

Sarenza erobert Europa

Der französische Online-Schuhlieferant beliefert 27 Länder Europas und arbeitet eng mit europäischen Akteuren zusammen

In Zeiten von Brexit und Co. setzt Sarenza auf europäische Stärke. Seit 2005 vertreibt der Online-Händler seine Modelle in ganz Europa und ist dort zu einem der Hauptakteure im E-commerce geworden. Die Marke hat sich seit den Anfängen auf Schuhe und Accessoires spezialisiert. Unternehmenssitz ist in Frankreich, doch mehr als 50% des Umsatzes werden inzwischen in Europa erzielt.

15 Nationen unter einem Dach

Mit einer aktiven Präsenz in 27 europäischen Ländern und mehr als 200 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2015 hat Sarenza sich das Ziel gesetzt, Europa zu erobern. Dafür wurden vor zwei Jahren 74 Millionen Euro als Kapital aufgenommen.

Die Expansionsstrategie geht auf. Mehr als die Hälfte der Umsätze wird inzwischen außerhalb Frankreichs generiert. Ein Erfolg, der auf der Expertise der europäischen Teams beruht, die von Paris aus analysieren, einkaufen und verkaufen, immer unter Berücksichtigung der jeweiligen lokalen Bedürfnisse. Hierzu wurden in diesem Jahr weitere 100 Mitarbeiter eingestellt, die das Sarenza-Team im Headquarter in Paris auf ca. 350 Angestellte aus mehr als 15 Nationen erweitert haben.

Sarenza knackt die Milliarden-Grenze

Seit seiner Gründung im Jahr 2005 hat Sarenza in Europa einen Umsatz von 1 Milliarde Euro realisiert. Das bedeutet, dass mehr als 17 Millionen Paar Schuhe verkauft wurden. Bildlich gesehen, hat Sarenza damit die gesamte Bevölkerung der Niederlande mit Schuhen ausgestattet.

Zusammenarbeit mit europäischen Akteuren

Auch als Wirtschaftsakteur nimmt Sarenza seine Rolle in Europa ernst. Für die Eigenmarke „Made by Sarenza“ lässt das Unternehmen ausschließlich in Italien, Spanien und Portugal fertigen.

Darüber hinaus bemüht sich Sarenza besonders darum, europäische Marken in sein Angebot zu integrieren. Somit werden verstärkt lokale Marken eingekauft, die jeweils landesspezifisch nachgefragt werden. Für Deutschland bedeutet dies, dass neben allgemein beliebten Labels wie Nike, Adidas, Converse oder Tommy Hilfiger beispielsweise auch Gabor, Birkenstock oder Peter Kaiser angeboten werden.

CLY Communication

Mariana Mulack: +49.30 8179884-12
mm@cl-y.com

Sarenza

Nadja Hoffmann : +33 1 79 97 81 91
nhoffmann@sarenza.com

Schuh Couture
Alles über Schuhe im [Sarenza-Blog](#)



ÜBER SARENZA:

- September 2005: Sarenza, der Online-Schuhexperte Nr. 1 wird gegründet
- März 2014: Sarenza gewinnt zum dritten Mal in Folge den Titel „Great Place to Work“ in der Kategorie “Unternehmen mit weniger als 500 Angestellte”
- Juni 2014: 63 % der Online-Einkäufer halten Sarenza insbesondere wegen seines breiten Produktangebots die Treue: mehr als 700 Marken mit insgesamt rund 50 000 Modellen und 1 Million Produkte auf Lager (Online-Umfrage von Yuseo bei einer Auswahl von 6.900 Online-Einkäufern, durchgeführt vom 13. bis 18. Juni 2014)
- Juli 2014: Sarenza akquiriert 74 Millionen Euro, um seine französische Marktführerschaft zu festigen und die internationale Expansion zu beschleunigen, insbesondere in den 26 Ländern, in denen das Unternehmen bereits aktiv und präsent ist
- September 2014: Nach 8 Jahren, in denen das Unternehmen sich als Online-Schuhexperte etabliert hat, lanciert Sarenza seine eigene Marke mit 80 einzigartigen Modellen, die exklusiv auf der Webseite erhältlich sind
- Mai 2015: Sarenza ist nun auch in der Schweiz präsent
- Ende 2015: Über 5 Millionen Kunden und mehr als 15 Millionen verkaufte Produkte
- 2016: Sarenza verzeichnet 200 Mio. € Umsatz

www.sarenza.de