

Medienmitteilung

comparis.ch zum Live-Shopping – dem Trend im Schweizer Onlinehandel

Ein Tag, ein Produkt, ein Schnäppchenpreis

Der Onlinehandel wächst in der Schweiz im zweistelligen Prozentbereich. Und es setzen sich immer wieder neue Shopping-Trends durch. Neuster Farbtupfer im E-Commerce ist das so genannte Live-Shopping. Webhändler bieten ein Produkt in limitierter Stückzahl für eine beschränkte Zeitspanne auf ihrer Website an. Der Vorteil: Die Preise sind bis zu 70 Prozent tiefer als im herkömmlichen Handel. Der Trend breitet sich weiter aus und wird zu einem festen Bestandteil des Webhandels werden. Die besten Tages-Schnäppchen gibt es jetzt täglich auf Facebook und Twitter.

Zürich, 24. Februar 2010 – Vier von fünf Schweizer Internet-Nutzern kaufen online ein. Für die Einkäufe gaben sie im Jahr 2008 fast 6 Milliarden Franken aus. Tendenz stark steigend. Für das vergangene Jahr rechnen Experten mit einem Wachstum von rund 15 Prozent. Seinen Teil zum boomenden Webhandel beigetragen hat auch dessen neuste Erfindung, das Live-Shopping. Beim Live-Shopping wird eine begrenzte Menge eines Produkts während einer limitierten Zeitspanne angeboten. Der Vorteil für die Kunden: Die Preise sind günstig, so günstig wie sonst nirgends, weder on- noch offline. Preisnachlässe bis zu 70 Prozent sind möglich.

Durch die Verknappung von Menge und Zeit wird Live-Shopping interessant und spannend zugleich. Zum Schnäppchen kommt nur, wer sich schnell entscheidet. Die Kunden können sich auf der Website jederzeit orientieren, wie viele Produkte schon verkauft sind. Über diesen Verkaufskanal werden Elektronik- und Haushaltsgeräte ebenso angeboten wie Kleider und Schuhe, Spiele, etc. Und nicht selten schafft es auch Kurioses ins virtuelle Regal.

Die Entwicklung von Live-Shopping in der Schweiz lässt sich anhand einiger Zahlen dokumentieren. Innerhalb eines Jahres sind hierzulande rund ein Dutzend Live-Shopping-Anbieter entstanden. Und fast monatlich kommen neue hinzu. Am bekanntesten sind daydeal.ch, gudi.ch, qoqa.ch, eboutic.ch und fashionfriends.ch. Die zwei Letzteren vertreiben unter anderem Markenkleider zu stark reduzierten Preisen. Um die Angebote einsehen zu können, muss man sich einschreiben und dann bei jeder Nutzung erneut anmelden. Diese Art des Live-Shoppings wird auch Club-Shopping genannt.

Stellvertretend für das Wachstum der Branche sind die Zahlen von fashionfriends.ch. Erst seit 10 Monaten online zählt der Webhändler für Markenkleider und Accessoires rund 100'000 Mitglieder aus der Schweiz und dem angrenzenden Ausland. Die Plattform verzeichnet bis zu 400'000 Visits pro Monat. Bis in drei Jahren ist ein Umsatz von 60 Millionen Franken geplant. Die Mitarbeiterzahl soll sich bis dann von 50 auf 100 verdoppeln.

In Deutschland, wo es Live-Shopping schon länger gibt, sollen erfolgreiche Webhändler mit diesem Konzept an guten Tagen bis zu 100'000 Euro Umsatz generieren. Dort haben auch Grossfirmen wie Lidl.de, T-Online.de, Neckermann.de und Otto.de Live-Shopping in ihr E-Commerce-Portfolio aufgenommen. Und seit kurzem sind auch Weltbild.de und Weltbild.ch mit dem Angebot «7 Tage - 7 Schnäppchen» auf den Trend aufgesprungen.

Vor diesem Hintergrund ist klar, dass sich Live-Shopping auch in der Schweiz weiterentwickeln und als fester Bestandteil im Webhandel etablieren wird. «Die Zahl der neuen Anbieter wird weiter wachsen», sagt Peter Dügge, Experte für Unterhaltungselektronik bei comparis.ch. Die hohen Wachstumsraten im E-Commerce und das interessante Geschäftsmodell seien für Anbieter aus verschiedenen Branchen attraktiv. Durch die regelmässigen Angebote besuchen die User die Websites immer wieder aufs Neue. Der Grund für die tiefen Preise liegt darin, dass die Händler sehr grosse Mengen verkaufen oder über diesen Kanal Restposten verhökern. Nicht selten wird Live-Shopping auch gezielt für die Promotion neuer Produkte eingesetzt.

Beste Angebote auf Facebook und Twitter

Bei der stetig wachsenden Zahl von Live-Shopping-Angeboten wird es für die Konsumenten zunehmend schwierig, den Überblick zu behalten. Deshalb gibt es auf den Social-Media-Plattformen Facebook und Twitter jetzt neu ein Profil, auf dem die besten Live-Shopping-Angebote täglich aufgeschaltet werden. Zusätzlich dazu durchforstet der Internet-Vergleichsdienst comparis.ch täglich die Aktionsprospekte von über 30 Schweizer Fachhändlern, Detaillisten und Onlineshops im Bereich Elektronik und Unterhaltungselektronik. Auf der Suche nach den besten Angeboten werden so pro Woche mehrere hundert Seiten Aktionsprospekte durchgeblättert. Das Beste von Media-Markt, Fust und Co sowie aus der Welt des Live-Shoppings erscheint täglich im Facebook auf dem Profil «Preissturz» und auf dem Twitter-Profil «Preissturz1».

Weitere Informationen:

Peter Dügge

Fachredaktor Unterhaltungselektronik

Telefon: 044 360 34 00

E-Mail: media@comparis.ch

www.comparis.ch