



Pressemappe

Stand: 2009-11-19

Facts & Figures

Gründer:	Michael Abel Gregor Streyzowsky
Website:	http://www.designerauction.at
Launch-Termin:	19. November 2009
Kontakte:	Designer Auction Ltd. 56 Lisburne Road London NW3 2NR Tel.: (+44 20) 8133 0519 E-Mail: info@designer-auction.com
Support-Hotline:	(+43 1) 276 09 87
Bezugsformen:	- Auktionsgebote („Bids“) - Sofortkauf im Online-Shop
Kosten:	1 Euro pro „Bid“
Verbreitung:	- Deutschland - Groß Britannien - Österreich - Schweiz
Produktgruppen:	- Mode - Kosmetika - Accessoires - Unterhaltungselektronik
Erhältliche Labels:	- Alexander McQueen - Apple - BVLGARI - Chanel - Christian Dior - Christian Louboutin - Clinique - Dolce & Gabbana - Fendi - Gucci - Hermes

- Jimmy Choo
- Marc Jacobs
- La Mer
- Louis Vuitton
- Mont Blanc
- Mulberry
- Ray Ban
- Rolex
- Sisley
- Tiffany's
- Tom Ford
- Yves Saint Laurent

Pressekontakt: leisure communications
Sarah Gasser
Tel.: (+43 664) 8563004
E-Mail: gasser@leisuregroup.at

Ann-Kathrin Schwarz
Tel.: (+43 1) 5354817
E-Mail: schwarz@leisuregroup.at

Presse-Downloads: <http://presse.leisuregroup.at/designerauction>

Presseinformation

Medien/Lifestyle/Handel/Mode/Kosmetik

Was kostet die Welt? – BILD

Anhänge zur Meldung unter <http://presse.leisuregroup.at/designerauction>

Utl.: Louis Vuitton-Bag, Gucci-Schuhe oder ein iPhone um nur fünf Euro? Ein geniales Weihnachtsgeschenk zum Schnäppchenpreis? Die neue Online-Auktionsplattform Designer Auction macht's möglich. Luxus- und Designerartikel können so günstig wie noch nie ersteigert werden. Schnell Entschlossene können im Online-Shop auch sofort kaufen. Unter den Hammer kommen ausschließlich aktuelle Kollektionen. =

Wien/Berlin/London – Welche Frau wollte nicht schon mal im „Sex and the City“-Stil mit Designer-Schuhen durch die Stadt laufen, oder ist noch nie schmachtend vor der Auslage eines Luxus-Shops gestanden? Solche Frauen und natürlich auch Männer mit gleich gelagerten Bedürfnissen kennen auch **Michael Abel** und **Gregor Streyzowsky** zur Genüge und vielleicht war auch das der Stein des Anstoßes, das Online-Auktionsportal Designer Auction zu starten. „Trotz viel zitierter Wirtschaftskrise reißt die Nachfrage nach Luxusartikeln kaum ab. Mit Designer Auction bringen wir ein international erfolgreiches Auktionssystem, bei dem Luxus plötzlich sehr leistbar wird, nun auch nach Österreich“, so Abel und Streyzowsky.

Zwtl.: Das letztplatzierte Angebot gewinnt. Ungeduldige können im Online-Shop auch sofort kaufen.

Designer Auction ist ein Portal, auf dem ausschließlich hochwertige Luxusartikel angeboten werden, die von den Usern mittels Auktionsgeboten – so genannten „Bids“ – ersteigert werden können. Die „Bids“ werden im Vorfeld von den Usern nach kostenloser Registrierung mittels PayPal, Click&Buy oder Kreditkarte erworben und können während des Auktionszeitraums beliebig gesetzt werden. Der Preis für ein Einzelgebot liegt bei einem Euro; werden

Pakete gekauft, reduziert sich der Preis für die einzelnen Gebote um bis zu 50 Prozent. Dann kann auch schon der gewünschte Artikel ausgewählt und mitgeboten werden. Bietet ein User auf einen Artikel, wird ein Gebot von seinem User-Konto abgezogen und der Artikelpreis steigt um einen Cent. Die Auktionen dauern jeweils zwischen fünf Minuten und einer Stunde. Anders als bei bekannten Plattformen siegt hier nicht das Höchstgebot, sondern das letztplatzierte Gebot. Wird in den letzten zehn Sekunden der Auktion allerdings ein neues Gebot abgegeben, verlängert sich die Auktion um einige Sekunden. Somit besteht die Chance, mit Kalkül und Geschick edle Designerstücke zum Schnäppchenpreis zu beziehen. Die meisten Auktionen enden nämlich mit Preisen, die bis zu 90 Prozent unter den gängigen Geschäftspreisen liegen.

Ungeduldige können Produkte jedoch auch außerhalb der Auktion direkt zum angegebenen Preis, der meist ebenfalls deutlich unter dem gängigen Ladenpreis liegt, im Online-Shop erwerben. Dabei werden die bisher geleisteten Auktionsausgaben vom Kaufpreis abgezogen. Wer beispielsweise 30 Euro in Gebote für die Ray Ban-Sonnenbrille „Aviator“ investiert hat, erhält diese beim Kauf im Online-Shop für 80 Euro statt der eigentlichen 110 Euro.

Zwtl.: Celebrities für den guten Zweck.

Exklusiv auf Designer Auction sind auch einzigartige Produkte aus dem Besitz von nationalen und internationalen Celebrities, die unter den virtuellen Hammer kommen sollen. Den Anfang macht eine von IT-Girl Paris Hilton signierte Jacke. Mit dem Erlös dieser Sonderauktionen sollen karitative Einrichtungen in den einzelnen Märkten unterstützt werden. In Österreich kommen die Gelder beispielsweise dem Sozialmarkt Wien zugute, der sozial benachteiligten Menschen die Möglichkeit bietet, Güter des täglichen Bedarfs zu stark ermäßigten Preisen zu beziehen. „Gerade wenn man ein Produkt für die kaufkräftigere Gesellschaft macht, wollen wir jene nicht aus den Augen verlieren, für die schon eine leistbare Tafel Schokolade Luxus sein kann. Deswegen erscheint uns die Initiative des Sozialmarkt Wien auch besonders wichtig“, so die beiden Unternehmer.

Zwtl.: Alles, was das Luxus-Herz begehrt.

Auf der elegant gestalteten Website findet sich so gut wie alles, womit sich wahre Luxusgeschöpfe gerne umgeben, wobei das Angebot laufend erweitert und aktualisiert wird. Zum Start gibt es unter anderem Jimmy Choo-Boots, Pumps von Christian Louboutin, heiß begehrte Louis Vuitton-Taschen und die Chanel Classic Flap Bag. Dafür, dass auch Männer nicht zu kurz kommen, sorgen Produkte wie beispielsweise das Apple iPhone 3Gs oder die klassische Rolex Submariner.

Fälschungen sind selbstverständlich ausgeschlossen, da Designer Auction für die Echtheit der Produkte garantiert, die teilweise direkt von den Herstellern bezogen werden. Außerdem werden ausschließlich aktuelle Kollektionen angeboten.

Hintergrund

Online-Handel boomt trotz Krise

Utl.: „Klick und Kauf“ setzt sich immer mehr durch. Nicht nur Giganten wie eBay oder Amazon florieren.

Die Zahlen lesen sich beeindruckend: Über 8,5 Milliarden US-Dollar (5,7 Milliarden Euro) Jahresumsatz und ein satter Gewinn von knapp 1,8 Milliarden US-Dollar (1,19 Milliarden Euro) verzeichnete der Auktionsriese eBay im Jahr 2007 – erst zwölf Jahre nach seiner Gründung im sonnigen US-Bundesstaat Kalifornien. Heute ist das Unternehmen in 39 Märkten vertreten und kann sich über 88 Millionen Nutzer aus der ganzen Welt freuen. Nicht verwunderlich, dass sich der Börsenkurs trotz Krise deutlich im Aufwärtstrend befindet. Über steigende Kurse kann man sich auch im Hause Amazon freuen, wo zwar nicht auktioniert, aber dafür sehr erfolgreich gehandelt wird. Hier stiegen alleine im dritten Quartal 2009 die Umsätze im Vergleich zum Vorjahr um 28 Prozent auf beachtliche 5,45 Milliarden US-Dollar (3,6 Milliarden Euro). Der Handel im Netz boomt also wie nie zuvor.

Nicht ganz so astronomisch hoch, aber trotzdem durchaus beachtlich sind die Zahlen der Auktions-Portale in Europa. ricardo.ch kann sich als Marktführer in der Schweiz beispielsweise über einen Jahresumsatz von 400 Millionen freuen. Seit September 2008 ist das Portal auch in Österreich tätig. Die Alpenrepublik ist ein durchaus lohnender Marktplatz. Laut einer Studie des Portals gehen bereits 17 Prozent der 500 Befragten wöchentlich virtuell einkaufen. Das Internet ist vor allem aufgrund der nicht vorhandenen Ladenschlusszeiten (69,2 Prozent), des Komforts (73,4 Prozent) und wegen der günstigeren Preise (49,8 Prozent) besonders beliebt. Außerdem schätzen 34 Prozent der Befragten die Möglichkeit, Artikel einzukaufen, die es im Geschäft so nicht gibt. Laut einer aktuellen Studie von eBay Österreich haben bereits 63 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher zwischen 18 und 49 Jahren schon einmal im Internet Artikel gekauft. Auch willhaben.at muss sich mit Platz vier und einer Reichweite von 13 Prozent in der ÖWA (Österreichische Web Analyse, ÖWA Plus, 2. Quartal 2009) nicht verstecken.

In Deutschland hat Amazon laut einer GfK-Studie aus dem April 2009 mit 16,7 Millionen Kunden knapp die Nase vorn. eBay muss sich mit 16,3 Millionen Kunden mit dem zweiten Platz zufrieden geben. Weit abgeschlagen sind Otto (6,7 Millionen Kunden), Weltbild (5,2 Millionen Kunden) und das mittlerweile im Konkurs befindliche Versandhaus Quelle mit 6,1 Millionen Kunden. Bei den Produktkategorien liegt Kleidung mit 12,6 Millionen Käufern vor Büchern mit 12,4 Millionen Käufern. Die Online-Shopper halten an der Gesamtheit der deutschen Web-Nutzer einen Anteil von 76 Prozent.

Zwtl.: Die Internet-User in Österreich.

Laut Österreichischer Web Analyse (ÖWA Plus, 2. Quartal 2009) liegt der Frauenanteil bei 46,5 Prozent, der Anteil der Männer bei 53,5 Prozent. Das Internet ist also noch immer männlich dominiert. Die Internetnutzer weisen eine höhere Schulbildung als der österreichische Durchschnitt auf. Die meisten Internetnutzer sind zwischen 30 und 39 Jahre alt (24,8 Prozent), gefolgt von den 20 bis 29-Jährigen (20,9 Prozent) und den 40 bis 49-Jährigen (18,5 Prozent). Beim Haushalts-Nettoeinkommen liegen 30 Prozent der Haushalte zwischen 2.000 und 3.000 Euro, beachtliche 29,7 Prozent verfügen über 3.000 Euro und mehr.

Die Nutzungsschwerpunkte liegen im Versenden und Empfangen von E-Mails mit 91,4 Prozent, der Recherche über Suchmaschinen (84,5 Prozent), dem Interesse an Nachrichten und Politik (71,4 Prozent) und der Suche nach konkreten Anbietern von Produkten oder Dienstleistungen (67,1 Prozent). Ebenfalls sehr beliebt ist die die Routenplanung (61,2 Prozent), Online-Banking (57,5 Prozent) sowie der Themenbereich Urlaubsangebote und Reisen (55 Prozent).

Mit 94,2 Prozent liegt die Online-Nutzung zu Hause weiterhin an erster Stelle, 35,6 Prozent (gegenüber 41,1 Prozent im Vergleichszeitraum 2008) surfen am Arbeitsplatz. Aufgeholt hat gegenüber vor allem die mobile Nutzung: 19,1 Prozent sind unterwegs online, im zweiten Quartal 2008 lag dieser Wert bei 15,4 Prozent.

Mit einem Volumen von 180 Millionen Euro war Online laut einer Studie des Fachmediums werbeplanung.at 2008 bereits der drittgrößte Werbeträger in Österreich, wobei 64 Prozent auf klassische Online-Werbung entfielen. Für 2009 prophezeien die Experten ein Wachstum von 17 Prozent.

Produktübersicht (Auswahl)

Marke	Produkt
Alexander McQueen	Seidenschal
Apple	iPhone 3Gs
BVLGARI	Armbanduhr
Chanel	Handtasche (Classic Flap Bag)
Christian Dior	Sneakers
Christian Louboutin	Schuhe
Clinique	Gesichts Gel
Dolce & Gabbana	Sneakers
Fendi	Gürtel
Gucci	Gürtel
Jimmy Choo	Stiefel (Orchid)
Marc by Marc Jacobs	Taschenuhr
La Mer	Creme
Louis Vuitton	Handtasche
Ray Ban	Sonnenbrille (Aviators)
Rolex	Armbanduhr (Submariner)
Sisley	Creme
Tiffany's	Armband
Tiffany's	Anhänger
Tom Ford	Sonnenbrille (James Bond)
Yves Saint Laurent	Duft