

Power shopping ohne Kraft

Das Konzept des Powershoppings klingt mehr als überzeugend: Je mehr Interessenten sich für den Kauf eines Produktes finden, umso preiswerter kann es über den Tresen gehen. Bis zu 50 Prozent lassen sich nach Angaben einiger Online-Händler auf diese Weise sparen. Trotzdem ist der Zuspruch für den Gemeinschaftseinkauf seitens der Verbraucher mager. Die Preisvorteile scheinen nicht die entscheidende treibende Kraft des Powershoppings zu sein. Zum einen haben Vergleiche schon öfter gezeigt, dass Letsbuyit & Co

nicht unbedingt günstiger sind als andere Web-Shops, zum anderen sollte man bedenken, dass der Fall des Rabattgesetzes nicht nur für die Powershopping-Anbieter, sondern auch für die Konkurrenz viele Möglichkeiten bietet. Zwar kennen 80 Prozent aller deutschen Onliner Powershopping-Sites, aber nur zehn Prozent haben sie schon einmal genutzt. Aus Sicht der Powershopping-Firmen ist das sicher zu wenig. Die Händler der angebotenen Produkte dürfte das aber weniger schmerzen. Höhere Gewinnmargen sind ihnen eh lieber.



Carsten Theisen / Emnid
kommentiert exklusiv
für Business 2.0

Die Frage:

„KENNEN SIE POWERSHOPPING?“

Ja **80**

Nein **20** k. Angabe: **0**

Haben Sie es schon genutzt?*



Können Sie sich vorstellen, es künftig zu nutzen? **



Basis: 1.128 Online-Nutzer (repräsentativ); *Selektion: Powershopping bekannt; **Selektion Powershopping nicht bekannt; Quelle: Emnid