

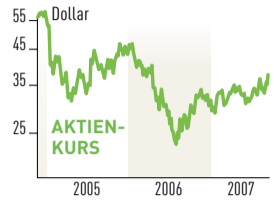
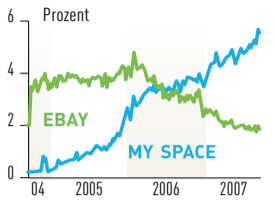


1995	1997	1998	1999	2002	2005	Ende 2005	2007
 <p>Der iranisch-amerikanische Doppelbürger Pierre Omidyar gründet AuctionWeb.</p>	 <p>Die Online-Auktion wird in Ebay umbenannt. Die Namens-erstwahl Echo Bay ist durch eine kanadische Goldgräberfirma besetzt.</p>	<p>Meg Whitman wird Ebay-Chefin. Im gleichen Jahr geht die Online-Auktion an die Börse. Omidyar ist auf einen Schlag Milliardär.</p>	<p>Kontroverser Verkauf einer menschlichen Niere. Ebay verschärft daraufhin die Bestimmungen für Warenangebote von Privatzutzern.</p>	<p>Ebay kauft Paypal für 1,5 Milliarden Dollar: Das erfolgreichste Mikro-Bezahlsystem im Netz.</p>	 <p>Ebay erhöht US-Einstellgebühren. Die Plattform verliert Kunden. Der Aktienkurs sinkt.</p>	<p>Ebay kauft die Internet-telefonie-Firma Skype für 2,6 Milliarden Dollar. Noch hat sich der Kauf als Kundenbindungsmittel an die Plattform nicht bewährt.</p>	 <p>In den ersten sechs Monaten sinkt der Umsatz um 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Ebay reagiert Anfang September mit einem massiven Website-Umbau, angelehnt an Community-Seiten wie Myspace oder Facebook. In Deutschland, dem zweitwichtigsten Markt- platz, werden die Einstellgebühren halbiert.</p>

Kein Zuschlag für Ebay

Das Online-Auktionshaus droht von seiner eigenen Grösse und von Betrügern erdrückt zu werden

VON BARNABY SKINNER

Der überarbeitete Marktspruch von Ebay erinnert an Schlachtrufe von römischen Feldherren. «Shop Victoriously!» verkündet der weltweit grösste Flohmarkt seit einigen Tagen in Spots im US-Fernsehen. «Kaufe siegreich ein!» Der globale Online-Marktplatz und Webdinosaurier kämpft um Anschluss an die neue Generation des Mitmachwebs, des Web 2.0. Mit markigen Slogans, einer Revision der Webseite und neuen Preisen will sie die zwölf Jahre alte Internetmarke neu lancieren.

Der Schuss ging zunächst nach hinten los. In Foren befürchteten Ebay-Nutzer, das Auktionshaus werde sich von seiner ursprünglich so erfolgreichen Idee verabschieden. «Bieten ist tot», kommentiert der Nutzer «oakrc» und stellt damit Ebays Zukunft grundsätzlich in Frage.

Bereits seit zwei Jahren harzt das Kerngeschäft: Auktionen von Privatzutzern. Die Site macht Geld, indem sie für jedes Produkt eine Einstellgebühr und Verkaufskommission verlangt. Das Angebot richtete sich lange nur an Private, die das Sofa oder die DVD-Sammlung loswerden wollten.

Heute sorgen professionelle Verkäufer für einen Grossteil des umgerechnet 7 Milliarden Franken weltweiten Umsatzes. Sie dominieren mit Produkten zu Festpreisen, wie zum Beispiel Dell oder IBM mit ihren Computern. Das Resultat: ein überbordendes Produktinventar, in dem Angebote von Privaten untergehen.

Die Geschäftsführerin von Ebay Schweiz, Elke Guhl, will nichts von Stagnation wissen. Schon gar nichts davon, dass das Kerngeschäft vernachlässigt wür-

de. Im Sitzungszimmer des europäischen Hauptquartiers in Bern sagt sie: «In der Schweiz machen private Nutzer zwei Drittel des Handels aus.» Das Wachstumspotenzial sei dabei gross. In den Schweizer Haushalten schlummert eine enorme Anzahl nicht genutzter Waren, glaubt die 38-Jährige. «Über Ebay finden sie einen Verwender und werden so wieder zum Leben erweckt.»

Tatsache ist aber: Nutzer strömen nicht mehr in Massen zu Ebay. In den USA, mit umgerechnet jährlich 3,7 Milliarden Franken Umsatz der weltweit grösste Markt, wird die Reichweite dieses Jahr nach Schätzungen von Marktforscher Nielsen/Netratings nur um wenige Tausend Nutzer zunehmen.

Erste Plagiatsklage von L'Oréal am Hals

Hier zu Lande geht die Zahl der Besucher von Auktionen gar zurück. Im März handelten 830 000 Schweizer bei Ebay. Im Juli waren es noch 680 000, im August 750 000. Noch nie war das Sommerloch so gross. Bei Konkurrent Ricardo sieht es nicht besser aus. Sie rutschte im August unter die 700 000er-Marke.

Ebay-Länderzahlen kommentiert die weltweit tätige Firma nur beschränkt. Geschäftsführerin Guhl behauptet aber: «Noch nie haben so viele Menschen so viele Waren bei Ebay.ch platziert wie diesen September.» Ob die Rekordverkäufe im Oktober andauern, ist fraglich. In einer Spezialaktion dürfen Privatkunden im laufenden Monat erstmals Produkte gratis im Netz platzieren.

Hinzu kommt, dass Ebay immer öfter wegen Sicherheitsmängeln und Betrügereien in den



ILLUSTRATION: BRUNO MUFF

Schlagzeilen steht. So hat die Online-Auktion seit kurzem die erste Plagiatsklage eines Grosskonzerns am Hals. Der Kosmetikerhersteller L'Oréal geht gerichtlich gegen die Auktion vor, weil sie ihrer Meinung nach zu wenig gegen gefälschte Markenartikel unternehme.

Myspace und Youtube haben Ebay überrundet

Dazu schaffen es Hacker immer wieder, Ebay-Kunden übers Ohr zu hauen. Rumänischen Schwindlern ist es kürzlich gelungen, automatisiert E-Mails an Nutzer zu schicken, die erfolglos um Produkte geboten hatten. Die Betrüger versprochen ihnen, die Produkte gegen Sofortzahlung zum Wunschpreis zu verkaufen. Sendungen blieben bei Bezahlung aus. Selbst mit 2000 Sicherheitsangestellten, allein 100 davon im deutschsprachigen Raum, lassen sich solche Betrügereien nicht verhindern. Ebay bleibt im Kampf gegen Schwindel oft nichts anderes übrig, als an den gesunden Menschenverstand ihrer Nutzer zu plädieren.

Für nicht weniger Unruhe sorgen die jungen Wilden des Mitmachinternets: Myspace oder Youtube. Sie haben die Online-Auktion in Sachen Nutzer überrundet. Videos will Ebay nicht anbieten. Das Terrain den Neuen ganz überlassen will man dennoch nicht. Deshalb stellen Nutzer nun neben Produkten auch sich selber vor und erweitern ihre Profile mit Bildern, Weblogs und Kauf Tipps bei anderen Händlern. Solche soziale Netzwerke, so glaubt Geschäftsführerin Guhl, würden auf dem Online-Marktplatz für unendlich mehr Vertrauen sorgen.

ANZEIGE



Bei Google finden Sie alles. Sogar neue Kunden.

Mit AdWords – den Textanzeigen neben den Google Suchergebnissen.

Jeden Monat nutzen mehr als 2,8 Mio. Menschen in der Schweiz Google, um online nach Produkten und Dienstleistungen zu suchen (Nielsen//NetRatings, Juli 2007).

Diese Kunden können Sie jetzt erreichen: mit AdWords, den Textanzeigen neben den Google Suchergebnissen.

Mit AdWords erscheint Ihre Werbung im richtigen Moment am richtigen Ort. Genau dann, wenn jemand aktiv nach dem sucht, was Sie bieten. Und das Beste: Mit AdWords können Sie schon ab 1 Rappen werben. Probieren Sie es aus!

Starten Sie mit 50 CHF Guthaben.*

Überzeugen Sie sich selbst, wie einfach erfolgreiche Werbung mit Google AdWords ist. 50 CHF Startguthaben warten auf Sie unter www.google.ch/sonntag2007

* Das Startguthaben gilt nur für AdWords-Neukunden. Es muss innerhalb von 14 Tagen nach der Anmeldung verwendet werden. Jeder Kunde darf das Startguthaben nur einmal in Anspruch nehmen. Bei der Kontoeröffnung fällt eine einmalige Aktivierungsgebühr von 7,50 CHF an, die nicht mit dem Startguthaben verrechnet wird. Weitere Nutzungsbedingungen finden Sie auf der Anmeldeseite.

