

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

Gastbeitrag von easybill: Was den Einstieg in den Online-Handel attraktiv macht

Alles begann Mitte der 1990er Jahre mit der Gründung von Amazon und eBay. Erstmals war es möglich mit einer Shop-Software Produkte über das Internet zu verkaufen. Die fortschreitende Digitalisierung hat der Welt des Onlinehandels weitere Türen geöffnet. Noch heute fällt es allerdings einigen Händlern schwer, in den Onlinehandel einzusteigen. Und doch kann es sich durchaus lohnen seine Produkte über das Internet per E-Commerce zu vertreiben. Umso mehr, weil dieser Markt zu einer harten Konkurrenz für den stationären Handel geworden ist. Was den Online-Handel aktuell so attraktiv macht, zeigt unser Partner easybill im folgenden Gastbeitrag.

Deutlicher Aufwärtstrend für Mobile-Shopping

Laut einer [Studie von Bitkom](#) kaufen in Deutschland 97 Prozent der Verbraucher, die über einen Internetzugang verfügen, im Onlinehandel ein. Inzwischen kauft jeder Zweite, also 50 Prozent, über sein Smartphone ein. Bei den 14- bis 29-Jährigen sind es sogar 78 Prozent. Wie sehr diese Art des Shopping im Trend liegt und wie die Entwicklung fortschreitet, kann man daran erkennen, dass im Jahr 2016 lediglich 39 Prozent diesen Kanal genutzt haben. Vor allem aber bei der älteren Generation steigt die Akzeptanz des Mobile-Shopping. Waren es in 2016 noch 20 Prozent der 50- bis 64-Jährigen und 6 Prozent der Über-65-Jährigen, so sind es mittlerweile 29 Prozent, beziehungsweise 11 Prozent.

Auswirkungen der Corona-Krise

Die Corona-Krise zeigte deutlich, dass Händler, die über den Onlinehandel vertreiben, im Vorteil sind. Aktuell sind die Zahlen etwas rückläufig. Dies ergab eine [Studie des IFH Köln](#), das im Rahmen des „Corona Consumer Check“ bevölkerungsrepräsentativ das Stimmungsbild zum Konsumverhalten in der deutschen Gesellschaft analysiert. Jedoch hat das vermehrte Onlineshopping in der Krise zu einer Imageverbesserung der Anbieter im Netz geführt. Die Kundenbindung an Onlineanbieter hat sich in den letzten Monaten positiv weiterentwickelt. Vor allem ist dies bei der jüngeren Zielgruppe zu sehen.

Warum kauft eine hohe Anzahl von Kunden über das Internet?

Wer heute diesen Trend nicht verfolgt und seine Produkte weiterhin nur auf dem traditionellen Weg verkauft, wird also auf Dauer wahrscheinlich nicht mithalten können. Man wird seine Kunden an die Konkurrenz verlieren.

“

Wir erleben immer deutlicher einen Paradigmenwechsel im Handel. Jahrzehntlang hat dieser versucht, den Kunden dahingehend zu erziehen, ihm zu folgen – bis hin in die großen Einkaufstempel vor der Stadt und die Outlet-Center. Nun dreht der Kunde den Spieß um und entscheidet selber, wann und wie er sich informiert und einkauft,

”

sagt Oliver Prothmann, Präsident des Bundesverbandes Onlinehandel (BVOH).

Welche Vorteile aber bietet der Onlinehandel für den Kunden?

Flexibilität

Jeder kann immer und von überall aus seine Waren bestellen. Das passt in den heutigen Alltag umso besser, da so gut wie jeder ein Smartphone besitzt und rund um die Uhr online ist. Hinzu kommt die Unabhängigkeit von Öffnungszeiten. Für die ländliche Bevölkerung ist es interessanter, im Internet einzukaufen, da die Möglichkeiten des Einkaufens vor Ort oft begrenzt sind.

Transparenz

Durch die Bewertungssysteme, in denen Kunden ihre Meinung zu der Produktqualität abgeben können, werden immer mehr E-Commerce-Shops gelistet. Auf diese Weise kann der Kunde die Qualität unterschiedlicher Produkte vergleichen.

Information

Gut gemachte Online-Shops bieten dem Kunden nützliche Produktbeschreibungen, die er sich in Ruhe auf dem Sofa oder im Café durchlesen kann. Seine Kaufentscheidungen kann er dadurch ohne Zeitdruck und gut informiert selbstständig treffen.

Größere Auswahl

Das Internet erhöht die Anzahl von Produkten und Auswahlmöglichkeiten, so dass der Kunde aus einer Vielzahl von Angeboten auswählen kann.

Zeitersparnis

Heute bestellt, morgen geliefert. E-Commerce-Handel punktet mit Schnelligkeit bei der Lieferung und der Kunde spart Zeit beim Einkaufsprozess. Lange Schlangen an den Kassen, Stau auf dem Weg in die Stadt, überfüllte Läden, vor allem an Wochenenden oder nach Feierabend – dies alles ist Schnee von gestern.

Rabatte

Für 31 Prozent der Internetnutzer sind zusätzliche Rabatte oder Bonusprogramme wichtig, die im Onlinehandel oftmals angeboten werden. Vor allem bei den sogenannten "Smart Natives" (in die digitale Welt geborene Jugendliche zwischen 20-25 Jahren) sind Bonusprogramme sehr beliebt.

Multichannel-Vertrieb durch Onlinehandel

Eine gute Mischung aus unterschiedlichen Absatzmärkten scheint Trumpf zu sein. Ein Unternehmen, das seinen Kunden sowohl stationären Handel, als auch E-Commerce anbietet, erreicht durch diesen Multichannel-Vertrieb eine höhere Anzahl von Kunden.

Viele Firmen nutzen heutzutage die Möglichkeit, zwar weiterhin stationären Handel zu betreiben, aber ergänzend Waren über das Internet anzubieten – sei uns nun über ihre eigenen Shops oder andere Marktplätze im Internet wie beispielsweise Amazon, Zalando oder eBay.

Marktplätze wie Amazon oder eBay machen inzwischen die Hälfte des Gesamtumsatzes im Onlinehandel aus.

Die Vorteile von Marktplätzen im E-Commerce

Als Onlinehändler kann man von der Bekanntheit und Reichweite der Marktplätze profitieren. Vor allem Nischenshops können so ihre Produkte in größerer Breite verkaufen. Die Bekanntheit der Marke wird gefördert, da man als Onlinehändler von der Marke des Marktplatzes selbst profitiert.

Das erhöhte Verkaufstreiben auf den bekannten Marktplätzen kann genutzt werden, um eine höhere Reichweite zu bekommen.

Der Zugriff auf eine internationale Kundschaft wird verbessert, da die großen Marktplätze weltweit aktiv und bekannt sind.

Die Vorteile des eigenen Webshops

Der Absatz über bekannte Marktplätze kostet Geld und muss bei der Preiskalkulation berücksichtigt werden. Die Konkurrenz kann hoch sein und der Druck zu entsprechenden Preisminderungen führen, die dem Händler nicht immer guttun.

Ein eigener Webshop ermöglicht eine langfristige Kundenbindung. Durch eigene Bonusprogramme können Händler ihre Kunden zielgruppengerecht ansprechen und dementsprechend langfristig Kundenbeziehungen stärken. Auch bleiben das Unternehmen und dessen Marke dem Kunden eher im Gedächtnis.

Die Gestaltungsfreiheit der eigenen Website bietet die Möglichkeit, sich im Onlineshop besser zu präsentieren. Hier können Fotos oder Videos eingebunden und so der eigene Markenauftritt individuell gestaltet werden.

Zudem bietet ein eigener Webshop ein Höchstmaß an Unabhängigkeit. Änderungen der Verkaufsrichtlinien oder eine Erhöhung der Verkaufsprovision durch den Plattformbetreiber können Verkaufsprozesse oder die interne Preispolitik stark beeinflussen. Ein eigener Webshop hat dieses Problem nicht. Im eigenen Webshop können spezielle Produkte angemessen präsentiert werden, die günstigen Fixkosten bringen Wettbewerbsvorteile und die eigene Marke kann einen erhöhten Wiedererkennungswert erzielen.

easybill unterstützt die Anbindung von zahlreichen Marktplätzen und Onlineshops wie [Amazon](#), [eBay](#), [WooCommerce](#) usw. Sie nutzen verschiedene Plattformen und würden Ihre Kunden daher ganz individuell oder gemäß der Onlineshop-Richtlinien ansprechen? Sie verkaufen unterschiedliche Marken an Produkten und möchten daher auch verschiedene [Layouts](#) in den Rechnungen nutzen? [Mit easybill können Sie ganz individuelle Abläufe für Ihren E-Commerce-Handel abbilden.](#)

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt