



FC Bayern München eröffnet Online-Fanshop auf Tmall Global für Fans in China

FC Bayern München eröffnet Online-Fanshop auf Tmall Global für Fans in China
DHL eCommerce unterstützt den FC Bayern München Online-Fanshop mit integrierten End-to-End Logistikdienstleistungen
Der FC Bayern München eröffnet gemeinsam mit Tmall Global, der B2C-Online-Plattform der Alibaba Group für ausländische Unternehmen in China, und DHL eCommerce einen offiziellen FC Bayern München Online-Fanshop für Kunden in China. Im neuen Store können die mehr als 90 Millionen Anhänger des FC Bayern München in China ab sofort exklusive Fanartikel wie das Trikot mit dem Namen des Lieblingsspielers erwerben. Außerdem stehen nun viele weitere offizielle Fanartikel zur Verfügung, z.B. Herren-, Damen- und Kinderbekleidung sowie traditionelle bayerische Produkte.
Karl-Heinz Rummenigge, Vorstandsvorsitzender des FC Bayern München, sagte: "Wir freuen uns sehr über die Eröffnung unseres offiziellen FC Bayern München Online-Fanshops auf Tmall Global, mit dem wir eine noch größere Nähe zu unserer riesigen Fangemeinde in China aufbauen werden. Der Zugang zu unseren Fanartikeln ist für unsere Beziehung zu unseren Fans in China von größter Bedeutung."
Jörg Wacker, Vorstand für Internationalisierung und Strategie des FC Bayern München, ergänzte: "China ist einer unserer Fokushmärkte und spielt eine enorm wichtige Rolle in unserer Internationalisierungsstrategie. Für unseren Markteintritt in China ist Tmall Global die beste Plattform und wird bereits von vielen unserer Fans genutzt. Zusammen mit unserem strategischen Partner DHL stellen wir sicher, dass die Käufer ihre Ware schnell erhalten. Dieser Online-Fanshop ist nur der erste große Schritt um die Beziehung zu unseren chinesischen Fans zu stärken und wir werden einen noch intensiveren Austausch mit unseren Fans während unserer Audi Sommer Tour in China im Juli dieses Jahres haben."
Jeff Zhang, President der China Retail Marketplaces der Alibaba Group, sagte: "FC Bayern München, als einer der ersten Fußballclubs mit einem exklusiven Online-Flagship-Store auf Tmall Global, wird die Vielfalt der Marken und Waren auf der Plattform stark widerspiegeln. Dies ist ein sehr wichtiger Schritt in unserer Strategie für den europäischen Markt. Wir werden auch weiterhin Premium-Produkte anbieten und uns darüber hinaus auf verschiedene interaktive Unterhaltungsbranchen fokussieren, um die Plattform umfassend zu globalisieren. Durch Alibabas Reichweite mit 350 Millionen Nutzern auf unseren China Retail-Plattformen, wird der FC Bayern München einen leichteren Zugang zu seinen 90 Millionen Fans in China erhalten."
Der FC Bayern München ist mit mehr als 255.000 Mitgliedern der größte Fußballclub der Welt und auch einer der erfolgreichsten - mit bislang fünf Champions League-Titeln, drei Klub-WM-Titeln und 25 deutschen Meisterschaften. Als strategischer Partner des FC Bayern München wird DHL seine internationale Logistik- und E-Commerce-Expertise nutzen, um den Club beim Ausbau seines weltweiten Fanartikelgeschäfts mit seinen mehr als 400 Millionen Fans weltweit zu unterstützen. Im Rahmen einer sechsjährigen Partnerschaft ist DHL exklusiver Partner für Logistik und E-Commerce-Komplettlösungen. Nach China im Jahr 2015 soll die Partnerschaft im Anschluss auf die gesamte Asien-Pazifik-Region ausgeweitet werden. DHL eCommerce wird sich um viele Aspekte des Fanartikelgeschäfts des FC Bayern München in China kümmern und in Abstimmung mit Tmall Global das Product Listing, die Auftragsbearbeitung und -abwicklung, das lokale Distributions- und Retourenmanagement sowie den lokalen Kundenservice koordinieren.
Thomas Kipp, CEO DHL eCommerce, sagte: "Die Eröffnung des Online-Fanshops des weltgrößten Fußballclubs FC Bayern München im größten Markt der Welt in China bietet uns die beste Möglichkeit, unsere Expertise im E-Commerce, zum Beispiel in der Auftragsabwicklung und Warenzustellung, unter Beweis zu stellen. Dabei profitieren wir zusätzlich von einer noch engeren Zusammenarbeit mit Tmall Global, Chinas führender Online-Handelsplattform. Genau wie der FC Bayern München arbeitet DHL permanent daran, seinen Service noch weiter zu verbessern und sein Spiel zu perfektionieren, um seine Kunden noch stärker an sich zu binden."
Im Rahmen seiner für Juli 2015 geplanten China-Tour will der FC Bayern München drei Spiele bestreiten: in Peking, Shanghai und Guangzhou. Es wird die zweite China-Tour des Clubs sein, nachdem der FCB bereits im Juli 2012 für fünf Tage in China war. Neben drei Spielen in acht Tagen sind für diesen Sommer auch ein Trainingscamp und mehrere PR-Veranstaltungen geplant.
Jörg Wacker, Vorstand für Internationalisierung und Strategie des FC Bayern München; Jeff Zhang, President der China Retail Marketplaces der Alibaba Group; Karl-Heinz Rummenigge, Vorstandsvorsitzender des FC Bayern München; Thomas Kipp, CEO DHL eCommerce
Ansprechpartner
Dunja Kuhlmann
Pressesprecherin
DHL Paket, Parcel Europe, Express Deutschland
Deutsche Post DHL Group
Charles-de-Gaulle-Str. 20
53113 Bonn
Tel.: (0228) 182 9944
Fax: (0228) 182 9880
@dpdhl_kuhlmann  src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnr=593135" width="1" height="1"/>

Pressekontakt

Deutsche Post DHL

53113 Bonn

Firmenkontakt

Deutsche Post DHL

53113 Bonn

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage