

Kapitel 10: Electronic Commerce

Video-Case 2: Etsy: Ein Marktplatz und eine Gemeinschaft

Zusammenfassung

Etsy ist ein Online-Marktplatz für handgemachte Produkte und Kunsthandwerkzubehör und versucht, ein Gemeinschaftsgefühl zwischen Käufer und Verkäufer aufzubauen.



<http://www.youtube.com/watch?v=0hCSdmpdJuE>; L=10:07

Video-Case

Etsy ist mehr als ein Marktplatz: Es ist eine Gemeinschaft von Künstlern, Schaffern, Sammlern, Denkern und Machern. Diese E-Commerce-Website bietet schwerpunktmäßig Selbstgemachtes oder Vintage sowie Kunsthandwerkzubehör, einschließlich Kunst, Fotografie, Kleidung, Schmuck, Esswaren, Bade- und Schönheitsmittel, Quilt-Decken, Nippes und Spielzeug. Ganz in der Tradition der für alle offenen Kunstgewerbemessen erhalten Verkäufer bei Etsy eine persönliche Angebotsfläche, wo sie ihre Waren gegen eine Gebühr von 0,20 US-Dollar plus einer Verkaufsprovision von 3,5 % für jeden Artikel anbieten können. Etsy wurde unter anderem als „clevere Mischung zwischen Amazon und eBay“, „Großmutter's Keller“ und „einer der größten, chaotischsten Flohmärkte der Welt“ beschrieben.

Etsy sieht seine Mission darin, den Menschen die Möglichkeit zu bieten, die Funktionsweise der globalen Wirtschaft zu ändern. „Wir haben es mit einer Welt zu tun, in der sehr, sehr kleine Unternehmen viel, viel dazu beitragen können, die Wirtschaft zu formen, lebendige regionale Wirtschaft gibt es überall und die Kunden wissen Urheberchaft und Provenienz genauso zu schätzen wie Preis und Bequemlichkeit. Wir sorgen für Handel mit Herz und machen die Welt zu einem faireren, nachhaltigeren und fröhlicheren Ort.“

Etsy hat seinen Hauptsitz in Dumbo, Brooklyn, mit Geschäftsstellen in Hudson, New York, San Francisco, CA und Berlin. Der Standort in Hudson, New York, ist eine alte Kanonenfabrik, in der Etsys Callcenter und Webdesignbüro für den CEO von Etsy untergebracht sind. Ziel ist es, die Etsy-Verkäufer mit dem gleichen Entgegenkommen zu behandeln, das Zappos seinen Schuhkäufern angedeihen lässt.

Der Hauptsitz von Etsy in Brooklyn beherbergt die Teams für Unternehmenstechnologie, Kundenservice, Public Relations, Geschäftsbeziehungen und Kommunikation sowie das „Etsy Labs“, wo Mitarbeiter selbst mit Handarbeitsprojekten experimentieren können. Außerdem gibt es eine „Monday Craft Night“, wo die Etsy Labs für alle offen stehen.

2014 hatte Etsy 580 Mitarbeiter und 44 Millionen Mitglieder. Ungefähr 1,2 Millionen aktive Shops bieten auf Etsy ihre Waren zum Verkauf an, und 2013 wurden Waren im Wert von 1,35 Millionen US-Dollar umgesetzt. Etsy bietet mehrere Möglichkeiten, die Waren zu bezahlen, u.a. Kreditkarte, Zahlungsanweisung und PayPal.

Nur wenige dieser Verkäufer leben ausschließlich von Etsy. Vielleicht 1.000 Verkäufer erwirtschaften im Jahr 30.000 US-Dollar oder mehr und nur eine Handvoll verdienen mehr als 100.000 US-Dollar jährlich. Die meisten nutzen Etsy als nebenberufliche Einnahmequelle.

Etsy fordert, dass alle neuen Produkte, die auf seiner Website angeboten werden, von den Personen, die sie verkaufen, selbst hergestellt sein müssen – Massenproduktion ist verboten. „Etsy hat vielen kleinen Unternehmen überhaupt erst einen An Schub gegeben,“ sagt Dale Dougherty, der Herausgeber des Make-Magazins für Bastelfreunde und Heimwerker. „Aber auch der erfolgreichste Handwerker stößt bei seiner Arbeit irgendwann an seine Grenzen. Selbstgemacht kann auch beschränken. Das bedeutet, dass die erfolgreichsten Etsy-Verkäufer in einer schwierigen Situation sind: Sie müssen klein bleiben und nur selbstgemachte Produkte anbieten oder Etsy verlassen.“

Inzwischen hat die Site im rasanten Tempo Funktionen hinzugefügt. So bietet Etsy inzwischen Facebook-ähnliche Funktionen zur Bildung sozialer Netze, die es Nutzern erlauben, mit anderen Etsy-Mitgliedern Freundschaft zu schließen und die Lieblingssshops und -Käufe ihrer Freunde zu verfolgen. Des Weiteren gibt es einen neuen Geschenkdienst, der die Facebook-Profile der Freunde analysiert und Produkte vorschlägt, die ihnen gefallen könnten, und es gibt einen sogenannten Taste Test, der den Nutzer auffordert, eine Reihe von Zufallsprodukten zu bewerten und dann Dinge zum Kaufen vorzuschlagen. Sie werden natürlich aufgefordert, die Empfehlungen mit ihren Freunden auf Facebook und Twitter und mit anderen Etsy-Mitgliedern zu teilen.

Der Gründer und frühere CEO von Etsy, Rob Kalin, hofft, dass diese Schritte es Käufern einfacher machen, neue Produkte zu entdecken, aber er sieht den neuen Schwerpunkt auch mehr auf soziale Vernetzung als Teil der Vertiefung der Etsy-Mission, die weit über Kaufen und Verkaufen hinausgeht.

Fragen zu dem Video-Case

1. Wie sieht das Geschäfts- und Umsatzmodell von Etsy aus?
2. Inwiefern spiegelt der Etsy-Hauptsitz in Brooklyn, der im Video gezeigt wird, die Kultur und die Werte des Unternehmens wider?
3. Wie wichtig ist „Gemeinschaft“ bei Etsy? Besuchen Sie die Etsy-Website und beschreiben Sie alle gemeinschaftsbildenden Funktionen.