

# Made.com

## Rekordjahr und ehrgeizige Ziele

Mittwoch, 27.02.2019

*Made.com, eine der führenden europäischen Design Brands mit Sitz in London, hat 2018 mit einem Umsatzplus von 37% abgeschlossen und damit ein neues Rekordergebnis in Höhe von umgerechnet 180 Mio. Euro erzielt. So soll es auch weitergehen, wie das Unternehmen klar kommuniziert.*

Der Umsatz in Großbritannien überschritt zum ersten Mal die 100 Mio. GBP (114 Mio. Euro) Marke und machte damit 58% des Gesamtumsatzes aus. Die Steigerung der Umsatzerlöse in Großbritannien um 34% gegenüber dem Vorjahr zeigt, dass das Geschäft insbesondere am Heimatmarkt stark wächst und auf der Steigerung von 29% im Jahr 2017 aufbaut. Der internationale Umsatz stieg um 40% auf 83 Mio. Euro. Nach dem erfolgreichen Start in Spanien im vergangenen Oktober ist sich Philippe Chainieux, CEO von Made.com, sicher, dass Europa 2019 Großbritannien als größten Markt der Marke überholen wird.

Das Unternehmen liefert in neun europäische Länder und wird 2019 weiter expandieren. Geplant sind lokalisierte Webseiten für Portugal, Italien, Dänemark und Schweden. „2018 war ein starkes Jahr für Made.com und dass zu einer Zeit, in der sich der Einzelhandel einem beispiellosen Wandel unterzieht. In den letzten 18 Monaten haben wir einen zunehmenden Trend zu Onlinekäufen von großen Möbelstücken erlebt. Dies deutet auf eine massive Verschiebung des Verbraucherverhaltens im Möbelmarkt und dem Aufstieg der digitalen Generation hin“, so Chainieux.

## Deutlich größer

Außerdem hat das Unternehmen seinen Flagship-Showroom im Londoner Stadtteil Soho deutlich erweitert. Mit dem Relaunch verdreifacht Made.com die Fläche auf über 1.100 qm. „Für uns als Digital Native Brand wird der Onlinehandel immer an erster Stelle stehen, gleichzeitig sind wir uns aber auch bewusst, dass eine physische Verbindung zur Marke ein wichtiger Aspekt des Customer Journey ist. Unsere Showrooms sind keine Geschäfte, sondern Markentempel. Hier können die Kunden die Stoffe fühlen, neue Trends entdecken, sich persönlich beraten lassen, einen Workshop mit einem unserer unabhängigen Designer besuchen oder und nun in Soho auch Technologien ausprobieren. Dies alles sind Schritte, um die Bindung zu unseren Kunden noch stärker und persönlicher werden zu lassen“, so Jo Jackson, Chief Creative Officer von Made.com.

Made.com verfügt derzeit über sechs Showrooms in Europa und plant weitere Showrooms in wichtigen europäischen Märkten zu eröffnen. Der erste davon wird im Frühjahr in Hamburg eröffnet. Außerhalb von Soho gibt es in Großbritannien zudem bereits zwei weitere Showrooms, in Birmingham und Redbrick, West Yorkshire. **„Made.com hat sich zum Ziel gesetzt, die führende Design Brand für die digitale Generation in ganz Europa zu werden.** Das digitale ‚Millennial-Publikum‘ wird bis 2022 50 Prozent der

Verbraucher ausmachen. Um Erfolg zu haben, ist es wichtig, eine Interaktion dort zu gestalten, wo sie sich befindet, ihre Erwartungen zu erfüllen und ein Design-Erlebnis zu schaffen“, sagt Chainieux.

## **Rekordjahr und ehrgeizige Ziele**

### **Links**

- [Made.com](https://www.made.com)