

Live Shopping: Warum eigentlich nur ein Produkt pro Tag?

☒ Das Thema Live Shopping, also das Anbieten nur eines Produktes für einen Tag, ist in aller Munde. Fast täglich drängen neue Anbieter auf den Markt, die versuchen, eine Scheibe der Aufmerksamkeit abzubekommen. In der aktuellen Ausgabe der "direkt marketing" erscheint ein Interview zum Thema.

Hier die Fragen und Antworten für Sie im shopbetreiber-blog.de.

Der Artikel "Trend Live Shopping" erscheint in der Mai-Ausgabe der Zeitschrift DIREKT MARKETING, der nach eigener Aussage ältesten Fachzeitschrift für Direkt- und Dialogmarketing. Live Shopping ist also auch in der etablierten Welt des Direktmarketings angekommen.

Das Angebot des Tages

Von wegen breites Sortiment, Super-Service-Features und hoch seriöses Erscheinungsbild: Live Shopping Websites bieten genau ein Produkt pro Tag. Das Gros der Produktinformationen kommt von den Usern selbst. Auftritt und Umgangston erinnern mehr an Spaß-Sites denn an knallharten E-Commerce. Offensichtlich macht genau dies das Live-Shopping so erfolgreich!

Interview zum Thema Live Shopping

Das folgende Kurzinterview hat Vera Hermes mit mir geführt.

Vielfalt, Auswahl und Service waren bislang für E-Commerce-Nutzer oft geradezu Selbstverständlichkeiten. Jetzt plötzlich kaufen Menschen bei Live-Shopping-Anbietern, die meist nur ein Produkt und in der Regel überhaupt keinen Service bieten. Warum tun die das?

Weil manchmal ein Überangebot an Produkten und Anbietern eine Überforderung bewirken. Gerade für Impulskäufe ist es förderlich, wenn nur ein begrenztes Angebot für eine limitierte Zeit vorhanden ist. Man fühlt sich an die frühen Jahre von eBay erinnert, wo man echte Schnäppchen machen konnte und viele Leute daran Spass entwickelten. Dieses Gefühl ist aber durch die Überzahl der professionellen Anbieter etwas verloren gegangen und die Live-Shopping-Anbieter können davon profitieren.

Exciting Commerce prognostiziert ein Marktwachstum im Segment Live Shopping von derzeit 15 bis 20 Millionen auf 50 bis 100 Millionen Euro Umsatz in 2009. Neue Angebote schließen wie Pilze aus dem Boden, einige Anbieter haben allerdings ihre Web-Pforten auch schon wieder geschlossen. Wie viele Live-Shopping-Anbieter verträgt der deutsche Markt?

Das ist schwer zu sagen, schon jetzt gibt es weit über 20 Anbieter, allerdings mit teils recht unterschiedlichen Produktschwerpunkten. Solange ein neuer Anbieter eine noch nicht besetzte Nische angeht, kann es klappen. Aber für eine zweistellige Zahl richtig großer Anbieter ist der deutsche Markt zu klein.

Wird Live-Shopping Ihrer Einschätzung nach Otto, Amazon & Co. Umsatz abjagen?

Dafür sind die Anbieter zur Zeit noch zu klein. Ausschließen für die Zukunft kann man es aber nicht. Live Shopping scheint sich zu einem interessanten Zusatzkanal zu entwickeln und vielleicht springt der ein oder andere "Große" noch auf den Zug auf und versucht, mit einem Live Shopping Kanal sein Angebot abzurunden. Man darf zudem nicht vergessen, wie groß der Aufwand für ein professionelles Angebot ist: Täglich ein neues Angebot aushandeln und gestalten, Versand und Retouren managen, Vermarktung betreiben etc. Das ist Aufwand, der sich irgendwann rechnen muss und hierfür ist ein gewisser Umsatz notwendig. Unterm Strich kann man sagen: Gut, dass mit Live Shopping und den auch sehr interessanten Shopping-Clubs wieder einmal frischer Wind in das Thema e-Commerce kommt und auch die etablierten Anbieter antreiben wird.

Besonderheiten der Live Shopping Anbieter

✘ Klar begrenztes Angebot: Ein Produkt pro Tag
Transparenz durch Verfügbarkeitsanzeige
Günstige Preise zur Differenzierung von "normalen" Shops
Attraktive Produktdarstellung als Anregung zum Impulskauf
Kommentare und Besucher-Diskussionen zum Produkt
Im Detail sind die fünf Punkte in diesem Beitrag erklärt: **Was Händler vom Live-Shopping Erfolg lernen können**. Live-Shopping 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 ein Verantwortlicher des Live-Shops Guut.de.

20 Anbieter im Überblick

✘ Für einen besseren Überblick zum deutschen Live-Shopping Marktes haben wir haben wir in einem weiteren Beitrag **20 bekannte Angebote mit kurzer Beschreibung, Link und Screenshot** zusammengestellt. Interessant sind übrigens auch die Kommentare zum Beitrag: Man sieht, wieviel Dynamik zur Zeit in der Live Shopping Branche steckt...

Interessante Links zum Thema

Was Händler vom Live-Shopping Erfolg lernen können
Exciting Commerce: Deutschland im Live Shopping Fieber
Blog Kassenzone: Die Grenzen von Live Shopping
Tägliche Übersicht aller Live Shopping Angebote