

Die Bilder gingen um die Welt: Von einer johlenden Menschenmenge frenetisch bejubelt, stürzten die amerikanischen Befreier Bagdads eine überlebensgroße Bronzestatue des Diktators vom Sockel. Das linke Bein der Statue erreichte später über Umwege Deutschland - und landete als Artikelnummer 370801 beim Online-Auktionshaus Azubo. „Das Verrückteste, was wir jemals versteigert haben“, erinnert sich Firmengründer Pierre Ludigkeit. Stolz schwingt mit, dass ein derart publicityträchtiges Objekt nicht beim großen Platzhirsch Ebay gelandet ist.

Denn wenn es um Internetauktionen geht, kommt erst Ebay und dann lange nichts. Zwölf Millionen Versteigerungswütige tummeln sich regelmäßig allein auf der deutschen Seite der Plattform. Die Zutaten des Ebay-Rezepts sind eigentlich recht überschaubar: Man nehme ein Netzwerk leistungsfähiger Computer und eine Hundertschaft gewissenhaftes Pflegepersonal, die den korrekten Ablauf des Tagesgeschäfts garantiert. Dazu die Gewissheit, für schiefe gelaufene Transaktionen zwischen Käufer und

bensunterhalt bestreiten - mit manchmal hunderten versteigerten Artikel täglich. Den so genannten Powerseilern macht die riesige Angebotsflut bei Ebay langsam, aber sicher das Geschäft kaputt. Wer vom Käufer auf dem Portal des größten Ebay-Auslandsmarktes überhaupt wahrgenommen werden will, muss zwangsläufig billiger sein als die zahlreich vertretene Konkurrenz.

Ein Dilemma, zumal das Auktionshaus im Sommer 2003 seine Gebühren mal eben um satte 25 Prozent erhöhte. Bei Einstell-

Mit alternativen Geschäftsmodellen greifen Herausforderer den weltweit führenden Biet-Boliden Ebay an.

Die Konkurrenz hofft daher auf rege Abwanderung vom Branchenkrösus, kennt dafür freilich noch kein Patentrezept. „Verärgerte Powerseiler sind die eine Seite der Medaille“, sagt Azubo-Gründer Ludigkeit. „Am Ende will dort aber doch keiner so richtig weg.“ Damit einigen der Abschied vom großen Bruder leichter fällt, hat sich der 21 Jahre junge Unternehmer aus Oberhausen mit Gregor Pohl, Michael Schuda und Marc Barr - drei frühere Azubi-Kollegen bei der Deutschen Telekom — vor an-

Saddams Bein



HOOD.DE-GRÜNDER HOOD Kunden ansprechen, die vom Marktführer bisher kaum beachtet wurden

Verkäufer nicht haften zu müssen - schließlich stellt man nur die Plattform bereit. Zudem ist über die Jahre ein einzigartiges Community-Feeling entstanden, das viele Nutzer hält und immer Neue anlockt. An Ebay, sagen selbst Skeptiker respektvoll, führt bei Web-Auktionen kein Weg vorbei.

Doch der virtuelle Monolith bekommt Risse. Zu groß, zu hohe Gebühren, zu schlechter Service lautet die häufigste Kritik derer, die mit der Lust der Ebay-Gemeinde am Bieten oder Sofort-Kaufen ihren Le-

kosten pro Artikel zwischen 25 Cent und 4,80 Euro bleiben hohe Gewinnspannen offenbar immer öfter aus. Kommt ein Geschäft zu Stande, fließen außerdem zwei bis fünf Prozent vom Umsatz in die Konzernkasse. Im Februar drehte das Auktionshaus einmal mehr an der Gebührenschaube für Deutschland, aber stärker müssen die professionellen Händler im Mutterland USA bluten: Für einen „Basic Ebay Store“ erhöhen sich die monatlichen Gebühren von 9,95 auf 15,95 US-Dollar.

derhalb Jahren mit einer neuen Auktionsidee selbstständig gemacht: Das niedrigste Gebot bekommt bei Azubo den Zuschlag, nicht das Höchste. Eine Auktion beginnt daher mit einem Maximalpreis, den der Verkäufer festlegt. Danach fällt der Preis minütlich, bis ein Minimum erreicht ist.

SPANNUNG ERZEUGEN HEISST DIE DEVISE:

Beim freien Fall des Auktionspreises schlägt manch nervöser Zeigefinger eben doch schneller als geplant auf die Maus - aus Angst, ein anderer könnte sich das vermeintliche Schnäppchen einverleiben. Um neben dem Dominator Ebay aufzufallen, müssen es schon mal ausgefallene Produkte sein: Vier Einfamilienhäuser im Wert von je 160 000 Euro standen bereits auf dem Auktionsplan, der Preis raste täglich um 23 000 Euro nach unten.

Bisher kommen die Verkäufer bei Azubo dennoch gut weg: Fünf Cent Pauschalgebühr kostet sie dort das Einstellen ihrer Artikel - Hervorhebungen etwa auf die Startseite lassen sich die Jung-Unternehmer mit maximal 9,99 Euro vergüten, 2,5 Prozent Provision vom Erlös der Versteigerung wandern ins Firmensäckel. Die moderate Preisschiene wird von den Nutzern honoriert. Knapp 250 000 Mitglieder sind schon registriert, das Angebot steht derzeit bei über 120 000 Artikeln. „Wir sind an der Schwelle zu den schwarzen Zahlen“, sagt der Azubo-Chef. „Es gibt eben Leute, denen das Ebay-Modell nicht zusagt.“

Dass der Riese Ebay immer weiter wächst, kann sich auch der Kölner Wirt- ▶

schaftsforscher Axel Ockenfels schwer vorstellen. Ob die Konkurrenz allerdings Boden gutmacht, hängt vom Abwanderungsanreiz ab: „Um eine andere Plattform aufzubauen, muss man eine kritische Masse vom Marktführer wegbekommen.“ Der 35-jährige Professor hat sich immer wieder mit dem Phänomen Web-Auktionen befasst und erhält dafür in diesem Jahr den Leibniz-Preis, die höchstdotierte wirtschaftswissenschaftliche Auszeichnung der Bundesrepublik.

Angesichts der überbordenden Masse von Ebayern stellt er dort mittlerweile den Verlust eines wichtigen Faktors fest: des so genannten „Shophunting“-Gefühls - der Glückszustand eines Käufers nach einem besonders billigen Kauf. Dass Ebays Ruf als Schnäppchenhochburg gelitten hat, untermauert die Marktforschung. In einer Umfrage der Unternehmensberatung Sta-Consult bei 612 Teilnehmern meinten 77 Prozent der Befragten, man könne dort nicht günstiger ein-

kaufen als anderswo. „Gerade Neuwaren per Sofortkauf sind auf Ebay meist ebenso teuer wie in günstigen Online-Shops“, sagt Sta-Consult-Chef Severin Tatarczyk. „Das haben die User inzwischen erkannt.“

Auch wenn das Ende der Ebay-Dominanz längst noch nicht in Sichtweite ist - das Selbstvertrauen der neuen Wettbewerber wächst. „Es gibt auf dem deutschen Markt Platz für einen weiteren starken Player“, glaubt Franz Karner, Geschäftsführer der österreichischen OneTwo. Gemeinsam mit der Stuttgarter Verlagsgruppe Holzbrinck, die 51 Prozent des Unternehmens hält, will er in den nächsten Jahren mit OneTwoSold.de „10 bis 15 Prozent Marktanteil“ in Deutschland erkämpfen. In Österreich brachte es die Auktionsplattform in vier Jahren auf rund 300 000 Nutzer und ist damit nach eigenen Angaben führender Online-Marktplatz der Alpenrepublik. Geboten und ersteigert wird bei OneTwoSold nach dem gleichen Modell wie beim Rivalen Ebay - allerdings bei 40 Prozent niedrigeren Einstellgebühren je Artikel.

„Ebays Größe bringt immer wieder Probleme mit sich



AZUBO.DE-GRÜNDER POHL, LUDIGKEIT, SCHUDA, BARR (v.l.), BEIN VON SADDAM-STATUE
Auktionsstart mit Maximalpreis, Zuschlag für das niedrigste Gebot




UNTER DEN HAMMER

Die wichtigsten Internetauktionshäuser in Deutschland

| Anbieter | Artikel | Mitglieder | Einstellgebühren* | Verkaufsprovision** | Besonderheiten |
|-----------------|---------|------------|-------------------|---------------------|---------------------------|
| Atrada.de | 90 000 | 300 000 | keine | 1,0-3,0 | viele technische Produkte |
| Azubo.de | 150 000 | 250 000 | 0,05 | 2,5 | Countdown-Auktionen |
| Besteauktion.de | 420 000 | 37 000 | keine | 1,5-3,0 | viele Sammlerobjekte |
| Ebay.de | 4 Mio. | 16,5 Mio. | 0,25-4,80 | 2,0-5,0 | weltgrößtes Auktionshaus |
| Echtwahr.de | 570 000 | 150 000 | keine | 1,5-3,0 | viele Sammlerobjekte |
| Hood.de | 900 000 | 500 000 | keine | keine | viele technische Produkte |
| OneTwoSold.de | k.A. | k.A. | 0-1,20 | 3,0 | Feilschen möglich |

* in Euro; ** in Prozent des Auktionsbetrags; Quelle: Anbieterangaben/eigene Recherchen



und immer mehr unzufriedene Käufer und Verkäufer", sagt auch Ryan Hood, Firmengründer des Internetauktionshauses Hood.de. Er hat sich das Kostenlosprinzip auf die Fahne geschrieben, nicht nur als kurzfristige Werbemaßnahme. Der Dürener reklamiert bereits 900 000 eingestellte Artikel und rund eine halbe Million Nutzer für sich. Seine gebührenfreie Plattform wird bisher ausschließlich durch die Vermarktung von Werbeflächen finanziert. Premiumdienste lässt sich der Newcomer aber künftig bezahlen - dann können die Verkäufer Sonderoptionen wie Galeriebilder oder Startseitenplatzierung schalten. „Wir möchten in Zukunft Kunden ansprechen, die vom Marktführer bisher kaum beachtet wurden", sagt Hood. Neue Produktnischen, die Marktführer Ebay bisher nicht anbietet, und spezielle Dienste für Powerseller stehen auf der Agenda. Über seine Tochterfirma Binaryminds ist Hood pikanterweise selbst Dienstleister für die Konkurrenz: Ebay und Azubo nutzen die Auktionssoftware der Dürener.

AGGRESSIVE PREISSTRUKTUREN und neue Auktionsvarianten - das könnte der Stoff sein, aus dem die Herausforderer ihre Existenzberechtigung ziehen. Und Ideen, wie sie Christiane Keppel vor einem Jahr hatte. „Es müsste einen Käufermarkt geben, keinen Verkäufermarkt", überlegte die Geschäftsführerin des Bonner IT-Systemhauses Abracon damals. Ende 2004 ging ihr Internetportal Sellerent.de ans Netz, eine Plattform „für Gesuche, die sonst keiner anbietet". Die Nutzer tragen Kauf- oder Mietgesuche ein und fügen hinzu, wie viel sie maximal ausgeben wollen. Händler und Anbieter können sich während der Auktionszeit unterbieten, um das Geschäft zu machen - der Kunde wartet entspannt ab, ob seine Vorstellungen machbar sind. Auch wenn bisher erst einige tausend Personen den Weg zur Web-Site gefunden haben - von kleinen Neuerungen erhofft sich Sellerent-Chefin Keppel größeren Zulauf: kostenlose Einstellgebühren und die Chance, auf dem Auktionsportal zu handeln wie auf einem Basar. „Wir werden überdies Ebay-Powersellern die Möglichkeit geben, ihre Bewertungen mitzunehmen."

Keppel will mit Sellerent auch den Einkaufsabteilungen von Unternehmen und Behörden eine echte Alternative bieten. Die müssten sich nicht mehr wie bisher durch unzählige Einkaufsführer kämpfen, um den günstigsten Anbieter herauszufinden. Dass gerade die Beschaffungsmärkte künftig ein interessantes Thema für Internetauktionplattformen sind, glaubt auch Wirtschaftsforscher Ockenfels: „Dort hat Ebay noch kein Bein auf dem Boden - aber da machen Auktionen sehr viel Sinn." ■

DETLEV BRECHTEL