

# ONLINE AUTOHANDEL

## OPTIMIERUNG MEINER REGIONALEN AUFFINDBARKEIT IM INTERNET

Webinar, Dienstag, 8. September 2020, 14:00 - ca. 15:00 Uhr

Ing. Mag. Dominik Maisriemel, BSc

Mag. DI Johann Baldinger

DI Dr. Gerald Stöger

ALLES UNTERNEHMEN.



## CHAT



GEBEN SIE IHRE FRAGEN IM FRAGEN-CHAT EIN:

1.



2.



3.



ALLES UNTERNEHMEN.



# Webinar Fahrzeughandel

Landstraße 82 | 4020 Linz | Austria  
www.seocon.at | office@seocon.at | +43 732 270243



## Agenda

Suchmaschinenoptimierung

Marktplätze

- Willhaben
- AutoScout24

Google Analytics

# SUCHMASCHINEN OPTIMIERUNG



## Das versteht man unter SEO

Teil des Suchmaschinenmarketings

Ziel: Meine Website soll in den organischen Suchergebnissen möglichst weit vorne angezeigt werden.

Optimierung kann auf unterschiedliche Suchmaschinenarten abzielen (Bilder, Videos, etc.)

Es gibt Maßnahmen zur OnPage-Optimierung und OffPage-Optimierung

ALLES UNTERNEHMEN.



## Keywords



Keywords bilden die Basis einer Suchmaschinenoptimierung

Müssen recherchiert, bestimmt und Landing Pages zugeordnet werden

Verwendung auf der Landing Page in Title, Description, Überschriften, Content, etc.

Achtung: Keine Übermäßige Verwendung (Keyword Stuffing) -> hat in der Regel Abwertung der Seite zur Folge

ALLES UNTERNEHMEN.



## Überschriften



H1, H2, H3, usw. dienen zur Kennzeichnung der Überschriften in HTML

Die H1-Überschrift sollte nur einmal je Seite vorkommen und das wichtigste Keyword enthalten

Die weiteren Überschriften (H2, H3 usw.) können häufiger vorkommen

Eine logische Struktur der Überschriften soll eingehalten werden

Weitere Keywords sollten in der H2 vorkommen

ALLES UNTERNEHMEN.



## Content

Content ist King – einzigartige, aktuelle, nützliche Inhalte schaffen

Jede Landing Page soll zu einem Thema relevante Inhalte haben in Form von:

- Texten
- Bildern
- Videos
- etc.

Orientierung an den Keywords ist dabei essentiell

ALLES UNTERNEHMEN.



## Meta Tags (Title, Description)

Der Title einer Seite wird fast immer als Überschrift in den Suchergebnissen verwendet

Google kalkuliert den Wert des Keywords darin sehr hoch

Ein ansprechender Title kann den User auf die Website locken

Meta Descriptions sind kurze Beschreibungstexte

Werden in den Suchergebnissen unter dem Title angezeigt

Hier sollen weitere Keywords verwendet werden

ALLES UNTERNEHMEN.



## Page Speed

Ladezeit oder Performance einer Website

Langsame Seite wirkt sich negativ auf Conversions und Ranking aus

Gründe für langsame Seiten:

- zu große Bilder
- langsame Serverantwortzeiten
- fragmentiertes JavaScript
- überflüssiger Quellcode

ALLES UNTERNEHMEN.



## Robots.txt

Textdatei, durch die Website-Verzeichnisse vom Crawling ausgeschlossen werden können

Ausgeschlossene Seiten erscheinen in der Regel nicht auf Google

Optimierung des Crawl-Budget durch Ausschluss von nicht relevanten Seiten

Ausschluss von zum Beispiel

- Login-Seiten
- Zugriffsstatistiken

Anführung der Sitemap um Crawlern die Struktur der Seite mitzuteilen

ALLES UNTERNEHMEN.



## Broken Links

Links die auf nicht (bzw. nicht mehr) existierende Seiten führen

Sowohl interne als auch externe Broken Links sind zu vermeiden

Negativ für Nutzererfahrung, Traffic und Ranking

Maßnahme:

- Regelmäßiges Crawling und Prüfung der Verlinkungen

ALLES UNTERNEHMEN.



## Dateien (PDFs, Images, usw.)

Bezeichnung nach passenden und relevanten Keywords

Verwendung von Bindestrichen, keine Unterstriche oder Leerzeichen in den Bezeichnungen

Vermeidung von Sonderzeichen

Dateinamen sollten klein geschrieben werden

ALLES UNTERNEHMEN.



## URL-Struktur



URL Strukturen sollten klar und sauber aufgebaut werden

Für jeden Inhalt eine eindeutige URL verwenden

Unterstriche in den URLs gilt es zu vermeiden

URL Parameter (?=asdf) sollten im Idealfall vermieden werden

Sprechende URLs sind unbedingt zu verwenden

Abstimmung auf das Hauptkeyword der jeweiligen Seite ist zu empfehlen

Protokoll HTTPS verwenden (Empfehlung)

ALLES UNTERNEHMEN.



## Darstellung auf Mobilgeräten



Maßnahmen zur optimalen Darstellung von Webinhalten auf mobilen Endgeräten

Gute Usability für Nutzererfahrung und Ranking wichtig

Herausforderungen: Navigation (Touchscreen), kleinerer Display, langsame Internetverbindung unterwegs

Maßnahmen: Programmierung in Responsive Design oder eine eigene mobile Seite

Test auf Optimierung für Mobilgeräte in der Google Search Console

ALLES UNTERNEHMEN.





## Accelerated Mobile Pages (AMP)

Plattformübergreifendes Framework für mobile Websites

Die Anzahl von mobilen Suchanfragen steigt

Voraussetzung für gute Usability und geringe Absprungraten sind kurze Ladezeiten

AMP reduziert die Größe einer Webseite auf ein Minimum

AMP-Seiten werden nach Klick auf der Google Ergebnisseite sehr schnell aufgerufen

Kein direkter Rankingfaktor, aber durch deutlich schnellere Ladezeiten entsteht  
besseres Nutzungserlebnis

ALLES UNTERNEHMEN.



## Vermeidung von Duplicate Content

gleicher oder sehr ähnlicher Content wird unter verschiedenen URLs angezeigt

kann durch folgende Ursachen entstehen:

- Inhalt wird in mehreren (Sub-)Domains angezeigt (z.B: mit und ohne www)
- Verwendung von Seiten in verschiedenen Kategorien (z.B: allgemein und news)
- durch Filter und Sortierungen

Maßnahme: Verwendung von Canonical Tags

ALLES UNTERNEHMEN.



## Local SEO

umfasst Optimierungsmaßnahmen, die dazu führen, dass Websites bei lokalen Suchanfragen in Suchmaschinen besser gelistet werden

die lokalspezifischen Ergebnisse der Suchanfrage hängen von

- den angegebenen ortsbezogenen Suchwörtern und
- den durch Geotargeting ermittelten Standort des Suchers ab

Anzeige der Top 3 Ergebnisse im Local Snack Pack (Anzeige mit Google Maps)

ALLES UNTERNEHMEN.



## Local SEO

### OnPage:

Eintragen von Standort- und Adresdaten sowie lokalen Keywords auf der eigenen Website

### OffPage:

Erstellung von Einträgen bei Branchenverzeichnissen, Umgebungsportalen wie **Google My Business**, das Eintragen bei Online-Kartendiensten wie **Google Maps** oder Apple Maps, den Eintragen von Veranstaltungen, den Aufbau von lokalen Verlinkungen sowie die Erstellung und das Beobachten von Online-Bewertungen

ALLES UNTERNEHMEN.



## Weitere SEO-Maßnahmen

Verwendung von Alt- und Title Tags für Bilder (Keywords verwenden)

Implementierung von Open Graph Meta Tags für die Darstellung von geteilten Seiten auf Facebook

Verwendung von Nofollow Tags für ausgehende Links

Nicht mehr verfügbare URLs sollen den richtigen Redirect Code 301 (Moved Permanently) aufweisen und eine neue passende Ziel-URL aufweisen

Interne Content- und Footerverlinkungen setzen

ALLES UNTERNEHMEN.



**Marktplatz  
Willhaben**



## Willhaben

Österreichischer Online-Marktplatz mit 50 % Reichweite in AT

Bereiche:

- Marktplatz
- **Auto & Motor**
- Immobilien
- Jobs & Karriere

ALLES UNTERNEHMEN.



## Willhaben - Motornetzwerk

mehr als 3 Millionen Menschen pro Quartal nutzen den Auto & Motor Bereich von Willhaben

mehr als 175.000 Fahrzeug-Anzeigen

mehr als 2.900 Geschäftskunden im Motornetzwerk

ALLES UNTERNEHMEN.



## Willhaben - Marktplatz

Einzelangebot Privat (45 Tage Laufzeit)

- Gratis
- Verlinkungen/ Werbungen verboten

Einzelangebot Gewerblich (60 Tage Laufzeit)

- € 12,90 zzgl. UST
- Verlinkung zu Webseite erlaubt und Platzierung des Logos möglich

ALLES UNTERNEHMEN.



## Willhaben – Marktplatz-Shop

unbegrenzt viele Artikel können eingestellt werden

diese sind am Marktplatz – im Schaufenster – noch nicht sichtbar

die Artikel können dann als Anzeige auf dem Marktplatz veröffentlicht werden

eine automatische Übertragung von Artikel aus einer Datenbank in den Marktplatz-Shop ist möglich

der Marktplatz-Shop kann in die Webseite eingebunden werden

ALLES UNTERNEHMEN.



## Willhaben - Basics

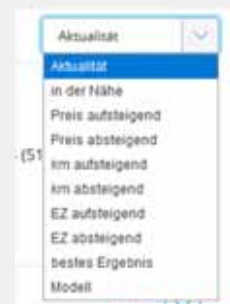
genaue und ehrliche Beschreibung des Produktes mit Bildern

Kategorien der Plattform benutzen, damit Kunden das Produkt einfacher und schneller finden

abgesehen von bezahlten Anzeigen kann die Reihung innerhalb von Willhaben nur schwer beeinflusst werden, deswegen sollten die Kategorien der Suche bewusst genutzt werden

Anzeigenrichtlinien beachten

Keywords in Titel und Beschreibung platzieren



ALLES UNTERNEHMEN.



## Willhaben – Fotos

ansprechende Fotos zur Verfügung stellen

- keine verschwommenen oder verpixelten Fotos
- bevorzugt bei Tageslicht aufnehmen
- vor neutralem Hintergrund
- verschiedene Ansichten und Winkel, Detailansichten von Felgen, Innenraum und Schäden
- lieber zu viele als zu wenige Bilder

Willhaben komprimiert die Bilder automatisch

keine Bildbeschreibungen möglich

ALLES UNTERNEHMEN.



## Willhaben - Beschreibungen

genaue und detaillierte Beschreibungen verfassen

die genaue Produktbezeichnung in die Titelzeile und den Beschreibungstext

technische Spezifikationen und Mängel klar anführen

bei Mängeln beifügen, dass der Preis bereits angepasst wurde

Spezifikationen bereits bei der Angebotserstellung in den entsprechenden

Feldern angeben – erleichtert die Suche

angeben, warum das Produkt verkauft wird

ALLES UNTERNEHMEN.



**Marktplatz  
AutoScout24**



## AutoScout24

europaweit größter Online-Automarkt

über 43.000 Händler nutzen den Online-Marktplatz

Marktführerposition in 3 europäischen Kernmärkten

mehr als 8 Millionen Menschen nutzen monatlich AutoScout24

AutoScout24 ist in 18 Ländern vertreten

für gewerbliche Händler ist die Plattform kostenpflichtig (Kosten sind von in Anspruch genommenen Leistungen abhängig)

ALLES UNTERNEHMEN.



## AutoScout24 und gebrauchtwagen.at

seit 2017 Zusammenarbeit mit gebrauchtwagen.at

bringt Einiges in die Partnerschaft mit:

- einen Kundenstamm von rund 2.500 Autohändlern
- aktuell 130.000 Anzeigen
- monatlich 4 Millionen Besuche

ALLES UNTERNEHMEN.





## AutoScout24 – Online-Börse

### Marktplatz-Inserat

- Kostenloses Basis-Inserat
- Plusinserat 7 Tage (€ 9,95) oder 14 Tage (€ 19,99)
  - listet in der zweiten Kategorie ganz oben, bis 20 Bilder
- Premiuminserat 14 Tage (€ 24,99) oder 28 Tage (€ 29,99)
  - listet in der ersten Kategorie ganz oben, bis 30 Bilder

### Direkt-Verkauf

- kostenfreier Verkauf an AutoScout24-Partner

der Verkauf ist auf der Website, den mobilen Seiten oder per App möglich

ALLES UNTERNEHMEN.



## AutoScout24 - Basics

Marke/Modell, HSN oder TSN ist die Basis für das Inserat, Kilometerstand und HU-Gültigkeit muss angegeben werden

Ausstattungs- und Zusatzangaben sind nicht nötig, erhöhen aber die Chance, gefunden zu werden

den Preis mit der Online-

Fahrzeugbewertung vergleichen

bieten Sie Finanzierungen an

Keywords in Titel und Beschreibung platzieren

Quelle:  
[https://cloud.mails.autoscout24.com/at\\_b2b\\_7goldene\\_regeln](https://cloud.mails.autoscout24.com/at_b2b_7goldene_regeln)



ALLES UNTERNEHMEN.



## AutoScout24 - Bilder

ansprechende Fotos zur Verfügung stellen

- keine verschwommenen oder verpixelten Fotos
- bevorzugt bei Tageslicht aufnehmen
- vor neutralem Hintergrund
- verschiedene Ansichten und Winkel, Detailansichten von Felgen, Innenraum und Schäden
- lieber zu viele als zu wenige Bilder

Fotoguide von AutoScout24 verwenden

ALLES UNTERNEHMEN.



## AutoScout24 - Fotoguide



Quelle: [https://www.autoscout24.de/cms-content-assets/nkzvfwf2MXmy0yC2AQmgeo-5c8d7c5b2cb8dd58b0f801234bafd318-AS24\\_Fotoguide\\_online.pdf](https://www.autoscout24.de/cms-content-assets/nkzvfwf2MXmy0yC2AQmgeo-5c8d7c5b2cb8dd58b0f801234bafd318-AS24_Fotoguide_online.pdf)

ALLES UNTERNEHMEN.



## AutoScout24 - Beschreibung

genaue und ehrliche Beschreibung

die genaue Produktbezeichnung in die Titelzeile und den Beschreibungstext

technische Spezifikationen und Mängel klar anführen

Beschreibung in eigenen Worten verfassen

für Laien verständlich formulieren

Spezifikationen bereits bei der Angebotserstellung in den entsprechenden

Feldern angeben – erleichtert die Suche

ALLES UNTERNEHMEN.



**Google Analytics**



## Google Analytics

kostenloses, webbasiertes Tool zur Webanalyse

Überwachung wichtiger Kennzahlen

- Absprungrate (Bounce Rate)
- Besucherquellen
- etc.

Kennzahlen bezüglich Geografie können überwacht werden

- Standort, auf welchen sich die Nutzer befinden
- verwendete Sprache

ALLES UNTERNEHMEN.



## Google Analytics

Verknüpfung mit Google AdWords sinnvoll (z.B: für Remarketing)

Erfolg von Marketingmaßnahmen messen

Einbindung von Sozialen Netzwerken

Möglichkeit des E-Commerce-Trackings

Definieren und Messen von individuellen Zielen (Conversions)

ALLES UNTERNEHMEN.



## Google Analytics – Daten ablesen

regelmäßig überprüfen:

- Erreiche ich die Zielgruppe, die ich erreichen möchte?
- Wie gelangen meine Kunden auf die Website?
- Sind meine Kampagnen wertvoll?
- Wie verhalten sich meine Kunden auf der Website?
- Werden meine Zielvorhaben erreicht?

daraus Maßnahmen ableiten

ALLES UNTERNEHMEN.



## Google Analytics – Maßnahmen ableiten

Inhalte für Zielgruppe ausrichten und anpassen

Kampagnen überarbeiten

herausfinden, welche Kampagnen funktionieren (A/B-Testing)

Kanäle, die auf die Website führen, anpassen und optimieren

Website für die Kunden einfach und verständlich aufbauen

Inhalte für Kunden optimal ausspielen

etc.

ALLES UNTERNEHMEN.





## Freue mich auf Ihre Fragen

Ing. Mag. Dominik Maisriemel, BSc  
Landstraße 82 | 4020 Linz | Austria  
[www.seocon.at](http://www.seocon.at) | [office@seocon.at](mailto:office@seocon.at) | +43 732 270243



## DIGITALISIERUNGSFÖRDERUNGEN FÜR OÖ UNTERNEHMEN

Hans Baldinger- Innovationservice  
T 05-90909-3542  
E [johann.baldinger@wkoee.at](mailto:johann.baldinger@wkoee.at)



ALLES UNTERNEHMEN.



Profitieren Sie kostenlos von Experten!

## DIGITALISIERUNGS.BERATUNG

[wko.at/ooe/digitalisierungsberatung](http://wko.at/ooe/digitalisierungsberatung)



WELCHE IHRER PROZESSE LASSEN SICH DIGITAL EFFIZIENTER, SCHNELLER UND SICHERER GESTALTEN? NUTZEN SIE E-COMMERCE UND DIGITALES MARKETING?

Besprechen Sie **50 Minuten persönlich und kostenlos** ihr Digitalisierungsvorhaben mit Experten in den Bereichen:

- **Digitale Prozesse:** Ihre Prozesse - ob in der Entwicklung, Beschaffung, Produktion, Logistik, Vertrieb oder Verwaltung - digital effizienter, schneller und sicherer gestalten
- **Digitales Marketing:** Mittels eigener Homepage, Suchmaschinenoptimierung und Facebook & Co Kunden begeistern
- **E-Commerce:** Auf- und Ausbau von e-Commerce-Lösungen (Onlineshops, Bestell- und Lieferservice, Reservierungssysteme, Gutscheinverkauf, etc.) und der Bewerbung des Online-Angebotes.

Sichern Sie sich direkt Ihren Termin per [Online-Anmeldung](#).

- **Persönlich:** 29. Sept. und 12. Nov 2020
- **Online Video-Beratung:** 8. Okt., 13. Okt. und 26. Nov. 2020

ALLES UNTERNEHMEN.



Mit neuen Ideen zu mehr Erfolg!

## ERFOLGPLUS

[wko.at/ooe/erfolgplus](http://wko.at/ooe/erfolgplus)



SIND SIE AUF DER SUCHE NACH IDEEN, WAS SIE BESSER, ANDERS UND NEU MACHEN KÖNNEN?

Holen Sie sich Unterstützung von externen Beratern/IT Dienstleistern und heben Sie Ihr Potential in drei Bereichen.



- Zielgruppe: Kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die in der Beratung einen dieser 3 Bereiche beleuchten:
- **Erträge steigern** durch effizientere (digitale) Arbeitsabläufe
  - **Höhere Umsätze** durch verbessertes (digitales) Marketing
  - **Entwicklung neuer Angebote** mit innovativen Methoden



Förderung: 75% vom Beratungshonorar (ohne Ust & Reisespesen) bis max. EUR 750,-

ALLES UNTERNEHMEN.



Holen Sie sich bis zu EUR 24.500,-!

## DIGITAL STARTER UPGRADE

[wko.at/ooe/digitalstarterupgrade](http://wko.at/ooe/digitalstarterupgrade)



### UNTERSTÜTZUNG BEI NÄCHSTEN SCHRITTEN IN IHRER BETRIEBLICHEN DIGITALISIERUNG

Entwickeln Sie gemeinsam mit spezialisierten Beratern & IT Experten **innovative, vernetzte Lösungen** zur Effizienzsteigerung Ihrer **internen Prozesse** und/oder um neuen Mehrwert für Ihre **externen Kunden** zu schaffen.

Zielgruppe: Kleine und mittlere Unternehmen (KMU)



Förderung: **Modul 1 - Neue Digitale Wege:** Konzeption und Einleitung der Umsetzung (interne und externe Digitalisierung - incl. Auf- u. Ausbau digitaler Vertriebswege, Big Data-Anwendungen und die Umsetzung neuer IT-Security Lösungen)

**75% Zuschuss bis max. EUR 4.500,-.**



**Modul 2 - Vorzeigelösungen:** gefördert werden die innovativsten Digitalisierungsvorhaben - Förderentscheidung obliegt externem Programmbeirat

**50% Zuschuss bis max. EUR 20.000,-** (Beratungs-/IT-Dienstleistungskosten, materielle Investitionen, Hard- und Software, Lizenzen, etc.).



ALLES UNTERNEHMEN.



Digitalisierungsoffensive 3. Teil

## KMU DIGITAL 2.1

[kmudigital.at](http://kmudigital.at)



### 2 Schwerpunkte :

I.+II. **KMU digital Beratung** → **gesamt max. € 4000,-**

III. **KMU digital Umsetzung** → **max. € 5000,-**

I. **KMU DIGITAL Potentialanalyse** (Zuschuss 80 % max. € 400,-) halbtägig Analyse von Chancen und Risiken, Handlungsebenen, Zielen - nun auch als Teleconsulting möglich

II. **KMU DIGITAL Strategieberatung** (Zuschuss 50 %, max. € 1.000,-) mind. 2 Tage  
Start des Veränderungs- und Umsetzungsprozesses

Module:

- E-Commerce und Online Marketing
- Geschäftsmodelle und Prozesse
- Verbesserung IT-Sicherheit
- Digitale Verwaltung

III. **KMU DIGITAL Umsetzung**

Zuschuss 30 %, max. € 5000,- Projektkosten € 5000 - 20.000,- für aktivierte Neuinvest.  
(Voraussetzung ist Durchführung I. und/oder II.)

ALLES UNTERNEHMEN.





# AWS INVESTITIONSPRÄMIE

<http://aws.at/investitionspraemie>



## aws Investitionsprämie setzt Anreize für Neuinvestitionen in Zukunftsthemen

### Wer und wieviel?



gefördert werden:

- Unternehmen aller Branchen und Größen (Klein-, Klein-, Mittel- und Großunternehmen)

mit einem Zuschuss von:

- 7% der Investitionskosten
- 14% in den Bereichen Digitalisierung, Ökologisierung, Gesundheit

### Was?



gefördert werden:

- Materielle und immaterielle aktivierungspflichtige Neuinvestitionen (auch in gebrauchte Anlagen, auch GWG)
- als abnutzbares Anlagevermögen (Behaltungsverpflichtung 3 Jahre)
- Kombinationen mit anderen Förderungen möglich

### Ausgenommen sind:

- klimaschädliche Investitionen (z.B. Fahrzeuge mit konventionellem Antrieb und Anlagen, die fossile Energieträger nutzen)
- Grundstücke
- Gebäudeerwerb außer vom Bauträger
- Bau und Ausbau von Wohngebäuden, wenn diese zum Verkauf oder Vermietung an Privats gedacht sind
- Finanzanlagen
- Unternehmensübernahmen
- aktivierte Eigenleistungen
- „Statische Einheiten“ mit Kennung S 13 außer wenn im Wettbewerb und keine hoheitlichen Aufgaben

ALLES UNTERNEHMEN.



# AWS INVESTITIONSPRÄMIE

<http://aws.at/investitionspraemie>



## Bis zu 14% Förderung für Neuinvestitionen in Zukunftsthemen – max. € 50 Mio. (pro Konzernverbund)

### 7%

Investitionsprämie für Neuinvestitionen im Zeitraum 1.8.2020 – 28.2.2022\*

Antrag stellen: 1.9.2020 – 28.2.2021

### 14% Investitionsprämie bei Investitionen in diese drei Bereichen:

#### Ökologisierung

Investitionen im Bereich:

- Klimaschutz
- Mobilitätsmanagement und Elektrofahrzeuge
- Rohstoffmanagement
- Energieeinsparung (Wasser, Wärme)
- Abfallwirtschaft
- Gebäudesanierung

#### Digitalisierung

Investitionen in:

- Künstliche Intelligenz, Cloud Computing und Big Data
- Geschäftsmodelle und Prozesse (z.B. Verbesserung durch digitale Anwendungen)
- IT-Security (z.B. Schutz vor Cyberangriffen)
- E-Commerce (z.B. digitale Transformation)

#### Gesundheit

Investitionen im Bereich:

- Entwicklung und Herstellung von Medizinprodukten
- Produkte von strategischer Bedeutung bei Pandemien

\* Für Neuinvestitionen von über € 20 Mio. bis € 50 Mio. spätestens 28.2.2024

ALLES UNTERNEHMEN.



# AWS INVESTITIONSPRÄMIE



<http://aws.at/investitionspraemie>



# „KMU.E-COMMERCE“ 2020

austria  
wirtschafts  
service **aws**

<https://www.aws.at/aws-digitalisierung/kmue-commerce>

CALL: START 8. SEPT. 2020  
2 MIO EURO FÜR KMU.E-COMMERCE

Zielgruppe: Kleine und mittlere Unternehmen (KMU)  
Förderung: **30% der Projektkosten** (mind. 2.000,- und max. 100.000,-)



Aufbau Internetpräsenz zur Vermarktung und Vertrieb von Produkten und DL, Buchungsplattformen  
Einführung und Ausbau von Online-Shops, Auktions- Verkaufs- oder Dienstleistungsplattformen, Social Media Tools, Website-Monitoring und Content-Marketing  
Einrichtung und Optimierung von Onlineshops: M-Commerce und deren Nutzerfreundlichkeit  
Unterstützung bei E-Commerce: Warenbereitstellung, Logistik, Zahlungsverfahren, CRM  
IT-Security, Schutz vor Cyberattacken bei E-Commerce-Lösungen  
Einrichtung bzw. Verwendung von am Markt verfügbaren E-Commerce Gütezeichen

aws-Fördermanager -first come first serve Prinzip.

ALLES UNTERNEHMEN.



Agieren Sie international?

## DIGITALISIERUNGSSCHECK

[go-international.at/foerderungen/digitalisierungsscheck.html](http://go-international.at/foerderungen/digitalisierungsscheck.html)



### WOLLEN SIE IHREN DIGITALEN AUSLANDSAUFTRITT OPTIMIEREN?

Lassen Sie sich Ihre Digitalisierungsmaßnahmen für einen besseren digitalen Marktauftritt im Ausland ko-finanzieren.



**Zielgruppe:** Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mit substantieller Wertschöpfung in Ö (max. 75% Import)  
Achtung: Nicht parallel zum Internationalisierungsscheck beantragbar.



**Förderung:** Externe Kosten für **ziellandbezogenes Online-Marketing** mit einem Zuschuss von 50% bis max. EUR 5.000,- (z.B. Webshop, Website, SEO, Social Media, Domainkosten).  
Pro Antrag bis zu 3 Länder wählbar; **max. 3 Anträge bis 31.12.2020** „hintereinander“ einreichbar.  
Der Leistungszeitraum beginnt mit dem Datum der Antragstellung und endet 9 Monate nach Antragstellung bzw. spätestens am 31.03.2021 (früheres Datum ausschlaggebend).



ALLES UNTERNEHMEN.



## FÖRDERUNGEN FÜR INVESTITIONEN - LAND OÖ



### ▪ ZUSCHUSS

= nicht rückzahlbare Zuwendungen bei Erfüllung vorgegebener Förderkriterien

#### • STARTUP-PRÄMIE LAND OÖ

mögliche Anschlussförderung zu einem aws erp-Kredit (bei Erfüllung der Jungunternehmereigenschaft)

7,5 % Zuschuss bei Investitionskosten ab € 20.000,-

<http://www.land-oberoesterreich.gv.at/171419.htm>

#### • INNOVATIONS- UND WACHSTUMSPROGRAMM (IWW) DES LANDES OÖ

Zuschussförderung (max. 10 %) für Wachstumsprojekte ab € 100.000,- wenn Innovationsgehalt und/oder Wachstums- und Beschäftigungseffekt dargestellt werden kann

<https://www.land-oberoesterreich.gv.at/140968.htm>



ALLES UNTERNEHMEN.



# FÖRDERUNGEN FÜR INVESTITIONEN



## ▪ KREDIT

- AWS ERP-KREDITE

zinsgünstige Finanzierung von Investitionskosten ab € 10.000,-

<https://www.aws.at/aws-erp-kredit/>

## ▪ BÜRGSCHAFT

= Haftung/Garantie

Übernahme des Ausfallrisikos für die Rückzahlung eines Kredits von bis zu 80%, wenn keine ausreichenden Sicherheiten vorhanden

- AWS GARANTIEN (ÜBERBRÜCKUNGSGARANTIEN, JUNGE UNTERNEHMEN, KMU, ...)

- OÖ KGG-UBG BÜRGSCHAFT

## ▪ BETEILIGUNGEN

= Stärkung durch institutionelles Beteiligungskapital

- OÖ KGG-UBG BETEILIGUNG, OÖ GRÜNDERFONDS

*Kostenlose  
Finanzierungsberatung  
KGG/UBG  
office@kgg-ubg.at  
+43 (732) 777 800*

ALLES UNTERNEHMEN.



# FRAGEN?



WKO Oberösterreich  
Hans Baldinger

Service Center  
Hessenplatz 3  
4020 Linz

T: +43 5 90 909 - 3542

E: [sc.innovation@wkoee.at](mailto:sc.innovation@wkoee.at)

W: [www.wko.at/ooe/innovation](http://www.wko.at/ooe/innovation)

ALLES UNTERNEHMEN.



# ONLINE AUTOHANDEL

## SPEZIELLE INFORMATIONSPFLICHTEN

Webinar, Dienstag, 8. September 2020

Gerald Stöger - Landesgremium Fahrzeughandel

T 05-90909-4134

E [fahrzeughandel@wkoee.at](mailto:fahrzeughandel@wkoee.at)

ALLES UNTERNEHMEN.



## FAGG



- BEISPIEL
- FERN- UND AUSWÄRTSGESCHÄFTE-GESETZ -> FAGG
- WIDERRUF / RÜCKTRITTSRECHT
- VORGANGSWEISE
- ZUSAMMENFASSUNG
- INFOQUELLEN

ALLES UNTERNEHMEN.



# FAGG



## ANLASSFALL:

- Kunde ist über die Homepage eines Autohändlers, auf der gebrauchte Fahrzeuge mit allen wichtigen Fahrzeugdaten angeboten werden, mit dem Händler in Kontakt getreten
- Der unterschriebene Kaufvertrag wurde per E-Mail gesendet und das Auto dann abgeholt (kein Bestell-BUTTON)
- Nach fast einem Jahr ist der Kunde unter Hinweis auf die unterlassene Rücktritts (Widerrufs-) Belehrung nach dem **Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz** vom Kauf zurückgetreten
- Fall bis zum OGH
- Der Kunde durfte fast 1 Jahr GRATIS mit dem Auto fahren und muss nicht einmal für die Wertminderung aufkommen!
- Wenn bis einschließlich des Zustandekommens des Vertrages ausschließlich Fernkommunikationsmittel verwendet werden (Telefon, E-Mail,..) so liegt - nach der Entscheidung des OGH- ein **Fernabsatzvertrag** vor, selbst wenn der Kunde das **Auto persönlich abholt**. (Abholen ist in unserem Vertragsrecht ja immer erst nach dem Vertragsabschluss)

ALLES UNTERNEHMEN.



# FAGG



## KONSUMENTENSCHUTZ - FAGG:

- **Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG)**
- Spezielle Informationspflichten im Fernabsatz (B2C)
- Bestimmungen gelten nicht nur für Webshops, sondern für alle Formen von Fernabsatzverträgen
- Fernabsatzvertrag: wenn ein für den **Fernabsatz organisiertes Vertriebssystem** vorliegt, wobei bis einschließlich des Zustandekommens des Vertrags **ausschließlich Fernkommunikationsmittel** verwendet werden
- Informationspflichten vor Vertragsabschluss:
  - Unternehmen: Firma, Kontaktdaten
  - Zur Ware: Merkmale, Preis, Garantien,..
  - **Widerruf / Rücktrittsrecht**

ALLES UNTERNEHMEN.



# FAGG



## WIDERRUF / RÜCKTRITTSRECHT:

- FAGG: der in Ö übliche Begriff „Rücktritt“ <-> EU Verbraucherrechtlinie „Widerruf“
- Fernabsatz: 14- tägiges Rücktrittsrecht (ohne Angabe von Gründen!)
- Belehrung über **Bestehen** (oder Nichtbestehen) eines **Widerrufsrechts / Rücktrittsrechts** inkl. Muster-Widerrufsformular
- Wird über die Widerrufs-/Rücktrittsmöglichkeit nicht korrekt informiert, verlängert sich ein bestehendes Rücktrittsrecht von 14 Kalendertagen **um 12 Monate**.  
(Wird die Information später nachgeholt, so endet die Rücktrittsfrist 14 Tage nach dem Zeitpunkt, zu dem der Verbraucher diese Information erhält)
- der Verbraucher haftet in diesem Fall nicht für den Wertverlust der Ware !
- Der hinter dem Rücktrittsrecht stehende Schutzzweck ist, dass der Verbraucher das Auto vor Vertragsabschluss nicht in Augenschein nehmen kann. Die Frist von 14 Tagen ab Lieferung dient dazu, dass der Kunde das Fahrzeug prüfen und testen kann

ALLES UNTERNEHMEN.



# FAGG



## WANN UND WIE INFORMIEREN?

- Sämtliche Informationen sind **vor** Abgabe der Vertragserklärung des Verbrauchers zu erteilen
- WO ? -> muss nicht gebündelt an einer Stelle auf der Website (Kontaktdaten -> Impressum; Hinweise auf Gewährleistung, Rücktritt -> AGB); Inhalte leicht auffindbar!
- Zusätzlich hat der Unternehmer dem Verbraucher alle Informationen **nach** Abgabe der Vertragserklärung des Verbrauchers nochmals, diesmal aber auf einem dauerhaften Datenträger (Papier, E-Mail) zur Verfügung zu stellen. Dies hat spätestens mit der Lieferung der Waren oder vor dem Beginn der Dienstleistungserbringung zu erfolgen !
- 

ALLES UNTERNEHMEN.



# FAGG



## VORGANGSWEISE:

### 1. Fernabsatz vermeiden:

#### Vorschlag Infotext:

*Die Informationen zu den einzelnen Fahrzeugen auf unserer Website dienen nur zur Werbung und stellen kein organisiertes Vertriebs- oder Dienstleistungssystem dar.*

*Eine allfällige Zusendung eines Vertragsentwurfes per E-Mail dient der bloßen Information für den Kunden und hat **keinerlei Bindungswirkung**.*

*Erst **nach einer Besichtigung und Probefahrt** des Fahrzeuges wird in unseren **Geschäftsräumlichkeiten** ein **schriftlicher bindender Kaufvertrag** zur Unterfertigung angeboten.*

### 2. Bewusste Entscheidung für Online Geschäftsmodell:

- Sobald der Kunde ein **verbindliches Kaufinteresse** (zB per E-Mail abgibt)
- Informationspflichten beachten (Rücktritt / Widerruf)
- Anspruch auf **Wertverlust** nur bei einem „zur Prüfung der Beschaffenheit, der Eigenschaften und der Funktionsweise der Ware **nicht notwendigen Umgang**“ mit dem Auto!

ALLES UNTERNEHMEN.



# FAGG



## ZUSAMMENFASSUNG

- Bewusste Entscheidung für / gegen Online Geschäft
- Ob ein Fernabsatzvertrag vorliegt, wird immer nach der konkreten Sachlage beurteilt. Eine 100%-ige Absicherung kann oftmals nur schwer erreicht werden.
- Wichtige Informationspflichten:
  - FAGG -> vor allem Widerrufsformular!
  - Impressumspflicht (UGB, GewO, ECG)
  - Datenschutz: Datenschutzerklärung, DV auf Website, Cookies
  - Korrekte AGBs

ALLES UNTERNEHMEN.





# LINKS



## INFOQUELLEN:

- **Übersichtsinfo:**  
<https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/Spezielle-Informationspflichten-im-Fernabsatz-B2C-im-Detail.html>
- **Gewährleistung und Garantie im Fahrzeughandel**  
<https://www.wko.at/branchen/handel/fahrzeughandel/gewaehrleistung-und-garantie.html>
- **Widerrufsformular**  
<https://www.wko.at/branchen/handel/fahrzeughandel/Widerrufsbelehrung-Widerrufsformular-Fahrzeughandel.pdf>
- **Webshop: In 7 Schritten zur Bestellung**  
<https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/Webshop-In-7-Schritten-zur-Bestellung.html>
- **Impressum:**  
<https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/Website-Impressum.html>
- **Nicht vergessen:**
  - Geldwäsche <-> Bargeschäfte über 10.000 €
  - Versicherungsvermittlung; verpflichtende Weiterbildung

ALLES UNTERNEHMEN.



# FRAGEN ?



WKO Oberösterreich  
Gerald Stöger

Landesgremium Fahrzeughandel  
Hessenplatz 3  
4020 Linz

T: +43 5 90 909 - 4134

E: [fahrzeughandel@wkoee.at](mailto:fahrzeughandel@wkoee.at)

W: [www.wko.at/ooe/fahrzeughandel](http://www.wko.at/ooe/fahrzeughandel)

ALLES UNTERNEHMEN.

