

P2P- COMMERCE

In der Experience Economy, in der Erlebnisse mehr zählen als Besitz, suchen die Menschen nach neuen Konsumformen. Sie wenden sich P2P-Plattformen zu, auf denen sie Wissen, Dienstleistungen und Waren tauschen, mieten oder zum kleinen Preis erwerben können. Auch Marken können Peer-basierte Formen des Austauschs und der Interaktion nutzen, indem sie eigene, vertrauensvolle Plattformen bereitstellen.

PudelsKern.

WAS DEN TREND ANTREIBT

- Getrieben vom Bedürfnis nach Gemeinschaft, Authentizität und Exklusivität sowie von einem bewussteren Konsumverhalten verbinden sich Verbraucher miteinander, um Produkte und Dienstleistungen zu teilen, zu tauschen oder wieder zu verkaufen.
- Immer mehr Menschen nutzen P2P-Plattformen wie eBay, Airbnb und Uber. Von Mode über Autos bis hin zur Gastronomie – über alle Produktkategorien hinweg nimmt die Popularität von Peer-basierten Formen des Austauschs weiter zu.
- Die Zahl der Menschen, die allein in den USA an der Sharing Economy teilnehmen, wird bis 2021 auf geschätzte 86,5 Millionen steigen und sich somit im Vergleich zu 2016 nahe zu verdoppeln ([Statista, 2020](#)).

WARUM ER RELEVANT IST

- P2P-Plattformen haben sich zu Plattformen weiterentwickelt, die es den Menschen ermöglichen, auf neue Art und Weise miteinander in Kontakt zu treten, zu interagieren, zu kooperieren oder sich gegenseitig zu unterstützen.
- Mit eigenen P2P-Plattformen können Marken den Erfahrungsaustausch unter ihren Kunden anregen und ihre Kaufentscheidung durch eine fachkundige Beratung von Peers unterstützen.
- Marken können das Empfehlungs-Marketing mit reibungslosen und zuverlässigen P2P-Transaktionen auf ein neues Niveau heben, indem sie ihre Top-Kunden nicht nur mit Vergünstigungen und Limited Editions belohnen, sondern sie direkt zu Händlern machen.