

Média : Journal « Aargauer Zeitung »
Jour de parution : 11 janvier 2008
Diffusion : Suisse allemande
Type :
Nombre de lecteurs :
Tirage :
Nom du journaliste : Silvia Schaub



Einlass nur für Freunde

SHOPPING **Das Schnäppchenparadies lockt auch online. Aber nur, wenn man dazu eine persönliche Einladung hat.**

SILVIA SCHAUB

Vielleicht hat man unter dem Weihnachtsbaum statt veritabler Geschenke, Briefchen mit Geldscheinen erhalten. Was zwar nicht gerade einfallreich ist, aber den Beschenkten doch die Möglichkeit lässt, sich Dinge zu kaufen, die sie wirklich schon lange besitzen wollten. Um diese Scheine optimal einzusetzen, möchte man aber nicht unbedingt ins Gedränge um die Ausverkaufsstände eintauchen. Muss man auch nicht. Einfacher lassen sich heute Einkäufe vor dem häuslichen Computer tätigen. Denn schliesslich gibt es auch hier Schnäppchen zu jagen und das Shopping-Feeling auszuleben, auch ohne haptisches Käuferlebnis.

INTERNETKAUFHÄUSER boomen, Dior und Gucci können, auch weitab der internationalen Metropolen, in Ortschaften wie Safenwil und Grelingen gekauft werden. Nur: Je mehr Zugänge wir haben, desto begehrt ist das Exklusive, das Limitierte.

Die Verknappung von Gütern heisst das Rezept, mit dem vor einiger Zeit eine neue Geschäftsidee lan-

ciert wurde: Einkaufen auf Einladung. Die Idee kommt nicht aus den USA oder Japan, sondern aus Frankreich. Auf www.venteprivee.com werden Accessoires, Dessous, Sportswear, Schmuck, aber auch Mode und High-Tech-Geräte von hochwertigen Marken verkauft. Das Besondere daran: Die Produkte werden mit Preisnachlässen zwischen 40 und 70 Prozent angeboten. Dabei handelt es sich um limitierte Kollektionen oder solche, die nicht im Fachhandel erhältlich sind.

Das Prinzip des Unternehmens basiert auf den Spielregeln vornehmer Sportclubs: Mitglied wirbt Mitglied. Ist man erst mal drin, locken das ganze Jahr Angebote wie während der Ausverkaufszeit. Woche für Woche werden die Mitglieder rechtzeitig über die Aktionen informiert, die dann während 2 bis 3 Tagen Marken-Produkte in limitierten Stückzahlen zum Kauf anbieten.

Das Marktpotenzial scheint gross, weshalb bereits weitere Anbieter um Kunden buhlen. Das deutsche Portal www.brands4friends.de etwa basiert auf dem gleichen Sys-

tem, ebenso www.buyvip.de. Auch in der Schweiz müssen Schnäppchenjäger nicht darben. Seit Oktober ist www.eboutic.ch online. Äusserst erfolgreich, wie eine erste Bilanz zeigt. Laut Firmengründer Arthur Dauchez haben sich bereits 15 000 Personen registriert. Noch dieses Jahr werde man umsatzmässig die 1-Millionen-Grenze übersteigen.

AUCH ÜBER EBOUTIC ist das Shopping nur für eine geschlossene Benutzergruppe möglich. Allerdings lohnt sich schon mal die Freundschafwerbung: Für jeden gewonnenen Kunden erhält man eine Gutschrift von 10 Franken auf sein Konto. Unter den «exklusiven» Angeboten waren etwa Haushalt-Accessoires von Alessi oder Bodum, Dessous der Marke Rosy, Sonnenbrillen von Bollé oder Mode von Switcher. «Da wir der erste Club dieser Art in der Schweiz sind, möchten wir ein breites Angebot abdecken», so Dauchez. Dieses soll stetig ausgebaut werden. «Wir diskutieren derzeit, Mode von jungen Schweizer Designern und Autos über das Portal zu verkaufen.»