

Gesundschumpfung?

eBay macht einen Wandel durch – Bereinigungsprozess oder Anfang vom Ende?

Gute Nachrichten lesen sich anders: Erst musste eBay einen massiven Stellenabbau bekannt geben, der auch in Deutschland circa jeden zehnten Arbeitsplatz betraf, dann nahm mit Deutschlandchef Stefan Groß-Selbeck und dem fürs Werbegeschäft zuständigen Frank Bachér das Topmanagement Reißaus und zuletzt musste das Unternehmen auch noch miserable Zahlen für das vierte Quartal 2008 vermelden: Ausgerechnet im Weihnachtsgeschäft stürzte der Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 6,6 Prozent auf 2 Milliarden US-Dollar ab, der Gewinn brach sogar um 25 Prozent auf 367 Millionen US-Dollar ein. Ein katastrophales Ergebnis – insbesondere, da der E-Commerce-Markt im selben Zeitraum kräftig zulegen konnte.

Lohnt sich eBay überhaupt noch?

Für Branchenbeobachter kam die Entwicklung nicht überraschend. Ebay-Spezialist Axel Gronen glaubt, dass der „Hype einfach vorbei ist“. Mit Liveshopping, geschlossenen VIP-Einkaufclubs und Social Commerce sind neue, interessante Geschäftsmodelle entstanden. Von der einstigen Auktionsplattform ist ohnehin nicht mehr viel mehr als der Name übrig: „Ebay hat sich im Laufe der Zeit von einem sympathischen Flohmarkt mit Community zu einem knallharten Marktplatz vorwiegend gewerblicher Händler entwickelt“, meint Gronen. Preisvergleichsportale und Marktplätze wie Amazon bilden hier aber bereits eine starke und vor allem etablierte Konkurrenz. Ebay



Foto: Photocase/easton

Leere Läden: eBay verliert viele Powerseller, weil die Anforderungen stark gestiegen sind. Im vierten Quartal wurde das Unternehmen dafür bestraft

hingegen befindet sich noch im Wandel. Das Image: Noch immer ein Flohmarkt. Die Händler: meist semiprofessionell. Das Einkaufserlebnis: gelegentlich überraschend. Das können andere Marktplätze besser.

Nicht alle Händler unzufrieden

Vor diesem Hintergrund sind nicht alle Händler mit der jüngsten Entwicklung bei eBay unzufrieden. „Wir konnten unseren Umsatz über eBay in 2008 fast verdoppelt und haben im vierten Quartal das erfolgreichste Quartal seit Gründung vor sechs Jahren erzielt“, erklärt etwa Andreas Voswinckel, Geschäftsführer der Limal GmbH. Grund: Seine Firma erledigt für große Marken wie Olympus, Navigon, Villeroy & Boch oder Sigma das eBay-Geschäft. Entsprechend profitiert Limal davon, dass eBay mit seinen jüngsten Änderungen im Bewertungssystem und der Suchergebnispräsentation professionelle Anbieter deutlich bevorzugt und beim Rest ausdünn.

Wer sich an die neuen eBay-Regeln hält, kann also durchaus gewinnen. Die Anstrengungen sind allerdings groß, der Druck auf die Powerseller ist stark gewachsen. Fast alle probieren inzwischen Alternativen zu eBay aus. Plattformen wie Swoopo konnten ihren Umsatz sogar verdoppeln (s. Seite 22). Für die Händler lohnt sich die Multiplattformstrategie, leichter ist es woanders aber auch nicht unbedingt: „Amazon ist eher noch teurer und noch strenger“, hat Uday Shah, Inhaber des Shops Lederwaren.com erfahren. „Das kann ein Erfolgsrezept sein“. Auch er ist daher der Meinung, dass eBay den schlechten Zahlen zum Trotz auf dem richtigen Weg ist: „Das Kaufverhalten ist im Wandel, eBay muss sich anpassen“, meint der Geschäftsmann. Und: Wo gehobelt wird, fallen eben auch Späne. dg

Nico Kotsapanajotou, Thejewellershop.com



„eBay hat den Druck auf Powerseller stark erhöht. Seit den Änderungen im Bewertungssystem Anfang des Jahres haben wir erstmals negative Bewertungen erhalten – und können uns praktisch nicht dagegen wehren. eBay bringt noch immer gute Umsätze, ist aber den Powersellern gegenüber sehr unflexibel. Wir setzen daher langfristig auch auf konkurrierende Angebote wie Amazon, Yatego oder Tradoria und bauen unseren eigenen Onlineshop aus.“

Uday Shah, Lederwaren.com



„eBay ist neben Amazon und unserem Webshop ein wichtiger Verkaufskanal. Im Moment haben wir die eBay-Umsätze reduziert, weil wir uns auf den Shop konzentrieren. An sich bin ich mit eBay aber zufrieden: Das Verhältnis von Einstellgebühren und Verkaufsprovision stimmt wieder. Allerdings muss das Einkaufserlebnis und die Artikelsuche verbessert werden. Zu viele Käufer haben schon schlechte Erfahrungen gemacht. Da ist Amazon besser. Ebay-Chef John Donahoe hat das Problem nun aber erkannt.“

Andreas Voswinckel, Geschäftsführer Limal GmbH



„eBay führt derzeit sehr einschneidende Veränderungen durch: Weg vom Flohmarkt mit Schmutzdeckel hin zu einem Marktplatz, auf dem sich große Markenartikel wohlfühlen können. Dieser Wandel geht nicht ganz reibungslos über die Bühne und einige große Powerseller sind schon abgesprungen. Trotzdem – oder gerade deswegen – ist eBay mit der Strategie auf dem richtigen Weg. Auch wenn die aktuellen Zahlen auf den ersten Blick etwas anderes suggerieren. Mehr Käuferorientierung ist wichtig.“



Domains weltweit!

www.united-domains.de

über 150 Domain-Endungen weltweit

schnelles und einfaches Registrieren

persönliches Domain-Portfolio kostenlos

Rundum-Service per eMail, Telefon und FAQ

transparente Kostenübersicht

„... in puncto Domain-Auswahl ist united-domains nicht zu schlagen.“
(Fachzeitschrift c't)

united domains[®]

THE DOMAIN PEOPLE