



## **limango weiter auf Erfolgskurs – Private Shopping Community für die junge Familie gewinnt Otto Group als strategischen Investor**

**~ Schwungvoller Start, erfolgreiche Strategie, steigende Verkaufs- und Userzahlen – limango zielt mit der strategischen und finanziellen Unterstützung der Otto Group auf die Qualitätsführerschaft bei Private Shopping Communities in Deutschland ~**

**München, 23. Januar 2009 – In nur zwölf Monaten hat sich die limango GmbH als präferierte Einkaufs-Community bei jungen Familien etabliert. Der exklusive Online-Shop richtet sich an Schwangere und junge Familien mit Kindern bis zu 10 Jahren, die am Preis, nicht an der Qualität sparen möchten. limango bietet registrierten Mitgliedern ausgewählte Top-Markenprodukte aus den Bereichen Kinderbekleidung, Kindermöbel, Kinderwagen und Spielwaren sowie „Mami & Papi“-Specials in zeitlich befristeten Verkaufsaktionen an. Seit dem Online-Start im Dezember 2007 hat das limango-Team, angeführt von den Gründern Johannes Ditterich, Martin Oppenrieder und Sven van den Bergh, in wöchentlich wechselnden Verkaufsaktionen Markenprodukte zu stark reduzierten Preisen angeboten. Typisch für das Private Shopping-Geschäftsmodell ist die zeitliche Begrenzung der Verkaufsaktionen auf maximal sieben Tage. Dass das Konzept funktioniert, bei dem Familien bis zu 70% gegenüber der UVP des Herstellers sparen, belegen rasant wachsende Verkaufszahlen und neue, kaufkräftige Kunden. Mit aktuell 150.000 registrierten Mitgliedern hat sich limango bereits im ersten Geschäftsjahr als führende Einkaufs-Community für junge Familien behauptet.**

### **Frisches Kapital für weitere Expansion**

Zu Beginn des Jahres 2009 ist die weltweit führende Distanzhandelsgruppe Otto Group als strategischer Investor bei dem jungen Unternehmen eingestiegen. Damit wird die Grundlage für einen noch schnelleren Auf- und Ausbau des Online-Shops für die junge Familie gelegt. Durch die Partnerschaft

**Für weitere Informationen:**

limango

---

Sven van den Bergh  
Landsberger Straße 6  
D-80339 München  
Tel: +49 (89) 549 986 710  
Fax: +49 (89) 549 986 749  
Email: [sven.vandenbergh@limango.de](mailto:sven.vandenbergh@limango.de)

Otto Group  
Unternehmenskommunikation  
Wandsbeker Straße 3-7  
D-22172 Hamburg

Brita Hemme  
Tel.: +49 (40) 6461 282  
Fax: +49 (40) 6461 449

Thomas Voigt  
Tel.: +49 (40) 661 401  
Fax: +49 (40) 6461 449

mit der Otto Group sichert sich limango einen starken Partner, um sein Private Shopping-Geschäftsmodell auszubauen.

„Wir freuen uns, mit der Otto Group den perfekten strategischen Partner gewonnen zu haben. Die Partnerschaft mit Otto ermöglicht uns, die Zusammenarbeit mit Markenherstellern weiter auszubauen und neue Kundengruppen zu erschließen“, erklärt Johannes Ditterich, Co-Gründer und Geschäftsführer von limango.

limango wird seinen Aufbau auch weiterhin als eigenständiges „Startup“-Unternehmen fortsetzen, gleichzeitig aber von der operativen Stärke der Otto Group profitieren. „Im Kern ist auch unser Geschäftsmodell ein klassisches Versandgeschäft. Gerade im Bereich Fulfillment und Kundenservice werden wir mit der Otto Group als Partner einen außerordentlich hohen Standard an Kundenzufriedenheit erreichen können. Unser kurzfristiges Ziel ist es, die Qualitätsführerschaft in Deutschland bei Private Shopping Communities zu übernehmen und unseren Kunden ein emotionales Shopping-Erlebnis mit Top-Marken bieten zu können“, ergänzt Sven van den Bergh, Co-Gründer und Geschäftsführer von limango.

### **Langfristiges Screening der Otto Group**

Der Einstieg des weltweit größten Distanzhandelsunternehmens Otto Group bei limango war seit geraumer Zeit vorbereitet worden. „Der Bereich Private Shopping hat für die Otto Group strategische Relevanz. Wir haben die Entwicklung von limango in den letzten Monaten sehr genau beobachtet und sind von den erzielten Erfolgen, dem Management-Team und der Qualität und Nachhaltigkeit des von limango aufgebauten Geschäfts sehr überzeugt“, erklärt Dr. Thomas Schnieders, Direktor Neue Medien bei Otto.

Die Otto Group hat mit strategischen Investments bei Startup-Unternehmen bereits in der Vergangenheit Geschick bewiesen. Durch die Beteiligung an myToys hat der Konzern in den letzten Jahren einen sehr erfolgreichen E-Commerce-Channel aufgebaut. Die Partnerschaft mit limango ist ein weiterer

Schritt, das klassische Versandgeschäft durch innovative E-Commerce-Geschäftsmodelle zu ergänzen.

„Mit dem Einstieg bei limango setzen wir einen weiteren Impuls, um unser Geschäft durch Innovationen zu erweitern“, resümiert Dr. Thomas Schnieders.

### **Zielsetzung 2009: Instanz im Fashion-Bereich für junge Familien**

Für das Jahr 2009 strebt limango einen weiteren starken Ausbau seines Geschäfts an. Geplant sind mehr als 250 Verkaufsaktionen rund um das Thema junge Familie. Neben der Festigung und Ausweitung der Zusammenarbeit mit Markenherstellern steht dabei das Mitgliederwachstum im Vordergrund. Jedoch nicht um jeden Preis: „Wir möchten auch weiterhin Wachstum mit operativer Qualität vereinbaren. Daher werden wir unseren Mitglieder Ausbau sehr besonnen betreiben - hierbei muss die Kundenzufriedenheit die zentrale Messgröße sein“, so Sven van den Bergh.

Familien, die noch nicht Mitglied bei limango sind, können sich auf [www.limango.de/otto](http://www.limango.de/otto) kostenlos für die Einkaufs-Community registrieren.

### **Otto Group**

1949 in Deutschland gegründet, ist die Otto Group heute eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit 52.668 Mitarbeitern auf drei Kontinenten. Die Otto Group ist mit 123 wesentlichen Unternehmen in 19 Ländern Europas, Nordamerikas und Asiens präsent. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf die drei Segmente Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service. Im Geschäftsjahr 2007/2008 (29. Februar) erwirtschaftete die Otto Group einen Umsatz von 11.513 Mio. Euro. Otto ist heute die größte Distanzhandelsgruppe der Welt. Im Onlinehandel mit dem Endverbraucher (B2C) belegt die Otto Group weltweit Platz 2 hinter Amazon und ist in Deutschland größter Onlinehändler (B2C). Die dritte Säule innerhalb des erfolgreichen Multichannel-Vertriebskonzepts – neben dem Kataloggeschäft und E-Commerce – bildet der stationäre Einzelhandel. Weltweite Konzernaktivitäten und eine Vielzahl von strategischen Partnerschaften und Joint Ventures bieten Otto ausgezeichnete Voraussetzungen für Know-how-Transfer und die Nutzung von Synergiepotenzialen. Ein hohes Maß an Eigenverantwortlichkeit der nationalen Unternehmen garantiert zugleich Flexibilität und Kundennähe sowie eine optimale Zielgruppenansprache in den jeweiligen Ländern.

Nähere Informationen zur Otto Group liegen im Internet unter [www.ottogroup.com](http://www.ottogroup.com) für Sie bereit.

**limango**

Die limango GmbH wurde im Oktober 2007 von Johannes Ditterich und Martin Oppenrieder gegründet. Das Unternehmen betreibt eine Online-Einkaufsplattform speziell für werdende Eltern und junge Familien mit Kindern bis zu 10 Jahren. Auf [www.limango.de](http://www.limango.de) werden einem exklusiven Mitgliederkreis ausschließlich ausgewählte Top-Markenprodukte in den Bereichen Kinderbekleidung, Kindermöbel, Kinderwagen und Spielwaren im Rahmen von zeitlich begrenzten Verkaufsaktionen zu einem unschlagbaren Preis-Qualitäts-Verhältnis angeboten. Neben den Einsparungen von bis zu 70% gegenüber der UVP der Hersteller garantiert limango die 100%ige Originalität der Verkaufsprodukte, da limango die Ware im Normalfall direkt von den jeweiligen Markenherstellern bezieht.

Markenhersteller nutzen die Online-Einkaufsplattform, um einer exklusiven Käufergruppe Produktneueinführungen, Spezialsortimente oder Stock Overs zu sehr günstigen Preisen anbieten zu können.

Weitere Informationen stehen unter [www.limango.de](http://www.limango.de) zur Verfügung.