

The logo for Willhaben, featuring the word "WILLHABEN" in white capital letters inside a blue speech bubble shape with a tail pointing downwards and to the left.

WILLHABEN

Der 2nd Hand-Effekt

Willhaben / Nachhaltigkeit / 2nd Hand Fashion / Nutzermotive

Über willhaben

Der größte digitale Marktplatz in Österreich

Gegründet 2006

JV von Styria Media Group und Adevinta (früher Schibsted)

Sitz in Wien

250 MitarbeiterInnen

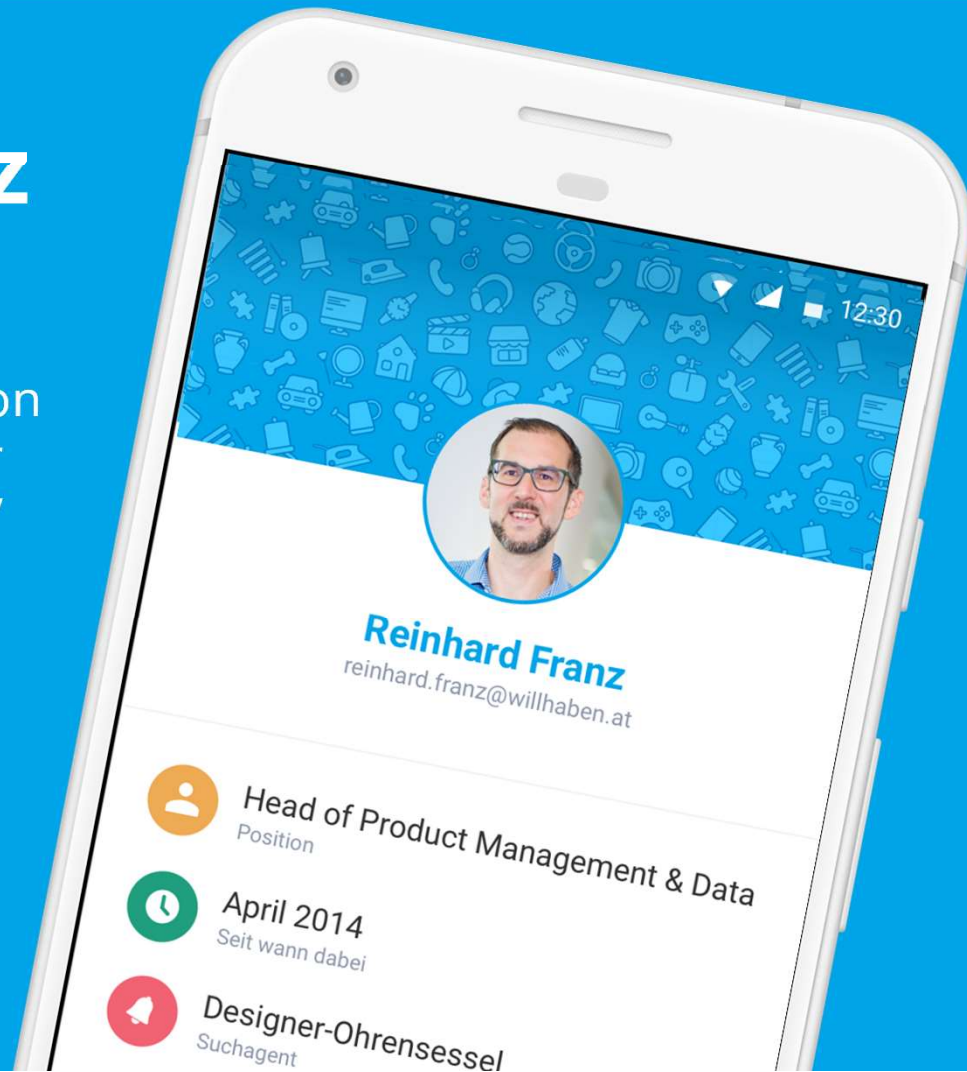
4 Bereiche: Marktplatz, Auto & Motor, Immobilien & Jobs

Plattformen: Web (Desktop & mobile), Apps (iOS & Android)

Reinhard Franz

Head of Product & Data

“Mein Job ist es die Produkte von willhaben bestmöglich für User & Kunden weiterzuentwickeln.”



Zahlen, bitte!

8,5+ Millionen Anzeigen online

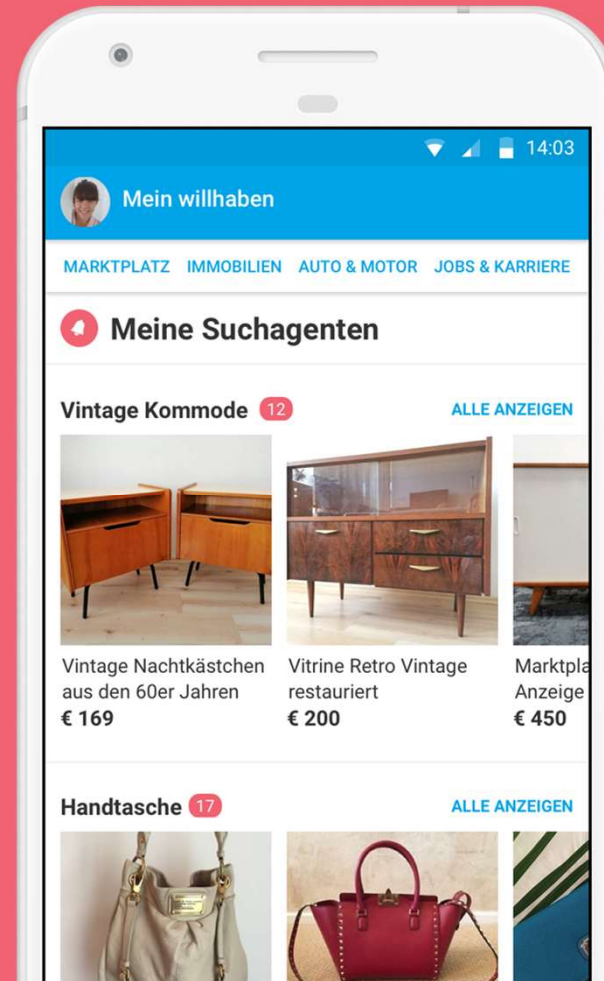
80.000-100.000 neue Anzeigen täglich

54,7% monatliche Reichweite in Österreich*

1+ Million täglich aktive Nutzer

Durchschnittliche Nutzungsdauer pro Besuch: **10 Minuten**

* OWA Plus 2019-IV (Quartal, Einzelangebot)



Willhaben & Nachhaltigkeit

DER 2ND-HAND-EFFEKT*

Eine Analyse von Ethos International zeigt den Effekt von Kauf und Verkauf am Marktplatz und im Auto & Motor-Bereich sehr deutlich.

380.000 Tonnen CO₂ wurden 2019 durch den Kauf von gebrauchten Artikeln & Fahrzeugen auf willhaben eingespart - das entspricht der Absorptions-Leistung von 30 Millionen Bäumen.

Studie von Ethos International 2019
Im Auftrag von Adevinta



380,000
tonnes of CO₂e



24,000
tonnes of plastic



150,000
tonnes of steel



15,000
tonnes of aluminium

Die 3 Hauptnutzungsmotive:

- HEDONISTISCH
"Es ist wie eine Schatzsuche. Ich kann Unikate finden."
- ÖKONOMISCH
"Ich hab ein echtes Schnäppchen gefunden."
- NACHHALTIG
"Ich denk an die Umwelt und will schönen Dingen ein zweites Leben schenken."

Studie von
Kommunikationsagentur Schilling & Schilling
Und Universität Wien 2019



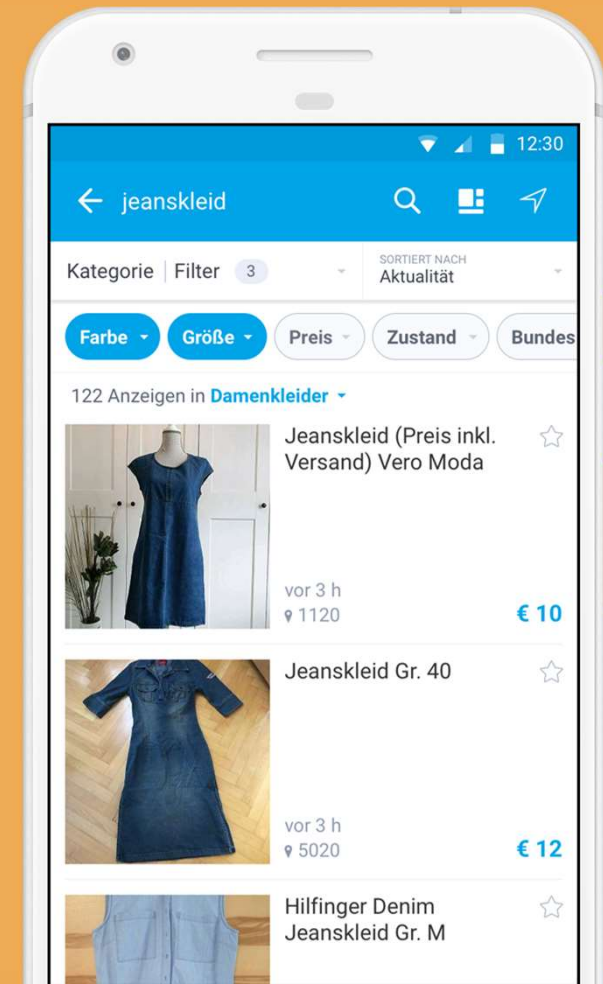
Willhaben & Mode

+1,6 Millionen Anzeigen online = die größte Kategorie am willhaben Marktplatz

~9.000-10.000 neue Angebote täglich

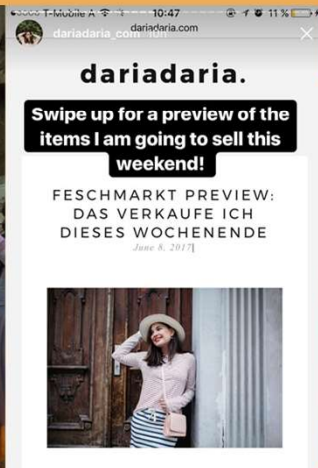
Hohe Nachfrage nach

- Luxusmarken (Gucci, Chanel & Co)
- Consumer Brands (Zara)
- Lifestylemarken (Nike, Puma & Co)
- Brauchtums- und Traditionskleidung (Dirndl & Co)
- Kleidung für besondere Anlässe (Hochzeit, Firmung, Taufe...)

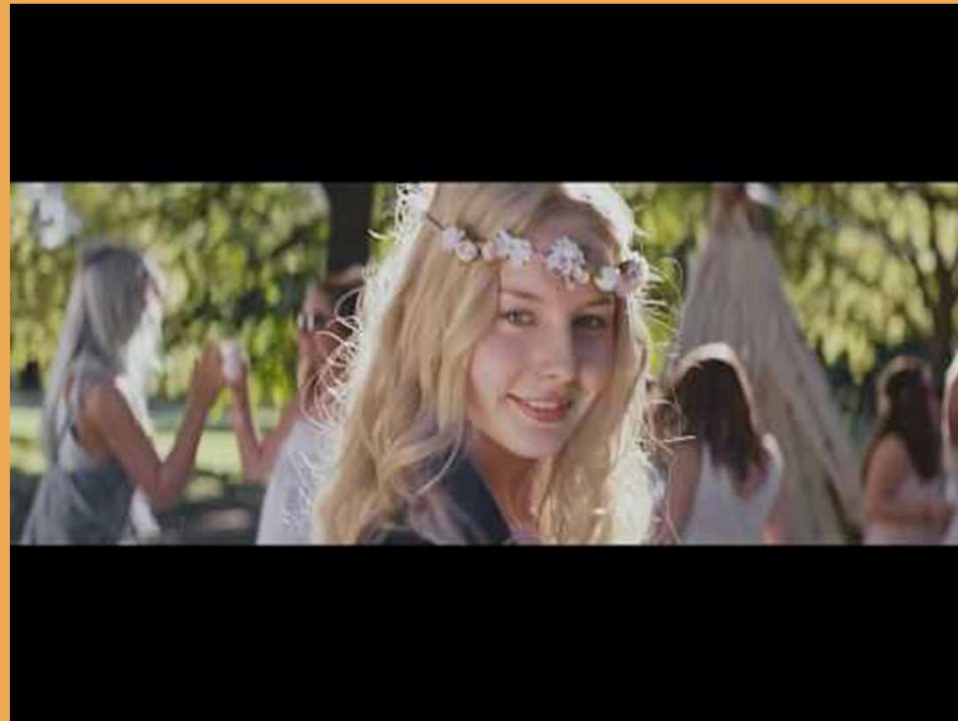


2nd Hand statt Fast Fashion

- Kooperation mit Magazinen, Influencern & Designern
- Blogger-Sale
- Popup-Stores

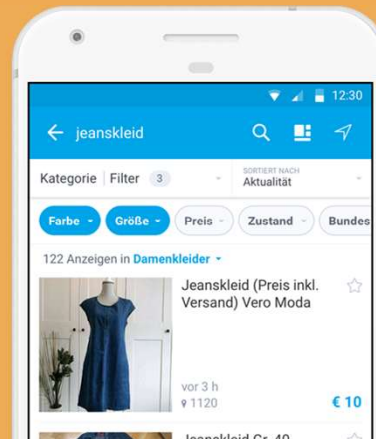


Dinge mit Geschichte

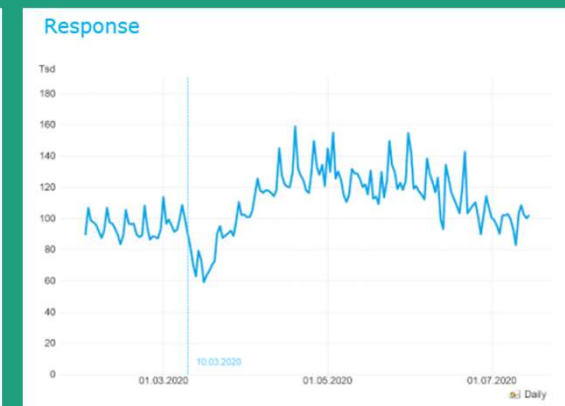
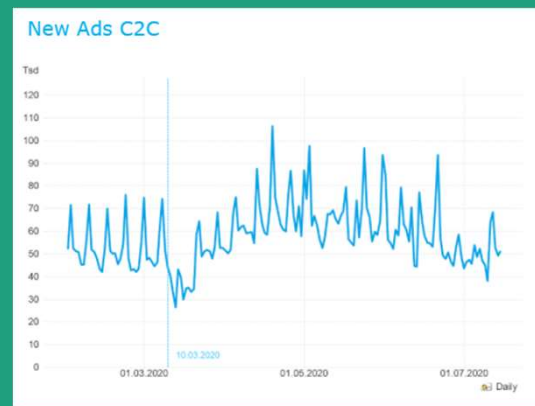
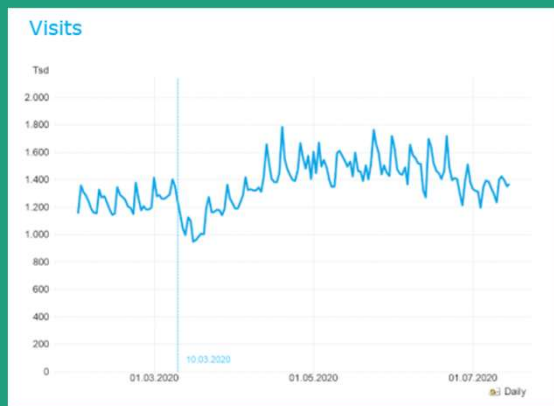


User Experience first

- Hochwertige Experience wie in Online-Fashion-Shops
- Suchmöglichkeiten um aus der Masse an Artikeln im Bereich Mode wirklich Relevantes zu finden
- Schnelle und sichere Bezahlung und Zustellung



Willhaben & Covid-19



- Kurzer starker Impact in der Nutzung nach Lockdown I, danach extrem intensive Nutzung vom Marktplatz (+40-50%)
- Besonders stark nachgefragt: Computer, Spiele, Garten & Wohnung
- Bei Mode: Starke Nachfrage nach "Freizeitkleidung", zB Jogginghosen, weniger starke Nachfrage nach Businesskleidung

**Will DANKE sagen
für eure Aufmerksamkeit!**

reinhard.franz@willhaben.at

