

Amazon testet eigenen Couponingdienst

☒ Beeindruckt vom Erfolg des Gutscheinportals Groupon, versucht sich nun auch Amazon an einem eigenen Schnäppchendienst. Zuvor hatten Facebook und Google mit Groupon-Klonen auf das Geschäft mit den Gutscheinen gesetzt und eigene Dienste gestartet.

Mehr dazu lesen Sie hier.

Boise, Hauptstadt des US-Bundesstaats Idaho, ist zur Zeit das einzige Testgelände für Amazons Groupon-Klon "amazonlocal". Die Nutzer erhalten via e-Mail-Newsletter Einkaufsgutscheine für Waren und Dienstleistungen, die sie dann in der Stadt einlösen können.

Die Abwicklung hat Amazon dem Gutscheinportal livingsocial übertragen, bei dem der e-Commerce-Primus investiert ist. Ende 2010 kaufte sich Amazon für 175 Millionen US-Dollar beim größten Konkurrenten von Groupon ein. Durch die Einbindung von livingsocial kann Amazon auf eine bereits vorhandene Infrastruktur und große Erfahrungen mit diesem Geschäftsmodell zurückgreifen.

Auch Facebook und Google mischen bereits mit Schnäppchendiensten im Web mit. Unter der Rubrik "Angebote" können Facebook-Nutzer Gutscheine erstellen. Google hat sich Portland im Bundesstaat Oregon als Testgebiet für seine Google offers ausgesucht. In Kürze sollen New York, Oakland und San Francisco hinzukommen.

Groupon - Der Streit um die Nachhaltigkeit

Ob sich das Geschäft mit den regional und lokal angebotenen Einkaufsgutscheinen aber auch als betriebswirtschaftlich nachhaltig erweist, wird zur Zeit unter e-Commerce-Experten heiß diskutiert. Anlass ist der geplante Börsengang von Groupon. Denn trotz riesiger Investitionen sei bislang mit Groupon kein Geld zu verdienen gewesen, mahnen die Kritiker eines Börsengangs an.

Dass der Börsengang gelingen könne und Groupon durchaus ein solides Geschäftsmodell fahre, davon ist unter anderen Jochen Krisch von Exciting Commerce nach Analyse der Geschäftsdaten von Groupon überzeugt.

"Der Erfolg des Groupon-Modells wird sich im Wesentlichen in den kleinsten Einheiten, vor Ort, entscheiden, also in den lokalen Märkten von Chicago bis London, von Boston bis Berlin.

[...] Groupon trägt sich also operativ mehr als selbst. Alles, was Groupon zuletzt an VC-Geld aufgenommen hat, wurde in die Neukundengewinnung und in Übernahmen gesteckt.

[...] Wenn man vom extremen Wachstumskurs einmal absieht, dann erfüllt Groupon genau die Ansprüche eines soliden Geschäftsmodells. Groupon muss es schaffen, auf Dauer attraktive Deals zu sichern und Händler und Kunden damit dauerhaft an sich zu binden."