



WIRTSCHAFT DAWANDA

Aus dem Dawanda-Shop von Julia Ziehn und Amely Späth: goldplattierte Schleifchenkette für 148 Euro und Ring in 750 Gelbgold mit Turmalin für 1280 Euro



KLASSE TROTZ MASSE

Vom günstigen Modeschmuck bis zum hochpreisigen Collier: Die Plattform Dawanda.com ist für Goldschmiede und Schmuckdesigner ein zusätzlicher Vertriebsweg.

Alle 20 Sekunden macht es Klick – und ein Schmuckstück wird verkauft. Mehr als 300 Anbieter von Goldschmiedearbeiten und mehrere 1000 Schmuckdesigner sind mittlerweile auf Dawanda.com zu finden. „In Zeiten, in denen zunehmend online gekauft wird, ist es für einen Designer Pflicht, über E-Commerce nachzudenken“, sagt Geschäftsführerin Claudia Helming.

Risikofreier Einstieg

Auf der Plattform können Hersteller aus den Bereichen Schmuck, Mode und Wohnen einen Online-Shop eröffnen und ihre Produkte verkaufen. Pro Artikel fallen lediglich Einstellgebühren abhängig vom Kaufpreis und für jeden Verkauf eine Umsatzprovision von fünf Prozent an.

Das hat auch die Goldschmiedinnen Julia Ziehn und Amely Späth überzeugt. Seit November 2010 betreiben sie einen gemeinsamen Shop auf Dawanda. „Es war der Einstieg in unsere Selbstständigkeit“, sagt Amely Späth. Mittlerweile haben die beiden zusätzlich ein Ladengeschäft in Berlin. Dort und im Internet verkaufen sie Einzelstücke und kleine Serien, zum Beispiel aus Silber und Gold oder mit Perlen und Edelsteinen besetzt, von 32 bis 1280 Euro. „Dawanda ist eine tolle Möglichkeit, sich zu präsentieren, und gleichzeitig gute Werbung für uns. Durch das Portal sind wir im Internet bekannt und erreichen auch Kunden außerhalb Berlins und sogar Deutschlands. Es gibt Marketingaktionen wie Newsletter oder Erwähnungen auf der Startseite, die auf uns aufmerksam machen.“

Für jeden Produktbereich existieren auf Dawanda mehrere Kategorien, aus denen die Anbieter wählen können – im Bereich Schmuck beispielsweise aus „Ketten“, „Ringe“, „Goldschmuck“ oder „Keramikschmuck“.

Darüber hinaus ist das Portal ein virtueller Treffpunkt, der es ermöglicht, die Hersteller hinter den Produkten kennenzulernen, sich mit ihnen auszutauschen, das Angebotene zu kommentieren oder im Forum mit anderen Käufern oder Verkäufern zu diskutieren. „Der persönliche Kontakt ist uns sehr wichtig“, sagt Amely Späth. „So legen wir eine Postkarte und einen persönlichen Gruß zur Ware dazu.“

140 Millionen Seitenaufrufe

Seit seiner Gründung 2006 erlebt Dawanda einen wahren Boom und wächst kontinuierlich: Monatlich 8,5 Millionen Besucher, 140 Millionen Seitenaufrufe, 80 Mitarbeiter und internationale Expansionspläne belegen das. „Immer mehr Menschen wissen die Besonderheit von einzigartigen Produkten jenseits des industrialisierten Massenkonsums zu schätzen“, sagt Claudia Helming. „Das Portal steht für Individualität und Trends. Die Käufer erwerben Unikate oder Produkte in limitierter Auflage direkt vom Hersteller. Heute sind auf Dawanda 1,7 Millionen Nutzer registriert, und es werden täglich mehr.“ Sehr zur Freude von Julia Ziehn und Amely Späth, die sich ohne Dawanda vielleicht nie zur Geschäftsgründung entschlossen hätten. *Magdalena Malawska*
www.dawanda.com



Claudia Helming,
Gründerin und Geschäftsführerin von Dawanda



*Just Simple
New generation. Opal*

 richard hans
becker
feiner Farbsteinschmuck

Tiefensteiner Str. 38 · 55743 Idar-Oberstein
Tel.: 06781-507 20 · Fax: 06781-507 229

service@richard-hans-becker.de
www.richard-hans-becker.de

Inhorgenta München
Intergem Idar-Oberstein