

IZT

Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung
Institute for Futures Studies and Technology Assessment

**Online-Marktplätze für
Gebrauchtgüter**

Christine Henseling, IZT
Dr. Klaus Fichter, Borderstep Institut

Arbeitsbericht Nr. 8/2004

im Rahmen des BMBF-geförderten Projekts „E-nnovation: E-Business und nachhaltige
Produktnutzung durch mobile Multimediadienste“
BMBF-Förderkennzeichen 01RN016

The logo for 'e-nnovation' features a stylized red lowercase 'e' followed by the word 'novation' in a black, lowercase, sans-serif font.

Inhalt

1. Bedeutung des Themas für nachhaltige Produktnutzung	3
2. Übersicht über Online-Marktplätze für Gebrauchtgüter	4
2.1 Auswahl der untersuchten Online-Marktplätze.....	5
2.2 Angebot und Marktteilnehmer	6
2.3 Marktbedeutung	7
2.4 Mobile Angebote.....	9
3. Geschäfts- und Erlösmodelle	10
3.1 Geschäftsmodelle	10
3.2 Erlösmodelle	12
4. Ökologische Effekte.....	13
4.1 Positive und negative ökologische Effekte durch Online-Marktplätze für Gebrauchtgüter	13
4.2 Fallbeispiele	18
4.3 Einflussfaktoren auf die ökologische Bilanz.....	19
5. Schlussfolgerungen/ Perspektiven.....	20
6. Literatur.....	22
7. Anhang 1	23
8. Anhang 2: Profile der untersuchten Online-Marktplätze	25
8.1 Produktgruppe Bücher: www.abebooks.de	25
8.2 Produktgruppe Bekleidung: www.ebay.de	28
8.3 Produktgruppe Gebrauchte Handys: www.gebrauchthandy.de	31
8.4 Produktgruppe Produktionsanlagen/Maschinen: www.goindustry.de	33
8.5 Produktgruppe Gebrauchte Computer + Zubehör: www.omnico.de	36
8.6 Produktgruppe Informationstechnologien: www.recycle-it.de	39
8.7 Produktgruppe Kfz-Gebrauchtteile: www.renet.de	41
8.8 Produktgruppe Gebrauchtmaschinen: www.resale.de	44
8.9 Produktgruppe Musik-CDs, Tonträger: www.ricardo.de	47
8.10 Produktgruppe Gebrauchtvideos, -DVD: www.videowelt-luebke.de	50

1. Bedeutung des Themas für nachhaltige Produktnutzung

Ein wichtiger Beitrag zu einer nachhaltigen Produktnutzung kann durch die Weiter- bzw. Wiederverwendung gebrauchter Produkte geleistet werden. Durch die so entstehende Verlängerung der Produktnutzungsdauer können Ressourcenströme reduziert und so Umweltentlastungspotenziale realisiert werden. Neben dem stationären Handel und Secondhand-Zeitschriften werden Gebrauchtsprodukte zunehmend auch über Gebrauchtgütermärkte im Internet gehandelt. Hierbei spielen sowohl Online-Marktplätze, auf denen Verbraucher untereinander mit gebrauchten Produkten handeln als auch Marktplätze, auf denen professionelle Anbieter Altgeräte und –produkte vermarkten, eine Rolle. Durch den Online-Handel können weitere Umweltentlastungspotenziale entstehen, beispielsweise dadurch, dass Einkaufsfahrten der Kunden durch die Online-Bestellung am PC ersetzt werden und damit Verkehr reduziert wird.

Vor diesem Hintergrund wurden in der vorliegenden Fallstudie Gebrauchtgütermärkte im Internet in den Blick genommen, der dortige Handel sowie die verwendeten Geschäfts- und Erlösmodelle untersucht sowie eine erste Abschätzung von ökologischen Effekten durch den Online-Handel mit Gebrauchtgütern vorgenommen.

Vorteile des E-Commerce für den Gebrauchtgüterbereich

Für den Gebrauchtgüterbereich bietet die Möglichkeit des Online-Handels in vielen Bereichen Vorteile. Unternehmen und Händler können mit Hilfe von E-Commerce die Güterbeschaffung optimieren und die Vertriebskanäle um das Internet erweitern. Oft ist damit eine Reduzierung der Vertriebskosten und eine Ausweitung des Kundenspektrums verbunden.

Für den Endkunden (egal ob Unternehmens- oder Privatkunde) bietet der elektronische Handel verbesserte Chancen, bequemer und zielgenauer an Produkte und Dienstleistungen zu gelangen, und Produkte, die er nicht mehr benötigt, zu verkaufen. Der Endkonsument tritt dann als (Wieder-)Verkäufer auf. Insbesondere für Privatpersonen hat sich hier durch Auktionshäuser wie eBay und Ricardo ein neues „Geschäftsfeld“ eröffnet.

Mit seinen spezifischen Eigenschaften bietet das Medium Internet im Bereich des Gebrauchtgüterhandels Vorteile gegenüber anderen Medien und realen Marktplätzen. Vorteile von elektronischen Marktplätzen bestehen vor allem in ihrer *Zeitunabhängigkeit*, der *Aktualität*, in ihrer *Ortsungebundenheit* und ihrem *Marktvolumen*. Die ständige Zugriffsmöglichkeit auf den elektronischen Marktplätzen bietet dem Nutzer die Möglichkeit Transaktionen zu jeder Tages- und Nachtzeit zu tätigen. Der Aspekt der Aktualität bildet für den Bereich des Gebrauchtgüterhandels besondere Vorteile: Da die Nachfrage, vor allem aber auch das Angebot bei Gebrauchtgütern starken Schwankungen unterliegt, lohnt es in vielen Fällen nicht, einen Katalog zu drucken. Hier bietet der Online-Handel erhebliche Vorteile, da Änderungen im Angebot sehr schnell und flexibel angepasst werden können. Auch Second-Hand-Zeitschriften erreichen einen solchen Grad der Aktualität nicht.

Durch die Ortsungebundenheit des elektronischen Marktplatzes können auch weit entfernte Anbieter und Nachfrager (beispielsweise über Ländergrenzen oder Kontinente hinweg) zusammengebracht werden. Dies bietet vor allem in bestimmten Produktbereichen (beispielsweise bei Sammlerobjekten) Vorteile, bei denen die Zielgruppe stark spezialisiert und zum Teil örtlich weit gestreut ist. Das Internet bietet hier die Möglichkeit, Produkte in einem sehr spezialisierten Markt und über größere Entfernungen effizient zu handeln. Die Ortsungebundenheit trägt auch dazu bei, dass ein sehr viel größerer Kreis von Anbietern und Käufern zusammengebracht werden kann. Auf diese Weise können elektronische Marktplätze ein Marktvolumen bilden, das allein schon aufgrund seines Umfangs zu einem Anziehungspunkt für beide Seiten wird.

Neue Möglichkeiten für den Handel mit Gebrauchtgütern ergeben sich vor allem durch das Handelsmodell des „Marktförums“. Im Gegensatz zu Systemen, bei denen ein einziger Anbieter (sei es ein Unternehmen oder ein Händler) auftritt, vernetzt ein elektronisches Marktförum als Intermediär mehrere Anbieter und Abnehmer miteinander ohne selber als Anbieter von Produkten in Erscheinung zu treten. Als Anbieter in einem Marktförum können dabei sowohl Unternehmen als auch Privatpersonen auftreten. Beispiele für Marktförums sind u.a. eBay, Abebooks und Ricardo. Eine besondere Form stellen die Auktionshäuser im Internet dar, bei denen Produkte nicht zu Festpreisen gehandelt werden, sondern im Internet versteigert werden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt sind die Veränderungen im Kundenverhalten, die durch E-Commerce entstehen. Durch E-Commerce und die damit einhergehenden Produktinformationssysteme im Internet steigt die Markttransparenz und damit „die Macht des Kunden“. Durch Informationsangebote im Internet werden die Kunden in die Lage versetzt, schnellere und umfassendere Vergleiche anzustellen was die Angebotsvielfalt, die Produktpreise, die Qualität und auch die ökologischen Eigenschaften von Produkten betrifft. Damit steigen die Wahlmöglichkeiten und die Ansprüche der Kunden¹.

2. Übersicht über Online-Marktplätze für Gebrauchtgüter

Online-Marktplätze für Gebrauchtgüter sind Plattformen im Internet, auf denen mit gebrauchten Produkten gehandelt wird. Die Aufgabe der Plattformen besteht darin, zwischen Verkäufern und Käufern gebrauchter Produkte zu vermitteln, d.h. Such-, Anbahnungs- und Abwicklungsprozesse zu organisieren. Dabei treten einige Plattformen als reine Vermittler auf, ohne selbst Produkte anzubieten (z.B. eBay oder Ricardo), andere Plattformen treten direkt als Anbieter von Produkten in Erscheinung (z.B. Videowelt Lübke, Omnico oder Recycle It). Gehandelt werden die Produkte entweder zu Festpreisen, viele Anbieter bieten darüber hinaus Auktionen an.

Obwohl einzelne Webplattformen wie z.B. eBay weltweit bekannt sind und bereits Gegenstand von zahlreichen Einzelfallstudien waren, liegen bis dato keine empirischen

¹ Siehe hierzu auch: Henseling, C.; Fichter, K.; Produktinformationen für Verbraucher im Internet. Arbeitspapier im Rahmen des Projekts E-nnovation, Berlin 2004 (im Internet: www.sustainable-ict.info)

Untersuchungen zum Gesamtbereich der Online-Märkte für Gebrauchtgüter vor. Systematische Zusammenstellungen oder Übersichten von solchen Märkten existieren bislang nicht. Die vorliegende Fallstudie hatte daher einen explorativen Charakter und konzentrierte sich auf die Identifizierung von Marktführern oder beispielhaften Marktplatzbetreibern in ausgewählten Produktbereichen und deren Beschreibung in Form von einheitlich gegliederten Profilen (die ausführlichen Profile finden sich im Anlagenband).

Mit Blick auf nachhaltige Produktnutzungssysteme kommt dem Handel mit Gebrauchtgütern eine bedeutende Rolle zu, da er zur Produktnutzungsdauerverlängerung sowie zur Produktnutzungsintensivierung beitragen und somit Umweltentlastungspotenziale erschließen kann. Vor diesem Hintergrund war es Ziel der Untersuchung:

- erste Erkenntnisse über die Verbreitung von Online-Marktplätzen für Gebrauchtgüter zu gewinnen,
- Marktführer in ausgewählten Produktbereichen zu identifizieren,
- Eckdaten über die jeweiligen Webplattformen, den dortigen Handel und die verwendeten Geschäfts- und Erlösmodelle zu gewinnen,
- Eine erste Abschätzung von ökologischen Effekten durch Online-Marktplätze für Gebrauchtgüter vorzunehmen.

2.1 Auswahl der untersuchten Online-Marktplätze

In der vorliegenden Studie wurden 10 Online-Plattformen für Gebrauchtgüter aus unterschiedlichen Produktbereichen untersucht. Es wurden sowohl Business-to-Consumer Marktplätze als auch Business-to-Business Marktplätze in die Untersuchung einbezogen.

Tab. 1.1: Übersicht über die untersuchten Online-Marktplätze für Gebrauchtgüter

Untersuchter Marktplatz	Website	Produktgruppe
Business-to-Consumer bzw. Consumer-to-Consumer		
eBay	www.ebay.de	Diverses
Ricardo	www.ricardo.de	Diverses
Omnico	www.omnico.de	Computer und Zubehör
Recycle it	www.recycle-it.de	Elektro- und Elektronikgeräte
Abebooks	www.abebooks.de	Bücher
Videowelt Lübke	www.videowelt-luebke.de	Gebrauchtvideos, DVDs
Gebrauchthandy	www.gebrauchthandy.de	Handys
Business-to-Business		
GoIndustry	www.goindustry.de	Produktionsanlagen, Maschinen
Resale	www.resale.de	Gebrauchtmaschinen
Renet	www.renet.de	Kfz-Gebrauchteile

Die Auswahl erfolgte unter folgenden Gesichtspunkten: Da der Handel mit Gebrauchtgütern auch im Business-to-Business Bereich eine relativ große Rolle spielt (z.B. der Handel mit Gebrauchtanlagen und Maschinen), wurden sowohl B2C als auch B2B Plattformen untersucht. Desweiteren wurden jene Produktbereiche betrachtet, die beim E-Commerce eine größere Rolle spielen. Zwar existieren bislang keine Statistiken über den Online-Handel mit Gebrauchtgütern, Statistiken über den Handel mit Neuprodukten geben jedoch Aufschluss darüber, welche Produkte besonders häufig über das Internet gehandelt werden. Auf den vorderen Plätzen befinden sich: Bekleidung/Schuhe, Computer/Computerzubehör, Bücher, Unterhaltungselektronik sowie CDs/bespielte Tonträger² (siehe auch Tabelle 1.2 im Anhang). Für die Untersuchung wurden jeweils die Marktführer aus den verschiedenen Produktbereichen ausgewählt sowie einige beispielhafte Marktplatzbetreiber.

Da in der vorliegenden Studie mögliche ökologische Effekte durch den Online-Handel mit Gebrauchtgütern untersucht werden sollten, insbesondere mit Blick auf die Potenziale zur Verlängerung der Produktnutzung/ Wiederverwendung, wurden hier nur Marktplätze untersucht, auf denen physische Produkte gehandelt werden.

2.2 Angebot und Marktteilnehmer

Im Folgenden sollen die Ergebnisse der Recherche zusammenfassend dargestellt werden (ausführliche Profile zu den einzelnen Anbietern finden sich im Anhang 2).

Wie die Recherche gezeigt hat, gibt es mittlerweile eine Vielzahl von Gebrauchtgütermärkten im Internet zu unterschiedlichsten Produktbereichen. Einen Eindruck über die Breite der Gebrauch-Produkte, die über das Internet gehandelt werden, vermittelt die Liste der bei eBay gehandelten Artikel. Bei eBay werden Produkte u.a. in den Bereichen Medien (Bücher, Videos, DVDs etc.), Computer, Fotoartikel und Elektrogeräte, Spielzeug und Sportgeräte, Kleidung und Babyartikel, Uhren und Schmuck aber auch Feinschmecker- und Beautyartikel gehandelt.

Bei den Gebrauchtgütermärkten muss unterschieden werden zwischen Plattformen, die ein breites Produktspektrum abdecken (z.B. die Auktionsplattformen Ricardo und eBay) und jenen Plattformen, die Produkte in einem ganz speziellen Produktbereich anbieten, z.B. Omnico im Bereich Computer und Zubehör, Abebooks im Bereich Bücher, Renet im Bereich Kfz-Gebrauchteile.

Bei den untersuchten Marktplätzen steht der Handel mit Gebrauchtgütern klar im Vordergrund. Allerdings gehen immer mehr Anbieter dazu über, sowohl Gebrauch- als auch Neuwaren anzubieten, was die Abgrenzung zwischen Gebrauch- und Neuwarenhandel erschwert. Ein Beispiel hierfür ist der Online-Buchhändler Amazon. Ursprünglich ein Händler von Neuwaren (Bücher, Musik, Video, DVDs), bietet Amazon seit einiger Zeit auch gebrauchte Produkte an. Eine Entwicklung in die umgekehrte Richtung ist bei eBay zu beobachten. Auf der Auktionsplattform eBay werden zunehmend

² Riehm, U. et al. ; E-Commerce in Deutschland. Eine kritische Bestandsaufnahme zum elektronischen Handel; Berlin 2003

auch neue Produkte versteigert. Dies geht soweit, dass sich ein eigener „Berufsstand“ des eBay-Händlers herausgebildet hat: semiprofessionelle Gewerbetreibende, die Neuwaren in großen Mengen günstig einkaufen und über eBay wieder verkaufen. Nach Angaben der FAZ gibt es inzwischen mehr als 10.000 Menschen in Deutschland, die auf diese Weise bei eBay ihr Geld verdienen, wobei die Zahl der Gewerbetreibenden, die ihre Waren ausschließlich bei eBay verkaufen ständig wächst³. Der Verkauf bei eBay ist für diese Händler vor allem deshalb lukrativ, da sich auf keinem anderen Marktplatz so viele Kunden bewegen.

Über die untersuchten Online-Marktplätze für Gebrauchtgüter treten verschiedene Marktteilnehmer miteinander in Interaktion. Im Allgemeinen werden bei Marktteilnehmern drei verschiedene Gruppen voneinander unterschieden: Unternehmen („Business“), Privatpersonen („Consumer“) und die öffentliche Hand („Government“). Jede dieser Gruppen kann prinzipiell sowohl als Anbieter als auch als Nachfrager auftreten. Bei den untersuchten Gebrauchtmärkten wurden folgende Handelsmodelle vorgefunden:

- der Handel zwischen Unternehmen (Business-to-Business oder B2B)
- der Handel zwischen Unternehmen und Privathaushalten (Business-to-Consumer oder B2C) und
- der Handel zwischen Privatpersonen (Consumer-to-Consumer oder C2C)

Besonders hervorzuheben ist der Handel zwischen Privatpersonen (C2C). Durch Online-Marktplätze wie eBay, Ricardo oder Abebooks, auf denen Privatpersonen gebrauchte Produkte zum (Wieder-) Verkauf anbieten können, eröffnet sich ein neues „Geschäftsfeld“ für Privatpersonen. Sie können über die elektronischen Marktplätze Produkte sehr viel einfacher anbieten und einem sehr viel größerem Kundenkreis präsentieren als dies beispielsweise über Second-Hand-Zeitschriften möglich ist.

2.3 Marktbedeutung

Bisher gibt es keine Angaben darüber, welchen Anteil der Gebrauchtgüter-Markt am Online-Handel in Deutschland hat. Zwar gibt es diverse Erhebungen über den B2C E-Commerce in Deutschland (beispielsweise ACTA⁴ und GfK-Webscope⁵), hier wird allerdings nur zwischen verschiedenen Produktbereichen unterschieden, Angaben über den Gebrauchtgütermarkt im Internet werden nicht gemacht.

In Deutschland hat der E-Commerce einen Anteil von etwa 1% des Einzelhandelsumsatzes (siehe ACTA). Gebrauchtmärkte machen davon wiederum nur einen Anteil aus. Umsatzzahlen des Marktführers eBay zeigen allerdings die große Bedeutung, die der

³ Schmidt, Holger „Ebay ist Arbeitgeber für über 10.000 Menschen“, FAZ-Artikel vom 18.8.2003 im Internet: www.faz.net

⁴ ACTA: Allensbacher Computer- und Telekommunikationsanalyse des Instituts für Demoskopie Allensbach

⁵ GfK-Webscope: Untersuchung zum E-Commerce in Deutschland von der Gesellschaft für Konsumforschung

Handel mit Gebrauchtgütern im Internet hat. Im Jahr 2002 wurden über eBay Deutschland Waren im Gesamtwert von einer Milliarde Euro umgesetzt. Dies entspricht 38 % des gesamten Deutschen Warenumsatzes im Internet⁶. Allein diese Zahl verdeutlicht den großen Anteil, den der Gebrauchtgütermarkt am gesamten E-Commerce in Deutschland hat.

eBay

Die Rolle, die der Gebrauchtwarenhandel im Internet spielt, wird vor allem durch den Erfolg des Auktionshauses eBay deutlich. eBay ist nicht nur Marktführer im Bereich der Auktionsplattformen im Internet, sondern bildet überhaupt den weltweit größten Online-Marktplatz. Das umfangreiche, breit gefächerte Angebot zieht Kunden in großen Mengen an, aber auch Anbieter werden von eBay angesprochen, da sie hier die meisten Käufer finden. Weltweit hat eBay 94,9 Mio. registrierte Nutzer. Ständig finden sich auf dem weltweiten eBay-Marktplatz mehr als 21 Mio. Artikel im Angebot.⁷ Allerdings werden über die Plattform von eBay nicht nur gebrauchte Produkte, sondern zunehmend auch Neuwaren angeboten (mittlerweile haben Neuwaren bei eBay einen von Anteil von 28%). Ebay arbeitet seit der Gründung des Unternehmens profitabel. Für das Gesamtjahr 2003 belief sich der Nettoumsatz von eBay auf 2,17 Mrd. US-Dollar weltweit.

Die deutsche Internetseite von eBay wurde im Juni 2003 von mehr als 14 Mio. Menschen besucht⁸. Das entspricht rund der Hälfte aller Internetnutzer in Deutschland. Dabei sind etwa 95% der eBay-Nutzer Privatpersonen und kleine Unternehmen. Dabei steigen die Umsatzzahlen und auch die Zahlen der Nutzer von Jahr zu Jahr weiter an. Bei eBay zeigt sich dabei ein Netzwerkeffekt, der auch bei anderen Online-Plattformen zu beobachten ist. Ein wesentlicher Faktor für den Erfolg von eBay ist die Größe des Marktplatzes, also die Anzahl der Käufer und Verkäufer, die sich auf der Plattform bewegen. Eine große Zahl von Anbietern steigert die Attraktivität der Plattform für potenzielle Käufer, da hier das größte Angebot zu finden ist, ein großer Käuferkreis zieht wiederum neue Anbieter an – ein Effekt, der sich gegenseitig verstärkt.

Omnico

Ein weiteres Fallbeispiel, das die Relevanz von Online-Gebrauchtmärkten verdeutlicht, ist die Plattform Omnico. Im Gegensatz zu eBay mit seinem breitgefächerten Angebot konzentriert sich Omnico auf einen einzigen Produktbereich, den Vertrieb von gebrauchten Computern und Zubehör. Ein weiterer Unterschied zu eBay ist das Geschäftsmodell. Während das Auktionshaus eBay als reiner Vermittler zwischen Anbietern und Käufern auftritt und sich durch Provisionen finanziert, tritt Omnico selbst als Verkäufer auf und finanziert sich durch die Verkaufserlöse. Nach eigener Aussage des Unternehmens ist Omnico der größte Händler und Dienstleister rund um gebrauchte PC-

⁶ Paech, N.; Nutzungssysteme im Konsumbereich: eBay als nachhaltige Alternative? Fallstudie im Rahmen des vom BMBF geförderten Forschungsprojekts „Sustainable Markets eMERge“ (SUMMER); Oldenburg 2004

⁷ eBay Zahlen&Fakten; im Internet: www.ebay.de (Stand Januar 2004)

⁸ Schmidt, Holger „Ebay ist Arbeitgeber für über 10.000 Menschen“, FAZ-Artikel vom 18.8.2003 im Internet: www.faz.net

Systeme, Monitore und Notebooks in Europa. Pro Jahr werden ca. 70.000 bis 100.000 Geräte abgesetzt. Es befinden sich ständig bis zu 10.000 Gebrauchtgüter im Angebot. Neben dem Handel mit Gebrauchtpunkten bietet Omnico auch Dienstleistungen rund um Entsorgung und Recycling an. Das Angebot von Omnico richtet sich sowohl an Privatkunden, als auch an Firmenkunden, Händler und Schulen. Die gesamte Anzahl der Kunden beträgt über 30.000. In Europa werden ca. 400 bis 500 Stammkunden gezählt.

Gebrauchthandel im Business-to-Business Bereich

Im Business-to-Business Bereich spielt der Handel mit Gebrauchtgütern eine relativ große Rolle. Einer Untersuchung von Riehm et al. zufolge gibt es im Business-to-Business Bereich in Europa etwa 381 aktive Online-Marktplätze (Neu- und Gebrauchtgüter)⁹. Davon handeln 21 Plattformen mit gebrauchten Anlagen und Maschinen. Damit liegt der Handel mit Gebrauchtgütern auf Platz 8 der Handelskategorien der Online-Marktplätze (siehe Tabelle 2.1 im Anhang).

Ein Beispiel aus dem Business-to-Business Bereich ist die Plattform GoIndustry. Das Unternehmen GoIndustry bietet eine internationale, mehrsprachige Internet-Handelsplattform für gebrauchte und überschüssige Wirtschaftsgüter. Es deckt als Handelsplatz Europa, den nahen Osten, Lateinamerika, Nordafrika und Asien ab. Die Dienstleistungspalette von GoIndustry umfasst Handel, Auktionen und industrielle Software sowie wertschöpfende Dienstleistungen wie z.B. Logistik, Finanzierung und Inspektionsdienste durch Servicepartner. Das Kerngeschäft sind der Handel und die Auktionen mit gebrauchten industriellen Nutzgütern, aktuell liegt der Schwerpunkt auf Werkzeugmaschinen. GoIndustry ermöglicht den Teilnehmern den unmittelbaren Handel miteinander als Verkäufer und Käufer. Dabei ist GoIndustry lediglich Veranstalter des Marktforums und tritt selbst nicht als Verkäufer oder Käufer auf. Die Anzahl der Marktplatzteilnehmer online beträgt ca. 30.000 Kunden. Die Kunden sind vorwiegend große Unternehmen, Insolvenzverwalter sowie Banken und Leasinggesellschaften. Von GoIndustry liegen keine aktuellen Zahlen zum Angebot vor. Im Mai 2000 betrug das Sortiment 7000 Produkte im Warenwert von rund 60 Mio. Euro.

2.4 Mobile Angebote

Mobile Angebote wie beispielsweise die Bereitstellung der Online-Plattform über ein Internet-Portal für das Handy spielen bei Online-Marktplätzen für Gebrauchtgüter bisher kaum eine Rolle. Dabei gibt es bereits von einigen Vorreitern Konzepte, wie mobile Zugänge zu den Inhalten der Internet-Marktplätze gestaltet werden können.

Unter den in der vorliegenden Markkanalyse untersuchten Gebrauchtgütermärkten im Internet nimmt eBay in bezug auf die Bereitstellung eines mobilen Angebotes eine Vorreiterrolle ein. eBay nutzt für sein mobiles Angebot die Internet-Portale für Handys von E-Plus (i-mode) und von T-Mobile (t-zones). Mobil-Portale ermöglichen dem Nutzer,

⁹ Riehm, U. et al. ; E-Commerce in Deutschland. Eine kritische Bestandsaufnahme zum elektronischen Handel; Berlin 2003

mit dem Handy im Internet zu surfen und Internet-Angebote über das Handy zu nutzen (Abrufen von Internet-Seiten, Verschicken von E-Mails etc.). Bisher werden die Portale vor allem dazu genutzt, Bilder, Klingeltöne, Spiele und Informationen abzurufen. Das Angebot von eBay stellt hier eine erhebliche Erweiterung dar: Es ermöglicht dem Nutzer, über das Handy gezielt nach einzelnen Artikeln auf der eBay Homepage zu suchen, den Ablauf der Auktionen zu verfolgen und über das Handy mitzubieten.

Nach Angaben von E-Plus befindet sich eBay auf Platz Fünf unter den TopTen der meistgenutzten i-mode Seiten (Stand Juni 2003)¹⁰. Es gibt aber bisher keine Angaben darüber, von wie vielen Nutzern das Angebot in Anspruch genommen wird.

3. Geschäfts- und Erlösmodelle

3.1 Geschäftsmodelle

Folgt man der Kategorisierung von Wirtz¹¹, sind alle untersuchten Online-Marktplätze für Gebrauchtgüter dem Geschäftsmodell „Commerce“ zuzuordnen. Bei allen untersuchten Plattformen geht es um die Anbahnung, Aushandlung oder die Abwicklung von Geschäftstransaktionen mit Gebrauchtgütern.

Allerdings können die Geschäftsmodelle der verschiedenen Plattformen wiederum in drei Unterkategorien untergliedert werden:

- Marktforen,
- Auktionshäuser und
- Shop-Betreiber.

Marktforen: Bei diesem Geschäftsmodell bietet der Betreiber eine Plattform an, auf der sich Käufer und Verkäufer treffen können. Dabei tritt der Plattformbetreiber lediglich als Vermittler zwischen Anbietern und Kunden auf, ohne selbst Produkte anzubieten. Der Kaufvertrag wird direkt zwischen dem Käufer und dem Verkäufer abgeschlossen. Die Produkte werden über einen Festpreis gehandelt. In der Regel finanzieren sich solche Plattformen über die Erhebung von Einstellgebühren und/ oder Provisionen. Dieses Geschäftsmodell verfolgen die Plattformen Abebooks, Gebrauchthandy, Renet, GoIndustry und Resale, wobei bei GoIndustry und Resale neben der Möglichkeit Produkte zu Festpreisen anzubieten auch Auktionen durchgeführt werden können.

Eine Sonderform der ersten Kategorie sind die **Auktionshäuser**. Auch hier besteht die Aufgabe der Plattform darin, zwischen Käufer und Verkäufer zu vermitteln ohne dass der Betreiber selbst als Verkäufer auftritt. Allerdings werden die Produkte hier nicht zu Festpreisen angeboten, sondern über Auktionen. Auktionshäuser finanzieren sich überwiegend durch Einstellgebühren und Verkaufsprovisionen. Dieses Geschäftsmodell verfolgen eBay, Ricardo, Resale und GoIndustry.

¹⁰ www.eplus-imode.de

¹¹ Wirtz, B.; Electronic Business; Wiesbaden 2001

Es sind zunehmend Mischformen zwischen Veranstaltern eines Marktforums und Auktionshäusern zu beobachten. So nimmt beispielsweise bei eBay der Anteil der über Festpreise gehandelten Produkte zu. Mittlerweile werden bei eBay 28 Prozent der Produkte über Festpreise gehandelt. Auch GoIndustry, Resale und Ricardo bieten sowohl den Handel über Festpreise als auch Auktionen an.

Eine weitere Kategorie sind die **Shop-Betreiber**: hier treten die Betreiber selber als An- und Verkäufer der Produkte auf und finanzieren sich über den Verkaufserlös der Produkte. (Videowelt Lübke, Omnico und Recycle It).

Tab. 3.1: Übersicht über die Geschäftsmodelle der Online-Marktplätze für Gebrauchtgüter

Geschäftsmodell Commerce			
	Veranstalter eines Marktforums	Auktionshäuser	Shop-Betreiber
www.abebooks.de	X		
www.gebrauchthandy.de	X		
www.goindustry.de	X	X	
www.renet.de	X		
www.resale.de	X	X	
www.ebay.de	(X)	X	
www.ricardo.de	(X)	X	
www.videoworld-luebke.de			X
www.omnico.de			X
www.recycle-it.de			X

Online-Auktionen

Im Internet gibt es verschiedene Arten von Auktionen. Bei den untersuchten Beispielen überwiegen die normalen Auktionen. Das heißt, der Verkäufer legt einen Startpreis fest. Gebote können nur über der Höhe des Startpreises abgegeben werden. Der Startpreis ist zugleich der Minimumpreis, zu dem der Artikel verkauft wird. Die Auktion ist zeitlich befristet, verkauft wird nach Ablauf einer vorher festgelegten Frist. Daneben gibt es bei Ricardo die Möglichkeit Auktionen mit Mindestpreis durchzuführen. Bei dieser Variante legt der Anbieter zusätzlich zum Startpreis einen Mindestpreis fest, zu dem er den Artikel verkaufen will. Der Käufer kann ein Gebot unter dem Mindestpreis abgeben, allerdings ist der Verkäufer dann nicht verpflichtet, den Artikel zu verkaufen. Der Artikel wird erst dann verkauft, wenn der Mindestpreis erreicht wurde. Verkäufer setzen häufig einen Mindestpreis ein, wenn sie in Bezug auf den Startpreis unsicher sind. Bei eBay gibt darüber hinaus es die Möglichkeit „Powerauktionen“ zu veranstalten. In einer Powerauktion kann ein Artikel in beliebiger Menge angeboten werden. In diesem Fall müssen alle Artikel von gleicher Art und Güte sein (z.B. nach Größe, Farbe, Muster,

Fabrikat etc.). Die Artikel werden nach Ende der Auktion an die Höchstbieter verkauft. Alle Höchstbieter bezahlen den gleichen Preis pro Artikel, der sich aus dem niedrigsten erfolgreichen Gebot berechnet.

3.2 Erlösmodelle

Bei den Online-Marktplätzen für Gebrauchtgüter sind direkte und indirekte Erlösformen vorzufinden. Dabei stehen zwei Modelle im Vordergrund:

- Erlöse durch Provisionen und Einstellgebühren (indirekte Erlösform) und
- Erlöse durch den Verkauf von Produkten (direkte Erlösform).

Eine Finanzierung über **Verkaufsprovisionen und Einstellgebühren** ist unter den untersuchten Beispielen das am weitesten verbreitete Erlösmodell. Dabei werden von den Verkäufern, die den Online-Marktplatz nutzen zum Einen Gebühren für die Einstellung ihrer Verkaufsanzeigen verlangt, zum Anderen werden beim erfolgreichen Verkauf eines Produkts (meist in Abhängigkeit von der Höhe des Verkaufswertes) Provisionen erhoben. Ein solches Modell verfolgen die Anbieter Ebay, Ricardo, Abebooks, Goindustry und Rennet. Zum Teil werden ergänzend zusätzliche Dienstleistungen angeboten, für die eine Nutzungsgebühr verlangt wird.

Die Einstellgebühren sind in der Regel fix und sind in der Höhe nach dem Verkaufspreis gestaffelt bzw. bei einer Auktion nach dem Startpreis oder nach der Anzahl der eingestellten Artikel. Die Verkaufsprovisionen richten sich nach der Höhe des erzielten Preises und bewegen sich meist im Bereich zwischen 1,5% und 5% des Verkaufspreises, wobei es bei vielen Anbietern eine Höchstgrenze für die Provision gibt.

Beispiel: eBay

Für das Anbieten von Artikeln erhebt eBay von dem Anbieter eine Angebotsgebühr. Für zusätzliche Leistungen von eBay, insbesondere für die Hervorhebung einzelner Angebote, hat der Anbieter Zusatzgebühren zu bezahlen. Kommt es durch die Nutzung von eBay zum Verkauf, fällt zugunsten von eBay eine Provision an, die vom Anbieter zu begleichen ist.

Tab. 3.2: Übersicht über Einstellgebühren und Provisionen bei eBay

Einstellgebühren	
Startpreis	Angebotsgebühr
EUR 1,00 bis EUR 1,00	EUR 0,25
EUR 1,01 bis 9,99	EUR 0,40
EUR 10,00 bis EUR 24,99	EUR 0,60
EUR 25,00 bis EUR 99,99	EUR 1,20
EUR 100,00 und höher	EUR 2,40
Provision	
Verkaufspreis	Verkaufsprovision

EUR 0,00 bis EUR 50,00	4% des Verkaufspreises
EUR 50,01 bis EUR 500,00	EUR 2,00 zzgl. 3% des Verkaufspreises
EUR 500,01 und mehr	EUR 15,50 zzgl. 1,5% des Verkaufspreises

Das Zweite wichtige Erlösmodell bei Online-Märkten für Gebrauchtgüter ist die Finanzierung über den **Verkauf von Produkten**. Dieses Erlösmodell kommt bei den Shop-Betreibern Omnico, Videowelt Lübke und Recycle It zum tragen. Sie treten direkt als Händler in Erscheinung, die Ware an- und wieder verkaufen.

Darüberhinaus sind bei den untersuchten Betreibern folgende sonstige Erlösmodelle vorzufinden:

Die Internet-Plattform www.gebrauchthandy.de wird durch das Mutterunternehmen T-Mobile finanziert. Die Seiten von Gebrauchthandy dienen vor allem als Werbemittel für T-Mobile (z.B. durch Werbebanner, Links etc.) Es werden keinerlei Gebühren von den Kunden/ Nutzern erhoben.

Bei www.resale.de erfolgt die Finanzierung über Einträge in die Händlerliste auf der Website und über die Möglichkeit dem Angebot ein Bild hinzuzufügen. Für den Basisdienst werden keine Einstellungsgebühren verlangt, auch Provisionen auf den Verkaufswert der Produkte werden nicht erhoben.

4. Ökologische Effekte

4.1 Positive und negative ökologische Effekte durch Online-Marktplätze für Gebrauchtgüter

Wie auch in anderen Bereichen des E-Commerce sind bei der Einrichtung von Gebrauchtgütermärkten im Internet in der Regel ökonomische Erwägungen ausschlaggebend wie die Senkung der Transaktionskosten und die Beschleunigung von Geschäftsprozessen. Positive oder negative Umwelteffekte sind bisher nicht oder kaum beachtete und zufällige Nebenfolgen. Dementsprechend spielen auch bei den hier untersuchten Plattformen Umwelteffekte in der Regel keine Rolle. Einzige Ausnahme stellen die Webplattformen Omnico und Recycle it dar. Auch gibt es bisher keine systematischen Untersuchungen und Daten über Umwelteffekte von Gebrauchtgütermärkten im Internet.

An dieser Stelle soll eine erste Erörterung von positiven und negativen Umweltwirkungen, die von Gebrauchtgütermärkten im Internet ausgehen können, vorgenommen werden. Im Mittelpunkt der Betrachtung sollen dabei die Umwelteffekte durch veränderte Prozesse und Märkte sowie verändertes Kundenverhalten stehen.

Ressourceneinsparung durch Produktnutzungsverlängerung und Produktrecycling

Positive Umweltwirkungen von Gebrauchtgütermärkten im Internet können vor allem bei der Produktnutzungsverlängerung und beim Produktrecycling erwartet werden. Der Online-Handel unterstützt und erleichtert die Präsentation und den Handel von gebrauchten Produkten erheblich. Gerade bei Gebrauchtgütern, bei denen das Angebot

teilweise erheblich schwankt, bietet sich das flexible Internet als Medium zur Vermarktung an. Der Druck eines Katalogs zur Präsentation der Produkte wäre bei Gebrauchtgütern in den meisten Fällen zu aufwendig, da das Angebot hier erheblich schwankt. Die Weiter- und Wiederverwendung von Produkten hat erhebliche positive ökologische Effekte, da Abfallmengen und Ressourcenverbrauch reduziert werden können. Allerdings sind die Umwelteffekte abhängig davon, um welches Produkt es sich handelt. Zu unterscheiden sind hier einerseits Produkte, deren Umweltwirkungen primär in der Herstellungsphase entstehen und andererseits Produkte, bei denen die Nutzungsphase (z.B. durch Energie- oder Wasserverbrauch) den größten Anteil an den ökologischen Effekten hat, wie bei manchen Elektro- und Elektronikgeräten. Bei Waschmaschinen beispielsweise kann unter Umständen die Anschaffung eines neuen Gerätes ökologisch sinnvoller sein als die Weiternutzung eines Altgerätes, da der Strom- und Wasserverbrauch bei neuen Modellen erheblich geringer ist. Anders verhält es sich dagegen mit Gebrauchsgütern wie Büchern, Kleidung etc., bei denen die Herstellung die entscheidende Rolle in der Ökobilanz spielt.

Produktnutzungsverlängerung und Produktrecycling spielen sowohl im Consumer-to-Consumer Bereich eine Rolle, indem Privatpersonen Produkte, die sie nicht mehr nutzen, an andere Konsumenten weiterverkaufen, das Produkt also weitergenutzt wird und eine Neuanschaffung ersetzt, als auch im Business-to-Business Bereich.

Fallbeispiel: recycle it GmbH

Ein Beispiel für ein Unternehmen, das sich explizit eine umweltverträgliche Kreislaufwirtschaft durch Produktnutzungsverlängerung und Produktrecycling zum Ziel gesetzt hat, ist die recycle it – Recycling von Informationstechnologien GmbH. Die recycle it GmbH entstand aus dem Elektronik-Recycling-Konzept eines weltweit tätigen EDV-Konzerns. Sie entwickelt im Sinne des vorsorgenden Umweltschutzes Dienstleistungskonzepte zur umweltverträglichen Gestaltung, Wiederverwendung und Verwertung von Elektronik- und Elektroprodukten (Informations- und Kommunikationstechnologien, Unterhaltungselektronik, Haushaltsgeräte etc.). Der Schwerpunkt liegt auf dem Recycling von IT-Geräten. Die recycelten IT-Produkte werden über eine Internetbörse (www.recycle-it.de) angeboten, die mittlerweile über 1 Mio. Zugriffe im Monat verzeichnet. Das Angebot richtet sich sowohl an Privatverbraucher als auch an Händler und Unternehmen. Nach eigenen Aussagen konnte der Absatz von Second-Hand-Computersystemen durch den Online-Vertrieb erheblich gesteigert werden.

Bei der Frage inwieweit durch die Nutzung von Gebrauchtpunkten positive Umweltwirkungen entstehen, ist allerdings auch das Kundenverhalten zu berücksichtigen. Konkret stellt sich die Frage, ob durch preiswertere Gebrauchtpunkte der Kauf von neuen Produkten substituiert wird, oder ob hier eine zusätzliche Nachfrage generiert wird. Ob also beispielsweise dann statt einem Paar Schuhe gleich drei Paar gekauft werden und die Einsparungen so überkompensiert werden. In manchen Produktbereichen (z.B. Computer oder Handy) werden durch das Angebot kostengünstiger Gebrauchtpunkte möglicherweise auch neue Kundengruppen erschlossen, die sich ansonsten ein solches

Produkt nicht leisten könnten. In diesem Fall würden durch den Handel mit Gebrauchtgütern neue zusätzliche Warenströme geschaffen.

Zu bedenken ist an dieser Stelle auch die Frage, ob bei einigen Anbietern (z.B. im Computerbereich) möglicherweise durch die Rücknahme/ den Rückkauf gebrauchter Produkte der Markt frei gemacht werden soll, für neue Produkte. Analog zum Automobilmarkt, wo damit geworben wird, dass bei Neukauf eines Autos das alte Auto in Zahlung genommen wird.

Bisher gibt es kaum Untersuchungen zum Kundenverhalten im Bereich des Gebrauchtgüterhandels im Internet. Erste Hinweise hierzu liefert eine Studie von Paech, in der eine E-Mail Befragung von eBay-Nutzern durchgeführt wurde¹². Die Befragung liefert Hinweise über das Einkaufs- und Verkaufsverhalten sowie über die Motive für die eBay-Nutzung. Der Grossteil der von den Befragten über eBay gehandelten Produkte sind gebraucht (76% der eingekauften Produkte, 80% der verkauften Produkte). Auch wenn über eBay zunehmend Neuwaren gehandelt werden, stehen also nach wie vor gebrauchte Produkte im Vordergrund. Desweiteren wurde den Interviewpartnern die Frage gestellt, ob eBay sie dazu verleiten würde, insgesamt mehr Konsumgüter zu kaufen. Über 42% beantworteten diese Frage mit ja. Dies weist darauf hin, dass die Vermutung, dass der Online-Handel mit Gebrauchtgütern bei Einzelnen den Konsum verstärkt, auf einen erheblichen Anteil der eBay-Nutzer zutrifft.

Bei den Motiven für die Nutzung von eBay steht eindeutig das Argument Geld zu sparen bzw. zu verdienen im Vordergrund. Hohe Werte in den Antworten erhalten auch die Motive „Gegenstände/ Sammlerstücke zu beschaffen, die sonst kaum erhältlich sind“ und „Bequemlichkeit, direkt vom Computer aus Anschaffungen oder Verkäufe tätigen zu können“. Die Umweltfreundlichkeit von Gebrauchtgütern wird dagegen nur von etwa 32% der Interviewpartner als Motiv genannt.

Verkehr

Ein Bereich, in dem sowohl positive als auch negative Umwelteffekte durch den Online-Handel mit Gebrauchtgütern auftreten können ist der Bereich **Verkehr**¹³. Allerdings lassen sich die Wirkungen des Online-Handels mit Gebrauchtgütern auf die Verkehrsleistungen noch nicht eindeutig beschreiben, da zu wenig Informationen z.B. zum Kundenverhalten und zu den Lieferentfernungen der gehandelten Produkte vorliegen. Wie der E-Commerce allgemein kann auch der Online-Handel mit Gebrauchtgütern dazu beitragen, Einkaufsfahren privater Konsumenten zu reduzieren, da die Ware über das Internet bestellt und ins Haus geliefert wird. Andererseits nehmen durch Internetbestellungen jedoch auch Auslieferungsverkehre zu: kleinteilige Sendungen müssen an eine Vielzahl wechselnder Empfänger verteilt werden. Diese veränderte Sendungs-

¹² Paech, N.; Nutzungssysteme im Konsumbereich: eBay als nachhaltige Alternative? Fallstudie im Rahmen des vom BMBF geförderten Forschungsprojekts „Sustainable Markets eMERge“ (SUMMER); Oldenburg 2004. Allerdings ist die Studie aufgrund der kleinen Stichprobe (59 Personen) nicht repräsentativ.

¹³ Die Auswirkungen von E-Commerce auf den Verkehr werden in einer Studie des TAB von 2002 „TA-Projekt E-Commerce“ eruiert.

struktur wird nur dann ein relativ geringeres Verkehrsaufkommen als bei den traditionellen Einkaufsfahrten nach sich ziehen, wenn Bestellungen gebündelt und möglichst viele Empfänger auf einer Auslieferungsrouten beliefert werden können. Desweiteren stellt sich hier die Frage nach indirekten Folge- und Rückkopplungseffekten: wird beispielsweise die Zeit, die durch wegfallende Einkaufsfahrten frei wird durch Freizeitfahrten oder andere mehr oder weniger umweltbelastende Konsumtätigkeiten genutzt, so könnten die positiven Effekte überkompensiert werden.

Ein Aspekt des Online-Handels mit Gebrauchtgütern, der erheblichen Einfluss auf den damit verbundenen Verkehr hat, ist die Möglichkeit, über Länder und Kontinente hinweg Produkte zu bestellen, so dass möglicherweise die Entfernungen, die zurückgelegt werden müssen, steigen. Hierzu gibt es allerdings bisher keine Untersuchungen und auch die Plattformbetreiber selbst wissen oft nichts über die Entfernungen, die die über sie gehandelten Produkte zurücklegen.

Weitere wesentliche Einflussfaktoren im Hinblick auf die Umweltwirkungen sind neben der Transportentfernung auch die Wahl des Verkehrsmittels sowie die Sendungsstrukturen. Dies wird beispielsweise deutlich, wenn man verschiedene Ökobilanzen zum Online-Einkauf von Büchern miteinander vergleicht. So kommt eine Studie, die den Online-Buchkauf und die Distribution in den USA untersucht auf weitaus höhere Werte beim Gesamtenergieverbrauch als vergleichbare Untersuchungen aus Deutschland oder Japan. Dies liegt im wesentlichen in der Tatsache begründet, dass die Transporte, Post- und Kuriersendungen in den USA überwiegend mit dem Flugzeug erfolgen, während in Japan und Deutschland der LKW das dominierende Verkehrsmittel ist¹⁴.

Verpackung

Ein weiterer wichtiger Faktor, der für die ökologischen Effekte von Online gehandelten Gebrauchtgütern eine Rolle spielt, sind die Verpackungsmaterialien, die bei der Versendung der Produkte anfallen. Der Online-Einkauf ist generell mit einem größeren Verpackungsaufwand verbunden als der Einkauf vor Ort in einem Geschäft, da Produkte, die der Kunde vor Ort kauft, meist nicht mehr verpackt werden müssen. Produkte, die online bestellt und mit der Post oder einem Kurier-Dienst verschickt werden, müssen dagegen entsprechend verpackt werden.

In einer Ökobilanz, in der eine vergleichende Betrachtung von Buchkauf und Distribution im stationärem und im online Buchhandel (Neuware) vorgenommen wird, untersuchen die Autoren neben anderen Faktoren auch den Verpackungsaufwand¹⁵. Sie kommen zu dem Ergebnis, dass beim Kauf von Büchern bei E-Commerce mehr Energie verbraucht wird als beim Einkauf vor Ort in einer Buchhandlung. Dies sei vor allem auf den hohen Verpackungsaufwand beim Online-Einkauf zurückzuführen, da hier das

¹⁴ Siehe Williams, E.; Tagami, T.; Energy Use in Sales and Distribution via E-Commerce and Conventional Retail; in: Journal of Industrial Ecology; Vol. 6, Issue 2, 2003; Reichling, M.; Otto, T.; The environmental impact of the new economy: Deutsche Telekom, telecommunications services and the sustainable future. In: Ecology of the new economy; Sheffield 2002

¹⁵ Williams, E.; Tagami, T.; Energy Use in Sales and Distribution via E-Commerce and Conventional Retail; in: Journal of Industrial Ecology; Vol. 6, Issue 2, 2003

bestellte Buch einzeln verpackt werden muss, bevor es zum Kunden geschickt wird. Der Energieaufwand für die Herstellung des Verpackungsmaterials macht beim E-Commerce 3,9 MJ pro Buch aus, beim normalen Buchkauf nur 0,8 MJ. Damit macht der Verpackungsaufwand neben den Verkehrsströmen zum Transport des Buches bzw. für die Einkaufsfahrt den größten Anteil am Gesamtenergieaufwand aus¹⁶. Obwohl in dieser Studie Neuwaren untersucht wurden, so gilt Vergleichbares auch für gebrauchte Bücher, da - egal ob das Buch vom professionellen Händler oder von einer Privatperson verschickt wird – das Buch verpackt werden muss.

Energieverbrauch durch PC-Betrieb und Infrastruktur

Ein weiterer Aspekt, der für die ökologische Bilanz des Online-Handels mit Gebrauchtgütern eine Rolle spielt, ist der Energieverbrauch, der durch die PC-Infrastruktur und die PC-Nutzung entsteht. Zwar können private Einkaufsfahrten ersetzt werden, wenn der Kunde Produkte online bestellt, dafür entsteht aber auch ein zusätzlicher Energieaufwand durch die Herstellung und den Betrieb des PCs. Auch hier gibt die oben zitierte Studie zum Online-Buchkauf erste Hinweise. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass der Energieverbrauch, der zuhause bei der Bestellung eines Buches entsteht (PC-Infrastruktur, PC-Nutzung, Beleuchtung und Heizung) in etwa in der gleichen Größenordnung liegt wie der Energieverbrauch, der im stationären Handel durch den Betrieb der Buchhandlung entsteht. Der Energieaufwand für eine Buchbestellung zuhause liegt bei 0,95 MJ pro Buch, der Energieverbrauch der Buchhandlung bei 1,1 MJ pro Buch¹⁷. Damit macht der Energieverbrauch zuhause (je nach Szenario) zwischen 12,5% und 19% des Gesamtenergiebedarfs für Buchkauf und Distribution aus. Auch eine Studie der Deutschen Telekom, die ebenfalls verschiedene Szenarien zu online Buchkauf bzw. Buchkauf im Handel vor Ort untersucht, weist auf den hohen Beitrag des PCs an der ökologische Bilanz beim Online-Buchkauf hin¹⁸.

Bei der PC-Herstellung und dem Betrieb sind aber auch Einsparpotenziale zu vermuten. Bei der PC-Herstellung konnten in den letzten Jahren bereits erhebliche Effizienzfortschritte erreicht werden. Beim Stromverbrauch der Geräte sind in Zukunft weitere Verminderungsmöglichkeiten durch technische Weiterentwicklung einer verlustarmen und verbrauchsreduzierten Technik zu erwarten. So verbrauchen beispielsweise Flachbildschirme gegenüber der Bildröhrentechnik deutlich weniger Energie. Fortentwicklungen gibt es auch bei der weiteren Senkung der Leerlaufverluste durch Optimierung des „Powermanagements“¹⁹.

¹⁶ je nach Szenario macht der Verpackungsaufwand beim E-Commerce zwischen 51% und 76% des Gesamtenergieaufwands aus, der Transportaufwand dagegen nur zwischen 4% und 37%.

¹⁷ Williams, E.; Tagami, T.; Energy Use in Sales and Distribution via E-Commerce and Conventional Retail; in: Journal of Industrial Ecology; Vol. 6, Issue 2, 2003

¹⁸ Reichling, M.; Otto, T.; The environmental impact of the new economy: Deutsche Telekom, telecommunications services and the sustainable future. In: Ecology of the new economy; Sheffield 2002

¹⁹ zu den Umweltwirkungen der PC-Infrastruktur siehe: Riehm, U. et al.; TA-Projekt E-Commerce. Endbericht ; 2002 (TAB Arbeitsbericht Nr. 78) und Behrendt, S. et al.; Literaturbericht zu den

4.2 Fallbeispiele

Im Folgenden sollen einige Fallbeispiele für unterschiedliche Nutzungsszenarien von Gebrauchtgütermärkten im Internet dargestellt werden.

Fallbeispiel 1: Terrakotta-Fliesen bei eBay

Der Kunde findet auf der Homepage von eBay ein Angebot, bei dem neue Terrakotta-Fliesen versteigert werden sollen. Bei dem Angebot ist auch eine Händleradresse im Umland von Berlin angegeben. Da der Kunde die Fliesen ansehen möchte bevor er mitbietet, fährt er von Berlin aus mit dem Auto zur angegebenen Adresse, muss aber feststellen, dass die Firma dort gar nicht existiert. In diesem Szenario wird der ökologische Vorteil des Online-Handels, der dadurch entsteht, dass das Produkt online bestellt und Einkaufsfahrten eingespart werden können, durch die „Besichtigungsfahrt“ kompensiert. Darüber hinaus kam es im beschriebenen Fall gar nicht zum Kauf, so dass der Kunde die Fahrt also umsonst unternommen hat.

Fallbeispiel 2: Gebrauchtwagen im Internet

In diesem Fallbeispiel will ein Kunde einen Gebrauchtwagen kaufen, der im Internet inseriert ist. Der Kunde fährt zu diesem Zweck mit dem Auto von Frankfurt nach Wiesbaden zum Verkäufer. Dort angekommen muss er aber feststellen, dass der Wagen eine Beschädigung hat, von der im Angebotstext keine Rede war, so dass er sich gegen den Kauf entscheidet. Auch hier wird die Fahrt zum Verkäufer des Wagens umsonst unternommen.

Fallbeispiel 3: Schuhe

In diesem Fallbeispiel besitzt eine Konsumentin 30 Paar Schuhe, die sie größtenteils über das Internet günstig ersteigert hat. Würde sie alle ihre Schuhe neu kaufen, könnte sie sich eine solche Fülle schon aus finanziellen Gründen nicht leisten. In diesem Fallbeispiel werden die ökologischen (und ökonomischen) Vorteile, die durch den Kauf und damit die Weiternutzung von gebrauchten Schuhen entstehen, zum Teil wieder kompensiert, indem mehr Schuhe gekauft werden.

Fallbeispiel 4: Gebrauchte Produkte aus den USA

In diesem Fall ersteigert die Kundin eine Uhr über die internationale Plattform von eBay von einem Anbieter in den USA. Die Uhr wird ihr daraufhin mit der Post zugeschickt. Hier werden durch die internationale Plattform von eBay Möglichkeiten geschaffen, gebrauchte Produkte auch über Ländergrenzen und Kontinente hinweg einfach und effizient zu handeln was wiederum erhebliche Auswirkungen auf die Lieferentfernungen hat.

4.3 Einflussfaktoren auf die ökologische Bilanz

An dieser Stelle sollen die Einflussfaktoren, die sich auf die ökologische Bilanz des Online-Handels mit Gebrauchtgütern auswirken, identifiziert werden:

- Ein wesentlicher Einflussfaktor auf die ökologische Bilanz ist die *Entfernung*, über die die Produkte gehandelt werden (also ob das Produkt regional, national oder sogar international gehandelt wird) und damit der Transportweg, den das Produkt zurücklegt.
- Neben der Entfernung, über die ein Produkt transportiert werden muss, spielen auch die *Transportstrukturen* und die *Wahl des Verkehrsmittels* eine Rolle, also beispielsweise ob die Versendung des Produkts mittels Flugzeug, LKW oder Bahn erfolgt, und wie hoch die Auslastung des Verkehrsträgers ist.
- Entscheidend ist auch, um *welche Produkte* es sich handelt. Bei einigen Produkten, bei denen die Gebrauchsphase die entscheidende Rolle in der Ökobilanz spielt (beispielsweise bei Waschmaschinen), kann die Anschaffung eines verbrauchsarmen Neugerätes ökologisch sinnvoller sein als die Weiternutzung eines alten Gerätes. Während bei vielen anderen Produkten, bei denen die Herstellung den größten Anteil an den Umweltwirkungen einnimmt, eine Weiternutzung einen erheblichen ökologischen Vorteil (v.a. durch Ressourceneinsparungen) bietet.
- Ein weiterer wichtiger Einflussfaktor ist das *Nutzerverhalten*. Werden durch den Kauf von gebrauchten Produkten Neukäufe substituiert oder kommen sie additiv hinzu? Werden durch den Online-Einkauf private Einkaufsfahrten ersetzt oder kommt das Internet nur als eine weitere Bezugsquelle hinzu und die Einkaufsfahrten werden trotzdem für andere Konsumtätigkeiten durchgeführt?
- Wie in der Studie zum Fallbeispiel E-Commerce bei Büchern festgestellt wurde²⁰, spielt auch die für die Versendung eines Produktes notwendige *Verpackung* eine erhebliche Rolle in der ökologischen Bilanz, da die Produkte hier einzeln bzw. in sehr geringen Stückzahlen verpackt an den Kunden geschickt werden. Diese aufwendige Verpackung des einzelnen Produktes für den Transport entfällt in der Regel beim traditionellen Einkauf. Die Produkte werden in größeren Stückzahlen an das Geschäft geliefert und somit ist auch das Aufkommen an Verpackungsmaterialien geringer.
- Eine weitere Rolle für die ökologische Bilanz spielt beim Online-Handel der *Energieverbrauch durch die PC-Infrastruktur und den PC-Betrieb* für die Online-Bestellung von zuhause. Allerdings konnte in diesem Bereich in der Vergangenheit bereits eine Reduktion des Energieverbrauchs durch eine effizientere, verbrauchsärmere Technik realisiert werden und auch für die Zukunft sind hier weitere Effizienzfortschritte zu erwarten.

²⁰ Williams, E.; Tagami, T.; Energy Use in Sales and Distribution via E-Commerce and Conventional Retail; in: Journal of Industrial Ecology; Vol. 6, Issue 2, 2003

5. Schlussfolgerungen/ Perspektiven

Wie die Recherche gezeigt hat, gibt es mittlerweile eine Vielzahl von Gebrauchtgütermärkten im Internet zu unterschiedlichen Produktbereichen. Dabei treten auf den Gebrauchtgütermärkten verschiedene Marktteilnehmer miteinander in Interaktion: Auf einigen Plattformen steht der Business-to-Business Handel im Vordergrund, auf anderen der Business-to-Consumer bzw. der Consumer-to-Consumer Handel. Das Internet bietet erhebliche Potenziale für den Handel mit Gebrauchtgütern. So senkt das Internet die Transaktionskosten (Anbahnungs-, Aushandlungs- und Abwicklungskosten) für den Handel und schafft hier vermutlich einen „Quantensprung“ im Gebrauchtgüterhandel. Von besonderer Bedeutung für den Handel mit Gebrauchtgütern sind vor allem die Marktforen sowie die Auktionshäuser im Internet. Bei diesem Handelsmodell tritt nicht nur ein Anbieter auf, sondern es wird ein Marktplatz geschaffen, auf dem eine Vielzahl von Anbietern in Erscheinung tritt, wodurch die Attraktivität für den Kunden erhöht und ein größerer Kundenkreis bedient werden kann.

Für den Endverbraucher als Anbieter gebrauchter Produkte entstehen durch die Gebrauchtgütermärkte im Internet ganz neue Möglichkeiten der Vermarktung, v.a. die Möglichkeit einen weitaus größeren Interessentenkreis zu erreichen, als dies mit herkömmlichen Vertriebswegen (z.B. Secondhand-Zeitschriften) der Fall ist. Privatpersonen wird auf diese Weise ein ganz neues „Geschäftsfeld“ eröffnet.

Ökologische Effekte

Umweltschutzaspekte oder Überlegungen zur Produktnutzungsverlängerung/-intensivierung spielen bei den Marktplatzbetreibern in der Regel überhaupt keine Rolle und werden dementsprechend auf den Webseiten auch nicht erwähnt. Zu den wenigen Ausnahmen zählen die Webplattformen recycle-it.de und omnico.de. Umweltschutzaspekte sind bei der Entstehung und dem Erhalt von Online-Marktplätzen für Gebrauchtgüter also bis dato kein Treiber.

Da es bislang keine Untersuchungen und Daten zu den Umweltauswirkungen von Gebrauchtgütermärkten im Internet gibt, sind Aussagen hierzu nur ansatzweise möglich. Dennoch können erste Abschätzungen zu den positiven und negativen ökologischen Effekten vorgenommen werden. Insgesamt zeichnen sich in einigen Bereichen Potenziale zur Reduktion von Ressourcen- und Energieverbrauch ab. Potentiale bestehen vor allem in der Weiternutzung und Wiederverwendung von Produkten und im Ersatz von privaten Einkaufsfahrten. Allerdings hängen sie von zahlreichen Bedingungen ab, die erfüllt werden müssen, damit diese Potenziale auch zum Tragen kommen. Entscheidende Einflussfaktoren sind hierbei vor allem das Mobilitäts- und Konsumverhalten der Kunden, die Sendungsstrukturen, die Transportentfernung und die Wahl des Transportmittels. Die ökologischen Potenziale, die durch eine Weiternutzung gebrauchter Produkte entstehen, sind darüber hinaus abhängig davon, um welche Produkte es sich handelt, also ob die wesentlichen Umweltwirkungen in der Herstellungs- oder in der Gebrauchsphase des Produktes entstehen. Gleichzeitig ist der Online-Handel mit Gebrauchtgütern auch mit Risiken für die Umwelt verbunden, beispielsweise dadurch, dass über das Internet Produkte weltweit bestellt werden können, was zu größeren Transportentfer-

nungen führen kann und durch eine Zunahme der Auslieferungsverkehre durch die wachsende Anzahl kleinteiliger Sendungen.

Forschungsbedarf

Bislang gibt es keine empirischen Untersuchungen, die sich systematisch mit Online-Marktplätzen für Gebrauchtgüter beschäftigen. Hier handelt es sich um ein bislang völlig unerforschtes Gebiet. Auch gibt es bislang keine Untersuchungen und Daten über die Umwelteffekte von Online-Gebrauchtgütermärkten. Große Marktplatzbetreiber wie z.B. eBay kennen noch nicht einmal die durchschnittlichen Transportentfernungen der über ihre Webplattform verkauften Produkte.

Forschungsbedarf besteht vor allem in folgenden Bereichen:

- Systematische Erhebung des Umsatzes, der Marktbedeutung und der Nutzerzahlen von Gebrauchtgütermärkten im Internet.
- Fallbeispiele (Ökobilanzen) zu den Umweltwirkungen von Gebrauchtgütermärkten im Internet, die die ökologischen Auswirkungen der Produkte nicht nur auf der „letzten Meile“ untersuchen (die Beschaffung durch den Endverbraucher bzw. den Transport zum Endverbraucher), sondern die gesamte Produktions- und Lieferkette in den Blick nehmen.
- Es ist erforderlich, genauer zu analysieren, in welchem Maße und in welcher Form sich das Freizeit- und Konsumverhalten einzelner Kundengruppen durch die Möglichkeit des Online-Handels verändert hat und noch verändern wird. Auch hinsichtlich der Abschätzung der potenziellen Substitution von Einkaufsfahrten und Neukäufen durch den Online-Handel mit Gebrauchtgütern sind Erkenntnisse hinsichtlich des Einkaufs- und Mobilitätsverhaltens der Konsumenten und über dessen Veränderung durch E-Commerce notwendig. Von besonderem Interesse ist unter anderem die Frage, ob der Kauf gebrauchter Produkte sonstige Produktkäufe (v.a. Neukäufe) substituiert oder ob dies zu einem additiven Konsum führt.
- Ein wesentlicher Einflussfaktor auf die ökologische Bilanz sind die Transportaufwendungen, die durch den Online-Handel mit Gebrauchtgütern entstehen, vor allem die Transportentfernungen. Wichtig wäre hier zu untersuchen, über welche Entfernungen die Produkte gehandelt werden und ob es in Bezug auf die Transportentfernung Unterschiede zwischen verschiedenen Produktgruppen gibt. Ein weiterer wichtiger Aspekt sind die Veränderungen, die sich bei den Auslieferungsverkehren durch eine Zunahme von Einzelsendungen ergeben.

6. Literatur

Behrendt, S. et al.; Literaturbericht zu den ökologischen Folgen des E-Commerce. Gutachten im Auftrag des Deutschen Bundestags; Berlin und Dortmund 2002

Behrendt, S.; Fichter, K.; Bierter, W.; E-Business und Umwelt – Sekundäranalytische Auswertung des Forschungsstands. Arbeitspapier im Rahmen des Projekts E-nnovation; Berlin 2003 (im Internet: www.sustainable-ict.info; Stand 11.8.2004)

eBay Zahlen&Fakten; im Internet: www.ebay.de (Stand Januar 2004)

Henseling, C.; Fichter, K.; Produktinformationen für Verbraucher im Internet. Arbeitspapier im Rahmen des Projekts E-nnovation, Berlin 2004 (im Internet: www.sustainable-ict.info; Stand 11.8.2004)

i-mode im Internet: www.eplus-imode.de (Stand Juni 2003)

Paech, N.; Nutzungssysteme im Konsumbereich: eBay als nachhaltige Alternative? Fallstudie im Rahmen des vom BMBF geförderten Forschungsprojekts „Sustainable Markets eMERge“ (SUMMER); Oldenburg 2004

Reichling, M.; Otto, T.; The environmental impact of the new economy: Deutsche Telekom, telecommunications services and the sustainable future. In: Ecology of the new economy; Sheffield 2002

Riehm, U. et al.; TA-Projekt E-Commerce. Endbericht; 2002 (TAB Arbeitsbericht Nr. 78)

Riehm, U. et al. ; E-Commerce in Deutschland. Eine kritische Bestandsaufnahme zum elektronischen Handel; Berlin 2003

Schmidt, Holger „Ebay ist Arbeitgeber für über 10.000 Menschen“, FAZ-Artikel vom 18.8.2003 im Internet: www.faz.net (Stand 11.8.2004)

Williams, E.; Tagami, T.; Energy Use in Sales and Distribution via E-Commerce and Conventional Retail; in: Journal of Industrial Ecology; Vol. 6, Issue 2, 2003

Wirtz, B.; Electronic Business; Wiesbaden 2001

7. Anhang 1

Tab. 1.2: B2C-E-Commerce Umsatzanteile in Deutschland nach Produktgruppen 2001 und 2002

Produkte und Dienste	2001	2002
Reisen/Flug-/Fahrscheine/Hotels	25,5	21,8
Bekleidung/Schuhe	12,1	14,3
Computer/Computerzubehör	11,0	12,6
Bücher/Karten/Zeitschriften	8,5	8,8
Unterhaltungselektronik/Foto/Videokamera/Zubehör	6,6	6,6
CD/bespielte Tonträger/CD-ROM	4,5	5,5
Veranstaltungen/Veranstaltungstickets	3,6	3,9
Güter des täglichen Bedarfs/Lebensmittel	3,2	3,2
Elektrogeräte	2,6	3,0
Spielwaren/Spielzeug	2,7	2,6
Sport-/Freizeitartikel	1,8	2,1
Videofilme/DVD	1,4	1,8
Telekommunikationsgeräte	1,1	1,4
Heimwerken/Garten/Pflanzen	1,3	1,4
Accessoires	1,2	1,0
Textilien für Haus und Heim	1,0	1,0
Sonstiges	11,9	9,0
<i>Summe</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
<i>Summe absolut (in Mio. Euro)</i>	<i>4.266</i>	<i>4.668</i>

Quelle: Riehm, U. et al. (2003): E-Commerce in Deutschland, Eine kritische Bestandsaufnahme zum elektronischen Handel, Berlin, S. 54

Tab. 2.1: Aktive B2B-Online-Marktplätze in Europa (Stand April 2002)

Branche/Produktkategorie	Anzahl aktiver B2B-Marktplätze
Allgemeine Beschaffung	46
Elektronik, Elektrik, Ausrüstung, Komponenten	32
Logistik	30
Büroausstattung, C-Artikel, Nebenbedarf	29
Land-, Forstwirtschaft, Fischerei, Blumen	27

Bau	26
Produzierende und verarbeitende Anlagen, Maschinen, Komponenten	25
Gebrauchte Anlagen und Maschinen	21
Druck, Papier, Photo	19
Metalle	18

Quelle: Riehm, U. et al. (2003): E-Commerce in Deutschland, Eine kritische Bestandsaufnahme zum elektronischen Handel, Berlin, S. 49

8. Anhang 2: Profile der untersuchten Online-Marktplätze

8.1 Produktgruppe Bücher: www.abebooks.de

Einleitung

Abebooks Europe ist Teil des weltweit größten Internet-Marktplatzes für antiquarische, vergriffene und gebrauchte Bücher. Das Unternehmen ist seit Oktober 2001 eine Tochter der kanadischen Plattform Abebooks.com (Advanced Book Exchange Inc.) und wurde unter dem Namen JustBooks.de im September 1999 gegründet. Abebooks.com, der Online-Pionier im antiquarischen Buchhandel, ist seit 1996 im Internet aktiv. Zusammen bieten beide Unternehmen rund 40 Millionen Bücher von über 10.000 unabhängigen Buchanbietern an.

Betreiber-Eckdaten

Abebooks Europe GmbH
 Ronsdorfer Str. 77a
 40233 Düsseldorf
 Germany
 Telefon: +49-(0)211-7117069-0
 Fax: +49-(0)211-7117069-19
 E-Mail: info@abebooks.de

Das Unternehmen hat 100 feste Mitarbeiter: 20 sind in Europa beschäftigt und 80 in Kanada. Die Geschäftsentwicklung nimmt ihren Anfang im Jahr 2001. Mit der Akquisition von JustBooks durch Advanced Book Exchange Inc. im Oktober 2001 ist der erste globale Internetmarktplatz für sogenannte "out-of-print"-Bücher mit mehr als 35 Mio. Titeln von über 10.000 Anbietern entstanden.

<u>Justbooks</u>	<u>Abebooks</u>
<p>JustBooks wurde im September 1999 in Düsseldorf von Hannes Blum, Dr. Malte Brettel, Christian Langer, Florian Heinemann und Dr. Boris Wertz gegründet. Die Firmengründer hatten bereits während ihres Studiums festgestellt, dass benötigte Fachbücher oft vergriffen bzw. nicht lieferbar sind. Eine Internetplattform stellte eine Lösung für dieses Problem dar.</p> <p>Von der Idee bis zur Realisierung vergingen nur wenige Monate. Pünktlich zur Frankfurter Buchmesse im Oktober 1999 startete JustBooks.de. Anfangs wurden die jungen Unternehmer von Business Angels finanziert, die selbst aus der Internet-Branche kamen. Ab 1/2000 unterstützte Hubert Burda Media als Risikokapitalgeber das aufstrebende Unter-</p>	<p>Abebooks (Advanced Book Exchange Inc.) wurde im Mai 1996 von Rick Pura und Keith Waters in Victoria/Kanada gegründet. Das Gründerteam besaß nicht nur technisches Know-how, sondern konnte bereits über jahrelange Erfahrung im antiquarischen Buchhandel verfügen. Die Idee zu Abebooks entstand angesichts der Schwierigkeiten, als Antiquar für einen Kunden seltene Bücher zu besorgen und mit anderen Antiquaren Informationen zu Buchbeständen auszutauschen. Schon bald nach der Gründung nutzten Antiquare und Buchhändler in ganz Nordamerika die Möglichkeit, ihre Bücher über das Netzwerk von Abebooks zu verkaufen. Die Firma ist seitdem kontinuierlich gewachsen. Durch Kooperationen mit z.B. Barnes & Noble/ USA</p>

nehmen. Ende Juni 2000 wurde die englische Plattform www.justbooks.co.uk eröffnet, ein Dreivierteljahr später (März 2001) ging JustBooks in Frankreich unter www.justbooks.fr an den Markt.	(1998), Akaikutsu/JAP (6/2000), Chapitre/FR (10/2000) oder eBay/US (half.com/2001) konnte Abebooks in den letzten 4 Jahren seine führende Marktposition international ausbauen und behaupten.
--	--

Angebot

Das Angebot von abebooks umfasst gebrauchte, seltene, vergriffene und sonstige antiquarische ("out-of-print") Bücher und andere Waren, beispielsweise Landkarten, Notenblätter, Manuskripte und sonstige Druckwerke ("Waren"). Es werden fast ausschließlich gebrauchte Produkte angeboten. Der Schwerpunkt liegt bei Gebrauchtbüchern.

Kunden

Verkäufer und Käufer können bei Abebooks Europe nur voll geschäftsfähige Personen sein, die mindestens 18 Jahre alt sind. Abebooks Europe bietet über die von ihr betriebenen Websites eine Plattform für Verkäufer und Käufer, um untereinander Kaufgeschäfte abzuschließen (B2B, B2C). Verkäufer und Käufer regeln die Abwicklung der Kaufverträge - insbesondere Versendung des Kaufgegenstands und Wahl des Zahlungswegs – im direkten Kontakt und untereinander. 10.000 Händler aus 42 Ländern listen Ihre Bücher bei Abebooks.

Marktposition

Nach eigenen Aussagen des Unternehmens ist Abebooks unter den Buchplattformen weltweit Nummer 1 und in Deutschland der zweitgrößte Anbieter hinter dem Zentralen Verzeichnis Antiquarischer Bücher (ZVAB), das insgesamt 7,8 Millionen antiquarische Bücher auf Internet-Plattformen anbietet (www.zvab.com). Insgesamt werden täglich 10.000 bis 13.000 Bücher über Abebooks verkauft. Das Unternehmen Abebooks.de ist seit Oktober 2001 eine Tochter der kanadischen Plattform Abebooks.com (Advanced Book Exchange Inc.). Bereits jetzt kooperiert Abebooks.com mit Partnern in den USA (Barnes & Noble, yahoo, half.com), Australien (BibliOZ) und Japan (Akaikutsu). Abebooks Europe ist u.a. Partnerschaften mit Amazon, Buch.de, KNO/Buchkatalog.de, Booxtra, Gardners, WHSmith und Chapitre eingegangen. Auch in Zukunft strebt Abebooks einen weiteren Ausbau der Partnerschaften mit Online- wie stationären Neubuchhändlern an.

Handelsblatt (07.03.2003): „Längst haben sich Internet-Plattformen wie Abebooks, laut Eigenwerbung mit 40 Mill. Titeln und über 10 000 Händlern der weltgrößte Marktplatz für antiquarische Bücher, oder das Zentrale Verzeichnis Antiquarischer Bücher (ZVAB), dem mehr als 1300 Altbuch-Anbieter angehören, zu Drehscheiben eines rund 600 Mill. Euro schweren Marktes gemauert“.

Stiftung Warentest - TEST Ausgabe Nr. 02/2003 (27.01.2003): „Abebooks - Weltweit größter Marktplatz für gebrauchte Bücher. Auch für private Anbieter. Kostenlos gibt es hier eine Bucherfassungssoftware, auch für Nichtmitglieder.“

Geschäfts- und Handelsmodell

Abebooks bringt den Buchkäufer mit Buchanbietern auf der ganzen Welt zusammen. Verkäufer und Käufer regeln die Abwicklung der Kaufverträge - insbesondere Versendung des Kaufgegenstands und Wahl des Zahlungswegs – direkt zwischen einander. Abebooks Europe vermittelt diese Kaufgeschäfte, ohne diese selbst in eigenem Namen und auf eigene Rechnung abzuschließen.

Auktionen werden nicht angeboten. Auf Abebooks.de hat der Nutzer die Möglichkeit, bei Händlern auf der ganzen Welt gebrauchte Bücher online zu bestellen. Abebooks Europe übermittelt die Bestellung des Käufers an den Verkäufer mittels elektronischer Post (E-Mail). Dem Verkäufer werden bei Bestellung von Waren über die Websites der Abebooks Europe lediglich Postanschrift, E-Mail-Adresse und Zahlungsinformationen des Käufers übermittelt. Der Kunde findet sein Buch mit Mausklick mit Entscheidungswahl das Buch in der Ortsnähe zu kaufen. Die mehrsprachigen Abebooks-Plattformen und die Möglichkeit der Zahlung über Abebooks ermöglichen auch den Buchkauf über Kontinente und Ländergrenzen hinweg.

Eine Bewertung der Verkäufer durch die Käufer findet nicht statt. Es wird eine Möglichkeit des Newslettersabonnements mit aktuellen Lesetipps und Informationen über die neuesten Schnäppchen (erfolgt über Anmeldung mit persönlichen Einstellungen) angeboten.

Für das Partnerprogramm wird eine Suchmaske auf der eigenen Homepage auf das Angebot von Abebooks gestellt: Abebooks ist mit 5% an den über die Webseite generierten Umsätzen beteiligt. Zusätzlich erhält man 1 Euro pro Erstkäufer-Registrierung. Gern erstellt abebooks auch eine professionelle Suchmaske nur auf die Bücher des eigenen Bestandes vom Kunden.

Erlösmodell

Von den Buchanbietern erhält abebooks eine monatliche Einstellgebühr, die von der Anzahl der eingestellten Titel abhängig ist:

Anzahl der Bücher	Gebühr pro Monat
0-250	EUR 15,00
251-500	EUR 25,00
501-4.000	EUR 37,00
4001-10.000	EUR 42,00
10.001-20.000	EUR 53,00
20.001-30.000	EUR 80,00
30.001-50.000	EUR 125,00
50.001-100.000	EUR 175,00
100.001-150.000	EUR 225,00
150.001 und darüber	EUR 300,00

Zusätzlich erhält abebooks von den Buchanbietern eine verkaufsabhängige Provision von 5%: Bei einem erfolgreichen Verkauf über den Abebooks-Warenkorb fällt eine

Provision von 5% an. Die Provision beträgt maximal umgerechnet US\$ 25,00 pro Buch. [Sämtliche Preise verstehen sich als Netto-Preise.] Falls der Kunde bei Kreditkartenzahlungen die Möglichkeit einer Zahlungsabwicklung durch Abebooks in Anspruch nimmt, wird eine Abwicklungsgebühr von 5,5% des Gesamtwertes der jeweiligen Bestellung berechnet.

Sonstiges

Die wichtigsten internationalen Absatzmärkte für deutsche Händler sind dabei die USA, Japan sowie die europäischen Nachbarländer. Die Plattformen von Abebooks Europe GmbH sind über die URLs Abebooks.de, Abebooks.co.uk und Abebooks.fr zu erreichen.

Andere interessante Online-Marktplätze in dieser Produktkategorie

www.zvab.com, www.amazon.de, www.booklooker.de

8.2 Produktgruppe Bekleidung: www.ebay.de

Einleitung

eBay ist der weltweit größte Online-Marktplatz. Das umfangreiche, breit gefächerte Angebot zieht Käufer in großen Mengen an. Aber auch Verkäufer werden von eBay angesprochen, weil sie hier die meisten Käufer finden. Ständig finden sich bei eBay über 10 Millionen Artikel weltweit im Angebot. Allein eBay Deutschland bietet zu jedem Zeitpunkt Zugriff auf über 1 Million Artikel.

Betreiber-Eckdaten

Hauptsitz: 2005 Hamilton Avenue
Suite 350
San Jose CA 95125
Tel.: +1 - 408 - 558 - 7400
Fax : +1 - 408 - 558 - 7401

eBay International AG
Bubenbergplatz 5
CH-3011 Bern

Sitz Deutschland: eBay International AG
Zweigniederlassung Deutschland
Albert-Einstein-Ring 2-6
D-14532 Kleinmachnow

In Deutschland sind ca. 500 Mitarbeiter beschäftigt, davon 120 feste Mitarbeiter in der eBay AG mit Sitz in Kleinmachnow/Brandenburg. Mehr als 300 Mitarbeiter sind im Kundendienst tätig. Nach Aussage einer Mitarbeiterin des Unternehmens wird die Mitarbeiterzahl weiter steigen. Im Geschäftsjahr 2001 erzielte eBay einen Umsatz von 748,8 Millionen US-Dollar und damit ein Wachstum von 74 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Jahresnettogewinn lag bei 90,4 Millionen US-Dollar oder 32 US-Cent pro Aktie.

Die Idee, die der Gründung von eBay zu Grunde liegt, beruht auf einer Unterhaltung zwischen Pierre Omidyar und seiner Ehefrau, einer leidenschaftlichen PezTM Sammler-

rin. (im Moment umfasst ihre Sammlung über 400 PEZTM-Spender). Sie sprach mit Pierre darüber, wie toll es wäre, wenn sie ihre Sammlung über das Internet erweitern könnte und so die Möglichkeit hätte, mit anderen Sammlern in Kontakt zu kommen. Als Internet-Enthusiast der ersten Stunde erkannte Pierre bald, dass unter den Käufern und Verkäufern Bedarf für einen zentralen Treffpunkt und Handelsplatz bestand, ein Ort, an dem sie ihre Sammlerstücke untereinander austauschen können, und wo sie vor allem auch andere Sammler mit ähnlichen Interessen kennen lernen können. Um diesen Bedarf zu decken, gründete er eBay in den USA im September 1995. Pierre Omidyar entwickelte den ersten zentralen Handelsplatz und Treffpunkt im Internet in den USA, damals noch unter dem Namen "Auction Web". 1997 wurde dann das Unternehmen "eBay" gegründet, im Jahr 1998 erfolgte der Börsengang der Gesellschaft. Im Jahr 1999 verfünffachte sich die Zahl der registrierten Nutzer auf über zehn Millionen. 1999 wurde die eBay Deutschland GmbH gegründet.

Angebot

eBay bietet die Möglichkeit, Artikel in verschiedenen Kategorien zu kaufen und zu verkaufen. Dazu zählen: Sammlerobjekte, Antiquitäten, Sport-Memorabilien, Computer, Spielzeug, Puppen, Figuren, Münzen, Briefmarken, Bücher, Magazine, Musik, Handys, Photographie, Elektronik, Schmuck, Edelsteine und vieles andere mehr. Man findet bei eBay Einzigartiges und Interessantes - von chinesischem Chintz bis zum Chippendale-Stuhl, vom Teddybär bis zur Spielzeugeisenbahn, vom Fußball bis zum Porzellanfigürchen – „einfach alles“. Ständig finden sich bei eBay über 10 Millionen Artikel weltweit im Angebot. Allein eBay Deutschland bietet zu jedem Zeitpunkt Zugriff auf über 1 Million Artikel.

Kategorien der lieferbaren Produkte in Deutschland (Stand 18.04.03): Audio & Hi-Fi, Auto & Motorrad, Baby, Briefmarken, Bücher, Business & Industrie, Computer, Elektrogeräte, Feinschmecker & Beauty, Film & DVD, Foto & Optik, Handy, Festnetz & Organizer, Haus & Garten, Haus & Garten, Kleidung & Accessoires, Kunst & Antiquitäten, Modellbau, Münzen, Musik & Instrumente, PC- & Videospiele, Porzellan & Glas, Puppen & Teddys, Reise, Sammeln & Seltenes, Software, Spielzeug, Sport, Tickets, TV, Video & Elektronik, Uhren & Schmuck.

Im Produktsegment „Bekleidung“ werden 17 unterschiedliche Kategorien angeboten: Damenbekleidung, Damen-Accessoires, Damen-Designer-Accessoires, Herren-bekleidung, Herren-Accessoires, Herrenschuhe, Herren-Designerbekleidung, Herren-Designer-Accessoires, Mode nach Jahrzehnten, Kinderkleidung Jungen, Kinderkleidung Mädchen, Teenskleidung Jungen, Teenskleidung Mädchen, Hochzeit, Kleidung, sonstige (Stand: 15.04.03).

In der Produktkategorie „Bekleidung“ liegt der Schwerpunkt auf Damenbekleidung. Zu den Top-Kategorien von eBay zählen eBay Motors, Computers, Consumer Electronics, Book/Movies/Music, Collectibles, Sports, Toys, Clothing & Accessories, Jewelry & Gemstones sowie Antiques & Art. Es werden sowohl neue als auch gebrauchte Produkte angeboten.

Kunden

Die eBay-Website steht nur juristischen Personen und unbeschränkt geschäftsfähigen natürlichen Personen offen. Insbesondere Minderjährige dürfen die eBay-Website nicht nutzen. Insgesamt zählt der Online Auktionator eBay mehr als 46 Millionen registrierte Nutzer (Quelle: eBay Inc., Stand: 06/2002). Die Kundengruppe setzt sich aus „Sammellern, Hobby- oder Kleinhändlern, Schatzsuchern, Schnäppchenjägern und Gelegenheitskäufern“ zusammen. In speziellen, themenbezogenen Chat-Räumen kann der User mit anderen Nutzern Informationen austauschen.

Marktposition

eBay ist der größte Online-Handelsplatz der Welt. Das Unternehmen betreibt Internetseiten in den USA, Australien, Japan, Kanada, Deutschland und in Großbritannien. Pro Tag werden über eine Million Auktionen über die Plattform von eBay abgewickelt. Die größten Partnerfirmen wurden von eBay gekauft und sind nun mit eBay verschmolzen. Ein Beispiel hierfür ist Alando, ein Unternehmen, das vor 3 Jahren von eBay gekauft wurde.

Geschäfts- und Handelsmodell

Die eBay-Website ist ein Marktplatz, auf dem von den Nutzern Waren und Leistungen aller Art (nachfolgend "Artikel") angeboten, vertrieben und erworben werden können, sofern diese nicht gegen gesetzliche Vorschriften, die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die [eBay-Grundsätze](#) verstoßen. eBay bietet selbst keine Artikel an und wird selbst nicht Vertragspartner der ausschließlich zwischen den Nutzern dieses Marktplatzes geschlossenen Verträge. Auch die Erfüllung dieser Verträge erfolgt ausschließlich zwischen den Nutzern. Solange ein Artikel in einer Online-Auktion angeboten wird, darf ein Nutzer den Bietern, die auf diesen Artikel geboten haben, Artikel vergleichbarer Art und Güte nur in einer weiteren Online-Auktion, nicht aber auf anderem Wege (z.B. per E-Mail), anbieten ("Abziehen" von Bietern). Für Nutzer, die vergleichbare Artikel gewerblich anbieten, gilt dies auch über die Laufzeit der Online-Auktion hinaus. Der Anbieter hat die Möglichkeit, die Online-Auktion als "Powerauktion" zu veranstalten. In einer "Powerauktion" kann ein Artikel in beliebiger Menge angeboten werden. In diesem Falle müssen alle Artikel von gleicher Art und Güte sein (z.B. nach Größe, Farbe, Muster, Fabrikat etc.). Die Verträge erfolgen ausschließlich zwischen den Nutzern. Zu Handelsform gehört neben den Auktionen auch der Festpreiskauf. Die verbindliche Bestätigung des Auktionsgeschäftes erfolgt lediglich online. Kommt es auf der eBay Handelsplattform zu einem Vertragsschluß zwischen den Nutzern, teilt eBay den Nutzern die zur wechselseitigen Kontaktaufnahme erforderlichen Daten mit. eBay bietet die unbegrenzten geografischen Möglichkeiten der Verkaufsaktionen. Aber: die Abwicklung der Geschäfte erfolgt eher auf der nationalen Ebene, weswegen für jedes größere Land eine eigene Internetplattform existiert.

Um betrügerische Handlungen zu vermeiden, hat eBay ein öffentlich zugängliches Bewertungs-System eingerichtet, mittels dessen sich Nutzer nach der Durchführung eines Vertrages gegenseitig bewerten können. Das Bewertungs-System soll Nutzern dabei helfen, die Zuverlässigkeit anderer Nutzer einzuschätzen. Die Bewertungen

werden von eBay nicht überprüft und können ihrer Natur nach unzutreffend oder irreführend sein. Es wird die Individualisierungsmöglichkeit über Seiten Mein Ebay angeboten, wobei die Anmeldung erforderlich ist.

Es werden folgende Programme angeboten. Verkaufsagenten-Programm: Verkaufsagenten sind erfahrene eBay-Verkäufer, die Artikel für den Kunden (Verkäufer) verkaufen. PowerSeller-Programm: Für die vorbildlichen Verkäufer mit einem großen Handelsvolumen; eBay bietet Powersellern einen speziellen Service. eBay Versandservice: ist nur in Deutschland verfügbar. Meine Homepage: diese Seite lässt sich spielend einrichten und setzt keine technischen Kenntnisse voraus.

Erlösmodell

Für das Anbieten von Artikeln erhebt eBay von dem Anbieter eine Angebotsgebühr. Für zusätzliche Leistungen von eBay, insbesondere für die Hervorhebung einzelner Angebote, hat der Anbieter Zusatzgebühren zu bezahlen. Kommt es durch die Nutzung von eBay zum Abschluß eines Vertrages mit einem anderen Nutzer, fällt zugunsten von eBay eine Provision an, die von dem Anbieter zu begleichen ist.

Gebührenordnung für das Einstellen von Artikeln²¹

Startpreis	Angebotsgebühr
EUR 1,00 - EUR 1,00	EUR 0,25
EUR 1,01 - EUR 9,99	EUR 0,40
EUR 10,00 - EUR 24,99	EUR 0,60
EUR 25,00 - EUR 99,99	EUR 1,20
EUR 100,00 und höher	EUR 2,40
Verkaufspreis	Verkaufsprovision
EUR 0,00 - EUR 50,00	4% des Verkaufspreises
EUR 50,01 - EUR 500,00	2,00 EUR zzgl. 3 % des Preises über EUR 50,01
EUR 500,01 und mehr	15,50 EUR zzgl. 1,5 % des Preises über EUR 500,01

Indirekte (von Auftraggebern und kooperierenden Unternehmen) Erlösmodelle umfassen Werbebanner und Partnerlinks (Links zu werbenden Partnern).

Sonstiges

Andere interessante Online-Marktplätze in dieser Produktkategorie: www.ricardo.de

8.3 Produktgruppe Gebrauchte Handys: www.gebrauchthandy.de

Einleitung

T-Mobile stellt mit Gebrauchthandy.de lediglich eine kostenlose Plattform für einen Gebrauchthandy-Markt zur Verfügung. T-Mobile unternimmt dabei die größten Anstrengungen, um Kauf und Verkauf sicher zu gestalten.

²¹ Die weiteren Gebühren und Provisionen sind unter <http://pages.ebay.de/help/sellerguide/selling-fees.html> abrufbar

Betreiber-Eckdaten

Mobile Deutschland GmbH
Landgrabenweg 151, D - 53227 Bonn
Postfach 30 04 63, D - 53184 Bonn
Fon: +49 (0)228 / 936 - 17 17
Fax: +49 (0)228 / 936 - 17 19

Die Mitarbeiteranzahl variiert je nach Bedarf. Das Unternehmen ist ein Teil von T-Mobile und wird von T-Mobile betreut.

Angebot

Unter Gebrauchthandy.de dürfen ausschließlich private Kleinanzeigen zum An- und Verkauf von Endgeräten und Zubehör inseriert werden. Mobilfunkverträge und Prepaidkarten dürfen nicht angeboten werden. Der Schwerpunkt liegt auf dem An- und Verkauf von neuen und alten Endgeräten und von Zubehör.

Kunden

Die Internet-Plattform richtet sich nur an Endverbraucher. T-Mobile setzt nach eigenen Angaben auf die Ehrlichkeit der Nutzer. Vertragliche Beziehungen entstehen ausschließlich zwischen den Inserenten und Käufern bzw. Verkäufern.

Marktposition

Der Betreiber der Handelsplattform, T-Mobile, ist mit über 9.000 Mitarbeitern und mehr als 24 Millionen Kunden Marktführer im Mobilfunkmarkt. Auf der Handelsplattform gebrauchthandy.de werden rund 1200 Angebote in Kategorie Gebrauchthandy und ca. 88 Angebote in Kategorie Zubehör gezählt. Damit ist das Angebot deutlich beschränkter als www.ebay.de: Das dortige Angebot umfasst: Handys ohne Vertrag: 31395 Artikel bei eBay Deutschland; Smartphones: 364 Artikel bei eBay Deutschland; Handys mit Vertrag: 4769 Artikel bei eBay Deutschland; PrePaid-Karten & -Pakete: 1686 Artikel bei eBay Deutschland; Handy-Zubehör: 62431 Artikel bei eBay Deutschland.

Geschäfts- und Handelsmodell

Mobile bietet unter gebrauchthandy.de eine kostenlose Plattform zum Kaufen, Verkaufen und Tauschen von Handys und Zubehör. Kaufverträge werden ausschließlich zwischen den Inserenten und Käufern abgeschlossen. gebrauchthandy.de dient für T-Mobile dazu, potenzielle Kunden auf sich aufmerksam zu machen bzw. anzulocken“. Auktionen werden nicht angeboten.

Die Präsentation erfolgt nur online mit Angabe der Adresse des Anbieters. Die Anregungen von den Kunden erfolgen auf den Seiten unter www.t-dl.de. Man hat hier die Möglichkeit, nach PLZ des Anbieters sowie zwischen privaten Anbietern und T-Partnern zu wählen.

Wichtige Regeln in Kurzform: keine Anzeigen mit religiösem, politischem oder rassistischem Inhalt; keine nationalsozialistische Veröffentlichungen ; keine Pornographie; keine Raubkopien, Imitate, Blender u.ä.; keine Anzeigen mit gewerblichem Charakter,

z.B. Vermietung; keine Makler- u. Händlerangebote, Angebote von Dienstleistern (Ausnahme: Handyangebote ohne Vertrag sowie Zubehör-Angebote von T-Partnern); keine Partner- und Kontaktanzeigen.

Es gibt eine „Warnseite“ zu den Missbräuchen: Inserate mit Kontakt-Nummern z.B. mit der Vorwahl 0190 oder 0180; Waren- oder Dienstleistungs-Angebote anstelle von Handy-Angeboten; direkte oder indirekte Aufrufe zu Glücksspielen; unseriöse Angebote zu Dumping-Preisen.

Erlösmodell

Die Internet-Plattform wird durch T-mobile finanziert. Die Seiten von Gerauchthandy dienen z.T. als Werbemittel für das Mutterunternehmen (z.B. durch Werbebanner, Links). Es werden Keine Gebühren von Kunden/Nutzer verlangt.

Aussagen zum Thema Umweltschutz

Umweltschutzfragen werden nur auf den Seiten unter www.t-d1.de erwähnt.

Sonstiges

T-Mobile übernimmt keine Haftung für den Inhalt der Angebote oder Gewährleistung für Geräte, die hier gekauft oder verkauft werden. Ansprüche, insbesondere Schadensersatzansprüche jeglicher Art gegen T-Mobile sind ausgeschlossen.

Andere interessante Online-Marktplätze in dieser Produktkategorie

www.ebay.de

8.4 Produktgruppe Produktionsanlagen/Maschinen: www.goindustry.de

Einleitung

Das Unternehmen GoIndustry bietet eine internationale (mit mehreren Währungen), mehrsprachige Internet-Handelsplattform für gebrauchte und überschüssige Wirtschaftsgüter. Es deckt als Handelsplatz Europa, den Nahen Osten, Lateinamerika, Nordafrika und Asien ab. Die Dienstleistungspalette von GoIndustry umfasst Handel, Auktionen und industrielle Software sowie wertschöpfende Dienstleistungen wie z.B. Logistik, Finanzierung und Inspektionsdienste durch Servicepartner.

Betreiber-Eckdaten

GoIndustry AG

Landsyhuter Allee 38

80638 München (Hauptsitz)

Tel.: 089-12 55 58 0

Fax: 089-12 55 58 12

www.goindustry.com, contact.deu@goindustry.com

In Europa sind ca. 300 Mitarbeiter beschäftigt. Der Umsatz wird für das Jahr 2002 um 40 Mio. Euro geschätzt. Der ehemalige Berater bei der Boston Consulting Group, Andrew Heath, kam während seines Studiums im kalifornischen Stanford in Kontakt mit Dozenten wie Intel-Chef Andy Grove und Projekten für die Unternehmen Ebay und

Yahoo und entwickelte dort die ersten Ideen für diese Art von Internet-Handel. Gemeinsam mit dem ehemaligen McKinsey-Berater David Nahama und dem ehemaligen Manager von Morgan Stanley, Alex Hoye, gründete er das Unternehmen. Die Gründung des Unternehmens erfolgte im Jahr 1999. Start des Internet-Handels am 28.03.2000. Alle drei Initiatoren sind heute Mitglied des Vorstandes von GoIndustry.

Angebot

GoIndustry ist eine Internet-Handelsplattform für gebrauchte und überschüssige Wirtschaftsgüter. Die Dienstleistungspalette von GoIndustry umfasst Handel, Auktionen und industrielle Software, sowie wertschöpfende Dienstleistungen wie z.B. Logistik, Finanzierung und Inspektionsdienste durch Servicepartner. Der Kern des Projektes ist der Handel und die Auktion mit gebrauchten industriellen Nutzgütern. Die aktuellen Zahlen für das Sortiment sind nicht angegeben. Aber z.B. im Mai 2000 betrug das Sortiment 7000 Produkte im Warenwert von rund 60 Mio. Euro. Die Schwerpunkte sind abhängig von der Konjunkturlage. Aktuell liegt der Schwerpunkt auf den Werkzeugmaschinen. Das Angebot bezieht sich nur auf die gebrauchten Produkte.

Kunden

Bei GoIndustry beteiligen sich Geschäftskunden und handeln Investitionsgüter. Es werden Wirtschaftsgüter aus fünf Hauptquellen angeboten: Unternehmen, Händler gebrauchter Produkte, Hersteller, Leasing Gesellschaften und Konkursverwalter. GoIndustry bietet auf seiner Website eine Internetplattform für business-to-business online-Auktionen und -Verkäufe von gebrauchten Industriegütern und Überschußwaren aller Art an. GoIndustry ermöglicht den Teilnehmern den unmittelbaren Handel miteinander als Verkäufer und Käufer. GoIndustry ist lediglich Veranstalter dieses Marktforums und tritt selbst nicht als Verkäufer oder Käufer auf. Anzahl der Marktplatzteilnehmer online beträgt ca. 30.000. Die Kunden sind vorwiegend große Unternehmen. Die weiteren zwei großen Kundengruppen sind Insolvenzverwalter sowie Banken und Leasinggesellschaften.

Marktposition

Nach Angaben des Mitarbeiters ist Goindustry der Marktführer in Europa. Weltweit werden jährlich ca. 300 Auktionen durchgeführt. Der Maschinenwert beträgt 500 Mio. EUR (davon geht ein Teil zu Provisionen von Goindustry). Der vergleichbare Konkurrent ist (nur!) Dovebid mit Schwerpunkt in den USA.

GoIndustry arbeitet mit vielen renommierten Unternehmen zusammen, um eine komplette Dienstleistungspalette anbieten zu können: [Finanzierungsdienste](#) bei CreditReform und VR Leasing, [Inspektionen durch Dritte](#) bei SGS und Bureau Veritas, [Transport und Logistik](#) bei Kühne & Nagel/Schenker/Allied Pickfords, [Handelspartner](#) bei techpilot/Meisterportal, [Industrie-Ersatzteile](#) bei sparesFinder, [Fachdienstleistungen](#) bei Produktion, [Übersetzungsdienste](#) bei ATLAS und [EDV-Lösungen](#) bei Microsoft. Da das beschriebene Modell das Haupttätigkeitsfeld des Unternehmens bildet, ist es organisatorisch im Vorstand verankert.

Geschäfts- und Handelsmodell

Das Handelsmodell von Goindustry ist auf Internetverkäufen und Präsenzauktionen aufgebaut. Auf der Internetplattform stehen zwei verschiedene Verkaufsformate zur Verfügung: Auktionen und Festpreiskauf. Bei einer Auktion unterbreitet der Verkäufer ein verbindliches Verkaufsangebot zu einem bestimmten Kaufpreis und fordert interessierte potenzielle Käufer zur Abgabe von konkurrierenden Geboten auf. Bei einem Käufergebot bietet der Verkäufer sein Produkt lediglich mit einem bevorzugten (aber unverbindlichen) Preis an. Interessenten geben verbindliche Gebote ab und dem Verkäufer bleibt freigestellt, an wen er das Produkt letztendlich verkauft. Die Kommunikation der Kunden erfolgt i.d.R. über die für die jeweiligen Auktionen bestimmten Ansprechpartner von GoIndustry bzw. der Partnerunternehmen. Sie können den Handelspartnern Auskunft zu Details der Produkte geben und betreuen die Auktion bis zur Anbahnung des Kaufvertrages. Bei Bedarf erfolgt die Interaktion zwischen den registrierten Teilnehmern per E-Mail. GoIndustry gewährleistet allen Handelspartnern, dass diese Informationen nur dem Empfänger und GoIndustry zur Verfügung stehen.

Die Seite Feedback ist auf die Bewertung der Seiten von GoIndustry gerichtet. Die weiteren Bewertungsmöglichkeiten beziehen sich auf die Produktbegutachtung. Die Internetplattform ist international ausgerichtet und der Handel erfolgt über Ländergrenzen hinweg.

Der Service von GoIndustry erfolgt über die Servicepartner (Unternehmen, die sich auf Finanzierung, Kreditprüfung, Versand und Logistik, Inspektion und Verifizierung sowie auf Übersetzung spezialisiert haben).

Erlösmodell

Für den Fall, dass der Bieter/Käufer entsprechend der unter www.goindustry.com veröffentlichten Marktplatz-Regeln den Zuschlag erhält oder ein Kaufvertrag geschlossen wird, ist der Verkäufer verpflichtet, GoIndustry eine Serviceprovision in Höhe eines bestimmten Prozentsatzes des Kaufpreises zuzüglich etwaiger gesetzlich vorgeschriebener Steuern und Abgaben (insbesondere gesetzliche Mehrwertsteuer) zu zahlen. Die Serviceprovision ist bei Erhalt der entsprechenden Rechnung von GoIndustry unabhängig von der Zahlung des Kaufpreises oder dem rechtlichen Schicksal des Kaufpreisanspruchs zahlbar und fällig.

Verkauft oder übereignet in einem Käuferwettbewerb ein Verkäufer außerhalb des Käuferwettbewerbs Produkte, die in die Datenbank von GoIndustry eingestellt sind/waren, innerhalb eines Zeitraumes von 90 Werktagen nach Abgabe des Angebotes durch den Gewinner auf der Website von GoIndustry an einen Käufer, der über den Käuferwettbewerb interessiert worden ist, ist der Verkäufer verpflichtet, an GoIndustry eine Provision gemäß dieser Bestimmung zu zahlen. In einem solchen Falle wird die Provision auf Grundlage des Betrages des ursprünglichen, vom Käufer über GoIndustry abgegebenen gewinnbringenden Angebotes oder aufgrund des tatsächlich vereinbarten Kaufpreises berechnet, je nachdem welcher Betrag höher ist.

Andere interessante Online-Marktplätze in dieser Produktkategorie

www.dovebid.de, www.resale.de

8.5 Produktgruppe Gebrauchte Computer + Zubehör: www.omnico.de

Einleitung

Die Omnico - Gesellschaft für innovative EDV - Lösungen mbH ist seit 1992 Wiedervermarkter und Dienstleister rund um gebrauchte PC-Systeme, Monitore und Notebooks. Die OMNICO GmbH ist ein Joint Venture der AGR Unternehmensgruppe, Deutschland und der [Dataserv-ces Ltd.](#), England. Als Beteiligungsgesellschaft einer der größten deutschen Dienstleistungs-Unternehmensgruppen, der [Abfallentsorgungsgesellschaft Ruhrgebiet \(AGR\) mbH](#), Essen, erschließt die OMNICO ihren Kunden zusätzlich das Know-How und die Erfahrung von über 45 Beteiligungsgesellschaften, die nahezu die gesamte Dienstleistungspalette im Bereich Entsorgung und Recycling abdecken.

Die Leitidee der OMNICO, "Die Erhaltung der Wertschöpfung von Gebrauchtgeräten, um für unsere Kunden einen maximalen Kapitalrückfluss zu gewährleisten" ist auch Teil eines integrierten Umweltschutz-Konzeptes.

Betreiber-Eckdaten

Omnico GmbH
Hohewardstraße 329
D-45699 Herten
Tel: + 49 (0) 23 66 18 20-0
Fax: + 49 (0) 23 66 18 20-555

OMNICO GmbH
Nordendstr. 32b
D-64546 Mörfelden-Walldorf
Tel: + 49 (0) 6105 40 92-0
Fax: + 49 (0) 6105

Das Unternehmen beschäftigt rund 35 feste Mitarbeiter. Der Absatz beträgt ca. 70.000 bis 100.000 Geräte pro Jahr.

Die OMNICO - Gesellschaft für innovative EDV-Lösungen mbH ist seit 1992 als Wiedervermarkter und Partner vieler europäischer Groß-Unternehmen. Die OMNICO GmbH ist seit dem 25.09.2002 nach der DIN-ISO EN 9001:2000 zertifiziert. Zum 01.12.2002 hat sie mit der [BLANCCO Central Europe GmbH](#) einen Kooperationsvertrag im Bereich "DataCleaning" & "DataSecurity" geschlossen. Im März 2003 hat die OMNICO GmbH mit der DHL Solutions GmbH und BLANCCO eine Kooperation gestartet. Ziel ist es, Ihre alte Hardware mit besonderer Sicherheit zu vermarkten.

Angebot

Die OMNICO ist Wiedervermarkter von gebrauchten PC-Systemen, Monitoren und Notebooks. Als Dienstleistungen rund um den gebrauchten Personalcomputer bietet die OMNICO u.a. folgendes: Ankauf und Verkauf von gebrauchten PC-Systemen; Wiedervermarktung in Kommission ("Agentur-Modell"); Organisation der "Reverse Logistik" in europaweiten Projekten; Auf- und Umrüstung von gebrauchten PC-Systemen, Online-Vermarktung über Internet-Shops; Organisation und Durchführung von Verkäufen an Mitarbeiter und Spendenaktionen.

Schwerpunkte sind je nach Kundenkategorie feststellbar.

Privatkunden: Eine große Auswahl an Internet und Multimedia tauglichen Marken PCs von IBM, Compaq, HP u.a. aus Leasing-Verträgen. Jedes ausgelieferte Gerät hat eine Gewährleistung von mindestens 12 Monaten. Je nach dem wie der Rechner einge-

setzt wird, stellt Omnico ein individuelles Angebot zusammen. Gerne berät die Firma auch bei der Auswahl des richtigen PCs.

Firmenkunden: Das OMNICO Dienstleistungsangebot erstreckt sich über den gesamten Produktlebenszyklus. EDV-Equipment wird registriert und getestet. Die unwiderrufliche Entfernung der betriebseigenen Software und schützenswerten Daten von den Geräten. Die Ausstattung der PC Arbeitsplätze im Unternehmen mit der benötigten Rechnerkapazität. Abwicklung der hohen Bestellvolumen. Fristgerechte Lieferung von mehreren hundert baugleichen Rechnern. Standardmäßig bietet Omnico eine 14-tägige Gewährleistung auf die Funktion, gegen Aufpreis wird eine 12-monatige-Gewährleistung auf jedes ausgelieferte Gerät offeriert. Erstellung eines individuellen Dienstleistungspaketes.

Händler: Hochwertige Marken-PCs (Compaq, IBM, Siemens, DELL, HP etc.); Komplette Hardware-Palette vom 486er bis Pentium III; große Stückzahlen baugleicher Monitore, PC's und Notebooks lieferbar; keine lange Lieferzeiten durch hohe Verfügbarkeit; garantierte Qualität mit 14-tägiger Gewährleistung für Händler. Optional: Gewährleistungsverlängerung auf 12 Monate gegen Aufpreis zur Weitergabe an Ihren Endkunden.

Schulen: Gebrauchte Marken-PCs. Die Omnico GmbH beliefert die Schulen deutschlandweit (als Kunden werden ca. 8.000 Schulen gezählt).

Im Angebot stehen nur gebrauchte Computer sowie gebrauchtes Computerzubehör

Kunden

Für jede Kundenkategorie wird eine entsprechende „Shop“-Art angeboten.

Privatkunden („Endkundenshop“): Hier wird die Speicherung der persönlichen Daten in einem passwortgeschützten Kundenkonto angeboten.

Schulen („Schulshop“): Wird die Speicherung der persönlichen Daten in einem passwortgeschützten Kundenkonto angeboten.

Händler („Händlershop): Mit Anmeldung; es wird umgehend das Händlerpaket zugesandt, bestehend aus einer Händlerpreislite, inklusive der Zugangsinformationen für das Internet, Garantieinformationen und AGBs.

Mitarbeiter: Premiumshop mit Anmeldung; es wurde für Mitarbeiter der AGR-Unternehmensgruppe sowie für Mitarbeiter von ausgewählten Kunden und Lieferanten der OMNICO GmbH eingerichtet.

Unternehmen: Dienstleistungen. Das OMNICO Dienstleistungsangebot erstreckt sich über den gesamten Produktlebenszyklus. Auch Firmenkunden können jetzt die Vorzugskonditionen des Premiumshops nutzen.

Die Privatkunden vermarkten beim Ankauf Ihre Alt-Computer unter www.Computerflohmarkt.de direkt an Privat (C2C). Firmenkunden sollten sich weiterhin auf die OMNICO verlassen (B2B). Beim Verkauf wird Online-Shopping über Omnico (B2C; B2B) angeboten. Die gesamte Anzahl der Kunden beträgt über 30.000. In Europa werden ca. 400 bis 500 Stammkunden gezählt. Die Firmenkunden und

Händler sind vorwiegend von mittlerer oder kleiner Größe; die Händler handeln sowohl mit neuen als auch mit alten Geräten.

Marktposition

Nach Aussagen der Firma ist Omnico Partner vieler europäischer Groß-Unternehmen; Europas größter Händler und Dienstleister rund um gebrauchte PC-Systeme, Monitore und Notebooks. Pro Jahr werden ca. 70.000 bis 100.000 Computer und Computerteile abgesetzt. Im ca. 2.000 Quadratmeter großen Warenlager befinden sich im Schnitt täglich bis zu 10.000 Geräte. Mehr als hunderttausend Geräte werden jährlich durch die OMNICO als Dienstleister auf Funktionalität und Wiedervermarktbarkeit hin überprüft.

Die OMNICO GmbH ist eine Joint Venture der AGR Unternehmensgruppe, Deutschland und der Dataserv-ces Ltd., England. Als Beteiligungsgesellschaft einer der größten deutschen Dienstleistungs-Unternehmensgruppen, der Abfallentsorgungsgesellschaft Ruhrgebiet (AGR) mbH, Essen, erschließt die OMNICO ihren Kunden zusätzlich das Know-How und die Erfahrung von über 45 Beteiligungsgesellschaften, die nahezu die gesamte Dienstleistungspalette im Bereich Entsorgung und Recycling abdecken. Im März 2003 hat die OMNICO GmbH mit der DHL Solutions GmbH und BLANCCO eine Kooperation gestartet.

Geschäfts- und Handelsmodell

Die Bestellung (Vertragsangebot) zu einem festen Preis erfolgt durch den Kunden online, fernmündlich, per Telefax oder per Brief. Sie wird von Omnico entweder ausdrücklich durch eine online, fernmündlich, per Telefax oder per Brief übersandte Auftragsbestätigung oder konkludent durch Lieferung der bestellten Ware bestätigt (Vertragsannahme). Bei den Zusatzdienstleistungen wird Transport- und Logistik von Omnico angeboten. Auktionen finden nicht statt.

Erlösmodell

Das Erlösmodell beinhaltet Ankauf und Verkauf von gebrauchten PC-Systemen; Verkauf von auf- und umgerüsteten gebrauchten PC-Systemen; Dienstleistungsangebot: Erstellung der Dienstleistungspakete. Als indirektes Erlösmodell wird die Organisation der "Reverse Logistik" in europaweiten Projekten über Logistik-Partner dargestellt, sowie Wiedervermarktung in Kommission ("Agentur-Modell").

Aussagen zum Thema Umweltschutz

Als Beteiligungsgesellschaft einer der größten deutschen Dienstleistungs-Unternehmensgruppen, der [Abfallentsorgungsgesellschaft Ruhrgebiet \(AGR\) mbH](#), Essen, erschließt die OMNICO ihren Kunden zusätzlich das Know-How und die Erfahrung von über 45 Beteiligungsgesellschaften, die nahezu die gesamte Dienstleistungspalette im Bereich Entsorgung und Recycling abdecken.

Wiederverwendung vor Verwertung regelt schon das Kreislaufwirtschaftsgesetz. So ist die Leitidee der OMNICO, "Die Erhaltung der Wertschöpfung von Gebrauchtgeräten, um für unsere Kunden einen maximalen Kapitalrückfluß zu gewährleisten !" auch Teil eines integrierten Umweltschutz-Konzeptes.

Sonstiges

OMNICO ist Fördermitglied der Initiative D21, eine Initiative namhafter Unternehmerpersönlichkeiten und Unternehmen mit der Zielsetzung, den Wandel von der Industrie zur Informationsgesellschaft in Deutschland zu beschleunigen.

OMNICO ist Partner des HOPS Club (Hessen-Online-Partner-Schul-Clubs). HOPS vernetzt hessische Schulen. Grundidee ist die Partnerschaft zwischen Schulen und Unternehmen: Hessische Betriebe sponsern Computer, Software, Geldmittel und Know-how. HOPS hilft beim Aufbau von Unternehmenskontakten und fördert den Erfahrungsaustausch zwischen den Schulen.

Omnico ist mit dem Euro-Label für sicheren und vertrauenswürdigen Einkauf ausgezeichnet. Das **Euro-Label** ist ein Gütezeichen, das kommerziellen Webseiten verliehen wird, die den Europäischen Verhaltenskodex erfüllen. Es garantiert die Sicherheit und Vertrauenswürdigkeit beim nationalen und internationalen Online-Einkauf (<http://www.euro-label.com>).

Andere interessante Online-Marktplätze in dieser Produktkategorie

www.ebay.de

8.6 Produktgruppe Informationstechnologien: www.recycle-it.de

Einleitung

Die recycle it - Recycling von Informationstechnologien GmbH wurde im Jahr 1992 mit der Zielsetzung gegründet, eine umweltverträgliche Kreislaufwirtschaft bei Elektronik- und Elektrogeräten zu forcieren und in diesem Prozeß wesentliche Aufgaben wahrzunehmen. Die recycle it GmbH entwickelt im Sinne des vorsorgenden Umweltschutzes Dienstleistungskonzepte zur umweltverträglichen Gestaltung, Wiederverwendung und Verwertung von Elektro- und Elektronikgeräten. Ziel ist die Generierung weitgehend geschlossener Materialkreisläufe. Dies schließt die Mitarbeit bei der Entwicklung nationaler und internationaler Standards ein.

Betreiber-Eckdaten

recycle it Recycling von Informationstechnologien

Steinrinnenweg 1 + 6

D-87745 Eppishausen

Telefon 0049 (0) 82 66 / 10 46

Telefax 0049 (0) 82 66 / 10 49

Im Unternehmen sind nach Angaben eines Mitarbeiters ca. 12 Personen beschäftigt.

Die *recycle it* GmbH entstand aus dem Elektronik -Recycling- Konzept eines weltweit tätigen EDV-Konzernes. Bereits 1989 etablierte der heutige Geschäftsführer und Gründer der *recycle it* GmbH Maximilian Scheppach innerhalb dieses EDV-Konzerns die Dienstleistung "Umweltgerechtes Computer - Recycling als Service für die Kunden des EDV - Herstellers". Gleichzeitig als Umweltbeauftragter für Elektronik-Schrott verantwortlich,

vertrat Maximilian Scheppach den EDV - Konzern von 1992 - 1994 in den Arbeitsgruppen: "Umweltschutz" und "Elektronik-Schrott" innerhalb des ZVEI / VDMA (Zentralverband der Elektrotechnik - und Elektronikindustrie e.V. / Verband Deutscher Maschinen - und Anlagenbau e.V.).

September 1992: Gründung der recycle it GmbH. Auswahl hochwertiger nachgeschalteter Verwerter unter Einforderung der Genehmigungsunterlagen, Verfahrensbeschreibungen, sowie Durchführung von Vor-Ort-Audits. Juli 1993: Erste Zertifizierung durch den TÜV Rheinland, Umweltschutz und Energietechnik nach dem BEVU-Anforderungskatalog. März 1994: Aufbau Wiederverwendungs-Center; Wiederverwendung von Komplettgeräten, Baugruppen und Bauteilen. Februar 1998: recycle it GmbH im Internet. Informationen können über das elektronische Medium abgerufen werden. Mai 1998: Bundesweit größte IT-Börse; Durch die bundesweit größte IT-Börse für EDV-Second-Hand-Produkte mit Online Bestellmöglichkeit im Internet konnte die Wiederverwendungsquote rapide gesteigert werden. Februar 2000: Weltweiter TCO99 – Vertrag; Ordnungsgemäße Entsorgung durch TCO99-Norm für Monitorhersteller. April 2002: Erstmals über 911.000 Zugriffe auf die Online-Datenbank für Second-Hand-Computersysteme Abfallvermeidung durch verstärkte Wiederverwendung von gebrauchten EDV-Geräten verstärkte Umsatzverlagerung in den Bereich der Wiederverwendung, Erhöhung der Abfallvermeidungsquote des gesamten Dienstleistungsspektrums.

Angebot

Das Produktangebot umfasst Informationstechnologien, Kommunikationstechnologien, Unterhaltungselektronik, Entladungslampen, Haushaltsgeräte; Reparaturdienstleistungen und die Überprüfung der Geräte. Der Schwerpunkt liegt auf dem Recycling der Informationstechnologien. Die Gerätezerlegung zielt auf die Gewinnung folgender Fraktionen: Geräte und Bauteile zur Wiederverwendung; Stoffe, die in den Stoffkreislauf zurückgeführt werden; Stoffe, die in anderer Form wiederverwertet werden; Stoffe, die eine Gefährdung darstellen und deshalb ordnungsgemäß beseitigt werden müssen. Es werden nur die gebrauchten Produkte (Secondhandwaren) angeboten.

Unter Kunden unterscheidet man zwischen Verbraucher; Händler, Unternehmen, Mitarbeiter. Anzahl der externen Kunden beträgt ca. 10.000 Personen. Es wird über 1 Mio. Zugriffe pro Monat auf die IT-Börse im Internet (die anderen Angaben nicht vorhanden) registriert. Aber nach Angaben eines Mitarbeiters ist recycle it kein Marktführer.

Geschäfts- und Handelsmodell

Die Geräte werden zu Festpreisen angeboten. Sie unterliegen ständigen Marktveränderungen. Für die Kunden besteht die Möglichkeit über Internet zu bestellen sowie Brief- oder Faxbestellung.

Recycle it bietet die Abhollogistik mit kurzen Reaktionszeiten und einer breitgefächerten Dienstleistung. Funktionsfähige Waren zur Wiederverwendung werden von unterschiedlichen Standorten eingesammelt, die Waren in transportsicheren Behältern verpackt und zum Wiedervermarktungs-Center - ohne Aufwand für die Kunden - transportiert.

Die recycle it GmbH arbeitet nur mit Unterauftragnehmern, Verwertern und Entsorgern zusammen, die qualitativ hochwertig und umweltverträglich wirtschaften. Alle Auftragnehmer müssen nachweisen, dass sie die gesetzlichen Anforderungen erfüllen.

Erlösmodell

Die Firma erzielt ihre Erlöse in erster Linie durch den Verkauf der Geräte. Die Bestellungen werden über Postweg verschickt. Der Mindestbestellwarenwert beträgt pro Sendung 58,- €. Bei Aufträgen unterhalb des Mindestbestellwarenwertes wird eine Verwaltungspauschale von 18,56 € berechnet. Recycle it bietet auch folgenden Service an: Überprüfungspauschale außerhalb von Gewährleistungsansprüchen: 40 Euro; Techniker-Stundensatz für Reparaturdienstleistung: 45 Euro. Versandkosten ausserhalb des Full-Services: Rückhol-Pauschale (von Kunde zu recycle it): 7,50 Euro; Rücksende-Pauschale (von recycle it zu Kunde): 6 Euro.

Aussagen zum Thema Umweltschutz

„Die recycle it GmbH entwickelt im Sinne des vorsorgenden Umweltschutzes als Dienstleistung Konzepte zur umweltverträglichen Gestaltung, Wiederverwendung und Verwertung von Elektro- und Elektronikgeräten. Ziel ist die Generierung weitgehend geschlossener Materialkreisläufe. Dies schließt die Mitarbeit bei der Entwicklung nationaler und internationaler Standards sowie die Umsetzung des Wissens der recycle it GmbH in fachspezifische Fortbildungsmaßnahmen ein.“

8.7 Produktgruppe Kfz-Gebrauchteile: www.renet.de

Einleitung

Die renet Recycling Netzwerk GmbH wurde im August 1997 mit dem Ziel der Entwicklung eines Logistik- und Informationssystems zur Unterstützung und Administration eines strukturierten Gebrauchtteile-Vertriebes auf der Basis der Vermittlung von Nachfragen und Bestellungen gegründet. Renet arbeitet als marktneutrales Unternehmen, das eine Vernetzung von Autoverwertern und Kfz-Werkstätten auf nationaler und internationaler Ebene anstrebt. Das Unternehmen besitzt keine eigenen Lager und eigenen Kapazitäten in der Alt- und Unfallfahrzeugdemontage.

Betreiber-Eckdaten

renet Recycling Netzwerk GmbH

Am Bahnhof 2

55765 Birkenfeld

Fon 0 67 82 / 99 42 - 0

Fax 0 67 82 / 99 42 - 135

Email: info@renet.de

Es werden 21 feste Mitarbeiter beschäftigt. Der Umsatz im Jahr 2002 betrug 9,5 Mio Euro. Die renet Recycling Netzwerk GmbH wurde im August 1997 gegründet. 1998 hat renet den Sonderpreis für innovative Dienstleistungen im Innovationswettbewerb des

rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministeriums erhalten. Seit Einführung der Internetplattform in 1999 hat das Unternehmen 100% Wachstum pro Jahr.

Angebot

Renet bietet mit seinem Datenbank- und Kommunikationssystem den angeschlossenen Lieferanten und Verkäufern von Gebrauchtteilen die Möglichkeit, geprüfte Sekundärteile mit einer einjährigen Garantie und einem Verpackungs- und Lieferservice zu beziehen oder zu vermarkten.

Das Dienstleistungsangebot an die Anbieter von gebrauchten demontierten Kfz-Ersatzteilen besteht aus der Eröffnung eines Vertriebsweges in einem elektronischen Netz in Form einer Vermittlung von Kundenanfragen; Übernahme von Inkasso und Logistik nach Geschäftsabschluss, Bereitstellung einer geeigneten Transportverpackung und Gewährleistungsversicherung, Durchführung verkaufsfördernder Maßnahmen auf der Käuferseite.

Das Dienstleistungsangebot an die Nachfrageseite beinhaltet die Bereitstellung von Verfügbarkeits- und Produktinformationen in Bezug auf Gebrauchtteile bzw. aufbereitete Ersatzteile und damit Schaffung einer Marktübersicht.

Im renet-Premium-Bereich stammen alle Angebote von Lieferanten, die sich renet gegenüber zu sehr hohen Qualitätsstandards verpflichtet haben. Alle dort angebotenen Kfz-Gebrauchtteile haben neben der gesetzlichen Sachmangelhaftung 12 Monate Funktions-/Haltbarkeitsgarantie. Garantiegeber ist der Verkäufer. Die Garantiebearbeitung übernimmt die Real Garant Versicherung AG. Der Schwerpunkt liegt auf dem Absatz der geprüften gebrauchten und anderen günstigen Autoersatzteile (mit Lieferservice, Umtauschrecht und/oder Garantie). Im [renet Partnerverzeichnis](#) findet man außerdem Adressen von Kfz-Fachwerkstätten in der Nähe, die sich besonders um Gebrauchtteilreparaturen bemühen und auf den Wunsch einen fachgerechten Einbau durchführen. Es wird sowohl mit den gebrauchten Kfz-Teilen als auch mit den neuen gehandelt.

Kunden

Renet spricht mit seinem Angebot folgende Zielgruppen an: Kfz-Werkstätten u. Handel; Autoverwertungsbetriebe; Teilehandel (Werkstätten); Auto-interessierte Privatpersonen mit Onlinezugang.

Kaufverträge über Ersatzteile kommen ausschließlich zwischen Lieferanten und Kunden zustande. Renet ist nicht am Kaufvertrag beteiligt, sondern vermittelt die Vertragsanbahnung. Die Marktteilnehmer können sich direkt in Verbindung setzen: B2B, B2C. Auf der Internetseite des renet Recycling Netzwerkes findet man das Angebot von über 200 zertifizierten Autodemontage-Betrieben aus ganz Deutschland. Darüber hinaus hat renet über 250 europäische Lieferanten. Bei den angeschlossenen zertifizierten Autoverwertern und Teileaufbereitern beträgt die Zahl ca. 3000 Firmen. Renet arbeitet bundesweit mit über 6000 Werkstätten zusammen, in Nordrhein-Westfalen sind es bisher 300. Anfrageseite umfasst ca. 8000 Privatkunden und ca. 8000 Betriebe (gewerblich angemeldet). Nach Aussage von renet kann jeder renet-Kunde werden.

Auf der Anbieterseite ermöglicht renet zertifizierten Autoverwertern und Teileaufbereitern im Wirtschaftsraum der EU die Teilnahme an einem europaweiten Ersatzteilvertriebssystem. Jeder Autoverwertungsbetrieb, der die gesetzlichen Bestimmungen des jeweiligen Heimatlandes erfüllt und alle Teileaufbereiter, -instandsetzer, -hersteller oder -vertreiber von Identteilen können Lieferpartner werden. Für die Werkstatt reicht die einfache Registrierung. Zu den Nachfragern zählen sowohl gewerbliche Kunden als auch Privatpersonen.

Marktposition

Das aktuelle Angebot beträgt rund 1.150.000 Teile im Bestand. Die Kundenzahl beträgt ca. 8.000 Privatpersonen und mehr als 8000 Firmen. Bei renet sind: bundesweit über 6000 Werkstätten angemeldet, in NRW sind es bisher 300. Das Unternehmen kooperiert seit Februar 2002 mit dem ADAC. Renet hat Partnerschaften mit starken Vertriebsorganisationen wie z.B. Werkstattssystem [AutoCrew](#) aus Schweinfurt mit seinem Gebrauchtteile-Liefersystem "[NewLife](#)", "[AutoBild](#)", "[AvD](#)" und "[Faircar](#)".

Geschäfts- und Handelsmodell

Der Endkunde klickt auf "Ersatzteile suchen" und wählt die "Privatkundenseite". Das Suchsystem gibt präzise Typendefinitionen vor, so dass das korrekte Fahrzeug bestimmt wird. Im Teilemenü steht dann eine umfassende Auswahl an bestellbaren Ersatzteilen zur Verfügung. Jeder Kfz-Betrieb kann sich kostenlos bei renet registrieren lassen und im Netz seine Suche absetzen. Die gefundenen Teile kosten bis zu 50 Prozent weniger als im konventionellen Handel. Eine Qualitätsprüfung gibt dem Suchenden Auskunft über den Teilezustand. Als Werkstatt hat man die Wahl zwischen drei Arten der renet-Partnerschaft. Über den kostenlosen Zugang als renet-Werkstattspartner hinaus, erhält man zusätzliche Leistungen als [Premium- oder Vorteils-Partner](#) im renet. Die Kundenregistrierung und die Teileanfragen sind kostenlos und verpflichten nicht zum Kauf oder zu Mindestabnahmen.

Die Online-Anfrage der Suchenden wird an zahlreiche Autoverwerter und Teileaufbereiter in Deutschland und Europa weitergeleitet. Mit einer Anfrage bei renet hat man den Überblick, Wettbewerb und Preisvergleich inklusive. Man bekommt die Angebote per e-mail oder Fax und somit hat man die freie Wahl.

Man bestellt bequem per Mausklick. Sofort nach der Bestellung erhält man Name, Anschrift und Telefonnummer des Autoverwerter oder Teileaufbereiters auf die angegebene e-mail- oder Fax-Adresse. Man kann dann direkt mit dem Wunschlieferanten Kontakt aufnehmen und mit den Fachleuten vor Ort alle Fragen zum Ersatzteil abklären. Den Rest (Transport, Garantieversicherung usw.) erledigt renet in Zusammenarbeit mit dem Lieferanten. Die Lieferzeit beträgt in der Regel 48 Stunden.

Die Anregungen sind aus dem Diskussionsforum ersichtlich; die Fragen werden per Mails beantwortet. Im [renet Partnerverzeichnis](#) findet man Adressen von Kfz-Fachwerkstätten in der Nähe, die sich besonders um Gebrauchtteilereparaturen bemühen und auf den Wunsch einen fachgerechten Einbau für den Kunden durchführen.

Das preisgünstige Logistiksystem des Hauses offeriert solche Optionen wie Nachtlieferung oder 48-Stunden-Service. Eine 12-monatige Teilegarantie nach neuestem EU-Recht mit 20 Prozent Lohnkostenbeteiligung (bei Defekt) ist Ergebnis vieler qualitätssichernder Maßnahmen. Weiterer Baustein im Dienstleistungsspektrum von renet ist eine virtuelle Werkstattbörse. Dort kann jeder angeschlossene Partner gebrauchte Werkstattausrüstung sowie Werkzeuge anbieten oder suchen. Mitgliedern des Automobilclubs wird – neben allen anderen Dienstleistungen – ein Premiumpaket geboten: Unter www.renet.de erhalten sie einen Preisnachlass von jeweils fünf Prozent auf Ersatzteile und Reparaturen. Einzige Voraussetzung: Der Kunde trägt bei der Ersatzteilanfrage seine ADAC-Mitgliedsnummer ein.

Erlösmodell

Renet kostet nur dann etwas, wenn es für den Lieferanten erfolgreich war. Für jedes verkaufte Ersatzteil erhält renet eine Erfolgsprämie von 10% des reinen Teilewertes ohne Transportkosten vom Verkäufer.

Als renet-Premium-Partner erhält der Käufer für eine monatliche Nutzungsgebühr in Höhe von 8 EUR (zzgl. MWSt.) zusätzlich zu den kostenlosen Leistungen weitere Vorteile der Partnerschaft (regionale Werbung für den Werkstattbetrieb über die renet-Broschüre "günstiger Teileeinbau", Weitergabe der Adresse Ihres Werkstattbetriebes an interessierte Kunden über eine renet-Service-Hotline, Vermittlung von Reparatur-Angeboten an interessierte Kunden)

Als renet-Vorteils-Partner (nur möglich als ADAC-Partner) erhält man zusätzlich zu den Leistungen für renet-Premium-Partner für eine monatliche Grundgebühr in Höhe von 8 EUR (zzgl. MWSt.) die weiteren Leistungen von Renet (kostenlose Werbung für den Werkstattbetrieb über Print- und Onlinemedien des ADAC, 5% Rabatt beim Einkauf von Ersatzteilen über renet, wenn man für ADAC-Mitglieder bei Vorlage des ADAC-Mitgliedausweises ebenfalls 5% Rabatt auf Materialkosten und Arbeitslohn weitergibt).

Es wird die Möglichkeit angeboten, die Werbung themenspezifisch und zielgruppengerecht bei renet zu schalten: Im Privatkundenbereich oder bei den Profis. Für Werbebuchungen ist der Partner die Fa. HuCon Multimedia GmbH zuständig. Der Werbeanpreis beträgt ca. 50 Euro pro Monat.

Andere interessante Online-Marktplätze in dieser Produktkategorie

<http://www.autoteile-info.de>, <http://www.mobilparts.de/>, <http://www.carparts.de/>, <http://www.callparts.de/>, <http://www.netz-nrw.de/kooperation/secondhand/verband.htm>

8.8 Produktgruppe Gebrauchtmachines: www.resale.de

Einleitung

Die älteste Gebrauchtmachinesbörse im Internet heißt RESALE.DE. 1996 gründete Grün Internet Marketing die Börse. Auf ihren Seiten stehen rund 25.000 Inserate und über 100.000 Angebote (Stand 2002). Gegliedert sind die Machines nach den

verschiedenen Branchen. Die Liste beginnt mit Metallbearbeitungs- und Werkzeugmaschinen, geht über Baumaschinen, Gabelstapler und Fördertechnik bis zu Unternehmensverkäufen. Die wahlweise auf Deutsch oder Englisch erscheinende Startseite bietet in einer übersichtlichen Tabelle sechs Rubriken: Angebote, Gesuche, Spezielles, Händler, Einträge und Auktionen. RESALE.DE versteht sich nicht als Vermittler, sondern als Marktplatzbetreiber im eigentlichen Sinne, der den Marktplatz unabhängig betreibt und die Marktplatzteilnehmer zusammenführt.

Betreiber-Eckdaten

RESALE.DE

Dipl.-Ing. Thomas Grün

Postfach 2244

D-38012 Braunschweig

E-mail: info@resale.de

Fax +49-531-2702728

Tel. +49-531-2702727

1996 gründete Thomas Grün Internet Marketing die Börse. Das B2B-Portal zählt zu den Pionieren des neuen Mediums und war der erste Internetmarktplatz für Gebrauchtmaschinen auf der Welt. Inzwischen bieten dort viele Unternehmen laut RESALE.DE, Braunschweig, von der Fräsmaschine bis zum Öltanker alles an. Die aktuelle Kundenanzahl wird vom Unternehmen nicht genannt. Im Jahr 2000 registrierte die Börse rund 500 Käufer und Verkäufer. Nach Angaben ihres Braunschweiger Gründers Thomas Grün werden mittlerweile ca. 13 000 Zugriffe monatlich registriert. Aktuell stehen rund 25.000 Inserate und über 100.000 Angebote auf ihren Seiten. RESALE.DE zeichnet sich gegenüber anderen Möglichkeiten durch Kostenfreiheit ohne Provisionspflicht für Anbieter und einfache Bedienbarkeit aus.

Angebot

Die Maschinen sind nach den verschiedenen Branchen gegliedert. Die Liste beginnt mit Metallbearbeitungs- und Werkzeugmaschinen, geht über Baumaschinen, Gabelstapler und Fördertechnik bis zu Unternehmensverkäufen. Inzwischen bieten dort viele Unternehmen laut RESALE.DE von der Fräsmaschine bis zum Öltanker alles an (kein Schwerpunkt feststellbar!). Es werden nur die Gebrauchtmaschinen angeboten.

Kunden

Resale.de bietet einen Marktplatz, auf dem alle Marktteilnehmer virtuell zueinander finden können und führt sie zusammen: Privatkunden, Händler, anbietende oder suchende Unternehmen etc. Schwerpunkt sind Händler, die sich und ihren Lagerbestand dort präsentieren. Die Kontaktadressen von Gebrauchtmaschinen-Händlern sind unter der Rubrik Händler verfügbar. Die Marktteilnehmer können sich direkt in Verbindung setzen: B2B, B2C

Marktposition

Nach Aussagen des Betreibers gilt Resale heute als der bedeutendste Marktplatz für Gebrauchtmaschinen weltweit. Auf der Webplattform stehen rund 25.000 Inserate und

über 100.000 Angebote zur Verfügung (Stand 2002). Aktuell werden monatlich 100.000 Besucher registriert. Resale.de war die erste Internetbörse für Gebrauchtmotoren weltweit. Diese Idee gab es damals auch noch nicht in den USA. Somit ist Resale das Original auf diesem Gebiet.

Geschäfts- und Handelsmodell

Auf der Webplattform stehen sechs Rubriken zur Verfügung : Angebote, Gesuche, Spezielles, Händler, Einträge und Auktionen. Die ersten vier Bereiche sind für jeden zugänglich, während sich der Benutzer für Einträge und zur Beteiligung an Auktionen registrieren muss. Gebrauchtmotorenangebote oder -nachfragen können hier kostenfrei bekannt gemacht werden. Die Kostenfreiheit spielt dabei eine entscheidende Rolle, denn nur so wird auch kostensensiblen Marktteilnehmern aus weniger entwickelten Ländern die Teilnahme an diesem internationalen virtuellen Handelsplatz ermöglicht. Die Teilnahme an Auktionen erfolgt für die Bieter nach Anmeldung über das Formular "Anmeldung Bieter". Die Gebote werden per Fax oder Email entgegengenommen. Wenn man die Maschinen versteigern möchte, so kann man sich an Resale wenden. Über *Auktionskalender*, das demnächst angeboten wird, haben die Auktionatoren die Gelegenheit Ihre Versteigerungstermine nebst Versteigerungspositionen bekannt zu geben. Resale.de zeichnet sich gegenüber anderen Möglichkeiten durch Kostenfreiheit ohne Provisionspflicht aus.

Die Einträge von Angeboten oder Gesuchen erfolgen ausschließlich online. Die Einträge sind nur für konkrete Maschinenangebote und -gesuche vorgesehen. Für allgemeine Informationen und Verweise auf eigene Internetangebote bietet sich die Händlerliste an. Hier können auch Firmenprofile etc. veröffentlicht werden.

In den Gebrauchtmotorenangeboten- und -nachfragen sind jeweils Kontaktmöglichkeiten angegeben, so können sich die Marktteilnehmer direkt in Verbindung setzen. Die weitere Zusammenarbeit erfolgt dann konventionell. Die Bewertung der Angebote und Gesuche erfolgt über die Seite „Meinung der Resale Besucher“. Hier wird vor allem die Meinung über die Internet-Seiten der Resale angegeben.

Das Vertriebsforum von Resale.de lässt sich durch einen beliebig großen Marktteilnehmerkreis ohne jegliche geographische Begrenzung unbegrenzt erschließen. Für Resale ist nicht nur die geographische, auch die zeitliche Begrenzung des Käuferpotentials durch das Internet aufgehoben.

Über den Button "Insertion" auf der Homepage oder auf dem unteren Abschlussbalken jeder Seite gelangt man in den Bereich "Mein RESALE.DE". Dies ist ein passwortgeschützter Bereich, der eine vorherige Registrierung erfordert. Der Link zum Registrierungsformular wird nach Anklicken des Buttons "Insertion" sichtbar. In "Mein RESALE.DE" können Einträge vorgenommen werden und verwaltet werden, also auch gelöscht oder verändert werden. Im englischsprachigen Teil "My RESALE.DE" erfolgen die englischsprachigen Einträge.

Die Seiten werden in zwei Sprachen angeboten: Deutsch und Englisch. Auf der Seite HOME werden die Informationen über die Firma in weiteren Sprachen angeboten: Französisch, Italienisch, Spanisch, Polnisch.

Erlösmodell

Die Finanzierung erfolgt über die Einträge in die Händlerliste und über die Möglichkeit dem Angebot ein Bild hinzuzufügen. Das Einstellen kostet pro Bild 25 Euro (aus diesem Grunde existieren die Fotos zu den Maschinen selten). Weitere Erlöse werden durch die Nennung von Sponsoring-Partnern erzielt.

Andere interessante Online-Marktplätze in dieser Produktkategorie

www.goindustry.de, www.dovebid.com

8.9 Produktgruppe Musik-CDs, Tonträger: www.ricardo.de

Einleitung

Die ricardo.de AG ist ein Unternehmen der QXL ricardo plc Gruppe. Sie bietet in Deutschland die Handelsplattform ricardo.de an. Auf dieser Auktionsplattform treffen sich Privatpersonen und Händler, um Ihre Ware rund um die Uhr zu handeln. Mit dem bekannten und bewährten Auktionsmechanismus werden Handys oder Computer namhafter Hersteller, gebrauchte Unterhaltungselektronik oder die letzten Karten für ein ausverkauftes Konzert angeboten. Über zahlreiche Kooperationen, wie z.B. mit bild.t-online.de, kann man u.a. auch Devotionalien seines Lieblingsstars ersteigern. Einfaches und kostenloses Anmelden ermöglicht die schnelle Teilnahme.

Betreiber-Eckdaten

ricardo.de Aktiengesellschaft
Schaarsteinwegsbrücke 2
20459 Hamburg
Fax: +49 (0)40 - 306 35 250

Im Unternehmen sind deutschlandweit 10 Mitarbeiter und europaweit ca. 100 Mitarbeiter beschäftigt.

Ricardo.de AG wurde am 21. Juli 1998 gegründet. 1997 testeten Christoph Linkwitz, Stefan Glänzer und Stefan Wiskemann erste Auktionen im Internet. Im Herbst 1997 stand die Entscheidung fest, ricardo.de zu gründen. Das Risiko hat sich gelohnt: Das Internet-Auktionshaus wurde innerhalb kurzer Zeit zu einem „Shootingstar des deutschen E-Commerce“. Täglich melden sich neue Kunden bei ricardo.de an. Bald kamen zum Klassiker, der moderierten Live-Versteigerung, zwei weitere Formate dazu: Die ricardo-nonstop Auktionen, bei denen es Markenprodukte rund um die Uhr zu ersteigern gab, und ricardo-private, der virtuelle Marktplatz, auf dem die ricardo-Mitglieder ihre eigenen Auktionsgüter versteigern konnten. Ganze Inseln, Autos und Segeltörns wurden bei ricardo.de schon meistbietend zugeschlagen. Am 21. Juli 1999 ging die ricardo.de Aktiengesellschaft an die Börse. Mit dem Geld aus dem Börsengang wurde das Angebot für die ricardo-Kunden noch attraktiver gemacht und das Geschäft ausgeweitet. ricardo.de wurde zum europäischen Online-Auktionshaus mit Auktionsseiten in Deutschland, England, Holland und der Schweiz. Im Mai 2000 entschieden sich die Gründer von ricardo.de, sich mit dem britischen Online-Auktionshaus QXL

zusammenzuschließen. Am 28. November 2000 war es dann soweit. Das neue Unternehmen QXL ricardo hat nach eigenen Angaben 2,9 Millionen Mitglieder und sei das in Europa „am weitesten verbreitete Online-Auktionsnetzwerk“. Mit der Einführung eines neuen paneuropäischen Seiten-Konzeptes, das speziell für jedes einzelne der 13 Länder angepasst wurde und auf einer einzigen technischen Plattform basiert, startete QXL ricardo in den Frühling 2001.

Angebot

Ricardo.de – Marktplatz für Universalangebot. Zu den angebotenen Artikeln gehören Sammlerobjekte, Antiquitäten, Automobile, Sportartikel, Computer, Spielzeug, Puppen, Figuren, Münzen, Briefmarken, Bücher, Magazine, Musik, Handys, Photographie, Elektronik, Schmuck, Edelsteine und vieles andere mehr. In der Kategorie CD's werden lediglich 263 Artikel angeboten. In anderen Produktkategorien werden ebenfalls nur wenige Artikel angeboten: Fernseher (10), Foto & Optik (55), Video, DVD, Heimkino (40), Car-HiFi (16), Drucker (29), Domains & Bannerplätze (14), Grafik, Video & Webcams (14), Tinte, Toner & Patronen (40), PC - Systeme (59) etc.

Ricardo-Kunden interessieren sich nach Aussagen des Unternehmens vor allem für Musik, Elektroartikel (Computer, Foto, Hifi, Haushaltselektronik), Telekommunikation, Fashion und Lifestyle-Produkte. Es werden sowohl neue als auch gebrauchte Produkte angeboten.

Kunden

Die Dienste von ricardo.de können nur juristische Personen und unbeschränkt geschäftsfähige natürliche Personen, die das achtzehnte Lebensjahr vollendet haben, nutzen. Die Kunden sind die „intensiven“ Internet-Nutzer: Über 80 Prozent der ricardo-Nutzer haben bereits im Internet eingekauft. Die Nutzer bleiben im Schnitt 30,7 Minuten auf den ricardo-Seiten. Rund ein Drittel der Kunden nutzt das ricardo-Angebot sogar deutlich länger als eine halbe Stunde. Auf dem Handelsplatz ricardo.de treffen sich Privatpersonen, Händler und Hersteller, um rund um die Uhr Waren zu handeln. Registrierte Kunden 1 Million (Stand: März 2002). Durchschnittsalter: 30,8 Jahre (Quelle: Befragung im Mai 1999 unter 3.000 ricardo-Kunden in Deutschland) ricardo-Nutzer verfügen über einen überdurchschnittlich hohen Bildungsgrad und liegen in den höheren Einkommensklassen. (Vergleichsbasis: Typischer Internetnutzer laut W3B-Studie)

Marktposition

Die ricardo.de AG ist ein Unternehmen der QXL ricardo plc Gruppe, die mit über 3,1 Millionen Mitgliedern in 13 Ländern vertreten ist. Nach eigener Angabe liegt die Markenbekanntheit bei ricardo mit 79 Prozent der Online-Nutzer deutlich vor den Wettbewerbern (eigene Angaben). Auf dem Weg zur paneuropäischen Plattform hat sich die ricardo.de AG im November 2000 mit dem britischen Internet-Auktionshaus QXL.com plc zusammengeschlossen.

Geschäfts- und Handelsmodell

ricardo.de bietet selber keine Artikel an. Alle Artikel auf der Seite werden von Privatpersonen oder Kooperationspartnern angeboten. ricardo.de bietet zwei Auktionsformate

an: Normale Auktionen und Auktionen mit Mindestpreis. Bei Normalen Auktionen legt der Verkäufer den Startpreis fest. Gebote können nur über der Höhe des Startpreises abgegeben werden. Der Startpreis ist der Minimumpreis, zu dem der Artikel verkauft wird. Auktionen mit Mindestpreis sind Normale Auktionen, die zusätzlich zum Startpreis einen Mindestpreis enthalten.

Der Käufer kann ein Gebot unter dem Mindestpreis abgeben, allerdings ist der Verkäufer dann nicht verpflichtet, den Artikel zu verkaufen. Der Artikel wird erst dann verkauft, wenn der Mindestpreis erreicht wurde. Wenn der Mindestpreis bis zum Ende der Auktion nicht erreicht wurde, schließt die Auktion ohne Gewinner und es werden keine Daten an Käufer und Verkäufer verschickt. Verkäufer setzen häufig einen Mindestpreis ein, wenn Sie sich unsicher mit dem Startpreis sind. Sie bekommen damit ein Gefühl für den Preis eines Artikels. Der Mindestpreis kann jederzeit vor Ende einer Auktion reduziert werden (nicht erhöht!). Der Höchstbietende erhält automatisch eine E-Mail, dass der Mindestpreis reduziert wurde. Mit der Aktivierung des Gebotsroboters braucht man den Auktionsverlauf nicht mehr zu verfolgen. Man braucht nur Ihr Maximalgebot, den Preis, den man maximal für den Artikel bezahlen will, abzugeben. Man zieht somit immer automatisch gleich mit dem aktuellen Höchstgebot. ricardo.de wird niemals über das eigene Maximalgebot bieten. ricardo.de stellt seinen Nutzern eine Handelsplattform zur Verfügung, auf dem sie Waren und Dienstleistungen aller Art (nachfolgend "Gegenstände" genannt) gegen Höchstgebot anbieten, veräußern und erwerben können.

Bei Auktionen: wenn man den Artikel erfolgreich verkauft hat, erhält man alle Kontaktdaten des Käufers unter *Käufer kontaktieren* in [Meine Auktionen](#).

Wenn eine Transaktion komplett abgeschlossen wurde, wird geraten, sich gegenseitig unter Mein ricardo zu bewerten (mit Sternen). Dadurch werden die unehrlichen Kunden gesperrt.

Als Käufer kann man nach Artikeln suchen, die direkt in der Stadt oder Region angeboten sind. So kann man die Artikel vor dem Bieten ansehen oder nach dem Kauf selbst abholen. Als Verkäufer kann man die Produkte regional anbieten; das erspart unter Umständen den Versand und vereinfacht somit die Abwicklung.

In Mein ricardo werden alle Aktivitäten eines Mitgliedes, z.B. Verkäufe, Gebote auf Auktionen, persönliche Einstellungen etc. angezeigt. Nach Login hat jedes Mitglied Zugang zu seinem eigenen Konto.

Ricardo bietet folgenden Service an:

- Eigene Auktionsseite: Gestaltung der Auktionsseite auf der eigenen Webseite
- StarSeller: für Verkäufer der großen Artikelmenen
- Superlister: Erstellen der Auktionen auf eigenem PC erstellen und Hochladen auf ricardo.de
- Forum: Diskussionen zu allen Themen, Meinungsaustausch im *ricardo Cafe*
- Moneybookers: Geld transferieren – in Sekunden

- Freunde werben: Werben der Freunde und verdienen pro neuem Mitglied €1,50.

Erlösmodell

Folgende Gebühren können für das Einstellen von Auktionen und den erfolgreichen Verkauf entstehen:

Angebotsgebühren		Zusatzoptionen	
Startpreis bis 1,00 €	0,01 €	Fettdruck	0,50 €
Startpreis zwischen 1,01 und 9,99 €	0,15 €	Highlight	1,00 €
Startpreis zwischen 10,00 und 24,99 €	0,35 €	Topauktion	4,00 €
Startpreis zwischen 25,00 und 99,99 €	0,70 €	Kategorie Galerie	5,00 €
Startpreis ab 100,00 €	1,50 €	Topauktion "Kategorie"	6,00 €
		Topauktion "Homepage"	14,99 €
		Mindestpreis	2,95 €

Bei erfolgreichem Verkauf des Artikels wird die Gebühr für die Option Mindestpreis erstattet. Ist die Verkaufsprovision niedriger als die Gebühr für die Option Mindestpreis, wird anstatt der Verkaufsprovision die Gebühr für Mindestpreis in Höhe von 2,95 € berechnet.

Erfolgsprovision	
Verkaufspreis unter 50 €	4,0%
Verkaufspreis zwischen 50 € und unter 500 €	3,0%
Verkaufspreis ab 500 €	1,5%

Die Erfolgsprovision beträgt höchstens 45 € ohne Zusatzoptionen und Angebotsgebühr.

Sonstiges

ricardo ist in 13 Ländern vertreten: Belgien, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Spanien, Finnland, Italien, Holland, Norwegen, Polen, Schweden, Schweiz, Großbritannien.

Andere interessante Online-Marktplätze in dieser Produktkategorie

www.ebay.de, www.asearch.de

8.10 Produktgruppe Gebrauchtvideos, -DVD: www.videowelt-luebke.de

Einleitung

Videowelt Lübcke – Medienshop im Internet - das größte deutschsprachige Filmangebot in ganz Europa; man kann aus über 22.000 neu lieferbaren und 28.000 gebrauchten Filmtiteln den Wunschfilm wählen. Diese Fülle an gebrauchten Titeln ist „einzigartig“ (laut eigenen Angaben) und bietet sowohl aktuelle Filme zum halben Neupreis als auch Raritäten, die man neu nicht mehr bekommt. Darüber hinaus wird auch alles zum Thema Videospiele und PC-Software angeboten, egal ob PC, Sony PlayStation, Nintendo 64, Game Boy oder Super Nintendo - über 70.000 Artikel.

Betreiber-Eckdaten

VIDEOWELT LÜBKE

Am Sudheimer Weg 3

33034 Brakel

Telefon: 05272 / 3920-98 /-99, Fax: 05272 / 5773,

E-Mail: postmaster@video.de

Im Unternehmen sind 3 feste Mitarbeiter beschäftigt. Nach Angaben eines Mitarbeiters wurde das Unternehmen vor 11 Jahren gegründet; seit 1999 existiert die Internet-Plattform. Zur Zeit ist die größte Filmdatenbank in Europa.

Angebot

In Medienshop werden 5 Bereiche dargestellt.

- Videofilme (Filme): Hier werden über 42.000 Filmen angeboten. Gleichzeitig stehen Ihnen noch über 7.000 englisch- und französischsprachige Filme zur Auswahl.
- DVDs: Hier wird das komplette lieferbare Programm des digitalen Films mit vielen Zusatzinformationen in der Datenbank bereitgehalten.
- Konsolenspiele: Hier werden alle Games, die in Deutschland lieferbar sind (ob Sony PlayStation, Nintendo 64, Game Boy oder Super Nintendo), angeboten.
- [Computerspiele](#): Entertainment, Infotainment oder Edutainment - man wählt aus über 3.000 CD-ROMs die gewünschte Software aus.
- [Merchandisingartikel](#): Hier wird zum Film und Computerspiel präsentiert: Poster, Soundtrack, Filmbuch, Figuren, Tassen, T-Shirts etc.

Es wird auch individuellen Filmwünschen und Anfragen nachgegangen, um so den Lieblingsfilm oder den richtigen Film für Hobby oder Interessensgebiet ausfindig zu machen.

Schwerpunkt liegt auf dem Filmangebot: man kann aus über 22.000 neu lieferbaren und 28.000 gebrauchten Filmtiteln den Wunschfilm wählen. Hier werden sowohl aktuelle Filme zum halben Neupreis als auch Raritäten, die man neu nicht mehr bekommen kann, angeboten.

Die Produkte werden sowohl neu als auch gebraucht angeboten.

Kunden

Die Seiten richten sich an Endverbraucher, die direkt bei Videowelt-Lübcke (B2C) kaufen können. Bei bestimmten Videos ist FSK 18 Jahre. Die Anzahl der Kunden beträgt mehr als 5000 Kunden europaweit.

Marktposition

Videowelt Lübke ist nach eigener Angabe Shop mit dem größten deutschsprachigen Filmangebot Europas: in der Datenbank sind nach eigenen Angaben des Unternehmens über *70.000 Artikeln* und über *18.000 Bildern* zusammengestellt. Videowelt Lübke recherchiert täglich für die Kunden alle Neuheiten in Deutschland und im Ausland. So

kann man auch von den guten Kontakten profitieren, die die Firma zu den Spezialisten aus der Film- und Multimedia-Branche pflegt. Die Produkte werden sowohl im In- als auch im Ausland geliefert.

Geschäfts- und Handelsmodell

Auktionen werden nicht angeboten. Alle Artikel kann man bequem übers Internet bestellen und sich auf Wunsch zum Festpreiskauf zuschicken lassen. Mit FSK 18 J. sind Titel nur auf Anfrage und Abholung im Geschäft. Die Bewertung der Kunden ist auf der Seite „Gästebuch“ ersichtlich, wo jeder Einträge machen kann (Seite gültig ab Juli 2002).

Für die Kunden besteht keine geographische Wahlmöglichkeit. Auf alle gebrauchten Produkte wird eine Funktionsgarantie gegeben. Die Artikel sind mit "gebraucht" rot gekennzeichnet und werden, wenn der Film neu noch lieferbar ist, zum halben Neupreis angeboten, d.h. statt 19,95 € nur 9,90 € . In Programm *Verleihfilme* kann man keine Verleihtitel kaufen, weil diese meistens leicht 50,- € im Betrag überschreiten. Die Kaufkassette bekommt man in der Regel 6 Monate nach der Verleihkassette (außer Direktvermarktungstitel). Es kann vorkommen, dass einige Titel auf den ersten Blick doppelt enthalten sind. Diese Filme unterscheiden sich in aller Regel nur durch den Preis, die Covergestaltung und den Anbieter oder durch die Lieferbarkeit. Der Filminhalt ist in der Regel identisch. Die Abkürzungen hinter den Titeln enthalten Zusatzinformationen z.B. "engl"=Titel ist englischsprachig / "frz"=Titel ist französischsprachig usw.

Erlösmodell

Die Erlöse werden durch den Verkauf von Produkten erwirtschaftet. Beim Versand wird eine Versandpauschale von 6 € berechnet, im Europäischen Ausland werden Artikel gegen eine Versandpauschale von 12 € (bis zu fünf Filme) geschickt, aber: bei mehr Filmen berechnet man die üblichen Postgebühren.

Andere interessante Online-Marktplätze in dieser Produktkategorie

www.ebay.de