

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 02. Juli 2015

Online-Marktplätze in Deutschland auf dem Vormarsch!

Online-Marktplätze sind aus Händler- wie auch aus Kundensicht nicht mehr aus dem Online-Handel wegzudenken. Sie stellen eine interessante Vertriebswegalternative bzw. Erweiterung zum eigenen Online-Shop dar. Welche Erfahrungen Händler mit Online-Marktplätzen machen und wie sie solche Plattformen als Vertriebsweg bewerten, hat das E-Commerce-Leitfaden-Team herausgefunden.

Die Wahl des richtigen Vertriebswegs im Internet ist für Händler entscheidend. Neben dem eigenen Online-Shop sind vor allem Online-Marktplätze unter Händlern sowie Kunden populär. Vielen Händlern wird erst durch Marktplätze der Einstieg in den Internet-Handel ermöglicht, andere wiederum nutzen diese zur Erweiterung ihrer Kanalstrategie.

Die Entscheidung, einen Online-Marktplatz als Vertriebskanal zu nutzen, ist allerdings für Händler nicht immer leicht. Zum einen ist die Präsenz auf einem Online-Marktplatz mit Aufwand verbunden. Zum anderen gibt es bereits eine Vielzahl von Online-Marktplätzen, die sich voneinander deutlich unterscheiden. Wann bzw. ob sich der Vertrieb über einen Online-Marktplatz lohnt und welche Plattformen für Händler die richtige Wahl sind, stellen daher wichtige Fragen dar, die es zu beantworten gilt.

Genau hier setzt die Studie „Online-Marktplätze als Vertriebskanal – Status quo und Bewertung aus Händlersicht“ des E-Commerce-Leitfaden-Teams an und ermittelt aktuelle Trends und Entwicklungen.

Drei Viertel der Befragten Händler meinen, dass vor allem der Einstieg in das Online-Geschäft durch die Nutzung von einem Online-Marktplatz vereinfacht werden kann. Die zwei klardominierenden Marktplätze in Deutschland sind dabei Amazon Marketplace und eBay, gefolgt von Rakuten und Allyouneed.

Die wichtigsten Kriterien für Händler bei der Auswahl eines Online-Marktplatzes sind vor allem der Bekanntheitsgrad, das Image des Online-Marktplatzes und die Benutzerfreundlichkeit. Eher unwichtig für die meisten befragten Händler sind hingegen die Abwicklung von Versand und Retouren sowie kostenpflichtige Marketingmaßnahmen. Als wichtigste Gründe für die Nicht-Nutzung von Online-Marktplätzen wurden hohe Gebühren, zu starke Abhängigkeit vom Marktplatzbetreiber und ein zu geringer Umsatz genannt.

Die vollständige Studie „Online-Marktplätze als Vertriebskanal – Status quo und Bewertung aus Händlersicht“ steht kostenlos zum Download zur Verfügung unter:

www.ecommerce-leitfaden.de/marktplaetze

Die wichtigsten Informationen zur Umfrage auf einen Blick:

Titel:	Online-Marktplätze als Vertriebskanal - Status quo und Bewertung aus Händlersicht
URL:	www.ecommerce-leitfaden.de/marktplaetze

Über das Projekt „E-Commerce-Leitfaden“:

Um Antworten auf die wichtigsten Fragen rund um den elektronischen Handel zu geben, hat sich ein Konsortium bestehend aus namhaften Lösungsanbietern und dem Forschungs- und Beratungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg zusammengeschlossen. 1&1, atriga, Boniversum, ConCardis, Hermes Logistik Gruppe Deutschland, RatePAY, SHI, SIX Payment Services, SoftENGINE und xt:Commerce bündeln in diesem Projekt ihr Know-how und ihre Erfahrungen, um zusammen mit ibi research die wichtigsten Informationen für Online-Händler und solche, die es werden wollen, in einfach verständlicher und prägnanter Form zusammenzustellen.

Weitere Informationen: www.ecommerce-leitfaden.de

Über ibi research:

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut betreibt anwendungsorientierte Forschung und Beratung mit Schwerpunkt auf Innovationen rund um Finanzdienstleistungen und den Handel. ibi research arbeitet auf den Themenfeldern E-Business, IT-Governance, Internet-Vertrieb und Geschäftsprozessmanagement. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an und ist Initiator und Herausgeber des E-Commerce-Leitfadens (www.ecommerce-leitfaden.de).

ibi research ist Träger des eBusiness-Lotsen Ostbayern als Teil der Förderinitiative „eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen“, die im Rahmen des Förderschwerpunkts „Mittelstand-Digital – IKT-Anwendungen in der Wirtschaft“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert wird und informiert zu den Themen E-Commerce und E-Finance.

Weitere Informationen: www.ibi.de

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:

ibi research an der Universität Regensburg
Mira Tauscher
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901
Telefax: 0941 943-1888
E-Mail: team@ecommerce-leitfaden.de