

Das Geschäftsmodell von eBay

Das Partialmodell eines integrierten Geschäftsmodells

Bearbeitet von
Martin Polifke

1. Auflage 2014. Taschenbuch. 40 S. Paperback

ISBN 978 3 95684 497 3

Format (B x L): 19 x 27 cm

Wirtschaft > Medien-, Informations und Kommunikationswirtschaft > IT-Wirtschaft,
Internet

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beack-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Leseprobe

Textprobe:

Kapitel 3.1.2, Die eBay Shops:

Im Laufe der Zeit traten immer mehr professionelle Verkäufer in Erscheinung – diese neuen Kundengruppen verkauften die Waren nun auch gewerblich. Um eine adäquate Umgebung für diese Gewerbetreibenden zu schaffen, entwickelte eBay den 'eBay-Shop'. Damit wurde die C2C Konzeption durchbrochen – nun wurde neben C2C-Auktion, die B2C - Auktion auf dem elektronischen Marktplatz implementiert. Als Vorstufe der eBay-Shops waren die power seller, für die bestimmte kostenlose Vergünstigungen angeboten wurden.

3.1.3, Die eBay Business Kunden:

Weiterhin führte eBay die B2B-Auktion ein. Bei diesem Auktionstyp interagieren zwei Unternehmen miteinander. Laut einer Studie von eBay agieren Unternehmen, die ihre Materialbeschaffung über eBay abwickeln, profitabler - sie erzielen höhere Umsätze und können letztendlich sogar mehr Mitarbeiter einstellen. So beabsichtigen 36 % der bei eBay tätigen Unternehmen, neue Arbeitsplätze zu schaffen. Bei Unternehmen die nicht bei eBay tätig sind, ergab sich ein Wert von lediglich 19 %. eBay hat seine Kategorie 'Business & Industrie' in 'eBay Business' umbenannt und weiter ausgebaut.

3.2, Das Wettbewerbsmodell:

Das Wettbewerbsmodell bedarf einer besonderen Betrachtung, da eBay sich bereits in der Vergangenheit gegen Mitwettbewerber behaupten musste, die im Grunde bessere Anfangsvoraussetzungen hatten.

3.2.1, Der deutsche Markt für Onlineauktionen:

In Deutschland gibt es eine Vielzahl ähnlicher Auktionsplattformen wie eBay.

In Deutschland versuchen einige Internetfirmen, durch das kostenlose Anbieten von Auktionen ihre Kunden zu werben. Jedoch zeigen die Artikelzahlen deutlich, dass eBay trotz Angebotsgebühren in dieser Geschäftssparte das dominierende Unternehmen ist (mit 6.592.271 Auktionen). Auch die kostenlosen Onlineauktionen bei Hood konnte eBay im Verhältnis nur sehr wenige Kunden abwerben. Andere Onlinemarktplätze wie z. B. Echtwahr werben mit dem kostenlosen Einstellen von Auktionsware, wobei eine Verkaufsprovision bei erfolgreichem Verkauf entrichtet werden muss. Des Weiteren gibt es noch eine Vielzahl anderer Auktionshäuser, die sich aber auf bestimmte Artikelsparten konzentrieren und so versuchen, Nischen zu füllen. Ein Beispiel hierfür ist die Webseite Antikbuch 24, die sich auf Auktionen mit antiquarischen Büchern konzentriert. Antikbuch 24 verzeichnete am 06.11.2005 671.359 Auktionen. Speziell auf das Handeln von Sammlermünzen hat sich die Webseite Muenzauktion.com konzentriert. Interessant ist auch hier, dass diese Webseite einen systematisch sehr ähnlichen Aufbau wie eBay.de benutzt. Bei Muenzauktion.com fanden am 06.11.2005 rund 44.629 Auktionen statt.

3.2.2, Amazon vs. eBay:

Im April 1999 kam es zwischen Amazon und eBay zu einem direkten Konkurrenz-kampf, wobei Amazon mit einem Kundenstamm von 8 Millionen Kunden in den Auktionsmarkt einstieg. Die beiden Webseiten glichen sich in vielen Punkten, sowohl im Design als auch bei den Kundenvereinbarungen und in der Logistik. Amazon bot bis zum Spätsommer 1999 kostenlose Auktionen an, wobei die Auktionen zu diesem Zeitpunkt pro Tag auf 100.000 anstiegen. Nach Ablauf dieser Gratisaktion blieben die Kunden jedoch aus und eBay konnte den Markt wieder weitestgehend dominieren.

Die Unterschiede in Bezug auf das Angebot der Internetauktionanbieter werden heute zunehmend geringer. eBay hat daher gehandelt und erkannt, dass viele Kunden Neuware statt gebrauchter Sammlerware wünschen. Wie bereits in Kapitel 3.1.2. erwähnt, hat eBay das Handeln von Ware zum Festpreis durch offizielle eBay-Shops eingeführt.

Aber auch der Konkurrent amazon.de hat sein Warensortiment stark verändert: 1995 startete Amazon als Onlinebuchhändler, 1999 erweiterte sich die Produktpalette um den Bereich Musik & Video und das Auktionshaus. Im Jahr 2000 kam der Bereich Software & Spiele, 2001 die Bereiche Kinderwelt sowie Elektronik & Foto und im Jahr 2003 die Sparte Küche & Haushalt hinzu. In Zukunft sind noch weitere Produktwelten geplant.

Amazon.de bietet auch die Möglichkeit, gebrauchte Ware von Kunden zu verkaufen – zu diesem Zweck hat Amazon.de den Marketplace eingeführt. Gegen eine geringere Gebühr als bei eBay wird es dem User ermöglicht, seine Waren direkt neben den Amazon-Angeboten listen zu lassen. Des Weiteren schaltet sich Amazon bei erfolgreichem Verkauf direkt ein, wobei der Verkäufer seinen erzielten Kaufpreis sofort gutgeschrieben bekommt - Risiken aufgrund von Betrug entfallen nahezu.