

# Waarom Zalando wil dat je verder denkt dan je eigen voordeur

10-01-2019 14:07



## *Branded content*

De dertiende editie van de Webwinkel Vakdagen draait om 'leading in digital commerce'. Op 23 en 24 januari delen meer dan tweehonderd sprekers, in twaalf zalen in de Jaarbeurs Utrecht, hun visie hierop. Vier daarvan geven alvast een preview. Vandaag: Kenneth Melchior van Zalando over hoe connected retail Europa verovert.

'Digitalisatie biedt mogelijkheden.' Een veelgehoord mantra voor retailers die zoeken naar mogelijkheden om op e-commercegebied een voorsprong te krijgen op de concurrentie. Zalando laat echter zien dat dit geen holle woorden zijn. In 2014 begon het Duitse bedrijf met de transformatie van een webshop naar een platform dat consumenten laat winkelen bij andere merken en offline retailers. Zalando voorziet dat het aantal aangesloten partijen binnenkort de zeshonderd voorbijstreeft. "De belangrijkste uitdaging in onze sector is het bij elkaar brengen van customer demand en voorraad", vertelt Kenneth Melchior. "Negentig procent van alle modeartikelen in Europa is offline en dus alleen maar beschikbaar voor klanten die daadwerkelijk een winkel bezoeken."

Een gemiste kans volgens Zalando en de reden waarom het meer en meer winkels probeert aan te sluiten aan het platform waarop meer dan 25 miljoen mensen actief zijn. De e-commercespeler ziet het platformmodel als het businessmodel van de 21ste eeuw. Retailers moeten dan wel veel verder denken dan de eigen voordeur.

“Bedrijven moeten leren om door de ogen van hun consumenten te kijken”, legt Melchior uit. Begrijp wat klanten willen, hoe zij zich gedragen – off-en online – en via welke kanalen ze shoppen. “Is dat online, dan moet je ook online zitten.” Dat betekent een eigen webshop openen of je aansluiten bij een platform zoals dat van Zalando. Het voordeel van dat laatste is dat je geen eigen digitale infrastructuur hoeft op te zetten.

### **‘De Europese modemarkt is meer dan 420 miljard euro waard’**

Was 2014 een mijlpaal voor het bedrijf door de overgang naar een platformmodel, 2019 moet misschien wel een nog grotere mijlpaal worden. Dan begint Zalando aan het veroveren van Europa. In het eerste kwartaal van volgend jaar opent het de deuren op het platform voor retailers buiten Duitsland, onder meer in Nederland. “De Europese modemarkt is meer dan 420 miljard euro waard en Zalando heeft momenteel een aandeel van 1,3 procent”, zegt Melchior. “Genoeg ruimte om te groeien voor ons dus. Ons doel is om dat in 2020 verdubbeld te hebben en op de lange termijn vijf procent van de markt te beheersen.”

Bron: [RetailTrends 12](#)

Hans Klis