

## Versandhändler Quelle kommt in die Ukraine

**25.09.2008**

Das älteste Versandhaus für Kleidung Europas, die deutsche Quelle, entschied, dass das Niveau der Internetdurchdringung in der Ukraine hinreichend hoch für die Entwicklung des Geschäfts im Lande ist. Wie dem „**Kommersant-Ukraine**“ bekannt wurde, eröffnet der Versandhändler Anfang 2009 in der Ukraine eine Vertretung und ein gleichnamiges Internetgeschäft, wo Waren der Marken Adidas, Esprit und Y.O.U. verkauft werden. Diese Ressource werden auch die Einwohner von kleineren Städten nutzen können, in denen bislang keine Kleidungshändler vertreten sind. Doch wird dies lediglich für Internetnutzer zugänglich sein, sagen Experten.

Das älteste Versandhaus für Kleidung Europas, die deutsche Quelle, entschied, dass das Niveau der Internetdurchdringung in der Ukraine hinreichend hoch für die Entwicklung des Geschäfts im Lande ist. Wie dem „**Kommersant-Ukraine**“ bekannt wurde, eröffnet der Versandhändler Anfang 2009 in der Ukraine eine Vertretung und ein gleichnamiges Internetgeschäft, wo Waren der Marken Adidas, Esprit und Y.O.U. verkauft werden. Diese Ressource werden auch die Einwohner von kleineren Städten nutzen können, in denen bislang keine Kleidungshändler vertreten sind. Doch wird dies lediglich für Internetnutzer zugänglich sein, sagen Experten.

Wie dem „**Kommersant-Ukraine**“ der Pressesprecher von Primondo Manfred Gawlas (im Original Galwas) erzählte, wird Quelle in der Ukraine Ende Dezember oder im Januar 2009 erscheinen. Dafür wird in Kiew ein Tochterunternehmen eröffnet. „Unsere Internetgeschäfte sind in dutzenden Ländern Europas vertreten und die Ukraine ist das nächste in unseren Plänen.“, teilte Gawlas mit. Das Sortiment der ukrainischen Quelle wird sich nicht von Geschäften des Unternehmens in anderen Ländern unterscheiden, die Waren werden aus Europa und Südostasien geliefert, sagt man bei Primondo. Momentan verkauft Quelle Handelsmarken, wie Adidas, Esprit, Explorer, Maria Bellesi, Playboy, Tom Tailor, Webschatz und Y.O.U.

Quelle, Betreiber des Kataloghandels, gehört dem Unternehmen Primondo und gehört zum deutschen Konzern Arcandor AG, der die Kaufhäuser Karstadt und den größten Tourismusanbieter in Europa Thomas Cook besitzt. Den Angaben der Bilanz von Arcandor nach, betrug der Verkaufsumsatz in den ersten neun Monaten 2007 14,28 Mrd. €, das EBITDA 526 Mio. €, der Umsatz von Primondo lag bei 2,88 Mrd. €.  
??????? ???????? ????????? 14,28 ???? ???? , EBITDA – 526 ??? ???? , ??????? Primondo ? 2007 ???? – 2,88  
???? ?????.

Manfred Gawlas erzählte, dass für die Arbeit in der Ukraine Kataloge auf ukrainisch mit angepassten Preisen vorbereitet werden. Die Kleidung wird man über das Internet kaufen und sich ebenfalls den Katalog nach Hause kommen lassen können. Die Preise für Kleidung im Katalog sind etwas niedriger, als in normalen Geschäften. Doch bei der Bezahlung des Preises wird eine Serviceabgabe in Abhängigkeit von der Region, in welcher der Klient lebt (bei der russischen Quelle übersteigt diese Abgabe nicht die 16\$), erhoben.

Quelle ist einer der Alteingesessenen im Versandhandel. „Noch während der Stagnation waren die Katalog von Quelle und Neckermann der Traum der Frauen.“, erinnert sich der Vizepräsident der Korporation Sela, Arkadij Pekarewskij. Neckermann, und ebenfalls der größte Katalogversandhändler von Kleidung in Welt, die deutsche OTTO, sind bereits in der Ukraine anwesend. Das Segment des home-shopping (Waren die ins Haus geliefert werden) ist sehr populär in West- und Mitteleuropa. Hauptnutzer dieser Waren sind die Einwohner von kleineren Städten, wo das Angebot an bekannten Marken begrenzt ist, sagt die PR-Koordinatorin von „Adidas-Ukraina“, Galina Pelech. „Die Leute müssen nicht in eine andere Stadt fahren, wo es ein Markengeschäft gibt. Sie können bei sich zu Hause mit einem Knopfdruck die Kleidung auswählen.“, sagt Pelech. „Doch das Bild, welches im Internet präsentiert wird, kann sich von der Realität unterscheiden; der Verbraucher kann mit einer Reihe von Problemen konfrontiert werden, beispielsweise der Auswahl einer unpassenden Größe.“ Den Worten von Galina Pelech nach, sollte für die Bequemlichkeit des Kunden auf der Seite ein Ansichtssystem in 3D für die gefallenden Sachen eingerichtet sein. Obgleich, wie Marktteilnehmer sagen, der Anteil der Warenrückgabe in der Ukraine, im Unterschied zu Ländern mit entwickeltem Markt für Versandwaren, beispielsweise Österreich, sehr niedrig ist. In Europa nehmen einige Verbraucher den Katalog als Anprobe und bestellen drei gleichartige Sachen, von denen eine gekauft wird.

Eines der Hindernisse für die Entwicklung dieses Geschäftszweiges in der Ukraine ist die niedrige Internetdurchdringung, besonders in den kleineren Städten. Gleb Wyschlinskij, Analyst der GfK Ukraine, erinnert daran, dass den Ergebnissen des I. Halbjahres nach dieser Wert bei etwa 20% lag. „In kleineren Städten haben nicht mehr als 15-20% der Verbraucher, die fähig sind diese Marken zu kaufen, Internetzugang. Außerdem besteht noch das Problem des Kaufes mit Hilfe von Kreditkarten, welche sogar in großen Städten schwach entwickelt ist und bei der Zustellung.“, sagt Wyschlinskij. Doch zukünftig wird sich der Internethandel entwickeln. Pekarewskij erzählte, dass Sela bereits sein eigenes Internetgeschäft hat: „Wir werden dem eine hohe Aufmerksamkeit zuteil kommen lassen, um den Wiedererkennungswert der Marke zu erhöhen und alle Verbraucher zufrieden zu stellen, falls es in irgendeiner Stadt keines unserer Geschäfte gibt.“

Der Internethandel hat am allgemeinen Kleidungsverkauf lediglich einen Anteil von 5%, sagt Arkadij Pekarewskij. Eine Einkaufskultur für Kleidung über das Internet ist bislang nicht entwickelt. „Das ist ein anderes Publikum und der Zugang zum Kauf ein anderer.“, erläutert er. „Für unsere Käufer ist es wichtig die Sache zu sehen und anzufassen und vom Prozess des Kauf zusätzliche Emotionen zu erfahren; am Wochenende oder nach der Arbeit durch die Geschäfte zu gehen und daraus Vergnügen zu erlangen.“

Quelle: [Kommersant-Ukraine](#)

Übersetzer: **Andreas Stein** — Wörter: 778

Namensnennung-Keine kommerzielle Nutzung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland Sie dürfen:

- das Werk vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen
- Bearbeitungen des Werkes anfertigen

Zu den folgenden Bedingungen:

Namensnennung. Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen (wodurch aber nicht der Eindruck entstehen darf, Sie oder die Nutzung des Werkes durch Sie würden entlohnt).

Keine kommerzielle Nutzung. Dieses Werk darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.

Weitergabe unter gleichen Bedingungen. Wenn Sie dieses Werk bearbeiten oder in anderer Weise umgestalten, verändern oder als Grundlage für ein anderes Werk verwenden, dürfen Sie das neu entstandene Werk nur unter Verwendung von Lizenzbedingungen weitergeben, die mit denen dieses Lizenzvertrages identisch oder vergleichbar sind.

- Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter welche dieses Werk fällt, mitteilen. Am Einfachsten ist es, einen Link auf diese Seite einzubinden.
- Jede der vorgenannten Bedingungen kann aufgehoben werden, sofern Sie die Einwilligung des Rechteinhabers dazu erhalten.
- Diese Lizenz lässt die Urheberpersönlichkeitsrechte unberührt.

Haftungsausschluss

Die Commons Deed ist kein Lizenzvertrag. Sie ist lediglich ein Referenztext, der den zugrundeliegenden Lizenzvertrag übersichtlich und in allgemeinverständlicher Sprache wiedergibt. Die Deed selbst entfaltet keine juristische Wirkung und erscheint im eigentlichen Lizenzvertrag nicht.

Creative Commons ist keine Rechtsanwaltsgesellschaft und leistet keine Rechtsberatung. Die Weitergabe und Verlinkung des Commons Deeds führt zu keinem Mandatsverhältnis.

Die gesetzlichen Schranken des Urheberrechts bleiben hiervon unberührt.

Die Commons Deed ist eine Zusammenfassung des Lizenzvertrags in allgemeinverständlicher Sprache.