

Spieltrieb im Online-Shop: "Live-Shopping" immer erfolgreicher

✖ Seit einigen Monaten gibt es auch in Deutschland Shops, die nur ein Produkt pro Tag anbieten. Ein Konzept, das (wie so oft) in den USA zuvor erfunden und erfolgreich wurde. Der Shop Woot.com vermeldete letztlich mit diesem "Live-Shopping" genannten Ansatz einen Umsatz von 200.000 Dollar pro Tag.

Was macht den Reiz für die Käufer beim Live-Shopping aus?

Das begrenzte und günstige Angebot ist für viele Besucher scheinbar so reizvoll, dass sie leichter zugreifen, als in einem herkömmlichen Online-Shop. Die Konversionsrate kann dabei schon mal auf **bis zu 10 Prozent** ansteigen, berichtet einer der mittlerweile zahlreichen deutschen Live-Shops Guut.de. Laut Geschäftsführer Robert Stephan steigern sich die Besucher selbst in einen Kaufrausch hinein:

Guut.de hat manchmal innerhalb weniger Minuten bereits mehr Kommentare zu einem Produkt als ein herkömmlicher Webshop in einem ganzen Jahr: "Schon in der ersten halben Stunde kommen Kundenprognosen, zu welcher Uhrzeit das Produkt ausverkauft ist – oder auch Prognosen, dass wir das nie verkauft bekommen", berichtet Stephan.



Ebenso sind Konkurrenten wie Preisbock und das internationale iBOOD angetreten, den hiesigen Markt zu erschließen und den herkömmlichen Shops Kunden abzujagen. Andere Anbieter heißen schutzgeld.de, dealirio.de, dealbutler.de, yobri.de, sportlet.de oder makemydeal.de.

Live-Shops machen den herkömmlichen Internet-Läden Konkurrenz – obwohl sie meist nur einen Artikel pro Tag im Sortiment haben. Dafür locken die Schnellhändler mit Kampfpreisen und dem Spaß am Gruppenkonsum.

Die meisten Live-Shopper suchen vor allem Kampfpreise, "die die ohnehin niedrigen Angebote der herkömmlichen Webshops noch unterbieten – und das gelingt Guut.de und Co. immer wieder". (via Spiegel Online)

So reizvoll das woot-Konzept auch für Shopbetreiber als Ergänzung zum "traditionellen" Shop erscheinen mag, der Aufwand – der sich hinter dem Ansatz versteckt ist nicht zu unterschätzen. Der große Online-Shop cyberport.de hat seinen Live-Shopping-Ableger cyberport24.de vor einiger Zeit begraben müssen...

UPDATE: Lesen Sie auch unseren Beitrag Was Händler vom Live-Shopping Erfolg lernen können... zu den Erfolgsfaktoren der neuen Live-Shops.

Was meinen Sie dazu? Was lässt sich für Shopbetreiber vom Live-Shopping-Ansatz lernen? Gibt es Elemente, die man integrieren kann? Haben Sie vielleicht sogar schon Erfahrungen gesammelt? Schreiben Sie doch weiter unten einfach einen Kommentar!