Welche Erwartungen und Pläne haben Sie für Outfits24 und Schuhe24 in 2023? Welches Feedback bekommen Sie von Ihren Partnern?

Jürgen Hanke: Wir haben für das Geschäftsjahr 2023 ein hohes Umsatzwachstum eingeplant, und der Verlauf der ersten Monate bestätigt unsere Erwartungen. Wir übertreffen die Planungsvorgaben teilweise erheblich. Wir arbeiten daran, weitere interessante Marktplätze anzubinden und neue Auslandsmärkte zu erschließen. Aktuell suchen wir nach einer Lösung für das Thema Verzollung

für die Märkte Schweiz und UK, um diese beiden interessanten Vertriebsgebiete wieder aufleben zu lassen. In UK fließt im europäischen Vergleich die höchste Kaufkraft pro Einwohner in den Fashion-Bereich, es wird mit Sicherheit wieder der größte Auslandsmarkt von uns werden.



Jürgen Hanke,
CSO The Platform Group,
Wiesbaden.

mb: Zuletzt hat ja Ihr Mitbewerber Zalando für Schlagzeilen gesorgt. Wie beurteilen Sie dies?

Jürgen Hanke: Die Entwicklung bei Zalando hat nicht nur den Handel überrascht. Auch für uns kam sie unerwartet. Wir haben einige Gespräche mit Händlern geführt, die mit uns weiterwachsen wollen. Mit ihnen möchten wir die Zusammenarbeit intensivieren und suchen nach individuellen Lösungen, um den Wachstumsprozess aktiv zu begleiten. Insgesamt erwarten wir für 2023 ein Jahr, das Möglichkeiten und Chancen bietet und blicken daher sehr positiv auf die kommenden Herausforderungen. UL

Alle Artikel unserer BTE KompetenzPartner in dieser und in früheren Ausgaben des BTE marketing berater finden Sie unter Praxistipps auf der Website www.bte-kompetenzpartner.de.