Nederlandse uitgevers geïnspireerd door Groupon

15-06-2011 15:31

Het Amerikaanse Groupon blijft veel stof doen opwaaien in de internationale en nationale e-commerce wereld. De online coupon-specialist is sinds 2008 actief met de verkoop van kortingsbonnen voor lokale ondernemingen. Groupon brengt de lokale ondernemers in contact met internetgebruikers in hun directe omgeving. Het bedrijf maakte de afgelopen jaren een ongeëvenaarde groei door. In slechts 3 jaar behaalde Groupon een omzet van 1 miljard dollar. Giganten als Ebay en Google deden hier respectievelijk 7 en 5 jaar over.

Het succes van deze jonge multinational is te danken aan het creatieve brein van de 29 jarige oprichter en CEO Andrew Mason. Het spreekwoordelijke mes van het Groupon concept snijdt namelijk niet aan twee, maar zelfs aan drie kanten. Zo krijgt de koper een zeer aantrekkelijke korting op een aankoop, de verkoper ontvangt naamsbekendheid bij een groot publiek en ten derde is Groupon zeer blij met een lucratief deel van de opbrengsten.

Het concept van Groupon stelt alle deelnemende partijen tevreden en legt Groupon zelf ook bepaald geen windeieren. Vooral om deze reden duiken traditionele media nu ook massaal op dit concept. Enkele maanden geleden lanceerde de Amerikaanse uitgeverij Cox Media Group een soortgelijk initiatief genaamd 'DealSwarm'. De Canadese uitgever TorStar kocht onlangs 'WagJag', een vergelijkbare dienst als Groupon. In maart 2011 lanceerde het Amerikaanse dagblad The New York Times een Groupon-variant genaamd 'Limited Times' en ook in Nederland blijft het concept niet onopgemerkt bij de nationale uitgeverijen.

Uitgeverij Wegener, Nederlandse dochter van Mecom, is sinds begin dit jaar actief met regionale kortingen via haar website 'Sweetdeal'. Nederland is het laatste land waar Mecom dit concept uitrolt. In landen als Denemarken, Noorwegen, Zweden en Polen draait reeds een succesvolle variant van 'Sweetdeal'.

NRC media is al enige tijd actief met haar dagaanbiedingen website 'One Day Only' en ook uitgeverij Metro is onlangs gestart met 'Save My Day'. Via 'Save My Day' kunnen bezoekers dagelijks een dienst of product kopen met minimaal 50% korting. Maar ook drukbezochte websites als Marktplaats doen een gooi naar de nationale kroon via de lokale aanbiedingen.

De Groupon look-a-likes schieten momenteel als paddestoelen uit de grond en ook op deze trend spelen

sommige partijen slim in. Door het enorme aanbod van alle kortingen is het volgen van alle deals nu al onbegonnen werk. De website http://www.stedenkorting.nl bundelt de aanbiedingen van alle Groupon-clones en geeft deze weer in een up-to-date overzicht per stad. Op deze manier hoef je maar één website te volgen om geen aanbieding in jouw stad meer te missen.

Voorlopig lijkt er weinig te vrezen voor het beruchte Groupon concept en zal het aantal aanbieders de komende tijd alleen nog maar toenemen. Het is wel een gegeven dat een dergelijk bedrijf lokale marktkennis en veel mankracht nodig heeft. Het is dus slechts een kwestie van tijd voordat duidelijk wordt welke aanbieders deze bikkelharde online strijd overleven.

David Huijzer