



Média: Smart Media (Themenbeilage Tages-Anzeiger)
 Jour de parution: 2 octobre 2010
 Diffusion: Suisse allemande
 Tirage: 212'207



EBOUTIC.CH, PIONIER UND LEADER DER SCHWEIZER SHOPPING CLUBS

Wie der führende online Outletshop das Schweizer Marktpotential als erster erkannt hat.



Ab heute finden alle Mitglieder Schmuck und Uhren von D&G bis zu 48% reduziert

Das Internet ist keine Innovation der letzten Jahre, dennoch zieht es immer mehr Nutzer an und bereitet somit einen Markt für neue Geschäftsideen.

Einer Studie des Bundesamtes für Statistik zufolge, gaben 2009 73% der Schweizer an, das Internet täglich oder

mehrmals die Woche zu nutzen. Die treibende Kraft hierbei ist der Austausch mit anderen Nutzern, so eine Studie der Universität St. Gallen zum Thema Schweizer Online-Handel, welche des Weiteren beschreibt, dass die Kaufmotivation ein wichtiger Grund ist, online zu gehen. Etwa 4%

der Schweizer kaufen wöchentlich online ein, 73% der Käufer empfinden, dass sie besonders online ein gutes Schnäppchen machen.

Und damit haben sie falls sie bei eboutic.ch einkaufen, auch sicherlich Recht. Denn dem Entrepreneur Arthur Dauchez fiel das Potential des Schweizer Marktes 2007 auf und somit etablierte er, gemeinsam mit Laure de Gennes den ersten Shopping Club der Schweiz mit herausragendem Erfolg.

Ein besonderes Konzept

Das Prinzip ist folgendermassen: Täglich eröffnet der Shopping Club neue Verkäufe auf seiner Homepage, welche zwei bis fünf Tage andauern. Angeboten werden Markenprodukte aus den verschiedensten Kategorien, welche bis zu 80% reduziert sind, gegenüber der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers.

Wie so etwas möglich ist? Eboutic.ch arbeitet direkt mit über 250 Marken zusammen, dadurch fallen jegliche Kosten des Zwischenhandels weg und er kann diesen Preisvorteil direkt an den Kunden weiterleiten. Oftmals präsentiert der Pionier limitierte Editionen, aber auch Kollektionen aus vergangenen Saisonen.

Manche Markenhersteller nutzen eboutic.ch um den Schweizer Markt zu testen, bevor sie sich selbst für den Markteintritt entschliessen. Beispiele des dieswöchigen Angebotes sind der Sportartikelhersteller Nike, die amerikanische Jeansmarke Wrangler, der Glaswaren und Geschenkartikelhersteller Leonardo, sowie die italienische Modemarke Dolce & Gabbana, um nur einige zu nennen.

Ansonsten findet man aber auch regelmässig La Martina, Bodum, Chicco, Armani, Burberry und viele mehr. Die Produkte gehen von Bekleidungsartikeln, über Haushaltsgeräte, bis hin zu High-Tech Artikeln

und Reisen.

Das Teilnehmen an den Verkäufen ist einfach: Vor- und Nachname, E-Mailadresse und Passwort genügen schon um sich kostenfrei auf der Homepage des Clubs unter www.eboutic.ch einzuschreiben; Die ist ohne jegliche Verpflichtungen und ermöglicht einem ab diesem Zeitpunkt bei dem Shop zu kaufen was einem gefällt und dabei prima zu sparen. Um nie einen Verkauf zu verpassen wird man über neue Käuferöffnungen per E-Mail informiert.

Ein Win-Win Geschäftsmodell

Das Angenehme ist, dass bei diesem Geschäftsmodell in der Tat alle Beteiligten profitieren: Der Kunde kann sich jegliches Produkt zum Vorteilspreis direkt nach Hause oder an den Arbeitsplatz liefern lassen, Voraussetzung ist hierbei, dass die Adresse in der Schweiz oder Liechtenstein ist. Der Einkauf ist völlig stressfrei, ohne langen Anfahrtsweg zur Modeboutique oder Outlet Store, ohne Ansammlungen von Menschenmassen, die sich um die besten Schnäppchen drängen und das Beste daran: Shoppen 24/7, ohne Abhängigkeit von Öffnungszeiten. Die Marke verkauft Ihre Kleidung zu günstigen Preisen ohne einen Imageschaden zu erleiden und bekommt so noch Ihre Winterware im Januar verkauft auch wenn der stationäre Handel gerne bereits schon die Frühlingware rausholt. Und eboutic.ch? Der Onlinehändler gibt den Grossteil der Reduktion an die Kunden weiter und behält eine Gewinnmarge ein.

eboutic.ch in Zahlen

Doch wieviele Mitglieder haben sich bei eboutic.ch seit seiner Gründung vor knapp 3 Jahren angemeldet?

Arthur Dauchez gibt Aufschluss: 670 000 Mitglieder zählt eboutic.ch heute, bis Ende des Jahres wird diese Zahl voraussichtlich noch auf 800 000 Mitglieder ansteigen.

Bei der Frage wie eboutic.ch diese Mit-



glieder rekrutieren konnte, hilft Mitgründerin Laure de Gennes weiter: „Unser bestes Rekrutierungsinstrument ist Mund-zu-Mund Werbung, die meisten Mitglieder kommen auf Anraten von Freunden oder Familienmitgliedern zu uns. Ein bedeutender Anteil der Schweizer Bevölkerung hat noch Vorbehalte gegenüber dem Online-shopping, diese werden jedoch geschmälert, wenn man von einer Vertrauensperson eine Empfehlung erhält.“

Jedem Mitglied ist auch ein Anreiz geboten seinen Freunden vom Shoppingclub zu erzählen, denn jedes neugeworbene Mitglied bringt seinem Werber CHF 10.- mit dessen erster Bestellung ein.

Auch der Umsatz beeindruckte bereits 2008 mit CHF 1.6 Millionen. Kein Wunder, dass dies auch die Investoren anlockt, Ende 2008 entschloss sich Alven Capital mit 1 Million Euro an dem blühenden Geschäftsmodell zu beteiligen, und das mit Erfolg: 2009 stieg der Umsatz auf CHF 7

Millionen an.

Generell konnte der Onlinehandel 2009 ein starkes Plus verbuchen, so stiegen die Konsumentenausgaben im Internet um 14%, so eine Studie zum B2C-E-Commerce der Fachhochschule Nordwestschweiz. Diese Zahl gewinnt besonders an Gewicht, betrachtet man hierzu die Zunahme des stationären Handels, welche sich auf 1% beläuft.

Und wie sieht die Zukunft aus? Diese ist bereits am Entstehen, eboutic.ch hat bemerkt, dass ein anderer Bedarf in der Schweiz noch nicht gedeckt ist und zwar der, der Reisen und Events. Und so findet man seit kurzem auch regelmässig mehrtägige Trips in die Schweiz und Umgebung, sowie reduzierte Eintrittskarten für Konzerte oder Shows.

Alles im Allen überzeugt der Shop durch exklusive Marken, pragmatische Angebote und selbstverständlich niedrige Preise.

