

Onlinemarkt für Selbstgemachtes

DaWanda nennt sich ein Verkaufsportal ohne Auktionen

jesl. FRANKFURT/BERLIN. DaWanda stammt aus dem Afrikanischen und bedeutet übersetzt die Einzigartige. So ist auch die gleichnamige Internetseite ein Onlinemarkt für Unikate. Unter dem Slogan „Products with love“ verkaufen rund 120 000 Hobbybastler ihre selbstgefertigten Produkte. Darunter rund 10 000 aus Frankfurt. In den verschiedensten Kategorien von Mode, Accessoires und Taschen, zu Kinderspielzeugen, Wohnartikeln und Handarbeitsbedarf sind rund eine Million Artikel zu finden.

Gegründet wurde das Internetportal www.dawanda.de im Herbst 2006 von Claudia Helming und Michael Pütz in Berlin. Beide arbeiteten zuvor gemeinsam bei Passado, einem Netzwerk für alte Schulfreunde. Als sie beruflich ein Jahr in Moskau verbrachten, kam ihnen die Idee für DaWanda: Die Suche nach Weihnachtsgeschenken gestaltete sich schwieriger als erwartet. „Wodka – nichts anderes war zu finden“, sagt Helming und lacht. Also bastelten die beiden selbst etwas. Die Geschenke fielen in diesem Jahr einfach aus, doch erfreuten überraschenderweise mehr als das sonst Gekaufte. „Wir dachten uns, es sei doch schön, Selbstgemachtes von überall auf der Welt aus ohne großen Aufwand kaufen zu können.“

Um etwas bei DaWanda kaufen oder verkaufen zu können, ist kein großer Aufwand notwendig. Mit seinem Namen und seiner E-Mail-Adresse meldet man sich an. Dann kann es schon losgehen: Mit der Suchmaschine des Portals ist das gewünschte Produkt schnell gefunden. Ein Klick und es wird in den Warenkorb gelegt. Dann ist immer noch Zeit, das Profil

des Verkäufers und die Bewertungen, die er von anderen Usern bekommen hat, durchzulesen. Den Preis für die Produkte legt jeder Verkäufer selbst fest. Fünf Prozent des Verkaufspreises gehen in die Kasse von DaWanda. „Das Prinzip ist das gleiche wie bei Ebay, nur dass es bei DaWanda ausschließlich Festpreise und keine Auktionen gibt“, sagt Helming.

Sie erinnert sich lächelnd an das von ihr Selbstgebastelte zurück. Die Unikate auf dem Onlinemarkt seien qualitativ viel hochwertiger. „Die Plattform wird meist von Usern genutzt, die ihr Handwerk genau verstehen.“

So auch von Natasha Spendic aus Frankfurt. Die 21 Jahre alte Modedesignerin verkauft unter dem Namen „Frauen-Zimmer“ von ihr selbst entworfene und selbstgenähte Kleidungsstücke auf der Internetseite. „Bei DaWanda kann ich meiner Kreativität freien Lauf lassen und finde immer wieder neue Kunden“, sagt sie. Sie stieß auf das Portal, weil sie eine Möglichkeit suchte, ihr eigenes Label bekannt zu machen. DaWanda sei optimal für Einsteiger: Man zahle keine Gebühren und erreiche Tausende von Menschen. In einem Monat besuchen den Angaben zufolge bis zu 13 Millionen Menschen die Internetseite.

Seit Dezember vergangenen Jahres hat Spendic schon mehr als 60 Unikate verkauft. „Mittlerweile ist der Onlinemarkt so groß, da fühle ich mich echt geehrt, wenn meine Produkte unter so vielen anderen gefunden werden.“

Helming ist zufrieden mit ihrem Portal und kennt nur wenig vergleichbare Onlinemärkte: „DaWanda ist einfach, wie der Name schon sagt, einzigartig.“