

PRESSE - INFORMATION

limango begrüßt eBay als Wettbewerber: "Shopping Communities werden für Marken unentbehrlich"

***DaWanda-Kooperation wertet Markenmode zu einzigartigen
Outfits auf***

München, 21. Dezember 2010 - limango begrüßt eBay als neue Größe im Markt für Shopping Communities. eBay hat gestern bekanntgegeben, Brands4Friends komplett zu übernehmen. limango ist seit Anfang 2009 eine hundertprozentige Tochter des Versandhändlers Otto und verkauft preisreduzierte Markenartikel an aktuell knapp 2,5 Millionen registrierte Mitglieder in Deutschland und der Türkei.

In wenigen Wochen hat sich das Marktumfeld für Shopping Communities komplett gedreht: Im Oktober 2010 kaufte Amazon BuyVIP, jetzt angelt sich eBay Brands4Friends. Dominierten gestern noch Start-ups, sind es jetzt die großen E-Commerce-Player Amazon, eBay und Otto. Das Quartett komplettiert der französische Anbieter Vente Privée, der vor neun Jahren das Prinzip des Club-Verkaufs erfand und mittlerweile auch in Deutschland aktiv ist. Auffallend ist, dass mit Otto nur noch ein hiesiger Anbieter auf dem deutschen Markt aktiv ist.

Sven van den Bergh, CEO und Mitgründer von limango, freut sich über die neue Marktsituation: "Die Akquisitionen zeigen, wie wichtig Shopping Communities für das Portfolio der E-Commerce-Größen sind: Für Ebay ist es der Einstieg in den Direktverkauf. Amazon stärkt mit BuyVIP das Modesegment. Es ist ein klares Signal an die Konsumenten wie die Hersteller, dass Shopping Communities zum wichtigsten Kanal für preisreduzierte Markenware reifen. Nun sind wir gespannt, welche Interpretation dem Kunden am besten gefällt", so van den Bergh weiter.

Anders als die gerade gekauften Wettbewerber hat sich limango auf Markenmode im mittleren Segment spezialisiert. Seine Zukunft sieht limango nicht primär im High-Fashion-Bereich, sondern bei qualitativ hochwertiger Alltagskleidung für Frauen und junge Familien. Keine



Unternehmenskontakt:

limango GmbH
Landsberger Straße 6
D-80339 München

Stefanie Drexler
Tel +49 (89) 99 74 26-203
Fax +49 (89) 99 74 26-259
stefanie.drexler@limango.de

andere Shopping Community wächst aktuell so schnell wie limango: um rund 5.000 Mitglieder - jeden Tag. Van den Bergh ist überzeugt, dass limango in 24 Monaten zu den drei großen Playern zählt, die sich im Segment durchsetzen werden: "Für den langfristigen Erfolg sind Handelskompetenz und Kundenbindung wichtig und genau in diesem Punkt ist limango mit Otto optimal aufgestellt."

Über limango

limango ist die Shopping Community für Frauen und junge Familien im Web. Gegründet im Oktober 2007 von Johannes Ditterich, Martin Oppenrieder und Sven van den Bergh in München, beschäftigt limango heute 80 Mitarbeiter. Seit Januar 2009 ist limango eine hundertprozentige Tochter der Otto Group. limango ist eine geschlossene Shopping Community nur für registrierte Mitglieder. Aktuell nutzen knapp 2,5 Mio. Mitglieder limango in Deutschland und der Türkei, davon 95 Prozent Frauen. Täglich wächst die Shopping Community um rund 5.000 Mitglieder. limango verkauft pro Tag bis zu 20.000 Produkte bis 70 Prozent unter UVP. Das Sortiment umfasst saisonunabhängige Produkte und neue Kollektionen. Markenhersteller nutzen die Online-Einkaufsplattform, um einer exklusiven Käufergruppe saisonunabhängige Teile, neue Kollektionen oder Stock Overs aus anderen Märkten zu sehr günstigen Preisen anbieten zu können.