

Keine *Chance* für Fälschungen

eBay startet heuer einen eigenen Authentifizierungs-Service für Markenartikel – Testphase fokussiert auf Luxushandtaschen.

BRITTA BIRON

San José. Mit einem mageren Wachstum von rund zwei bis 2,5% war 2016 für die globale Fashion-industrie ein schlechtes Jahr. Besonders hart hat es dabei das Luxussegment getroffen, das laut einer Studie von Business of Fashion (BoF) und McKinsey überhaupt nur ein Plus von einem

„Der neue Service erhöht die Sicherheit für Käufer und Verkäufer.“

LAURA CHAMBERS
VIZEPRÄSIDENTIN EBAY

halben bis einem Prozent erzielen konnte; ein Indiz dafür, dass Nobelfashion nicht mehr anzieht, ist das allerdings nicht. Denn während in den edlen Marken-Flagship-Stores und Designer-Boutiquen streckenweise „tote Hose“ herrscht, boomen Outlet-Center und Second Hand-Stores.

Edle Fashion zu Schnäppchenpreisen ist klarerweise in Zeiten, in denen viele Konsumenten ihre Shopping-Budgets begrenzen (müssen), ein sehr überzeugendes Argument. Vorausgesetzt natürlich, die Ware hält am Ende, was der noble Name verspricht. Und das ist nicht immer der Fall. Vor allem im eCommerce haben Produktfälscher leichtes Spiel, das ihnen aber zunehmend verdorben wird.

Experten-Netzwerk

Bei Amazon und Alibaba sollen spezielle Algorithmen dafür sorgen, dass Fälschungen erkannt und schnell aus dem Angebot genommen werden können. Auf Luxusartikel spezialisierte Online-Plattformen wie Vestiaire Collective, Rebelle, Portero, Seenbefore, Vite en Vogue oder Luxussachen setzen dagegen auf menschliche Experten, die jedes Stück persönlich überprüfen und so dafür garantieren, dass ausschließlich Originale ins Sortiment kommen. Einen ähnlichen Ansatz will jetzt auch der Online-Gigant eBay verfolgen, der mit dem bereits 1998 gestarteten Verified Rights Owner-



Hochwertiges Original von der Nobelmarke oder billige Kopie – anhand von Fotos und Produktbeschreibungen auf Second Hand-Onlineplattformen ist diese Frage für Käufer nicht immer eindeutig zu beantworten.

Programm die Zahl der Fälschungen bereits deutlich reduzieren konnte; er hat für dieses Jahr die Einführung des neuen Services, eBay Authenticate, angekündigt.

Vertrauen & Sicherheit

„Damit wollen wir die bei manchen Konsumenten hinsichtlich des Onlinekaufs hochwertiger Produkte nach wie vor bestehenden Vorbehalte beseitigen und gleichzeitig auch die Verkaufschancen unserer Anbieter verbessern“, erläutert eBay-Vizepräsidentin Laura Chambers den Service, der in einem ersten Schritt für Luxushandtaschen zur Verfügung stehen wird – eine Produktgruppe, die deutlich häufiger als andere im Visier der Produktfälscher ist.



Die Angebote von Verkäufern, die sich für eBay Authenticate entscheiden, werden dabei mit einem entsprechenden Hinweis gekennzeichnet. Wird der Artikel verkauft, erfolgt vor dem Versand an den Käufer eine Echtheitsprüfung durch einen der Experten aus dem eBay-eigenen Netzwerk. Sollte der Käufer trotz positiver Authentifizierung mit Echtheitszertifikat später feststellen, dass es sich dennoch um eine Fälschung handelt, wird ihm von eBay als Entschädigung der doppelte Kaufpreis rückerstattet. Die Echtheitsüberprüfung kann auch vom Käufer direkt in Auftrag gegeben werden, und zwar unabhängig von der Produktkategorie.

Erweiterung geplant

„Während der Pilotphase werden wir den neuen Service ausgiebig testen und weiterentwickeln und sukzessive auch auf andere Produktgruppen ausweiten“, so Chambers zu den weiteren Plänen.

Steffl Vienna Viele News für Liebhaber exklusiver Handtaschen und edler Schuhe

Neue Brands im Sortiment

Wien. Handtaschen und Schuhe zählen seit Langem zu den beliebtesten Fashion-Accessoires, und als eine der bekanntesten Anlaufstellen in Wien gilt zu Recht der weit über die Grenzen der Stadt bekannte Nobel-Departmentstore Steffl Vienna. Vor allem, da das Einkaufsteam laufend nach jungen, neuen Labels Ausschau hält, die das Sortiment rund um die großen und bekannten Luxus- und Lifestylemarken perfekt ergänzen. Zu den wichtigsten Neuzugängen in der Accessoire-Abteilung im Erdgeschoss gehört Sagan Vienna. Typisch für die Wiener Marke „mit Migrationshintergrund“ (Gründer

und Inhaber sind die Kroatian Tanja Bradaric und der Japaner Taro Ohmae) ist das Wiener Geflecht, bekannt von der Sitzfläche des ikonischen Thonet-Stuhls Nr. 14. Sagan Vienna wurde im Vorjahr mit dem „Wien Products Accessories Award“ ausgezeichnet.

Aktuelle Trends

Neu im Sortiment ist auch das Taschenlabel Paula Cademartori, das 2010 von der gleichnamigen Designerin (laut italienischer Vogue einem der größten Nachwuchstalente) gegründet wurde und sich vor allem durch auffällige Farben und markante Muster aus-

zeichnet. Stilvoll-elegant präsentieren sich dagegen die Taschen der ebenfalls aus Italien stammenden Marke Elena Ghisellini. Das 1.000 m² großen Shoe Department „The 6th Floor“ wartet ebenfalls mit einer Reihe von Neuheiten auf, darunter das italienische Nobellabel Gianvito Rossi, dessen Kultsandale Portofino in diesem Frühling freche Fransen und glänzenden Satin trägt. Üppige Schleifen geben bei Sneakern von Joshua Sanders und Mules von Chaussons de La Belle den Ton an, und das französische Label Avec Modération propagiert auch für Sandalen kuscheligen Pelzbesatz. (red)



Taschen von Sagan Vienna und Paula Cademartori, Schuhe von Gianvito Rossi.

© Steffl Vienna (3)