

Wachstumsstrategie**OUTFITTERY ab Oktober auch für Frauen**

Berlin, 20. September 2021. Das Berliner E-Commerce Unternehmen OUTFITTERY, europäischer Marktführer für Online Personal Shopping, expandiert in die Womenswear. Damit erschließt das Unternehmen eine zusätzliche und strategisch wichtige Zielgruppe. Ab Oktober steht der Online Personal Shopping Service Männern und Frauen zur Verfügung. Das Angebot startet zunächst in Deutschland, umfasst Bekleidung und wird auch per App verfügbar sein. Zur Personalisierung des Einkaufserlebnisses setzt das Tech-Unternehmen auf mehr als 20 intelligente Algorithmen und Data Intelligence in Kombination mit persönlicher Beratung durch 150 Stylist:innen.

2012 gegründet, konnten bislang Männer in neun europäischen Ländern den personalisierten Einkauf von OUTFITTERY nutzen. Das Menswear-Geschäft entwickelt sich gut: Umsatz und männliche Kundschaft sind im Verlauf deutlich und kontinuierlich gewachsen. Zu den Kunden des Unternehmens zählen heute über eine Million Männer. Das Corona-Jahr 2020 war stabil, aktuell wächst das Unternehmen 2-stellig. Nach dem Merger mit Modomoto im Jahr 2019 werden jetzt weitere Wachstumspotenziale erschlossen.

„Bislang standen die europäische Expansion und Festigung der Marktführerschaft im Bereich Menswear im Fokus unserer Strategie. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, um die weibliche Käuferschaft zu erschließen. Das wird unser Wachstum nochmals signifikant steigern“, sagt Julia Bösch, CEO von OUTFITTERY. Sie ergänzt: „Der Schritt in die Womenswear ist naheliegend, denn bereits jetzt kaufen Frauen bei uns. Bislang allerdings für ihre Partner.“

Eine Studie belegt, dass Damenbekleidung mit 36,5 Prozent Marktanteil das mit Abstand größte Marktsegment im deutschen Fashion-Markt ist. Zum Vergleich: Herrenbekleidung hat einen Marktanteil von 20,8 Prozent⁽¹⁾. Damit ist das Marktvolumen von Damenbekleidung knapp doppelt so groß (Faktor 1,8).

Profitieren will OUTFITTERY auch vom Mode-Online-Boom: Laut aktueller KPMG-Studie⁽²⁾ verschieben sich die Umsatzanteile im Modehandel immer stärker zugunsten online. Der Marktanteil des online Modehandels soll sich in den kommenden zehn Jahren verdoppeln. Von 25 Prozent in 2020 auf 50 Prozent in 2030. Das größte Potenzial für künftige Käufe – auch nach der Pandemie – sehen KPMG-Analysten u.a. in der Mode⁽³⁾. Sie gilt als Wachstumstreiber im E-Commerce.

Neben der Zielgruppenerweiterung sind Data Science und Personalisierung wichtige Säulen der Geschäftsstrategie von OUTFITTERY: Selbstlernende Algorithmen filtern aus dem Modeangebot des Personal Shopping-Service in Frage kommende Teile, passend zu den Wünschen und Bedürfnissen sowie dem verfügbaren Budget der Kund:innen. Auf dieser Basis stellen Stylist:innen dann Styling-Boxen zusammen, bestehend aus fünf Teilen. Kund:innen profitieren von einer maßgeschneiderten Auswahl plus modischer Inspiration. Vor dem Hintergrund einer zunehmend anspruchsvollen online Käuferschaft ist dieser zusätzliche kostenlose Kundenservice ein Differenzierungsmerkmal und Wettbewerbsvorteil im Markt. „Unsere individuelle Beratung garantiert eine bedürfnisgerechte Auswahl und weniger Fehlkäufe. Zeitgleich erhöhen wir Kundenzufriedenheit und -loyalität“, erklärt Julia Bösch.

(1) Fashion 2025 Studie zur Zukunft des Fashion-Markts in Deutschland, KPMG, IFH Köln, BTE

(2) Studie – Fashion 2030: Trend-Guide für die Zukunft der Modebranche in Deutschland, KPMG

(3) Quelle: Online Shopping, Analyse zu Trends und Potenzialen im E-Commerce in der DACH-Region KPMG, Deutschland/Österreich/Schweiz, 2021

PRESSEMITTEILUNG

OUTFITTERY (www.outfittery.de) ist Europas größter Personal Shopping-Service für Frauen- und Männermode. Ziel ist es, die Suche nach passender Mode einfach und zeitsparend zu gestalten, modisch zu inspirieren und zu überraschen. Durch die Kombination aus persönlicher Beratung durch Stylist:innen und technologiebasierten Empfehlungen unterstützt OUTFITTERY seine Kund:innen dabei, ihren individuellen Stil und passende Mode zu finden, in der sie sich wohlfühlen. Das Berliner Unternehmen wurde 2012 von Julia Bösch und Anna Alex gegründet und schloss sich im Mai 2019 mit der Curated Shopping Group (u.a. Modomoto, The Cloakroom, Box31) zusammen. OUTFITTERY ist in neun Ländern präsent, beschäftigt 350 Mitarbeiter:innen und hat rund eine Million Kund:innen (Stand August 2021).

Pressekontakt:

OUTFITTERY GmbH Leuschnerdamm 31 // 10999 Berlin E-Mail: presse@outfittery.de

Public performance // Miriam Piecuch // E-Mail: mp@publicperformance.de // 040 23 80 12 83