ecom consulting | strategy & process

Schopenhauerstraße 71
80807 München
Tel.: +49-89-21543648
Email: info@ecom-consulting.de
www.ecom-consulting.de

Pressekontakt:
Saskia Müller
Mobil: +49-178-3421567
Email: ecomconsulting@saskiamueller.com

PRESSEINFORMATION

München, 27. Januarl 2020

Die Zahl der Online-Marktplätze ist im D-A-CH-Raum in den vergangenen fünf Jahren förmlich explodiert. Die Unternehmensberatung ecom consulting GmbH und der Spezialist für Review Management gominga eServices GmbH sorgen mit strukturierten Landscape-Postern und einer Studie erstmals für einen Überblick in dieser Hype-Branche.

Innerhalb der letzten fünf Jahre hat das Marktplatzsegment im D-A-CH-Raum rasant an Fahrt aufgenommen. Zählte man im Jahr 2014 in dieser Region gerade einmal 81 Player (von denen mit Amazon und Ebay nur zwei wirklich bedeutsam waren), hat sich die Zahl bis zum Jahresbeginn 2020 auf imposante 173 mehr als verdoppelt.

Das zeigen anschaulich die Beratung ecom consulting und das Softwarehaus gominga, die alle relevanten Player im D-A-CH-Raum in zwei Landscape-Grafiken

von 2015 und 2020 aufgeführt haben. Im Vergleich ist deutlich erkennbar: Wo bis 2015 buchstäblich noch Brachland herrschte, ist heute eine blühende Landschaft unterschiedlicher Marktplatzformen entstanden, bei der eine Reihe von Anbietern gleich mehrere Spielformen abdeckt.

Mischformen aus Marktplatz und eigenem Handelsgeschäft sind stark im Kommen

So kommt der B2C-Bereich auf über 135 aktive Online-Marktplätze, im B2B-Bereich sind es über 40 und im C2C-Bereich 45. Darüber hinaus zählt das Landscape-Poster 2020 über zehn Preisvergleichsplattformen mit Marktplatzanbindung sowie über 15 Social- und Content-Commerce-Plattformen auf. Bemerkenswert ist zudem, dass rund 29 Prozent der heute im D-A-CH-Raum aktiven Marktplätze ähnlich wie Am

azon auch ein eigenes Handelsgeschäft auf ihren Marktplätzen betreiben. In der Summe sind das über 50 Player, die ihren angebundenen Herstellern und Händlern auf dem Marktplatz selbst Konkurrenz machen. Vor fünf Jahren lag dieser Wert erst bei 19 Prozent, das entspricht einer Anteilserhöhung von über 50 Prozent in fünf Jahren.

"Das Marktplatzwachstum der vergangenen fünf Jahre resultiert im D-A-CH-Raum primär aus drei Quellen", erklärt Studienautor Ralph Hübner von ecom consulting: Zum einen seien diverse neue Marktplätze wie zum Beispiel ManoMano, Wucato, Amazon Business oder About You entstanden. Darüber hinaus drängen immer mehr internationale Player wie Fruugo, Letgo, Joom oder La Redoute in den hiesigen Markt. Und schließlich erweitern auch vormalige Handelsgrößen wie Zalando, Breuninger, Douglas, Engelhorn, Metro, Galeria Kaufhof, H&M oder MediaMarktSaturn ihr Geschäftsmodell um einen Marktplatzansatz.

Nicht alle Marktplätze haben die vergangenen fünf Jahre überlebt

Angesichts des Wachstums-Hypes darf jedoch nicht verschwiegen werden, dass von 2015 bis 2020 auch eine beträchtliche Anzahl von Marktplätzen wieder vom Markt verschwunden ist. Das Aus von Playern wie Dawanda, Allyouneed, GartenXXL, Plus.de oder Ciao belegt, dass eine Marktplatzstrategie nicht automatisch von Erfolg gekrönt ist. Daher werden auch in Zukunft nicht alle Anbieter dauerhaft am Markt bestehen können – zumal viele Marktplätze aktuell nicht immer aus einer Position der Stärke entstehen. Zuweilen erweckt es eher den Eindruck, als springe der ein oder andere gezwungenermaßen auf den Marktplatzzug auf.

„Für Händler und Markenhersteller bedeutet die entstandene Marktplatzlandschaft Fluch und Segen zugleich“, erklärt Co-Studienautor Christian Driehaus von gominga. So profitieren diese zwar von zusätzlichem Kundenzugang und größerer Reichweite, müssen aber dafür aus dem zuweilen unübersichtlichen Marktplatzangebot das für sie passende herausfiltern. Zudem sind Aufwand und

Risiko bei Technikinvestitionen, Working-Capital oder Fulfillment-Komplexitäten mit der Anzahl der Player exponentiell gestiegen. Gleiches gilt für die Anforderungen an Markendarstellung, Content sowie Bewertungen.

Hier allerdings weisen die Marktplätze auch noch Schwächen auf. Wie die Untersuchung von ecom consulting und gominga zeigt, bietet die Mehrheit der (neueren) Marktplätze Kundeninteraktion und Bewertungssysteme entweder gar nicht oder nicht professionell an. Das ist schlecht für beide Seiten – Anbieter wie Kunden. Den Konsumenten fehlt ein vertrauensbildender Faktor. Und die Anbieter verpassen eine Chance zur direkten Kommunikation mit dem Käufer, die in Zeiten eines Direct-to-Consumer-Ansatzes immer wichtiger wird.

Trotz aller Herausforderungen ist es für Hersteller und Händler aber keine Alternative, sich dem Marktplatzthema zu verschließen. Denn die vielen Marktplätze verstärken den Traffic-Sog, sodass es für individuelle Webshops noch schwieriger und kostspieliger wird, die Kunden auf die eigene Seite zu ziehen.

Das “Landscape-Poster D-A-CH” ist der erste Teil einer umfassenden Analyse des weltweiten Marktplatzgeschäfts, die ecom consulting und gominga gemeinsam durchgeführt haben. In den kommenden Wochen erscheint noch ein “globales Landscape-Poster” sowie eine ausführliche Studie mit allen Fakten und Trends zu dem Thema.

Download Landscape Marktplätze D-A-CH

Saskia Müller
PR & Events
Vorherstraße 10a | 80997 München
t: +49 (0) 178 342 15 67
e: info@saskiamueller.com
www.saskiamueller.com

Über ecom consulting

ecom consulting ist eine unabhängige Unternehmensberatung, die Herstellern und Händlern im B2B und B2C hilft, pragmatische Strategien und digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln und umzusetzen. Das Team um die beiden Gründer Oliver Lucas und Martin Himmel begleitet anhand von Best-Practice-Vorgehensweisen Unternehmen sowohl beim Einstieg in das Digitalbusiness als auch bei der Optimierung in einzelnen Bereichen wie zum Beispiel Amazon, Logistik, eCommerce-IT-Systeme, dem ERP-Setup oder Geschäftsprozesse.

Das Team setzt sich aus Experten zusammen, die selbst jahrelang auf Unternehmensseite gearbeitet haben und daher die „Pains and Gains“ auf der Kundenseite kennen. Ziel von ecom consulting ist es, alle Rädchen des digitalen Geschäfts perfekt aufeinander abzustimmen und Kunden effizient und renditeorientiert zu beraten und zu begleiten. www.ecom-consulting.de

Über gominga

gominga – the review company ist ein Technologieunternehmen aus München, das Unternehmen hilft, vorhandene Online-Rezensionen erfolgreich zu nutzen. Durch verschiedene qualitative und quantitative Analysefunktionen können aus dem Endkundenfeedback wichtige Informationen für das Marketing oder Produktmanagement gewonnen werden. Eine direkte Antwortfunktion ermöglicht aus dem gominga-Tool heraus die Kommunikation mit den Endkunden.

Mit weltweit über 40 eBusiness-Plattformen deckt gominga alle relevanten Player wie Amazon, Google, Otto oder Walmart ab und ermöglicht somit, einfach und skalierbar alle Produkt-, Location- und App-Bewertungen und Fragen zu managen. Kunden wie Acer, BSH, Gardena, Samsung, Schwalbe und Sennheiser Communications nutzen gominga, um ihren Kundenfokus zu optimieren sowie Umsatz und Image nachhaltig zu verbessern. www.gominga.de

***

Gern stellen wir Ihnen auf Anfrage nähere Informationen, Pressefotos der Gründer sowie das Logo von ecom consulting und gominga zur Verfügung.