# Preisparität und Versandkostenfreiheit: Die Marktplatzfalle für Shopbetreiber

Seit Amazon angekündigt hat, Einfluss auf die Preisgestaltung seiner Marketplace-Händler zu nehmen, kocht die Händler-Seele, wie eine AdHoc-Umfrage hier im Blog zeigt. Auch eBay hat versucht, seine gewerblichen Händler zu stark ans Gängelband zu legen und musste anschließend zurückrudern.

**Warum Marktplatzbetreiber immer wieder gegen ihre Händler handeln, lesen Sie hier.**

Eine Woche ist es her, da berichteten wir im shopbetreiber-blog von Amazons Preisparität. Der Artikelpreis und der Netto-Gesamtpreis für alle Artikel, die ein Verkäufer auf Amazon.de anbietet, muss im Vergleich zu anderen nicht ladengeschäftgebundenen Vertriebskanälen dieses Verkäufers grundsätzlich gleich günstig oder günstiger sein.

Daraufhin haben wir unsere Leser gefragt, ob sie den Eingriff in die freie Entscheidung der Preissetzung durch Amazon akzeptabel finden. Das Ergebnis ist eindeutig. Von den mehr als 450 Teilnehmern an der Online-Umfrage antworteten 94 Prozent mit einem klaren “Nein”.

## Im Dienste der Kundenfreundlichkeit

Amazon ist natürlich nicht das erste große Unternehmen, das versucht Einfluss auf die Geschäftsprozesse seiner Marktplatzteilnehmer zu nehmen. Auch eBay hat es versucht und tut es nach wie vor. So zwang der Marktplatzanbieter im letzten Jahr in bestimmten Sortimentskategorien seine Händler auf Versandkosten zu verzichten.

Durch diese Maßnahme sollte es Händlern unmöglich gemacht werden, überhöhte Versandkosten zu berechnen, um einen niedrigen Verkaufspreis wieder wett zu machen. Der Zwang führte jedoch nicht zum gewünschten Ergebnis. So mancher eBay-Händler entschloss sich in den entsprechenden Kategorien überhaupt nichts mehr anzubieten oder kehrte eBay sogar für immer den Rücken. Das Ende vom Lied war, dass eBay sich dem Druck seiner Händler beugen musste und im Februar 2010 seine Entscheidung zurück nahm und statt dessen eine Obergrenze für Versandkosten einführte:

> *Daher wird die Pflicht, kostenlosen Versand anzubieten, ab dem 8. Februar 2010 durch neue Obergrenzen für Versandkosten ersetzt.*

## Der Preis ist nicht alles

Bei all den Anstrengungen der Marktplatzbetreiber geht es darum, dem Kunden nach Möglichkeit immer den günstigsten Preis bieten zu können. Denn die “Geiz-ist-geil-Mentalität” ist bei vielen Internetnutzern nach wie vor eine Kernmotivation im Netz einzukaufen. Und da die Marktplatzbetreiber an den Umsätzen ihrer Händler verdienen, wird alles daran gesetzt, dass der Verbraucher auch auf dem Marktplatz kauft und nicht etwa in einem selbstständigen Online-Shop.

Auf der Strecke bleiben dabei oftmals die Händler. Beate Rank, Geschäftsführerin der Tradoria GmbH, erläutert in einem Interview, wie weit die Einflussnahme der Marktplatzbetreiber auf die Geschäftsentscheidungen der Händler gehen sollte:

> ***Wie bewertet Tradoria die Einflussnahme der großen Marktplätze auf die geschäftliche Freiheit der Händler?***

*Selbstverständlich haben Marktplätze auch den Verbrauchern gegenüber eine besondere Sorgfaltspflicht. So haben Marktplatzbetreiber unter anderem dafür zu sorgen, dass die rechtlichen Rahmenbedingungen seitens seiner angeschlossenen Händler eingehalten werden. Dies ist bei Tradoria zum Beispiel durch die Bereitstellung von rechtlich vorgeprüften standardisierten AGB gegeben. Außerdem, stellen wir durch ein Prüfverfahren sicher, dass der Händler alle notwendigen Angaben für das Impressum hinterlegt hat. Andernfalls kann der Onlineshop nicht aktiviert werden.*

*Darüber hinaus achten wir auch auf die Einhaltung weiterer Kriterien, wie beispielsweise der Einhaltung von angegebenen Lieferzeiten oder der korrekten Retouren-Abwicklung. Wir sind jedoch der Meinung, dass es jedem Händler selbst obliegen muss, wie er sein Produktsortiment darstellt oder seine Verkaufspreise kalkuliert. Unter diesen Aspekt können wir Amazons Verlangen nach Preisparität nicht nachvollziehen und ist für unseren Marktplatz auch unvorstellbar.*

*Wir sehen uns an dieser Stelle als Dienstleister der Händler und überlassen es seiner kaufmännischen Entscheidung welche Produkte er zu welchem Preis verkauft oder welche Versandkosten er verlangt.*

***Wo endet der Einfluss des Marktplatzbetreiber auf die Geschäftsabläufe von Händlern?***

*Der Einfluss der Marktplatzbetreiber sollte unserer Meinung erst da beginnen, wo rechtliche Notwendigkeiten nicht eingehalten und berechtigtes Verbraucherinteresse gefährdet wird.*

*Gleichzeitig sollte der Marktplatzbetreiber gewährleisten, dass der Händler seine Produkte auf seiner Plattform rechtssicher verkaufen kann. Leider ist dies nicht bei allen Marktplätzen der Fall.*

***Wie bewahrt Tradoria das Gleichgewicht zwischen Händlerinteresse und Verbraucherinteresse?***

*Wir sorgen seitens der Händler für die Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen. Darüber hinaus schützen wir Verbraucher dadurch, dass sowohl die Tradoria Shopping-Mall als auch alle einzelnen Tradoria Shops von Trusted Shops geprüft und zertifiziert sind. Der damit verbundene kostenlose Käuferschutz garantiert zusätzliche Sicherheit für den Online-Einkauf.*

*Wir sorgen im Interesse des Verbrauchers, aber auch im Interesse aller anderen Händler, auch für die Einhaltung der angegebenen Lieferzeiten sowie eine korrekte Bestell- und Retourenabwicklung. Dass wir für den Händler die gesamte Zahlungsabwicklung übernehmen, nützt im Fall von Retouren oder Widerrufen auch dem Verbraucher. Gleichzeitig sind wir bei Uneinigkeiten zwischen Händler und Käufer als Vermittler gefragt und können regulierend eingreifen.*

Wie ist Ihre Meinung zum Thema? Schreiben Sie doch weiter unten einen Kommatar.