



shopanbieter.de
Das Portal für den Internethandel



fachartikel



Fachartikel

Claudia Schlüter und Gerald Schönbacher

Innovationen auf Onlinemarktplätzen

Analyse des Innovationsverhaltens neuer und alter Onlinemarktplätze



Inhaltsverzeichnis

Tools und Services.....	3
Neue Marktplatz-Konzepte.....	4
Gebühren	4
Weitere Onlinemarktplätze.....	5
Der Onlinemarktplatz Hitmeister.....	5
Fazit.....	6
Links:.....	6
Über Hitmeister.....	7
Herausgeber, Bildnachweis und Nutzungsrechte.....	7
Herausgeber.....	7
Nutzungsbedingungen.....	8

Vorwort

Für viele Verkäufer ist das Anbieten von Waren auf Onlinemarktplätzen nicht mehr nur länger eine zusätzliche Option, sondern zunehmend der profitabelste Vertriebsweg. Die Anzahl der Online-Käufer in Deutschland ist innerhalb der letzten fünf Jahre um 41% auf 28,6 Millionen gestiegen (vgl. GFK [2007]). Unzählige Händler machen ihr Angebot daher rund um die Uhr Millionen von Menschen zugänglich. Neben den beiden bekanntesten Plattformen Ebay und Amazon Marketplace existiert eine Vielzahl weiterer Marktplätze. Obwohl im Internet Neuigkeiten in Sekundenschnelle verbreitet und auch Werbung kostengünstig und zielgerichtet geschaltet werden kann, bleibt der Erfolg des Netzwerk-gutes „Onlinemarktplatz“ in vielen Fällen jedoch aus: Verkäufer und Käufer bleiben fern, was den Marktplatz zum Scheitern verurteilt.

Neuerungen und Innovationen spielen in diesem Zusammenhang eine entscheidende Rolle. Nur die Plattformen, die Usern neue Vorteile bieten, können sich neben den beiden Pionieren Ebay und Amazon dauerhaft eine Stellung am Markt sichern. Es sind vor allem zunächst die gewerblichen Händler, die mit ihren Angeboten das Interesse für Käufer auf Onlinemarktplätzen wecken. Wie binden Plattformen Händler an sich bzw. was bieten junge Marktplätze, damit professionelle Verkäufer sich entscheiden, neue Wege zu gehen?



fachartikel

Ziel dieses Beitrages ist es, das Innovationsverhalten von Onlinemarktplätzen zu untersuchen. Junge Onlinemarktplätze neben Amazon Marketplace und Ebay sollen ebenso Beachtung finden, um auch interessante Alternativen aufzuzeigen. Unter einer Innovation ist dabei nicht nur zwangsläufig etwas grundlegend Neues zu verstehen, Verbesserungen bekannter Services oder Prozesse fallen hier ebenso unter diesen Begriff.

Tools und Services

Das neue Verwaltungssystem „Seller Central“ von **Amazon** bietet insbesondere Händlern mit großem Produktsortiment die Möglichkeit, eine Vielzahl von Abläufen abzuwickeln. So beinhaltet Seller Central verschiedene Funktionen zum Einstellen von Artikeln, zur Verwaltung des Lagerbestandes und der Bestellungen sowie auch die Steuerung eines eigenen WebStores. Händler, die das neue Tool nutzen, haben zudem die Möglichkeit, auch von dem normalen Amazonsortiment abweichende Produkte zu verkaufen. Zudem können die Versandkosten im Gegensatz zu Amazon Marketplace selbst vom Verkäufer festgelegt werden.



Nachdem Amazon vor kurzem die Lizenz erhalten hat, im nordhessischen Bad Hersfeld ein zweites Logistikzentrum zu bauen, wird der weltgrößte Onlinehändler zudem nun auch bald in Deutschland den Service „Fulfillment by Amazon“ anbieten. Den Prozess von der Lagerung bis zum Versand und sogar die Kundenbetreuung können Onlinehändler dann an den Logistikexperten übergeben.



Ähnlich wie Amazon mit Seller Central stellt auch die Shoppingplattform **Tradoria** Verkäufern die Option zur Verfügung, über einen eigenen Shop zu verkaufen. Die dort gelisteten Produkte werden auch gleichzeitig auf dem Shoppingportal von Tradoria angeboten, über das Artikel verschiedener Produktkategorien gekauft und verkauft werden können. Für Käufer ist Tradoria interessant, da keine

Versandkosten anfallen. Daher müssen die Versandkosten von den Händlern in die Verkaufspreise einkalkuliert werden. Auf diese Weise kann Tradoria den Käufern einen



anbieterübergreifenden Einkauf bieten. Die AGB sind aus diesem Grund einheitlich und gelten für alle teilnehmenden Händler.

Das Auktionshaus **Hood** ermöglicht Verkäufern seit kurzem die Erstellung eines eigenen flash-animierten Banners, dem sogenannten „Hood Flash-Widget“. Das Banner kann zur Verlinkung auf der eigenen Website genutzt werden und sowohl alle Produkte einblenden als auch nach vom Händler definierten Suchparametern nur spezielle Artikel anzeigen. Verkäufer können sich zudem eine anonyme und kostenlose Auktions-Telefonnummer einrichten, unter der Kunden und Interessenten sie dann erreichen können.



Der Marktplatz **Amprice** macht aktuell mit einem neuen Projekt aufmerksam: „WikiProducts“ hat zum Ziel, Produktbeschreibungen und Produktbilder frei verfügbar zu machen. Gemeinsam können Verkäufer und Käufer neue Produktbeschreibungen erstellen oder vorhandene bearbeiten. Ist die Datenbank einmal gut gefüllt, erleichtern vorhandene Beschreibungen das Einstellen von Artikeln auf verschiedenen Plattformen.

Neue Marktplatz-Konzepte

Neben den bekannten Konzepten „Auktionshaus“ und „Festpreismarktplatz“ sind auch einzelne Plattformen mit neuen Ideen zu finden. Bei der Shopping-Börse **Gimahhot** gilt das Prinzip „Feilschen statt Bieten“. Der Verkäufer nennt seinen Wunschpreis und der Käufer gibt an, wieviel er bereit ist zu zahlen. Sind sich beide Seiten einig, kommt es zum Abschluss.





Das Auktionsprinzip stellt auch das „Rückwärts-Auktionshaus“ **PushThePrice** auf den Kopf. Wie z.B. bei MyHammer eröffnet der Käufer hier eine Auktion. Der Verkäufer, der den niedrigsten Preis bietet, erhält den Zuschlag und gewinnt die Auktion.

Bei der Handelsplattform **YAP24** ist „Schaufen“ (**Schenken, Tauschen, Kaufen und Leihen**) angesagt. Hier wird nicht nur die Möglichkeit geboten, Waren und Dienstleistungen klassisch zu verkaufen, sondern diese auch zu vermieten, zu verleihen, zu tauschen oder zu verschenken. Gehandelt werden alle im gesetzlichen Rahmen liegenden Objekte und Dienstleistungen. Es sind sowohl Angebote als auch Gesuche einstellbar.



Gebühren



Relevante Neuerungen im Bereich Gebühren gibt es aktuell bei **Ebay**. Die Gebühren werden vermehrt von der Angebotsgebühr auf die Verkaufsgebühr verlagert, um eine angemessenere Risikoverteilung zu gewährleisten. Ab April startet zudem das PowerSeller-

Prämienprogramm, welches PowerSellern ermöglicht, je nach Kundenservice bis zu 36% ihrer monatlichen Verkaufsprovision einzusparen.

Weitere Onlinemarktplätze

Wirft man einen Blick auf weitere Marktplätze, fällt es schwer, (neue) Alleinstellungsmerkmale zu identifizieren. Viele der Plattformen weisen ähnliche Konzepte auf und bedienen den gleichen Markt. Diese Marktplätze versuchen sich häufig über attraktive Gebührenmodelle zu profilieren. So finden sich eine ganze Reihe von Plattformen, meist Auktionshäuser, die Gebühren-Flatrates oder sehr günstiges bis kostenloses Verkaufen anbieten. Auch wenn dies zunächst für Händler interessant klingt, folgt die Ernüchterung auf dem Fuße: Die Websites haben kaum Besucher und werden meist nur semiprofessionell betreut.



Das gebührenfreie Auktionshaus **Auvito** hebt sich dennoch von seiner Konkurrenz durch professionelle Umsetzung ab. Auvito bietet sowohl Email- und Telefonsupport als auch die Unterstützung verschiedener Shopsoftwares an. Auvito eignet sich besonders für Niedrigpreisartikel, da Startangebote unter 1 Euro möglich sind. Das Auktionshaus betreibt zudem Marketing für die eingestellten Artikel. Alle zusätzlichen Leistungen wie der Treuhandservice, der Telefonsupport oder das Hervorheben von Angeboten sind allerdings kostenpflichtig. Die häufigen Werbeeinblendungen, über die Auvito sich finanziert, erscheinen gewöhnungsbedürftig.



Der Onlinemarktplatz Hitmeister

Der junge Marktplatz Hitmeister kann sich mit über 13 Millionen eingestellten Artikeln und über einer halben Million Besuchern im Monat schon jetzt zu den erfolgreichsten Festpreismarktplätzen für Mediashopping neben Amazon und Ebay zählen. Das Konzept ist mit Amazon Marketplace vergleichbar, jedoch gibt es auf Hitmeister viel Neues:



Der Onlinemarktplatz pflegt eine intensive Händlerbetreuung. Jeder gewerbliche Verkäufer hat einen persönlichen Ansprechpartner, der sowohl bei technischen Fragen als auch bei Problemen mit dem Käufer weiterhilft. In diesem Zusammenhang nimmt Hitmeister tagtäglich Wünsche und Anregungen von seinen Händlern entgegen, die zeitnah durch das 30-köpfige Team am Standort Köln umgesetzt werden. Auch die

Angebotspalette im fokussierten Medienbereich hebt sich mit der Rubrik FSK18 deutlich von anderen Plattformen ab. Ebenfalls von Vorteil ist das Hitmeister-Versandsystem. Die Versandkosten sind zentral reguliert und gewährleisten so Transparenz und Übersichtlichkeit. Das Einstellen von Artikeln ist durch die einfache Eingabe des EAN- bzw. ISBN-Codes besonders nutzerfreundlich. Käufer haben zudem die Möglichkeit, einen Preisalarm auf Hitmeister zu aktivieren: Ist ein Artikel zum gewünschten Preis verfügbar, werden die Käufer per Email benachrichtigt.



fachartikel

Die Sicherheit steht bei Hitmeister absolut im Vordergrund. Die Zahlungsabwicklung erfolgt vollständig über Hitmeister. Für Verkäufer besteht kein Inkassorisiko, da Zahlungen mit dem Eingang einer Bestellung zu 100 % garantiert werden.

Fazit

Abschließend bleibt festzuhalten, dass ein Großteil der jungen Marktplätze im Vergleich zu den beiden Riesen Ebay und Amazon – vermutlich aufgrund mangelnder Ressourcen und somit nur semiprofessioneller Führung – wenig innovativ auftritt. Nur bei ausreichend vorhandenen finanziellen Mitteln können angemessener Support für User geleistet, entsprechende Werbung geschaltet und weitere Services geboten werden.

Gebühren bzw. Verkaufsprovisionen können hierdurch höher ausfallen, als auf den angesprochenen kleinen Marktplätzen, führen jedoch zu Kontinuität und einem dauerhaften, erfolgreichen Bestehen.

Auch wenn einige Marktplätze es mit der Dynamik des Internets aufgenommen haben, bleibt es fraglich, ob der angebotene Innovationsgrad ausreichend ist, um gegen die Besucherzahlen von Ebay und Amazon zu bestehen. Es wurde zudem deutlich, dass die Großen sich nicht auf ihrem Erfolg ausruhen, sondern insbesondere Amazon aktuell mit vielen neuen Angeboten für Verkäufer aufwartet.

Links:

- www.amazon.de
- www.ebay.de
- www.tradoria.de
- www.hood.de
- www.amprice.de
- www.gimahhot.de
- www.pushtheprice.de
- www.yap24.de
- www.auvito.de
- www.hitmeister.de



Über Hitmeister

Der Marktplatz Hitmeister bietet trotz seines jungen Daseins sowohl für Händler als auch für Käufer vergleichsweise viele Vorteile und Services. Sebastian Fellhauer, Projektleiter von Hitmeister:

„Wir sind keine Anfänger im Onlinebusiness. Mit unserer Schwesterplattform Hitflip.de haben wir es innerhalb von drei Jahren geschafft, Europas größte Tauschplattform für Medienprodukte zu werden. Aufgrund unserer Erfahrung wissen wir, worauf es den Usern ankommt. Zudem werden wir von renommierten Kapitalgebern unterstützt, die uns auch in Zukunft eine Menge zutrauen. Wir sind davon überzeugt, dass es neben Ebay und Amazon noch Platz für mindestens einen weiteren erfolgreichen Onlinemarktplatz gibt.“

Herausgeber, Bildnachweis und Nutzungsrechte

Herausgeber

Shopanbieter.de
Peter Höschl
Schneckenburgerstr. 23
81675 München

Telefon Nr. ++49 89 470 77 941
Telefax Nr. ++49 89 470 78 617
E-Mail info@shopanbieter.de

USt.Id Nr. DE 187 688 555

Nutzungsbedingungen

Nutzung und Verbreitung des Dokumentes als unverändertes Ganzes ist erlaubt, eine Übernahme von Inhalten nur nach Rücksprache und mit Genehmigung von Shopanbieter.de und Hitmeister!