Hood.de: Marktplatz-Urgestein mit stabiler Händlerbasis

Stand: 27.07.2026

Die E-Commerce-Plattform Hood, die ursprünglich als eBay-Alternative gestartet wurde, hat durch die Pandemie nochmal einen Aufschwung erlebt. Davor haben etwa 3.700 Händler dort verkauft, heute sind es fast 5.000. Die meisten von ihnen kommen aus Deutschland und den Nachbarländern der EU. Die Werbebotschaft von Hood lautet nach wie vor: Fairness, Transparenz, Kunden- und Händlernähe – und günstige Preise: Die Plattform verlangt von ihren Händlern niedrige Verkaufsprovisionen und eine grundsätzliche Verkaufsgebühr fällt gar nicht an.

Das macht die E-Commerce-Plattform Hood aus

Ryan Hood, der Gründer, stellte fest, dass die Gebühren und der Kundenservice auf den Marktplätzen in den späten 90ern nicht den Erwartungen entsprachen. Daraufhin gründete er eine Plattform, die von der Gerechtigkeit Robin Hoods inspiriert ist. Das Konzept umfasst transparente und günstige Gebühren sowie einen kundenorientierten Service.

- **Gebühren**
  - Im Vergleich zu anderen Plattformen wie eBay oder Amazon bietet Hood.de eine sehr **günstige Gebührenstruktur**. Dies macht die Plattform besonders attraktiv für kleinere Händler und solche, die hohe Margen bei niedrigen Kosten erzielen möchten.
  - Hood.de erhebt **keine Gebühren für das Einstellen von Artikeln**. Verkäufer zahlen nur, wenn ein Verkauf tatsächlich erfolgt.
- **Flexibilität**
  - Verkäufer haben die Möglichkeit, ihren **Shop** auf Hood.de **individuell** zu **gestalten**, was ihnen hilft, ihre Marke besser zu präsentieren und sich von der Konkurrenz abzuheben.
  - Hood.de **unterstützt sowohl Auktionen als auch Festpreisangebote**, was den Verkäufern mehr Flexibilität bei der Preisgestaltung ihrer Produkte bietet.
- **Fokus auf den deutschen Markt**
  - Hood.de ist stark auf den deutschen Markt ausgerichtet. Dies bedeutet, dass der Marktplatz speziell auf die Bedürfnisse deutscher Kunden und Händler zugeschnitten ist, was insbesondere **für lokale Anbieter von Vorteil** sein kann.
  - Der **Kundenservice** von Hood.de ist deutschsprachig und auf die Besonderheiten des deutschen Marktes eingestellt, was für viele Nutzer ein Vorteil ist.
- **Benutzerfreundlichkeit**
  - Der Marketplace ist **benutzerfreundlich gestaltet**, was sowohl Käufern als auch Verkäufern ein unkompliziertes und angenehmes Nutzungserlebnis bietet.
  - Kunden können Artikel kaufen, **ohne ein Konto** erstellen zu müssen, was den Kaufprozess

vereinfacht und beschleunigt.

- **Breite Produktpalette**
  - Hood.de bietet eine **große Vielfalt an Produktkategorien**, von Elektronik über Mode bis hin zu Nischenprodukten, was sowohl Käufern eine große Auswahl bietet als auch Verkäufern ermöglicht, eine breite Kundschaft anzusprechen.
- **Markenunabhängigkeit**
  - Die E-Commerce-Plattform Hood.de ist im Vergleich zu Plattformen wie Amazon **weniger auf große Marken fokussiert**. Dies bietet kleineren Anbietern eine bessere Sichtbarkeit und mehr Chancen, ihre Produkte zu verkaufen, ohne mit großen Marken konkurrieren zu müssen.

Hood: solides zusätzliches Standbein für Marketplace-Händler

2024 wurde der Marktplatz-Generalisten Hood.de von The Platform Group AG komplett übernommen. Bisher war Hood Teil der Signa und Galeria-Karstadt-Welt. Nicht erst seither ist Hood.de eine echte Alternative zu den großen Plattformen. Hier finden vor allem kleine Händler ein angenehmes Umfeld, mit dem sie ihr Marktplatzgeschäft um ein weiteres Standbein ergänzen können. Die Plattform ist aktuell noch nicht so geeignet für Markenhersteller, weil der Aufwand für sie höher ist und es nur wenige Schnittstellen gibt.