eBay – professionell verkaufen.
Das Verkäuferhandbuch für den weltweiten Online-Marktplatz.

Professionell verkaufen leicht gemacht

eBay gibt Ihnen mit diesem Handbuch zum professionellen Verkaufen viele Tipps für Ihre Umsatzsteigerung.

Als weltweiter Online-Marktplatz bietet eBay Ihnen eine enorm hohe Reichweite im Hinblick auf potenzielle Käufer. Denn mit weltweit 125 Millionen registrierten Mitgliedern ist die Chance, den passenden Käufer für Ihren Artikel zu finden, sehr hoch.

Ebenso profitieren Sie von zahlreichen Vorteilen gegenüber dem herkömmlichen Handel. So haben Ihre Kunden die Möglichkeit, sich zu jeder Tages- und Nachtzeit durch Ihre Angebote zu klicken, und müssen sich weder an Ladenöffnungszeiten halten noch sind sie regionsgebunden.

eBay möchte Ihnen deswegen mit diesem Handbuch viele Tipps an die Hand geben, die Ihnen dabei helfen, Artikel einfach und schnell professionell bei eBay zu verkaufen.

Sie lernen in diesem Handbuch Verkäufertools kennen, die eBay selbst sowie zahlreiche Drittanbieter entwickeln, um Ihre Verkaufsaktivitäten zu optimieren. Diese unterstützen Sie sowohl beim erfolgreichen Verkauf Ihrer Ware als auch bei der späteren Zahlungs- und Versandabwicklung für In- und Ausland – und das sicher und schnell.

Des Weiteren werden Sie hier detailliert über die Eröffnung Ihres eigenen eBay Shops informiert, von dem Sie gleich mehrfach profitieren können. Neben einer individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnittenen Gestaltung mit hohem Wiedererkennungswert können Sie dort Ihre Artikel sogar dauerhaft anbieten und sparen dadurch bares Geld.

Erfahren Sie ebenso, wie Sie sich als Verkäufer sowie Ihre Angebote auf dem Online-Marktplatz eBay Gewinn bringend vermarkten.

Nutzen Sie unsere Tipps für den professionellen Online-Handel Ihrer Artikel bei eBay und freuen Sie sich auf ein hohes Umsatzplus.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim professionellen Verkaufen!

Ihr eBay-Team

Inhalt

1 Marktplatz eBay 06

1.1 Historie 07

1.2 Die Presse über eBay 08

1.3 eBay als Vertriebskanal 09
- Überblick 09
- Produkteinführung und Promotions 09
- Neue Produkte 09
- Restposten, Überhangware und Retouren 09
- Gebrauchte Güter 09
- eBay begleitet den kompletten Produktlebenszyklus 09

1.4 Angebotsformate bei eBay 10
- Auktion und Auktion mit Sofort-Kaufen-Option 10
- Festpreisangebot (Sofort-Kaufen) 10
- Sofort & Neu 10
- Shop-Artikel 10
- Anzeigenformat für Immobilien 10

1.5 Anmeldung bei eBay 11

1.6 Die eBay-Gebühren 12
- Angebotsgebühr 12
- Verkaufsprovision 12
- Gebühren für Zusatzoptionen 13

1.7 eBay-AGB und -Grundsätze 14

1.8 Mein eBay 15
- Verwaltung der Handelsaktivitäten und der Mitgliedsdaten 16

1.9 Sicherheit bei eBay 16
- Überblick 16
- Geprüftes Mitglied 16
- Käuferschutz 16
- PayPal-Käuferschutz 16
- Vorgehensweise bei ausbleibender Bezahlung 17
- Schutz der Mitgliedsdaten 17
- Treuhandservice 18

1.10 Symbole bei eBay 19

2 Der Verkaufsprozess 20
- Überblick 20

2.1 Marktbeobachtung 21
- Überblick 21
- Marktbeobachtung mit einfachen Mitteln 22
- Andale Research 23

2.2 Beschaffung 25

2.3 Verkaufsstrategie 26
- Die richtige Kategorie 26
- Die Angebotsformate bei eBay 27
- Auffallen mit Zusatzoptionen 28
- Artikelbezeichnung und Artikelbeschreibung 30
- Startzeit und Angebotsdauer 31
- Startpreis 31

2.4 Verkaufsvorbereitung 32
- Der Turbo Lister 32
- Verkaufsmanager und Verkaufsmanager Pro 33
- Weitere Tools und Lösungen 35
- Suche nach Verkäufertools 35
- Problemlose Anbindung an eigene Lösungen per API 35

2.5 Verkaufsphase 36
- Kommunikation mit dem Kunden 36
- Bearbeitung von Angeboten während der Laufzeit 37

2.6 Verkaufsabwicklung 38
- Überblick
- Zahlungsmethoden 39
- Versand und Versandservice 40
- Treuhandservice 41
- Verkaufsmanager und Verkaufsmanager Pro 42
- Bewertungen 43
- Umgang mit negativen Bewertungen 44
- Käuferverwaltung 44
- Drittanbieter-Tools für die Abwicklung 45
- Versandservice und Outsourcing 46

2.7 Auswertung 47
- Überblick 47
- Zählerauswertung 47
- Analyse und Report mit dem Verkaufsmanager Pro 48
- Traffic Reports bei eBay Shops 49
- Analysen mit externen Tools 49

3 Tipps und Infos zum professionellen Handel 50

3.1 Weltweit handeln 50
- Weltweit Kundschaft erschließen 50
- Marktforschung weltweit 51
- Sprache, Währung und Zeitzonen 51
- eBay-Funktionen für den internationalen Handel 51

3.2 Das PowerSeller-Programm 52

3.3 eBay Shops 53
- Überblick 53
- Shop-Formate 53
- Einrichtung, Gestaltung und Verwaltung der eBay Shops 54
- Cross-Promotions 55
- Traffic Reports für die tief greifende Analyse 55

3.4 Verkaufsagenten-Programm 56

3.5 Rechtliche Grundlagen des gewerblichen Handelns 57

3.6 Eigene AGB regeln den Geschäftsbetrieb und vermeiden Probleme 58

4 Verkäufermarketing – Marketing in eigener Sache 60
- Überblick 60
- Wahl des richtigen Mitgliedsnamens 60
- Corporate Design 61
- Das Bewertungsprofil als Visitenkarte 62
- Geprüftes Mitglied 62
- PowerSeller-Logo als Gütesiegel 62
- Mich-Seite 62
- Kundenbindung durch Service 62
- Schnelle Lieferung garantiert zufriedene Kunden 63
- Kunden bewerten 63

4.1 Werbung 64
- Überblick 64
- Werbetool 64

4.2 Angebote professionell beschreiben und gestalten 65
- Artikelbezeichnung 65
- Artikelbeschreibung 65
- Katalogdaten nutzen 66
- Artikelmerkmale 66
- Zusatzoption „Sofort & Neu“ 66
- Gestaltung der Artikelbeschreibung 67
- Design im Eigenbau 67
- Artikelfoto 68
- So machen Sie gute Fotos 68
- Bilder online stellen 69
- Zusatzoptionen für Ihre Fotos nutzen 70

Stichwortregister 72

Links zum Thema „Verkaufen“ 74

1 Marktplatz eBay

„Bei eBay kann man fast alles verkaufen!“

Vieles, auch Verrücktes, wechselt täglich auf dem weltweiten Online-Marktplatz den Besitzer. Als Profiverkäufer legen Sie aber sicher nicht unbedingt Wert darauf, einfach nur „alles“ zu verkaufen, sondern dies möglichst erfolgreich zu tun.

Und der Erfolg, von dem wir hier sprechen, bedeutet nichts anderes, als den höchstmöglichen Gewinn zu erzielen!

Die folgenden 74 Seiten sollen Ihnen als Überblick über die verschiedenen Aspekte und Herausforderungen des professionellen Verkaufens bei eBay dienen. Sie finden hier zahlreiche Informationen: von den Grundlagen und den wichtigen Rahmenbedingungen über die Details und Feinheiten bis hin zu wertvollen Tipps.

Der weltweite Online-Marktplatz

International wie auch hierzulande ist der weltweite Online-Marktplatz eBay zu einer der reichweitenstärksten E-Commerce-Sites geworden.

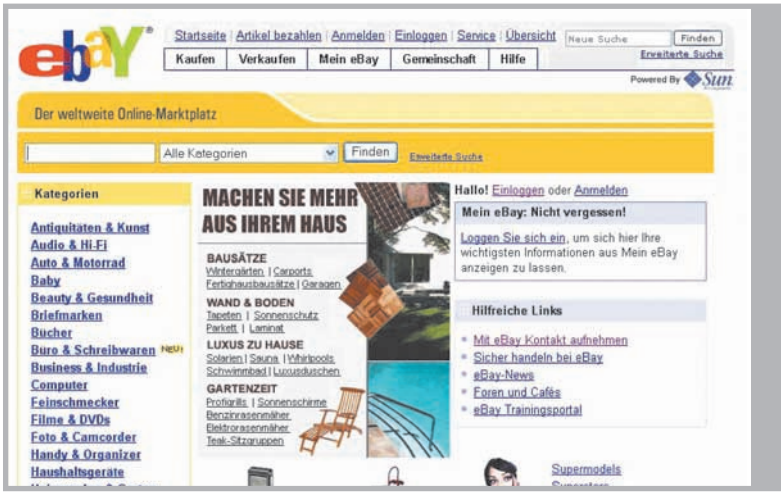
Weltweit werden bei eBay ständig rund 50 Millionen Artikel angeboten. Das reicht vom privaten Dachbodenfund bis zum umfangreichen Vollsortiment gewerblicher Verkäufer und von Kleinigkeiten für wenige Euro bis zu hochpreisigen Wirtschafts- und Luxusgütern.

eBay stellt seinen Mitgliedern den Marktplatz zur Verfügung, auf dem jeder Waren anbieten und kaufen kann.

Zusätzlich kann beispielsweise das Online-Zahlungssystem von PayPal genutzt werden, einem eBay-Tochterunternehmen. Ebenso kann auch direkt über die eBay-Website ein Versanddienstleister mit dem Transport der Ware beauftragt werden. Der eigentliche Kaufvertrag kommt dabei aber immer zwischen den beiden Mitgliedern zustande, die den Handel abschließen.

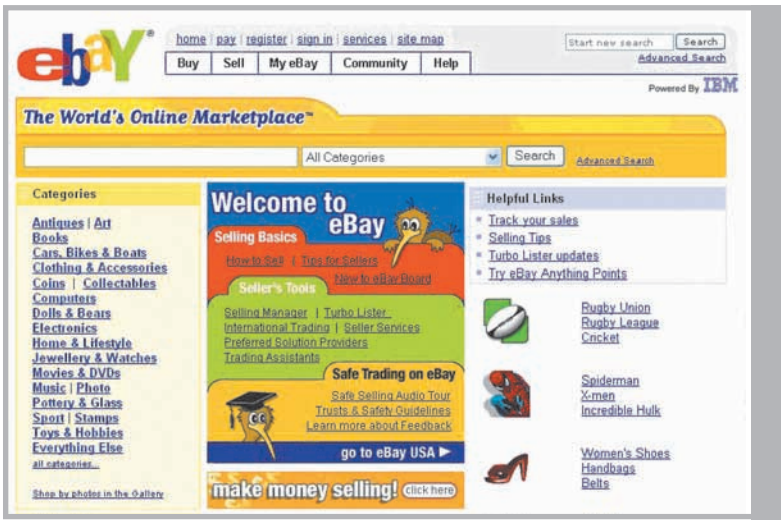
Die Struktur des weltweiten Online-Marktplatzes

eBay, der weltweite Online-Marktplatz, ist auf 33 internationalen Märkten (Stand: April 2005) vertreten. Wenn Sie sich bei eBay Deutschland anmelden, können Sie sofort weltweit kaufen und verkaufen. Ob Sie Waren bei eBay Singapur (**www.ebay.com.sg/home**) einkaufen oder bei eBay USA (**www.ebay.com**) verkaufen wollen, all das geht mit einer Mitgliedschaft bei eBay Deutschland.



eBay-Marktplätze gibt es nicht nur in Deutschland ...

... sondern auch in Asien ...



... und den USA und vielen anderen Ländern.

1.1 Historie

Im Herbst 1995 setzt Pierre Omidyar in den USA seine Idee eines Online-Marktplatzes in die Tat um und entwickelt eine Plattform, auf der Menschen einfach und effizient miteinander Handel treiben können. Am ersten Montag im September 1995 – dem Labor Day – findet die allererste eBay-Auktion statt.

Schon im Februar 1996 wird das Bewertungssystem eingeführt, das bis heute das Rückgrat für sicheres Handeln bei eBay ist. Im Mai des gleichen Jahres gründet Pierre Omidyar offiziell das Unternehmen eBay und 12 Monate später wird bereits die 1.000.000. Auktion eingestellt. Im September 1998 geht eBay an die Börse, der Ausgabepreis der Nasdaq-notierten Aktien beträgt 18 US-Dollar.

Im März 1999 geht die deutsche Auktionsplattform alando online, die von Marc, Oliver und Alexander Samwer, Jörg Rheinboldt, Karel Dörner und Max Finger entwickelt wurde. Schon im Juni des gleichen Jahres fusioniert alando mit eBay, womit der deutsche eBay-Marktplatz entsteht, der bis heute der zweitwichtigste Marktplatz nach eBay USA ist. Noch im Oktober 1999 treibt eBay die Internationalisierung weiter voran, indem in Australien, Kanada und Großbritannien eigene Online-Marktplätze gegründet werden.

Im Dezember verzeichnet eBay bereits 10 Millionen angemeldete Mitglieder. Im April 2000 startet mit eBay Motors der Online-Marktplatz für Fahrzeuge und Fahrzeugzubehör. Im Oktober 2000 geht eBay Frankreich online. Im März wird bei eBay der fünfhundertmillionste Artikel zum Verkauf angeboten. Kurz darauf wird die Option „Sofort-Kaufen“ sowie zum ersten Mal das reine Festpreisformat international eingeführt.

Mit den amerikanischen „eBay Stores“ ermöglicht das Unternehmen seinen Mitgliedern ab Juni 2001, einen eigenen permanenten Shop auf dem Online-Marktplatz einzurichten. In Deutschland gibt es die „eBay Shops“ seit Oktober 2001.

Zunehmend nutzen auch gewerbliche Anbieter den Online-Marktplatz für den Absatz von Waren. Auf diese Klientel ist das PowerSeller-Programm zugeschnitten. Im März 2002 erschließt eBay über eine Beteiligung an EachNet, Betreiber der führenden Auktionsplattform in China, den asiatischen Markt.

Mit PayPal übernimmt eBay im Oktober den Anbieter eines weltweiten Online-Zahlungssystems, das auch in die Kaufabwicklung von eBay integriert wird und so das Bezahlen von Artikeln deutlich vereinfacht. Im Dezember 2002 werden auf dem deutschen eBay-Marktplatz erstmals Waren im Wert von über 1 Milliarde US-Dollar gehandelt.

Im April 2003 ermittelt Nielsen//NetRatings, dass erstmals mehr als die Hälfte aller deutschen Internetnutzer den deutschen eBay-Marktplatz besuchen. Weltweit hat eBay zu diesem Zeitpunkt bereits 68,8 Millionen angemeldete Mitglieder. Im Juli erfolgt die vollständige Übernahme von EachNet.

27. September 2003, die erste deutsche „eBay Live!“ findet statt und lockt zahlreiche eBay-Fans ins Tempodrom nach Berlin, um dort Erfahrungen auszutauschen, an Workshops teilzunehmen und gemeinsam zu feiern.

Im Oktober läuft unter dem Motto „3... 2... 1... meins! eBay“ erstmals eine eBay-TV-Werbekampagne in Deutschland an.

Im November bescheinigt Nielsen//NetRatings, dass eBay eine der reichweitenstärksten Internetsites in Deutschland ist und über 50 % aller Internetnutzer hierzulande erreicht.

Im Januar 2004 gehen die überarbeiteten und im Funktionsumfang deutlich erweiterten eBay Shops online. So können 20 individuelle Kategorien erstellt werden, um im eBay Shop das eigene Warenportfolio optimal abzubilden.

Im April 2004 startet die neue Kategorie „Immobilien“, in der Grundstücke, Häuser und andere Immobilien im Anzeigenformat angeboten werden können.

Im gleichen Monat wird die deutsche Autohandelsplattform mobile.de von eBay übernommen.

Seit Mai informiert www.selberhandeln.de Existenzgründer über die Möglichkeiten des Internethandels. Das Informationsportal wird von der Initiative TeamArbeit betrieben, die von eBay bei der Erstellung maßgeblich unterstützt wurde.

Seit dem 22. Juni 2004 ist PayPal vollständig bei eBay.de integriert und nutzbar.

Im April 2005 verzeichnet eBay weltweit 147 Millionen angemeldete Mitglieder.

1.2 **Die Presse über eBay**

Eine große Bewegung

eBay begeistert fast alle namhaften Medien. Mehrfach zierte das eBay-Logo die großen Publikumszeitschriften. Auch dadurch steigt das eBay-Fieber in Deutschland.

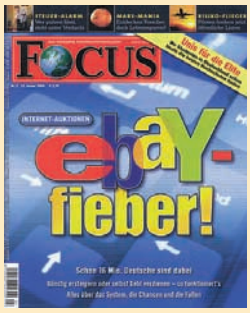
tomorrow, Januar 2004
„eBay 2004 – mehr Mitglieder, mehr Produkte, höherer Umsatz“

Handelsblatt Nr. 79
vom 24.04.2003, Seite 9
„Internet-Geschäfte – eBay schlägt alles“

Frankfurter Allgemeine, 18.08.2003
„Mehr als 10.000 Menschen verdienen ihren Lebensunterhalt bei eBay“

Stern 23/2003
„eBay – Deutschlands größter Marktplatz“

Spiegel online, 22.01.2004
„eBay wächst weiterhin explosionsartig“



1.3 eBay als Vertriebskanal

Überblick

Mit eBay erschließen Sie einen ebenso umfangreichen wie reichweitenstarken Vertriebskanal, denn in Deutschland warten 11,4 Millionen* potenzielle Kunden auf Ihre Angebote. Da Sie bei eBay auch weltweit verkaufen können, haben Sie Zugang zu Online-Marktplätzen in anderen Ländern und Kontinenten. Ob Sie eBay zum Abverkauf von Restposten und Überhangware nutzen, als Ergänzung zum stationären Einzelhandel etablieren oder zum eigenständigen Vertriebskanal mit einem vielschichtigen Sortiment ausbauen wollen, der weltweite Online-Marktplatz eignet sich für jede Strategie.

Nebenbei sei erwähnt, dass eBay natürlich auch auf der Beschaffungsseite ein enormes Potenzial bietet.

Etablierte Kaufleute, die neben klassischen Absatzmärkten auch das Internet als Vertriebsweg erschließen und eine Multichannel-Strategie ausbauen wollen, erhalten über eBay ebenso einen deutlich leichteren Zugang zu einer Vielzahl von Märkten und Kunden wie auch Existenzgründer, die in den gewerblichen Handel einsteigen wollen. Gerade in der Gründungsphase profitiert ein junges Unternehmen zudem davon, dass eBay ausschließlich transaktionsbasierte Kosten verursacht und somit viel günstiger ist als beispielsweise die Eröffnung eines kostenintensiven Ladenlokals, das zudem nur eine regional begrenzte Reichweite bietet. Über eBay können Sie im Prinzip alles verkaufen.

Die eBay-Kategorienstruktur gliedert unzählige Produkte, aber auch Dienstleistungen, in sinnvolle Sparten und Segmente, in denen Käufer schnell und zielsicher die gewünschten Waren finden können. Das reicht von „A“ wie „Antiquitäten & Kunst“ bis zu „Z“ wie „Zahnpflege“.

Wenn Sie als Händler profunde Produkt- und Marktkenntnisse mitbringen, werden Sie umso schneller bei eBay Fuß fassen und Ihr Sortiment erfolgreich verkaufen. Doch die hohe Transparenz des Online-Marktplatzes liefert auch zahlreiche Informationen, so dass die Absatzchancen und deren Entwicklung jederzeit leicht zu recherchieren sind. Verschiedenste Produktarten eignen sich für den Vertrieb über eBay.

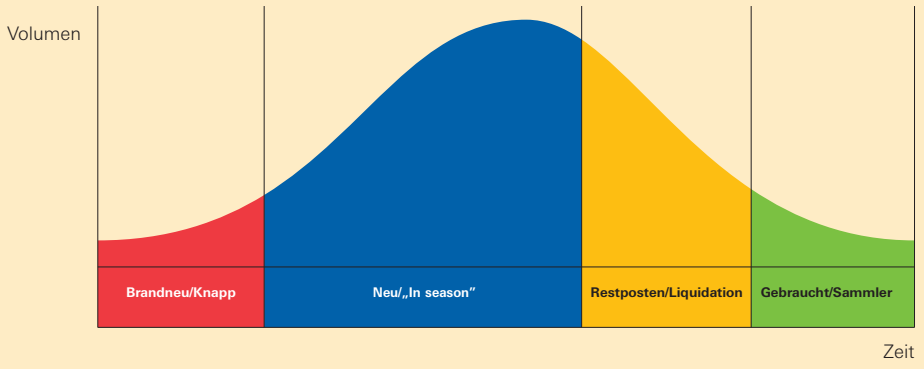
Produkteinführung und Promotions

Begehrte Neuprodukte, Produktneueinführungen, aber auch Relaunches von Produkten sind auf dem weltweiten Online-Marktplatz gut platziert. eBay begünstigt Produktneueinführungen durch die bereits genannten hohen Mitglieder- und Nutzungszahlen und sorgt somit schnell für hohe Bekanntheit und Marktpenetration.

Neue Produkte

Die Nachfrage nach neuen Produkten ist auf dem weltweiten Online-Marktplatz sehr hoch. Das zieht gleichzeitig eine große Einkaufsmenge nach sich, die sich wiederum positiv auf den Preisvorteil auswirkt.

Unterschiedliche Optionen im Produktlebenszyklus



Restposten, Überhangware und Retouren

eBay eignet sich hervorragend für den Verkauf von Restposten und Überhangware. Ob die Vorjahreskollektion rausmuss oder für eine Lagerauflösung ein höchstmöglicher Erlös angestrebt wird, über eBay lassen sich zum Teil deutlich höhere Stückerlöse erzielen als über herkömmliche Liquidationskanäle. Ein weiterer Vorteil ist, dass durch die Nutzung von eBay beim Verkauf von Restposten kein Kannibalisierungseffekt entsteht. So kann beispielsweise der Einzelhandel vor Ort die Neuware anbieten, ohne dass das Abstoßen der Altbestände hier hinderlich wirkt.

Gebrauchte Güter

Ob es um Gebrauchtwaren geht, um abgeschriebene Güter oder auch um Rückläufe aus Leasingverträgen, der Verkauf solcher Waren über eBay geschieht mit hoher Wertschöpfung. Zudem können über eBay sogar Dinge veräußert werden, die ansonsten nur noch buchhalterisch liquidiert werden könnten oder sogar kostenpflichtig entsorgt werden müssten.

eBay begleitet den kompletten Produktlebenszyklus

eBay eignet sich in verschiedenen Phasen eines Produktlebenszyklus als ergänzender oder schwerpunktmäßiger Absatzweg. Sowohl am Beginn bei der Neueinführung eines Produktes als auch am Ende, wenn Restposten und Rückläufer überwiegen, ist eBay ein effektiver Vertriebsweg.

In der Einführungs- und Wachstumsphase unterstützt eBay als paralleler Vertriebskanal gängige und etablierte Kanäle. Und in der Sättigungs- und Nachzüglerphase bringt der schwerpunktmäßige Vertrieb über den weltweiten Online-Marktplatz höhere Erlöse als herkömmliche Liquidationskanäle.

* Stand: Oktober 2004, Mitgliederanzahl eBay Deutschland.

1.4 Angebotsformate bei eBay

Bei eBay können Sie vier verschiedene Angebotsformate nutzen, um Ihre Artikel anzubieten. Der eBay-Klassiker ist die Auktion, das neuste Format ist die Immobilienanzeige.

Auktion und Auktion mit Sofort-Kaufen-Option

Beim Angebotsformat „Auktion“ wird ein Startpreis festgelegt, mit dem Interessenten mit dem Bieten auf den Artikel beginnen können. Der Kaufvertrag kommt mit demjenigen zustande, der am Ende der Laufzeit der Auktion das höchste Gebot abgegeben hat. Wenn Sie die Auktion mit der Sofort-Kaufen-Option verbinden, kann ein Interessent den Artikel zum angegebenen Sofort-Kaufen-Preis direkt erwerben, solange noch kein Gebot abgegeben wurde. Nach dem ersten Gebot erlischt die Sofort-Kaufen-Option und das Angebot läuft als Auktion weiter. Das Auktionsformat bietet den Vorteil, dass hierüber bei Produkten mit hoher Nachfrage höhere Stückpreise erzielt werden können.

Festpreisangebot (Sofort-Kaufen)

Hier wird Ihre Ware ausschließlich für einen von Ihnen festgelegten Preis verkauft. Der Artikel wird über die gewählte Laufzeit bei eBay angeboten, bis ihn ein Interessent zum Sofort-Kaufen-Preis erwirbt. Das Festpreisangebot bietet eine hohe Preis- und Margensicherheit. Für den Kunden bietet es den Vorteil, dass dieser den angebotenen Artikel sofort erwerben kann und nicht bis zu 10 Tage auf das Auktionsende warten muss. Das erhöht die Umschlaggeschwindigkeit enorm.

Sofort & Neu

„Sofort & Neu“ ist eine Zusatzoption, die Sie immer dann nutzen können, wenn Sie Neuware zum Sofortkauf anbieten. Sie müssen außerdem „14-Tage-Geld-zurück“ anbieten und die Versandkosten angeben, um die „Sofort & Neu”-Option nutzen zu können. Bitte beachten Sie: Da „Sofort & Neu“ eine Ergänzung zum Sofort-Kaufen-Format ist, müssen Sie mindestens 10 Bewertungspunkte haben oder „Geprüftes Mitglied” sein, um diese Option auswählen zu können. Die Nutzung von „Sofort & Neu“ ist kostenlos.

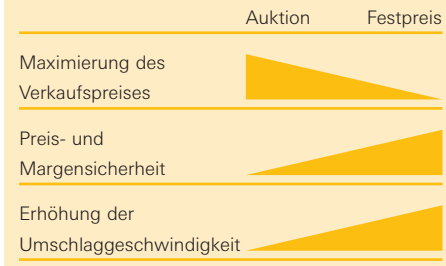
Shop-Artikel

Einen Shop-Artikel bieten Sie – anders als Auktionen und Festpreisangebote – in Ihrem eigenen eBay Shop an. Hier gelten längere Laufzeiten, nämlich 30 Tage, 90 Tage oder sogar bis auf Widerruf. Mit dem Format „Shop-Artikel“ können Sie Ware zu deutlich günstigeren Angebotsgebühren anbieten und durch die lange Laufzeit eine permanente Präsenz bei eBay erreichen.

Anzeigenformat für Immobilien

Mit diesem Format können Sie eBay nutzen, um eine Immobilienanzeige zu veröffentlichen. Der direkte Verkauf einer Immobilie über die anderen Angebotsformate von eBay ist aufgrund des deutschen Immobilienrechts nicht möglich.

Vor- und Nachteile bei Auktionen und Festpreisangeboten

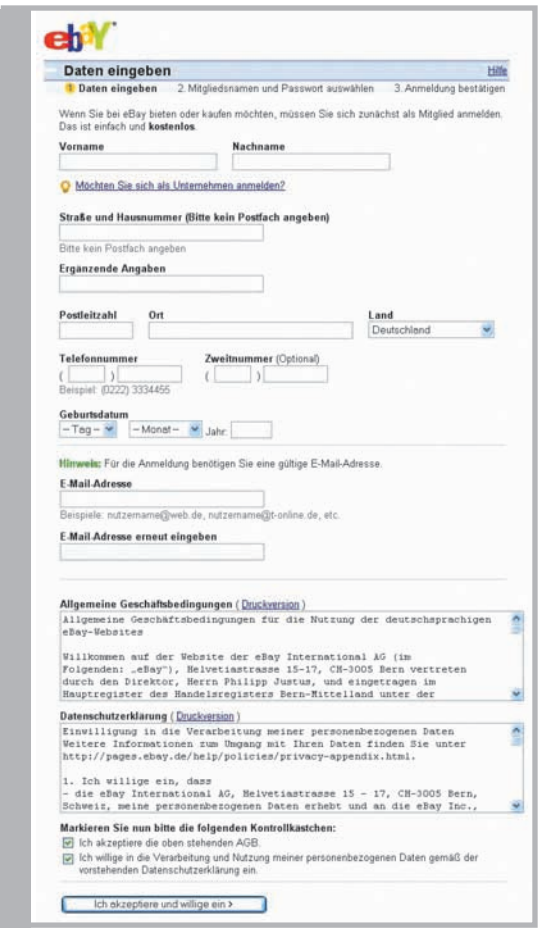


1.5 **Anmeldung bei eBay**

Mitglied bei eBay zu werden ist einfach, denn die Anmeldung geschieht schnell und unkompliziert. Auf der Startseite gelangt man über den Link „Anmelden“ direkt zum Anmeldeformular. Privatpersonen tragen ihre persönlichen Daten ein, während Unternehmen ein gesondertes Formular zur Verfügung steht. Dieses unterscheidet sich lediglich dadurch, dass neben einem vertretungsberechtigten Ansprechpartner auch der Firmenname anzugeben ist.

Schritt 1:

Machen Sie alle nötigen Angaben. Bevor Sie auf „Weiter“ klicken, müssen Sie noch angeben, ob Sie kaufen und verkaufen oder vorerst nur kaufen wollen. Akzeptieren Sie die allgemeinen Geschäftsbedingungen und die Datenschutzerklärung.



Schritt 1

Schritt 2:

Wenn Sie bei der Anmeldung für Unternehmen zuvor angegeben haben, dass Sie kaufen und verkaufen wollen, erhalten Sie auf dem Postweg einen Brief mit einem Bestätigungscode für Ihre Mitgliedschaft. Sollten Sie sich entschieden haben, vorerst nur zu kaufen, bekommen Sie, wenn Sie eine nicht anonyme E-Mail-Adresse, wie z. B. von T-Online, verwenden, den Bestätigungscode auch per E-Mail zugesandt.

Wenn Sie sich als Privatperson bei eBay anmelden, prüft eBay bei einer anonymen E-Mail-Adresse, wie z. B. einer von gmx.de, Ihre Adressdaten über die SCHUFA. Eine Kreditwürdigkeitsüberprüfung findet jedoch nicht statt. Sollte diese Prüfung fehlschlagen, bekommen Sie den Bestätigungscode per Post zugeschickt.

Schritt 3:

Über den Postweg wird Ihre Anschrift quasi automatisch verifiziert.

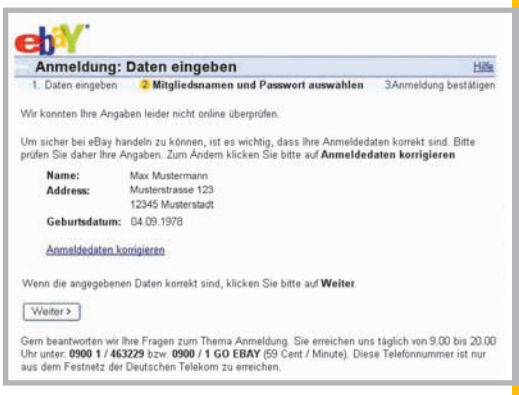
Schritt 4:

Unter bestimmten Umständen können Sie von eBay Nettorechnungen für Ihre Gebühren erhalten. Dazu müssen Sie Ihre Umsatzsteuer-Identifikationsnummer hinterlegen.

Mehr zum Thema Nettorechnungen finden Sie hier:
www.ebay.de/help/account/vat-business.html

So einfach läuft die Anmeldung bei eBay ab. Um als Verkäufer bei eBay Artikel anbieten zu können, müssen Sie lediglich dem Lastschriftverfahren zustimmen oder die Bezahlung der eBay-Gebühren per Kreditkarte zulassen.

Schritt 2



Schritt 3

Schritt 4

1.6 Die eBay-Gebühren

Die Mitgliedschaft bei eBay ist kostenlos. Es fallen lediglich transaktionsgebundene Kosten für den Verkauf an. Die Gebühren für das Verkaufen gliedern sich dabei in drei Gruppen:

- Zunächst wird eine Angebotsgebühr, die sich nach dem gewählten Startpreis richtet, fällig.
- eBay stellt Ihnen zahlreiche Zusatzoptionen zur Verfügung, die Sie gegen eine Gebühr für Ihre Angebote nutzen können.
- Eine weitere Gebühr ist die Verkaufsprovision, die sich nach dem erzielten Verkaufspreis richtet und lediglich dann anfällt, wenn der Artikel auch verkauft wurde.

Dieses Preismodell hat folgende Vorteile:

- Es ist transaktionsgebunden. Es fallen keine Mitglieder- oder Grundgebühren an.
- Sie zahlen nur die tatsächliche Leistung: Konnte Ihr Artikel nicht verkauft werden, fällt keine Verkaufsprovision an. Sie zahlen lediglich für Zusatzoptionen, die Sie auch tatsächlich nutzen.

Ausnahmen gelten allerdings für den Bereich eBay Motors (bei Verkauf von Fahrzeugen), die Immobilienanzeigen und Shop-Artikel.

Eine stets aktuelle Übersicht über die Gebühren bei eBay finden Sie unter:
www.ebay.de/help/sell/fees.html

Gebühren für die eBay Shops finden Sie unter:
www.ebay.de/help/stores/store-fees.html

Gebühren für die Kategorien Auto & Motorrad finden Sie unter:
http://pages.ebay.de/help/sell/motorfees.html

Bitte beachten Sie, dass sich alle hier aufgeführten Gebühren inklusive der gesetzlichen Mehrwertsteuer von 16 % verstehen.

Angebotsgebühr*

Die Angebotsgebühr staffelt sich nach dem Startpreis, zu dem Sie einen Artikel anbieten:

Startpreis	Angebotsgebühr
EUR 1,00 – EUR 1,99	**EUR 0,25**
EUR 2,00 – EUR 9,99	**EUR 0,45**
EUR 10,00 – EUR 24,99	**EUR 0,80**
EUR 25,00 – EUR 99,99	**EUR 1,60**
EUR 100,00 – EUR 249,99	**EUR 3,20**
EUR 250,00 und höher	**EUR 4,80**
Angebote, die den Abschluss eines Mobilfunkvertrags beinhalten	**EUR 9,95**

Verkaufsprovision*

Die Verkaufsprovision richtet sich gestaffelt nach dem Preis, den Ihr Artikel beim Verkauf erzielt:

Verkaufspreis	Verkaufsprovision
EUR 1,00 – EUR 50,00	**5,0 %** des Verkaufspreises
EUR 50,01 – EUR 500,00	**EUR 2,50** zzgl. 4,0 % des Preises über EUR 50,01
EUR 500,01 – EUR 2000,00	**EUR 20,50** zzgl. 2,0 % des Preises über EUR 500,01
EUR 2000,01 und höher	**EUR 50,50**

Angebotsgebühr bei: eBay Motors*

Angebotsgebühren für die Artikel Automobile, spezielle Fahrzeuge, Boote, Flugzeuge und Motorräder.

Angebotsformat	Einzelner Artikel	Mehrere Artikel
Auktion	**EUR 10,00**	**EUR 10,00** multipliziert mit der Anzahl der eingestellten Fahrzeuge
Festpreisartikel	**EUR 10,00**	**EUR 10,00** multipliziert mit der Anzahl der eingestellten Fahrzeuge

Verkaufsprovision bei: eBay Motors*

Kategorie	Einzelner Artikel	Mehrere Artikel
Automobile, Spezielle Fahrzeuge, Boote und Flugzeuge	**EUR 40,00**	Die anfallende Verkaufsprovision wird mit der Anzahl der verkauften Fahrzeuge multipliziert.
Motorräder	**EUR 20,00**	Die anfallende Verkaufsprovision wird mit der Anzahl der verkauften Fahrzeuge multipliziert.

* Stand: Juni 2005.

Gebühren für Zusatzoptionen*

Mit zahlreichen Zusatzoptionen können die Angebote bei eBay auffällig gestaltet und prominent platziert werden. Neben dem umfangreichen Bilderservice ermöglichen weitere Zusatzoptionen beispielsweise die Nutzung von Fettschrift in der Artikelliste, aber auch die Platzierung des Angebotes auf der eBay-Startseite.
Für die Nutzung der verschiedenen Zusatzoptionen fallen folgende Gebühren an:

Funktion	Beschreibung	Gebühr
Galerie	Ihr Artikelfoto erscheint als Vorschaubild in den Artikellisten und in der Galerie.	**EUR 0,75**
XXL-Foto	Ihre Artikelfotos werden in einer Größe von bis zu 800 x 600 Pixel angezeigt.	**EUR 0,75**
Dia-Show	Es können mehrere Artikelfotos hintereinander angezeigt werden.	**EUR 0,75**
Bilderpaket	Das Bilderpaket beinhaltet die Zusatzoption Galerie, bis zu 12 Artikelfotos und die Anzeige im XXL-Format.	**EUR 1,50** bis 6 Artikelfotos oder **EUR 2,10** bis 12 Artikelfotos
Fettschrift	Ihr Angebot wird in den Artikellisten in Fettschrift angezeigt.	**EUR 0,85**
Untertitel	Fügen Sie einen aussagekräftigen Untertitel mit weiteren Informationen hinzu.	**EUR 0,50**
Highlight	Ihr Angebot wird in den Artikellisten mit einem farbigen Hintergrund unterlegt.	**EUR 1,50**
Rahmen	Ihr Angebot wird in den Artikellisten mit einer farbigen Umrandung versehen.	**EUR 1,25**
Top-Angebot in Kategorie und Suche	Ihr Angebot erscheint in den Artikellisten prominent oberhalb der anderen Angebote.	**EUR 12,95** (einzelner Artikel) oder **EUR 17,95** (mehrere Artikel)
Top-Angebot in der Galerie	Ihr Artikel wird nicht nur in die Galerie aufgenommen, er wird außerdem am oberen Rand der Galerie großformatig als Top-Angebot präsentiert. Normale Bildgröße: 96 x 96 Bildpunkte. Bilder im Top-Galerie-Format: 140 x 140 Bildpunkte.	**EUR 12,95**
Top-Angebot auf der Startseite	Ihr Angebot rotiert mit anderen Angeboten auf der eBay-Startseite und erscheint auf der Sonderseite Top-Angebote.	**EUR 79,95** (einzelner Artikel) oder **EUR 179,95** (mehrere Artikel)

*Stand: Juni 2005. Diese Gebühren gelten für Zusatzoptionen im eBay Auktions- und Festpreisformat. Für eBay Shops, Fahrzeuge und Immobilien gelten gesonderte Gebühren.

Funktion	Beschreibung	Gebühr
Startzeitplanung	Sie können den Startzeitpunkt Ihres Artikels bis zu 3 Wochen im Voraus festlegen. Bei Abonnement von Verkaufsmanager Pro:	**EUR 0,10** **EUR 0,00**
Angebotsvorlagen	Sie können das Design Ihrer Artikelseite gestalten, indem Sie ein Thema und ein Layout auswählen. Bei Abonnement von Verkaufsmanager Pro:	**EUR 0,20** **EUR 0,00**
Einstellen in zwei Kategorien	Mit dieser Option können Sie Ihren Artikel in zwei Kategorien einstellen. Angebotsgebühr und eventuelle Gebühren für Zusatzoptionen werden verdoppelt (Ausnahme: Gebühr für „Top-Angebot auf der Startseite" und „Startzeitplanung"). **Hinweis:** In den Kategorien „Automobile", „Motorräder", „Boote", „Spezielle Fahrzeuge" und „Flugzeuge" können Sie Ihren Artikel lediglich in zwei der jeweils darunter liegenden Kategorien anbieten (z. B. in „PKW" und „Oldtimer").	
Mindestpreis	Die Zusatzoption „Mindestpreis" ermöglicht Ihnen, einen Artikel nicht unter einem bestimmten Preis zu verkaufen. Die Höhe des Mindestpreises ist für den Käufer nicht sichtbar. **Hinweis:** Die Option Mindestpreis ist bei eBay in Deutschland und Österreich derzeit nur in den folgenden Kategorien verfügbar: Automobile, Spezielle Fahrzeuge, Boote, Flugzeuge und in der Kategorie eBay Business	
Sofort-Kaufen-Option	Wählen Sie bei einem als Auktion eingestellten Artikel zusätzlich den Sofort-Kaufen-Preis. Zu diesem Preis kann ein Interessent den Artikel direkt kaufen. Sobald jedoch ein erstes Gebot für diesen Artikel abgegeben wurde, verschwindet der Sofort-Kaufen-Preis und der Artikel wird auf herkömmliche Weise versteigert. Je nach Sofort-Kaufen-Preis 1,00 - 9,99 10,00 - 99,99 über 100,00	 **EUR 0,10** **EUR 0,25** **EUR 0,50**

Eine Übersicht über die Zusatzoptionen finden Sie unter **www.ebay.de/zusatzoptionen**

1.7 eBay-AGB und -Grundsätze

Mit den Grundsätzen und den AGB gibt eBay die Rahmenbedingungen für die Nutzung des weltweiten Online-Marktplatzes vor. Diese definieren nicht nur den rechtlichen Rahmen, sondern sorgen auch für einen fairen und sicheren Handel bei eBay. Durch die Anmeldung bei eBay stimmen Sie den Regelungen der AGB und den Grundsätzen zu.

Ein sehr wichtiger Punkt der AGB ist, dass der Kaufvertrag zwischen Verkäufer und Käufer zustande kommt und nicht etwa mit eBay. Zudem entsteht durch das erfolgreiche Ende einer Auktion bzw. eines Sofort-Kaufen-Angebots ein für beide Parteien rechtsgültiger und verbindlicher Kaufvertrag.

Paragraph 7 der AGB definiert die verbotenen Artikel und legt fest, welche Artikel aufgrund von gesetzlichen Regelungen und guter Sitten nicht über eBay angeboten und verkauft werden dürfen. Zu diesen verbotenen Artikeln gehören neben propagandistischen, verfassungsfeindlichen, jugendgefährdenden und pornografischen Waren beispielsweise auch Plagiate, Fälschungen und Dinge, die gegen geltende Schutzrechte verstoßen, wie beispielsweise das Marken- oder Urheberrecht. Selbstverständlich ist auch der Handel mit Drogen, Gefahrstoffen, Waffen oder menschlichen Organen und lebenden Tieren verboten.

Die eBay-Grundsätze und -AGB untersagen auch das Bieten auf eigene Auktionen, um den Erlös in die Höhe zu treiben. Außerdem muss der Verkäufer zu dem Zeitpunkt, zu dem er ein Angebot bei eBay einstellt, im Besitz der Ware sein und diese vorrätig haben. Da ein Verkäufer mit dem Anbieten der Ware ein rechtsverbindliches Angebot abgibt, darf er den Artikel während der Laufzeit des Angebotes nicht anderweitig verkaufen.

Verkäufer sind auch zur Beachtung von Copyrights, Urheberrechten und anderen Schutzrechten verpflichtet. Benutzen Sie daher nur eigenes Bildmaterial und eigene Artikelbeschreibungen.

Die AGB verpflichten die Anbieter von Artikeln auch dazu, diese vollständig, wahrheitsgemäß und zutreffend in der Artikelbeschreibung darzustellen.

Auch das ist ein wichtiger Grundsatz, da Kaufinteressenten in der Regel die Ware nicht selbst begutachten können und sich nur über die Beschreibungen und Fotos ein Bild von den Artikeln machen können.

Untersagt ist auch das so genannte Keyword-Spamming, bei dem das Auflisten von Suchbegriffen oder Markennamen, die nichts mit dem Produkt zu tun haben, die Trefferquote bei der Suche manipulieren soll.

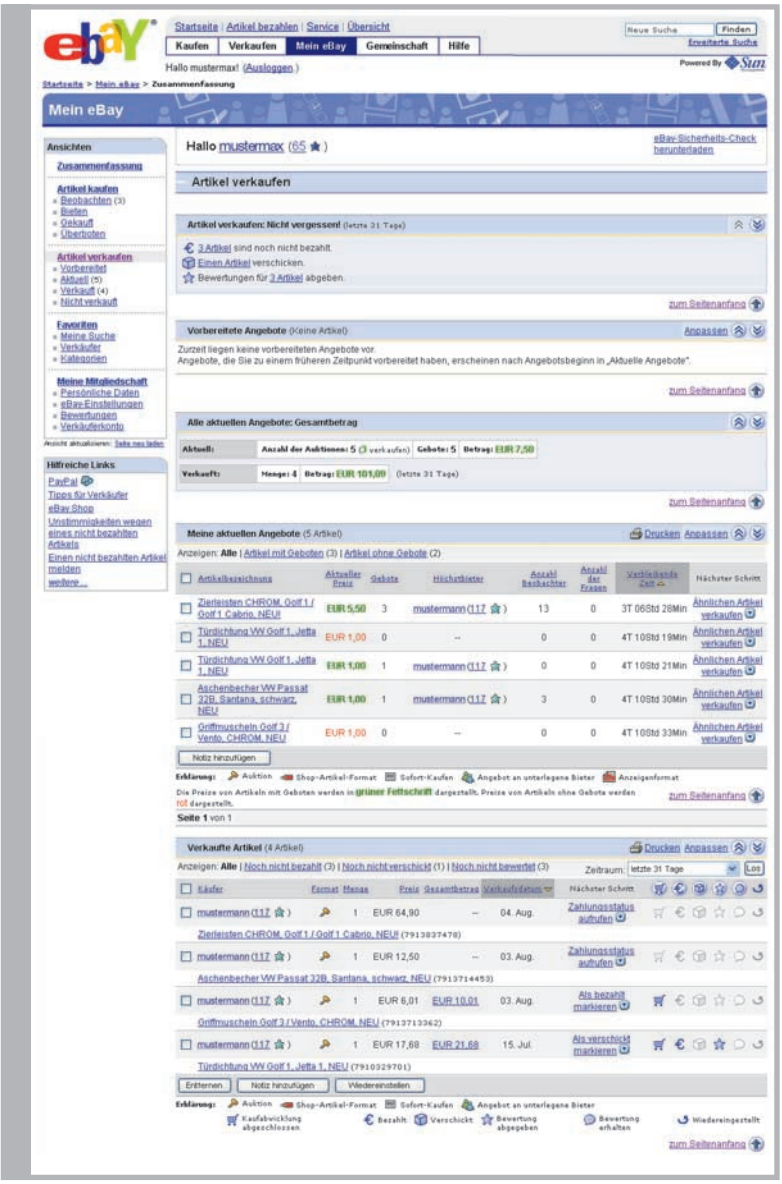
www.ebay.de/help/policies/user-agreement.html

1.8 Mein eBay

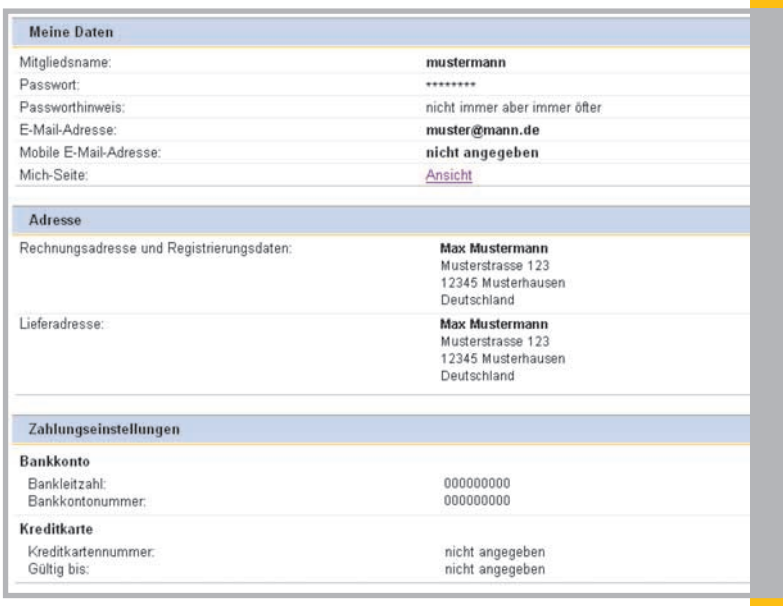
Verwaltung der Handelsaktivitäten und der Mitgliedsdaten

„Mein eBay" dient als „Steuerzentrale" Ihrer eBay-Aktivitäten und bietet zahlreiche nützliche und informative Funktionen. Hier haben Sie jederzeit Einfluss auf alle Einstellungen und können beispielsweise Ihr Verkäuferkonto einrichten oder bearbeiten. Sie können die E-Mail-, Rechnungs- und Lieferadressen und Ihre Bankkontodaten hinterlegen oder ändern. Sie können einstellen, ob und welche Informationen und Benachrichtigungen Sie von eBay per E-Mail erhalten wollen.

Regeln Sie ebenfalls über die „Benachrichtigungseinstellungen", wie eBay Sie über Neuerungen, aber auch Ihre laufenden Angebote informieren soll.



Natürlich können Sie auch Details zum Einloggen und das Startverhalten Ihrer „Mein eBay"-Seite festlegen. Alle relevanten Daten Ihrer eBay-Mitgliedschaft haben Sie in „Mein eBay" im Griff.



Meine Daten

Mitgliedsname:	**mustermann**
Passwort:	********
Passworthinweis:	nicht immer aber immer öfter
E-Mail-Adresse:	**muster@mann.de**
Mobile E-Mail-Adresse:	**nicht angegeben**
Mich-Seite:	Ansicht

Adresse

Rechnungsadresse und Registrierungsdaten:	**Max Mustermann** Musterstrasse 123 12345 Musterhausen Deutschland
Lieferadresse:	**Max Mustermann** Musterstrasse 123 12345 Musterhausen Deutschland

Zahlungseinstellungen

Bankkonto

Bankleitzahl:	000000000
Bankkontonummer:	000000000

Kreditkarte

Kreditkartennummer:	nicht angegeben
Gültig bis:	nicht angegeben

Dazu gehören auch Ihre persönlichen Daten wie Adresse und weitere Angaben.

Ein Klick auf „Ändern" genügt, um Daten oder Einstellungen zu ersetzen oder Bankkonto- oder Kreditkarteninformationen für den Einzug der eBay-Gebühren zu hinterlegen.

Die „Zusammenfassung" gibt Ihnen einen schnellen und umfassenden Überblick sowohl über die Auktionen, auf die Sie bieten, als auch über die Waren, die Sie selbst zum Verkauf anbieten. Im Bereich „Artikel kaufen" können Sie nachforschen, wie die Angebote stehen, die Sie „Beobachten", auf die Sie „Bieten", die Sie „Gekauft" haben oder bei denen Sie „Überboten" wurden.

Die Ansicht „Artikel verkaufen" informiert Sie über Artikel, die Sie mittels Startzeitplanung zum Verkaufen „Vorbereitet" haben, die Sie „Aktuell" anbieten oder „Verkauft" haben. Natürlich sehen Sie auch, welche Artikel „Nicht verkauft" wurden.

In den „Favoriten" können Sie unter „Meine Suche" Artikelsuchen abspeichern und sich benachrichtigen lassen, wenn ein Artikel angeboten wird, nach dem Sie gesucht haben. Zudem können Sie hier favorisierte „Verkäufer" und „Kategorien" abspeichern.

Auf der Seite „Mein eBay" haben Sie das Wichtigste auf einen Blick.

1.9 Sicherheit bei eBay

Überblick

eBay arbeitet sehr intensiv daran, das Handeln auf dem weltweiten Online-Marktplatz so sicher wie möglich zu gestalten. Bereits im Februar 1996 wurde das eBay-Bewertungssystem eingeführt und bildet seitdem das Rückgrat der eBay-Sicherheit.

Mitglieder geben Bewertungen ab, nachdem ein Handel abgeschlossen wurde. Der Käufer bewertet die Qualität der Ware und die Zuverlässigkeit der Lieferung, während der Verkäufer die Zahlungsmoral des Käufers bewertet.

Jedes Mitglied erhält mit den Bewertungen ein Bewertungsprofil, an dem schnell abgelesen werden kann, ob und wie zuverlässig es ist. Nicht nur PowerSeller legen sehr großen Wert auf ein bestmögliches Bewertungsprofil.

Das Bewertungsprofil gibt Auskunft über die Zuverlässigkeit eines Mitglieds.

Der Vorteil des Bewertungssystems ist, dass man in den Kommentaren nachlesen kann, wie der Bewertende seine positive, neutrale oder negative Bewertung begründet. So kann man anhand der Kommentare leicht recherchieren, wie zuverlässig ein Verkäufer oder Käufer ist.

Geprüftes Mitglied

Wenn Sie sich als „Geprüftes Mitglied" registrieren lassen, belegen Sie damit, dass Ihre Postanschrift über das PostIdent-Verfahren verifiziert wurde. Als „Geprüftes Mitglied" genießen Sie sofort ein höheres Vertrauen und können auch mit weniger als 10 Bewertungspunkten bereits das Festpreisformat einsetzen.

Um als Unternehmen „Geprüftes Mitglied" zu werden, müssen Sie lediglich auf der Website von eBay das „Formular für den Antrag auf PostIdent Spezial" herunterladen und darauf folgende Angaben machen:

- eBay-Mitgliedsname
- Firmenname
- bei der Anmeldung registrierter Vor- und Zuname
- Position innerhalb der Firma
- Firmenadresse
- E-Mail-Adresse
- Telefonnummer

Das Formular faxen Sie zusammen mit einer Kopie Ihres Gewerbescheins oder des Handelsregisterauszugs an eBay (Fax: 030 8019-6312). Dann werden Ihre Angaben im Rahmen des PostIdent-Spezial-Verfahrens durch die Deutsche Post AG verifiziert und Sie erhalten den Status des „Geprüften Mitglieds".

Details finden Sie unter:
www.ebay.de/services/buyandsell/verified-user-special.html

Käuferschutz

Eine weitere Sicherheitsmaßnahme ist der eBay Käuferschutz. Wer Waren über eBay erwirbt, kann in den folgenden Fällen den eBay Käuferschutz in Anspruch nehmen:

- wenn für einen Artikel bezahlt wurde, dieser aber nicht geliefert wird
- wenn ein gelieferter Artikel wesentlich von der Artikelbeschreibung abweicht (z. B. eine vergoldete Kette anstatt einer Goldkette)
- wenn in den beiden vorgenannten Fällen bereits eine Beschwerde wegen Nicht- oder Falschlieferung eingereicht und der Vorgang seitens des Verkäufers nicht reguliert wurde

Dann kann der Käufer eine Ausgleichszahlung bis maximal 200 Euro bekommen, abzüglich 25 Euro Selbstbeteiligung. Auf diese Ausgleichszahlung gibt es allerdings keinen Rechtsanspruch.

Details zum Thema Käuferschutz finden Sie im eBay-Sicherheitsportal unter:
www.ebay.de/sicherheitsportal/sicher-kaufen.html
sowie unter
www.ebay.de/help/confidence/problems-fraud.html

PayPal-Käuferschutz

PayPal ist der sichere Weg, Zahlungen bei eBay zu empfangen, und schneller als die normale Überweisung. Für Ihre Kunden ist jeder Artikel, der bei eBay mit PayPal bezahlt wird, automatisch und ohne zusätzliche Kosten bis zu 500 Euro abgesichert. Damit ist PayPal eine sehr attraktive Zahlungsmethode für eBay-Käufer. Verkäufer können mit PayPal jetzt auch den Einzug per Lastschriftverfahren als zusätzlichen Service anbieten. So kann man auch bei Ihnen ganz bequem zahlen, und das, ohne die Risiken einer Unterdeckung oder eines Datenmissbrauchs zu tragen. Setzen Sie PayPal gezielt ein, um mehr Käufer für Ihr Angebot zu interessieren.

Ihre Kunden erkennen am PayPal-Logo in Ihren Angeboten, dass Sie PayPal akzeptieren.

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.ebay.de/sicherheitsportal

PayPal ein eBay Unternehmen

Vorgehensweise bei ausbleibender Bezahlung

Am Ende der Angebotslaufzeit entsteht zwischen Käufer und Verkäufer ein rechtlich bindender Kaufvertrag. Wird ein Artikel vom Käufer nicht bezahlt, sieht eBay folgende Vorgehensweise vor:

Ein Verkäufer kann frühestens nach sieben Tagen und längstens bis zu 45 Tage nach dem Angebotsende eine nicht eingegangene Zahlung an eBay melden.

eBay schickt dann eine E-Mail an den Käufer. Zusätzlich öffnet sich eine entsprechende Pop-up-Nachricht, wenn der Käufer sich innerhalb von 14 Tagen nach Eingang der Meldung einloggt.

Beide Benachrichtigungen fordern den Käufer auf, den gekauften Artikel zu bezahlen. Reagiert der Käufer nicht binnen sieben Tagen, kann der Verkäufer sofort die Gutschrift seiner Verkaufsprovision beantragen und den Artikel auch kostenlos wieder einstellen. Der Käufer erhält zudem eine Verwarnung.

Alternativ können sich im Verlauf dieses Vorgangs Verkäufer und Käufer auch einvernehmlich einigen, die Transaktion nicht abzuschließen. Bestätigen beide Parteien diese Einigung, wird der Käufer nicht verwarnt und der Verkäufer erhält die Verkaufsprovision gutgeschrieben.

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.ebay.de/unstimmigkeiten_klaeren

Schutz der Mitgliedsdaten

Schützen Sie Ihre Mitgliedsdaten, um auch selbst einen Beitrag zu mehr Sicherheit zu leisten. Wichtig ist vor allem ein sicheres Passwort, das von Unbefugten nicht einfach erraten werden kann. Dazu folgende Tipps:

Tipps	Geeignete Passwörter
Verwenden Sie ein Passwort, das aus mindestens sechs Zeichen besteht und Buchstaben sowie Zahlen enthält!	5uperman1963 Beatlesfan28a
Verwenden Sie mehrere Wörter, die keine Leerzeichen enthalten!	besterjetpilot

Tipps	Ungeeignete Passwörter
Vermeiden Sie es, in Wörterbüchern aufgeführte Wörter zu verwenden!	Känguru
Verwenden Sie nicht Ihren eigenen Namen, den Namen Ihres Partners oder eines Haustieres, Ihren Geburtstag, ein Lieblingsgericht oder sonstige persönliche Informationen, die andere leicht herausfinden können!	MichaelMüller Fido (Hundename)
Verwenden Sie keine Wörter oder Ausdrücke, die mit eBay oder Ihrem Hobby zu tun haben!	Münzensammler Dvdanbieter
Verwenden Sie nicht einen Teil Ihres Mitgliedsnamens oder Ihrer E-Mail-Adresse als Passwort!	Susy (wenn Ihr Mitgliedsname Susyinhamburg ist)

Kriminelle, die eBay-Kontodaten ausspähen wollen, gehen mitunter sehr trickreich vor! So fordern sie eBay-Mitglieder per E-Mail auf, eine bestimmte angebliche eBay-Sicherheitsseite, die per Link in der Mail angegeben ist, zu besuchen und dort ihren Mitgliedsnamen und das Passwort zu verifizieren, indem sie diese eintippen. Doch diese täuschend echt erscheinenden Seiten haben nichts mit eBay zu tun, sondern dienen nur dazu, die Daten zu erfahren, um dann mit den ausgespähten Mitgliedsdaten Missbrauch zu treiben. Diese perfide Art des Passwortdiebstahls nennt sich „Spoofing“ oder „Phishing“. Davor können Sie sich mit dem Sicherheitscheck der eBay Toolbar schützen, denn dieser prüft, ob eine Seite, auf der nach eBay-Daten gefragt wird, auch tatsächlich von eBay ist oder eben nicht.

Die eBay Toolbar ist nicht nur nützlich, sie sorgt auch für Sicherheit.

Zeigt der Sicherheitscheck Grün an, ist alles in Ordnung. Sehen Sie Rot, dann handelt es sich möglicherweise um eine Spoof-Seite. Ist die Farbe des Sicherheitsfeldes Grau, bedeutet das, dass Sie nicht auf einer Webseite von eBay sind, aber die Prüfung nicht genau ermitteln kann, ob Sie eine Spoof-Seite vor sich haben.

1.9 Sicherheit bei eBay

Treuhandservice

Ein Treuhandservice bietet einen zusätzlichen Sicherheitsmechanismus für die Abwicklung von Transaktionen.

Das Prinzip ist einfach: Der Kunde überweist das Geld an einen Treuhanddienstleister. Dieser informiert den Verkäufer über den Zahlungseingang. Der Verkäufer schickt die Ware zum Kunden. Dieser prüft die Ware beim Erhalt und wenn nichts zu beanstanden ist, wird die Zahlung freigegeben und der Treuhandservice zahlt das Geld an den Verkäufer aus.

Von dieser Methode profitieren beide Vertragsparteien, denn der Käufer kann sicher sein, dass sein Geld erst ausgezahlt wird, wenn er die Ware erhalten und geprüft hat. Als Verkäufer bekommen Sie durch das Anbieten des Treuhandservice einen Vertrauensvorschuss und erhöhen damit Ihre Verkaufschancen. Außerdem sind Sie so vor Zahlungsausfällen geschützt.

Als Verkäufer können Sie den Treuhandservice direkt beim Erstellen Ihrer Angebote einbauen. Aber auch nachträglich kann ein Treuhandservice genutzt werden, wenn sich Käufer und Verkäufer darüber einig sind.

eBay empfiehlt seinen Mitgliedern in Deutschland und Österreich den Treuhandservice des Partners iloxx (**www.iloxx.de**).

Der Treuhandservice ist einer der Sicherheitsservices von eBay und bietet sich vor allem für Artikel mit hohem Wert an.

1.10 Symbole bei eBay

Anhand verschiedener Symbole erkennen Sie beispielsweise Informationen über Mitglieder, Funktionen oder Angebote. Hier die wichtigsten Symbole in der Übersicht:

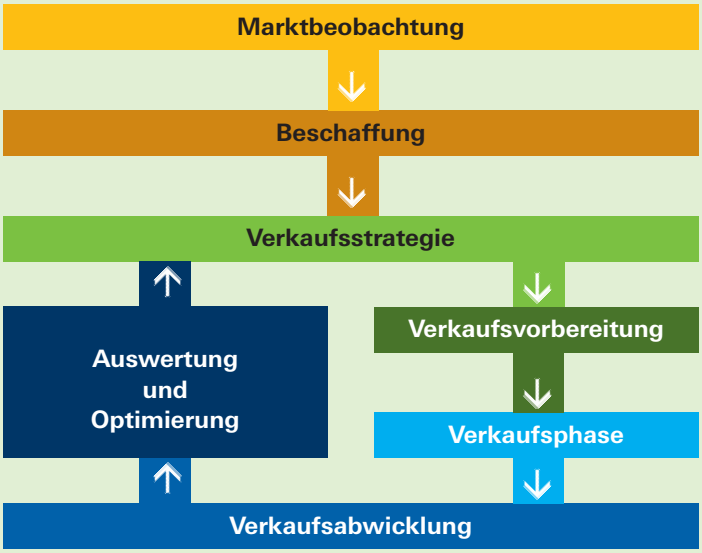
Symbol	Bedeutung
	Positive Bewertung
	Neutrale Bewertung
	Negative Bewertung
	10 bis 49 Bewertungspunkte
	50 bis 99 Bewertungspunkte
	100 bis 499 Bewertungspunkte
	500 bis 999 Bewertungspunkte
	1.000 bis 4.999 Bewertungspunkte
	5.000 bis 9.999 Bewertungspunkte
	10.000 bis 24.999 Bewertungspunkte
	25.000 bis 49.999 Bewertungspunkte
	50.000 bis 99.999 Bewertungspunkte
	100.000 oder mehr Bewertungspunkte
	Neu – Steht für ein neu eingestelltes Angebot.
	Neues Mitglied – Dieses Mitglied hat sich innerhalb der letzten 30 Tage angemeldet.

Symbol	Bedeutung
	Mitgliedsname geändert – Dieses eBay-Mitglied hat vor kurzem seinen eBay-Mitgliedsnamen geändert.
mich	Mich-Seite – Durch einen Klick auf dieses Symbol gelangen Sie auf die Mich-Seite eines eBay-Mitglieds.
Power Seller	PowerSeller – Mitglieder mit diesem Symbol sind Teilnehmer am PowerSeller-Programm und daher professionelle Händler.
Sofort Kaufen	Sofort-Kaufen – Dieser Artikel kann per Sofort-Kaufen zum Festpreis erworben werden.
eBay Shops	eBay Shop – Zeigt an, dass dieses Mitglied einen eBay Shop hat.
	Ein Klick auf das Symbol bringt Sie zum Shop des Mitglieds.
	Geprüftes Mitglied – Dieses Mitglied bzw. dessen Anschrift wurde über das PostIdent-Verfahren geprüft.
PayPal	PayPal – Dieser Verkäufer bietet PayPal als Zahlungsmethode an.
	PayPal-Käuferschutz – Dieser Anbieter offeriert den PayPal-Käuferschutz für noch sichereres Handeln.

2 Der Verkaufsprozess

Überblick

Der Verkaufsprozess bei eBay gliedert sich in mehrere Phasen, die man grob in drei Abschnitte unterscheiden kann. Der erste Abschnitt ist die Vorbereitung des Verkaufs, der nächste ist die eigentliche Verkaufsphase. Als dritter Abschnitt schließen sich die Verkaufsabwicklung und die Nachbereitung an. Die einzelnen Phasen verdeutlicht das Schaubild.



Marktbeobachtung

Es wird ermittelt, mit welchen Waren sich der Handel bei eBay lohnt. Gefragt sind Informationen wie Durchschnittspreise, Stückerlöse, Absatzmenge und Markt- und Konkurrenzentwicklung.

Beschaffung

Im Einkauf liegt der Profit. Es geht darum, die Ware zu bestmöglichen Konditionen zu bekommen. Beispielsweise vom Hersteller, dem Großhändler, aus Konkursmassen oder von Restposten.

Verkaufsstrategie

In dieser Planungsphase wird die Strategie entwickelt, mit der die Ware mit bestmöglichem Ergebnis bei eBay verkauft wird. Zu den strategischen Methoden gehören die Wahl der richtigen Kategorien, die optimale Startzeitplanung, der Einsatz von Zusatzoptionen, aber auch eine bestmögliche Artikelbeschreibung und optimale Produktfotos. Im Rahmen dieser Strategie gilt es, sich von Wettbewerbern abzuheben.

Verkaufsvorbereitung

Die Waren werden der festgelegten Strategie entsprechend zu Angeboten aufbereitet, gestaltet und dann schließlich online gestellt. Neben optimalen Beschreibungen gilt es auch, hochwertige Produktfotos zu machen, um die Ware bestmöglich darzustellen. Im Rahmen der Artikelbeschreibung sind ebenso verschiedene gesetzliche Maßgaben zu berücksichtigen wie beispielsweise die Widerrufsbelehrung nach Fernabsatzrecht.

Verkaufsphase

Die Ware ist als Angebot bei eBay online. Jetzt gilt es natürlich, Anfragen zu beantworten.

Die Fragen der Kunden kann man bereits hier unter Gesichtspunkten der Marktbeobachtung und Strategieplanung für zukünftige Angebote auswerten. Selbstverständlich sollten Anfragen schnell und sachlich beantwortet werden.

Verkaufsabwicklung

Hier ist eine professionelle Kommunikation mit dem Kunden wichtig, aber auch der Abgleich eingehender Zahlungen sowie der Versand bezahlter Artikel.

Auch die Vergabe und der Erhalt von Bewertungen gehören dazu. Manchmal kann außerdem die Abarbeitung von „Störfällen“ anstehen, beispielsweise dann, wenn ein Kunde nicht bezahlt oder Ware reklamiert wird.

Auswertung

Die Auswertung schließt den Kreis in Richtung Verkaufsstrategie, jedoch eventuell ebenso in Richtung Marktbeobachtung. Die Analyse des Erfolgs der Angebote zeigt auf, ob die Strategie gut ist oder optimiert werden sollte.

Gehen die Erfolgszahlen deutlich zurück, wird eine erneute Marktbeobachtung nötig, um beispielsweise festzustellen, ob der Produktlebenszyklus an seinem Ende steht und sich der Verkauf des Artikels vielleicht bald nicht mehr lohnt.

2.1 **Marktbeobachtung**

Überblick

Artikel bei eBay einzustellen ist einfach. Doch wer als Profiverkäufer gewinnmaximierend verkaufen will, muss den Markt für seine Waren kennen, um dies optimal zu tun. Die Erkenntnisse liefert die Marktbeobachtung. Dafür brauchen Sie keine hoch bezahlten Marktforschungsinstitute zu bemühen. Sie können sehr leicht selbst die nötigen Erkenntnisse gewinnen.

eBay ist ein ausgesprochen transparenter Marktplatz, auf dem sich zahlreiche Informationen, Daten und Fakten sehr einfach gewinnen lassen. Die Marktbeobachtung mit der Perspektive des erfolgreichen Verkaufens muss zwei wesentliche Fragen beantworten:

- Womit lohnt der Handel bei eBay?
- Wie kann man Ware strategisch optimal bei eBay verkaufen?

Für die erste Frage „Womit lohnt der Handel bei eBay?" gibt es zwei mögliche Perspektiven. Zum einen haben Sie von einem potenziellen Zulieferer bereits einen festen Einkaufspreis und wollen jetzt prüfen, ob der Durchschnittserlös bei eBay hoch genug ist, um an dem Produkt verdienen zu können. Die andere Variante ist im Prinzip genau umgekehrt. Sie wollen den Durchschnittserlös eines Produkts bei eBay ermitteln, um danach zu sehen, ob Sie es zu einem möglichst günstigen Einkaufspreis erstehen können.

Neben dieser Suche nach der erzielbaren Marge muss natürlich auch ermittelt werden, ob noch genug „Platz" auf dem Markt ist oder die Konkurrenzsituation die Chancen zu sehr mindert. In diesem Rahmen muss weiterhin geprüft werden, wie die Absatzchancen für das Produkt sind, also ob es sich gut und in großen Mengen vertreiben lässt. Vielleicht stößt es derzeit noch nicht auf große Nachfrage, aber es ist ein Ansteigen der Nachfrage zu erwarten. Andererseits könnte die beste Zeit des Produktes vielleicht sogar schon abgelaufen sein.

Um Antworten zu finden, müssen Sie diese erste wichtige Frage in mehrere Unterfragen aufteilen:

- Welche durchschnittlichen Erlöse sind für das Produkt zu erwarten?
- Wie ist das Verhältnis zwischen Angebot und Nachfrage?
- Wie groß ist das Handelsvolumen und in welche Richtung steuert es?
- Wie hat sich das Produkt über einen längeren Zeitraum entwickelt und wie sind die Prognosen?
- Gibt es viele oder wenige Wettbewerber, die das gleiche Produkt verkaufen und das gleiche Marktsegment bedienen?
- Hat das anvisierte Produkt gute Chancen, bei eBay verkauft zu werden, und stimmt die zu erwartende Marge?

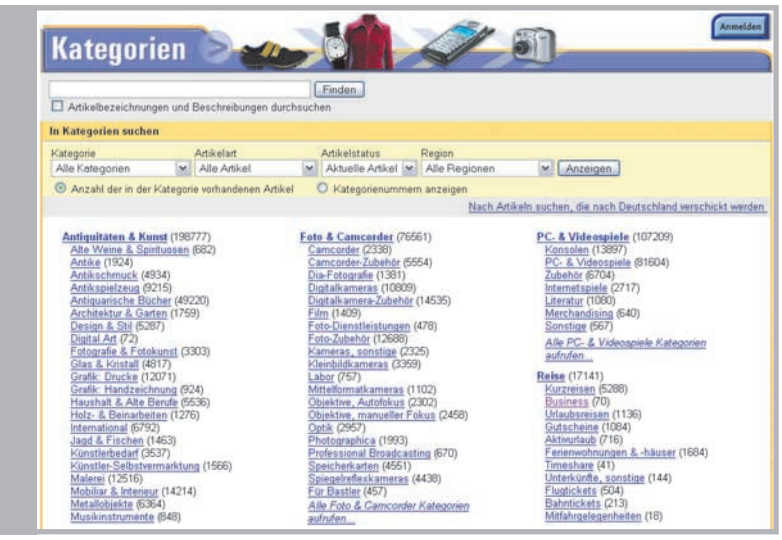
Bei der Frage „Wie kann man Ware strategisch optimal bei eBay verkaufen?" handelt es sich um die Strategie, mit der Sie das Produkt möglichst erfolgreich vermarkten, wobei natürlich auch die Beobachtung und genaue Analyse der Angebote Ihrer Wettbewerber eine Rolle spielen.

- Was ist die optimale Start- und Laufzeit für meine Angebote?
- In welcher Kategorie sollte ich am besten einstellen und ist es sinnvoll, den Artikel in einer zweiten Kategorie anzubieten?
- Wie bestimme ich den Startpreis und den Sofort-Kaufen-Preis optimal?
- Welche Zusatzoptionen von eBay helfen, den Verkauf erlössteigernd zu optimieren?
- Welches Angebotsformat entspricht am besten den Anforderungen meines Angebots?

2.1 **Marktbeobachtung**

Marktbeobachtung mit einfachen Mitteln

Wie bereits gesagt, ist kaum ein Marktplatz so transparent wie eBay. Viele Informationen können Sie schnell und einfach über die eBay-Website selbst ermitteln. Wollen Sie beispielsweise wissen, was in den einzelnen Kategorien los ist, wie viele Angebote dort derzeit online sind? Nichts einfacher als das. Unter http://listings.ebay.de sehen Sie alle eBay-Kategorien mit der Anzahl der aktuell eingestellten Angebote. Und wenn Sie statt der Endung „.de“ „.com“, „.nl“ oder eine andere Landeskennung eingeben, sehen Sie die Angebote der anderen eBay-Landesseiten.



Über **http://listings.ebay.de** finden Sie eine Liste aller Haupt- und Unterkategorien von eBay und sehen sofort, wie viel in den Kategorien los ist.

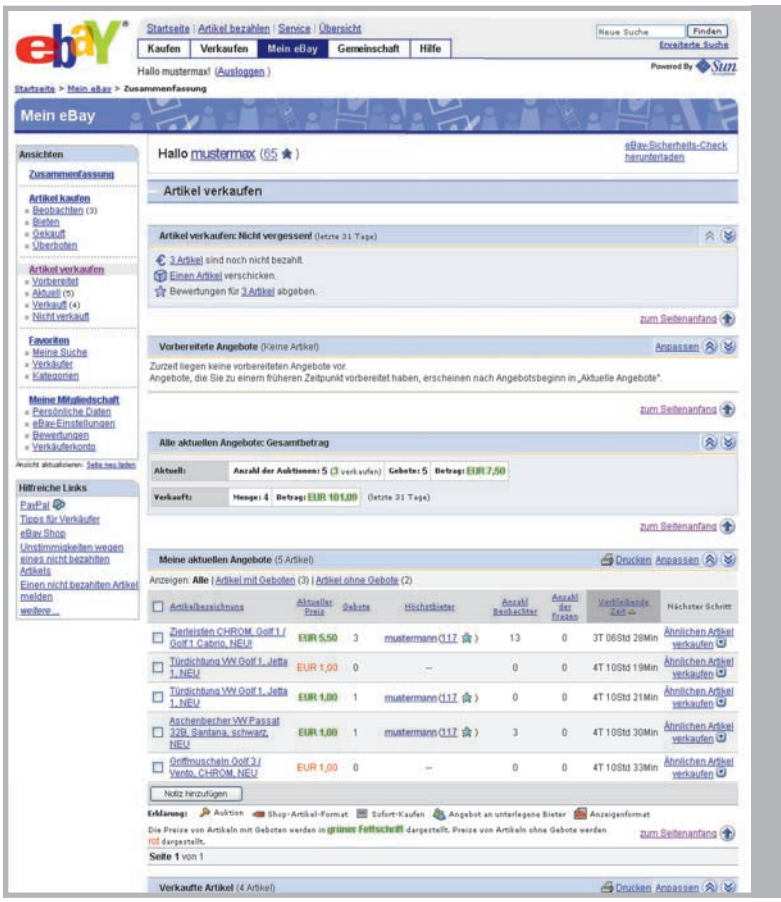
Aber auch „Mein eBay“ kann als Rechercheplattform dienen. So können Sie gezielt nach einzelnen Angeboten – beispielsweise Ihrer Konkurrenz – suchen und diese in „Mein eBay“ beobachten, um deren Verlauf zu studieren.

Einzelne Artikel können Sie auf „Beobachten“ setzen, um den Verkauf des Angebotes zu verfolgen.

Oder Sie legen den eBay-Mitgliedsnamen eines Mitbewerbers gleich in Ihren „Favoriten“ unter „Verkäufer“ bei „Mein eBay“ ab, um dessen Angebote regelmäßig zu beobachten. So ist es sehr leicht, die Konkurrenz im Auge zu behalten.

Verfolgen Sie detailliert den genauen Stand der beobachteten Angebote.

Selbstverständlich können Sie bei den „Favoriten“ unter „Meine Suche“ auch Artikelsuchen speichern, die Sie regelmäßig durchführen möchten. Mit den „Kategorien“ können Sie an gleicher Stelle bestimmte Kategorien für die dauerhafte Analyse speichern.



In „Mein eBay“ können Sie auch Favoriten analysieren, beispielsweise Kategorien oder bestimmte Verkäufer.

Aber auch für Ihre aktuell laufenden Angebote können Sie bei „Mein eBay“ nicht nur feststellen, wie viele Personen derzeit darauf bieten, sondern auch, wie viele Menschen Ihre Angebote beobachten. Damit lässt sich das Interesse an einem Artikel bereits grob einschätzen.

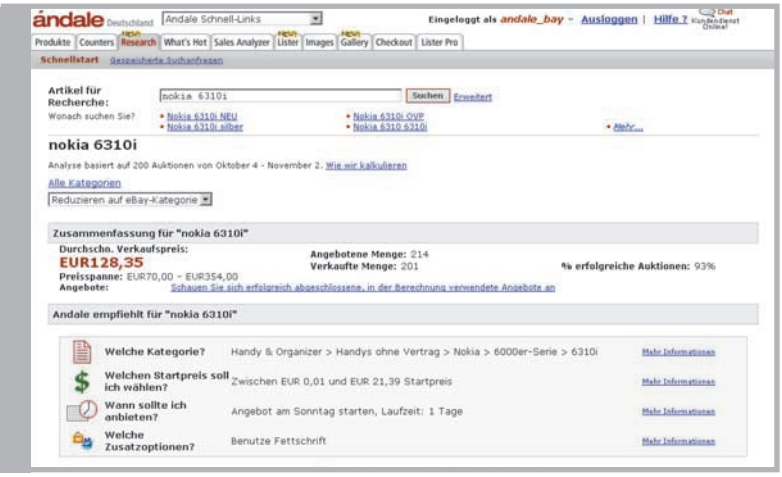
Sie sehen also, dass selbst mit einfachen Methoden schon zahlreiche Informationen gesammelt werden können. Auch das Bewertungsprofil eines Konkurrenten gibt Aufschluss über dessen Erfolg, vor allem, wenn es nicht mit Bestnoten glänzt.

Wenn Sie die Marktbeobachtung detaillierter betreiben wollen, empfiehlt sich die Nutzung der Tools von Drittanbietern wie z. B. Andale Research, das Sie unter **www.ebay.de/verkaeufer-tools/extern.html** finden.

Andale Research

Mit diesem Werkzeug können Sie ganz gezielt Marktbeobachtung für bestimmte Produkte betreiben und erhalten aussagekräftige Ergebnisse. Nach drei kostenlosen Probeanfragen kostet das Tool monatlich 7,95 Euro unabhängig von der Anzahl der Anfragen, die Sie dann starten.

Andale speichert Angebote bei eBay langfristig auf eigenen Servern ab, so dass selbst 90 Tage nach Angebotsende noch Analysen möglich sind. Nach der Eingabe des entsprechenden Suchbegriffes, nehmen wir „Nokia 6110“ als Beispiel, sehen Sie die Auswertung aller Angebote, in denen dieser Suchbegriff vorkommt.

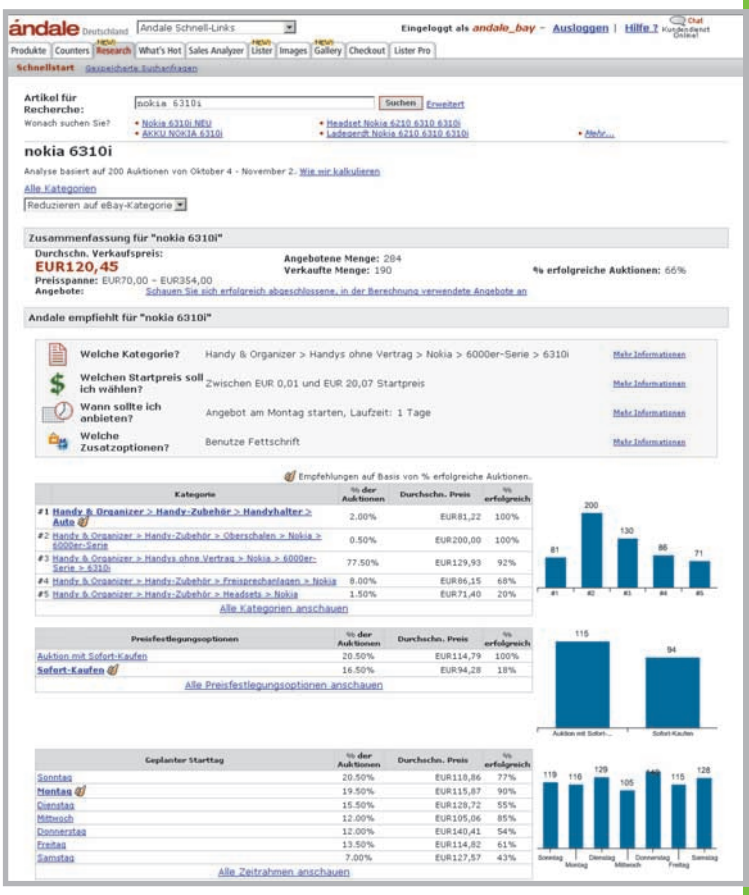


Andale informiert Sie über Durchschnittspreise, das Verhältnis zwischen Angebot und Nachfrage und vieles mehr.

Zunächst wird der Durchschnittserlös aller gefundenen Angebote angezeigt, ergänzt um eine Grafik über dessen Verlauf im Untersuchungszeitraum. Damit haben Sie einen ersten Eindruck vom zu erwartenden Erlös. Sehr interessant ist die Gegenüberstellung von „Angebotener Menge“ und „Verkaufter Menge“. Das ist nichts anderes als der Abgleich von Angebot und Nachfrage.

Für unser Beispielprodukt sieht dieses Ergebnis so aus, dass das Angebot mehr als 5-mal so hoch ist wie die verkaufte Menge. Die Schere zwischen Angebot und Nachfrage klafft sehr weit auseinander. Das schlägt sich natürlich in der sehr niedrigen Erfolgsquote von 19 % nieder.

Wie Sie an diesem Beispiel eindrucksvoll sehen, erhalten Sie hier eine sehr konkrete Antwort auf die Frage nach dem Erlös und dem Verhältnis von Angebot und Nachfrage.



Aber auch die langfristige Entwicklung der letzten 12 Monate ist für ein Produkt nachvollziehbar.

Die Antwort auf die Frage nach der zeitlichen Entwicklung des Produktes steht hinter dem Link „Sehen Sie die 1-Jahres-Trends“.

Hier können Sie den Preisverlauf und die Angebotsmenge der letzten 12 Monate ablesen und miteinander in Beziehung setzen. Steigen Preisverlauf und Angebotsmenge gleichermaßen, wächst der Markt gesund.

Sinkt bei wachsendem Angebot der Preis, wird der Markt übersättigt. Sinken sowohl der Verkaufspreis als auch die Angebotsmenge, nähert sich der Produktlebenszyklus dem Ende. Sollten beide Säulenreihen abfallen und wieder ansteigen, kann das auch ein Saisoneffekt sein.

Wintersportartikel beispielsweise sinken beim Preis und in der Angebotsmenge im Frühjahr deutlich und steigen im Herbst wieder an. Andale Research gibt Ihnen also sehr ausführlich Auskunft auf die Frage „Womit lohnt der Handel bei eBay?“.

2.1 **Marktbeobachtung**

Aber auch auf die zweite Frage, die sich mit der Strategie beschäftigt, geben die Statistikfunktionen von Andale Research einige Antworten. Zunächst werden „Empfehlungen" für eine mögliche Verkaufsstrategie errechnet.

Anhand der statistisch errechneten Daten werden eine Kategorie, ein Startpreis, der Starttag und die Laufzeit sowie Zusatzoptionen empfohlen. Aber natürlich lohnt sich auch ein Blick auf die Details, um auf der Basis dieser Empfehlung die eigene Strategie zu verfeinern.

Die Vorgehensweise sei hier am Beispiel des Starttages erklärt. Mit den Empfehlungen zu Starttag und Laufzeit finden Sie den optimalen Zeitpunkt für das Angebotsende.

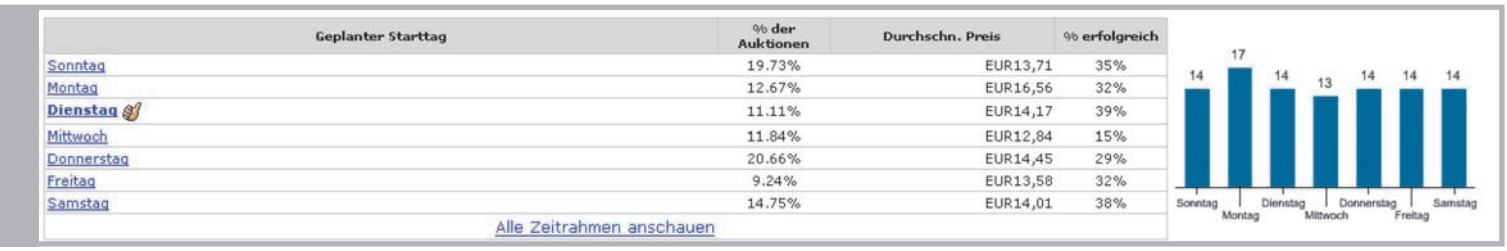
Die statistische Berechnung von Andale empfiehlt den Dienstag als optimalen Starttag für das analysierte Produkt. Wenn Sie sich die Zahlen anschauen, wird schnell klar warum. Denn mit 39 % ist die Erfolgsquote dienstags am höchsten und der Durchschnittserlös von 14,17 Euro ist ebenfalls recht hoch.

Auf den zweiten Blick aber finden Sie auch höhere Durchschnittserlöse. Der höchste liegt bei 16,56 Euro für den Starttag Montag. Und die Erfolgsquote ist mit 32 % auch nicht allzu weit von 39 % entfernt. Schnell kristallisiert sich heraus, dass mehrere Starttage genutzt werden sollten, um den Artikel optimal zu verkaufen.

Einen Teil der Ware starten Sie an Tagen mit dem höchsten Durchschnittserlös und einen anderen Teil an Tagen mit der höchsten Erfolgsquote.

Die Detailstatistik steht nicht nur für den Starttag zur Verfügung, sondern auch für die zu wählende Kategorie, das Angebotsformat und die eBay-Zusatzoptionen. Sie erhalten damit reichhaltige Informationen, um eine eigene Strategie für den Verkauf eines Artikels zu erarbeiten.

Andale errechnet Empfehlungen für die Verkaufsstrategie.



Geplanter Starttag	% der Auktionen	Durchschn. Preis	% erfolgreich
Sonntag	19.73%	EUR13,71	35%
Montag	12.67%	EUR16,56	32%
Dienstag	11.11%	EUR14,17	39%
Mittwoch	11.84%	EUR12,84	15%
Donnerstag	20.66%	EUR14,45	29%
Freitag	9.24%	EUR13,58	32%
Samstag	14.75%	EUR14,01	38%

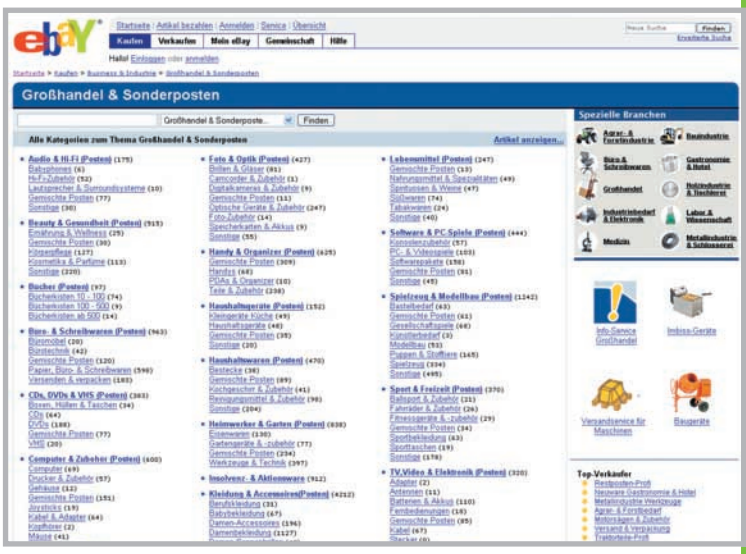
Alle Zeitrahmen anschauen

Oder Sie prüfen die Auswertungen en détail, um eigene Schlussfolgerungen zu ziehen.

2.2 **Beschaffung von Ware**

„Im Einkauf liegt ein Großteil des Profits.“ Eine zutreffende Weisheit, die Sie als gewerblicher Verkäufer sicher gut kennen. Hier ist Ihre Kompetenz als professioneller Verkäufer gefragt, so vielschichtig wie das bei eBay angebotene Warensortiment sind auch die Beschaffungsmöglichkeiten. Ob man Postenware oder Restposten kauft, sich beim Großhändler oder direkt beim Hersteller eindeckt, ob man eine eigene Produktionsstätte hat oder unter eigenem Label in Asien fertigen lässt, die Möglichkeiten sind unerschöpflich. Daher kann hier auch kein „Patentrezept“ genannt werden.

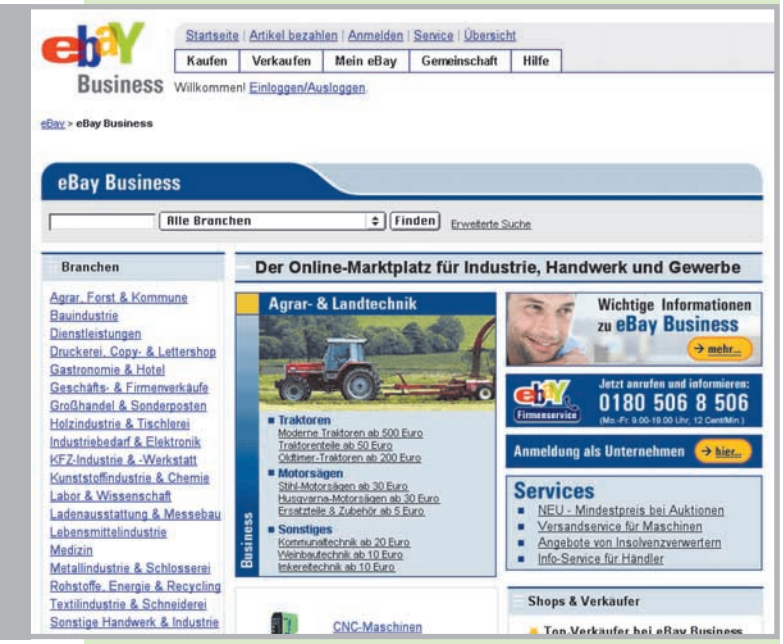
Auch in diesem Fall bietet sich das Internet als Informationsquelle an. Testen Sie doch bei eBay oder in Internet-Suchmaschinen Suchbegriffe wie „Restposten“ oder „Konkurswaren“.



Um Waren zu beschaffen, schauen Sie doch mal unter
http://business.ebay.de/Grosshandel-Sonderposten_W0QQcatZ9435

Tipp: eBay Business & Industrie

Unternehmenskunden findet man in der eBay-Kategorie Business & Industrie, dem Business-Marktplatz für Industrie, Handwerk und Handel. Hier verkaufen sich, sortiert nach Branchen, vor allem Maschinen, Geräte und Werkzeuge von der Agrarmaschine bis zum Zahnarztbohrer. Auch zur Warenbeschaffung eignet sich die eBay-Kategorie Business & Industrie hervorragend. Zusätzlich haben Verkäufer die Möglichkeit, ausschließlich an gewerbliche Kunden zu verkaufen. Dafür ist nur eine Anmeldung mit Umsatzsteuer-Identifikationsnummer notwendig. Danach steht diese Option im Verkaufsformular zur Verfügung.



eBay Business & Industrie ist der Business-Marktplatz bei eBay.

2.3 **Verkaufsstrategie**

Um eine erfolgreiche Verkaufsstrategie zu etablieren, stellt eBay verschiedene Funktionen und Optionen zur Verfügung.

Da wären zunächst die Kategorien, die die gigantische Produktvielfalt, die über eBay verkauft wird, sinnvoll gruppieren und sortieren.

Die Wahl des richtigen Angebotsformats ist ebenso wichtig wie die passende Zusatzoption für die Gestaltung und Platzierung der Angebote.

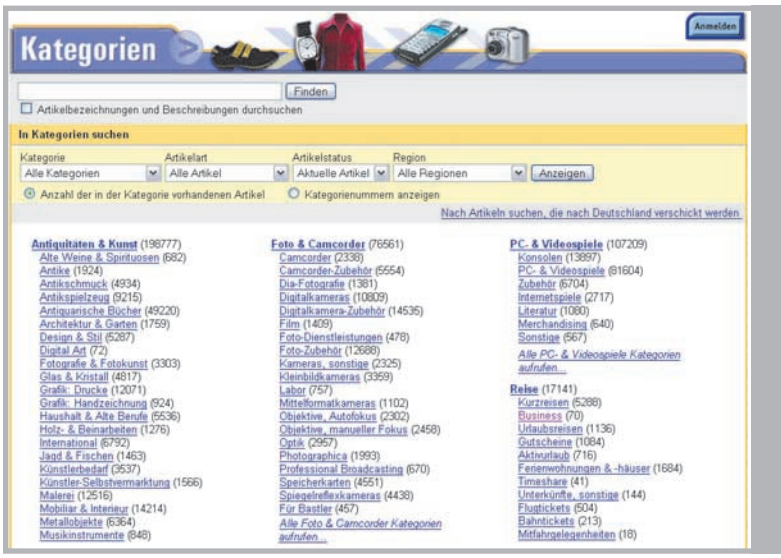
Die richtige Kategorie

Wer in einem Versandhauskatalog nach Artikeln sucht, schaut fast immer zuerst im Inhaltsverzeichnis nach, auf welchen Katalogseiten die entsprechende Warengruppe zu finden ist. Die gleiche Funktion erfüllt das Kategoriensystem von eBay. Mit dem bereits vorgestellten Link **http://listings.ebay.de** finden Sie in der Gesamtübersicht über die Kategorien sehr schnell die für Ihr Produkt passende Kategorie.

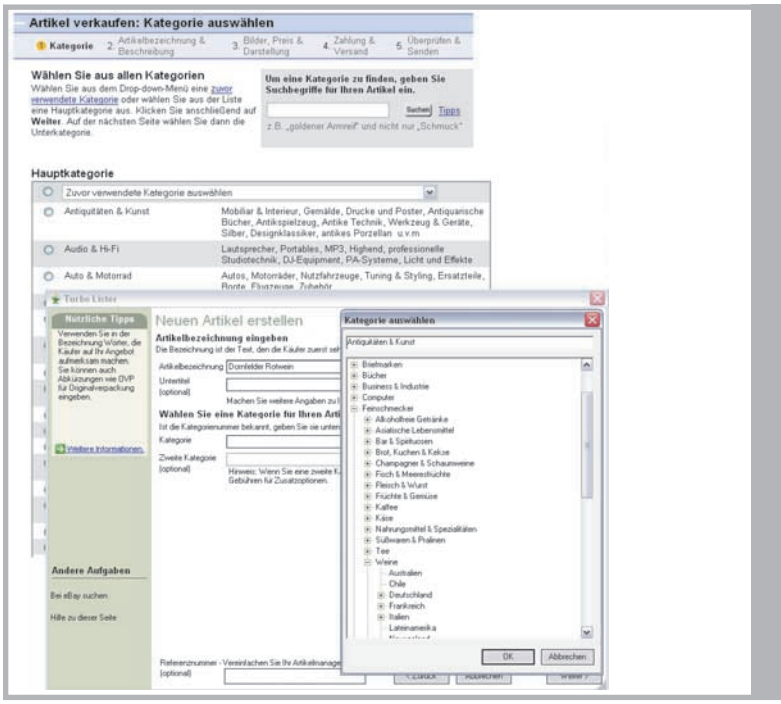
Und Sie sehen hier auch schnell, ob eventuell eine zweite Kategorie nützlich ist, denn Sie können ein Angebot auch parallel in zwei Kategorien einstellen. So steigen die Chancen, dass Ihr Artikel über das Stöbern in den Kategorien gefunden wird, deutlich.

Die Auswahl der Kategorie geschieht über das Verkaufsformular, mit dem man bei eBay online ein Angebot erfasst und einstellt.

Hinweis: Ebenso einfach ist die Kategorienwahl natürlich auch über den eBay Turbo Lister (s. S. 32).



Die Liste unter http://listings.ebay.de hilft natürlich auch, die richtige Kategorie für Ihre eigenen Produkte zu finden.



Sie können Ihre Ware online oder auch über den eBay Turbo Lister zum Verkauf bei eBay einstellen.

Die Angebotsformate bei eBay

Die Auktion, das klassische eBay-Angebotsformat, kennt jeder. Doch eBay bietet verschiedene Formate an, mit denen Sie Ihre Waren verkaufen können.

Für jede Strategie bietet eBay das passende Angebotsformat:

Angebotsformat	Beschreibung	Angebotslaufzeit	Vorteil
Auktion	Legen Sie einen Startpreis fest und verkaufen Sie nach Ablauf eines vorher festgelegten Zeitraums zum Höchstgebot.	1, 3, 5, 7 oder 10 Tage	Gewinnmaximierung durch steigende Gebote.
Multiauktion	Stellen Sie mehrere identische Artikel als Auktion ein und verkaufen Sie dann an die Höchstbietenden.	1, 3, 5, 7 oder 10 Tage	Gewinnmaximierung durch steigende Gebote sowie hohe Effizienz beim Anbieten. Alle Höchstbietenden zahlen den gleichen Preis pro Artikel. Der Preis ergibt sich aus dem niedrigsten erfolgreichen Gebot.
Auktion mit Sofort-Kaufen-Option	Geben Sie zusätzlich zum Startpreis auch einen Sofort-Kaufen-Preis an. Dann können schnell entschlossene Interessenten sofort zu diesem festen Preis kaufen. Sobald ein Gebot abgegeben wird, ist die Sofort-Kaufen-Option nicht mehr verfügbar.	1, 3, 5, 7 oder 10 Tage.	Gewinnmaximierung, wenn geboten wird, direkter Kaufabschluss bei entschlossenen Interessenten.
Festpreisangebot (Sofort-Kaufen)	Stellen Sie einen oder mehrere identische Artikel zu einem festen Preis ein. Käufer können Ihre Artikel sofort zu dem von Ihnen festgelegten Preis kaufen. Der Sofort-Kaufen-Preis besteht bis zum Ende des Angebots.	1, 3, 5, 7 oder 10 Tage	Stabile Margensicherheit und Kaufabschluss bei sofort entschlossenen Interessenten.
Sofort & Neu	„Sofort & Neu“ ist eine Zusatzoption, die Sie immer dann nutzen können, wenn Sie Neuware zum Sofortkauf anbieten. Sie müssen außerdem „14-Tage-Geld-zurück“ anbieten und die Versandkosten angeben, um die Sofort & Neu-Option einsetzen zu können. Bitte beachten Sie: Da „Sofort & Neu“ eine Ergänzung zum Sofort-Kaufen-Format ist, müssen Sie mindestens 10 Bewertungspunkte haben oder Geprüftes Mitglied sein, um die Option auswählen zu können. Die Nutzung von „Sofort & Neu“ ist kostenlos.		
eBay Shop-Artikel	Wenn Sie einen eigenen eBay Shop anmelden, können Sie auch das Angebotsformat Shop-Artikel benutzten. Dieses bietet sich vor allem für Ware an, die dauerhaft bei eBay präsent sein soll und vor allem zu festen Preisen angeboten wird. Als Beispiel wäre Zubehör zu nennen.	30 Tage, 90 Tage oder bis auf Widerruf	Ware ist langfristig oder sogar dauerhaft online und man erreicht eine ständige Präsenz nicht nur mit der Ware, sondern auch als Anbieter generell.
Anzeigenformat für Immobilien	Das Anzeigenformat ermöglicht Anbietern, Immobilien zu annoncieren und über eBay Kontakt mit einer großen Anzahl von Interessenten aufzunehmen, die sich daraufhin bei Ihnen melden können. Im Gegensatz zu allen anderen Angebotsformaten kommt hier kein rechtswirksamer Vertrag zustande, denn nach deutschem Recht muss der Kaufvertrag bei einer Immobilie notariell beglaubigt werden.	10 oder 30 Tage	eBay erschließt ein sehr großes Publikum und bietet eine reichweitenstarke und günstige Alternative zu Anzeigen in Zeitungen.

2.3 **Verkaufsstrategie**

Auffallen mit Zusatzoptionen

Vor allem in den Kategorien, in denen der Wettbewerb stark vertreten ist, sollten die eigenen Angebote auffällig platziert und dargestellt werden. eBay bietet eine ganze Palette attraktiver Zusatzoptionen zur prominenten Platzierung Ihrer Angebote an. Darüber hinaus gibt es die Optionen, die für das Angebot und dessen Darstellung selbst gelten, wie XXL-Foto, Dia-Show, aber auch die Sofort-Kaufen-Option.

Der gezielte Einsatz der Zusatzoptionen steigert die Verkaufschancen eines Artikels und sorgt dafür, dass er nicht in der Masse anderer Angebote untergeht, sondern auffällt.

Zudem nutzt diese Werbewirkung auch Ihrem Bekanntheitsgrad als Verkäufer. Das folgende Bild zeigt eine Reihe dieser Zusatzoptionen speziell für die Artikelliste.

Zusatzoptionen optimieren beispielsweise die Darstellung in der Kategorienliste, die Ihr Kunde nach der Suche nach einem Begriff erhält.

Highlight und Fettschrift kommen ebenso zum Einsatz wie das Galeriebild. Bei diesen drei direkt untereinander gestaffelten Angeboten fällt das oberste Angebot deutlich auf.

Hinweis: Alle Zusatzoptionen sind gebührenpflichtig. Mehr Informationen finden Sie auf Seite 12 oder unter: **www.ebay.de/help/sell/fees.html**

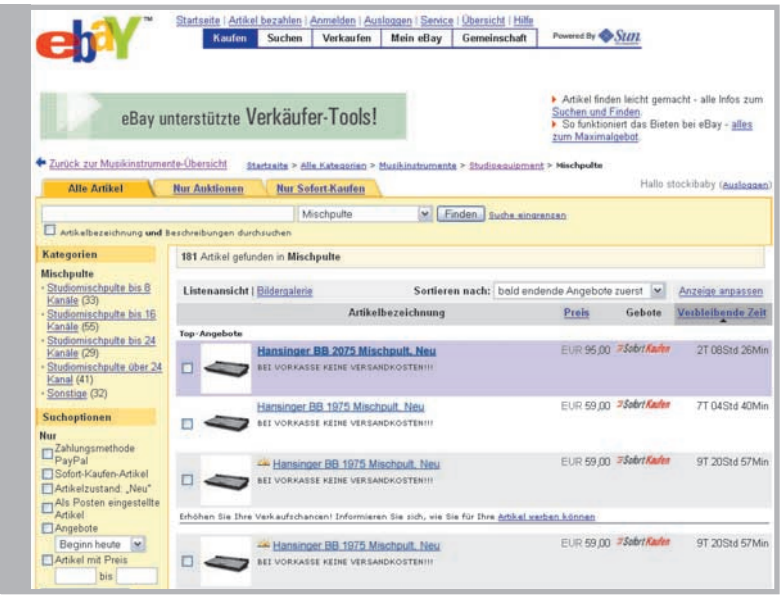
Zusatzoption	Beschreibung	Vorteile
Galerie	Ihr Artikelfoto erscheint als Vorschaubild in den Artikellisten und in der Galerie.	Schon in der Artikelliste bekommt der Kunde einen „Vorgeschmack" auf die Ware. Das Vorschaubild fällt deutlich mehr auf als das grüne Fotosymbol.
XXL-Foto	Ihre Artikelfotos werden in einer Größe von bis zu 800 x 600 Pixel angezeigt.	Manchmal kommt es doch auf die Größe an, denn Bilder im XXL-Format zeigen deutlich mehr Details der Ware, so dass sich der Kunde im wahrsten Sinne des Wortes ein besseres Bild von Ihren Angeboten machen kann.
Dia-Show	Es können mehrere Artikelfotos hintereinander angezeigt werden.	Entweder automatisch oder von Hand gesteuert kann Ihr Kunde eine Reihe von Artikelfotos betrachten.
Bilderpaket	Das Bilderpaket beinhaltet die Zusatzoption Galerie, 12 Artikelfotos und die Anzeige im XXL-Format.	Es kombiniert die Vorteile mehrerer Bildoptionen zu einem besonders günstigen Preis.
Fettschrift	Ihr Angebot wird in den Artikellisten in Fettschrift angezeigt.	Durch die Fettschrift hebt sich Ihr Angebot von anderen Angeboten in den Artikellisten ab.
Untertitel	Fügen Sie einen aussagekräftigen Untertitel hinzu.	Der Untertitel erscheint ebenfalls in den Artikellisten und transportiert damit zusätzliche Informationen.
Highlight	Ihr Angebot wird in den Artikellisten mit einem farbigen Hintergrund unterlegt.	Durch diesen Textmarker-Effekt fällt Ihr Angebot in den Artikellisten auf.
Startzeitplanung	Sie können den Startzeitpunkt Ihres Artikels bis zu 3 Wochen im Voraus festlegen.	Mit diesem Timing endet Ihr Angebot zum bestmöglichen Zeitpunkt und kann so besser geplant werden.
Angebotsvorlagen	Sie können das Design Ihrer Artikelseite gestalten, indem Sie ein Thema und ein Layout auswählen.	Gestalterische Elemente und ein gutes Layout werten Ihre Angebote optisch auf und sorgen für Individualität.
Einstellen in zwei Kategorien*	Mit dieser Option können Sie Ihren Artikel in zwei Kategorien einstellen.	Eine zweite Kategorie verdoppelt die Chancen, von Interessenten gefunden zu werden.
Sofort-Kaufen-Option	Wählen Sie bei einem in einer Auktion angebotenen Artikel zusätzlich den Sofort-Kaufen-Preis. Zu diesem Preis kann ein Interessent den Artikel direkt kaufen. Sobald jedoch ein erstes Gebot für diesen Artikel abgegeben wurde, verschwindet der Sofort-Kaufen-Preis und es kann nur noch geboten werden.	Dient als Angebot für Kurzentschlossene, die nicht bis zum Auktionsende warten, sondern sofort zuschlagen wollen.

* Hinweis: In den Kategorien „Automobile", „Motorräder", „Boote", „Spezielle Fahrzeuge" und „Flugzeuge" können Sie eine zweite Kategorie nur innerhalb dieser Kategorien wählen (z. B. „PKW" und „Oldtimer").

Zusatzoptionen Top-Angebote

Eine besondere Werbewirkung haben die drei Zusatzoptionen der Gattung Top-Angebote. Diese sorgen für eine besonders prominente Platzierung Ihrer Angebote. Damit fallen nicht nur Ihre Angebote direkt und deutlich auf. Sie können damit auch Ihren Bekanntheitsgrad als Verkäufer steigern. Mit dem „Top-Angebot in Kategorie und Suche“ erreichen Sie, dass Ihre Angebote auf der ersten Seite in der Artikelliste präsentiert werden.

Der Vorteil des „Top-Angebots in Kategorie und Suche“ liegt auf der Hand: Nur wenige Interessenten blättern wirklich alle Seiten einer kompletten Artikelliste durch. Wenn Ihre Angebote dauerhaft über die ganze Laufzeit auf der ersten Seite stehen, erhöht sich deutlich die Anzahl der potenziellen Kunden, die Ihre Angebote betrachten.



Mit „Top-Angebot in Kategorie und Suche“ ist Ihre Ware über die gesamte Angebotsdauer ganz oben in der Liste zu finden.

Die Option „Top-Angebot in der Galerie“ sorgt nicht nur dafür, dass Ihr Angebot in die Galerie aufgenommen wird. Zusätzlich wird es auch großformatig ganz oben in der Galerie als Top-Angebot präsentiert und fällt damit sofort ins Auge.

Mit „Top-Angebot auf der Startseite“ ist Ihr Angebot nach dem Zufallsprinzip auf der eBay-Startseite zu sehen. Noch auffälliger können Sie Ihre Produkte nicht platzieren.

Oder Sie werben mit „Top-Angebot auf der Startseite“ direkt auf der Startseite für teure und exklusive Angebote.

Tipp: die besondere Werbewirkung von „Top-Angebot auf der Startseite“

Mit den eigenen Produkten als „Top-Angebot auf der Startseite“ auf der Startseite präsent zu sein, hilft nicht nur beim Verkauf des eigentlichen Produktes! Vielmehr steigert diese Zusatzoption natürlich auch Ihren Bekanntheitsgrad als Verkäufer und lockt Kunden zu all Ihren Angeboten, also auch zu denen, die nicht auf der Startseite angezeigt werden. Denn wer dieses Top-Angebot öffnet, schaut sich oft auch Ihre anderen Angebote an.

Daher sollten Sie auch in der Artikelbeschreibung Ihre Kunden dazu einladen, Ihre weiteren Angebote zu betrachten.

2.3 **Verkaufsstrategie**

Artikelbezeichnung und Artikelbeschreibung

In einer Zeitung erweckt die Überschrift die Neugier des Lesers. Ist der Artikel gut geschrieben, wird diese Neugier befriedigt und der „gefesselte“ Leser liest die Story zu Ende.

Dieses Beispiel ist auf eBay-Angebote übertragbar. Ist die Artikelbezeichnung gut, präzise und informativ, weckt sie das Interesse des potenziellen Kunden. Hält die Artikelbeschreibung, was die Bezeichnung verspricht, dann wird der Käufer bieten oder sofort kaufen. Wird die Ware zudem über hervorragende Bilder präsentiert, ist das Kauferlebnis des Kunden noch besser.

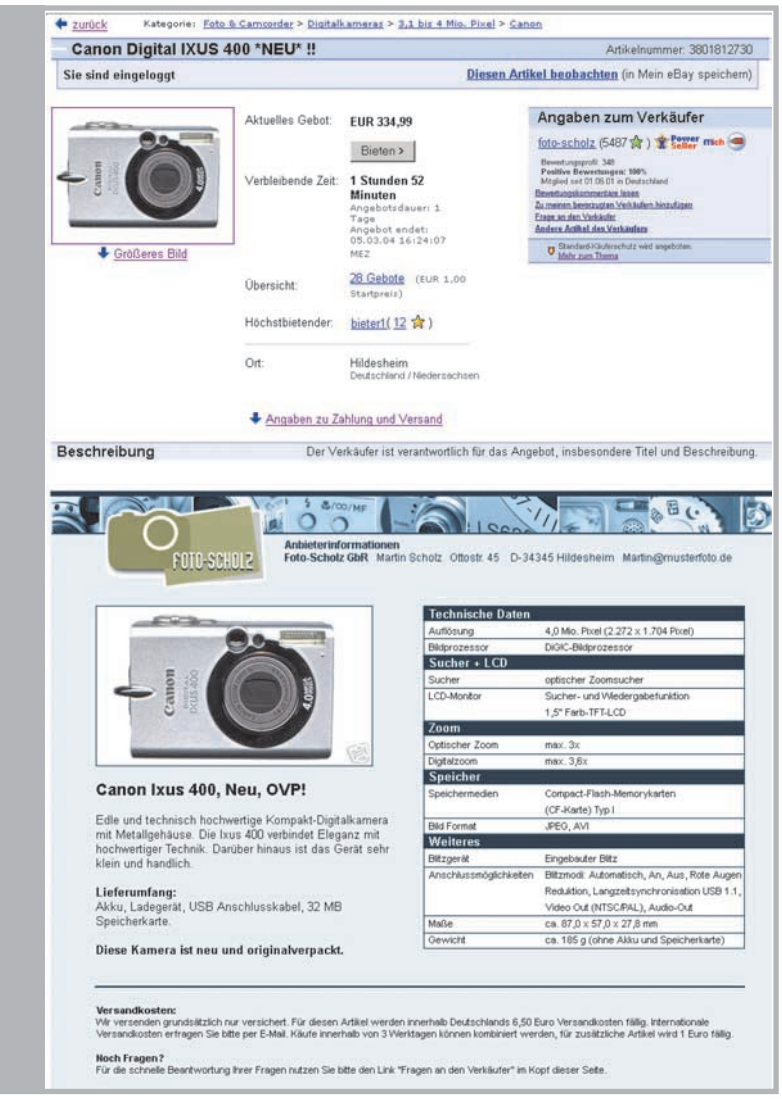
Eine gute Artikelbezeichnung sollte die wichtigsten Suchbegriffe enthalten, mit denen ein Interessent am ehesten nach der Ware suchen wird.

Gleichfalls sollten die wichtigsten Informationen stichwortartig vorkommen. Nutzlos und bei den meisten Käufern verpönt sind Füllwörter wie „wunderschön“, „spitzenmäßig“, „toll“ und Ähnliches. Völlig überflüssig ist die Wortkombination „zu verkaufen“, denn dass die Ware hier zum Verkauf steht, liegt auf der Hand.

Die eigentliche Artikelbeschreibung sollte nach dem Motto „so kurz wie möglich, so lang wie nötig“ verfasst sein, denn wenn der Text zu lang ist, wird er nicht gelesen.

Zudem sollte die Beschreibung alles nennen, was der Kunde wissen will. Das sind die Vorteile und der Nutzen des Produktes. Weiterhin muss aber auch alles beschrieben sein, was der Kunde wissen muss. Wissen muss er zum Beispiel, ob ein gebrauchter Artikel Mängel hat.

Eine gute Artikelbeschreibung informiert sachlich, vollständig, effizient und gut lesbar.



Beispiel für eine gute Artikelbeschreibung.

Startzeit und Angebotsdauer

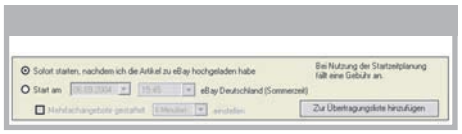
Strategische Marktbeobachtung und Verkaufserfahrung liefern die Erkenntnis, welcher Wochentag und welche Uhrzeit für welche Produkte und Angebote den besten Erlös ermöglichen. Auch die optimale Laufzeit ist schnell ermittelt. Das Ende des Angebots muss auf den Zeitpunkt abgestimmt werden, zu dem die Zielgruppe am Rechner sitzt und in Kauflaune ist.

Ein einfaches Negativbeispiel verdeutlicht das Ganze: Wenn Sport-Fanartikel dann enden, wenn im Fernsehen die Sportschau, ein wichtiges Länderspiel oder ein Formel-1-Rennen läuft, dann wird Ihre Zielgruppe vor dem TV-Gerät sitzen und bestimmt nicht vor dem PC. Artikel, die vor allem Hausfrauen ansprechen, sind in der Regel vormittags an Werktagen recht erfolgreich.

Andere Produkte, die eher den Heimwerker ansprechen, haben ihre beste Zeit in den frühen Abendstunden. Ihr in diesem Fall meist männlicher Kunde ist von der Arbeit gekommen und setzt sich nach dem Abendessen und vor der Tagesschau schnell noch an den PC, um vielleicht nach Elektrowerkzeug für das nächste häusliche Bauprojekt zu suchen.

Nutzen Sie die Startzeitplanung bei der Online-Erfassung Ihrer Angebote ...

Nachdem Sie die Angebotsdauer bestimmt haben, können Sie die Startzeitplanung nutzen. Hier geben Sie das Datum und die Uhrzeit an, zu der Ihr Angebot online gestellt werden soll. In Verbindung mit der Laufzeit des Angebotes können Sie exakt steuern, wann das Angebot ausläuft.



... oder auch im eBay Turbo Lister.

Die Startzeitplanung bietet aber noch ein zusätzliches Feature. Wenn Sie mehrere Angebote gemeinsam online stellen, können Sie diese gestaffelt starten, so dass die Angebote in bestimmten Abständen zwischen 1 und 60 Minuten enden. Das ist ideal, wenn Sie davon ausgehen können, dass ein Kunde nicht ein Objekt, sondern mehrere kaufen möchte.

Natürlich steht diese Funktion auch im eBay Turbo Lister zur Verfügung (siehe nächste Seite):
www.ebay.de/turbo_lister

Startpreis

Welchen Startpreis man für das Auktionsformat festlegt, hängt von mehreren Gesichtspunkten ab. Startet ein Artikel mit 1 Euro, dann sorgt das für eine höhere Attraktivität, bringt aber eventuell nicht den erwünschten Erlös. Steigt man höher und vor allem zu hoch ein, könnte das Angebot ohne Kaufabschluss enden, weil niemand bietet.

Stark nachgefragte Ware können Sie zu einem Startpreis von 1 Euro anbieten. Voraussichtlich werden Sie trotzdem einen hohen Verkaufspreis erzielen.

Anders ist es natürlich bei Artikeln, die erst noch am Markt etabliert werden müssen oder die ihre beste Zeit schon deutlich hinter sich haben. Hier können eine Mischkalkulation und Erfahrungswerte als Entscheidungsgrundlage dienen. Mancher Verkäufer gleicht Auktionen, die unter dem Minimalpreis geblieben sind, mit anderen wieder aus, die deutlich mehr eingebracht haben als erwartet. Unterm Strich stimmt dann die Rechnung wieder.

Tipp: Testen Sie verschiedene Startpreise

Wenn Sie eine hohe Stückzahl des gleichen Artikels zur Verfügung haben, probieren Sie verschiedene Startpreise für Ihre Auktionen aus.

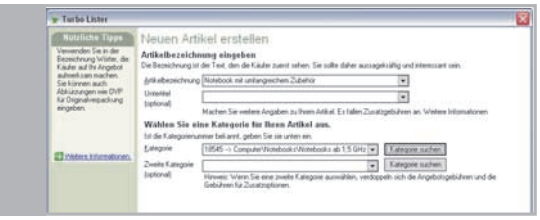
Ein Startpreis von 1 Euro ist natürlich sehr attraktiv.

2.4 **Verkaufsvorbereitung**

Nachdem die Marktbeobachtung gezeigt hat, dass sich der Handel mit dem Artikel lohnt, und die Strategie festgelegt worden ist, kann es losgehen. Nun gilt es, die Ware bei eBay einzustellen.

Eine einfache Methode ist die Nutzung des eBay-Verkaufsformulars, das man über fast jede eBay-Seite und dort über den Link „Verkaufen“ erreicht. Alle Daten und Informationen werden in diesem Online-Formular erfasst, Startpreis, Start- und Laufzeit und die Zusatzoptionen werden festgelegt und dann geht das Angebot an den Start. Das Verkaufsformular eignet sich sehr gut für die direkte Erfassung einzelner Artikel.

Doch gerade für gewerbliche Verkäufer gibt es deutlich effizientere Möglichkeiten, die sich vor allem beim wiederholten Einstellen der immer gleichen Produkte sehr bewähren. Da wäre zunächst der kostenlose Turbo Lister, der meist über eine Schaltfläche unten auf der Startseite oder über die Links „Service“, „Tools für Verkäufer“ heruntergeladen werden kann.



Legen Sie im eBay Turbo Lister den Artikeltitel und die Kategorie fest.

Der Turbo Lister

Mit dem Turbo Lister können Sie nahezu unbegrenzt Angebote einstellen oder immer wieder aufs Neue einstellen.

Hier die wesentlichen Funktionen in der Übersicht:

- Artikeldaten offline ohne Zeit- und Kostendruck erfassen und gebündelt online zu eBay übertragen
- professionelle Artikelbeschreibungen mit dem HTML-Text-Editor erstellen
- Themen und Layouts zur individuellen Gestaltung nutzen
- individuelle Vorlagen gestalten, speichern und dann schnell und einfach für neue Produkte nutzen
- wiederkehrende Angebote in der Datenbank speichern und in Ordnern verwalten und jederzeit mit wenigen Mausklicks online stellen
- vorhandene Angebote überarbeiten
- Angebote auch für die meisten internationalen eBay-Marktplätze erstellen
- mit der Startzeitplanung Angebote zu einem festgelegten Zeitpunkt anlaufen lassen
- Angebote über das CSV-Format in andere oder aus anderen Anwendungen ex- und importieren

Die Erfassung eines Angebots mit dem Turbo Lister erfolgt in drei grundlegenden Schritten:

1. Das Angebotsformat wird gewählt, die Artikelbezeichnung eingegeben und die passende Kategorie ausgesucht.

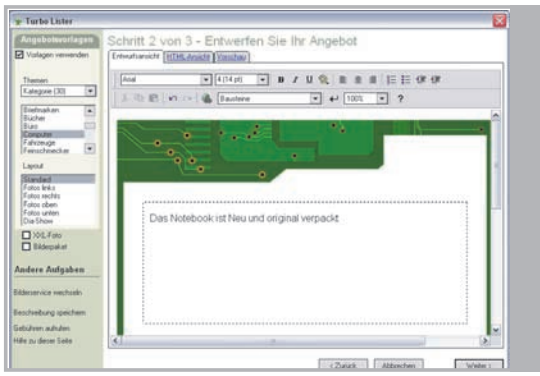
2. Die Artikelbeschreibung wird erstellt und um ein oder mehrere Fotos ergänzt.

3. Die Details, wie Start- und Sofort-Kaufen-Preis, Versandkosten und Zahlungsbedingungen, aber auch Zusatzoptionen, werden festgelegt.

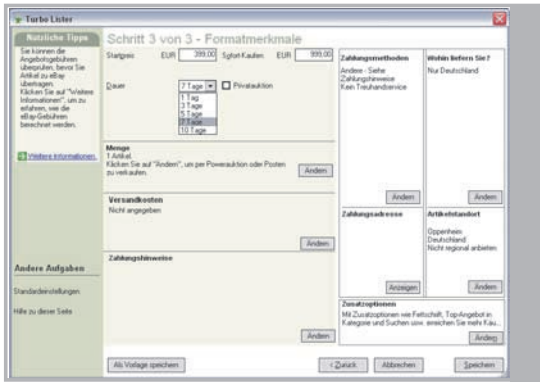
Das alle geschieht offline, ohne Zeit- und Kostendruck. Danach kann das so erstellte Angebot als dauerhafte Vorlage gespeichert und dann jederzeit immer wieder aufs Neue online gestellt werden.

Ein Klick auf die Schaltfläche „Zur Übertragungsliste hinzufügen“ verwandelt die Vorlage in ein Angebot, das dann aus der Übertragungsliste heraus zu eBay gesendet werden kann.

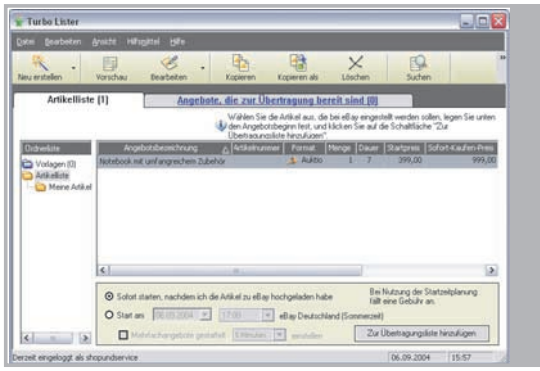
Der integrierte HTML-Editor des Turbo Listers bietet die Möglichkeit, auch eigene Designs und Funktionen über HTML zu realisieren und in die Angebote einzubinden.



Wählen Sie ein Angebotsdesign aus und beschreiben Sie Ihre Ware.



Legen Sie Details und Zusatzoptionen fest.



Und senden Sie die Angebote dann über die Übertragungsliste an eBay ab.

Verkaufsmanager und Verkaufsmanager Pro

Der Turbo Lister dient der Erstellung von Angeboten, der Verkaufsmanager und vor allem der Verkaufsmanager Pro hingegen decken auch die Abwicklung der Transaktionen ab.

Der Verkaufsmanager richtet sich eher an kleine Unternehmen mit kleinem bis mittlerem Versandaufkommen oder solche, die eBay als einen von mehreren Vertriebskanälen nutzen. Der Verkaufsmanager Pro hingegen eignet sich für den regelmäßigen Verkauf eines stabilen und homogenen Sortiments, das mit einem hohen Versandaufkommen vorwiegend oder ausschließlich über eBay vertrieben wird.

	Verkaufsmanager	Verkaufsmanager Pro
Verkäufertyp	Ideal für Verkäufer mit mittlerem bis hohem Verkaufsaufkommen	Ideal für professionelle Verkäufer mit hohem Verkaufsaufkommen
Funktionen	Erfasst und verwaltet Verkäufe nach dem Einstellen. Mit anderen Tools kombinierbar.	Komplettes Verkaufsmanagement mit allen Funktionen des Verkaufsmanagers plus: Bestandsmanagement, gebündeltes Einstellen, Berichtwesen und Funktionen zur Automatisierung!
Preis	KOSTENLOS 30 Tage testen! Nur 4,99 Euro* monatlich!	KOSTENLOS 30 Tage testen! Nur 9,99 Euro* monatlich!
	Mehr Informationen zu Verkaufsmanager	Mehr Informationen zu Verkaufsmanager Pro

Entscheiden Sie sich für die für Sie geeignete Version des Verkaufsmanagers und erfahren Sie mehr unter: **www.ebay.de/verkaufsmanager_pro**

Im Gegensatz zum Turbo Lister sind die beiden Verkaufsmanager Online-Lösungen, die in „Mein eBay" die Ansicht „Verkaufen" ersetzen. Gerade wenn Sie beruflich sehr viel unterwegs sind, hat das den Vorteil, dass Sie völlig unabhängig von einem ortsgebundenen PC sind.

Sie suchen sich unterwegs, beispielsweise in einem Internet-Café, einen Computer mit Internetzugang, loggen sich ganz normal in Ihrem eBay-Mitgliedskonto ein und können sofort alle Funktionen der Verkaufsmanager nutzen.

Nach 30 Tagen, in denen Sie diese Tools kostenlos testen können, kostet der Verkaufsmanager 4,99 Euro und der Verkaufsmanager Pro 9,99 Euro im Monat. Die hier angegebenen Preise verstehen sich inklusive der gesetzlichen Mehrwertsteuer von 16 %.

Hier sehen Sie die verschiedenen Funktionen beider Tools. Der Verkaufsmanager Pro beinhaltet alle Funktionen des Verkaufsmanagers und hat noch einige Zusatzfunktionen, wie Sie der nachfolgenden Tabelle entnehmen können.

Verkaufsmanager

Statusinformationen:
Erfassen Sie mit einem Blick, welche Aktivitäten Sie bei der Abwicklung Ihrer Verkäufe schon erledigt haben und welche noch zu erledigen sind.

E-Mail- und Bewertungsvorlagen:
Anpassbare E-Mail-Vorlagen und Bewertungskommentare helfen Ihnen, Ihre Verkäufe effizienter zu verwalten.

Gebündeltes Wiedereinstellen:
Stellen Sie verkaufte und nicht verkaufte Angebote gebündelt wieder ein.

Rechnungen und Versandetiketten:
Drucken Sie Rechnungen und Versandetiketten direkt aus dem Verkaufsmanager heraus.

Export von Verkaufsdaten:
Exportieren Sie Ihre Verkaufsdaten und bearbeiten Sie sie auf Ihrem Computer weiter.

Gebündelte Gutschriftbeantragung:
Automatisieren Sie den Prozess der Gutschriftbeantragung, falls der Käufer nicht zahlt.

Zusatzfunktionen im Verkaufsmanager Pro

Bestandsverwaltung:
Verwalten Sie Ihre Warenbestände mit Verkaufsvorlagen und stellen Sie diese mit zwei Mausklicks als Angebot online. Die Lagerbestände werden automatisch angepasst und Sie erhalten automatisch Informationen, sobald Ihre Warenbestände unter einen von Ihnen vorgegebenen kritischen Wert fallen.

Artikelstatistiken:
Sie erhalten Informationen über die Abverkaufsrate und den durchschnittlichen Verkaufspreis Ihrer Produkte und treffen so intelligentere Verkaufsentscheidungen.

Massenfunktionen:
Verschicken Sie E-Mails, geben Sie Bewertungen ab und drucken Sie Rechnungen – gebündelt und mit wenigen Klicks.

Automatische Funktionen:
Reduzieren Sie Ihre Arbeit durch automatisierte E-Mails und automatische Bewertungsabgabe.

Berichte:
Detaillierte Umsatzreports helfen Ihnen, Ihr Geschäft besser zu verstehen und Ihre Verkaufsaktivitäten zu optimieren.

Zahlungsabgleich:
Behalten Sie stets die Übersicht über Ihre Zahlungseingänge mit dem Verkaufsmanager Pro. Der automatisierte Zahlungsabgleich ist eine kostenlose Erweiterung zum Verkaufsmanager Pro. Der Abgleich geschieht automatisiert, ein aufwändiges Zuordnen der Zahlungen ist nicht mehr nötig. Sie erhalten mit wenigen Klicks einen Überblick, welche Zahlungen eingegangen sind und welche noch ausstehen. Keine Übertragung der Bankdaten an eBay. Der Abgleich der Zahlungseingänge findet auf Ihrem Rechner statt, es erfolgt lediglich ein Abgleich des „Bezahlt"-Status.

2.4 **Verkaufsvorbereitung**

Neue Posten anlegen

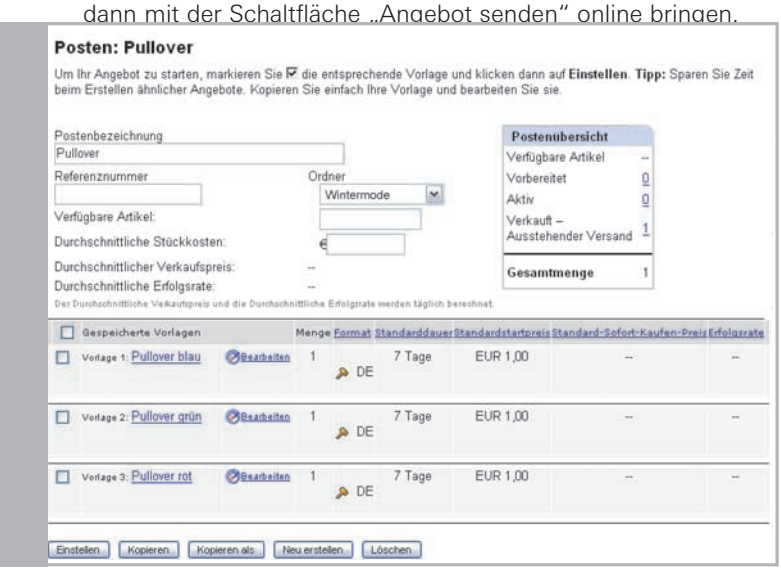
Wenn Sie neue Ware in Ihr Sortiment aufnehmen, legen Sie im Warenbestand des Verkaufsmanagers Pro einen neuen Posten dafür an. Tragen Sie auf alle Fälle die Menge ein, die Sie von der Ware auf Lager haben. Dieser Bestand wird automatisch geführt, jede erfolgreiche Auktion reduziert den Bestand um die verkaufte Menge.

Wenn Sie den Einkaufspreis ebenfalls eintragen, wird dieser später im Bereich „Berichte“ bei der Gewinn- und Verlust-Rechnung mit berücksichtigt. Für jeden Posten können Sie merere Verkaufsvorlagen anlegen. So können Sie Vorlagen für verschiedene „Unterarten“ des Produktes einrichten, beispielsweise verschiedene Farb- oder Ausstattungsvarianten.

Vorlagen anlegen

Natürlich können Sie auch Vorlagen für verschiedene Angebotsformate anlegen, wenn Sie den Artikel einmal als Auktion, dann als Festpreis und mal als Shop-Artikel anbieten wollen.

Um schließlich ein Angebot bei eBay einzustellen, müssen Sie nur die gewünschte Vorlage markieren und auf die Schaltfläche „Einstellen“ klicken. Im nächsten Fenster können Sie auf Wunsch noch die Startzeitplanung nutzen und das Angebot dann mit der Schaltfläche „Angebot senden“ online bringen.



Speichern Sie Ihre Warenbestände in Posten ab, denen Sie dann Angebotsvorlagen zuordnen können.

Beide Verkaufsmanager informieren Sie im Bereich „Aktive“ detailliert über den Stand der derzeit laufenden Angebote. Sie sehen unter anderem, wie viele Gebote schon eingegangen sind und wie viele Käufer Ihre Angebote auf „Beobachten“ gesetzt haben.

Der Verkaufsmanager informiert Sie übersichtlich über Ihre aktiven Angebote.

Sie sehen auch, ob Fragen zum Produkt an Sie geschickt wurden, und können diese sogleich beantworten, indem Sie auf die Zahl in der entsprechenden Anzeigespalte klicken. Dieser Statusreport informiert Sie also kompakt und dennoch ausführlich über alle derzeit laufenden Angebote.

Besonders nützlich sind die beiden Verkaufsmanager, wenn nach Angebotsende die Verkaufsabwicklung ansteht. So können Sie E-Mails über fertige Vorlagen, die Sie natürlich selbst nach Bedarf anpassen können, automatisch verschicken. Alle Auktionsdaten werden automatisch aus der eBay-Datenbank eingesteuert. Sie müssen hier nichts selbst eingeben oder abtippen. Das vereinfacht die Kommunikation mit dem Kunden erheblich. Beim Verkaufsmanager Pro können Sie das sogar gebündelt für mehrere Kunden auf einmal erledigen.

Auch für die Vergabe von Bewertungen stehen fertige Vorlagen und im Verkaufsmanager Pro die Bündelung zur Verfügung. Mit wenigen Mausklicks vergeben Sie zahlreiche Bewertungen, ohne auch nur eine davon manuell eingeben zu müssen.

Für jeden Verkauf können Sie im Verkaufsprotokoll den Zahlungseingang und das Versanddatum dokumentieren sowie Rechnungen automatisiert ausdrucken. Auch hier kommen Vorlagen zum Einsatz, die Sie anpassen können. Die Daten und Details der Rechnung fließen wieder automatisch aus der eBay-Datenbank ein. Die genaue Verkaufsabwicklung stellen wir ab Seite 39 vor.

Natürlich werden Sie als professioneller Verkäufer Ihre Aktivitäten analysieren, um Entscheidungen zu fällen und Ihre Strategie zu optimieren. Der Verkaufsmanager Pro unterstützt Sie dabei mit der Funktion „Berichte“. Hier sehen Sie auf Wunsch bis ins Detail, welche Kosten Ihren Erlösen gegenüberstehen. Damit können Sie für jeden Abschluss nachvollziehen, welche direkten Kosten angefallen sind, welchen Gewinn Sie erzielt haben, welchen Betrag der Kunde an Sie überwiesen hat und

Weitere Tools und Lösungen

Für den Fall, dass Ihr unternehmerisches Wachstum eine deutlich höhere Anzahl an monatlichen Abwicklungen inklusive komplexerer Abläufe mit sich bringt, bieten zahlreiche Anbieter sehr leistungsstarke Lösungen an. Diese stellen neben vielen Funktionen auch eine sehr gute Anbindung an externe Stellen und Programme zur Verfügung.

Ob Zahlungen über Online-Banking eingelesen und abgeglichen werden sollen, ob Versanddienstleister automatisch beauftragt oder die Buchhaltungsdaten an Buchhaltungssoftware oder direkt an den Steuerberater exportiert werden sollen, diese Lösungen bieten die nötigen Schnittstellen.

Vor allem aber decken diese Anwendungen den kompletten eBay-Workflow ab. Das beginnt bei sehr umfangreichen Warenbestands- und Inventarverwaltungen. Weiter geht es über die Nutzung individueller Angebotsvorlagen und das automatisierte Einstellen von Angeboten bis hin zur automatisierten Abwicklung der Transaktionen. Gerade bei der Abwicklung profitieren Sie von den zahlreichen Funktionen. Kunden werden nach dem Kauf vollautomatisch über die Abwicklung informiert und zur Zahlung aufgefordert. Per Online-Banking eingegangene Zahlungen werden automatisch der richtigen Auktion zugeordnet, so dass Sie sofort den Versand starten können. Rechnungen, Lieferscheine und Versandunterlagen werden mit wenigen Mausklicks und ohne manuellen Eingriff gedruckt.

Adaptierbare Versandprofile sorgen selbstständig dafür, dass für jeden Vorgang der optimale Versandweg genutzt wird. Bewertungen werden nach zuvor von Ihnen definierten Regeln vollautomatisch vergeben. Im- und Exportschnittstellen sorgen für die Anbindung nicht nur an Zahlungssysteme oder die Buchhaltung, sondern auch an den von Ihnen gewählten Logistiker. Sie schreiben keine Abhollisten für den Paketdienst mehr, sondern erteilen den Versandauftrag online und ohne Papierarbeit.

Die Verkäufertool-Suche hilft Ihnen bei der Suche nach der richtigen Lösung für Ihren Bedarf.

Suche nach Verkäufertools

eBay kann Sie bei der Suche nach dem richtigen Tool auch unterstützen. Auf der Seite **www.ebay.de/verkaeufer-tools/verkaeufer-tool-suche.html** finden Sie einen Service, der Ihnen Vorschläge anhand der von Ihnen vorgegebenen Kriterien erstellt. Nachdem Sie die Anzahl der monatlichen Transaktionen angegeben haben, können Sie weitere Kriterien angeben.

Dazu gehören beispielsweise der automatische Zahlungsabgleich, die Möglichkeit, mehrere eBay-Mitgliedskonten zu verwalten, der automatische Druck von Rechnungen, die Integration von Versandlösungen und vieles mehr. Gezeigt wird dann eine Auswahl der Lösungen, die Ihr Anforderungsprofil abdecken.

Problemlose Anbindung an eigene Lösungen per API

Sie haben bereits ein etabliertes Warenwirtschafts- und Betriebssteuerungssystem, in dessen Ablauf der Vertriebskanal eBay integriert werden soll? Mit dem Advanced Programmers Interface (API) und dem eBay-Entwicklerprogramm ist das problemlos möglich. Das API ist die Schnittstelle zwischen dem weltweiten Online-Marktplatz und Ihren externen Anwendungen. Daten müssen nicht mehr über den Webbrowser „ersurft“ werden, sondern werden über das API und so genannte Calls direkt aus der eBay-Datenbank abgerufen.

Mit dem Entwicklerprogramm können Sie auch eigene Lösungen programmieren und über die API-Schnittstelle an den eBay-Marktplatz anbinden.

Um das API und das Entwicklerprogramm zu nutzen, stellt eBay Ihnen verschiedene Lizenzmodelle zur Verfügung. Einzelpersonen können eine kostenlose Lizenz inklusive 50 Calls pro Tag erhalten, um beispielsweise eigene Anwendungen zu entwickeln und zu testen. Kommerzielle Lizenzen stehen in verschiedenen Abstufungen zur Verfügung. So können 30.000 Calls und mehr im Monat genutzt werden.

Selbst entwickelte Anwendungen und Lösungen können Sie von eBay zertifizieren lassen. Sie können sogar einen Marketingsupport nutzen, wenn Sie Ihre selbst entwickelte Lösung weiterverkaufen wollen. Dabei helfen transaktionsbasierte, modulare Preismodelle, die Kosten niedrig zu halten. Informationen und auch die Registrierung sind unter **http://entwickler.ebay.de** zu finden.

Die API-Anbindung der Software an eBay macht manuelle Datenabgleiche überflüssig und verhindert Prozessbrüche. Als Unternehmer profitieren Sie vor allem davon, dass Sie den eBay-Marktplatz an vorhandene Warenwirtschaftssysteme, Shopsysteme und betriebliche Prozesssteuerungen anbinden können. Damit erreichen Sie einen hohen Grad an Automatisierung, vom Onlinestellen Ihrer Angebote aus Ihrem Warenwirtschaftssystem bis hin zur automatisierten Abwicklung mit Datenübergabe an Faktura und Buchhaltung.

Diese nahtlose Verbindung verschiedener Geschäftsprozesse ermöglicht schnelles, effizientes und Kosten sparendes Arbeiten. Zudem müssen keine neuen Anwendungen etabliert oder Daten übertragen werden. Die Geschäftsprozesse werden optimiert und der eBay-Marktplatz kann in Ihre unternehmerische Wachstumsstrategie eingebunden werden.

2.5 **Verkaufsphase**

Kommunikation mit dem Kunden

Ihre Angebote sind online, Kunden interessieren sich für Ihre Ware und melden sich eventuell mit Fragen. Jetzt gehört eine gute Kommunikation zu den wichtigsten Pflichten eines professionellen Verkäufers!

In einem Ladengeschäft nennt man das „aktives Verkaufen". Der Kunde wird begrüßt und gefragt, ob man ihm helfen kann. Er erfährt damit Wertschätzung und kann die Hilfe des Verkäufers in Anspruch nehmen. Der direkte Kontakt zum Kunden fehlt beim Online-Handel. Umso wichtiger ist es, schon von vornherein möglichst viele Fragen in der Artikelbeschreibung zu klären und aktive Anfragen des Kunden schnell, effizient und sachlich zu beantworten. Diesen Service werden Ihre Kunden zu schätzen wissen und mit Kaufabschlüssen belohnen.

Wenn eine Artikelbeschreibung viele ungeklärte Punkte hat und so zu viele Fragen offen bleiben, dann frustriert das einen potenziellen Kunden sehr schnell. Daher sollten Sie Ihre Artikelbeschreibungen immer aus der Perspektive Ihrer Kunden abfassen und Fragen vorwegnehmen. Je vollständiger die Artikelbeschreibung ist, desto weniger Fragen werden Ihre Kunden haben.

Natürlich gehören neben den Produktdetails und den Liefer- und Zahlungsbedingungen auch Informationen wie Ihre (Firmen-)Kontaktdaten mit E-Mail-Adresse und eventuell auch die Telefonnummer in die Artikelbeschreibung. Der Gesetzgeber verlangt bei gewerblichen Händlern ohnehin die Angabe einer ladungsfähigen Anschrift. Wenn Sie sich in Ihren Angeboten klar zu erkennen geben, dann stärkt das auch das Vertrauen seitens Ihrer Kunden.

Anfragen Ihrer Kunden sollten immer so schnell wie irgend möglich beantwortet werden. Selbst wenn es sich um wenig sinnvoll erscheinende oder schroff formulierte Fragen handelt, muss die Antwort immer sachlich und höflich bleiben. Wenn es Ihnen gelingt, dem Interessenten innerhalb weniger Minuten zu antworten, so dass dieser noch online ist, dann wird er über Ihre schnelle Reaktion begeistert sein und eher kaufen oder bieten.

Für bestimmte Standardfragen können Sie Textbausteine vorbereiten, die Sie dann einfach in die Antwort-E-Mail einbauen. Solche Textbausteine ersparen Tipparbeit und verkürzen die Beantwortungszeit von E-Mails enorm.

Sie können auch komplette E-Mails als Vorlage bereithalten. Das lohnt sich besonders für Fragen, die nicht produktspezifisch sind, sondern sich auf allgemeine Vorgänge beziehen. Textbausteine und E-Mail-Vorlagen können von wiederkehrenden Produktdetails über standardisierte Garantie-, Versand- und Zahlungsbedingungen bis hin zu Grußformeln reichen.

Auf der Artikelseite können Interessenten auch auf den Link „Frage an den Verkäufer" klicken, um dann in einem speziellen Formular eine Frage an Sie zu richten. In „Mein eBay" sowie in beiden Versionen des Verkaufsmanagers wird angezeigt, ob und wie viele Fragen an Sie gerichtet wurden. Ein Klick auf die Ziffer in der Spalte „Fragen" und es öffnet sich das Antwortformular.

Tipp: FAQ-Liste einbauen

Bauen Sie in Ihre Artikelbeschreibung eine Liste mit häufigen Fragen und den dazugehörenden Antworten ein. Es kann sich dabei um produktspezifische oder allgemeine Fragen handeln.

Bearbeitung von Angeboten während der Laufzeit

Ihr Angebot ist online und Sie stellen fest, dass Sie noch etwas ändern oder ergänzen wollen. Solange noch kein Gebot abgegeben wurde, können Sie fast alle Parameter Ihres Angebots überarbeiten. Ändern Sie die Laufzeit, den Startpreis, fügen Sie Bilder hinzu oder ergänzen Sie Artikelbezeichnung oder -beschreibung.

Wurde bereits ein Gebot abgegeben, können Sie nur noch die Artikelbeschreibung ergänzen. Dass Sie Ihr Angebot jetzt nicht mehr überarbeiten und verändern können, ist sinnvoll. Ihr Kunde bietet ja auf Ihr Angebot unter den von Ihnen vorgegebenen Bedingungen, die für das Zustandekommen des Kaufvertrages gelten. Würden Sie diese jetzt nachträglich ändern, wären das nicht mehr die Bedingungen, denen der Kunde zustimmen wollte.

Informationen zu diesem Thema finden Sie auch unter:
www.ebay.de/help/sell/questions/revise-item.html

Im Folgenden finden Sie die Versandkosten als Beispiel: In der ursprünglichen Auktion standen 5 Euro und nachdem der Kunde ein Gebot abgegeben hat, werden diese jetzt auf 15 Euro abgeändert. Sicherlich will der Kunde zu diesen Konditionen nicht mehr kaufen. Daher ist eine Überarbeitung Ihres Angebotes nach dem ersten Gebot nicht mehr möglich.

Was Sie allerdings unter bestimmten Bedingungen noch machen können, ist das Angebot vorzeitig zu beenden. Das bietet sich beispielsweise an, wenn die Ware vor dem Verkauf am Ende der Laufzeit „untergeht", wie der Jurist sagt. Sie wollen z. B. einen PKW verkaufen und 4 Tage vor Ende der Angebotslaufzeit fährt Ihnen jemand in den Wagen und beschädigt diesen stark.

Informationen zu diesem Thema finden Sie auch unter:
www.ebay.de/help/sell/end_early.html

Im Folgenden erfahren Sie die zulässigen Gründe für das vorzeitige Beenden von Angeboten:

- Beim Einstellen des Artikels haben Sie sich bezüglich seiner Beschaffenheit geirrt.
- Die maßgebliche Beschaffenheit des Artikels hat sich in der Zwischenzeit verändert.
- Sie können den Artikel nicht mehr verkaufen, da er mittlerweile zerstört wurde.

2.6 **Verkaufsabwicklung**

Überblick

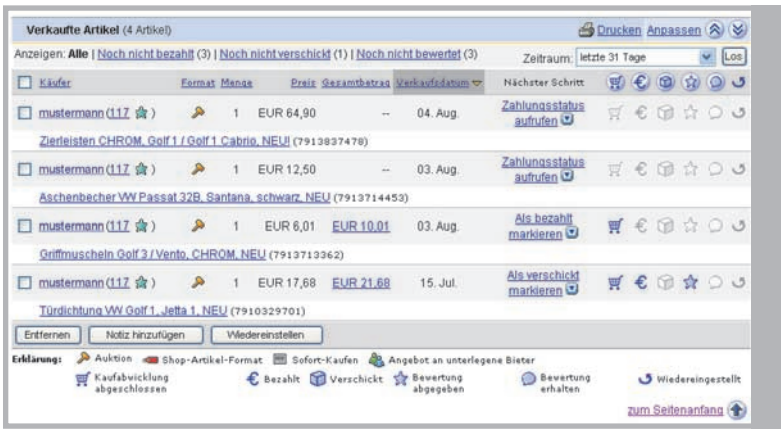
Wenn Sie mit dem Ende der Angebotslaufzeit oder dem Sofort-Kauf einen Artikel erfolgreich verkauft haben, schließt sich die Verkaufsabwicklung an. Zunächst wird der Kunde über den Kauf und die weitere Vorgehensweise informiert.

Nach dem Zahlungseingang wird die Ware versandfertig gemacht und an den Kunden geschickt. Mit der gegenseitigen Bewertung ist die Verkaufsabwicklung dann normalerweise abgeschlossen.

Die Kommunikation mit dem Kunden erfolgt in der Regel per E-Mail oder über die Kaufabwicklungsfunktion innerhalb von eBay. Der Käufer erfährt spätestens jetzt, welche Versandkosten er neben dem eigentlichen Kaufpreis noch zahlen muss.

Sie als Profiverkäufer nennen die Versandkosten natürlich bereits in der Artikelbeschreibung, um Ihre Kunden vorab zu informieren. In der Erstkontakt-E-Mail erfährt Ihr Kunde auch die Details bezüglich der Bezahlung der Ware.

Dazu gehören neben der Bankverbindung auch die Angaben, die der Käufer bei der Überweisung machen soll, um Ihnen die Zuordnung der Zahlung zu erleichtern.

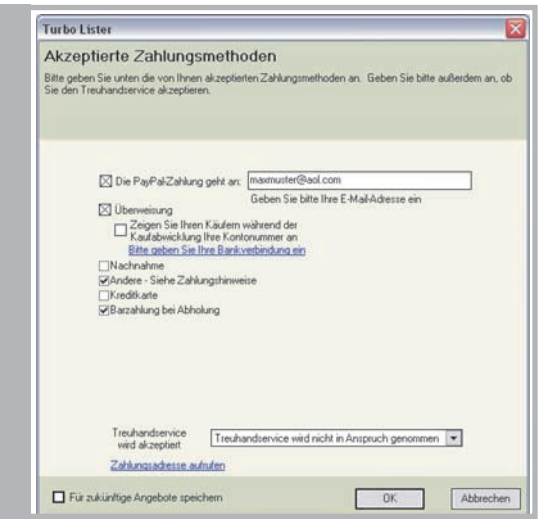


Verkaufte Artikel auf „Mein eBay".

Zahlungsmethoden

Bei eBay Deutschland ist die Banküberweisung die derzeit gebräuchlichste Zahlungsmethode. Sie können dabei Ihre Bankdaten in der E-Mail an Ihren Kunden übermitteln oder aber die Funktion „Überweisung Plus“ nutzen.

Damit werden Ihrem Kunden diese Daten im Rahmen der Kaufabwicklung automatisch angezeigt. Um „Überweisung Plus“ nutzen zu können, müssen Sie in Mein eBay die Bankverbindung für Zahlungseingänge bei eBay hinterlegen und die Funktion aktivieren.



Geben Sie die akzeptierten Zahlungsmethoden an.

Zusätzlich haben Sie die Möglichkeit, PayPal als Zahlungsmethode direkt in die Kaufabwicklung einzubinden. Ihre Kunden erkennen am PayPal-Logo schon in der Artikelbeschreibung, dass Sie PayPal akzeptieren, und können so den kostenlosen Käuferschutz in Anspruch nehmen. Denn für alle Artikel, die bei eBay mit PayPal bezahlt werden, ist der Käufer automatisch bis 500 Euro abgesichert.

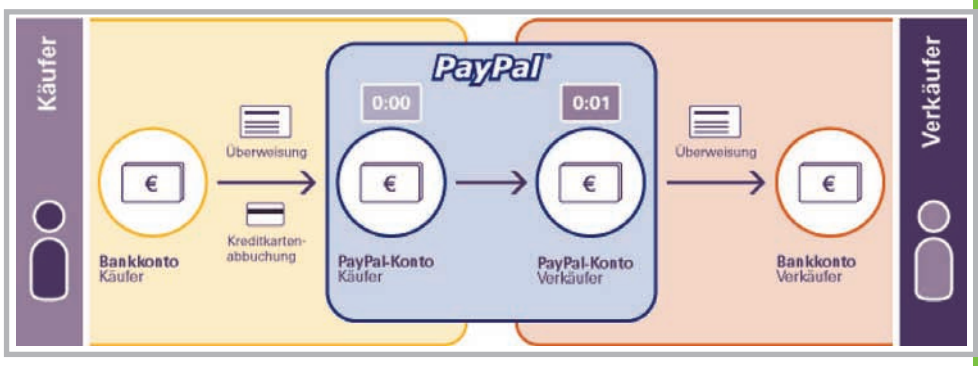
Da PayPal voll in eBay integriert ist, erfolgt die Zahlungsaufforderung automatisch nach Angebotsende. Der Kunde muss nur per Mausklick auf die Zahlungsseite von PayPal wechseln, wo alle Angebotsdaten nebst Versandkosten bereits automatisch eingepflegt sind.

So ist die Zahlung mit wenigen Klicks direkt nach Auktionsende bequem möglich. Für Sie bedeutet das mehr Zahlungssicherheit, denn solange der Käufer die Rechnung per Bankeinzug, über Kreditkarte oder sein PayPal-Guthaben begleicht, steht Ihnen das Geld sofort nach Erhalt der Zahlungs-E-Mail zur Verfügung.

Zusätzlich übernimmt PayPal die Risiken des Lastschriftverfahrens, d. h. Unterdeckung des Bankkontos oder Kontomissbrauch.

Haben Sie mit dem Käufer Vorkasse vereinbart, kann durch die schnelle Zahlung auch der Warenversand viel schneller stattfinden, oft schon binnen 24 Stunden, in vielen Fällen ein entscheidender Service für Ihre Kunden.

Die Vorteile von PayPal machen sich auch im weltweiten Handel bezahlt. Zahlungen von ausländischen Kunden erhalten Sie ebenso einfach und schnell wie von deutschen Kunden. PayPal ist derzeit bereits in über 45 Ländern nutzbar. Zahlreiche PowerSeller, die häufig Ware ins Ausland verkaufen oder auch Ware aus dem Ausland beziehen, schwören auf PayPal. Zu den weiteren Zahlungsoptionen, die Sie Ihren Kunden über eBay anbieten können, gehören natürlich die Nachnahme, Kreditkartenzahlungen über ein bei Ihnen etabliertes System oder die Barzahlung bei Übergabe.

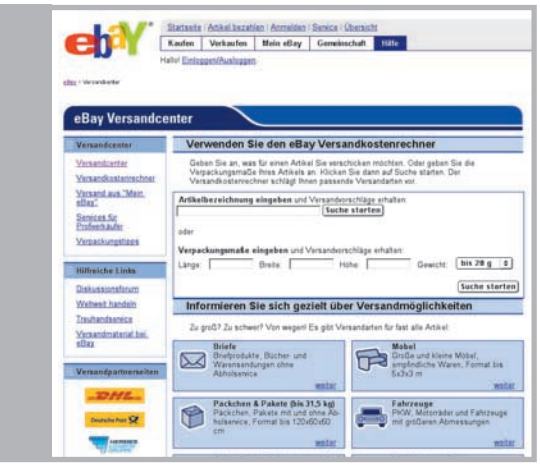


PayPal ist eine schnelle und effektive Zahlungsmethode, gerade auch für Kunden im Ausland.

2.6 **Verkaufsabwicklung**

Versand und Versandservice

Sobald der Kunde bezahlt hat, schicken Sie die Ware an ihn ab. Dass Sie die Produkte sicher und entsprechend gut verpacken, versteht sich von selbst. Ausgediente Schuhkartons sind ebenso unprofessionell wie zerknülltes Zeitungspapier als Füll- und Polstermaterial. An der Qualität der Verpackung erkennt und akzeptiert Ihr Kunde Ihre Professionalität als Verkäufer. Doch der Kunde wird noch eine andere Sache sehr zu schätzen wissen: kostentransparente Informationen schon in der Artikelbeschreibung. Daher sollten Sie immer die Versandkosten von Anfang an nennen, damit Ihr Kunde von vornherein weiß, welche weiteren Kosten auf ihn zukommen. Viele Käufer werden nicht bei Ihnen kaufen, wenn diese Kosten nicht aufgeführt sind, und zwar aus Angst, später einen überteuerten Versand aufgezwungen zu bekommen. Die Pflicht zur Angabe von Versandkosten ergibt sich für Unternehmer zudem aus dem Fernabsatzrecht.



Im Versandcenter finden Sie zahlreiche Informationen rund um den Warenversand.

Der Großteil aller Waren, die über eBay gehandelt werden, tritt seine Reise zum Kunden als Paket mit einem der gängigen Paketdienste an. Aber auch alle anderen Waren können mittlerweile von qualifizierten Logistikdienstleistern transportiert werden, egal ob es sich um Sperr- und Stückgut, Möbel oder Fahrzeuge handelt.

eBay bietet über das Versandcenter (**www.ebay.de/versandcenter**) Zugang zu vielen Transportmethoden und -diensten. Diese können auch direkt über das Versandcenter beauftragt werden. Alltägliches transportiert der Paketdienst Hermes. Den Transport von großen und schweren Dingen, aber auch von Fahrzeugen und Möbeln können Sie von iloxx (**www.iloxx.de**) organisieren und durchführen lassen.

Sogar komplette Fulfillment-Lösungen können Sie über das Versandcenter finden. Fulfillment bedeutet nichts anderes als die Auslagerung der kompletten Logistik, von der Beschaffung der Waren über deren Lagerung und Versand bis zu Zusatzdienstleistungen wie dem Inkasso.

Um zu ermitteln, was der Versand von Artikeln kostet, können Sie, auch bei der Vorbereitung eines Angebotes, den Versandkostenrechner (www.ebay.de/versandcenter/kalkulator) verwenden. Nachdem Sie in einem Textfeld die Warenart eingegeben haben, wird im nächsten Fenster eine genauere Klassifizierung abgefragt. Wenn Sie den Versandkostenrechner im Verkaufsformular aktivieren, wird dieser automatisch ausgefüllt.

Danach sehen Sie bereits verschiedene Vorschläge für den Versand. Sollten diese dennoch nicht adäquat sein, können Sie durch die Eingabe der Packmaße und des Gewichtes eine eigene Berechnung durchführen. Sie bekommen in der Regel mehrere Alternativen angezeigt.

Es bleibt noch zu erwähnen, dass Sie bereits bei der Erfassung Ihres Angebotes angeben sollten, wohin Sie liefern. eBay sieht hier drei „Zonen" vor, innerhalb von Deutschland, europa- oder weltweit.

Für welche dieser Zonen Sie sich entscheiden, hängt in der Regel davon ab, wie weit Sie Ihren Markt ausdehnen wollen. Bitte bedenken Sie dabei etwaige Zollabfertigungen und -bestimmungen anderer Länder.

Der Versandkostenrechner hilft beim Ermitteln der Versandkosten.

Mit zuverlässigen Logistikdienstleistern und einem Zahlungssystem wie PayPal ist der Aufwand für den weltweiten Vertrieb überschaubar. Eventuell kann die Art der Ware Einschränkungen mit sich bringen, denn nicht alle Waren dürfen auch in alle Länder exportiert werden.

Tipp: Nutzen Sie Versand und Verpackung aktiv für Ihre Werbung

Gerade als professioneller Verkäufer ist der Versand der Ware das ideale Vehikel für Marketingmaßnahmen, denn das Paket wird Ihrem Kunden direkt zugestellt. Legen Sie einen Werbeflyer bei, in dem Sie auf Ihren eBay Shop aufmerksam machen. Ihre Rechnung sollte beispielsweise Ihr Firmenlogo tragen, das auch in Ihren Angeboten bei eBay zu finden ist.

Das Logo können Sie zudem auf das Paketklebeband drucken lassen, so dass Ihr Kunde schon von außen sofort erkennt, von wem das Paket ist.

Treuhandservice

Als Partner von eBay bietet iloxx (**www.iloxx.de**) einen Treuhandservice an, der für eine sichere Verkaufsabwicklung sorgt und sich vor allem für teure Artikel empfiehlt. Das Prinzip ist einfach: Ihr Kunde überweist das Geld an den Treuhandservice. Dieser informiert Sie über den Geldeingang. Jetzt schicken Sie die Waren an den Kunden. Der Käufer prüft die erhaltene Ware. Ist diese ohne Mängel und vollständig, wird die Zahlung freigegeben und das Geld an Sie ausgezahlt.

Mit dem Treuhandservice können auch Geschäfte mit hohen Beträgen sicher abgewickelt werden.

Die Nutzung hat für beide Seiten Vorteile hinsichtlich der Sicherheit. Sie als Verkäufer haben einen Schutz vor Zahlungsausfällen, denn der Treuhandservice fordert Sie erst zum Versand der Ware auf, wenn das Geld tatsächlich auf dem Treuhandkonto eingegangen ist. Zudem können Sie mit dem Treuhandservice werben und bekommen so einen Vertrauensbonus von Ihren Kunden.

Der Käufer hat die Gewissheit, dass er seine Ware bekommt und sein Geld erst dann an den Verkäufer geht, wenn er die Ware in den Händen hält und nichts zu beanstanden ist. Dadurch, dass der Kunde hier mehr Sicherheit bekommt, ist er natürlich auch viel eher bereit, bei Ihnen zu kaufen.

Die Kosten für den Treuhandservice orientieren sich am Verkaufspreis (zzgl. Verpackungskosten) und staffeln sich wie folgt:

Summe			Treuhandgebühr* (inkl. MwSt.)	
Bis	EUR	100	EUR	2,50
Bis	EUR	500	EUR	5,00
Bis	EUR	1.000	EUR	10,00
Bis	EUR	5.000	EUR	15,00
Bis	EUR	50.000	EUR	50,00

* Stand: Dezember 2004.

Sie können den Treuhandservice schon beim Erstellen eines Angebotes über das Verkaufsformular oder auch den Turbo Lister als Serviceangebot einbinden, aber auch nachträglich nutzen. Sie finden ihn sowohl im Versandcenter als auch im Sicherheitsportal (**www.ebay.de/sicherheitsportal**).

Entweder der Käufer nutzt den bereits in der Artikelbeschreibung offerierten Treuhandservice oder Sie einigen sich nachträglich mit Ihrem Kunden auf dessen Nutzung. Wenn Sie den Treuhandablauf starten, geben Sie auf einer Formularseite sowohl Ihre vollständigen Kontaktdaten als auch die des Käufers ein.

Das Treuhandverfahren kann auch der Käufer seinerseits in Gang setzen, indem er das entsprechende Formular auf der Website von iloxx ausfüllt.

Tipp:

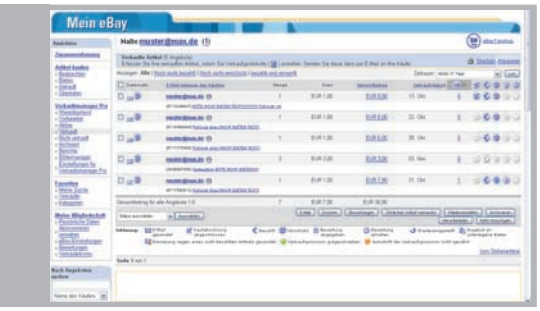
Nutzen Sie den Treuhandservice von Kooperationspartnern von eBay, um Problemen und Betrug vorzubeugen.

eBay kooperiert in Sachen Treuhandservice in Deutschland mit iloxx.

2.6 **Verkaufsabwicklung**

Verkaufsmanager und Verkaufsmanager Pro

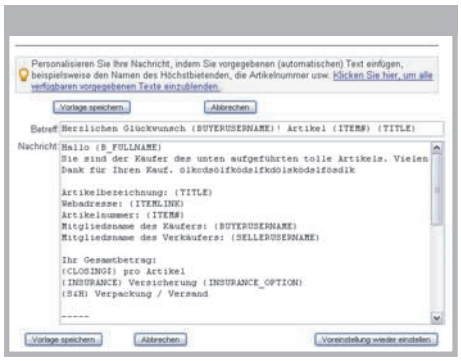
Wo der private Gelegenheitsverkäufer noch alles per Hand regeln kann, werden Sie als Profiverkäufer die Unterstützung durch Tools wie den Verkaufsmanager oder Verkaufsmanager Pro zu schätzen wissen. Wenn Sie im Verkaufsmanager auf „Verkauft“ klicken, sehen Sie automatisch jeden einzelnen Vorgang und dessen Status. Sie erkennen an Symbolen, ob und wie viele E-Mails an den Kunden verschickt wurden, ob das Geld eingegangen ist oder ob die Ware verschickt wurde. Sie sehen, ob Sie eine Bewertung vergeben und erhalten haben.



„Mein eBay“ ist auch beim Verkaufsmanager die Kontrollzentrale für Ihre eBay-Aktivitäten.

E-Mails müssen Sie mit diesem Tool nicht mehr selbst schreiben. Es sind Vorlagen vorhanden, die Sie nach Ihrem Geschmack anpassen können. Die Details wie Artikelnummer, Preis, Versandkosten, aber auch die Adressdaten des Käufers fließen automatisch aus der eBay-Datenbank in die E-Mail-Vorlage ein.

Sie verschicken E-Mails also mit zwei bis drei Mausklicks oder sogar vollautomatisch, denn der Verkaufsmanager Pro ist in der Lage, die E-Mails über den Zahlungserhalt und den Warenversand auch selbstständig zu verschicken, sobald diese Vorgänge im Verkaufsprotokoll „abgehakt“ werden.



Mit dem Verkaufsmanager Pro verschicken Sie Mails an Ihre Kunden, auch automatisiert.

Ebenso kann der Verkaufsmanager Pro automatisch eine positive Bewertung vergeben, sobald Sie den Zahlungseingang abhaken. Über die Bündelungsfunktion können Sie mehrere Kunden markieren und diesen dann kollektiv E-Mails schicken, Bewertungen geben oder die Rechnungen drucken.

Das Anpassen der E-Mail-Vorlagen an Ihren Bedarf ist einfach. In der Vorlage sehen Sie neben dem frei editierbaren Text auch die Variablen, mit denen die Details aus der Datenbank in die E-Mail eingelesen werden. Diese Variablen können Sie an beliebigen Stellen in der E-Mail einsetzen, auch in der Betreffzeile.

Wird Ihr Käufer beispielsweise über seinen Mitgliedsnamen angesprochen, aber Sie möchten ihn lieber mit seinem richtigen Namen anreden, dann konfigurieren Sie die Vorlage wie folgt. Sie tauschen in der Grußzeile oben in der Mail die Variable „{BUYERUSERNAME}“ gegen die Variable „{B_FULLNAME}“ aus. Sie müssen die Variablen nicht auswendig kennen, denn Sie werden im Klartext über ein Drop-down-Menü zum Einfügen angeboten. Durch die individuelle Gestaltung der E-Mail-Texte und die Variablen können Sie den automatischen Mailversand sehr umfangreich an Ihre Bedürfnisse anpassen. Damit wird Ihr Kunde umfassend in der E-Mail über den weiteren Ablauf informiert.

Nach dem gleichen Prinzip funktioniert auch die Erstellung der Rechnungen. Eine in gewissen Grenzen anpassbare Vorlage wird mit den Details aus der eBay-Datenbank ergänzt. (Bitte klären Sie in Absprache mit Ihrem Steuerberater ab, dass die Vorlage Ihren persönlichen Anforderungen entspricht und welche Ergänzungen Sie selbst unter Umständen noch vornehmen müssen, um den gesetzlichen Anforderungen zu genügen.)

Sie klicken einfach auf den Druckbutton und die normale Druckfunktion des Browsers bringt die Rechnung zu Papier. In das Rechnungsformular können Sie über einen Bild-Link sogar Ihr Firmenlogo einbinden. Sie sehen, die automatische Rechnungserstellung nimmt Ihnen weitere „Handarbeit“ ab.

Komplett beendete Abwicklungsvorgänge können Sie markieren und mit der Schaltfläche „Archivieren“ aus dem aktiven Verkaufsprotokoll in ein Archiv verschieben. Hier bleiben die Vorgänge nachvollziehbar erhalten, werden aber aus der Auflistung der noch laufenden Vorgänge entfernt.

Informationen unter:
www.ebay.de/verkaufsmanager
oder
www.ebay.de/verkaufsmanager_pro

Tipp: Bauen Sie Werbehinweise ein

Bauen Sie am Ende der E-Mail doch einen Verweis auf Ihren eBay Shop ein. Schon mit geringen HTML-Kenntnissen können Sie auch direkt einen Link auf Ihren eBay Shop setzen, damit der Kunde sofort aus der E-Mail in den Shop wechseln kann.

Bewertungen

Das Bewertungssystem bildet, wie schon erwähnt, das Rückgrat des eBay-Sicherheitskonzeptes. So wie Sie als Verkäufer auf viele positive Bewertungen und ein einwandfreies Bewertungsprofil angewiesen sind, freut sich auch Ihr Kunde, wenn seine Zahlungsmoral positiv bewertet wird.

Vorbildlich: Dieses Bewertungsprofil weist zu 100% positive Bewertungen aus. Das sollte Ihr Ziel sein.

Bewertungen werden bei eBay über ein Formular abgegeben, das beispielsweise aus „Mein eBay“ heraus angesteuert werden kann. Auch über das Bewertungsportal (**www.ebay.de/services/forum/feedback.html**) gelangen Sie zu diesem Formular. Dort wählen Sie aus, ob Sie positiv, neutral oder negativ bewerten wollen, tippen dann Ihren Kommentar ein und vergeben die Bewertung mit einem Mausklick auf die Schaltfläche „Bewertung abgeben“.

Im Bewertungsportal finden Sie alle Informationen rund um das Thema Bewertungen sowie bezüglich des Umganges mit negativen und falschen Bewertungen.

Bewertungen auch „en masse“

Wenn Sie als Profiverkäufer sehr erfolgreich sind und in kurzer Zeit sehr viele Geschäfte abwickeln, dann kann das manuelle Bewerten schnell sehr zeitaufwändig werden. Deshalb unterstützen Sie Tools wie der Verkaufsmanager Pro auch hier. Entweder Sie bewerten zahlreiche Käufer gebündelt, indem Sie alle in der Liste markieren und dann über die Schaltfläche „Bewerten“ kollektiv einen Bewertungskommentar aus der vorgefertigten Liste vergeben.

Oder Sie automatisieren die Vergabe positiver Bewertungen vollständig. Dann erledigt der Verkaufsmanager Pro das selbstständig, sobald Sie den Zahlungseingang für den entsprechenden Vorgang abhaken. Natürlich können Sie im Verkaufsmanager Pro die vorgefertigten Bewertungskommentare ebenso abändern und anpassen wie die E-Mail-Vorlagen.

Tipp: So werden Bewertungsprofile berechnet

Die Berechnung der Bewertungsprofile läuft wie folgt ab. Jede positive Bewertung wird mit +1 Punkt berechnet, jede negative mit –1 Punkt und die neutralen mit 0. Ein Nutzer, der 100 Bewertungen hat, von denen 98 positiv sind, eine negativ und eine neutral, kommt also auf 97 Punkte. Der im Bewertungsprofil angegebene Prozentwert spiegelt die Anzahl der positiv abgegebenen Bewertungen wider.

Wichtig: Nur Bewertungen von verschiedenen Handelspartnern zählen!

2.6 **Verkaufsabwicklung**

Umgang mit negativen Bewertungen

Sowohl Ihnen als auch Ihren Kunden wird eine einwandfreie Abwicklung, die mit gegenseitigen positiven Bewertungen endet, sicher am liebsten sein. Manchmal kann es jedoch zu Problemen oder Konflikten kommen, mit denen Sie umgehen müssen.

Es gibt Handelspartner, die überkritisch sind, vorschnell urteilen oder noch unerfahren in der Nutzung von eBay sind. Sie können deshalb auf Bewertungen, die Sie erhalten, einen Antwortkommentar abgeben. Bei negativen Bewertungen können Sie so einen unberechtigten Vorwurf richtig stellen. Zudem können Sie Bewertungen, die Sie abgegeben haben, mit einem Ergänzungskommentar versehen. Beide Funktionen finden Sie im Bewertungsportal.

Wenn Sie zu Unrecht eine negative Bewertung erhalten, können Sie diese in beiderseitigem Einvernehmen zurücknehmen. Über das Bewertungsportal gelangen Sie zu dem entsprechenden Online-Formular. Wenn Sie sich mit Ihrem Handelspartner entsprechend einig werden, wird der Bewertungspunkt entfernt und geht dann auch nicht mehr in die Berechnung Ihres Bewertungsprofils ein. Der Kommentar bleibt allerdings erhalten, wird aber im gegenseitigen Einverständnis um einen Hinweis auf die Rücknahme ergänzt.

Unter gewissen Bedingungen können Sie negative Bewertungen auch durch eBay entfernen lassen. Die Entfernung können Sie über ein Online-Formular beantragen, das Sie ebenfalls über das Bewertungsportal finden. Hier die Gründe, die die Entfernung einer Bewertung durch eBay rechtfertigen:

- wenn die Bewertung aufgrund einer vollstreckbaren richterlichen Entscheidung gegen denjenigen, der die Bewertung abgegeben hat, entfernt werden muss.
- wenn der Bewertungskommentar vulgäre, obszöne, rassistische, nicht jugendfreie oder im strafrechtlichen Sinne beleidigende Bemerkungen enthält.
- wenn der Bewertungskommentar persönliche Angaben über ein anderes Mitglied enthält, wie z. B. den Namen, die Adresse, Telefonnummer oder E-Mail-Adresse, und damit gegen den Datenschutz verstößt.
- wenn der Bewertungskommentar Bemerkungen enthält, die auf von eBay oder Strafverfolgungsbehörden eingeleitete Nachforschungen hinweisen.
- wenn der Bewertungskommentar Links oder Scripts enthält.
- wenn das Mitglied die negative Bewertung versehentlich einem falschen Mitglied zugeordnet hat, diesen Fehler jedoch bereits behoben und die gleiche Bewertung für das richtige Mitglied abgegeben hat.
- wenn die Bewertung von einer Person abgegeben wurde, die zum Zeitpunkt der Transaktion oder der Bewertungsabgabe hierzu nicht berechtigt war (z. B. wegen Minderjährigkeit).

In der Regel wird dabei aber nur der Bewertungskommentar entfernt, nicht der Bewertungspunkt. Die (meist negative) Bewertung fließt also trotzdem in die Berechnung des Bewertungsprofils mit ein. In der Liste der Bewertungen erscheint ein Hinweis, dass der Kommentar entfernt wurde.

Auf dieser Hilfeseite finden Sie weitere Informationen dazu:
www.ebay.de/help/policies/feedback-removal.html

Käuferverwaltung

Lehnen Sie bestimmte problematische Käufer automatisch ab.

Tipp: Schließen Sie unzuverlässige Käufer automatisch aus!

In „Mein eBay“ können Sie auch bestimmte Käufer von Ihren Angeboten ausschließen. Neben den Käufern aus Ländern, die Sie nicht beliefern, auch solche, die ein negatives Bewertungsprofil haben oder wegen nicht bezahlter Artikel verwarnt wurden.

Wenn ein Käufer nicht gleich bezahlt, sollten Sie das nicht sofort negativ bewerten. Vielleicht ist Ihr Kunde momentan im Urlaub, krank oder anderweitig kurzzeitig verhindert. Eine nette E-Mail klärt oft alles auf. Wenn nicht, nutzen Sie zunächst die Funktion zum Versand einer Zahlungserinnerung und dann das Formular „Unstimmigkeiten online klären“:
www.ebay.de/unstimmigkeiten_klaeren.html

Erst wenn der Kunde endgültig nicht bezahlt und kein guter Grund für die Nichtzahlung vorlag, sollten Sie bei eBay die Rückerstattung der Verkaufsprovision beantragen und den Kunden negativ bewerten.

Hinweis: Wenn Sie den Artikel dann wieder anbieten, wird Ihnen dafür die Angebotsgebühr erstattet, wenn sich der Artikel erfolgreich verkauft:
www.ebay.de/help/sell/questions/free-relist.html

Drittanbieter-Tools für die Abwicklung

Die Tools der externen Anbieter halten umfangreiche und leistungsstarke Funktionen für die Verkaufsabwicklung bereit. Ein hoher Grad an Automatisierung nimmt Ihnen dabei sehr viel Arbeit ab.

Hier eine Übersicht über die wichtigsten Funktionen, die diese Tools für die Abwicklung der Transaktionen bieten:

- alle Daten eines Vorganges von der eBay-Datenbank auslesen
- automatisierte Kommunikation mit dem Kunden
- mehrere Käufe eines Kunden zu einem Vorgang zusammenfassen
- automatisierte Erfassung und Verarbeitung abweichender Lieferanschriften
- automatisierter Druck von Rechnungen, Lieferscheinen und Versandetiketten
- automatischer Abgleich und automatische Zuordnung von Zahlungseingängen
- Automatische Vergabe von Bewertungen
- automatisierbares Mahnwesen
- automatisierte Beantragung der Gebührengutschrift bei gescheiterten Kaufabschlüssen

Tools wie Afterbuy bieten die Kommunikation mit dem Kunden über einen Check-out-Prozess an.

Bei Lösungen wie AuktionMaster steht neben dem automatischen Zahlungsabgleich auch ein automatisierbares Mahnwesen zur Verfügung.

Die Kommunikation mit den Kunden läuft über automatisierte E-Mails ab oder alternativ über so genannte Check-out-Systeme. Bei diesen erhält der Kunde in der Erstkontakt-E-Mail einen Link zu einer speziell für seinen Kaufabschluss automatisch generierten Webseite. Über diese Seite kann er dann selbst beispielsweise abweichende Lieferanschriften eingeben oder bestimmte Bezahlungs- oder Versandoptionen aussuchen. Die Daten, die der Kunde eingibt, werden automatisch für die weitere Abwicklung verwendet, müssen also nicht mehr manuell von Ihnen aus E-Mails abgetippt werden.

Automatischer Zahlungsabgleich

Leistungsstarke Importfilter lesen Zahlungsvorgänge aus Online-Banking-Systemen ein und ordnen diese dann automatisch dem entsprechenden Vorgang zu. Sie müssen Zahlungseingänge nicht mehr selbst erfassen und einbuchen. Sie öffnen den Zahlungsstatusreport und sehen sofort, welcher Kunde bezahlt hat. Dann können Sie mit wenigen Mausklicks automatisch die für den Vorgang nötigen Versandunterlagen drucken und den Versand veranlassen.

Versandprofile nutzen

Die Tools ermitteln anhand von Versandprofilen automatisch den für jeden Vorgang besten und kostengünstigsten Versand. In den Versandprofilen ist definiert, für welche Maße und Gewichte welche Versandart zum Einsatz kommt.

Außerdem unterscheiden diese Profile auch, ob der Versand im Inland, im europäischen Ausland oder weltweit erfolgt, so dass auch dafür der optimale Beförderungsweg genutzt wird. Rechnungen werden, ähnlich wie beim Verkaufsmanager Pro von eBay, automatisch erstellt und gedruckt. Sobald ein Abwicklungsvorgang mit dem Zahlungseingang und dem Versand der Ware erledigt ist, können Sie die Bewertung Ihres Kunden vollautomatisch vornehmen lassen.

Sie können bei der Konfiguration des Tools festlegen, nach welchen Kriterien dabei vorgegangen werden soll.

Viele PowerSeller bewerten nach dem Zahlungseingang, andere, sobald der Vorgang komplett abgeschlossen ist. Manche bewerten auch erst, wenn sie selbst positiv bewertet wurden.

Bleibt die Zahlung eines Kunden nach der Zahlungsaufforderung aus, können Sie in den Tools ein automatisches Mahnwesen nutzen. Sie geben in der Grundkonfiguration die einzuhaltenden Fristen ein und das System verschickt die verschiedenen Mahnstufen automatisch per E-Mail oder druckt sie für den Postversand aus.

Das geht so weit, dass die Gebührengutschrift bei eBay automatisch beantragt wird, wenn der Kunde nach mehrmaligen Mahnungen dauerhaft die Zahlung verweigert. Sie sehen also, dass solche Tools Ihnen sogar bei „Störfällen“ viel Arbeit abnehmen.

Weitere Informationen unter:
www.ebay.de/verkaeufer-tools

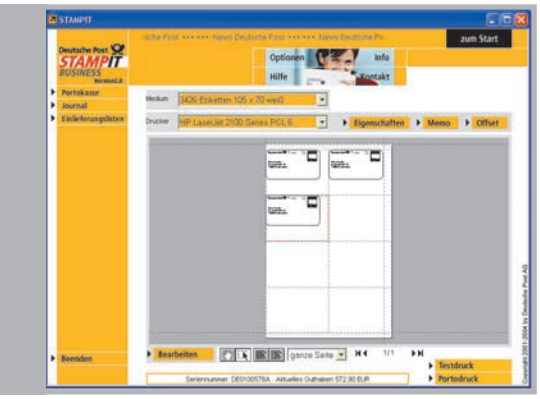
2.6 **Verkaufsabwicklung**

Versandservice und Outsourcing

Neben den komplexen Workflow-Lösungen der externen Anbieter finden Sie auch nützliche Tools von verschiedenen Logistikunternehmen, die speziell auf den Versand ausgerichtet sind.

So bietet die Deutsche Post mit der Online-Frankierlösung STAMPIT die Möglichkeit, Briefe, Bücher-/Warensendungen, Päckchen usw. über PC und Drucker zu frankieren. Einfach online Porto kaufen und die „Internet-Briefmarke" mit dem Drucker centgenau auf Etikett, Umschlag oder Dokument ausdrucken. Und das alles rund um die Uhr und von überall. Die Abrechnung des Portos erfolgt per Lastschrift. Über die integrierte Online-Schnittstelle zu eBay können die Käuferadressen von abgelaufenen Auktionen einfach übernommen und Sendungen in einem Schritt adressiert und frankiert werden. STAMPIT bietet Ihnen zwei Lösungen nach Maß: STAMPIT HOME, die praktische Software fürs Frankieren am PC und STAMPIT BUSINESS, die professionelle Frankierlösung mit Organisations- und Portomanagement-Funktionen.

Weitere Infos unter: **www.stampit.de**



Für den einfachen und schnellen Versand: STAMPIT, die PC-Frankiersoftware der Deutschen Post.

Großkunden können DHL Easylog nutzen. Diese Software vereinfacht die gesamte Abwicklung im Bereich Paketversand. Pakete können schnell und einfach über die Software erfasst, abgerechnet und gebucht werden. Ein Formulareditor ermöglicht Ihnen, die Versandlabels individuell zu gestalten und beispielsweise das eigene Firmenlogo einzubinden. Ausführliche Reports geben Ihnen einen Überblick über Ihre Versandaufträge. Die Software ermöglicht zudem den Anschluss einer Paketwaage, um das richtige Porto zu ermitteln. Ebenso kann ein Handscanner angeschlossen werden, was das Handling weiter vereinfacht. Die Abrechnung erfolgt automatisch und elektronisch. Die Software besitzt eine Schnittstelle zu gängigen Verkäufertools. Ähnliche Lösungen bieten selbstverständlich auch die anderen Paket- und Logistikdienstleister an. Zudem sind in den bereits erwähnten eBay-Verkäufertools Softwareschnittstellen vorhanden, um Daten zu den Logistikdienstleistern exportieren zu können. Es ist also auch mit diesen Workflow-Lösungen möglich, den Versand zu automatisieren.

Outsourcing über Fulfillment-Dienstleister

Gerade wenn Ihr Unternehmen massiv wächst und Sie große Warenumschlagsmengen realisieren, werden Sie irgendwann vor der Entscheidung stehen, ob Sie die Warenlogistik noch in Eigenregie durchführen wollen. Mittlerweile haben sich nicht nur DHL Fulfillment, sondern auch einige andere Dienstleister auf eBay-gerechtes Fulfillment spezialisiert und bieten umfangreiche Dienstleistungen an, die von der Warenbeschaffung über die Lagerung und den Versand bis zum Inkasso und Retourenmanagement reichen.

Sie fassen die Ware sozusagen nicht mehr selbst an! Sie sehen auf einer Messe ein neues Produkt und ordern dieses für Ihr Sortiment. Der Fulfillment-Partner kümmert sich komplett um den Rest.

Hier eine Liste der nutzbaren Services der Fulfillment-Partner, die umfangreich in die eBay-Prozesskette integriert sind:

- Annahme, Kontrolle, Lagerung und Handling der Ware
- Erstellung der digitalen Produktfotos für den Verkauf
- eventuell spezielle Aufbereitung der Ware für den Versand
- Konfektionierung, Verpackung und Kommissionierung der Ware für den Versand
- Versand mit Sendungsverfolgung (Tracking), Auslieferungsbestätigung etc.
- Inkasso beim Kunden, auf Wunsch auch Mahnwesen und Zahlungseintreibung
- im Falle von Widerruf und Reklamation: Rückholung und Retourenmanagement
- Die Kommunikation mit dem Fulfillment-Partner geschieht über eine komplexe IT-Infrastruktur bzw. Softwareintegration.

Mit einem so etablierten Fulfillment-System haben Sie keine Last mehr mit der Logistik und können sich auf das Wesentliche konzentrieren – den Einkauf und Verkauf Ihrer Ware.

Im Versandcenter finden Sie wertvolle Informationen und Verlinkungen zu Dienstleistern.

2.7 **Auswertung**

Überblick

Der eBay-Verkaufsablauf endet mit der Analyse und Erfolgskontrolle und mündet damit in die Verkaufsvorbereitung für weitere Angebote. So wie für die Marktbeobachtung und die Strategie gilt es auch jetzt, Fragen zu definieren, die den Erfolg prüfen und Maßgaben für eine Optimierung der nächsten Angebote liefern. Hier drei wichtige Fragen, die Sie natürlich durch eigene Fragen ergänzen können:

- Sind die Erlöse erwartungsgemäß ausgefallen oder waren sie höher oder niedriger als der eBay-Durchschnittspreis für diese Ware?
- Bringt der Einsatz von Zusatzoptionen auch einen höheren Erlös?
- Ist die geplante Startzeit richtig oder muss sie neuen Gegebenheiten angepasst werden?

Die Antwort auf die erste Frage liefert ein Vergleich des von Ihnen erzielten Erlöses mit dem durchschnittlichen Erlös, den die Ware allgemein bei eBay bringt. Sie sehen sofort, ob Sie besser, schlechter oder im Durchschnitt liegen.

Vor allem wenn Sie schlechtere Erlöse haben, kommen Sie zwangsläufig zu den beiden anderen Fragen, die natürlich immer geprüft werden sollten. Wenn Sie feststellen, dass Angebote, die Sie ohne Zusatzoptionen gestartet haben, die gleichen Erlöse bringen wie dieselben Angebote mit Zusatzoptionen, dann erkennen Sie, dass diese Zusatzoptionen für Ihr Angebot nicht notwendig sind.

Umso besser ist es, wenn dieser Vergleich zeigt, dass die Investition in die Zusatzoptionen tatsächlich einen höheren Erlös bringt. Die Antwort auf die Frage nach der Startzeit liefern neben der bereits vorgestellten Marktbeobachtungsmethode auch Erfahrungswerte und die Auswertung mehrerer „Durchläufe“ mit wechselnden Startzeiten.

Zählerauswertung

Eine einfache Methode, einzelne Auktionen auszuwerten, sind das Auswerten des Zählerstandes und der Abgleich mit anderen Angebotsdaten.

Sie sollten daher den kostenlosen Zähler in Ihre Angebote einbinden. Wenn der Zählerstand sehr hoch ist, aber kaum auf Ihre Artikel geboten wurde, dann zeigt das, dass Ihre Auktion häufig gefunden wurde und auf großes Interesse stieß, aber inhaltlich nicht überzeugt hat. Hier müssen Sie an Inhalt und Darstellung arbeiten, um erfolgreicher zu verkaufen.

Ist das Angebot sehr attraktiv und der Artikel auch sehr begehrt, aber der Zählerstand weist am Angebotsende nur sehr wenige Besucher auf, dann stimmt etwas mit der Platzierung des Artikels nicht. Sie haben die falsche Kategorie, eine falsche oder schlechte Artikelbezeichnung gewählt oder auch unpassende Zusatzoptionen genutzt.

Sogar der Zähler auf der Seite kann schon wertvolle Anhaltspunkte für die Begehrtheit Ihrer Ware liefern.

2.7 **Auswertung**

Analyse und Report mit dem Verkaufsmanager Pro

Der Verkaufsmanager Pro hilft Ihnen über seine Funktion „Berichte“ sehr intensiv bei der Analyse von Gewinnen und Verlusten. In den Berichten werden alle Kosten den Erlösen gegenübergestellt, um daraus den Gewinn zu berechnen. Dabei können Sie sich die Details aufschlüsseln lassen, um beispielsweise die Kostenseite in die einzelnen „Kostenstellen“ zu zerlegen. So können Sie dann genau sehen, welchen Anteil der Wareneinkaufspreis, die tatsächlich angefallenen Versandkosten und die eBay-Gebühren an den Gesamtkosten haben. Die Erlösseite zeigt in der Detailansicht auf, wie hoch der Verkaufspreis war, welche Versandkosten dem Kunden berechnet wurden und dann natürlich die vom Kunden bezahlte Summe.

Wenn bei der Gewinnermittlung ein Minus vor dem Ergebnis steht, dann haben Sie draufgezahlt. Nun können Sie die detaillierten Kosten betrachten, um zu sehen, ob Sie irgendwo sparen können. Ein günstigerer Versandweg vielleicht oder eine billigere Einkaufsquelle könnten die Lösung sein.

Steht unter dem Strich ein sehr dickes Minus, und das sehr häufig bei einem Artikel, kann das auch bedeuten, dass Sie noch einmal über die Marktbeobachtung die Verkaufbarkeit prüfen und den Artikel eventuell aus dem Sortiment nehmen müssen.

Tritt der Verlust nur bei ganz bestimmten Angeboten des gleichen Artikels auf und bei anderen machen Sie Gewinn, könnte dies ein Hinweis auf falsche Startzeiten oder andere inhaltliche Faktoren sein.

Berichte
Überprüfen Sie Ihren Verkaufsgewinn und Ihre Gesamtkosten pro Monat. Dieser Bericht wird täglich aktualisiert.
Gebühren enthalten 16,00% Mehrwertsteuer für Mitglieder, die in Deutschland ansässig sind oder Ihren Wohnsitz oder Sitz haben. Die Angaben zur Mehrwertsteuer sind unterschiedlich. Weitere Informationen zum Thema Mehrwertsteuer.

Drucken | Herunterladen | < Basisansicht

Zeitraum: Juni 2004 Los

	Preis	BerechneteVersandkosten	Gesamterlös	Artikelkosten	Versandkosten	eBay-Gebühren	Kosten	Gewinn
Zusammenfassung :	EUR 37,43	EUR 20,50	**EUR 57,93**	EUR 0,00	EUR 26,10	EUR 13,22	**EUR 39,32**	**EUR 18,61**

Datum	Verkaufsprotokoll #	Menge	Preis	Versandkosten	Gesamterlös	Artikelkosten	Versandkosten	eBay-Gebühren	Kosten	Gewinn
03.06.04	110	1	EUR 14,44	EUR 5,00	**EUR 19,44**	EUR 0,00	EUR 4,10	EUR 0,72	**EUR 4,82**	**EUR 14,62**
(3818533838) Testauktion BITTE NICHT BIETEN!!!!!						Posten: Testposten				
03.06.04	111	1	EUR 19,99	--	**EUR 19,99**	EUR 0,00	EUR 6,90	EUR 1,00	**EUR 7,90**	**EUR 12,09**
(3818533842) Testauktion BITTE NICHT BIETEN!!!!!						Posten: Testposten				
03.06.04	Angebotsgebühren	--	--	--	--	--	--	EUR 0,95	**EUR 0,95**	**-EUR 0,95**
(3819638002) Testauktion BITTE NICHT BIETEN!!!!!						Posten: Testposten				

Die Funktion „Berichte“ im Verkaufsmanager Pro stellt Kosten und Erlöse gegenüber und zeigt den daraus resultierenden Gewinn.

Traffic Reports bei eBay Shops

Wenn Sie einen eBay Shop Ihr Eigen nennen, steht Ihnen mit den Traffic Reports ein sehr leistungsstarkes Tool zur Verfügung, das Sie in der Shop-Verwaltung finden. eBay bietet diese statistische Auswertung in Zusammenarbeit mit Omniture an. Mit umfangreichen Messmethoden werden die vielschichtigsten Analysen gemacht und in Reports angezeigt. So stehen beispielsweise folgende Auswertungen zur Verfügung:

- **Site-Traffic**
  Seitenaufrufe sowie tägliche und monatliche Besucherzahlen und Besuche insgesamt

- **Suchmethoden**
  Über welche Suchmaschinen und -begriffe sind Kunden auf Ihren Shop gestoßen? Von welchen anderen Seiten (Referring Domains) sind sie – z. B. über Links – gekommen und wie häufig kamen sie wieder?

- **Sprachen**
  Aus welchen Ländern kamen Ihre Besucher? Es wird sogar unterschieden in Deutsch aus Deutschland, Deutsch aus Österreich oder Englisch aus Großbritannien, Englisch aus den USA etc.

- **Pfadreports**
  Wie kam der Kunde auf Ihre Shop-Seiten, wie hat er durch den Shop navigiert, welche Seiten häufig oder selten betrachtet?

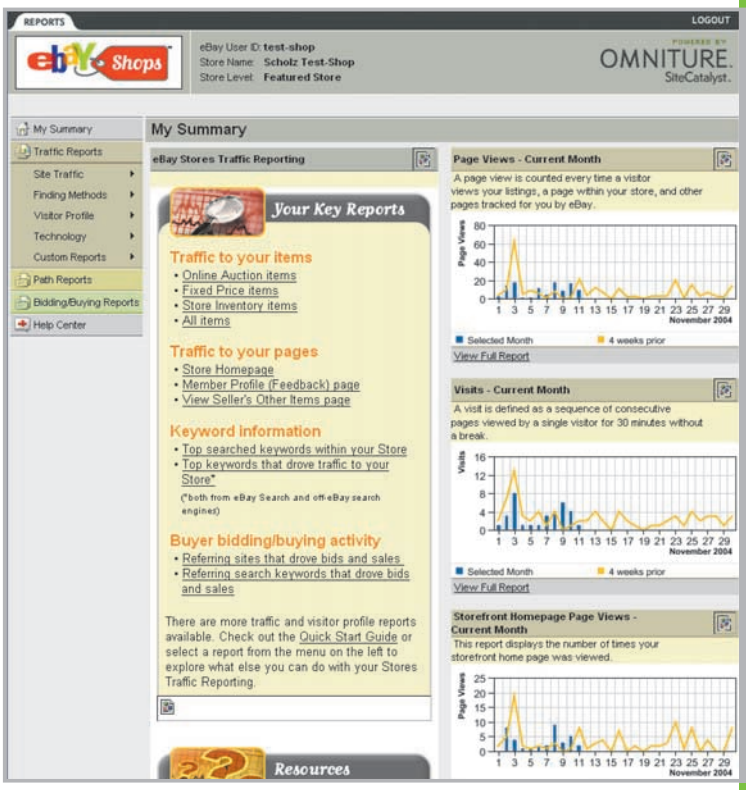
- **Gebots- und Kaufaktivitäten**
  Worauf wurden häufig Gebote abgegeben und welche Waren wurden häufig per Sofort-Kaufen erworben?

Diese Auflistung ist nur ein kleiner Teil der Daten und Erkenntnisse, die Ihnen dieses Tool liefern kann. Zudem können Sie die online angezeigten Reports auch in Word oder Excel, als PDF- oder HTML-Datei exportieren, um diese dann weiter be- und verarbeiten zu können.

Analysen mit externen Tools

Der Vollständigkeit halber sei hier erwähnt, dass natürlich auch die vielen externen Tools und Lösungen umfangreiche Statistik- und Reportingfunktionen bieten, mit denen Sie Ihr eBay-Business optimieren können. So können Sie Tages-, Wochen- und Monatsumsätze auswerten, Kosten analysieren und die Daten in der Regel auch grafisch darstellen.

Weitere Informationen unter:
www.ebay.de/verkaeufer-tools



Für Ihren eBay Shop gibt es ausführliche Traffic Reports, die zeigen, was Ihre Kunden im Shop interessiert.

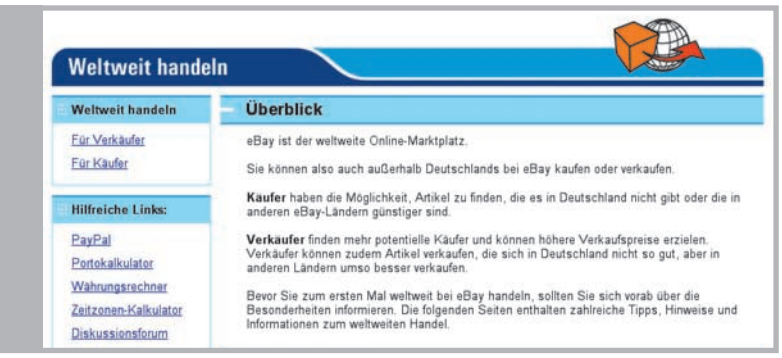
3 Tipps und Infos zum professionellen Handel

Nachdem die Grundlagen des Verkaufens detailliert besprochen wurden, sollen Ihnen die folgenden Tipps und Informationen als Leitfaden für einen erfolgreichen Handel bei eBay dienen. Thematisiert wird unter anderem der weltweite Handel, die effektive Nutzung der vorteilhaften eBay Shops inklusive des Einsatzes des Cross-Promotion Managers. Sie lernen das PowerSeller-Programm sowie das Verkaufsagenten-Programm kennen und finden Basishinweise zu den rechtlichen Grundlagen.

3.1 Weltweit handeln

Warum sollte man bei eBay weltweit handeln? Weil es möglich ist! Sie müssen sich nur auf der Site eines eBay-Landes anmelden und können dann über dieses eBay-Konto weltweit verkaufen. Beherrschen Sie die Funktionen von eBay Deutschland, dann sind Sie mit dem Prinzip aller weltweiten eBay-Sites vertraut.

Eine weitere Antwort ist: weil Ihnen über eBay weltweit mehr als 125 Millionen potenzielle Kunden zur Verfügung stehen! eBay ist der weltweite Online-Marktplatz, auf dem Menschen in unzähligen Ländern einkaufen.



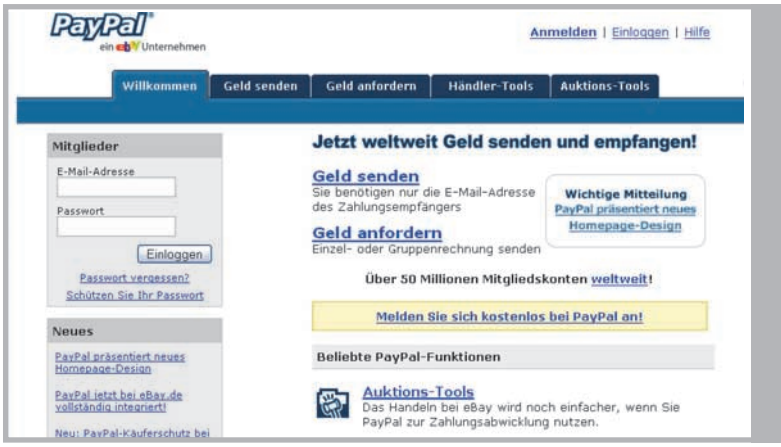
Sie suchen Infos zum weltweiten Handel? Auf eBay finden Sie viel Wissenswertes.

Im Versandcenter dreht sich alles um den zuverlässigen und kostengünstigen Versand von Waren jeder Art.

Weltweit Kundschaft erschließen

Ob Sie als Existenzgründer noch vom heimischen Wohnzimmer aus verkaufen oder bereits einen etablierten Firmensitz haben, spielt keine Rolle. Denn mit eBay hat jeder Zugang zu einer Vielzahl potenzieller Kunden.

Der Verkauf an einen Kunden in den USA läuft sehr ähnlich ab wie der Handel mit einem Käufer in der Nachbarstadt. Der einzige Unterschied ist der internationale Versand sowie eventuell eine andere Zahlungsabwicklung. Die Funktionalität des Marktplatzes und die Tools, wie z. B. das Online-Zahlungssystem PayPal, erleichtern den weltweiten Handel enorm. Viele PowerSeller sind mittlerweile überzeugte Nutzer von PayPal, mithilfe dessen Sie die Zahlungen von internationalen Kunden einfach und schnell empfangen können.



PayPal ist ein schnelles und effizientes Zahlungssystem, das vor allem auch für ausländische Kunden sehr einfach zu nutzen ist.

Bezüglich des Versands bieten die Logistikdienstleister, wie die Post & DHL, UPS und andere Paketdienste, aber auch Logistik- und Fulfillment-Anbieter, wie enlog, Dataform oder Gigalox, Hilfe und Services an, um Ihre Ware sicher, effizient und kostengünstig ans andere Ende der Welt zu versenden.

Diese Dienstleister beraten Sie ebenso zu Zoll- und Einfuhrformalitäten oder erledigen diese Arbeit direkt für Sie.

Zahlreiche Informationen rund um den internationalen Versand finden Sie auch im eBay Versandcenter unter: **www.ebay.de/versandcenter**

Marktforschung weltweit

Natürlich brauchen Sie geeignete Produkte für die Zielländer, in denen Sie verkaufen möchten. Was in Deutschland der absolute Renner ist, kann in einem anderen Land ein Ladenhüter sein. Die Methoden der Marktforschung und Strategieermittlung, mit denen Sie diese Informationen über die eBay-Websites ermitteln können, haben Sie in diesem Handbuch schon alle kennen gelernt.

Die schnellste und aufschlussreichste Methode ist, auf den entsprechenden Sites der eBay-Länder zu surfen und sich gründlich in den zu Ihrem Warensortiment passenden Kategorien umzuschauen. Um einen ausführlichen Blick in die amerikanischen Kategorien zu werfen, genügt ein Besuch bei **http://listings.ebay.com**. Dort können Sie direkt sehen, wie viele Artikel in den einzelnen Kategorien gelistet sind. Sie erkennen: „What's hot and what's not!"

Unter **www.andale.com** stehen Ihnen Marktforschungstools für eBay USA zur Verfügung. Dort können Sie optimal ermitteln, in welchen Gebieten sich die Zielgruppe für Ihre Produkte befindet.

Tipp: Ihre Angebote bei eBay.de auch europa- oder weltweit verfügbar machen

Wenn Sie bei der Erfassung eines Angebotes bei der Frage „Wohin liefern Sie?" entweder „Deutschland und europaweit" oder „Weltweit" auswählen, dann sind Ihre Angebote auf den europäischen beziehungsweise weltweiten eBay-Marktplätzen zu finden, obwohl Sie auf dem deutschen eBay-Marktplatz eingestellt werden.

Natürlich müssen Sie zudem erkunden, welche Waren in anderen Ländern eventuell nicht gehandelt werden dürfen. Dafür sollten Sie zum einen über die dortigen Gesetze Bescheid wissen, sich zum anderen auch über die AGB der internationalen eBay-Sites informieren. Manche Artikel, die hier problemlos angeboten werden dürfen, verstoßen in einem anderen Land unter Umständen gegen Sitten und Gesetze oder sind bestimmten Regelungen unterworfen.

Aber auch so einfache Dinge wie technische Standards gehören selbstverständlich dazu. Fremde Länder haben andere Stromspannungen, andere Steckdosen, abweichende Fernsehnormen etc.

Sprache, Währung und Zeitzonen

Einige unabänderliche Faktoren, die außerhalb von eBay liegen, können den weltweiten Handel etwas erschweren. So ist es für Sie von Vorteil, die Sprache des Landes, in das Sie verkaufen wollen, zu beherrschen. Nicht nur, um Ihre Artikelbeschreibungen perfekt gestalten zu können, sondern auch, um mit dem Kunden kommunizieren zu können.

Beachten Sie neben der Sprache Ihres ausländischen Zielmarktes auch Währungen, Zeitzonen etc.

Beachten Sie unterschiedliche Zeitzonen, besonders, wenn Sie telefonisch mit Kunden kommunizieren. Schließlich wird Ihr Käufer nicht begeistert sein, wenn Sie ihn mitten in der Nacht aus dem Bett klingeln. Darüber hinaus müssen Sie die Währung im Zielland mit ins Kalkül ziehen und auf Umrechnungsfaktoren und Wechselkurse achten.

Unproblematisch ist das bei europaweitem Handel. Denn fast alle Länder haben mittlerweile den Euro. Trotz dieser Einheitswährung gibt es natürlich Kaufkraft- und Preisunterschiede in den einzelnen EU-Ländern.

Apropos Umrechnungsfaktoren: Wo wir in Zentimetern und Metern, Gramm und Kilo messen, da sind beispielsweise in den USA Inch, Foot, Ounce und Pound gebräuchlich. Auch daran sollten Sie denken!

eBay-Funktionen für den internationalen Handel

Ob Sie über das Verkaufsformular oder über den Turbo Lister Ware international anbieten: All diese Tools bieten entsprechende Funktionen an. Zunächst können Sie beim Erstellen einer Auktion für eBay.de mit der Frage „Wohin liefern Sie?" Ihren Artikel, wie schon beschrieben, international verfügbar machen. Der Turbo Lister beispielsweise kann auch benutzt werden, um Angebote für andere eBay-Länder zu erstellen und direkt dort einzustellen, anstatt sie dort lediglich anzeigen zu lassen.

Umfangreiche Informationen rund um das Thema weltweiter Handel bei eBay finden Sie auch unter:
www.ebay.de/weltweithandeln

Hier lesen Sie nützliche Tipps und Informationen u. a. zum internationalen Anbieten von Artikeln, zur Kommunikation mit Ihren Kunden, zum weltweiten Warenversand zu vielem mehr. Weiterhin finden Sie hier Wissenswertes zum Thema „International kaufen", denn die internationalen eBay-Marktplätze eignen sich durchaus auch für die Warenbeschaffung!

3.2 **Das PowerSeller-Programm**

Wenn Sie professionell bei eBay verkaufen, finden Sie im PowerSeller-Programm ein sehr attraktives Angebot, das Ihnen kostenlos zahlreiche Vorteile bietet!

Zum einen genießen Sie als PowerSeller bei den Käufern einen sehr guten Ruf, denn das PowerSeller-Logo hat sich bei eBay mittlerweile als Gütesiegel etabliert. Das PowerSeller-Logo, das automatisch hinter dem eBay-Mitgliedsnamen eingeblendet wird, signalisiert den Käufern, dass hier ein professioneller Verkäufer seine Waren anbietet und dieser strenge Qualitätskriterien erfüllt. Sie dürfen zudem mit dem PowerSeller-Logo auf Ihrer Website außerhalb von eBay für sich werben! Zum anderen können Sie als PowerSeller von einem speziellen Kundenservice sowie einer Vielzahl von exklusiven Informationen profitieren.

PowerSeller zu sein bringt Ihnen einen Informationsvorsprung. Denn Sie erfahren als Erster, was es bei eBay an Neuerungen gibt, was sich in den Kategorien ändert und wann besondere Promotionaktionen stattfinden. Diese Informationen finden Sie neben einem PowerSeller-Diskussionsforum in einem geschützten PowerSeller-Bereich bei eBay. Den speziellen PowerSeller-Kundenservice können Sie per E-Mail und telefonisch erreichen. Zudem haben Sie als PowerSeller auch engen Kontakt zu den Managern der einzelnen Kategorien bei eBay.

Um zum PowerSeller-Programm eingeladen zu werden, müssen Sie eine überschaubare Zahl von Kriterien erfüllen.

Neben einer bestimmten Anzahl von Angeboten oder einem Mindestumsatz sollten Sie über ein Bewertungsprofil von mindestens 100 mit zu 98 % positiven Bewertungspunkten verfügen.

Als PowerSeller verpflichten Sie sich den eBay-Grundsätzen und den speziellen PowerSeller-AGB. Für die Zahlung Ihrer eBay-Gebühren müssen Sie der Lastschrift- oder Kreditkartenzahlung zustimmen. Zudem sollten Sie seit mindestens 90 Tagen bei eBay.de, eBay.ch oder eBay.at angemeldet sein und Ihren Wohnsitz im jeweiligen Land haben. Im Folgenden finden Sie die Anforderungen für die verschiedenen Stufen des PowerSeller-Programms:

	PowerSeller Bronze	PowerSeller Silber	PowerSeller Gold	PowerSeller Platin
Handelsvolumen	EUR 3.000	EUR 10.000	EUR 25.000	EUR 150.000
		oder		
verkaufte Artikel	300	1.000	2.500	5.000

Entweder Sie können in den letzten 3 Monaten durchschnittlich pro Monat 4 verkaufte Artikel und zusätzlich ein bestimmtes Mindesthandelsvolumen laut oben stehender Tabelle vorweisen. Oder Sie haben in den letzten 3 Monaten durchschnittlich pro Monat eine bestimmte Mindestanzahl von Artikeln laut oben stehender Tabelle verkauft.

Wie Sie sehen, ist auch für eBay-Anfänger der Bronze-Status schnell zu erreichen! Sie wechseln automatisch zum nächsthöheren PowerSeller-Status, sobald Sie die Kriterien erfüllt haben. Sie erhalten dann per E-Mail eine Einladung zur Teilnahme am PowerSeller-Programm, der Sie nur zustimmen müssen.

PowerSeller-Partnerprogramm

Im Rahmen des PowerSeller-Partnerprogramms zahlt eBay Ihnen für jedes neue Mitglied, das sich über Ihre eigene Website bei eBay anmeldet, eine Provision. Sie profitieren also doppelt, denn zum einen gewinnen Sie durch den Werbeeinsatz mit dem PowerSeller-Logo Kunden für Ihre Angebote bei eBay und zum anderen belohnt eBay Sie für jedes neu akquirierte eBay-Mitglied.

Neugierig auf das PowerSeller-Programm? Alle relevanten Informationen finden Sie auf der PowerSeller-Startseite unter:
www.ebay.de/powerseller

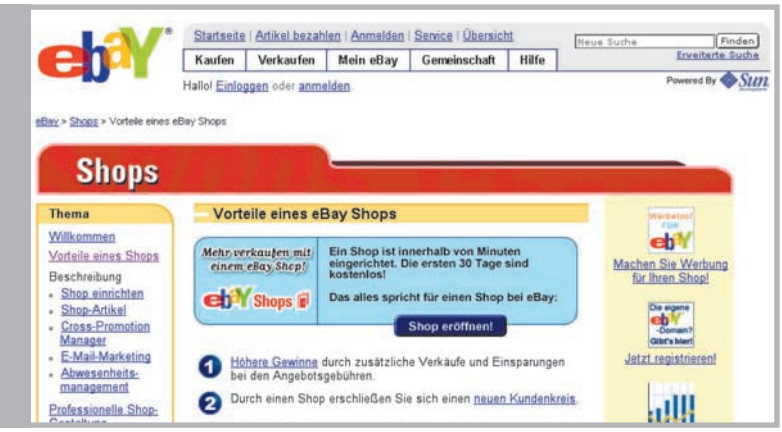
Das PowerSeller-Portal bietet gewerblichen Anbietern spezielle Informationen und Services.

3.3 eBay Shops

Überblick

Mit einem eigenen eBay Shop haben Sie quasi ein Ladengeschäft innerhalb von eBay.de. Ein solcher eBay Shop bringt eine ganze Reihe von Vorteilen mit sich. Sie können 20 eigene Shop-Kategorien anlegen, um Ihr Produktsortiment optimal im Shop abbilden und anbieten zu können.

Mit individuellen Gestaltungsmöglichkeiten können Sie Ihren Shop gestalten und die Waren in Form von Artikellisten oder Galerieansichten darstellen. In Ihrem Shop können Sie die Kopfzeile und die Shop-Seiten selbst mit HTML gestalten.



eBay Shops boomen und bieten eine sehr gute Möglichkeit, vor allem permanent angebotene Waren zu präsentieren.

Im Folgenden werden die kaufmännischen Vorteile vorgestellt. Das Angebotsformat „Shop-Artikel" bietet eine deutlich längere Laufzeit bei gleichzeitig günstigeren Angebotsgebühren. So kann ein Artikel 30 oder 90 Tage oder sogar bis auf Widerruf und damit dauerhaft im Shop angeboten werden. 30 Tage kosten lediglich 5 Cent Angebotsgebühr. Damit kosten 90 Tage 15 Cent und bis auf Widerruf alle 30 Tage 5 Cent. Die Gebühren verstehen sich inklusive der gesetzlichen Mehrwertsteuer von 16 %.

Ein eBay Shop ist optimal für Ware, die permanent angeboten werden soll, nach der eine hohe Nachfrage besteht und die über Festpreise vertrieben werden soll. In der IT-Branche beispielsweise wären das Zubehörartikel wie Tintenpatronen, Fotopapier, Kabel, Speichermedien sowie CD-Rohlinge und vergleichbare Artikel.

Gerade wenn Sie Stammkunden gewinnen wollen, ist es von Vorteil, dass Ihr eBay Shop eine feste Internetadresse hat: http://stores.ebay.de/IhrShopName

Diese URL können Sie auf Briefbögen, Rechnungsformulare oder Werbeflyer drucken, die jedem Paket, das Sie an Kunden schicken, beiliegen.

Ein Shop bietet im Gegensatz zu den normalen eBay-Angebotsformaten eine dauerhafte Präsenz auf dem weltweiten Online-Marktplatz.

Shop-Formate

eBay stellt Ihnen drei unterschiedliche Shop-Formate zur Verfügung:

Basis-Shop

Die ideale Lösung für Einsteiger, die eine günstige und benutzerfreundliche Lösung für ihren Online-Handel suchen.

- Hervorgehobene Platzierung Ihrer Angebote im eigenen eBay Shop
- Käufer werden zu Ihrer persönlichen URL weitergeleitet
- Einstellen von Shop-Artikeln für nur 5 Cent für 30 Tage
- Nutzung des Cross-Promotion Managers, um in Ihren Angeboten für Ihre anderen Angebote zu werben
- Traffic Reports, um zu erfahren, wie Ihre Kunden Ihren eBay Shop nutzen
- Shop-Kopfzeile kann auch in Ihren „normalen" Angeboten eingeblendet werden

Top-Shop

Top-Shops eignen sich als umfassende Lösung für kleine und mittelständische Betriebe sowie erfahrene Verkäufer, die in erster Linie ihre Online-Umsätze steigern möchten. Es stehen dieselben Funktionen wie beim Basis-Shop zur Verfügung plus:

- vorrangige Platzierung Ihres Shops auf den Shop-Suchergebnisseiten
- vorrangige Positionierung auf Seiten mit übergeordneten Kategorien, in denen Sie Angebote eingestellt haben
- Verkaufsmanager Pro kann kostenlos abonniert werden

Premium-Shop

Premium-Shops sind ideal für Verkäufer mit sehr umfangreichem Angebot und hohem Warenumschlag bei eBay. Es stehen dieselben Funktionen wie beim Top-Shop zur Verfügung plus:

- 200.000 Seitenaufrufe pro Monat für Ihren Premium-Shop auf der eBay Shop-Startseite
- herausgehobene Platzierung Ihres Shop-Logos auf den Seiten der eBay Shop-Übersicht

Der Basis-Shop kostet 9,95 Euro im Monat, der Top-Shop 49,95 Euro und die Gebühren für den Premium-Shop belaufen sich auf monatlich 499,95 Euro. Die Gebühren verstehen sich inklusive der gesetzlichen Mehrwertsteuer von 16 %*.

* Stand: Dezember 2004.

3.3 eBay Shops

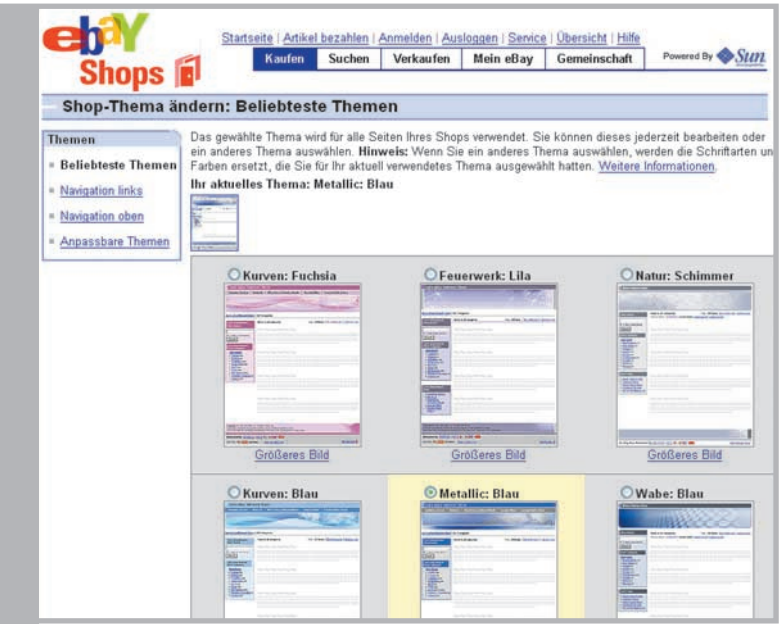
Einrichtung, Gestaltung und Verwaltung der eBay Shops

Ein eBay Shop ist schnell und einfach eingerichtet. Sie füllen online Formulare aus, in denen Sie alle wichtigen Angaben zu Ihrem Shop machen und sich für ein Shop-Format entscheiden. Im Shop-Designer gestalten Sie Ihren Shop mit einem ansprechenden Layout und auf Wunsch individuell anpassbaren Farben.

Informationen unter:
www.ebay.de/storefronts/seller-landing.html

Bei der Wahl des Shop-Namens, der auch Bestandteil der späteren Shop-URL wird, können Sie entweder Ihrer Kreativität freien Lauf lassen oder auch Ihren eBay-Mitgliedsnamen oder Ihren Firmennamen nutzen. Sie können zudem in einigen Sätzen Ihren Shop beschreiben, um dem Kunden zu erläutern, welcher Service ihn erwartet.

Zusätzlich haben Sie die Möglichkeit, bis zu 20 individuelle Kategorien zu bestimmen und weitere Details festzulegen, beispielsweise wie Ihre Artikel im Shop angezeigt werden sollen. In Ihren eigenen Kategorien können Sie Ihr Warensortiment ganz individuell im Shop abbilden und anbieten!



Mit dem Shop-Designer gestalten Sie Ihren eBay Shop individuell.

Einfache Verwaltung des eBay Shops

Genauso einfach ist auch später die Shop-Verwaltung. Alle Details können Sie problemlos ändern, anpassen und überarbeiten, wie zum Beispiel Ihre individuellen Shop-Kategorien. Wenn Sie eine bestimmte Warengruppe nicht mehr anbieten, können Sie die entsprechende Shop-Kategorie problemlos umbenennen, um diese für einen anderen Produktbereich zu nutzen.

Natürlich können Sie auch das Shop-Design jederzeit ändern. Mit bis zu 15 individuellen Shop-Seiten ist es Ihnen möglich, Informationen zu Ihrem Unternehmen anzubieten und eine AGB-Seite einzurichten. Oder Sie bauen eine Seite für spezielle Angebote, auf der diese gesondert dargestellt werden. All diese Arbeiten nehmen Sie online vor. Sie müssen also weder an einem ortsfesten Rechner sitzen noch spezielle Software installieren und bedienen.

Cross-Promotions

Mit Cross-Promotions haben Sie die Möglichkeit, in Ihren Angeboten Werbung für Ihre jeweils anderen Angebote zu machen. Der Cross-Promotion Manager erledigt das ganz einfach und nach konfigurierbaren Vorgaben vollautomatisch für Sie. Zusätzlich können Sie die Kopfzeile Ihres eBay Shops auch in Ihren normalen Angeboten bei eBay einblenden, um damit verstärkt auf Ihren Shop aufmerksam zu machen.

Mit dem Cross-Promotion Manager können Sie Ihre normalen Angebote bei eBay sehr intelligent mit Ihren Shop-Angeboten vernetzen. Die Cross-Promotions werden auf der Artikelseite und auf der Gebots- bzw. Kaufbestätigungsseite angezeigt. Ein Kunde, der eines Ihrer Angebote öffnet, sieht z. B. unten auf der Artikelseite in einem Werbefenster, dass Sie auch andere attraktive Artikel in Ihrem Shop anbieten.

Legen Sie genau fest, wie der Cross-Promotion Manager Ihre Angebote bewerben soll.

Sie können diese Cross-Promotions unterschiedlich bestücken, so dass Ihr Kunde auf der Artikelseite vergleichbare oder höherwertige Artikel angeboten bekommt, während er beispielsweise auf der Gebotsbestätigungsseite das Zubehör zu dem soeben von ihm erworbenen Produkt angeboten bekommt.

Mit dem Cross-Promotion Manager können Sie Ihre Cross-Promotions so konfigurieren, dass diese automatisch erstellt und in Ihre Angebote integriert werden. Genauso gut können Sie das aber auch manuell machen, um ganz gezielt für bestimmte Artikel zu werben.

Den Cross-Promotion Manager finden Sie als Shop-Besitzer in „Mein eBay" in der Ansicht „Verkaufen" oder alternativ auch auf der Seite „eBay Shop verwalten" oder, wenn Sie eingeloggt sind, auch direkt auf der Artikelseite. Standardmäßig werden Artikel aus derselben Shop-Kategorie zu Cross-Promotions aufbereitet. Diese können Sie natürlich jederzeit ändern und anpassen. Um Cross-Promotions effektiv zu nutzen, richten Sie Beziehungen zwischen Ihren Shop-Kategorien ein, so dass immer zueinander passende Waren gegenseitig beworben werden.

Verfeinern Sie Ihre Cross-Promotion-Strategie, indem Sie die Beziehungen daran anpassen, ob sich der Kunde auf der Artikelseite oder bereits auf der Gebotsbestätigungsseite befindet. Auf der Artikelseite sieht Ihr Kunde dann alternative Produkte, auf der Gebots- bzw. Kaufbestätigungsseite das Zubehör zu dem Produkt, das er soeben gekauft hat.

Es besteht zudem die Möglichkeit, auch die Darstellung des Cross-Promotion-Werbefensters zu beeinflussen, indem Sie die Artikel mit oder ohne Galeriebild anzeigen lassen und auch einstellen, ob erst die günstigsten oder teuersten Waren angezeigt werden oder die Angebote, die noch lange dauern bzw. bald enden.

Wie erfolgreich Ihr Shop ist, können Sie mit den schon beschriebenen Traffic Reports sehr genau analysieren. Diese Analyse zeigt auch auf, wo und wie Ihr Shop optimiert werden kann:

Beispiele:

- Selten oder gar nicht besuchte Shop-Seiten sollten attraktiver gestaltet werden.
- Wird Ihr Shop nicht gefunden, müssen Sie die verwendeten Suchbegriffe verbessern oder ihn beispielsweise bei Suchmaschinen eintragen.

Auch Bannerwerbung auf Special-Interest-Seiten kann sehr nützlich sein. Sollte Ihnen das jedoch keine Kunden bringen, erfahren Sie auch das über die Traffic Reports.

Traffic-Reports für die tief greifende Analyse

Zu jedem eBay Shop gibt es auch Traffic Reports, die über die Shop-Verwaltung zu finden sind. Darin können Sie sehr ausführlich auswerten, wie sich Ihre Kunden im Shop bewegen und welche Seiten wie oft aufgerufen werden.

Sie sehen, über welche Suchmaschinen und -begriffe Ihre Kunden kamen und welche Wege Ihre Kunden innerhalb des Shops gegangen sind. Die Traffic Reports bietet eBay zusammen mit Omniture an.

Die Traffic Reports zeigen sogar an, welche Produkte besonders häufig ersteigert und welche häufig per Sofort-Kaufen erworben wurden. All diese Auswertungen können Sie nutzen, um Ihren Shop zu optimieren.

Tipp: Cross-Promotions geschickt einsetzen

Starten Sie Auktionsangebote für einen Euro und mit einer langen Laufzeit von sieben oder zehn Tagen. Machen Sie dieses Angebot mit Zusatzoptionen zu einem richtigen Blickfang. Dann platzieren Sie Ihre Cross-Promotions auf diesen Angeboten, um mit diesem Multiplikationseffekt für mehrere Angebote und Shop-Artikel zu werben.

Die Traffic Reports zeigen, was Ihre Kunden wann und wie in Ihrem eBay Shop tun, so dass Sie den Shop optimieren können.

3.4 **Verkaufsagenten-Programm**

Ein Agent ist eine Person, die – einfach gesagt – etwas im Auftrag eines anderen regelt, managt oder auch verkauft. Mit dem Verkaufsagenten-Programm bietet eBay eine sehr interessante Möglichkeit, gewerblich über eBay zu handeln. Verkaufsagenten bieten eine Dienstleistung an, bei der sie für andere Waren bei eBay verkaufen und für diese Dienstleistung eine Provision erheben.

Zahlreiche Privatpersonen, aber auch Firmen, wollen oder können nicht selbst bei eBay verkaufen und nutzen deshalb den Service eines solchen Dienstleisters.

Es sind zwei Geschäftsmodelle denkbar. Entweder Sie beauftragen einen Verkaufsagenten, um Ihren Absatz zu steigern oder für Ihr Geschäft untypische Ware zu veräußern. Oder Sie werden selbst als Verkaufsagent tätig und etablieren sich mit Ihrem eBay-Know-how als Dienstleister.

Im Verkaufsagenten-Verzeichnis finden Sie einen Verkaufsagenten für Ihren Bedarf oder werden gefunden, wenn Sie selbst als Verkaufsagent arbeiten.

Das Grundprinzip ist einfach: Als Verkaufsagent sind Sie dafür zuständig, Waren eines Klienten am Markt zu platzieren und erfolgreich zu verkaufen. Wenn das geschieht, bezahlt Ihnen der Klient eine Provision. Neben der Provision erheben viele Verkaufsagenten noch eine kleine Bearbeitungsgebühr für die Annahme der Ware.

Über das eBay Verkaufsagenten-Programm können Sie diese Dienstleistung offiziell anbieten und bewerben. Um Verkaufsagent zu werden, müssen Sie einige Bedingungen erfüllen. Sie müssen ein Bewertungsprofil von mindestens 50 Bewertungspunkten haben. 97 % der Bewertungen müssen positiv sein.

Sie müssen wenigstens 10 Transaktionen innerhalb der vergangenen 30 Tage abgewickelt haben. Ein Verkaufsagent muss die eBay-Grundsätze und die Grundsätze für Verkaufsagenten beachten.

Als eBay Verkaufsagent müssen Sie die Ware Dritter immer im eigenen Namen auf der eBay-Website anbieten. Sie werden dann selbst Vertragspartner des Käufers und sind ihm gegenüber direkt verantwortlich.

Wenn Sie ein etabliertes Ladenlokal haben, können Sie hier mit dem Verkaufsagenten-Logo aktiv und nach außen werben und Ihre Dienstleistung anbieten. In vielen Städten eröffnen Verkaufsagenten mittlerweile schon Ladengeschäfte.

Sie interessieren sich für das Verkaufsagenten-Programm? Dann finden Sie auf der Verkaufsagenten-Startseite (**www.ebay.de/verkaufsagent**) zahlreiche Informationen und können sich für die Teilnahme am Verkaufsagenten-Programm anmelden. Diese Seite bietet zudem viele Tipps und Informationen, beispielsweise dazu, wie Sie sich als Verkaufsagent vermarkten können, und rechtliche Hinweise.

3.5 **Rechtliche Grundlagen des gewerblichen Handelns**

Der gewerbliche Handel unterliegt verschiedenen Vorschriften und Gesetzen, die Sie beachten müssen. Das reicht von Vorschriften im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) über das Handelsrecht bis hin zu steuerlichen Richtlinien.

Natürlich kann jeder bei eBay auch privat Dinge verkaufen, doch laut dem Gesetz sind Sie gewerblicher Händler, sobald Sie Waren einkaufen und wieder verkaufen, diese Tätigkeit auf Dauer angelegt ist und mit Gewinnerzielungsabsicht durchgeführt wird.

Sie brauchen also einen Gewerbeschein und müssen auch Gewerbesteuer und andere Abgaben wie Umsatzsteuer abführen. Wir empfehlen Ihnen, diesen offiziellen Weg zu gehen, denn wer sich als Privatverkäufer tarnt, aber gewerblich handelt, kommt mit dem Gesetz in Konflikt. Vor allem dann, wenn es um Steuerhinterziehung geht.

Wenn Sie noch kein Gewerbetreibender sind, dann lassen Sie sich von Steuerberatern, Anwälten oder Institutionen wie den Industrie- und Handelskammern beraten.

Informieren Sie sich auf alle Fälle auch über die besonderen Regelungen für den Fernabsatzhandel, denn diese betreffen den Handel bei eBay, da es sich eindeutig um Fernabsatzgeschäfte handelt.

Das Fernabsatzrecht enthält Bestimmungen wie das Widerrufs- und Rückgaberecht, das Sie kennen und anwenden müssen. eBay informiert über all diese Rahmenbedingungen auch in Workshops und Veranstaltungen wie den eBay Universities.

Näheres dazu finden Sie im eBay Trainingsportal unter:
www.ebay.de/trainingsportal/

Berechtigung zum Erhalt von Nettorechnungen

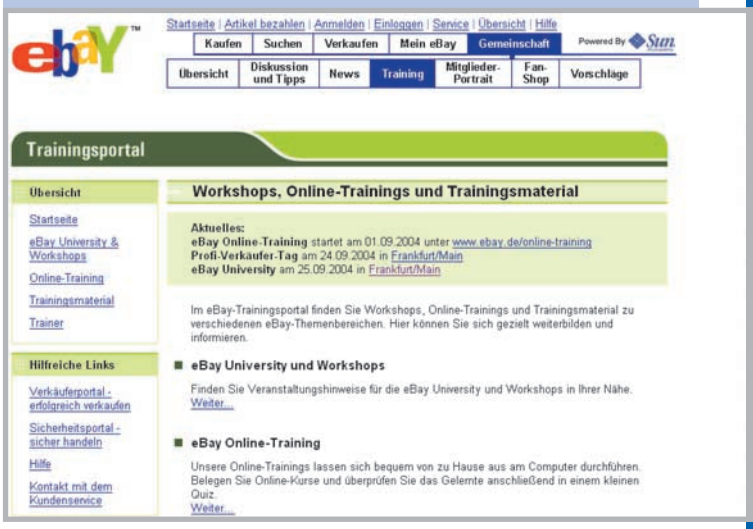
Wenn Sie ein Gewerbe betreiben und von Ihrer Steuerbehörde eine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-IdNr.) erhalten haben, können Sie sich unter bestimmten Voraussetzungen bei eBay als nettorechnungsberechtigtes Mitglied anmelden. Dies entbindet Sie nicht von der Pflicht, im Zusammenhang mit Ihren eBay-Verkäufen anfallende Steuern zu zahlen. Um nettorechnungsberechtigt zu sein, müssen Sie sich von Ihrer zuständigen Steuerbehörde eine entsprechende Umsatzsteuer-Identifikationsnummer erteilen lassen. Diese USt-IdNr. gilt unter anderem für Transaktionen zwischen Ihrer Firma und Unternehmen in anderen EU-Mitgliedsstaaten.

Auf dieser Hilfeseite lesen Sie weitere Einzelheiten zum Erhalt von Nettorechnungen:
www.ebay.de/help/account/vat-business.html

Die steuerrechtlichen Details sollten Sie auf jeden Fall auch mit Ihrem Steuerberater besprechen, so wie Sie rechtliche Details mit Ihrem Anwalt erörtern sollten.

Tipp: Berater sollten eBay- und Online-Know-how haben

Sowohl der Steuerberater als auch der Anwalt, den Sie für eine gründliche Beratung konsultieren, sollten über umfangreiche Kenntnisse in Sachen Online-Handel und eBay verfügen. Suchen Sie die Berater daher nach diesem Kriterium



Im eBay Trainingsportal finden Sie viel Know-how sowie Veranstaltungs- und Seminartermine in Ihrer Nähe. Außerdem können Sie jederzeit das Online-Training nutzen.

3.6 Eigene AGB regeln den Geschäftsbetrieb und vermeiden Probleme

Als gewerblicher Händler können Sie sich auch selbst allgemeine Geschäftsbedingungen geben. Darin können Sie die rechtlichen Rahmenbedingungen, die für Ihre Handelstätigkeit und Geschäfte mit Kunden gelten sollen, definieren.

Solche AGB geben Ihnen die Möglichkeit der Rechtsgestaltung. AGB werden, wenn Sie sie wirksam in den Kaufvertrag einbeziehen, Bestandteil des Kaufvertrages, den Ihr Kunde mit Ihnen schließt. Haben Sie keine AGB und damit keine eigenen Regelungen, gelten die gesetzlichen Regeln, wenn ein Streitfall von einem Richter geschlichtet werden muss.

Ohne AGB geben Sie ein Stück Kontrolle aus der Hand! Mit AGB jedoch haben Sie hier die Möglichkeit, entsprechende Vorgaben zu machen. Natürlich dürfen Ihre AGB nicht gegen geltendes Recht und die eBay-AGB verstoßen. Auch hier hilft Ihnen ein fachlich kompetenter Anwalt, die für Sie optimalen AGB zu erstellen.

Als Existenzgründer sollten Sie neben Ihrem Steuerberater und einem Rechtsberater auch andere kompetente Beratungsstellen konsultieren. Da wäre zunächst vor allem die Industrie- und Handelskammer zu nennen, die Sie in der Gründungsphase begleiten und umfangreich unterstützen kann.

Umfangreiche Informationen finden Sie auf der Website:
http://www.selberhandeln.de

Hier hat „TeamArbeit für Deutschland" – unterstützt von eBay – zahlreiche Informationen und Tipps zusammengetragen, die vor allem auf Existenzgründungen speziell im Internet zugeschnitten sind.

www.selberhandeln.de ist ein informatives Existenzgründer-Portal für angehende Online-Händler.

4 Verkäufermarketing – Marketing in eigener Sache

Überblick

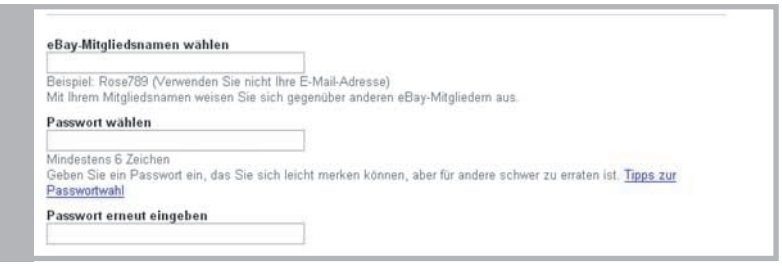
Ein Ladenlokal mieten, Ware und eine Kasse einrichten und dann auf Kunden warten. Wäre so ein Geschäft erfolgreich? Wohl kaum! Damit Kunden in den Laden kommen, muss dieser attraktiv gestaltet und ausgestattet sowie von außen gut erkennbar sein.

Um auch potenzielle Kunden zu akquirieren, die nicht gerade am Geschäft vorbeilaufen, müssen Anzeigen in Zeitungen geschaltet, Werbeplakate verteilt oder andere Maßnahmen ergriffen werden. Mit anderen Worten: Als erfolgreicher Unternehmer muss man eine Marketingstrategie haben, mit der man seinen Laden als Ganzes und die Produkte im Einzelnen präsentiert und bekannt macht. Das gilt natürlich auch für eBay. Dabei haben Sie mit der Entscheidung, den weltweiten Online-Marktplatz zu nutzen, schon die erste wichtige Marketingmaßnahme ergriffen, denn Sie haben Zugang zu einer großen Anzahl von potenziellen Kunden.

Aber natürlich sollten Sie auch aktiv Ihren Umsatz ankurbeln, indem Sie Funktionen von eBay nutzen und auch eigene Marketingmaßnahmen ergreifen.

Marketing in eigener Sache beginnt bei der Wahl des eBay-Mitgliedsnamens, geht über die Erstellung eines eigenen markanten und wiedererkennbaren „Corporate Designs" bis hin zu einem guten Service, der sich herumspricht und sich in den Bewertungen niederschlägt.

Wahl des richtigen Mitgliedsnamens



Bei der Wahl des Mitgliedsnamens sollten Sie sorgfältig sein, denn „Nomen est omen"!

Nicht umsonst sagt der Volksmund „Nomen est omen", was nichts anderes bedeutet, als dass in einem Namen meist auch eine Bedeutung steckt. Bei eBay stolpert man über die witzigsten und verrücktesten Mitgliedsnamen. Doch wenn es um den gewerblichen Verkauf geht, sollte schon Ihr Mitgliedsname eine positive Botschaft tragen. Ihr Kunde sollte am Namen erkennen, dass er einen seriösen Handelspartner vor sich hat.

Ihr Mitgliedsname ist ein erstes wichtiges Marketinginstrument! So können Sie Ihren Firmennamen als Mitgliedsnamen nutzen, um wiedererkannt zu werden. Ihr Mitgliedsname kann auf die Waren, mit denen Sie handeln, Bezug nehmen. Oder Sie lassen Ihren Standort mit einfließen.

Achten Sie am besten auch darauf, dass der Mitgliedsname nicht einem anderen eBay-Mitgliedsnamen ähnelt, erst recht dann, wenn ein Konkurrent diesen Namen hat. Auch wenn die Verwechslungsgefahr bedeuten könnte, dass dessen Kunden zu Ihnen kommen, umgekehrt kann das leider auch passieren! Daher sollten Sie die Mitgliedsnamen Ihrer Mitbewerber kennen.

Eine Ortsangabe im Mitgliedsnamen zu führen, kann sich vor allem dann bezahlt machen, wenn Sie entweder bestimmte lokale Kunden und Märkte ansprechen wollen oder aber ein Ladenlokal haben, das Ihre Kunden besuchen können, beispielsweise um die Ware abzuholen.

Folgende Regeln müssen Sie bezüglich der Namenswahl beachten:

- Der Name darf Buchstaben (a–z), Ziffern (0–9) und/oder Sonderzeichen enthalten.
- Der Name muss mindestens zwei Zeichen lang sein.
- Der Name darf keine Leerzeichen enthalten.
- Der Name darf weder obszön, herabsetzend noch auf sonstige Weise anstößig sein.
- Der Name darf keine E-Mail- oder Internetadresse enthalten.
- Der Name darf nicht mit dem Shop-Namen eines anderen eBay-Mitglieds übereinstimmen.
- Der Name darf keine Marken- oder Namensrechte Dritter verletzen.

Tipp: So finden Sie einen guten eBay-Mitgliedsnamen!

Versuchen Sie bei der Namenswahl aus der Perspektive Ihrer Kunden zu denken! Nehmen Sie Bezug auf Ihr Sortiment oder Ihren bereits bestehenden Firmennamen. Achten Sie auf gute Lesbarkeit, indem Sie mehrere Worte nicht aneinander hängen, sondern eher mit Trennstrichen verbinden. Überlegen Sie sich mehrere Namen und „testen" Sie diese, indem Sie Freunde und Bekannte oder auch fremde Menschen nach deren Meinung fragen und den Namen bewerten lassen.

Corporate Design

Natürlich kennen Sie Coca-Cola. Und natürlich kennen Sie deren Firmenlogo. Dieses Logo ist auf der ganzen Welt bekannt. Das Logo und das gesamte Corporate Design ist ein sehr gutes Beispiel für die geschickte Nutzung von Corporate Design (CD) und Corporate Identity (CI). Bei Coca-Cola schlägt sich das sogar bei der Verpackung nieder, denn eine Cola-Flasche erkennt man sofort, auch wenn kein Etikett darauf klebt.

Ein eigenes Corporate Design (CD) in Ihren Angeboten sorgt für hohe Wiedererkennbarkeit und macht Sie einmalig.

Auch Sie sollten dieses Konzept der Wiedererkennbarkeit nutzen, indem Sie Ihren Firmenauftritt konsistent gestalten und das Design auch konsequent durchgängig einsetzen. Ihr Firmenlogo muss überall auftauchen! Nicht nur auf Ihrem Briefpapier und Ihren Visitenkarten. Bauen Sie es auf alle Fälle mit einer Bild-URL in Ihre Angebote bei eBay ein und natürlich auch auf Ihrer Mich-Seite und in Ihren eBay Shop!

Ihr Logo sollte in Ihren E-Mails auftauchen. Es gehört auf jede Rechnung, die den Paketen an Ihre Kunden beiliegt, genauso wie außen auf den Paketschein. Attraktiv ist auch Paketklebeband, das Sie mit Ihrem Logo bedrucken lassen können. So macht schon die Versandverpackung für Sie Werbung.

Und es kostet auch nicht viel, Aufkleber für Ihren Firmenwagen herstellen zu lassen, denn dann ist Ihr Logo auch werbewirksam „on the road"!

Natürlich sollten Sie auch durchgängig die gleichen Farben und die gleichen Schrifttypen einsetzen. Das Design muss so durchgängig sein, dass Ihr Kunde Sie überall wiedererkennt, egal, ob er ein Angebot von Ihnen bei eBay findet, die Dokumente aus dem Paket nimmt oder Ihre Website außerhalb von eBay besucht.

Und wenn Sie öffentlich für Ihre Firma auftreten, beispielsweise auf Messen, dann ist es sinnvoll, Ihr Logo auch auf dem T-Shirt oder der Krawatte zu tragen.

Ein konsequentes und durchgängiges Corporate Design hilft, bekannt und vor allem (wieder)erkannt zu werden und in Erinnerung zu bleiben. Natürlich sollten Ihre Angebote bei eBay immer gleich aufgebaut sein, denn auch Layout und Gestaltung machen ein Image aus.

Tipp: CD vom Profi machen lassen

Es kann sich durchaus lohnen, das Corporate Design von einer versierten Agentur oder einem kompetenten freien Grafiker gestalten zu lassen. Diese Profis können Ihnen ein Logo entwerfen, das eine hohe Wertigkeit ausstrahlt. Einem selbst gebauten Logo sieht man leider oft an, dass es nicht von einem Fachmann gestaltet wurde.

Seriös, kompetent und zuverlässig

Als eBay-Profi sollten Sie anstreben, diese Attribute immer zu erfüllen, und Sie sollten das auch kommunizieren. Wenn Ihre Kunden Sie als seriösen, zuverlässigen und kompetenten Partner, bei dem man sicher einkaufen kann, anerkennen, dann bringt Ihnen dieses Vertrauen mehr Kunden, mehr Gebote, mehr Umsatz, und Erstkäufer werden zu Stammkunden.

Doch wie funktioniert das?

Geben Sie sich zu erkennen!

Es beginnt damit, dass Sie in Ihren Angeboten nicht anonym bleiben, sondern mit offenen Karten spielen und Ihre Firmenanschrift vollständig angeben.

Der Gesetzgeber verlangt das ohnehin von gewerblichen Händlern. Auch auf Ihrer Mich-Seite können Sie etwas über Ihre Firma erzählen. Besteht diese schon lange, weisen Sie auf Ihre Historie und Tradition hin. Zeigen Sie auf einem Foto Ihr Ladengeschäft oder auch die Gesichter, die hinter Ihrem Firmennamen stecken, denn das bringt einen Vertrauensbonus. Ihr Kunde erkennt, dass er es hier mit Menschen zu tun hat.

Bieten Sie eine Telefonnummer oder sogar eine Hotline an und auch die Möglichkeit, Sie per E-Mail zu kontaktieren. Dann weiß Ihr Kunde, dass Sie ihm auch direkt für Fragen zur Verfügung stehen und ihn auch beraten können, wenn er es wünscht.

Bieten Sie sichere Zahlungsmethoden an und auch den Treuhandservice bei hochwertigen Artikeln. Das zeigt dem Kunden, dass es sicher ist, bei Ihnen einzukaufen.

Aus diesem Grund sollten Sie natürlich auch in Ihren Angeboten und auf den Versanddokumenten Ihre Liefer-, Gewährleistungs- und Garantiebedingungen vollständig angeben, damit Ihr Kunde sofort erkennt, dass auch im Falle einer Reklamation ein seriöser Service geboten wird.

4 Verkäufermarketing – Marketing in eigener Sache

Das Bewertungsprofil als Visitenkarte

Die beste Visitenkarte sind natürlich ein gutes Bewertungsprofil und auch der Status des „Geprüften Mitgliedes". Eine weiße Weste zeigt, dass Ihr Service gegenüber den Kunden stimmt und Sie professionell und vertrauenswürdig agieren. Und wenn Sie ein gutes Bewertungsprofil haben, dürfen Sie in Artikelbeschreibungen, auf Ihrer Mich-Seite, in E-Mails oder Briefen auch durchaus dezent darauf hinweisen und kurz und knapp erläutern, dass Ihre bisherigen Kunden stets zufrieden mit Ihnen waren!

Ihr Bewertungsprofil ist die beste Visitenkarte, denn wer hier eine weiße Weste – oder besser eine grüne Weste – präsentieren kann, genießt hohes Vertrauen bei den Kunden.

Geprüftes Mitglied

Ein weiterer Vertrauensbeweis für Ihre Kunden ist der Status „Geprüftes Mitglied". Dabei wird Ihre Identität über das PostIdent-Verfahren verifiziert und Sie bekommen ein Häkchen hinter Ihrem eBay-Mitgliedsnamen.

Als Privatperson finden Sie hier die Anmeldung zum „Geprüftes Mitglied"-Verfahren:
www.ebay.de/services/buyandsell/verified-user.html

Wenn Sie eine juristische Person prüfen lassen wollen, finden Sie hier die nötigen Informationen:
www.ebay.de/services/buyandsell/verified-user-special.html

Für die Bearbeitung des Antrags fällt eine einmalige Gebühr von 6,65 Euro an. Auf eBay-Veranstaltungen wie den eBay Universities können Sie sich auch live vor Ort als „Geprüftes Mitglied" verifizieren lassen.

PowerSeller-Logo als Gütesiegel

Das PowerSeller-Logo hat mittlerweile den Stellenwert eines Gütesiegels erreicht. Denn eBay-Mitglieder wissen, dass man PowerSeller nur als seriöser und professioneller Anbieter wird. Daher sollten und dürfen Sie dieses Gütesiegel und den PowerSeller-Status auch durchaus werblich nutzen. Auf Ihrer Website außerhalb von eBay, auf Ihren Rechnungen und in E-Mails und Briefen sollten Sie auf Ihren PowerSeller-Status hinweisen und wohl dosiertes Eigenlob betreiben. Das PowerSeller-Logo dürfen Sie jedoch gemäß den PowerSeller-AGB nur online nutzen.

Mich-Seite

Auf Ihrer Mich-Seite können Sie beispielsweise darlegen, welchen Vorteil Ihr Kunde dadurch hat, dass Sie PowerSeller sind. Zeigen Sie offensiv, dass Sie ein erfahrener und zuverlässiger Händler mit gutem Service sind!

Tipp: Richten Sie sich eine Mich-Seite bei eBay ein

Mit einer eigenen Homepage bei eBay, der Mich-Seite, können Sie sich bei Ihren Kunden noch besser bekannt machen. Weitere Informationen hierzu finden Sie unter:
www.ebay.de/help/new/about_me.html

Kundenbindung durch Service

Kunden, die sofort ihre Rechnungen bezahlen und die gekaufte Ware nie reklamieren, sind jedem Geschäftsmann lieb. Doch noch viel lieber ist es dem Kaufmann, wenn genau diese Kunden auch regelmäßig bei ihm kaufen.

Der Einzelhändler vor Ort hat es da oft leicht. Vor allem, wenn er der Einzige oder einer von wenigen ist, der ein bestimmtes Sortiment anbietet. Über eBay erreichen Sie eine hohe Kundenbindung vor allem durch perfekten Service. Da der Kunde bei eBay eine große Auswahl an Händlern findet und die Ware immer nach Hause geschickt bekommt, kann er nur einen Grund haben, immer wieder bei Ihnen zu kaufen: Sie bieten umfangreichen und exzellenten Service!

E-Mails sorgfältig beantworten

Schickt der Kunde Ihnen E-Mails, beispielsweise weil er Fragen zum Produkt hat, dann antworten Sie schnell, höflich und sachlich. Und tun Sie das mit einer „persönlichen Note" statt mit anonymen Einheits-E-Mails.

Eine Kundenservice-Hotline, die auch für den Kunden da ist, nachdem er gekauft und die Ware bekommen hat, ist ein sehr gutes Mittel zur Kundenbindung.

Außerdem lassen sich so auch Probleme schnell und einfach klären, anstatt plötzlich eine negative Bewertung zu bekommen, weil man den Kunden mit einem Problem im Regen hat stehen lassen.

Schnelle Lieferung garantiert zufriedene Kunden

Natürlich sollten Sie schnellstmöglich liefern, denn kein Kunde wartet gerne auf Ware, vor allem wenn die Bezahlung schon ein paar Tage her ist. Hochwertige Verpackungen zeigen ebenfalls, dass Sie Profi sind. Es gehört auch eine ordentliche Rechnung mit Mehrwertsteuer in die Verpackung! Ein Kunde, der teure Ware schlecht verpackt und ohne Rechnung in einem alten Schuhkarton bekommt, wird kaum noch einmal bei Ihnen kaufen.

Und Sie glauben gar nicht, wie sehr sich auch Erwachsene freuen, wenn in der Verpackung beispielsweise eine kleine Tüte Gummibärchen beiliegt. Die Werbemittelindustrie bietet Ihnen hierfür z. B. Süßigkeiten an, auf deren Verpackung Sie Ihr Firmenlogo aufdrucken lassen können. Dass Sie zu fairen und nachvollziehbaren Kosten versenden, versteht sich von selbst.

Zeigen Sie sich bei Rücknahmebedingungen und ähnlichen Regelungen kulant. Es ist auch für Sie meist einfacher, Ware zurückzunehmen oder umzutauschen, anstatt sich mit dem Kunden zu streiten oder gar vor Gericht ziehen zu müssen. Ein Kunde, der diese Kulanz bei Ihnen erfährt, wird sehr zufrieden sein und erneut kaufen; er wird Sie auch weiterempfehlen. Nach dem Fernabsatzrecht haben Unternehmer zudem in den allermeisten Fällen die gesetzliche Pflicht Verbrauchern ein Widerrufs- oder Rückgaberecht einzuräumen.

Gerade wenn ein Kunde mehrere Artikel bei Ihnen kauft, sollten Sie ihm Versandrabatte anbieten, die übrigens im eBay-Verkaufsformular ausgewählt werden können.

Im Laufe der Abwicklung der Transaktion sollten Sie auch auf eine gute Kommunikation achten. Lassen Sie es Ihren Kunden wissen, wenn sein Geld eingegangen ist und wenn seine Ware verschickt wurde. Geben Sie Ihrem Kunden die Daten zur Nachverfolgung des Paketdienstleisters, so dass er im Internet selbst den Versandstatus nachverfolgen kann.

Tipp: Kommunizieren Sie Ihren guten Service

Sie sollten Ihren guten Kundenservice nicht nur anbieten, sondern auch kommunizieren. Nutzen Sie dazu die Artikelseiten und Ihre Mich-Seite. Neukunden wissen dann, dass sie bei Ihnen gut aufgehoben sind.

Bestandskunden können Sie mit einem Newsletter über neue Serviceleistungen und neue Angebote informieren, wenn die Kunden dem Erhalt von Newsletters zugestimmt haben.

Kunden bewerten

Die beste Visitenkarte eines seriösen und zuverlässigen Verkäufers ist natürlich sein Bewertungsprofil. Wie Sie für gute Bewertungen sorgen, haben wir schon besprochen. Wer einen hervorragenden Service bietet, schnell und zuverlässig liefert, kulant mit Rückgaben und Reklamationen umgeht und eine gute Kommunikation mit seinen Kunden pflegt, bei dem wird sich das in einem vorbildlichen Bewertungsprofil niederschlagen.

Aber natürlich sollten auch Sie das Bewertungssystem nutzen und Ihre Kunden bewerten, denn auch der Käufer freut sich über eine gute Bewertung. Bewerten Sie Ihre Kunden daher immer sehr zügig nach dem Ende des Angebots.

Verfassen Sie die positiven Bewertungskommentare knapp, sachlich und freundlich. Manche Verkäufer bewerten direkt nach Zahlungseingang, andere erst, nachdem der gesamte Abwicklungsvorgang beendet ist. Wieder andere bewerten erst nach dem Erhalt einer positiven Bewertung.

Als Verkäufer bewerten Sie die Zahlungsmoral Ihres Kunden. Daher sollten Sie nach dem Geldeingang nicht zu lange mit der Bewertung warten. Denn auch das kann einen Kunden verärgern, vor allem wenn er nicht nur bezahlt, sondern auch bereits selbst positiv bewertet hat.

Tipp: Freundlich bleiben auch bei einer negativen Bewertung

Manchmal bekommt man auch eine neutrale oder gar negative Bewertung. Wurden Sie unberechtigt negativ bewertet, sollten Sie dennoch immer sachlich und höflich bleiben. Denn Sie werden von anderen Interessenten auch an den Antworten auf negative Bewertungen gemessen. Wenn Sie hier zu grob werden anstatt freundlich und sachlich zu bleiben, schaden Sie sich nur selbst.

4.1 Werbung

Überblick

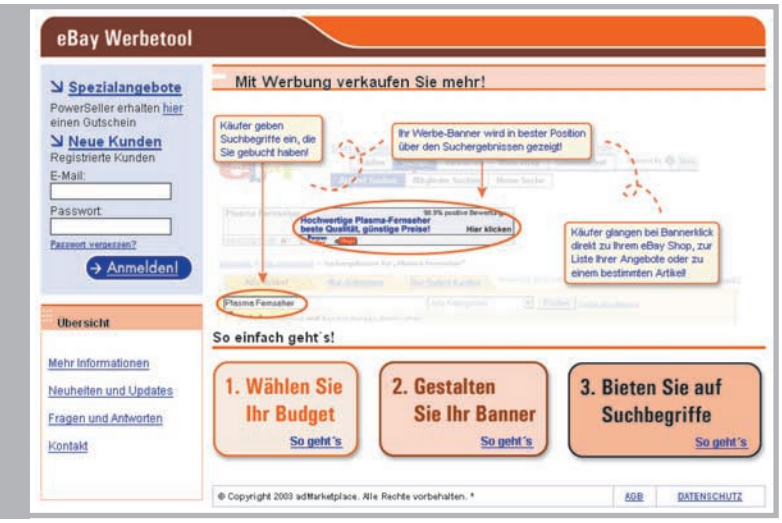
Sie können natürlich auch Werbung in Eigenregie treiben. Schalten Sie beispielsweise Bannerwerbung auf beliebten Internetseiten. Wenn Sie z. B. Modellbahnartikel verkaufen, wird es sicherlich viele Fanseiten geben, auf denen sich Ihre Zielgruppe tummelt. Fragen Sie nach Bannerwerbung oder ob Sie eine Anzeige im Newsletter schalten können. Auch die Fachzeitschriften sind ein gutes Ziel für Anzeigen. Machen Sie Ihren eBay Shop bei Internet-Suchmaschinen bekannt. Bei vielen dieser Suchmaschinen können Sie Ihre Website oder Ihren eBay Shop kostenlos zur Durchsuchung anmelden.

Ein eigener Newsletter, den Sie zum Abonnement anbieten und den Sie niemals unangefordert verschicken sollten, ist auch ein gutes Werbemittel. Aber hüten Sie sich vor Spam-Methoden, denn unerwünschte E-Mails (Spam-E-Mails) werden die Empfänger eher verärgern, als sie zu Ihren Angeboten bei eBay zu locken.

Werbetool

Das Werbetool für eBay schaltet Ihre Bannerwerbung.

Als Kooperationspartner von eBay bietet Ihnen „adMarketplace" mit dem Werbetool für eBay eine innovative Lösung für zielgerichtete Werbung. Das Werbetool sorgt dafür, dass Ihre Werbebanner auf eBay-Seiten eingeblendet werden. Die Banner werden einem Nutzer nur dann angezeigt, wenn er zuvor Suchbegriffe eingegeben hat, die sich mit der beworbenen Ware decken.



Mit dem eBay-Werbetool können Sie sehr gezielt für Ihren eBay Shop werben.

Ihre Bannerwerbung wird also immer genau dann angezeigt, wenn ein potenzieller Kunde nach Ihrer Ware sucht. Sie können die Häufigkeit der Werbeschaltungen über das Budget und die Kosten pro Klick bestimmen. Bereits ab einem Mindestbudget von 15 Euro können Sie Bannerwerbung schalten.

Die Kosten pro Klick fallen an, wenn ein Kunde das Werbebanner, das ihn direkt zu Ihrem Angebot bringt, anklickt.

Sie müssen dabei zunächst die maximalen „Kosten pro Klick" bestimmen. Dies ist die maximale Summe, die Sie zu zahlen bereit sind, wenn ein Kunde auf Ihre Banner klickt. Das Mindestgebot dafür beträgt 0,15 Euro.

Anhand der Kosten pro Klick werden die Werbetreibenden bei eBay, die denselben Suchbegriff verwenden möchten, in eine Rangordnung gebracht. Die Darstellungshäufigkeit (auch: Rotation) ihrer Banner richtet sich nach dieser Rangordnung.

Weitere Details zur Bannerwerbung mit dem Werbetool für eBay finden Sie unter:
www.ebaywerbetool.de

Tipp: Der Cross-Promotion Manager

Auch der Cross-Promotion Manager ist Ihnen bei der Eigenwerbung eine große Hilfe. Erfahren Sie mehr darüber auf S. 55.

4.2 Angebote professionell beschreiben und gestalten

Ein Ladenbesitzer gestaltet attraktive Schaufenster, positioniert Angebote auf Sonderflächen beispielsweise im Kassenbereich. Er beleuchtet seine Regale, arbeitet mit Postern, Aufstellern und anderem Point-of-Sale-Material. Lesen Sie jetzt, wie auch Sie durch gute Beschreibungstexte und optimale Bilder sowie die Gestaltung Ihrer Angebote Ihren Verkaufserfolg fördern können. Zunächst ist der Inhalt des Angebotes sehr wichtig, dann schließt sich die Gestaltung an.

Tipp: Setzen Sie die Brille Ihres Kunden auf!

Texte sollten Sie immer aus der Perspektive Ihrer Kunden schreiben. Fragen Sie sich einfach, was Sie selbst lesen möchten, wenn Sie die Ware kaufen wollten!

Artikelbezeichnung

Was bei einer Zeitschrift die Überschrift ist, ist bei Ihren Angeboten die Artikelbezeichnung! Diese muss den potenziellen Kunden neugierig auf die Ware machen und ihm erste Fakten mitteilen. Berücksichtigen Sie vor allem die Suchbegriffe, die Ihr Kunde bei der eBay-Suche eingeben wird. Teilen Sie kurz und knapp die wichtigsten Fakten zum Produkt mit. Hier die wichtigsten Punkte, die Sie beachten sollten, um eine gute Artikelbezeichnung zu verfassen:

- Denken Sie an die wichtigsten Suchworte (Keywords)!
- Teilen Sie die wichtigsten Fakten stichwortartig mit!
- Verzichten Sie auf Füllwörter wie „wunderschön“, „Spitzenklasse“ oder die Aussage „zu verkaufen“, denn Letzteres versteht sich von selbst!
- Verzichten Sie auf Tricks wie den Einsatz von Sonderzeichen um auffällig zu sein!
- Nutzen Sie die 55 Zeichen, die Sie zur Verfügung haben, aus!

Die Artikelbezeichnung wirkt auf der Suchergebnisseite besser, wenn Sie ein Foto in Ihrer Artikelbeschreibung haben. Ihr Kunde sieht am grünen Fotosymbol, dass er die Ware auch anschauen kann. Noch besser wirkt natürlich ein Galeriebild.

Dann haben Sie einen ähnlichen Effekt wie bei der Zeitung, wo Bild und Überschrift die Aufmerksamkeit auf den Artikel lenken.

Hier zwei Beispiele für Artikelbezeichnungen:

Schlecht:
Toller Funkkopfhörer zu verkaufen

Optimal:
SENNHEISER IS 380 Infrarot-Stereo-Kopfhörer

Artikelbeschreibung

Eine möglichst gute Artikelbeschreibung ist der Schlüssel zum Erfolg. Ihr Kunde muss sich beim Begutachten der Ware auf Ihre Bilder und Beschreibungen verlassen und kann die Ware nicht anfassen und ausprobieren. Daher muss ihm die Artikelbeschreibung einen ebenso umfassenden wie vollständigen Eindruck vom Produkt vermitteln. Selbstverständlich sollte der Text auch unter formalen Gesichtspunkten wie Rechtschreibung und lesbares Layout optimal gestaltet sein.

Was die Länge betrifft, gilt die Faustregel: So kurz wie möglich, so lang wie nötig. Zu viel Text schreckt ab, zu wenig Text lässt vermuten, dass unvollständig informiert wird.

Beschreiben Sie sachlich, kurz und präzise den Zustand, die Verwendungsmöglichkeiten und Vorteile der Ware. Denken Sie auch hier an die Kundenperspektive und fragen Sie sich selbst, was Sie als Interessent über das Produkt würden wissen wollen.

Für technische Daten bietet sich die Tabellenform an, denn diese ist bei der Aufzählung solcher Fakten übersichtlicher als ein Fließtext. Geben Sie je nach Produkt auch Daten wie ISBN-Nummern, Modellbezeichnungen und andere anerkannte standardisierte Informationen an. Das sind meist bekannte Größen, mit denen der interessierte Kunde etwas anfangen kann. Nennen Sie die Dinge beim Namen! Statt bei Computern von „großem Speicher“ zu reden, sollten Sie einfach die Kapazität in MB oder GB angeben! Bei Autos sollten Sie neben der Kilowattleistung immer auch die PS-Zahl nennen, denn nach wie vor ist PS im Sprachgebrauch weiter verbreitet als kW.

Schreiben Sie alles in Ihre Artikelbeschreibung, was Ihr Kunde gerne wissen will. Doch es müssen auch die Dinge enthalten sein, die Ihr Kunde wissen muss. Bei gebrauchten Artikeln wären das Einschränkungen und Mängel wie Gebrauchsspuren oder Schäden. Bleiben Sie hier immer bei der Wahrheit, denn sonst ist der Ärger mit dem Käufer vorprogrammiert.

Auch der Gesetzgeber verlangt einige Angaben. So sollten Sie Ihre Kunden auf jeden Fall auf sein Widerrufsrecht oder alternativ auf das Rückgaberecht hinweisen. Dieses müssen Sie Privatkunden gemäß Fernabsatzrecht einräumen!

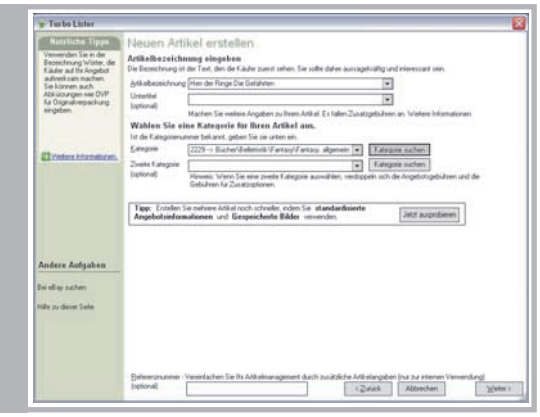
Zudem müssen Sie eine ladungsfähige Anschrift nennen. Eine Postfachadresse gilt im juristischen Sinne nicht als ladungsfähig. Natürlich sollten Sie Ihren Kunden in der Artikelbeschreibung auch über die Zahlungsmodalitäten, Versandkosten und Ähnliches informieren, gerade wenn es beim Versand besondere Dinge zu beachten gilt. Das wäre der Fall, wenn Ihre Ware nicht per Päckchen und standardisierten Versand auf die Reise gehen kann. Als Beispiel wären Möbel zu nennen, wo Sie vielleicht „Lieferung und Montage“ gegen Aufpreis anbieten. Bitte informieren Sie sich auch über Ihre gesetzlichen Informationspflichten nach dem Fernabsatzrecht.

4.2 Angebote professionell beschreiben und gestalten

Katalogdaten nutzen

Für immer mehr Produkte können Sie inzwischen auf Katalogdaten zurückgreifen, bei denen teilweise auch Bilder mitgeliefert werden.

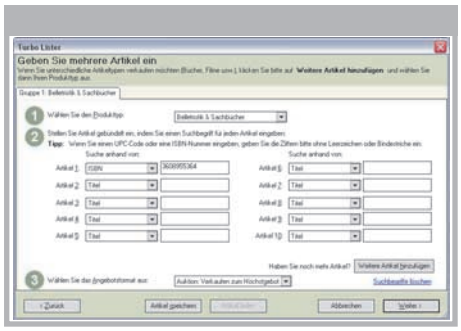
Nehmen wir Bücher als Beispiel. Bei der Erfassung Ihres Angebots geben Sie nur die ISBN-Nummer ein und schon werden aus einer Datenbank bei eBay automatisch eine Beschreibung und ein Bild des Buches geladen und in Ihr Angebot eingebunden. Das geht sehr einfach, z. B. auch mit dem Turbo Lister.



Über den Turbo Lister können Sie die so genannten Katalogdaten in Ihre Auktionen und Angebote einbinden.

- Sobald Sie eine Kategorie ausgewählt haben, in der die Katalogdaten zur Verfügung stehen, erscheint das entsprechende Eingabefenster.
- Hier geben Sie beispielsweise die ISBN-Nummer des Buches ein. Dann werden die Katalogdaten automatisch geladen und verwendet.
- Diese erscheinen dann in Ihrer Artikelbeschreibung.

Mit den Katalogdaten können Sie sich also einiges an Arbeit ersparen. Diesen Service gibt es bereits für die Kategorien „Bücher“, „DVDs“, „CDs“ und für einige andere standardisierbare Produkte. Nur bei Büchern wird derzeit das Bild mit angeboten.



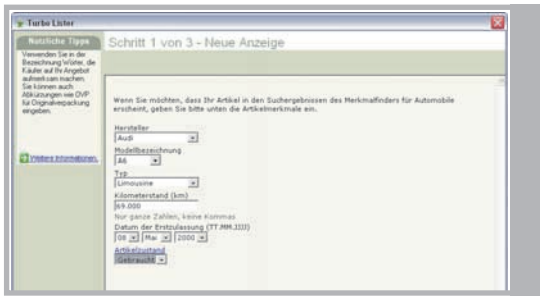
Mit dem eBay Turbo Lister können Sie mehrere Artikel gebündelt einstellen.

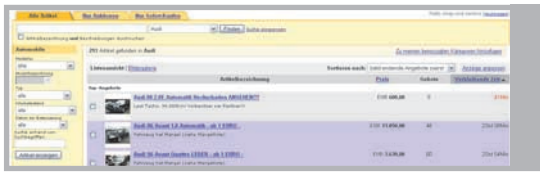
Artikelmerkmale

Eine weitere Möglichkeit, Ihre Angebotstexte mit Informationen auszustatten, sind die so genannten Artikelmerkmale, die Sie beim Anbieten in bestimmten Kategorien nutzen können.

Dabei können Sie verschiedene Merkmale in Auswahlmenüs anwählen und müssen diese dann nicht eintippen. Außerdem werden diese Artikelmerkmale auch in der eBay-Suchfunktion berücksichtigt. Im Folgenden wird das am Beispiel „Automobile“ veranschaulicht:

- Im Turbo Lister oder im eBay-Verkaufsformular legen Sie diese Merkmale per Mausklick fest.
- In der Artikelliste werden die Artikelmerkmale dann als Such- und Sortierkriterien angeboten.





Mit dem eBay Turbo Lister können Sie mehrere Artikel gebündelt einstellen.

Zusatzoption „Sofort & Neu“

Im Verkaufsformular haben Sie zudem die Möglichkeit, Ihre Angebote mit der kostenlosen Zusatzoption „Sofort & Neu“ zu versehen, wenn die folgenden vier Kriterien erfüllt sind:

- Sofort-Kaufen: Sie haben als Angebotsformat das Festpreisformat, eine Auktion mit Sofort-Kaufen-Option oder ein Shop-Angebot gewählt.
- Artikelzustand „neu“: Sie haben bei Artikelzustand die Option „neu“ gewählt.
- 14-Tage-Geld-zurück*: Sie akzeptieren eine Rücknahme des Artikels und haben die Option „14-Tage-Geld-zurück“ gewählt.
- Versandkosten: Sie haben die Versandkosten für den Artikel in das dafür vorgesehene Feld eingetragen.

* Bitte informieren Sie sich über die rechtlichen Hintergründe: **www.ebay.de/help/sell/your-return-policy.html**

Gestaltung der Artikelbeschreibung

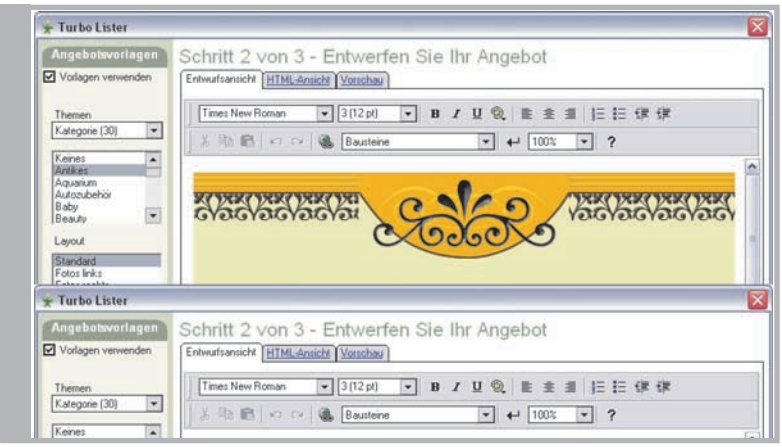
Eine eigene Gestaltung der Artikelbeschreibung macht aus der einheitlichen Artikelseite etwas Besonderes. Wenn Sie diese Gestaltung konsequent in allen Angeboten und allen Artikelbeschreibungen einsetzen, erreichen Sie einen hohen Wiedererkennungswert. Der Einsatz gleich bleibender Layouts und Gestaltungselemente prägt sich bei Ihren Kunden ein.

Aber eine gute Seitengestaltung ist auch aus formalen Gründen wichtig. Der kluge Einsatz von Schriften, Absätzen und Zwischenüberschriften, Nummerierungen und Aufzählungszeichen gliedert eine Artikelbeschreibung, macht sie zugänglicher und lesbarer. Doch übertreiben sollte man nicht, denn schnell tut man zu viel des Guten. Eine wilde Mischung aus verschiedenen Schrifttypen, -größen und -farben schadet mehr, als dass sie nutzt.

Gliedern Sie Ihre Artikelbeschreibung beispielsweise in drei Bereiche:

- Der erste Abschnitt widmet sich den Produktdetails und der Beschreibung.
- Der zweite Teil klärt Formales, wie die Zahlungs- und Versandbedingungen.
- Im letzten Abschnitt findet Ihr Kunde dann allgemeine Standards und die gesetzlich vorgeschriebenen Informationen nach dem Fernabsatzrecht, wie z. B. Ihre Anschrift und Ihre Widerrufsbelehrung.

Um Ihre Seiten optisch zu gestalten, haben Sie mehrere interessante Möglichkeiten. Zum einen können Sie vorgefertigte Designs innerhalb des Verkaufsformulars oder des Turbo Listers nutzen. Diese so genannten Themen gibt es einmal nach verschiedenen Kategorien sortiert. So gibt es beispielsweise die Themen „Bekleidung", „Computer", „Bücher" und viele mehr. Weiterhin gibt es Themen der Gruppen „Ambiente", „Muster" und „Rahmen"!



Unter „Themen" stehen Schmuckrahmen zur Verfügung, um Ihr Angebot noch attraktiver zu gestalten.

Design im Eigenbau

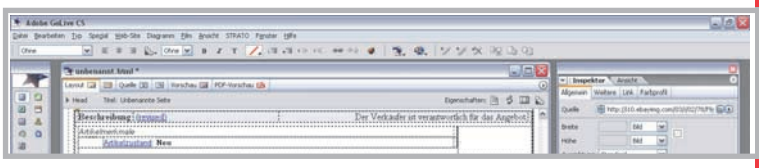
Mit einem HTML-Editor, etwas Know-how und Kreativität können Sie ein völlig eigenes Seitendesign erschaffen, mit dem Sie Ihre Artikelbeschreibungen individuell gestalten. Selbst gebaute HTML-Seiten können Sie dann einfach in die Artikelbeschreibung kopieren. Wenn Sie keine oder nur wenige HTML-Kenntnisse haben, können Sie den HTML-Editor im Turbo Lister und im Verkaufsformular nutzen. Er funktioniert im Grunde wie die Formatierungsbefehle im Programm „Word".

Auf eBay finden Sie auch Informationen zum Einsatz von HTML in Ihren Angeboten.

Wenn Sie die HTML-Befehle selbst lernen wollen, finden Sie auf dieser eBay-Seite zahlreiche Informationen:
www.ebay.de/help/sell/html_tips.html

Um beispielsweise Fettdruck zu nutzen, genügt es, vor die fett zu druckende Zeile den HTML-Befehl zu setzen und nach der Zeile einzufügen. Natürlich gibt es sehr viel mehr HTML-Befehle, über die Sie sich im Internet informieren können.

Wer nicht selbst coden möchte, kann einen der gängigen HTML-Editors wie beispielsweise FrontPage, Adobe GoLive, NetObjects Fusion oder Dreamweaver benutzen, um ansprechende Formatierungen zu realisieren. Diese sollten Sie dann als Angebotsvorlagen abspeichern.



Mit einem HTML-Editor können Sie ein eigenständiges Design erarbeiten, das Sie dann in Ihren Angeboten nutzen.

Viele dieser Editors arbeiten nach dem Prinzip „What you see is what you get", sprich, was man auf dem Bildschirm sieht, wird auch später weitestgehend so aussehen. Mit der Maus können Sie viele Dinge arrangieren ohne eine einzige Zeile HTML-Code tippen zu müssen. Zudem können Sie Effekte und Animationen und andere nette Dinge einbauen, deren Erstellung allerdings Erfahrung mit Design-Programmen erfordert. Doch Sie sollten auch damit sparsam umgehen.

4.2 Angebote professionell beschreiben und gestalten

Artikelfoto

Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte. Bilder nehmen wir immer vor den Texten wahr. Zudem kann Ihr Kunde die Ware, die Sie anbieten, nur auf Bildern und in Texten begutachten, denn nur selten werden Interessenten vorbeikommen, um die Ware persönlich in Augenschein zu nehmen. Bestmögliche Produktfotos steigern Ihre Verkaufschancen immens! Und bei sehr vielen Produkten kann man feststellen: kein Foto – keine Käufer!

Es reicht allerdings nicht, einfach ein Foto zu schießen, denn auch lieblose und schlechte Fotos wirken alles andere als verkaufsfördernd. Würden Sie sich nicht auch eher für das Fahrzeug begeistern, dessen Bild quasi aus einem tollen Verkaufsprospekt stammen könnte, als für ein, in dunkler Umgebung aufgenommenes schwarzes Auto? Ihre Produkte werden zunächst über erstklassige Fotos und dann über eine ausgezeichnete Artikelbeschreibung verkauft.

So machen Sie gute Fotos

Sie brauchen keinen teuren Profifotografen, der Ihre Produktfotos macht. Gute Fotos können Sie auch problemlos selbst anfertigen. Eine Digitalkamera aus dem mittleren Preissegment genügt für die Erstellung von guten Artikelfotos vollkommen. Denken Sie daran, Ihre Produkte mit den Augen Ihrer Kunden zu fotografieren. Mit anderen Worten: Zeigen Sie das, was der Kunde sehen will!

Bei komplexen Produkten zeigen Sie eine Gesamtansicht und dann Detailfotos. Bleiben wir bei dem Beispiel mit dem Auto. Die Gesamtansicht sollte beispielsweise schräg von vorn aufgenommen werden, damit sowohl die Fahrzeugfront als auch die Seite auf der Gesamtansicht zu sehen sind und der Kunde einen ersten guten Eindruck bekommt. Dieses Bild eignet sich auch sehr gut als Galeriebild. Dann machen Sie Detailaufnahmen von allen Seiten und auch vom Innenraum des Wagens. Zeigen Sie alles, was der Kunde sich auch live anschauen würde. Mit dieser Rundumansicht bekommt der Interessent einen sehr guten Eindruck vom Fahrzeug. Die Kombination von Gesamtansicht und Detailfotos empfiehlt sich für alle Produkte, die nicht in einem einzigen Bild umfassend und ausreichend dargestellt werden können.

Beim Fotografieren von Produkten sollten Sie auf einen neutralen Hintergrund achten. Vor allem stören Dinge im Hintergrund, die ablenken. Ob das Menschen oder Landschaften bei Großobjekten sind, Gegenstände, die nicht zum Artikel gehören, oder unruhige Hintergrundfarben. Achten Sie auf einen einfarbigen Hintergrund, der auch einen guten Kontrast zum Hauptmotiv bildet. Weißes Porzellan sollte beispielsweise nicht vor einem weißen, sondern vor einem dunklen Hintergrund abgelichtet werden; eine schwarze Lederhandtasche hingegen vor einem hellen Hintergrund.

Sie verkaufen die Ware vor allem über Fotos und je besser diese sind, desto besser sind Ihre Verkaufschancen.

Tipp: Freistellen

Sie können ein Motiv auch freistellen. Das bedeutet, dass bei der Bildbearbeitung der Hintergrund komplett ausgeschnitten wird. Viele Bildbearbeitungsprogramme bieten entsprechende Funktionen an. Je gleichmäßiger und einfarbiger der Hintergrund ist, vor dem Sie Ihr Motiv fotografiert haben, desto leichter lässt es sich freistellen.

Sie sollten das Motiv auch gut ausleuchten. Wenn Sie aber das Produkt mit einem Blitzlicht überfluten, gehen Details, räumliche Tiefe und Kontrast verloren. Setzen Sie lieber etwas Licht auf den Hintergrund, das auch von hinten auf das Produkt reflektiert wird, denn das schafft einen 3-D-Effekt. Licht schräg von vorn oder der Seite betont Details und verstärkt die Kontraste. Licht von vorn, also aus Richtung der Kamera, sorgt für die richtige Belichtung.

Tipp: Tageslichtlampen statt Blitz

Gerade mit Digitalkameras kann man als Alternative zum Blitz auch Tageslichtlampen benutzen. Das sind spezielle Glühbirnen oder Leuchtstoffröhren, die man beispielsweise in Gelenkarmlampen (Schreibtischlampen) einsetzen kann. Dieses Licht ist farbneutral und Sie können so mit mehreren Lampen das Produkt von allen Seiten gut ausleuchten. Normale Glühbirnen hingegen erzeugen meist einen Gelbstich.

Vor allem wenn Sie häufig kleinere und mittlere Objekte fotografieren, ist ein Fototisch eine sehr sinnvolle Anschaffung. Dieser bietet einen neutralen und gleichmäßig ausleuchtbaren Hintergrund. Am Fototisch können die eben empfohlenen Gelenkarmlampen mit Klemmen überall befestigt werden, um eine flexible Ausleuchtung zu gewährleisten.

Die Mehrheit der Digitalkameras bietet heutzutage größte Auflösungen und damit sehr scharfe, detailreiche Bilder. Wenn Sie die Bilder auf den PC laden, sollten Sie in einem Bildbearbeitungsprogramm die Auflösung auf 72 dpi reduzieren. Computermonitore können sowieso keine höhere Auflösung darstellen. Die Größe des Bildes können Sie zudem auch dem Format anpassen, mit dem die Bilder dargestellt werden sollen. Wenn Sie den eBay Bilderservice benutzen, reicht eine Größe von 400 x 300 beziehungsweise 800 x 600 Pixel, wenn Sie das XXL-Format benutzen.

Denken Sie daran, die Dateigröße Ihrer Bilddateien und somit die Ladezeiten möglichst gering zu halten. Es gibt noch viele eBay-Mitglieder, die nach wie vor mit einem langsamen analogen Modem surfen. Als Dateiformat empfiehlt sich JPEG (*.jpg), denn dieses ist das im Internet gebräuchlichste und beste Format, um Fotos mit wenig Speicherplatzbedarf bei guter Qualität abzuspeichern. Bildbearbeitungsprogramme bieten auch Funktionen zur Bildoptimierung, mit der Sie die Belichtung und Ausleuchtung etwas korrigieren oder Farbstiche anpassen können. Natürlich ist ein von vornherein optimales Bild besser.

Tipp: Flaches auf den Scanner legen

Buch-, DVD- und CD-Cover und ähnlich flache Objekte können auch auf den Scanner gelegt werden. Beachten Sie, dass bei Dingen, die beispielsweise dicker als eine Armbanduhr sind, die Beleuchtung schnell unzureichend ist und Details, die nicht direkt auf der Glasplatte des Scanners liegen, nur unscharf abgebildet werden.

Bei der Vergabe der Dateinamen sollten Sie Namen nutzen, die leicht dem Produkt zuzuordnen sind. Meist nummerieren die Digitalkameras die Bilder mit kryptischen Buchstaben-Zahlen-Kombinationen. Wenn Sie diese Benennung beibehalten, wird die Verwaltung der Bilder schwieriger.

Wenn Sie mit einem auf Inventarnummern basierenden Ordnungssystem arbeiten – Ihre Produkte haben eindeutige Inventarnummern in der Warenwirtschaft, dann können Sie diese auch als Dateinamen benutzen und durch eine Laufnummer (08154711-001.jpg, 08154711-002.jpg, 08154711-003.jpg) ergänzen, wenn Sie z. B. für ein Produkt mehrere Bilder haben.

Bilder online stellen

Um Ihre Bilder in Ihre Angebote einzubinden, haben Sie drei Möglichkeiten. Entweder Sie nutzen den eBay Bilderservice, den eBay Bildermanager oder einen eigenen Webspace.

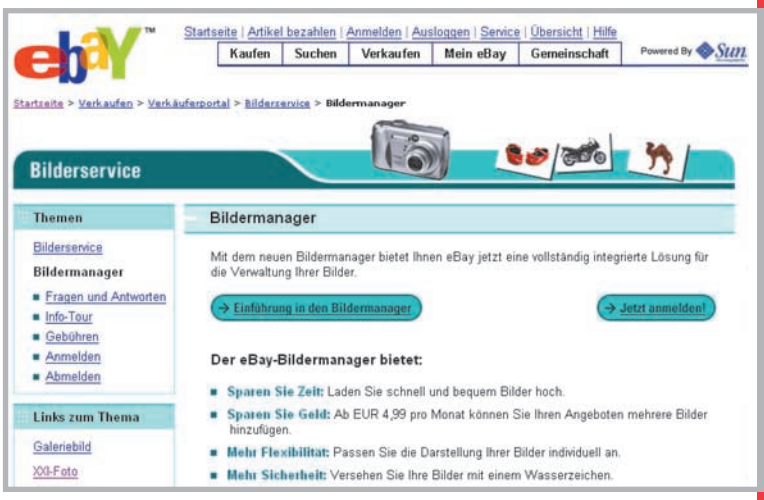
Beim eBay Bildermanager (**www.ebay.de/bildermanager**) können Sie gegen eine monatliche Pauschale Speicherplatz auf den eBay-Servern buchen.

Sobald Sie dann ein Angebot einstellen, binden Sie die Bilder aus dem Bildermanager heraus ein. Außer der Monatspauschale entstehen dabei keine Zusatzkosten, es sei denn, Sie verwenden eine Zusatzoption wie das Galeriebild oder die XXL-Option.

Der eBay Bildermanager lohnt sich vor allem für Verkäufer, die immer die gleiche Ware über eBay veräußern.

Folgende Abonnements stehen zur Verfügung:
- 50 MB Speicherplatz für 4,99 Euro pro Monat
- 125 MB Speicherplatz für 9,99 Euro pro Monat
- 300 MB Speicherplatz für 19,99 Euro pro Monat

Die Preise verstehen sich inklusive der gesetzlichen Mehrwertsteuer von 16 %.



Beim herkömmlichen eBay Bilderservice werden beim Erfassen des Angebotes die Bilder von der eigenen Festplatte ausgewählt und mit der Artikelbeschreibung hochgeladen. Die Bilder werden auf den eBay-Servern gespeichert. Das erste Bild ist kostenlos, jedes weitere kostet 15 Cent.

Mit dem eBay Bildermanager steht Ihnen Speicherplatz ab 50 MB direkt innerhalb von eBay zur Verfügung. Damit sind Ihre Fotos immer online und es fallen keine einzelnen Bilderkosten mehr an. Sie können für Ihre Angebote bis zu 12 Bilder nutzen.

4.2 Angebote professionell beschreiben und gestalten

Wenn Sie einen Shop bei eBay eröffnen, bekommen Sie den Bildermanager mit 1 MB Speicherplatz kostenlos dazu.

Die dritte Möglichkeit ist ein eigener Webspace, auf dem Sie Bilder speichern, um diese dann über HTML-Bilderlinks in Ihre Angebote einzubinden. Bei eBay entstehen dann keinerlei Kosten, da Sie keinen Speicherplatz bei eBay beanspruchen. Die Bilder werden erst in dem Moment angezeigt, in dem Ihr Kunde das Angebot in seinem Webbrowser öffnet. Webspace bekommen Sie bei Providern wie 1&1, Strato, T-Online, Freenet und vielen anderen. Und wenn Sie eine DSL-Flatrate haben, schenkt Ihnen der Provider oft sogar noch Webspace dazu.

Die Einbindung eines solchen externen Bildes geschieht mit dem HTML-Befehl „img src“. Der komplette Befehl sieht wie folgt aus: <img src=“http://www.webseite.de/ordner/dateiname.jpg“>

Der Befehl „img“ weist den Browser an, dass jetzt ein Bild zu laden ist. „src“ steht für Source und bedeutet, dass nach dem „=“ die Quelle für das Bild folgt. Die Quelle ist der Speicherplatz auf dem Server, der durch die genaue und vollständige URL definiert wird. Sie können diesen Befehl noch um weitere HTML-Befehle für die Bilddarstellung ergänzen.

Wie das geht, können Sie beispielsweise hier nachlesen:
http://de.selfhtml.org/index.htm

Zusatzoptionen für Ihre Fotos nutzen

eBay bietet speziell für die Fotos Zusatzoptionen an, mit denen Sie Ihre Angebote noch attraktiver machen können. Besonders interessant ist das Galeriebild, mit dem Sie ein kleines Vorschaubild in den Artikellisten darstellen können. Damit zeigen Sie Ihrem Kunden schon in dieser Listenansicht eine Vorschau auf die Ware. Ihr Angebot hebt sich von anderen ab und fällt deutlich auf.

Mit dem Galeriebild bieten Sie Ihren Kunden schon in den Kategorielisten eine Vorschau auf Ihre Produktbilder an.

Gerade für Bilder mit vielen Details bietet sich die XXL-Option an, die eine größere Darstellung auf der Artikelseite erlaubt. Statt in 400 x 300 Pixel können Sie Ihre Bilder in 800 x 600 Pixel darstellen. Ihr Kunde sieht mehr, erkennt Feinheiten besser und kann sich so ein sehr gutes Bild von Ihrer Ware machen.

Mit der Dia-Show können Sie mehrere Bilder automatisch fortlaufend präsentieren, so dass der Betrachter nicht selbst durch die Bilder blättern muss.

Mehr Informationen zu den Zusatzoptionen und den Gebühren lesen Sie unter:
www.ebay.de/help/sell/fees.html

Tipp: Sparen Sie Gebühren mit dem Bilderpaket

Wenn Sie mehrere Bilder nutzen wollen, empfiehlt sich das Bilderpaket, denn dieses enthält das Galeriebild, die XXL-Option und 6 oder 12 Bilder. Das kleine Bilderpaket mit 6 Bildern z. B. kostet 1,50 Euro. Würden Sie die drei Zusatzoptionen 6 Bilder, Galeriebild und XXL-Foto separat auswählen, würde das in der Summe 2,25 Euro kosten.

Stichwortregister

A

AGB **14,** 51, 52, 54, **58,** 62
Analyse und Report **48**
Andale Research **23 f.**
Angebotsdauer **31**
Angebotsformate 10, 27
Anmeldung **11,** 14, 16, 62
Anzeigenformat 7, **10,** 27
API **35**
Artikelbeschreibung 14, 16, 20, 29, **30,** 32, 36 – 40, 51, **65,** 66, **67,** 68
Artikelbezeichnung **30,** 32, 37, 47, **65**
Artikelfoto 13, 28, **68**
Artikelmerkmale 66
Auktion 7, 10, 13 –15, **27,** 28, 31, 55, 66
Auswertung 20, 23, 24, **47, 48,** 49, 55

B

Bearbeitung von Angeboten während der Laufzeit **37**
Bewertung **16,** 19, 20, 22, 33 – 35, 38, 42, **43, 44,** 45, 52, 56, **62, 63**
Bewertungssystem 7, **16, 43,** 63
Bezahlung 11, **17,** 38, 45, 63
Bilder 13, 28, 30, 37, 65, 66, **68 – 70**
Bildermanager **69, 70**
Bildoptionen 28

C

Corporate Design 60, **61**
Cross-Promotion 50, **55**
Cross-Promotion Manager 53, **55,** 64

D

Datenschutz 11, **44**

E

Einkauf 9, 16, 20, 21, **25,** 34, 48, 57
E-Mail 11, 15 – 17, 33, 34, 36, 38, 39, 42 – 45, 61, 62

F

FAQ **36**
Festpreisangebot **10,** 27
Foto 13, 28, **68**
Funktionen 15, 19, 24, 26, 32, 33, 45, 51, 68

G

Gebote 27, 34, **49,** 61
Gebrauchtware 9
Gebühren 10, 11, **12, 13,** 15, 28, 45, 48, 52, 53, 70
Geprüftes Mitglied **16,** 19, 62
Gestaltung des Angebotes 26, 32, 53, **54, 61,** 65, 67

H

Handel weltweit **50**, 51
Homepage **62**
HTML **32,** 42, 49, 53, **67,** 70
HTML-Editor **32, 67**

I

iloxx **18,** 40, **41**
Immobilien 7, **10,** 12, 27

K

Katalogdaten **66**
Kategorie 9, 13, 15, 20 – 22, 24, **26,** 28, 29, 32, 47, 51, 53, 66, 67
Käuferschutz **16,** 19
Konto 15, 17, 33, 41, 50
Kosten 9, **12, 13,** 16, 17, 32 – 35, 40, 41, 47, 48, 64, 66, 70
Kundenbindung **62**
Kundenkommunikation 20, 34, **36,** 38, 45, 51, 63

L

Lieferung 16, 46, **63,** 65

M

Marketing 40, **60, 62**
Marktbeobachtung 20, **21, 22,** 23, **24,** 31, 48
Marktforschung **51**
Mein eBay **15,** 22, 33, 36, 38, 42 – 44, 55
Mich-Seite 19, 61, **62,** 63
Mitgliedsname 16, 19, 22, 52, 54, **60**

N

Nachnahme **39**
Nicht bezahlter Artikel **44**

O

Outsourcing **46**

P

Paket 13, 35, 40, 46, 50, 53, 61, 63
Passwort **17**
PayPal 6, 7, **16,** 19, **39,** 40, 50
Powerauktion **27**
PowerSeller 7, 19, 45, 50, **52, 62**
Produktlebenszyklus **9,** 20, 23

R

Rechtliche Grundlagen **57**
Restposten **9,** 25

S

Schutz **17,** 41
Service 32, 35, 43, 50, 52, 56, **62, 63,** 66
Shop 7, 10, 12, 19, 27, 40, 42, **49,** 50, **53, 54,** 55, 61, 64
Shop-Artikel **10,** 27, **53,** 55
Shop-Formate **53**
Sicherheit **16,** 17, **18,** 41, 43
Sofort-Kaufen 7, **10,** 14, 19, 27, 28, 32, 49, 55, 66
Sofort-Kaufen-Option **10,** 13, 27, 28, 66
Sofort & Neu **66**
Startpreis 10, 12, 24, 27, **31,** 32, 37
Startzeit 13, 20, 28, **31,** 32, 34, 47
Symbole **19,** 42

T

Tools 23, 32, 33, **35,** 42, 43, **45,** 46, **49,** 50, 51
Traffic Reports **49,** 53, **55**
Treuhandservice **18, 41,** 61
Turbo Lister 31, **32,** 33, 41, 51, 66, 67

U

Überweisung **38**
Überweisung Plus **39**
Unstimmigkeiten klären 17, **44**

V

Verkauf 9, 10, 12, 15, 20, 24, 29, **34, 36,** 38, 39, 44, 50, 57, 65
Verkäufertools **35,** 46
Verkaufsagent 50, **56**
Verkaufsmanager **33,** 34, 36, **42**
Verkaufsmanager Pro **33,** 34, **42,** 43, **48,** 53
Verkaufsprozess **20**
Verkaufsstrategie **26, 28, 30**
Versandkosten 32, **37,** 38, 39, 48, 65, 66
Versandservice **40,** 46
Vertrag 6, **14,** 17, 18, 27, 37, 56, 58
Vertriebskanal **9**

W

Ware 6, 9, 10, 14 – 16, 20, **25,** 26, 30 – 34, 40, 46
Weltweit handeln **50,** 51
Werbung 55, 61, **64**

Z

Zählerauswertung **47**
Zahlungsmethode **39,** 61
Zusatzkosten 69
Zusatzoptionen 12, 13, **28, 29,** 32, 47, 55, **70**

Links zum Thema „Verkaufen"

Alle Informationen zu den aufgelisteten Themen finden Sie online unter:
www.ebay.de/sellerportal/linklist.html

Allgemein

- eBay-AGB
www.ebay.de/help/community/png-user.html
- eBay-Grundsätze
www.ebay.de/help/policies/index.html
- Unzulässige Artikel
www.ebay.de/help/policies/items-ov.html
- Sicher handeln
www.ebay.de/sicherheitsportal
- Anmeldung als Verkäufer
www.ebay.de/help/reg/ident-check.html
- Anmeldung als Unternehmen
www.ebay.de/help/reg/business-registration.html
- Berechtigung zum Erhalt von Nettorechnungen
www.ebay.de/help/account/vat-business.html
- Gebühren bei eBay
www.ebay.de/help/sell/fees.html
- eBay für Unternehmen
www.ebay.de/sellerportal/business/business.html
- Existenzgründung bei eBay
www.ebay.de/sellerportal/business/startup.html
- Verkauf an gewerbliche Kunden
www.ebay.de/help/sell/businessfeatures.html

Verkaufsvorbereitung

- Artikelbeschreibung und Artikelbezeichnung verfassen
www.ebay.de/help/sell/title_desc_ov.html
- Foto-Tutorial
www.ebay.de/help/sell/photo_tutorial.html
- Angebotsformate
www.ebay.de/help/sell/formats.html
- Wahl der richtigen Kategorie
www.ebay.de/help/sell/ia/geeignete_kategorie_ausw_auml_hlen.html
- Zusatzoptionen auswählen
www.ebay.de/help/sell/promoting_ov.html

Einstellen von Angeboten

- Verkaufsformular-Vorschau
www.ebay.de/sellerportal/syi_preview.html
- eBay Turbo Lister
www.ebay.de/turbo_lister
- eBay Verkaufsmanager Pro
www.ebay.de/verkaufsmanager_pro

Während des Angebots

- Angebot überarbeiten
www.ebay.de/help/sell/questions/revise-item.html
- Artikelbeschreibung ergänzen
www.ebay.de/help/sell/edit_listing.html
- Angebot vorzeitig beenden
www.ebay.de/help/sell/end_early.html
- Liste gesperrter Bieter/Käufer
www.ebay.de/services/buyandsell/biddermanagement.html
- Liste ausgewählter Bieter/Käufer
www.ebay.de/services/buyandsell/biddermanagement.html

Abwickeln einer Transaktion

- eBay Kaufabwicklung
www.ebay.de/help/sell/checkout.html
- eBay Verkaufsmanager Pro
www.ebay.de/verkaufsmanager_pro
- eBay Verkaufsmanager
www.ebay.de/verkaufsmanager

Zahlung und Versand

- PayPal
www.ebay.de/paypal
- PayPal für Verkäufer
www.ebay.de/paypal/verkaeufer.html
- Versandcenter
www.ebay.de/versandcenter
- Treuhandservice
www.ebay.de/help/community/escrow.html

Nach der Transaktion

- Bewertungsportal
www.ebay.de/services/forum/feedback.html
- Umgang mit negativen Bewertungen
www.ebay.de/help/feedback/feedback-disputes.html
- Angebot an unterlegene Bieter
www.ebay.de/help/sell/personal_offer.html
- Vorgehensweise bei einem nicht bezahlten Artikel
www.ebay.de/help/policies/unpaid-item-process.html
- Änderungen im Umgang mit unzuverlässigen Käufern
www.ebay.de/help/announcement/upi.html
- Unstimmigkeiten online klären
www.ebay.de/unstimmigkeiten_klaeren

Optimieren der Verkaufsaktivitäten

- Verkäufertools
www.ebay.de/verkaeufer-tools/index.html
- Weltweit handeln
www.ebay.de/weltweithandeln
- Verkaufsagent werden
http://contact.ebay.de/aw-cgi/eBayISAPI.dll?GetTAHubPage
- „Mich-Seite" einrichten
www.ebay.de/help/new/about_me.html
- eBay Shops
www.ebay.de/storefronts/seller-landing.html
- Cross-Promotion Manager nutzen
www.ebay.de/storefronts/cross-promotion-manager.html
- Das PowerSeller-Programm
www.ebay.de/powerseller
- eBay Entwicklerprogramm
http://entwickler.ebay.de
- Zertifizierte API-Lösungen
www.ebay.de/entwickler/applikationsverzeichnis.html
- eBay-Werbetool
www.ebaywerbetool.de

Lernen und Community

- Das Verkäuferportal
www.ebay.de/sellerportal
- eBay-Diskussions- und Hilfeforen
www.ebay.de/community/chat/index.html
- eBay-Trainingsportal
www.ebay.de/trainingsportal
- eBay Online-Training
http://training.ebay.de/online-training
- eBay University
www.ebay.de/university/index.html
- eBay Workshops für Existenzgründer
www.ebay.de/workshop/index.html#1
- eBay Workshops für den stationären Einzelhandel
www.ebay.de/workshop/index.html#2
- Das Verkäuferhandbuch
www.ebay.de/pdf/ebay_verkaeuferhandbuch.pdf
- Bücher über eBay
http://fanshop.ebay.de/index.php?id=8&lang=de&gid=712

Die wichtigsten Funktionen für Verkäufer

- Mein eBay-Ansicht „Artikel verkaufen"
http://my.ebay.de/ws/eBayISAPI.dll?MyeBay&CurrentPage=MyeBayAllSelling
- Kaufabwicklung: Einstellungen eingeben/aktualisieren
http://checkout.ebay.de/ws/eBayISAPI.dll?UpdateCheckoutPreferences
- eBay Shop eröffnen und verwalten
http://cgi6.ebay.de/aw-cgi/eBayISAPI.dll?StorefrontLogin
- eBay Shop schließen
http://cgi6.ebay.de/aw-cgi/eBayISAPI.dll?CloseStorefrontShow
- Cross-Promotions einrichten
http://promo.ebay.de/ws/eBayISAPI.dll?CrossPromoPreferences
- Versandrabatte einrichten
http://payments.ebay.de/ws/eBayISAPI.dll?SoldGlobalPreferences&mode=0
- Besucherzähler verwalten
http://cgi5.ebay.de/ws1/eBayISAPI.dll?UserItemVerification
- Besucherzähler zur Auktion hinzufügen
http://cgi5.ebay.de/ws1/eBayISAPI.dll?AddToItemDescription
- Artikel überarbeiten
https://signin.ebay.de/ws/eBayISAPI.dll?SignIn&UsingSSL=0&pUserId=&ru=http://cgi5.ebay.de:80/ws1/eBayISAPI.dll?UserItemVerification&fromryilanding=2&pp=pass&pageType=1144&i1=0
- Artikelbeschreibung ergänzen
https://signin.ebay.de/ws/eBayISAPI.dll?SignIn&UsingSSL=0&pUserId=&ru=http://cgi5.ebay.de:80/ws1/eBayISAPI.dll?AddToDescription&fromryilanding=2&pp=pass&pageType=1632&i1=0
- Galeriebild ändern
https://signin.ebay.de/ws/eBayISAPI.dll?SignIn&UsingSSL=0&pUserId=&ru=http://cgi3.ebay.de/aw-cgi/eBayISAPI.dll?DisplayGalleryImagePage&item=0&fromryilanding=2&pass=%7b_pass_%7d&userid=&pp=pass&pageType=135
- Artikel finden
http://cgi3.ebay.de/aw-cgi/eBayISAPI.dll?WhereIsAnItemShow
- Angebot frühzeitig beenden
www.ebay.de/help/sell/end_early.html
- Gebote für Ihren Artikel streichen
http://offer.ebay.de/ws/eBayISAPI.dll?CancelBidShow
- Liste gesperrter Bieter/Käufer
http://offer.ebay.de/ws2/eBayISAPI.dll?bidderblocklogin
- Liste ausgewählter Bieter/Käufer
http://offer.ebay.de/ws2/eBayISAPI.dll?PreApproveBidder
- Melden Sie einen nicht bezahlten Artikel
http://feedback.ebay.de/ws/eBayISAPI.dll?CreateDispute

www.ebay.de

2. Auflage, Stand: Juli 2005.