



## limango – von 0 auf 100 im ersten Jahr

*Private Shopping Community für junge Familien feiert einjähriges Bestehen und verzeichnet über 100 Verkaufsaktionen und 100.000 Mitglieder – positive Bilanz und optimistischer Ausblick auf 2009*

München, 20. November 2008. Von einer zündenden Idee zum ausgetüftelten Konzept: Vor einem Jahr ging die Private Shopping Community limango an den Start und gilt heute mit 100.000 Mitgliedern als Marktführer im Segment „junge Familie“. Bisher wurden über 100 Verkaufsaktionen mit mehr als 80 Markenherstellern lanciert und dabei alle Bereiche für die junge Familie abgedeckt: von Babyausstattung über Kindermode, Kinderschuhe und Spielwaren bis hin zu Lifestyle-Artikeln für Eltern. Der Clou: Unter [www.limango.de](http://www.limango.de) sparen verantwortungsvolle Familienmanager in den zeitlich begrenzten Verkaufsaktionen bei Topmarken immer 30% bis 70%. Zum Geburtstag bietet limango ein breites Aktionsangebot rund um das Thema Familie. Jetzt unter [www.limango.de/start](http://www.limango.de/start) anmelden und sich die Lizenz zum Sparen sichern.

### Zutaten für das Erfolgsrezept

Am Anfang stand die Idee: Das Thema „Familie“ steht im Mittelpunkt unseres Lebens. In Deutschland leben etwa 4 Millionen Eltern mit Kindern im Alter von 0 bis 10 Jahren – genau die Zielgruppe, die limango ins Auge fasst. Eltern wollen Produkte für ihre Kinder, die zwar günstig, aber trotzdem qualitativ hochwertig sind. Johannes Ditterich, Mitgründer der limango GmbH und selbst dreifacher Familienvater, kennt das Problem: „Selten sind Produkte wie Kinderkleidung, Spielwaren, Baby- und Kinderausstattung im Preis reduziert. Unser Ziel ist es, Familien Qualität zu einem erschwinglichen Preis anzubieten. Aus diesem Gedanken heraus entstand limango.“

### Glückliche Kunden

Die geschäftsführenden Gründer Johannes Ditterich, Martin Oppenrieder, Sven van den Bergh und das mittlerweile 17-köpfige limango-Team arbeiten

#### Für weitere Informationen:

Trademark PR GmbH  
Stefan Ehgartner / Miriam Blattert  
Goethestr. 66  
D-80336 München  
Tel.: +49 (0)89 444 46 74-11  
Fax: +49 (0)89 444 46 74-79  
Email:  
[miriam.blattert@trademarkpr.eu](mailto:miriam.blattert@trademarkpr.eu)

#### limango GmbH

Sven van den Bergh  
Landsberger Straße 6  
D-80339 München  
Tel: +49 (89) 549 986 710  
Fax: +49 (89) 549 986 749  
Email:  
[sven.vandenbergh@limango.de](mailto:sven.vandenbergh@limango.de)



[www.limango.de](http://www.limango.de)

kontinuierlich an der Weiterentwicklung der Plattform, um die Zufriedenheit ihrer Kunden zu steigern. Ein Barometer dafür: der seit Juli eingerichtete „Bubbleclub“. Darin können sich registrierte User über kommende, laufende und vergangene Verkaufsaktionen austauschen und limango kann Kritik und Wünsche der Kunden rasch aufnehmen und umsetzen. „Vielfältige Angebote, reibungsloser Service und mehr als faire Preise – limango ist eine tolle Sache“, lautet nur einer der zahlreichen positiven Kundenkommentare.

Aber nicht nur der virtuelle, sondern auch der persönliche Kundenkontakt ist limango wichtig. Auf den Babywelt-Messen in München und Berlin hat sich das Team deshalb persönlich vorgestellt und damit seine Position im Bereich „junge Familie“ zunehmend gestärkt. „Unsere Vision ist es, unsere Stellung als führende Shopping Community für junge Familien weiter auszubauen und zu stärken“, so Sven van den Bergh, einer der geschäftsführenden Gründer von limango.

### **Volles Vertrauen der Kooperationspartner**

Neben der Kundenzufriedenheit ist auch das Vertrauen der Hersteller eine wichtige Zutat für das Erfolgsrezept. limango ist für seine Kooperationspartner mittlerweile zu einem wichtigen Vertriebskanal und einer werbewirksamen Plattform avanciert. Namhafte Marken wie Steiff, BRIO, Chicco, Concord, bellybutton, Liegelind, BONDI, Ricosta, Tatonka und bodum waren bereits auf [www.limango.de](http://www.limango.de) vertreten und planen auch in Zukunft weitere Aktionen. Auch ausländische Topmarken wie Papermoon (Italien) oder bobóli (Spanien) und ausgefallene Brands wie 667! und Blutsgeschwister stoßen bei den limango-Mitgliedern auf große Resonanz. „Wir freuen uns über den Erfolg von limango“, sagt Ehrenfried Mauz, Geschäftsführer der Firma Ding Dong Baby- und Kindermoden. „Private Shopping ist für uns nicht nur ein wichtiger Vertriebskanal, sondern auch ein sehr interessantes Medium für die Bewerbung unserer Marke. Wir können limango uneingeschränkt an andere Hersteller weiterempfehlen.“



Gründer und Geschäftsführer (v.l.): Martin Oppenrieder, Johannes Ditterich, Sven van den Bergh



Limango auf der Babyweltmesse in Berlin



## **Alles rund um die junge Familie - tolle Verkaufsaktionen zum einjährigen Bestehen**

Zwischen dem 24. und 29. November startet limango eine Reihe an weiteren, spannenden Verkaufsaktionen mit diversen Herstellern rund um das Thema junge Familie: Mitglieder dürfen sich auf Artikel von bellybutton (Schwangerschaftsmode), Gelati und Portofino (Baby- und Kindermode), bebidoo (Kinderwagen von Knorr), Selecta (Holzspielzeug) und Trudi (italienische Topmarke für Plüschtiere) freuen. Noch nicht angemeldet? Unter [www.limango.de/start](http://www.limango.de/start) können dies nun alle nachholen, die auf die Lizenz zum Sparen setzen.

### **limango**

Die limango GmbH wurde im Oktober 2007 von Johannes Ditterich, Martin Oppenrieder und Sven van den Bergh gegründet. Das Unternehmen ist die führende deutsche Shopping-Community speziell für werdende Eltern und junge Familien mit Kindern bis zu 10 Jahren. Auf [www.limango.de](http://www.limango.de) werden einem exklusiven Mitgliederkreis ausschließlich ausgewählte Top-Markenprodukte in den Bereichen Kinderbekleidung, Kindermöbel, Kinderwagen und Spielwaren im Rahmen von zeitlich begrenzten Verkaufsaktionen zu einem sehr günstigen Preis-Qualitäts-Verhältnis angeboten. Neben den Einsparungen von bis zu 70% gegenüber der UVP der Hersteller garantiert limango die 100%ige Originalität der Verkaufsprodukte, da limango die Ware direkt von den jeweiligen Markenherstellern bezieht.

Markenhersteller nutzen die Online-Einkaufsplattform, um einer exklusiven Käufergruppe Spezialsortimente, neue Kollektionen oder Stock Overs anbieten zu können.

Weitere Informationen stehen unter [www.limango.de](http://www.limango.de) zur Verfügung.