



Pressemitteilung der limango GmbH

## **limango treibt Internationalisierung voran und steigert Umsatz auf 152 Millionen Euro**

**Der führende Private Shopping Anbieter für Familien setzt seinen Wachstumskurs im Geschäftsjahr 2016 konsequent fort:**

- **Der Umsatz steigt um 18 Prozent auf mehr als 152 Millionen Euro**
- **Erfolgreicher Markteintritt nach Frankreich mit einer halben Million neue Mitglieder in den ersten fünf Monaten**

**München, 20. Februar 2017.** limango zieht eine erfolgreiche Geschäftsbilanz 2016: Der führende Private Shopping Anbieter für Familien baut auch im vergangenen Jahr seinen Marktanteil weiter aus und steigert seinen Umsatz um 18 Prozent auf über 152 Millionen Euro.

Nach Deutschland, Polen und den Niederlanden hat limango sein Online-Shoppingangebot für Familien im August 2016 erfolgreich nach Frankreich ausgeweitet. Bereits in den ersten fünf Monaten konnte limango knapp eine halbe Million Mitglieder für seinen Private Shopping Club in Frankreich gewinnen und verfügt europaweit mittlerweile über 10 Millionen Mitglieder und ca. 2 Millionen Kunden.

Sven van den Bergh, Gründer und Geschäftsführer von limango, kommentiert die erfolgreiche Entwicklung im Jahr 2016: „Der Einstieg in Frankreich ist ein wichtiger Schritt, um unsere Position als führender Private Shopping Club für Familien auch europaweit weiter zu stärken.“

### **Die limango Erfolgsformel: Klarer Zielgruppenfokus und schrittweise Internationalisierung**

Der Erfolg von limango zeigt: Der konsequente Fokus auf die Zielgruppe der Familien unterscheidet limango in Deutschland und auf europäischer Ebene von anderen Shopping Clubs, die meist als Generalisten aufgestellt sind. Die permanente Verbesserung und der Ausbau eines besonders attraktiven Angebots für Familien hat daher bei limango höchste Priorität: In 2016 wuchs die Angebotsbreite auf über 4.800 Aktionen von knapp 2.000 verschiedenen Marken.

Die damit verbundene besondere Relevanz des Angebots für diese Zielgruppe kommt bei den Kunden hervorragend an und zeigt sich in einer äußerst effizienten Gewinnung und erfolgreichen Entwicklung des limango Kundenstamms. „Rund 90 Prozent aller Bestellungen werden mittlerweile durch Wiederholungskäufer getätigt“, ergänzt Sven van den Bergh. „Die erfolgreiche und nachhaltige Entwicklung in 2016 macht einmal mehr deutlich: Unsere Expansionsstrategie mit einem klaren Fokus auf Familien und einer sukzessiven Internationalisierung geht auf. Wir freuen uns sehr über den starken Umsatzanstieg im vergangenen Geschäftsjahr und setzen alles daran, diesen Erfolg weiter auszubauen. Für weiteres Wachstum in 2017 sehen wir uns schon heute bestens aufgestellt.“

**Kontakt:**

FAKTOR 3 AG

André Hoffmann  
Email: [limango@faktor3.de](mailto:limango@faktor3.de)  
Telefon: +49 40 679 446 53

### **Über limango**

Mit über 10 Millionen Mitgliedern und 2 Millionen Kunden ist limango der führende Private Shopping Club für Familien in Europa. Seit seiner Gründung im Jahr 2007 stellt limango die Zielgruppe der Mütter und ihrer Familien konsequent in den Fokus seiner Geschäftsentwicklung. Mit jährlich über 4.800 Verkaufsaktionen von mehr als 2.000 verschiedenen Marken deckt limango die Bedürfnisse von Familien umfassend ab und überrascht seine Mitglieder täglich mit neuen Angeboten aus den Bereichen Baby- und Kinderkleidung, Mode & Schuhe, Kosmetik, Outdoor & Sport sowie Home & Living. Seit 2009 gehört limango zur Otto Group und ist seit 2013 eine hundertprozentige Tochter der myToys Group. limango betreibt Shops in Deutschland, Österreich, Frankreich, den Niederlanden und Polen. Weitere Informationen unter [www.limango.de](http://www.limango.de).