

Immer mehr Kunden kaufen im Internet. Wie nutze ich die Chancen im Online Vertrieb?

Interaktives Expertengespräch mit Barbara M. Thaler

Donnerstag, 23. Februar 2017

14.00 - 14:45 Uhr

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Interaktiven Expertengesprächs hatten die Möglichkeit über Chat live Fragen zu stellen. Wir haben die Fragen für Sie gesammelt und unsere Expertin hat sie beantwortet.



Die Expertin

Die Online Marketing Expertin MMag. Barbara M. Thaler berät seit 2005 mit der Agentur „Thaler Enterprises“ Unternehmen aus verschiedensten Branchen. Sie kann auf 16 Jahre Erfahrung in der Internet-Branche, speziell in den Bereichen eCommerce, eMarketing und eTourismus zurückgreifen. Barbara Thaler hat Wirtschaftsinformatik am Management Center Innsbruck sowie Politikwissenschaften an der Universität Innsbruck studiert. Sie ist Vizepräsidentin der Wirtschaftskammer Tirol.

1. **Darf ich eine Produktbeschreibung von der Homepage des Herstellers kopieren und bei mir einfügen, wenn ich für diesen Hersteller schon Produkte offline verkaufe?**

Nur wenn Sie explizit die Rechte dafür haben. Auch Texte unterliegen einem Copyright. Eventuell juristische Beratung einholen, kann auch von Ihrem bestehenden Vertrag mit dem Hersteller abhängen. Weitere Auskunft zu konkreten Fragen gerne bei Christina Zwinger <https://www.wko.at/Content.Node/Mitarbeiterkontaktseite.html?rollenid=2475900>

2. **Es gibt immer mehr Plug-Ins für den Onlineshop. Diese sollen alle rechtliche Aspekte absichern. (Bsp.: woocommerce-german-market) Was ist Ihre Meinung zu woocommerce-Plug-Ins?**

WooCommerce ist ein sehr beliebtes Tool, gerade für kleine Onlineshop-Projekte. Ich bin keine Juristin, daher möchte ich Sie zur rechtlichen Abklärung gerne an einen Profi weiterleiten. Nähere Auskünfte bekommen Sie beim Bundesgremium Allgemeiner, Versand- und Internethandel bzw. auch in Ihrer Landeskammer. Christina Zwinger <https://www.wko.at/Content.Node/Mitarbeiterkontaktseite.html?rollenid=2475900>

3. **Gibt es eine offizielle Statistik über Abbruchraten der Zahlungsmittel? Wie lautet da der Trend? Oder gibt es einen guten Artikel/Buch darüber?**

Hier finden Sie ausführliche Informationen zum Thema Abbruchraten <https://ecommerce-leitfaden.de/ecl-v2/141-kapitel-4-zahlen-bitte-einfach-schnell-und-sicher>

4. **Gibt es ein österreichisches oder europäisches Gütesiegel für seriöse Online-Händler?**

<https://www.guetezeichen.at/>

5. Gibt es eine Statistik über die beliebtesten Zahlungsmethoden aus Sicht des Kunden?

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/489751/umfrage/bevorzugte-zahlungsmethoden-bei-online-einkaeufen-in-oesterreich/> Diese Statistik zeigt die Ergebnisse einer Umfrage zu den bevorzugten Zahlungsmethoden bei Online-Einkäufen in Österreich im Jahr 2015. Etwa 31 Prozent der Befragten gaben an, ihre Online-Einkäufe am liebsten via Rechnung zu begleichen.

6. Gibt es eine Übersicht über Marktplätze? oder wie lassen sich diese finden?

<http://bvoh.de/uebersicht-ueber-online-marktplaetze-in-europa/>

7. Gibt es Empfehlungen, welcher Marktplatz sinnvoll ist?

Das lässt sich leider nicht beantworten, ohne nähere Infos über Ihre Produkte und Ihr Geschäftsmodell zu wissen.

8. Gibt es im Food Bereich auch Marktplätze die man in Betracht ziehen kann?

Je nachdem welche Lebensmittel Sie produzieren/verkaufen, könnte evtl. die österreichische Plattform <https://www.myproduct.at/genuss> für Sie interessant sein. Darüber hinaus werden Sie eventuell hier findig:

<http://bvoh.de/uebersicht-ueber-online-marktplaetze-in-europa/>

9. Gibt es Informationen über den Erfolg von Facebook-Shops? Wie wichtig ist dieser Marktplatz für die Zukunft?

Ich kenne nicht viele Händler die Facebook wirklich als „Absatzmarkt“ erfolgreich einsetzen. Als Kommunikationstool durchaus.

10. Guten Tag, muss man für einen Online-Shop einen Gewerbeschein lösen oder besteht die Möglichkeit als Kleinstunternehmer zu einem Job einen Online Shop nebenbei ohne Gewerbeschein zu führen?

Sobald Sie eine Tätigkeit gewerbsmäßig ausüben, d.h. wenn sie Ihre Tätigkeit selbständig, regelmäßig und in Ertragserzielungsabsicht betreiben, brauchen Sie einen Gewerbeschein. Nähere Infos finden Sie hier https://www.wko.at/Content.Node/Service/Wirtschaftsrecht-und-Gewerberecht/Gewerberecht/Gewerberecht-allgemein/Wann_benoetigt_man_eine_Gewerbeberechtigung_.html

11. Nutzen Marketingtricks wie "Nur noch 1 Zimmer verfügbar" "nur noch 5 Stück verfügbar" oder "7 andere TeilnehmerInnen sehen sich gerade diesen Artikel an?"

Instrumente wie „Verknappung“ einzusetzen wird ja schon lange gemacht. Das ist auch im Internet nichts Neues und meiner Meinung nach nichts Verwerfliches. Wichtig ist meiner Meinung nach jedoch nicht zu übertreiben und die Angaben sollten auch tatsächlich stimmen. Aber auch hier gilt, je nach Produkt oder Zielland - kurzes Gespräch mit einem Rechtsprofi.

12. Online-Shop auch für Dienstleistungen anwendbar? Wo sind hier die Grenzen?

Ja, prinzipiell ist ein Onlineshop auch für Dienstleistungen oder digitale Güter anwendbar.

13. PayPal oder Sofortüberweisung?

Warum nicht beides?

14. Soll ich Google Analytics in den Webshop einbauen - der kostet ja auch viel Performance

Ein Statistiktool ist absolut wichtig, also ja - unbedingt einbauen und auch regelmäßige Auswertungen machen.

15. welche alternativen Marktplätze können Sie empfehlen?

Bitte haben Sie Verständnis, dass ich mir mit einer Empfehlung“ etwas schwertue, ohne Infos zu Ihrem Geschäftsmodell und Ihren Produkten. Hier finden Sie eine Übersicht über versch. Marktplätze. <http://bvoh.de/uebersicht-ueber-online-marktplaetze-in-europa/>

16. Welche Gütezeichen sind für Webshops in Österreich ein "must have", welche sind "nice to have"?

Die Frage müsste man eigentlich Länderspezifisch beantworten. Falls Sie z.B. nach Frankreich versenden werden Sie sich eventuell zusätzlich für ein anderes Gütezeichen entscheiden. Für österreichische Kunden käme unter anderem eventuell <https://www.gutezeichen.at/> in Frage. Hier gibt es finanzielle Unterstützung seitens der Wirtschaftskammer - fragen Sie dazu in der Fachgruppe Versand- Internet und allgemeiner Handel in Ihrer Landeskammer nach.

17. Welche Marktplätze sind denn neben Amazon für B2C Produkte überlegenswert?

Bitte haben Sie Verständnis, dass es etwas schwierig ist, diese Frage zu beantworten, ohne nähere Infos zu Ihrem Geschäftsmodell und Ihren Produkten zu haben. Hier finden Sie eine Übersicht über versch. Marktplätze. <http://bvoh.de/uebersicht-ueber-online-marktplaetze-in-europa/>

18. Wie bringe ich meinen Webshop in einen Marktplatz wie Amazon...?

Das hängt davon ab, welche Webshopsoftware Sie verwenden. Für viele gibt es bereits „fertige“ Schnittstellen die zusätzlich in der Webshopsoftware installiert werden um Artikeldaten, Preise, Verfügbarkeiten, Texte, etc. automatisch vom eigenen Webshop in den eigenen Amazon-Shop zu bringen. Fragen Sie am besten Ihren Webshopbetreuer/Programmierer nach solchen Schnittstellen (Extension, Plug-In, etc.)

19. Wie gut schätzen Sie die Chance ein, Lebensmittel (speziell Kekse) über einen Onlineshop zu verkaufen? Geplant ist auch einen Marktplatz in Wien nebenbei zu führen.

Prinzipiell gilt, es gibt kaum etwas, dass man online nicht verkaufen kann ☺ Lebensmittel-Onlinehandel bekommt eine immer stärkere Bedeutung, auch wenn er im Vergleich zu andere Branchen und an absoluten Zahlen gemessen noch eine relativ geringe Bedeutung hat. Der efood Blog <http://www.efood-blog.com/studienanalysen/> hat eine Übersicht über verschiedenste Studien in dem Bereich zusammengefasst.

20. Wie kann ich feststellen welcher Marktplatz für mein Produkt der richtige Marktplatz ist?

Bitte haben Sie Verständnis, dass es etwas schwierig ist, diese Frage zu beantworten, ohne nähere Infos zu Ihrem Geschäftsmodell und Ihren Produkten. Hier finden Sie eine Übersicht über versch. Marktplätze. <http://bvoh.de/uebersicht-ueber-online-marktplaetze-in-europa/>

21. Wieviel Prozent muss man für Werbung rechnen?

Schwierig zu beantworten, ohne Ihr Projekt zu kennen. Ich gehe von einem mittleren Onlineshop-Projekt aus ... budgetieren Sie 10% bis max. 30% Ihres Budgets für Onlinewerbung.

22. Wieviel Werbebudget pro Monat sollte man für einen neuen Onlineshop budgetieren?

Das geht natürlich „von bis“ und lässt sich leider nicht pauschal beantworten.

23. Wo finde ich eingetragenen Markennamen / Bezeichnungen die geschützt sind? Danke für die Info Beste Grüße

<http://seeip.patentamt.at/> und http://www.patentamt.at/Online_Services/

24. Worauf muss ich achten, wenn ich einen reinen B2B-Shop erstellen möchte? Rechtliche Rahmenbedingungen?

Auf rechtliche Rahmenbedingungen sollte man immer achten, egal ob B2C oder B2B. Bei einem B2B Shop haben Sie den Vorteil, dass Sie die Vertragsbedingungen „freier“ vereinbaren können. Auskunft zu konkreten Fragen gerne bei Christina Zwinger
<https://www.wko.at/Content.Node/Mitarbeiterkontaktseite.html?rollenid=2475900>

25. Zum Thema AGB gibt es im Internet Angebote bei denen Rechtsanwaltskanzleien um einen monatlichen Beitrag von ca. 10,- die Wartung der eigenen AGB's übernimmt - sind solche Angebote seriös oder gibt es von der WKO auch so ein Service das man nutzen kann?

Ich kenne mehrere Rechtsanwaltskanzleien die standardisierten Leistungen (wie z.B. Impressum-Check, etc.) online in Paketen ab 10 Euro anbieten und durchaus seriös sind. Eine ausführliche Beratung wird es für 10 Euro allerdings kaum geben können.

26. 10% - 30% Budget - was bedeutet das in Zahlen?

Es tut mir leid, aber ohne nähere Infos ist die Frage schwer zu beantworten.

27. Gibt es auch sinnvolle B2B Marktplätze?

Das ECC des Instituts für Handelsforschung in Köln hat 2016 eine Studie gemacht, worauf es bei B2B Marktplätzen ankommt.
<http://www.ifhkoeln.de/blog/details/b2b-marktplaetze-2016-worauf-es-wirklich-ankommt/>

28. Gibt es Statistiken über den Onlineverkauf für Lebensmittel?

Der efood Blog <http://www.efood-blog.com/studienanalysen/> hat eine Übersicht über verschiedenste Studien in dem Bereich zusammengefasst.

29. Ist Österreich als Markt groß genug oder muss man von vorne herein z.B. Deutschland einbeziehen?

Das hängt natürlich von Ihren Produkten ab, ob Sie in einer Nische arbeiten, etc. Die Nähe zu Deutschland und der Vorteil der gleichen Sprache macht den Markt natürlich absolut interessant und ich würde Deutschland von vorne herein mitbedenken.

30. Kundenbewertungen nach einem Onlineshop sind sehr mühsam zu lukrieren. Gibt es Tipps damit Kunden nach einem Kauf lieber eine Bewertung abgeben?

Bitte Sie Ihre Kunden ganz einfach darum, ihre Erfahrungen zu beschreiben, z.B. mit einem eigenen Email einige Tage nach dem Kauf. Der Prozess zur Abgabe einer Bewertung sollte so einfach (wenig Klickwege) wie möglich gestaltet sein. Belohnen Sie Ihre Kunden für das Schreiben von Bewertungen.

31. Seit 1.1.2016 gilt die gesetzlich verordnete Barrierefreiheit auch für Webportale im Internet!

Ja, richtig. <https://www.wko.at/Content.Node/branchen/k/Barrierefreiheit:-Das-ist-bis-2016-zu-tun.html>

32. Was ist z.B. Ein Marktplatz?

Hier finden Sie eine Übersicht über versch. Marktplätze.
<http://bvoh.de/uebersicht-ueber-online-marktplaetze-in-europa/>

33. Welche Marktplätze sind empfehlenswert?

Bitte haben Sie Verständnis, dass ich mir mit einer Empfehlung“ etwas schwertue, ohne Infos zu Ihrem Geschäftsmodell und Ihren Produkten. Hier finden Sie eine Übersicht über versch. Marktplätze. <http://bvoh.de/uebersicht-ueber-online-marktplaetze-in-europa/>

34. Welche Programme empfehlen Sie für Fraud Prevention?

Eine sehr gute Frage, die wirklich Spezialisten auf dem Gebiet braucht. Daher möchte ich Sie gerne an die Expert Group IT Security der Wirtschaftskammer Österreich verweisen:

<https://www.wko.at/itsecurity>

Infos über Risikomanagement für Onlineshops gibt es auch hier (https://www.ehi-shop.de/image/data/PDF_Leseproben/Studie_Online_Payment2016_Leseprobe.pdf) Seite 13

35. Wie hoch belaufen sich die Provisionen, wenn man bei einem fremden Online Shop seine Produkte anbieten möchte?

Je nach Marktplatz und je nach Produktkategorie liegen die Provisionen meist irgendwo zwischen 4%, 9%, 15%.

36. Mit welchen Programmen gibt es etwaige Erfahrungswerte?

Falls Sie mit „Programmen“ Onlineshop Software meinen ... um nur ein paar zu nennen Shopware, Prestashop, WooCommerce für Wordpress, etc. sind sehr bekannte Onlineshop Software Lösungen, die auch von vielen IT-Dienstleistern verwendet werden und für Standard-Anforderungen gut geeignet sind. Es hängt natürlich immer von Ihren konkreten Bedürfnissen ab. Empfehlen kann ich Ihnen auch, dass Sie sich vorab verschiedene Demoversionen (diese sind meist kostenlos) ansehen.

37. Gibt es einfache Online Shop Tools - wie z.B. WordPress bei Homepages - die man nutzen kann?

Um nur ein paar zu nennen Shopware, Prestashop, WooCommerce für Wordpress, etc.

38. Uns kostet der Versand relativ viel, da wir so wenig Bestellungen bekommen, dass wir keinen besseren "Deal" von der Post bekommen, sind 8-9 Euro für den Versand von Glasflaschen vertretbar?

Es wird Kunden geben, für die das ok ist. Gerade bei Glasflaschen möchten ja auch die Kunden dass alles „heil“ ankommt. Prinzipiell aber liegt der „ist für mich ok“-Versandkosten Preis bei ca. 4 bis 5 Euro.

39. Laut einer Studie vom Handelsverband generieren Bestellungen per Internet 35% Retouren. Wie können Händler das hebeln? (Gunther Oswald www.marktmeinungmensch.at)

Retourenquoten muss man immer etwas genauer betrachten. Die Modebranche hat teilweise sehr hohe Retourenquoten, ich kenne aber auch Onlinehändler die Retourenquoten von 5% bis 7% haben. Tipps für weniger Retouren sind u.a.: Produkte so gut und genau wie möglich beschreiben, mehrere und vor allem aussagekräftige Fotos verwenden, aus der Sicht des Kunden denken und z.B. über FAQ (Frequently Asked Questions) vorab schon Fragen des Kunden beantworten, ...

40. Ist es klug bei einem großen Onlineshop mitzumachen der eine Sammlung aus Kleinhändlern vertritt? (z.B. shop.tirol der von der TT organisiert wird)

Regionale Marktplätze sind vielerorts gerade im Entstehen. Sie sind „einfach“ ein weiterer Marktplatz der Ihnen mehr Reichweite und Kunden oder mehr eCommerce Erfahrung bringt. Idealerweise beides. Also ja, ich würde auch auf regionale Marktplätze setzen!

41. Ist es ratsam für einen regionalen Kleinunternehmer einen eigenen Onlineshop zu haben?

Es ist auf alle Fälle ratsam sich dem Thema Onlinevertrieb zu widmen! Ob die ideale Strategie eher Richtung eigener Onlineshop geht oder in Richtung Marktplatz-Auftritt geht, kann ich ohne nähere Infos leider nicht beantworten.

42. Welche Abbruchrate im Warenkorb (von „in den Warenkorb“ bis „Bestellen“) ist in Onlineshops „normal“?

Konversionskraft.de spricht ab 45% von einer pathologischen Abbruchrate. Laut einer US-Studie brechen durchschnittlich 67,89% aller Nutzer auf dem Warenkorb ab (Basis: 24 unterschiedliche Warenkorbstudien): <https://www.konversionskraft.de/conversion-optimierung/infografik-perfekte-warenkorb.html>

Diese Statistik (ist zwar schon ein bisschen älter) zeigt die Abbruchraten für Deutschland in den bestimmten Stufen des Online Kaufprozesses:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/200253/umfrage/abbruchraten-in-stufen-des-online-kauf-prozesses-im-jahresvergleich/>

Eventuell auch noch interessant:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/12862/umfrage/gruende-fuer-kaufabbruch-beim-online-shopping-2009/>

43. Frau Mag. Thaler hat ein kostenpflichtiges Recherchetool zum Thema „eigener Online-Shop vs. Marketplace“ erwähnt. Ich ersuche um Nachreichung dieses Links.

<https://www.terapeak.de>

Stand: Februar 2017

Alle Angaben erfolgen trotz sorgfältigster Bearbeitung ohne Gewähr.
Eine Haftung der Wirtschaftskammern Österreichs ist ausgeschlossen.

Persönliche Beratung in Ihrer WKO-Landeskammer

Burgenland, Tel. Nr.: 05 90907-3310,
Kärnten, Tel. Nr.: 05 90904-741,
Niederösterreich Tel. Nr.: 02742 851-16500,
Oberösterreich, Tel. Nr.: 05 90909-3540,
Salzburg, Tel. Nr.: (0662) 8888-441,
Steiermark, Tel. Nr.: 0316 601-357,
Tirol, Tel. Nr.: 05 90905-1372,
Vorarlberg, Tel. Nr.: 05522 305-385,
Wien, Tel. Nr.: 01 476 77-5355

WIFI Unternehmensservice

Das WIFI Unternehmensservice der Wirtschaftskammer Österreich hat die Unternehmerin und den Unternehmer im Fokus. Mit Interaktiven Expertengesprächen (Webinare) geht das WIFI Unternehmensservice einen neuen Weg, mit dem Ziel die Unternehmerkompetenzen zu erweitern.

Für weitere Fragen wenden Sie sich bitte an unternehmerservice@wko.at