

ROSSMANN-Marken etablieren sich international – neue Kooperation mit der chinesischen Supermarktkette Freshippo

21.03.2023 | Expansion, Unternehmen, Sortiment

Nach den erfolgreichen Jahren im Cross-Border-E-Commerce baut ROSSMANN seine Vertriebsstrategie in China weiter aus und fasst Fuß im stationären Handel. Durch die neue Kooperation mit der chinesischen Supermarktkette Freshippo, die zur Alibaba-Gruppe gehört, wird das Sortiment der ROSSMANN-Marken zukünftig in mehr als 300 Freshippo-Filialen landesweit zu finden sein. „We aim to bring the *best* products from the world to China to meet our customer’s desire to continuously experience new and exciting brands and products“, sagt Hou Yi, CEO of Freshippo. Die ROSSMANN-Marken haben international überzeugt und gehören zu den zahlreichen hochklassigen Produkten, die im Sortiment von Freshippo angeboten werden.

Von der ROSSMANN-Hausmarke zur internationalen Brand

Mit dieser Kooperation stärkt ROSSMANN seinen Geschäftsbereich der internationalen ROSSMANN-Marken. Über den stationären Handel der eigenen Filialen hinaus verfolgt das Unternehmen die Strategie, die ROSSMANN-Marken weltweit bekannt und erfolgreich zu machen. „Wir haben uns auf dem hart umkämpften, chinesischen Markt durchgesetzt und gezeigt, dass unsere Marken in Qualität und Preis überzeugen“, betont Raoul Roßmann, Sprecher der Geschäftsführung bei ROSSMANN. „Dass unser Eigenmarkensortiment zukünftig in den Regalen von Freshippo, einem der führenden Technologievorreiter im chinesischen Lebensmitteleinzelhandel, zu finden sein wird, zeugt vom Vertrauen in unsere ROSSMANN-Marken.“

Karl Wehner, Managing Director der Alibaba Group für Deutschland, Österreich, Schweiz, CEE und die Türkei, kommentiert: „ROSSMANN hat vor einigen Jahren seinen Flagship-Store auf unserer Cross-Border-B2C-Plattform Tmall Global eröffnet, und die Produkte sind bei den chinesischen Verbrauchern seither sehr beliebt. Ich freue mich, dass diese langjährige Zusammenarbeit und Partnerschaft innerhalb des Alibaba-Ökosystems wächst und nun mit Freshippo erweitert wird – ein Beweis für die Stärke unserer Beziehung und die in China stetig steigende Nachfrage nach Markenprodukten ‚Made in Germany‘.“

Auftakt mit domol und ecoFreude

Das Supermarktkonzept Freshippo ist Teil der Alibaba-Gruppe. Es verknüpft Offline- und Online-Welt und schafft so barrierefreie Konsummöglichkeiten für die chinesischen Konsumenten. Per Smartphone lassen sich Einkäufe tätigen, Produktinformationen abrufen und Zahlungen abwickeln. Das Konzept ist auf ein breites Sortiment ausgelegt, das nun um die Artikel der ROSSMANN-Marken erweitert wird. Mit bestem Preis-Leistungsverhältnis bieten sie eine echte Alternative zu etablierten Markenprodukten und überzeugen damit auch international. Die Kooperation von ROSSMANN und Freshippo startet zunächst mit den Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln von domol und ecoFreude; weitere ROSSMANN-Marken und Sortimentsbereiche folgen.

ROSSMANN-Pressestelle

Tel.: **05139 / 898-4444**

E-Mail: **dialog@rossmann.de**

