



Home » Channel » Etailer

Anzeige

Nur im DEVIL Online-Shop!
Exklusive Aktion bis zum 31. Dezember 2010

Lokale Shopping-Services

Übernahme-Poker um E-Commerce Startups

von *Matthias Hell*



08.12.2010

Ortsbezogene Shopping-Plattformen wie Groupon und Coupies eröffnen dem lokalen Handel neue Vertriebswege im Internet. Nicht nur bei den Kunden stoßen die lokalen Shopping-Services damit auf große Resonanz, auch Web-Companies wie Amazon und Ebay haben es auf die Newcomer abgesehen.

Die Verfügbarkeit von Produkten im lokalen Handel online abfragen, auf mobilen Geräten die nächsten Shopping-Möglichkeiten entdecken oder durch Web-Gutscheine attraktive Rabatte beim stationären Einkauf nutzen – die Vorteile von Location Based Services (LBS) für die Konsumenten liegen auf der Hand. Darüber hinaus eröffnen die neuen ortsbezogenen Internetdienste gerade kleineren stationären Handelsgeschäften einen Weg in den E-Commerce und damit Zugang zu neuen Kundenschichten. Innerhalb kurzer Zeit wurden LBS-Anbieter wie die Einkaufs-Community Groupon, der Coupon-Dienst Coupies.de oder das Prospekten-Portal KaufDa zu Stars der Startup-Szene und konnten beträchtliche Summen an Investorengeldern anziehen.



Ebay-Manager Carges: » Lokale Shopping-Services durchbrechen die Grenzen zwischen stationärem Einkaufen und Onlineshopping«

MILLIONEN-DEALS

Mit einer Reihe spektakulärer Übernahmen hat der LBS-Boom nun auch die etablierten E-Commerce Unternehmen erreicht: So stieg Etail-Primus Amazon.com mit 175 Millionen Dollar bei dem Couponing-Anbieter Living Social ein, kaufte Ebay den lokalen Preisvergleicher Milo.com für geschätzte 75 Millionen und zeigte Google zuverlässigen Quellen zufolge Interesse an einer Übernahme von Groupon. Sechs Milliarden Dollar soll der Internet-Gigant für die Shopping-Community geboten haben, doch Groupon-Chef Andrew Mason winkte ab. Er will das mittlerweile auch in Europa, Asien und Südamerika aktive Unternehmen erst einmal auf eigenen Füßen weiterentwickeln.

»Lokale Shopping-Companies wie Milo durchbrechen die Grenzen zwischen stationärem Einkaufen und Onlineshopping«, kommentiert Ebay-Vizechef Mark Carges die Übernahme des Startups. »Wir sehen großes Potenzial darin, dass Milo das Produktsortiment und die Preise lokaler Geschäfte detailgetreu und in Echtzeit für Online- bzw. Mobile Shopper verfügbar macht.« Der Service biete Mehrwerte sowohl für kleine, stationäre Händler wie auch für Ebay-Verkäufer und ermögliche es den Kunden, ihre Kaufentscheidungen besser informiert zu treffen. Ebay plane, die Milo-Informationen bald in seine E-Commerce Plattform einzubinden. »Da Ebay als Online-Marktplatz keine Konkurrenz für den stationären Handel darstellt, sehen wir darin die natürliche Fortsetzung dessen, was wir nun seit 15 Jahren machen: Händler und Kunden zusammenzubringen und ihnen die größtmögliche Produktauswahl zu bieten.«



Anzeige



DEVIL empfiehlt
Original Microsoft® Software
www.devil.de



Lokale Shopping-Services

Übernahme-Poker um E-Commerce Startups

von Matthias Hell

08.12.2010

(Fortsetzung des Artikels von Seite 1)



DEUTSCHLAND ZIEHT NACH

Für die Startups bietet das Interesse der großen E-Commerce Unternehmen die Chance, ihr Wachstum noch entschlossener voranzutreiben. So heißt es auf dem offiziellen Milo-Blog: »Ebays riesiges Netzwerk an Käufern und Händlern wird es uns nicht nur ermöglichen, die Vorteile des lokalen Einkaufens weltweit Millionen von Menschen anzubieten, sondern es hilft uns auch bei der Umsetzung unseres Ziels, jedes Produkt in jedem Regal in jedem Laden auf der Welt ins Internet zu bringen.« Ähnlich äußert sich auch Living Social-CEO Tim O'Shaughnessy: »Um unter den lokalen Shopping-Services der wichtigste Player zu werden, gibt es keinen besseren Partner als Amazon.« Das Startup werde den LBS-Trend nutzen und seinen Kunden und Handelspartnern weiterhin das bestmögliche Qualitätsniveau bieten.



»Es gibt keinen besseren Partner als Amazon«: Living Social-CEO Tim O'Shaughnessy

Das Übernahmefieber im Bereich lokales Shopping hat inzwischen auch den deutschen Markt erreicht. Hier übernahm das zum Telekom-Konzern gehörende Prospekt-Portal KaufDa im August den Couponing-Anbieter DeutschlandCoupon, während der von der Deutschen Post gestartete KaufDa-Rivale Allesnebenan.de auf die Zusammenarbeit mit dem mobilen Coupon-Service Coupies setzt. »Auf diese Weise sind unsere Angebote jetzt mobil verfügbar, also da wo sie hingehören – beim Konsumenten vor Ort«, so Lars Schlimbach, Projektleiter von Allesnebenan.de zu der Kooperation.