E-CONOMIX
THE E-BIZ GROUP

Der Weg zum eigenen Online-Shop.

Strategie, Technik, Kosten und Bezahlen für Gründer:innen – mit einem Fahrplan für die ersten 30 Tage.

Melanie Prange, MSc · Geschäftsführerin MSTAGE GmbH

Webinarreihe für Gründer:innen und Jungunternehmer:innen · WKO Oberösterreich · 18. November 2026

IHRE REFERENTIN

Wer heute mit Ihnen spricht.

Melanie Prange, MSc

Geschäftsführerin der MSTAGE GmbH, einer Agentur der E-CONOMIX Group, der Full-Service-Gruppe für E-Commerce aus Wels.

DIE GRUPPE

MSTAGE | **Cyberhouse** | **CORS** | **LEMONTEC**

Vier Agenturmarken, dazu DataReporter für Cookie- und Consent-Management.

AGENDA

Sechs Fragen in 45 Minuten.

01
Lohnt sich ein Shop für mich?

02
Eigener Shop oder Marktplatz?

03
Welches System passt zu mir?

04
Was kostet ein Shop wirklich?

05
Wie bezahlen meine Kund:innen?

06
Wer hilft bei Recht und Steuern?

Ihre Fragen stellen Sie jederzeit im Chat. Am Ende ist Zeit dafür reserviert.

Österreich kauft um 12,3 Mrd. € online.

5,8 Mio.

Menschen in Österreich kaufen online ein

2.120 €

Online-Ausgaben pro Käufer:in und Jahr

44 %

der Ausgaben laufen über Smartphone und Tablet

47 %

der Ausgaben fließen an ausländische Anbieter

Quelle: Handelsverband Österreich und KMU Forschung Austria, E-Commerce-Studie 2026

Fünf Vorüberlegungen.

01	**Ziel**	Neue Kundschaft, mehr Reichweite oder weniger Aufwand im Verkauf?
02	**Zielgruppe**	Wer kauft bei Ihnen, und wo sucht diese Gruppe heute schon?
03	**Produkt**	Lässt es sich online erklären, versenden und zurücknehmen?
04	**Mitbewerb**	Wer verkauft Vergleichbares, zu welchem Preis und mit welchem Service?
05	**Vermarktung**	Woher kommen Ihre ersten 100 Besucher:innen?

Shop und Marktplatz ergänzen sich.

EIGENER SHOP

Ihre Marke, Ihre Kundendaten, Ihre Marge.

- Preise, Auftritt und Sortiment bestimmen Sie
- Reichweite bauen Sie selbst auf
- Technik, Zahlung und Versand liegen bei Ihnen

MARKTPLATZ

Reichweite ab dem ersten Tag, gegen Gebühr.

- Start ohne eigene Shop-Technik
- Gebühren bei jedem Verkauf
- Preisdruck und Abhängigkeit von der Plattform

Unsere Empfehlung: der eigene Shop als Basis, der Marktplatz als zweiter Kanal.

Amazon verdient an jedem Verkauf mit.

39 €

pro Monat im Professional-Tarif, alternativ 0,99 € je verkauftem Artikel

7–15 %

Verkaufsgebühr vom Verkaufspreis, je nach Kategorie

3,42 €

Versand durch Amazon (FBA) für ein Standardpaket bis 400 g, zuzüglich Lagergebühr

RECHENBEISPIEL MIT VERSAND DURCH AMAZON (FBA)

60,00 €	**– 10,00 €**	**– 9,00 €**	**– 3,42 €**	**= 37,58 €**
Verkaufspreis inkl. 20 % USt.	Umsatzsteuer	Verkaufsgebühr 15 %	Versand durch Amazon	für Ware, Werbung und Gewinn

WELCHES SYSTEM PASST ZU MIR?

Drei Wege führen zum eigenen Shop.

MIETSHOP

In wenigen Tagen online.

Hosting, Updates und Sicherheit sind in der Monatsgebühr enthalten. Gestaltung und Schnittstellen haben Grenzen.

Passt, wenn Sie schnell und ohne Technik starten wollen.

SHOPIFY

OPEN SOURCE

Keine Lizenz, volle Freiheit.

Sie brauchen eigenes Hosting und technisches Know-how. Updates und Sicherheit liegen bei Ihnen.

Passt, wenn Sie WordPress kennen oder Technik im Haus haben.

WOOCOMMERCE

SHOPWARE (LIZENZFREI)

MAGENTO OPEN SOURCE

LIZENZ & AGENTUR

Für B2B, ERP und mehrere Länder.

Großer Funktionsumfang, eingerichtet von einem Partner. Dazu kommen Lizenz und laufende Wartung.

Passt, wenn der Shop in Ihre Abläufe eingebunden wird.

SHOPWARE (BEZAHLVERSION)

SHOPIFY PLUS

ADOBE COMMERCE

Diese Systeme sollten Sie kennen.

System	Einstieg im Monat	Passt für	Achten Sie auf
Shopify	ab 25 € bei jährlicher Zahlung, 36 € bei monatlicher	Schneller Start ohne Technik	Gebühren je Zahlung, Apps kosten extra
WooCommerce	Plugin 0 €, Hosting ab 5 €	Bestehende WordPress-Website	Updates und Sicherheit selbst pflegen
Shopware	kostenlose Version 0 €, Bezahlversion ab 600 €	Wachsende Sortimente, B2B	Braucht Entwicklung oder Agentur
Magento	Open Source 0 €, Adobe Commerce ab ca. 1.700 €	Große Sortimente, mehrere Shops und Länder	Hoher Aufwand für Entwicklung und Wartung

Listenpreise 2026 ohne Zahlungsgebühren, Apps und Themes. Die kostenlose Shopware-Version (Community Edition) gilt bis 1 Mio. € Jahresumsatz.

Sechs Kriterien entscheiden die Wahl.

01

Sortiment

Wie viele Produkte, Varianten und Sprachen brauchen Sie?

02

Schnittstellen

Warenwirtschaft, Buchhaltung, Kassa und Versandlabels.

03

Zahlung & Versand

Sind Ihre Wunschanbieter fertig angebunden?

04

Pflege

Wer aktualisiert Produkte, Preise und Software?

05

Recht

Sind Rücktrittsbutton, Cookie-Banner und Rechtstexte vorgesehen?

06

Gesamtkosten

Miete, Gebühren, Apps und Agentur über drei Jahre gerechnet.

WAS KOSTET EIN SHOP WIRKLICH?

Die Kosten hängen am Anspruch.

0–500 €

SELBST GEBAUT

- Mietshop mit fertigem Theme
- Domain, eigene Fotos und Texte
- Ihr Einsatz ist vor allem Zeit

3.000–25.000 €

MIT AGENTUR

- Einfacher Shop: 3.000 bis 8.000 €
- Mit Anpassungen: 8.000 bis 25.000 €
- Einrichtung, Design, Zahlung und Versand

ab 25.000 €

INDIVIDUELL

- Anbindung an Warenwirtschaft und Kassa
- B2B-Preise, mehrere Länder und Sprachen
- Große Projekte: 100.000 € und mehr

Richtwerte für den deutschsprachigen Markt, Stand 2026. Dazu kommen laufende Monatskosten sowie je Bestellung Zahlungsgebühren, Versand und Werbung.

WAS KOSTET EIN SHOP WIRKLICH?

Rechnen Sie eine Bestellung durch.

14,11 €

bleiben von 60 € Warenkorb – vor Shop-Miete, Retouren und Ihrer Arbeitszeit.

Warenkorb inkl. Umsatzsteuer	60,00 €
Umsatzsteuer 20 %	– 10,00 €
Wareneinsatz	– 20,00 €
Zahlungsgebühr PayPal	– 2,39 €
Versand und Verpackung	– 5,50 €
Werbung je Bestellung	– 8,00 €
Deckungsbeitrag	14,11 €

Beispielannahmen. Setzen Sie Ihre eigenen Werte ein.

Zahlarten für den Start.

Karte & Wallet	Kredit- und Debitkarte, Apple Pay und Google Pay
PayPal	Bekannt, schnell und mit Käuferschutz
Rechnung	Kauf auf Rechnung oder in Raten, abgesichert über Klarna
Über das Konto	eps-Überweisung, SEPA-Lastschrift oder Vorkasse

BELIEBT

21 %	Kreditkarte
21 %	PayPal
17 %	Überweisung
12 %	Kauf auf Rechnung
11 %	Apple Pay, Google Pay

Liefern Sie ins Ausland, prüfen Sie je Zielland, was dort üblich ist.

Quelle: Handelsverband Österreich und CRIF, Juni 2026.
Anbinden lassen sich alle Zahlarten über einen Zahlungsdienstleister wie Stripe, Unzer, Mollie oder Shopify Payments.

Rechnen Sie die Zahlungsgebühren ein.

Zahlart	Anbieter im Beispiel	Gebühr je Zahlung
Kredit- und Debitkarte, Wallets	Stripe, Mollie, Unzer	1,5 bis 1,8 % + 0,25 €
Rechnung und Raten	Klarna über Stripe oder Mollie, Unzer	ab 2,99 % + 0,35 €
PayPal	PayPal Checkout	3,4 % + 0,35 €
eps-Überweisung	Stripe, Unzer	1,6 % + 0,25 €
SEPA-Lastschrift	Stripe, Mollie, Unzer	0,35 €
Vorkasse per Überweisung	Eigenes Geschäftskonto	keine Anbietergebühr

Je nach Zahlungsdienstleister, Tarif und Umsatzvolumen können die Gebühren abweichen. Listenpreise für Österreich und Karten aus dem EWR, Stand November 2026.

Beim Recht hilft die Wirtschaftskammer.

Recht im E-Commerce	Rechtsfibel, FAQ zu Rücktrittsbutton, Barrierefreiheit und Produktsicherheit, Webinar zum Erstcheck	wko.at/recht-im-e-commerce
Impressumsservice	Rechtlich gültiges Impressum in wenigen Klicks im Firmen A–Z, dazu Musterimpressum je Rechtsform	firmen.wko.at
Geförderte Rechtsberatung	Website- und Webshop-Check, AGB und Datenschutzerklärung über die Landesgremien des Handels	wko.at/ooe
E-Commerce-Gütezeichen	Shop-Check mit Testkauf, Mustertexte für AGB, Impressum und Datenschutz	guetezeichen.at

Drei Änderungen betreffen jeden Shop.

28.06.2025

BARRIEREFREIHEIT

Shops für Verbraucher:innen müssen barrierefrei bedienbar sein.

Ihr Schritt: Ausnahme für Kleinstunternehmen prüfen – unter 10 Beschäftigte und höchstens 2 Mio. € Umsatz.

20.07.2025

STREITBEILEGUNG

Die EU-Plattform zur Online-Streitbeilegung wurde eingestellt.

Ihr Schritt: den Link darauf aus Impressum und AGB entfernen.

01.10.2026

RÜCKTRITTSBUTTON

Shops für Verbraucher:innen brauchen eine Rücktrittsfunktion mit der Aufschrift „Vertrag widerrufen“.

Ihr Schritt: Funktion im Shopsystem aktivieren. Bei Lieferungen nach Deutschland gilt sie seit 19.06.2026.

Quellen: WKO, Barrierefreiheitsgesetz im E-Commerce und Widerrufsbutton im Webshop (§ 13a FAGG)

Diese Pflichten kommen dazu.

SEIT 02.08.2026	**AI Act**	Chatbots und KI-Kaufberater geben sich als KI zu erkennen, realistisch wirkende KI-Bilder werden gekennzeichnet.
SEIT 27.09.2026	**Greenwashing-Verbot**	Pauschale Umweltaussagen wie „klimaneutral“ oder „umweltfreundlich“ nur noch mit Nachweis.
SEIT 27.09.2026	**Gewährleistungslabel**	Ein einheitlicher EU-Hinweis zeigt die gesetzliche Gewährleistung gut sichtbar im Shop.
AB 01.01.2027	**E-Rechnung im B2B**	Pflicht in Deutschland, zuerst ab 800.000 € Umsatz. Deutsche Geschäftskunden werden sie verlangen.
AB FEB. 2027	**Digitaler Produktpass**	Zuerst für Batterien, danach für Textilien und Elektronik. Produktdaten jetzt strukturiert pflegen.

Orientierung, keine Rechtsberatung. Ob und ab wann eine Pflicht für Ihren Shop gilt, klären Sie mit der WKO.

Drei Schwellen sollten Sie kennen.

KLEINUNTERNEHMEN

55.000 €

Brutto-Jahresumsatz, bis zu dem Sie keine Umsatzsteuer verrechnen.

Dafür entfällt auch der Vorsteuerabzug.

VERSAND IN DIE EU

10.000 €

Netto-Umsatz mit Privaten im EU-Ausland, ab dem die Umsatzsteuer des Ziellandes gilt.

Meldung gesammelt über den EU-OSS in FinanzOnline.

VERPACKUNG

1. Paket

Ab dem ersten Paket an Private lizenzieren Sie die Verpackung bei einem Sammelsystem.

Bis 1.500 kg Haushaltsverpackungen im Jahr genügt eine Pauschale.

Werte für Unternehmen mit Sitz in Österreich. Den Einzelfall klären Ihre Steuerberatung und die WKO.

DIE EMPFEHLUNG

Klein starten, früh messen, gezielt ausbauen.

Klein starten

Ein Mietshop, Ihre 10 bis 20 besten Produkte, wenige Zahlarten.

Früh messen

Besuche, Bestellungen, Warenkorb und Kosten je Bestellung.

Gezielt ausbauen

Marktplatz, Schnittstellen und weitere Länder, sobald die Zahlen stimmen.

IHR FAHRPLAN

In 30 Tagen ist der erste Shop online.

Woche 1

PLANEN

- Zielgruppe und Sortiment festlegen
- Eine Bestellung durchrechnen
- Gewerbe anmelden

Woche 2

AUFSETZEN

- System wählen, Testshop anlegen
- Domain sichern
- Zahlungsanbieter beantragen

Woche 3

BEFÜLLEN

- Produkte, Fotos und Texte einpflegen
- Versand und Verpackung klären
- Rechtstexte einbauen
- Tracking einbauen

Woche 4

TESTEN & STARTEN

- Testkauf samt Rücktritt durchspielen
- Rechts-Check mit den WKO-Services
- Online gehen
- erste Werbung schalten

E-CONOMIX
THE E-BIZ GROUP

Danke für Ihre Aufmerksamkeit.

Ihre Fragen beantworte ich jetzt im Chat.

Melanie Prange, MSc · Geschäftsführerin MSTAGE GmbH
melanie.prange@mstage.at

Vernetzen auf LinkedIn