



Trendige Styles und flexible Lieferoptionen: Versandhändler Asos setzt auf Delivery-Expertise von Seven Senders

Berlin, 04. Juni 2020 – Mode für jeden Typ und jede Größe, gepaart mit einer gehörigen Portion Persönlichkeit: Das sind die Grundpfeiler der Firmenphilosophie von Asos. Der Anspruch des trendigen Online-Händlers, Kunden stets genau dort abzuholen, wo sie sich befinden, schließt auch ein optimales Bestell- und Liefererlebnis mit ein. Um noch flexiblere und individuellere Sendungen zu gewährleisten, baut das Fashion-Unternehmen jetzt seine Kooperation mit Seven Senders aus. Los ging es im Herbst 2019 in Schweden. Künftig will Asos nun in weiteren Märkten auf den Delivery-Experten für den Paketversand in Europa setzen.

Von der Riemchensandale bis zur Haarmaske, vom Strandkleid bis zur Duftkerze: Wer auf Asos.com stöbert, ist für den Sommer 2020 gewappnet. Rund 21,7 Millionen Kunden weltweit können auf der Seite aus über 85.000 Produkten von 850 bekannten Marken und stylischen Inhouse-Labeln wählen. Neben Mode, Schuhen oder Kosmetik ist es dem Asos-Team wichtig, Inspirationen zu bieten und Kunden entlang der gesamten Customer Journey zu begleiten. Um den CO2-Fußabdruck weiter zu reduzieren, hat das Unternehmen etwa auf papierlose Rücksendungen umgestellt. Innovative Lieferoptionen, unterstützt durch die Kooperation mit Seven Senders, untermauern die konsequente Kunden- und Zukunftsorientierung zusätzlich.

Der E-Commerce-Retailer Asos hat seine Wurzeln in Großbritannien und ist seit nunmehr 19 Jahren auf dem Markt. In Europa ist Deutschland der wichtigste Markt des Unternehmens, daher sitzt das EU-Lager im Güterverkehrszentrum (GVZ) Großbeeren bei Berlin. Seit rund vier Jahren werden 99 Prozent der Waren, die von europäischen Kunden außerhalb Großbritanniens bestellt werden, von hier aus verschickt. Mittlerweile gibt es an diesem Fulfillment-Standort drei Lager, die verschiedenen Ländern zugeordnet sind.

Beispiel Schweden: Hier verzeichnet der Mode-Retailer ein Liefervolumen von rund 1,1 Millionen Sendungen pro Jahr. Da Asos in Skandinavien zuletzt mit einigen Herausforderungen in Sachen Delivery und einem überlasteten Netzwerk im Last-Mile-Bereich konfrontiert war, suchten die Verantwortlichen nach einer flexibleren Lösung, um so Schwierigkeiten in Peak-Zeiten vorzubeugen. Die Wahl fiel auf den Logistik-Dienstleister Budbee für die Home Delivery-Option sowie Post Nord für Pick-up und Drop-off (PUDO). Der traditionelle Carrier deckt dabei das gesamte Land ab, während Budbee vor allem in den urbanen Zentren wie der Landeshauptstadt Stockholm aktiv ist. 50 Prozent der Kunden von Asos leben in Städten.

Toni Schindel, Head of Delivery Solutions EU bei Asos.com., kommentiert: „Click-and-Collect, also die Abholung bestellter Ware im Laden, war viele Jahre in den skandinavischen Ländern der Standard. Doch mittlerweile fragen immer mehr Kunden in Schweden und Co. die Lieferung nach Hause an. Deshalb war es uns wichtig, dass Kunden aus verschiedenen Optionen wählen können, wir als Unternehmen aber größtmögliche Transparenz haben.“

Riccardo Mannhöfer, Delivery Solutions Manager EU, schließt sich an: „Seven Senders hilft uns, Delivery-Partner im Sinne der bestmöglichen Customer Experience sowie Kontakte zu bündeln und so noch einen Schritt näher an unsere Kunden heranzutreten.“ Doch nicht nur



der Kunde profitiere: Da Seven Senders Sendungen zusammenführe und erst im Bestimmungsland an die Lieferpartner übergebe, müsse kein leerer LKW das Lager in Berlin verlassen – ein großes Plus für Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Sollte ein LKW noch nicht voll sein, kann Seven Senders zudem weitere Zuladungen einplanen. Das bietet sich vor allem für neue und aufstrebende Destinationen an.

In Schweden entscheiden sich mittlerweile 20 Prozent der Kunden für die Home-Zustellung via Budbee powered by Seven Senders. „Diese Entwicklung, also die aktive Entscheidung des Kunden in der Hälfte des Liefergebiets, zeigt uns, dass dieser Weg der richtige für uns war und ist“, sagt Mannhöfer.

Da das Projekt in Schweden und die Zusammenführung verschiedener Lieferoptionen über einen Kanal – Seven Senders – sehr gut funktioniert, weitet Asos die Partnerschaft künftig aus. „Neben Schweden decken wir dann auch Dänemark und Finnland mit Budbee und Seven Senders ab. Und auch die Niederlande sind in Planung“, berichtet Schindel.

Aufgrund der guten Erfahrungen testet Asos für das Deutschlandvolumen (rund 8,5 Millionen Sendungen pro Jahr) derzeit außerdem das Delivery Services-Angebot von Seven Senders, mit dem sich Lieferentwicklungen, mögliche Engpässe und Co. noch besser automatisch prognostizieren und analysieren lassen. Oberstes Ziel ist dabei eine verbesserte Visibilität der Carrier-Performance in Europa. „Beratungskompetenz gepaart mit Kosteneffizienz und Flexibilität sind für uns die Top-3-Gründe, die die Zusammenarbeit mit Seven Senders ausmachen“, sagt Schindel abschließend.

###

Über ASOS

ASOS ist ein Online-Händler für modebegeisterte Tweens auf der ganzen Welt, mit dem Ziel, seinen Kunden das Selbstvertrauen zu geben, genau der Mensch zu sein, der sie sein möchten. Über seine Internetauftritte mit einer marktführenden App und der sowohl für mobile Geräte als auch Desktops optimierten Homepage, die in zehn Sprachen und in über 200 Märkten verfügbar sind, können Kunden von ASOS über 85.000 kuratierte Produkte von 850 der besten globalen und lokalen Marken von Drittanbietern ebenso erwerben wie den perfekten Mix der stylischen Inhouse-Labels. ASOS bedient seine 21,7 Millionen aktiven Kunden von Fulfillment-Zentren im Vereinigten Königreich, den USA und Europa aus und liefert ASOS Pakete in fast alle Länder der Welt. www.asos.com/de/

Über SEVEN SENDERS

SEVEN SENDERS ist die führende Delivery-Plattform für den Paketversand. Das Unternehmen verbindet Versender mit seinem Carrier-Netzwerk aus über 100 Paketzustellern in Europa, und ermöglicht so exzellenten, lokalen Versand als Wettbewerbsvorteil zu nutzen. Mit zusätzlichen Versandservices, wie Claims Center, Versicherung, Retourenportal und Labels, macht SEVEN SENDERS den internationalen Versand zur einfachen Sache. Automatisierte Versandbenachrichtigungen, Tracking- und Monitoringlösungen sorgen für einen transparenten Versandprozess. Monatliche Reports und Analysen ermöglichen die datenbasierte Optimierung der internationalen Versandperformance. Versender erhalten alles aus einer Hand und reduzieren Komplexität. www.sevensenders.com.

Pressemeldung



Unternehmenskontakt

Sandra Maeder
Head of Marketing and Communication
Seven Senders GmbH
Schwedter Str. 36 A
10345 Berlin
+49 (0) 151 68 918 800
s.maeder@sevensenders.com

Pressekontakt

LEWIS Communications GmbH
Charlotte Müller
Johannstr. 1
40476 Düsseldorf
+49 (0) 211 882 476 49
sevensenders@teamlewis.com