



Ein Jahr Tchibo Share: Top oder Flop?

Seit 15 Monaten bietet Tchibo als erstes großes Handelsunternehmen nachhaltig produzierte Baby- und Kinderkleidung zur Miete an. Partner für die Umsetzung ist das Magdeburger Unternehmen kilenda. Zeit für eine erste Bilanz.

Top: Kleine Größen & klassische Basics

Hamburg, 9. Mai 2019. Der Pilotversuch Tchibo Share geht nach der gut einjährigen Probezeit in das nächste Jahr. Sowohl die Größe des Warenkorbs, den die Kundinnen und Kunden online befüllen, als auch die sogenannte Conversion Rate, die das Verhältnis des Webshop-Besuchers zu einer Miete bzw. Kauf anzeigt, steigen stetig an. „Wenn unsere Kunden einen Mietzyklus durchmachen, erleben sie den Nutzen von Tchibo Share, also der Online-Kleidervermietung. Wir freuen uns, soviel Wertschätzung und Kundentreue für unser Angebot zu erhalten. Je mehr wir unser Angebot verbreitern, desto mehr leihen sich unsere Kunden aus,“ erklärt Sarah Herms, Tchibo Kreislaufwirtschafts-Expertin. Erfreulich sei auch, dass 90 % der vermieteten Kleidungsstücke wieder einsetzbar sind. Besonders beliebte Produkte sind dabei Klassiker wie die blaue Regenhose (2,20 € im Monat), gestreifte Babybodies (3er Set für 2,40 €) und klassische Langarmshirts (2er Set für 2,20 €). Die am meisten bestellten Größen sind 74/80, gefolgt von 86/92 und 98/104.

Flop: Bettwäsche & Schaukelpferd

Ab Größe 110 nehmen die Bestellungen allerdings ab. Auch Bettwäsche, eine pinke Softshelljacke und ein Holz-Schaukelpferd blieben im Online-Regal liegen. Kreislauf-Expertin Sarah Herms: „Wir entwickeln unser nachhaltiges Angebot permanent am Bedarf potenzieller Kunden weiter. Welche Mietprodukte helfen jungen Familien, um ihren Alltag einfach und nachhaltig organisieren zu können?“ Um Tchibo Share langfristig und damit nachhaltig zu betreiben, so Herms, brauche es aber ein breiteres Kunden-Fundament. Hieran zu arbeiten sei der Fokus für Jahr 2.

Die meisten Kunden kommen derzeit aus Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg. Am wenigsten mietfreudig zeigen sich Saarländer, Oberbayern und Bremer.



Ausblick 2019 – Sharing-Bewegung ins Rollen bringen

Auch für dieses Jahr hat sich Tchibo Share ehrgeizige Ziele gesetzt:

- Ausbau des Sortiments alle sechs Wochen
- Ab 21. Mai Kindersportmode
- Erweiterung des Mietsortiments für Mütter – wie aktuell sommerliche Hosentrends und mediterrane Styles mit Lochstickereien
- Mietprodukte für Familienurlaube & Kinderausstattung

„Wir sind davon überzeugt, dass das Teilen und Wiederverwenden von Ressourcen eine wichtige Antwort auf die dringliche Frage unserer Zeit ist, wie wir als Unternehmen und Gesellschaft die Umwelt schonen und der nächsten Generation eine lebenswerte Welt überlassen können. Mit Tchibo Share versuchen wir unsere Kunden zu inspirieren, ein solches Angebot auszuprobieren und im Optimalfall in ihren Alltag zu integrieren. Es ist uns wichtig Alltagsbegleiter für Familien zu sein und ihnen Services zu bieten, die unkompliziert im Alltag umzusetzen sind und die Umwelt schonen,“ betont Nanda Bergstein, Direktorin Unternehmensverantwortung. Die Welle für nachhaltigen Konsum müsse größer werden, die Sharing-Bewegung an Fahrt aufnehmen.

Warum Tchibo Share?

Der Konsum wandelt sich. Der Wunsch nach mehr Ressourcenschonung und gleichzeitigem Komfort – bei Konsumenten wie Unternehmen - wächst. Eine attraktive Lösung sind Mietmodelle, etwa für technische Geräte und Saisonartikel, von der Bohrmaschine zum Strandkleid. Auch Baby- und Kinderkleidung wird oft nur kurze Zeit benötigt. Als erstes großes Handelsunternehmen bietet Tchibo deshalb seit Ende Januar 2018 einen innovativen Mietservice an: Unter tchibo-share.de können Eltern bequem online Kleidung für sich und ihren Nachwuchs mieten. Der Mietservice spart Zeit, Geld und Platz – und sorgt für Abwechslung im Kleiderschrank. Vor allem aber ist er nachhaltig, da Ressourcen geschont werden.

**Ziel: geschlossene Stoffkreisläufe**

Mit Tchibo Share wird das Konzept des geschlossenen Material- und Produktkreislaufs (Closed Loop) im Bereich Textilien weiterentwickelt. Beim Closed Loop-Konzept wird der gesamte Lebenszyklus eines Produktes, von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung und den Verkauf bis zur Nutzung und Verwertung, berücksichtigt. Eine lange Nutzung und die Weiterverwertung der Produkte spielen dabei eine entsprechend wichtige Rolle.

Weitere Informationen für Journalisten:

Sandra Coy, Tchibo GmbH, Corporate Communications

Tel: +49 40 63 87 - 2818, Fax: +49 40 63 87 - 5 2818

E-Mail: sandra.coy@tchibo.de

Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. In acht Ländern betreibt Tchibo mehr als 1.000 Filialen, über 21.200 Depots im Einzelhandel sowie nationale Online-Shops. Über dieses Multichannel-Vertriebssystem bietet das Unternehmen neben Kaffee und den Einzelportionssystemen Cafissimo und Qbo die wöchentlich wechselnden Non Food Sortimente und Dienstleistungen, wie Reisen oder Mobilfunk, an. Tchibo erzielte 2017 mit international rund 12.100 Mitarbeitern 3,2 Milliarden Euro Umsatz. Tchibo ist Röstkaffee-Marktführer in Deutschland, Österreich, Tschechien und Ungarn und gehört zu den führenden E-Commerce-Firmen in Europa. Für seine nachhaltige Geschäftspolitik wurde das 1949 in Hamburg gegründete Familienunternehmen mehrfach ausgezeichnet: 2012 mit dem Preis für Unternehmensethik und dem Umweltpreis Logistik sowie 2013 mit den CSR-Preisen der Bundesregierung und der EU. 2016 wurde Tchibo als nachhaltigstes Großunternehmen Deutschlands ausgezeichnet.