

von Rechtsanwalt Nicolai Amereller

Facebook startet vollwertige Shopfunktion - Neuerung verspricht sehr großes Potential für Onlinehändler

Facebook hat angekündigt, künftig Händlern eine kostenfreie Online-Shop-Funktion zur Verfügung zu stellen, die dann direkt von der Facebook- oder Instagram-Seite des Händlers aus nutzbar sein soll. Aufgrund der immensen Reichweite Facebooks verspricht diese Neuerung immenses Potential auch für die deutschen Onlinehändler, ihren Absatz zu verbessern. Zudem warten interessante Features auf die künftigen Facebook-Händler. Wir berichten, was Facebook vorhat.

Worum geht es?

Facebook ist aus dem Alltag der meisten internetaffinen Menschen nicht mehr wegzudenken. Es wird von vielen Nutzern inzwischen gar als Kommunikations- und Nachrichtenzentrale genutzt. In der Folge tummeln sich in diesem sozialen Netzwerk Millionen Nutzer mehrere Stunden jeden Tag.

Diesen Umstand macht sich Facebook bereits mit der Schaltung von Werbeanzeigen zu Nutze, wofür die werbenden Unternehmen Milliardenbeträge ausgeben.

Derzeit können auch Onlinehändler bereits von der enormen Reichweite Facebooks profitieren, und ihre Waren über Fanpages und Facebook-Gruppen anbieten. Allerdings ist der Verkauf noch etwas mühsam, da dieser immer im Wege individueller Kommunikation, also per Email, Facebook-Nachricht, Telefon abgewickelt werden muss. Eine Warenkorbfunktion mit Kaufabwicklung gab es bisher dort nicht.

Daneben ist es aktuell auch möglich, bei Facebook auf einen bestehenden, eigenen Onlineshop hinzuweisen und zu verlinken. Doch die Konversionsrate leidet, wenn der Interessent dazu erst Facebook verlassen und auf den Shop des Händlers wechseln muss.

Wie Facebook nun angekündigt hat, soll Facebooknutzern künftig kostenfrei eine vollwertige Onlineshop-Funktionalität für deren Unternehmensseiten bei Facebook angeboten werden. Der neue Shop ist dann nicht nur von der Unternehmensseite bei Facebook aus erreichbar, sondern auch von dem Instagram-Auftritt des Händlers aus.

Händler können die neue Shopfunktionalität quasi zu ihren bestehenden Unternehmensseiten bei Facebook hinzufügen. Mittels Werbeanzeigen und Storie-Funktionen können Kunden gezielt auf die Angebote aufmerksam gemacht werden. Der Kundensupport soll (auch) via Whatsapp, Facebook-Messenger und Instagram Direct laufen.

Darüber hinaus verspricht Facebook, eine Live-Shopping-Funktion zu implementieren. Auf diese Weise werden Händler ihre Produkte bei Facebook im Rahmen von Videos präsentieren können und über in den Videos enthaltene Produktlinks die Interessenten direkt zu den einzelnen Artikelseiten und damit zum Kaufabschluss führen können.

Ebenfalls interessant erscheint die angekündigte Augmented-Reality-Funktion. Kern dieser Funktion ist, dass der Interessent über seine Webcam Fotos und Videos von sich mit den vom Händler angebotenen Waren "garnieren" kann, also etwa Kleidungsstücke oder Accessoires wie Brillen oder Schmuck virtuell ausprobieren kann. Dies baut Hemmungen beim Kauf bisher von vielen Nutzern nur stationär gekaufter Waren ab.

Die neue Funktion richtet sich zunächst an Verkäufer physischer Produkte

Begrüßenswert: Niedrige Einstiegsschwelle für Existenzgründer und Kleinunternehmer

Wer als Händler einen eigenen Onlineshop einrichten möchte, steht oft hohen Kosten für Shopsoftware, Agentur, Webdesigner, Server und Techniker gegenüber. Zudem hat der eigene Onlineshop zu Beginn mit einer nur geringen Reichweite und entsprechend geringen Erlösen zu kämpfen. Weitere Kosten für die Schaltung von Werbeanzeigen sind fast unvermeidlich, soll der Shop erfolgreich anlaufen.

Gerade für Existenzgründer und Kleinsthändler werden diese Kosten schnell unüberschaubar.

Wer dagegen auf Plattformen wie Amazon oder eBay mit dem Onlinehandel starten möchte, der bekommt zwar schnell einen Fuß in die Türe und kann sich bequem die in der Regel bereits ausgereifte technische Infrastruktur der jeweiligen Plattform zu Nutze machen.

Dies erkaufte sich der Händler jedoch damit, dass er (dauerhaft) einen großen Teil seines Kuchens (in vielen Fällen bis zu 20% vom Umsatz) im Wege von Gebühren und Provisionen an den jeweiligen Plattformbetreiber abgeben muss.

Genau hier könnte Facebook sich mit seiner neuen Shopfunktion maßgeblich hervorheben. Davon dürften vor allem Newcomer und Kleinhändler profitieren. Es ist zu erwarten, dass sehr viele "Zweifler", die zwar grundsätzlich am Onlinehandel interessiert waren, bisher auf wegen der Eintrittshürden zurückschreckten dadurch den Schritt in den Ecommerce wagen könnten.

In Deutschland bereits verfügbar?

Als Facebook Ende Mai den Start der neuen Shoppingfunktion verkündete, war die Rede davon, dass Deutschland unter den ersten Ländern sei, in denen die Funktion ausgerollt werden soll.

Dennoch können die meisten deutschen Facebook-Nutzer die neue Funktion in ihren Accounts überhaupt noch nicht aktivieren. Diejenigen, denen die Funktion bereits angeboten wird, berichten über Probleme bei der (notwendigen) Hinterlegung der Bankdaten.

Hier scheint es derzeit nur möglich zu sein, ein Bankkonto in den USA als gültiges Konto zu hinterlegen.

Im Moment scheint es daher so, dass deutsche Händler noch nicht wirklich von der angekündigten neuen Funktion profitieren können.

IT-Recht Kanzlei wird abmahnsichere Rechtstexte zur Verfügung stellen

Die IT-Recht Kanzlei behält die aktuellen Entwicklungen selbstverständlich im Blick und wird - ist die Shop-Funktion in Deutschland umfassend nutzbar - den Händlern selbstverständlich professionelle und abmahnsichere Rechtstexte für den Verkauf über einen eigenen Facebook-Shop zur Verfügung stellen.

Denn: Wer bei Facebook verkaufen möchte, der benötigt "saubere" Rechtstexte: Impressum, AGB mit Kundeninformationen, Datenschutzerklärung und Widerrufsbelehrung sind Pflicht, sollen Abmahnungen vermieden werden.

Bereits jetzt nutzen tausende Onlinehändler die abmahnsicheren Rechtstexte der IT-Recht Kanzlei bei Facebook, etwa für das bloße Betreiben einer Fanpage oder den Verkauf im Wege individueller Kommunikation.

In ersterem Fall sind Impressum und spezielle Datenschutzerklärung für Facebook obligatorisch, die **bereits zu 5,90 Euro** zzgl. MwSt. mtl. genutzt werden können. Soll auch Ware im Wege individueller Kommunikation (sei es über eine Fanpage oder in Facebook-Gruppen) verkauft werden, müssen zudem AGB und Widerrufsbelehrung vorgehalten werden.

Dieses Paket ist bereits ab 9,90 Euro zzgl. MwSt. mtl. verfügbar.

Fazit

Es bleibt spannend!

Die Möglichkeit, einen vollwertigen Onlineshop auf der wohl reichweitenstärksten Plattform vorzuhalten, verspricht viel Potential für Onlinehändler.

Umso mehr, wenn der Shop - wie geplant - grundsätzlich kostenfrei zur Verfügung gestellt wird. Dies bedeutet für die Händler eine erhebliche Kostenersparnis im Vergleich zu den bereits etablierten Plattformen. Dort fallen teils sehr hohe Einstell- und Verkaufsgebühren für die Händler an.

Allerdings hat auch Facebook angedeutet, dass bei einer erfolgreichen Transaktion Kosten für den Händler anfallen. Derzeit klingt es so, als ginge es dabei um die Kosten des Payments. Facebook betont dabei aber, dass es primär um die Deckung eigener Kosten geht.

Damit wird nicht nur die Erschließung neuer Käuferkreise und eine Steigerung der Reichweite für Werbung möglich, sondern auch die Kosten sinken, da eine Verlagerung der Verkäufe von anderen, kostenintensiven Plattformen wie Amazon und eBay einsetzen dürfte.

Da auch geplant ist, die Shopfunktion mit Features wie Live-Shopping-Möglichkeit und einem Augmented-Reality-Feature anzureichern, scheint es Facebook wirklich ernst zu sein.

Damit könnte die neue Shop-Funktion in der Tat zu einem "großen Ding" in der Ecommerce-Landschaft werden. Dies gilt umso mehr, da durch die Kostenfreiheit die Eintrittsbarriere in den Ecommerce auf ein neues, niedriges Level gesetzt wird.

Gerade Newcomer und Kleinsthändler mit eng begrenztem Budget haben so die Möglichkeit, einen eigenen vollwertigen Onlineshop auf einer extrem reichweitenstarken Plattform zu installieren. Erst Recht, wenn der Händler gar nicht weiß, ob bzw. wie sein Produkt "online" ankommt, wird die neue Funktion besonders interessant: Die Investition ist sehr überschaubar.

Damit dürfte die neue Shopfunktion Facebooks so manchen "Amazon-FBA-Plan" schnell alt aussehen lassen.

Die Händler wird es also freuen. Da - bis auf den eigentlichen Einrichtungs- und Bestückungsaufwand und Paymentgebühren bei erfolgreichen Transaktionen - wohl keine Kosten entstehen, dürfte es sich allemal lohnen, die neue Shoppingfunktion einmal auszuprobieren. Es bleibt zu hoffen, dass auch deutsche Facebook-Nutzer bald damit starten können.

Dabei sollten gewerbliche Nutzer aber keinesfalls vergessen, von Anfang an **abmahnsichere Rechtstexte**

vorzuhalten. Denn gerade wenn es um den Launch neuer Plattformen geht, stehen abmahnfreudige Mitbewerber und Abmahnverbände gerne in den Startlöchern.

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt