

Digitaler Marktplatz

Der Weg zum erfolgreichen Webshop

Eine erfolgreiche Onlinepräsenz ist für Unternehmen unverzichtbar geworden. Sie ergänzt den stationären Handel und hat das Potenzial, neue Kundinnen und Kunden anzusprechen. Immer öfter stellt sich dabei die Frage nach einem eigenen Webshop. Doch wie gehen Sie den Aufbau richtig an? Worauf ist besonders zu achten?

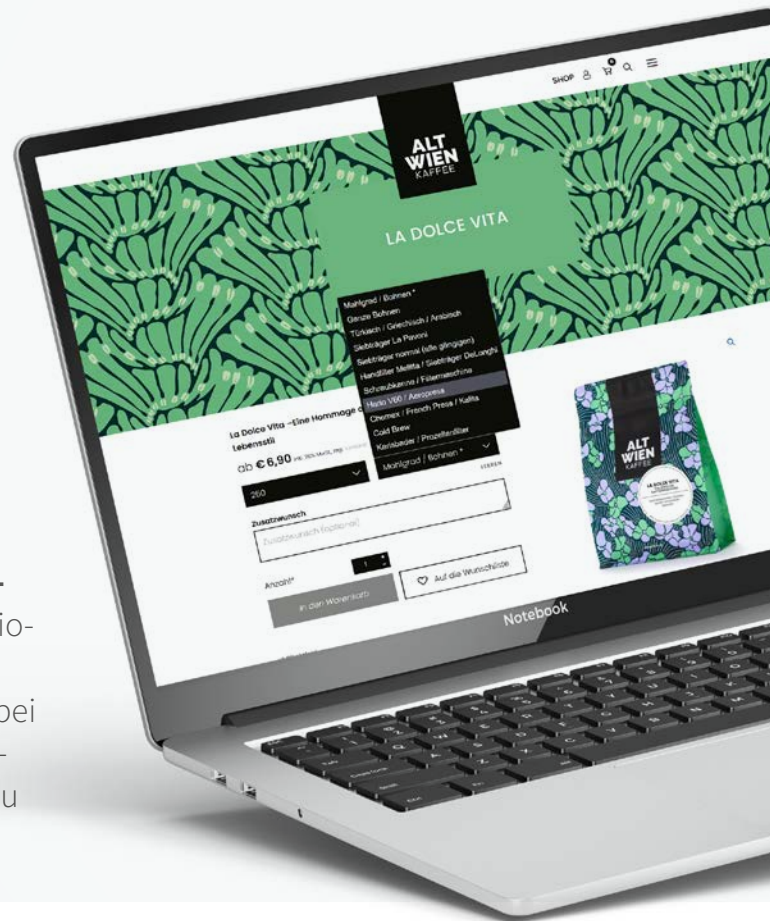


Foto © Daniel Shaked

Dr. Philipp Pfaller
LIMESODA

Mühlweg 16/2
3100 St. Pölten
051740-0
office@limesoda.com
www.limesoda.com



Über den QR-Code finden Sie frei verfügbar weiterführende Informationen und Checklisten für Ihr Webshop-Projekt!

Der Aufbau eines erfolgreichen Webshops erfordert eine sorgfältige Planung und die Berücksichtigung zahlreicher Faktoren. Jedes Detail spielt eine Rolle. Hier sind neun wesentliche Punkte, die Ihnen helfen, das Projekt erfolgreich anzugehen.

1. Der erste Schritt: Planung und Zielsetzung

Bevor Sie einen Webshop starten, ist eine sorgfältige Planung essenziell. Fragen Sie sich, was Sie mit Ihrem Webshop erreichen wollen: Soll er den stationären Handel ergänzen oder als eigenständiger Vertriebskanal dienen? Dies bedeutet gravierende Unterschiede für die Sortiments- und Preispolitik. Schließlich sprechen Sie im zweiten Fall eine viel größere Zielgruppe an, haben aber viel mehr Konkurrenz.

Überlegen Sie sich Ihre Positionierung, arbeiten Sie mit Ihren Stärken. Haben Sie eine größere Auswahl? Sind Sie stärker spezialisiert? Bieten Sie Dinge, die es sonst nirgends gibt? Gelingt es Ihnen, die Produkte vollständiger und besser zu präsentieren als andere? Schaffen Sie es, Ihre Beratungskompetenz im Webshop abzubilden? Beispielsweise durch eine perfekte Suche, interaktive Einkaufsberaterinnen und -berater oder wertvolle Beratungsinhalte?

Können Sie entweder sehr attraktive Preise bieten oder Produkte attraktiv bündeln, um weniger vergleichbar zu sein?

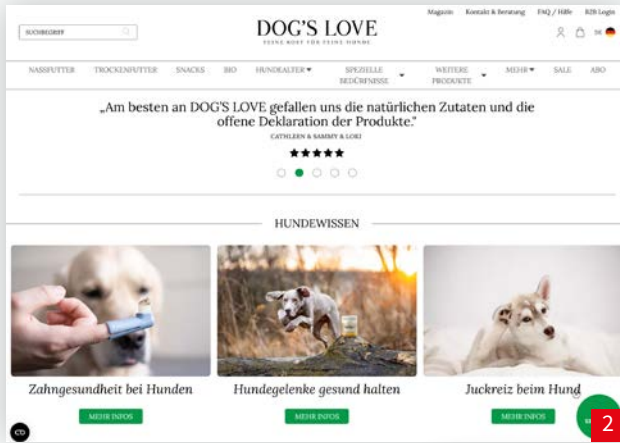
2. Woran Sie vorab denken sollten

Die Erstellung und der Betrieb eines erfolgreichen Webshops laufen nicht nebeneinander. Sie brauchen personelle Ressourcen und müssen Ihre Hausaufgaben im Bereich der Digitalisierung gemacht haben. Alle Produktinformationen müssen in marketingtauglicher Form zentral und digital verfügbar sein. Dazu zählen auch Preise und Lagerbestände.

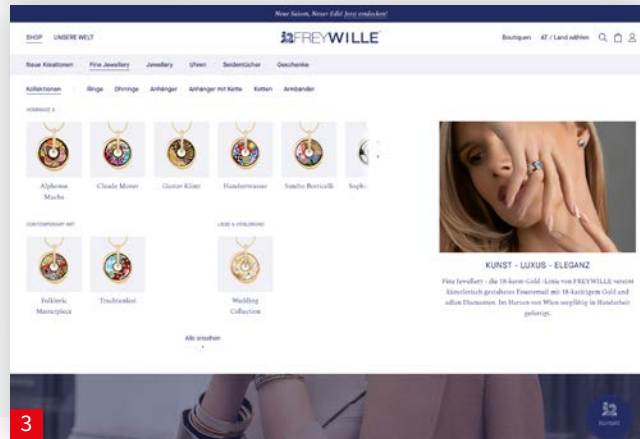
Natürlich gibt es im E-Commerce einige rechtliche Aspekte zu beachten, besonders bei Verbrauchergeschäften. Beraterinnen und Berater helfen hier unkompliziert weiter. Gleich zu Beginn sollten Sie sich Gedanken darüber machen, wie Kundinnen und Kunden den Shop später finden werden. In der Regel sollten sie etwa 50 Prozent des Budgets für das spätere Onlinemarketing via Suchmaschinen, E-Mail oder andere Kanäle reservieren.

3. Produkte professionell darstellen

Ein entscheidender Punkt ist die Produktpräsentation. Kundinnen und Kunden können das Produkt nicht anfassen



“ Jedes Detail spielt eine Rolle – sorgfältige Planung und die Berücksichtigung zahlreicher Faktoren sind entscheidend.



1: Alt Wien: Zehn unterschiedliche Mahlgrade als Alleinstellungsmerkmal auf www.altwien.at

2: Dog's Love: Rezensionen und weiterführende Beratungsartikel auf der Startseite von www.dogslove.com

3: Freywille: übersichtliche Navigation, die Information und Emotion vereint, auf www.freywille.com

oder ausprobieren, deshalb muss die Darstellung so detailliert und ansprechend wie möglich sein. Dies reduziert zudem Retouren. Hochwertige Fotos und präzise Beschreibungen sind das A und O. Nutzen Sie mehrere Bilder aus verschiedenen Perspektiven, um das Produkt zu präsentieren. Im Buchhandel können dies beispielsweise Innenansichten sein, im Modebereich sollte die Passform besonders hervorgehoben werden. Bilder und Videos sind der beste Weg, um Emotionen zu transportieren. Was in unserem Hirn keine Emotion auslöst, dem schenken wir kaum Aufmerksamkeit. Neue Technologien wie Augmented Reality eröffnen beispielsweise im Möbelhandel Möglichkeiten, mit viel Effekt zu punkten.

4. Anforderungen an das Design des Webshops

Das Design Ihres Webshops sollte ansprechend und nutzerfreundlich sein. Gutes Design erhöht das Vertrauen und damit die Kaufwahrscheinlichkeit. Im Vordergrund stehen die Produkte. Denken Sie dabei immer an Ihre Zielgruppe: Ein Weinhandel braucht ein anderes Design als ein Spielwarengeschäft. Jedes gute Design hat eine klare Menüstruktur, eine intuitive Navigation und ein Layout, das sich an mobile Geräte anpasst.

5. Die Rolle von authentischem Inhalt

Der Inhalt Ihres Webshops – sowohl textlich als auch visuell – muss authentisch und informativ sein. Achten Sie neben Produktbeschreibungen auf weitere Inhalte, die Kundinnen und Kunden Mehrwert bieten. Im Weinhandel könnten das beispielsweise Informationen zu den Weingütern und den Winzerinnen und Winzern sein. Storytelling ist hier ein Schlagwort: Erzählen Sie Geschichten rund um Ihre Produkte, die die Emotionen Ihrer Kundinnen und Kunden ansprechen. Bilder sollten immer professionell und in hoher Qualität sein. Vermeiden Sie unscharfe oder zu kleine Fotos, denn diese wirken unprofessionell und mindern das Vertrauen in den Shop. Erstellen Sie Seiten mit Beratungsinhalt.

Worauf kommt es bei der Einrichtung eines Wohnzimmers an? Welche Tipps haben wir im Papierhandel für den Schulanfang? Welche Bücher empfehlen Sie als Urlaubslektüre? „Shop the Look“ hilft beim Zusammenstellen ganzer Outfits.

6. Der Kaufprozess: Was ist für Kundinnen und Kunden entscheidend?

Der Kaufprozess sollte so einfach und reibungslos wie möglich gestaltet sein. Wichtige Faktoren sind:

- **Transparenz:** Kundinnen und Kunden müssen jederzeit wissen, wie hoch die Kosten sind, welche Versandmethoden angeboten werden und wann mit der Lieferung zu rechnen ist.
- **Bezahlmethoden:** Bieten Sie mehrere gängige Zahlungsmethoden an. Neben Kreditkarte und PayPal sollte die Möglichkeit zur Zahlung per Überweisung oder auf Rechnung bestehen.
- **Vertrauen:** Kundinnen und Kunden müssen sich sicher fühlen. SSL-Verschlüsselung und sichere Bezahlmethoden sind hier entscheidend. Platzen Sie Vertrauenssymbole wie Gütesiegel oder Bewertungen gut sichtbar auf der Seite. Weiters müssen Kundinnen und Kunden das Gefühl haben, dass ihnen bei Problemen geholfen wird und sie die Ware gegebenenfalls einfach zurückgeben können.

7. Kundenservice: Der direkte Draht zur Kundin und zum Kunden

Bieten Sie klare Kontaktmöglichkeiten an. Telefon, E-Mail, Kontaktformular oder auch WhatsApp. Viele Kundinnen und Kunden schätzen es, wenn sie über einen Live-Chat direkt Fragen stellen können. Schnelle Antwortzeiten sind hier besonders wichtig.

8. Der stationäre Handel im digitalen Zeitalter

Für Unternehmen, die primär stationär tätig sind, kann der Webshop eine sinnvolle Ergänzung sein. Eine beliebte Möglichkeit ist ein „Click-and-Collect“-System: Kundinnen und Kunden bestellen online und holen die Ware vor Ort ab. Das spart Versandkosten, lockt gleichzeitig mehr Menschen in Ihr Geschäft und bietet so die Möglichkeit für zusätzliche Verkäufe. Bei großem Sortiment und wenig Platz im Geschäft kann ein Display mit Touchscreen eine Möglichkeit sein, zusätzlich den Webshop zu durchsuchen, im Möbelhandel z. B. kann ein QR-Code bei einem Produkt den Abruf ergänzender Informationen ermöglichen.

9. Barrierefreiheit und rechtliche Rahmenbedingungen

Im E-Commerce sind viele rechtliche Rahmenbedingungen zu berücksichtigen – von Impressumspflicht und Datenschutz über Transparenzvorgaben der Verbraucherrechtlichrichtlinie und EU-Produktsicherheitsverordnung bis hin zur Barrierefreiheit. Letztere ermöglicht es Menschen mit Beeinträchtigungen (z. B. Sehbehinderung oder geringe Deutschkenntnisse), den

Webshop zu verwenden. Das bereits veröffentlichte Barrierefreiheitsgesetz (BaFG) schreibt entsprechende Maßnahmen für alle Webshops ab 28. Juni 2025 vor. Ausgenommen sind nur Kleinstunternehmen, die weniger als zehn Personen beschäftigen und entweder einen Jahresumsatz von höchstens zwei Millionen Euro erzielen oder deren Jahresbilanzsumme sich auf höchstens zwei Millionen Euro beläuft. Da die Maßnahmen für die Barrierefreiheit ebenfalls der Suchmaschinenoptimierung dienen, zahlt sich deren Beachtung jedenfalls aus.

Zu den Maßnahmen für Webshops zählen beispielhaft:

- Möglichkeit der Verwendung einer Vorlesefunktion sowie die Bedienbarkeit des Webshops über die Tastatur
- Ausreichend Kontraste und die Möglichkeit, bei Darstellungen im Vordergrund den Kontrast zu erhöhen, damit sie von Menschen mit Sehschwäche erkannt werden können
- Informationsbereitstellung über die Funktionsweise der Dienstleistung über mehr als einen sensorischen Kanal, also neben Schrift z. B. Vorlesefunktion

- einfache Darstellung, leicht verständliche Texte, ausreichend große Schriftarten etc.
- Kontaktdaten für Hilfe (Help Desks, Call Centers etc.)

Der Einstieg in den Onlinehandel ist eine lohnende Herausforderung für KMU. Wichtig sind eine gründliche Planung, ein ansprechendes Design und eine einfache, kundenfreundliche Handhabung. Mit hochwertigen Inhalten und einem reibungslosen Kaufprozess schaffen Sie Vertrauen und können sowohl neue Kundinnen und Kunden gewinnen als auch Bestandskundinnen und -kunden langfristig binden. Mit der richtigen Mischung aus Planung, Design und Kundenservice kann Ihr Webshop zu einer Erfolgsgeschichte werden. Es gäbe noch viel zu sagen!

➔ **LIMESODA** bietet E-Commerce-Projekte, Websites, Apps sowie Social-Media und Onlinemarketing an. Das Unternehmen besteht seit über 20 Jahren an drei Standorten – St. Pölten, Wien und Linz – mit über 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.



E-Commerce: Leitfaden zur rechtskonformen Grundpreisauszeichnung im Onlineshop

Die transparente Auszeichnung von Preisen ist nicht nur ausschlaggebend für die Kaufentscheidung der Kundinnen und Kunden, sondern auch für einen fairen Wettbewerb unerlässlich. Das Preisauszeichnungsgesetz (PrAG) legt fest, wie Preise gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern angegeben werden müssen. Um es den Kundinnen und Kunden zu ermöglichen, trotz unterschiedlicher Verpackungsgrößen und Füllmengen Preise zu vergleichen, schreibt das Gesetz eine Pflicht zur Grundpreisauszeichnung vor (§§ 10a ff PrAG). Im Leitfaden finden Sie Antworten auf häufig gestellte Fragen mit hilfreichen Beispielen.

t1p.de/6kf62