

PC - Win 95/98/ME/XP/Vista

MWM-Verlag

Rest- & Sonderpostenhandel
im Internet und über eBay

Gründung - Geschäftsführung - Warenbezug - Marketing uvm.



Das Existenzgründer-Komplettpaket vom Profi



EUR 19.90

2 Das Existenzgründer-Projekt

Copyright © 2008 by Wilde*Media

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigungen, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags bzw. Autors.

Gestaltung, Satz & Lektorat: Markus Wilde

Verlag: MWM-Fachverlag, Altenstadt/Hessen

www.wilde-media.de

Die Inhalte dieses Buches wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Trotzdem können weder Autor noch Verlag für eventuelle Verluste oder Nachteile, die durch die Anwendung dieses Konzeptes entstehen, haftbar gemacht werden.

Inhalt

<u>1. Einleitung</u>	5
<u>Die Lage an der „eBay-Front“</u>	6
<u>2. Das Konzept – Handel mit Rest- und Sonderposten über das Internet-Auktionshaus eBay</u>	7
<u>Warum gerade Rest- und Sonderposten?</u>	7
<u>3. Die Bezugsquellen für Ihre Ware</u>	9
<u>4. Die Umsetzung Ihres Konzepts</u>	11
<u>4.1 Persönliche Voraussetzungen – Power-Typ?</u>	11
<u>4.2 Materielle Voraussetzungen – Money talks!</u>	12
<u>Wenn das Eigenkapital nicht ausreicht</u>	13
<u>Kredite für Existenzgründer – keine Schande!</u>	14
<u>Der Businessplan – machen Sie es sich einfach!</u>	14
<u>Staatliche Fördermaßnahmen und – programme. Hier gibt’s Geld!</u>	15
<u>Exkurs: Günstige Kredite aus der Schweiz und Luxemburg – ein Geheimtipp!</u>	16
<u>4.3 Die Firmengründung</u>	22
<u>Die Wahl der richtigen Rechtsform – kinderleicht!</u>	22
<u>Die Gewerbeanmeldung – jetzt aber los!</u>	23
<u>Was kommt nach der Gewerbeanmeldung?</u>	24
<u>4.4 Die betriebliche Buchführung – leicht gemacht!</u>	26
<u>Der einfache Weg zur korrekten Buchführung</u>	26
<u>Die geeignete Buchhaltungssoftware – völlig kostenlos!</u>	28
<u>Steuern – gar nicht so schwer!</u>	29
<u>Umsatzsteuer (Mehrwertsteuer)</u>	29
<u>Einkommenssteuer</u>	30
<u>Gewerbesteuer</u>	31
<u>Versicherungen – so viel Sicherheit muss sein</u>	31
<u>Private Versicherungen</u>	32
<u>Die Krankenversicherung – unverzichtbar!</u>	32
<u>4.5 Marketing – unterwegs in eigener Sache</u>	33
<u>Tipps & Tricks für die Gestaltung und die korrekten Rahmenbedingungen Ihrer eBay-Angebote</u>	33

4 Das Existenzgründer-Projekt

<u>Nutzen Sie ein gängiges Auktionstool, z.B. den von eBay angebotenen und kostenlosen Turbo-Lister.</u>	34
<u>Das Auktionsende sollte so gewählt werden, dass möglichst viele potenzielle Käufer Gelegenheit haben, mitzubieten.</u>	35
<u>Ohne Bilder läuft bei eBay gar nichts</u>	35
<u>Auktionstext und Überschrift</u>	36
<u>Die eBay-Kategorien</u>	37
<u>Haben Sie ein Produkt anzubieten, das besondere Aufmerksamkeit erregen soll?</u>	38
<u>„Sofort-Kaufen“-Option:</u>	38
<u>Kategorie-Top-Angebote:</u>	38
<u>Top-Angebote(im Rotationsverfahren auf der Startseite)</u>	39
<u>Highlight:</u>	39
<u>Fettschrift:</u>	39
<u>Galerie:</u>	39
<u>Top-Galerie:</u>	40
<u>Startzeitplanung:</u>	40
<u>Artikel in zwei Kategorien einstellen:</u>	40
<u>Tipps & Tricks für das Bewerben Ihrer Angebote außerhalb von eBay</u>	41
<u>Eine kostenlose Homepage erstellen – kinderleicht!</u>	41
<u>Einen kostenlosen Webshop erstellen – auch für absolute Laien!</u>	42
<u>Einträge in Suchmaschinen – kostenlos und einfach!</u>	43
<u>Einträge in Linklisten – ein Geheimtipp!</u>	44
<u>Direktwerbung – Schnell und effektiv!</u>	45
<u>Gemeinschaftswerbung mit anderen Firmen</u>	46
<u>Kurz-Report: So sollten Angebotsprospekte aussehen</u>	47
<u>Werbung zum Nulltarif – das gibt’s auch!</u>	52

5. Die 7 Schritte zum Geld. Wie Sie in einer Woche ein Top-Geschäft aufbauen

<u>Schritt 1 - Vorbereiten der Existenzgründung</u>	53
<u>Schritt 2 – Die Gewerbeanmeldung</u>	54
<u>Schritt 3 – Kontakt zu Lieferanten / Warenbestellung</u>	55
<u>Schritt 4 – Vorbereiten der eBay-Angebote</u>	55
<u>Schritt 5 – Homepage & Webshop erstellen</u>	56
<u>Schritt 6 – Weitere Werbemaßnahmen einleiten</u>	56
<u>Schritt 7 – Der Verkauf beginnt</u>	57

1. Einleitung

Nun beschäftige ich mich schon seit mehreren Jahren mit dem Handel über den weltweit größten Internet-Marktplatz eBay, habe viele Trends kommen und gehen sehen und selbst einige Geschäftsideen erfolgreich umgesetzt.

Zwischenzeitlich sind mehrere Bücher zu diesem Thema unter meiner Feder entstanden, die sich zu meiner Freude sehr gut verkauften und immer noch verkaufen. Wer Interesse daran hat, hier die Titel:

1. ISBN 3-8334-0182-6 „eBay für Fortgeschrittene – Der Ratgeber für Ihren Verkaufserfolg auf dem Internet-Marktplatz eBay“, BoD-GmbH 2003, 9,80 EUR
2. ISBN 3-8158-2397-8 „Das große eBay-Handbuch“, Data Becker 2004, 15,95 EUR
3. ISBN 3-8158-2720-5 „Das eBay-Handbuch – Clever kaufen und verkaufen mit eBay“, Data Becker 2004, ca. 5.- EUR

Während der monatelangen Recherchen für die Buchinhalte konnte ich mir einen umfassenden Überblick darüber verschaffen, welche Produkte, Geschäftsideen und Verkaufsstrategien für das Internet-Auktions-Business besonders geeignet sind und einen erfolgreichen Existenzaufbau versprechen.

Aus diesen gesammelten Erfahrungen und Erkenntnissen entstand das Ihnen vorliegende Geschäftskonzept. Es soll den Einstieg ins lukrative eBay-Business so leicht wie möglich machen. Angefangen mir allen Voraussetzungen zur Gründung Ihres Unternehmens, über die genaue Beschreibung der Geschäftsidee bis hin zu den wichtigen Marketing- und Verkaufsstrategien wird kein wichtiges Thema ausgelassen.

Ob Sie haupt- oder nebenberuflich starten wollen, spielt dabei überhaupt keine Rolle. Das Konzept ist für jeden Anspruch geeignet und sofort umsetzbar.

Die Lage an der „eBay-Front“

Das Internet-Auktionshaus eBay ist mittlerweile zum am härtesten umkämpften Markt in Deutschland avanciert. Deshalb spielt das richtige Gesamtkonzept heute eine immens wichtige Rolle und entscheidet über Erfolg oder Misserfolg beim täglichen Geschäft.

Noch vor ein paar Jahren mag es ausgereicht haben, ein beliebiges Produkt beim Großhändler um die Ecke einzukaufen, um es dann mit einer akzeptablen Gewinnspanne wieder zu veräußern. So einfach ist es heute leider nicht mehr. Die meisten Großhändler und sogar schon einige namenhafte Hersteller vertreiben inzwischen ihre Waren selbst über eBay. Sie schalten damit den Zwischenhandel aus und verschaffen sich enorme Gewinnspannen. Die Rechnung dafür muss der kleine Händler tragen, für den diese Hersteller und Großhändler als Einkaufsquellen uninteressant werden, weil er die Preise natürlich nicht halten oder gar unterbieten kann.

Aber wer wird denn da verzweifeln? Neue Wege müssen beschritten werden! Wege, die es auch in Zukunft ermöglichen, erfolgreich über eBay & Co. zu verkaufen.

Ein sorgfältig ausgesuchtes Produkt, die richtigen Bezugsquellen und eine clevere Marketingstrategie bilden ein „rundes“ Gesamtkonzept. Die ergänzenden Themen Geschäftsgründung, Links & Kontakte sowie viele Tipps zum Marketing sorgen dafür, dass dieses Gesamtkonzept auch schnell und einfach umgesetzt werden kann. Ich denke, aus diesem Grund haben Sie es auch erworben ...

Ich wünsche Ihnen Alles Gute und Viel Erfolg bei all Ihren zukünftigen Geschäften!

Markus Wilde

2. Das Konzept – Handel mit Rest- und Sonderposten über das Internet-Auktionshaus eBay

Wie bereits beschrieben, ist es heute nicht mehr so einfach, eine erfolgreich zu verkaufende Ware für das eigene eBay-Geschäft zu finden. Das nachfolgend ausgearbeitete Konzept wurde über Monate sorgfältig geprüft und gewährt Ihnen, bei richtiger Umsetzung, eine sichere Existenzgrundlage oder einen einträglichen Nebenverdienst.

Die Auswahl der Ware und der dazu gehörenden Bezugsquellen erfolgte nach den Gesichtspunkten

- Konkurrenzsituation
- Verfügbarkeit der Ware
- Erzielbare Gewinnspanne
- Versandtauglichkeit
- Und natürlich: Käuferinteresse

Warum gerade Rest- und Sonderposten?

Der Handel mit regulären und aktuellen Waren über eBay hat in der letzten Zeit einige Anbieter ganz schön in Bedrängnis gebracht. Dabei spielte die Art der Verkaufsware keine Rolle. Ob Handys, Jeanshosen oder Gartengeräte – viele kleine Händler, die ihre Ware beim Großhändler oder auch direkt vom Hersteller bezogen, mussten mit ansehen, wie ihre Bezugsquellen für die weiteren Wareneinkäufe uninteressant wurden.

Und zwar deshalb, weil die Großhändler und Hersteller plötzlich höchstpersönlich ihre Produkte bei eBay anboten. Und das

zu Preisen, die noch unter ihren Einkaufspreisen lagen. So ein Pech!

Das kann Ihnen beim Handel mit Rest- und Sonderposten nicht passieren. Sie handeln hier mit Waren, welche Sie zu einem Einkaufspreis von 10-30 % des ursprünglichen Verkaufspreises beziehen können. Damit sind Sie in der Lage, Ihren Kunden bei eBay unschlagbare Preise bieten zu können. Sie können Ihre Produkte problemlos z.B. zu 50 % des ehemaligen Verkaufspreises anbieten und machen trotzdem einen Super-Schnitt.

Bei Rest- und Sonderposten handelt es sich größtenteils um Ware aus Überproduktionen oder Vorjahresproduktionen. Manchmal fallen sie auch bei Produktänderungen oder Verpackungsumstellungen an. Fast immer ist es makellose A-Ware, d.h. ohne Mängel oder Gebrauchsspuren. Falls die Ware doch Mängel aufweist, muss sie vom Verkäufer entsprechend gekennzeichnet werden. (z.B. bei Versicherungs- oder Transportschäden).

Achten Sie bei Rest- und Sonderposten besonders darauf, keine zu großen Mengen von einer Produktsorte zu kaufen. Größere Einkaufsmengen drücken zwar die Preise noch weiter nach unten, sollten aber dann aus gemischten Positionen bestehen. Andernfalls droht Ihnen, auf großen Teilen der Ware sitzen zu bleiben, wenn sie sich wider Erwarten schlecht verkauft.

Die Bezugsquellen im folgenden Kapitel sind bereits eBay-spezifisch ausgewählt. Sie sollten aber trotzdem vor jedem Wareneinkauf prüfen, ob sich bei eBay die Angebotssituation geändert hat und Ihnen neue Konkurrenz droht oder gar ein anderer Verkäufer Ihre Preise unterbieten könnte.

3. Die Bezugsquellen für Ihre Ware

Die nachfolgend aufgeführten Bezugsquellen können nur eine Momentaufnahme darstellen. Das Internet ist ein sehr dynamisches Medium; jeden Tag ändern sich Seiten und es kommen tausende neue dazu.

Es kann deshalb vorkommen, dass einzelne Seiten nicht mehr erreichbar sind, weil sich die Internetadresse geändert hat bzw. der Webshop auf einen anderen Server umgezogen ist. Falls das vorkommt, geben Sie den betreffenden Firmennamen in eine Suchmaschine (z.B. Google.de) ein, oder suchen Sie in einem großen Branchenverzeichnis danach (z.B. wlv.de).

Hier nun die besten Bezugsquellen für Rest- und Sonderpostenware:

www.topbrands.nl

www.hgs-dresden.de

www.brandtrading.de

www.aktivhandel.de

www.trikon-partiewaren.de

www.schoemitz.de

www.preisorkan.de

www.eurorestposten.de

www.sale-and-more.de

www.tew-handel.de

www.b-c-systeme.de

10 Das Existenzgründer-Projekt

www.aldeto.com

www.dienel-preis-hit.de

www.euro-stox-grosshandel.de

www.grossverkauf.com

www.orderbusiness.de

www.restposten.de

www.stock-lot.net

www.sopo-lager.de

www.versandhausretouren.de

www.wa-re.de

www.zentrada.de

4. Die Umsetzung Ihres Konzepts

4.1 Persönliche Voraussetzungen – Power-Typ?

Ihr eBay-Business betreiben Sie als klassisches Versandhandelsgeschäft. Ein Versandhändler arbeitet sozusagen im Hintergrund. Meistens arbeitet er alleine und muss sich somit immer wieder selbst motivieren. Es steht keiner hinter ihn, der ihn zur Arbeit antreibt, Anordnungen gibt oder Zielvorgaben auferlegt.

Der Versandhändler arbeitet also den ganzen Tag mehr oder weniger auf sich allein gestellt. Dazu gehört eine gewisse psychische Stärke, um sich Tag für Tag selbst leistungsbereit zu halten und immer wieder neue Aufgaben und Ziele in Angriff zu nehmen. Ein externer An Schub erfolgt meistens nicht.

Misserfolge, die bei jeder Tätigkeit von Zeit zu Zeit auftreten, sollten demnach nicht gleich zum Zusammenbruch oder zur Aufgabe des Geschäftes führen. Ein Versandhändler braucht ein ausgeprägtes Selbstbewusstsein, welches durch eventuelle negative Entwicklungen oder Ereignisse nicht beeinträchtigt wird. Man muss sich Ziele setzen können und diese auch über einen längeren Zeitraum hartnäckig verfolgen können.

All dies erfordert Disziplin, Durchhaltevermögen und zielgerichtetes Handeln. In Ihrem eigenen Interesse sollten Sie Ihre Charaktereigenschaften auf diese Punkte hin überprüfen und auch Freunde und Verwandte nach deren Meinung fragen.

Oft braucht es einige Monate oder gar Jahre, bis sich der gewünschte Erfolg mit dem eigenen Geschäft einstellt. Wer eine solche Anfangsphase psychisch und finanziell durchstehen kann, hat die besten Voraussetzungen, einmal wirklich erfolgreich zu werden.

Sie sollten Spaß am selbstständigen Handeln haben. Als Versandhändler können Sie sich einen wirklich eigenverantwortlichen Arbeitsplatz schaffen. Keiner wird Ihnen hier Vorschriften machen, mit Ausnahme des Gesetzgebers. Damit müssen Sie aber auch die volle Verantwortung für Ihr Handeln übernehmen.

Wenn Fehler passieren (und diese werden ganz sicher passieren!), übernimmt keine Meister, Abteilungsleiter oder Chef die Verantwortung dafür.

Als Pluspunkt sehen viele, dass ein Versandhändler seine Kunden fast nie persönlich zu Gesicht bekommt. Es spielt also keine Rolle, ob Sie schüchtern oder extrovertiert, gut- oder schlecht angezogen sind oder welche Frisur Sie tragen. Lediglich am Telefon sollten Sie mit anderen Menschen umgehen können, aber auch das lässt sich durch entsprechende Rhetorik-Seminare oder Fachbücher, welche es in großer Zahl am Markt gibt, trainieren.

4.2 Materielle Voraussetzungen – Money talks!

Geld regiert die Welt! Dieser Spruch trifft ebenso auf Ihr eBay-Business zu. Der immer härter werdende Wettbewerb bei eBay verlangt eine möglichst schnelle Abwicklung jeder einzelnen Transaktion. Dies setzt voraus, dass Sie immer genügend Ware am Lager haben, um sofort nach Zahlungseingang die bestellten Artikel ausliefern zu können. Diese Ware müssen Sie natürlich erst einmal vorfinanzieren.

Hinzu kommen natürlich die Kosten, die zunächst einmal mit der Gründung Ihres Geschäftes verbunden sind. Es ist wie an der Börse – Sie müssen erst einmal Geld investieren, bevor Sie auch nur einen Euro zu sehen bekommen.

Auf der anderen Seite ist die Gründung und Startphase eines Geschäftes dank eBay relativ günstig zu bewältigen. Sie brauchen kein Ladenlokal, (noch) keine Mitarbeiter und vor allem keine großen Ausgaben für die Werbung zu machen.

Für den Anfang reicht ein zum Büro umfunktionierter Raum oder eine Arbeitsecke in Ihrer Wohnung völlig aus. Dazu kommen einige technische Geräte, die für den Internethandel unabdingbar sind. Die meisten davon dürften Sie aber schon zuhause haben:

- PC oder Notebook
- Internetanschluß (möglichst ISDN/DSL mit Flatrate)

- Telefon
- Fax (kann auch ein kombiniertes Drucker-Faxgerät sein)
- Drucker
- Digitalkamera

Für die Büro- und Versandarbeit sollten Sie folgende Hilfsmittel bereithalten:

- Einen bequemen Arbeitsplatz (Schreibtisch und Stuhl)
- Übliche Büroutensilien (Tacker, Locher, Papier etc.)
- Schere, Paketband, evtl. Musterklammern, Verpackungsmaterial nach Bedarf (Kartons, Luftpolstertaschen etc.)
- Briefumschläge in verschiedenen Größen

Die Kosten für diese Posten können wir hier nicht festlegen, da jeder andere Voraussetzungen mitbringt. Ebenso können die Kosten für die erste Warenausstattung nicht pauschal beziffert werden, da diese wesentlich von der Menge und dem Einkaufspreis der Ware bestimmt werden.

Planen Sie den Start Ihres Geschäftes auf jeden Fall so, dass Sie ausreichende finanzielle Rücklagen haben, um mindestens 3, besser 6 Monate davon leben zu können, auch wenn Sie keine Einnahmen haben.

Wenn das Eigenkapital nicht ausreicht

Falls Ihr Eigenkapital nicht ausreicht, um alle nötigen Investitionen für den Start abzudecken, haben Sie verschiedene Möglichkeiten, um an Kapital zu kommen. Wenn Sie momentan arbeitslos sind, sollten Sie bei Ihrem Arbeitsamt einen Antrag auf Existenzgründerzuschuss (die sog. Ich-AG) stellen oder Überbrückungsgeld beantragen. Über die genaue Vorgehensweise beim Antrag und die Leistungen können Sie sich beim Arbeitsamt Ihrer Gemeinde oder Stadt ausführlich informieren.

Kredite für Existenzgründer – keine Schande!

Gleich vorweg möchte ich ein weit verbreitetes Vorurteil aus der Welt schaffen:

Es ist keine Schande, als Existenzgründer einen oder mehrere Kredite zur Finanzierung des Geschäftes aufzunehmen!

Was im Privatleben oft verurteilt wird, ist im Geschäftsleben übliche Praxis. Fast kein Existenzgründer kann ein florierendes Unternehmen nur mit eigenem Kapital hochziehen.

Der erste Weg sollte Sie dabei zu Ihrer Hausbank führen. Vielleicht kennen Sie den Filial- oder Zweigstellenleiter schon seit längerer Zeit und sind ihm bisher als guter und treuer Kunde im Gedächtnis. Das bringt enorme Vorteile, wenn es um die Vergabe eines Kredites geht.

Der Businessplan – machen Sie es sich einfach!

Unabdingbar für die Vergabe eines Existenzgründer-Darlehens ist es, sich gut auf das Bankgespräch vorzubereiten und der Bank einen sogenannten Businessplan vorzulegen. Darin wird Ihr Vorhaben in allen Einzelheiten offen gelegt und es werden Berechnungen für die Rentabilität und die Marktchancen des Geschäftes aufgestellt.

Einen guten Businessplan zu erarbeiten ist keine leichte Angelegenheit. Deshalb empfehle ich Ihnen, diesen von einem Profi anfertigen zu lassen. Es gibt inzwischen Internetshops, in denen man fertige Businesspläne kaufen kann, die bereits erfolgreich eingesetzt wurden. Einen solchen Plan bekommen Sie preisgünstig unter

www.gruenderplan.de

Dieser kostet zwar ein paar Euro, aber diese Investition wird sich garantiert bezahlt machen!

Hilfen rund um das Thema Businesspläne bekommen Sie auf der folgenden Seite:

www.foerderland.de

Staatliche Fördermaßnahmen und – programme. Hier gibt's Geld!

Wenn das Gespräch mit Ihrer Hausbank keinen Erfolg gebracht hat, bieten sich diverse staatliche Förderprogramme für Existenzgründer an.

Beachten Sie jedoch, dass auch diese Programme immer über Ihre Hausbank beantragt werden müssen. Bleiben Sie also auch bei der Ablehnung eines Kreditwunsches der Bank gegenüber fair – Sie könnten die Bank später noch brauchen!

Die staatlichen bzw. öffentlichen Förderprogramme und Existenzgründer-Kredite bieten im Allgemeinen hervorragende Konditionen, z.B.

- Keine Tilgung in der Startphase des Unternehmens
- Danach über Jahre sehr niedrige Zinsen
- Lange Kaufzeiten der Kredite und dadurch
- Niedrige Raten

Eine wichtige Anlaufstelle für staatliche Fördermittel ist die Deutsche Ausgleichsbank, kurz DtA. Sie fördert seit mehr als einem halben Jahrhundert die Existenzgründung mittelständischer Unternehmen. Über die Einzelheiten der Programme und Leistungen können Sie sich bei Ihrer Hausbank oder unter folgenden Internetadressen informieren:

www.dta.de

www.kfw.de

Auch die einzelnen deutschen Bundesländer bieten eine Vielzahl von verschiedenen Förderprogrammen für Existenzgründer an. Dort können u.U. noch bessere Konditionen gefunden werden, als bei den oben aufgezählten Banken. Leider würde es den Rahmen sprengen, all diese Förderprogramme hier aufzuzählen und zu beschreiben. Informieren Sie sich daher am besten wieder bei Ihrer Hausbank.

Exkurs: Günstige Kredite aus der Schweiz und Luxemburg – ein Geheimtipp!

Wer nach einem günstigen Kredit sucht, sollte auch mal über den Tellerrand schauen und sich im Ausland umsehen. Nachfolgend sollen Ihnen einige Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie Sie in den Ländern Schweiz und Luxemburg günstige Kredite erhalten können.

Schweiz

Es ist ein offenes Geheimnis, dass in der Schweiz Kredite billiger als in der Bundesrepublik Deutschland zu bekommen sind. Das Zinsniveau liegt etwa 5% unter dem bei uns. Die Gründe hierfür sind wohl hauptsächlich darin zu sehen, dass die Schweiz als Hort für internationale Gelder angesehen wird. Die "Gnommen" haben also viel Geld, das - wenn es Gewinne erwirtschaften soll - arbeiten muss.

Dennoch wird man Ihnen auf Ihre schönen blauen Augen hin auch in der Schweiz kein Geld nachwerfen, denn Sicherheiten sollten Sie schon haben. Die beliebteste Sicherheit für eine ausländische Bank ist eine Bürgschaft von einer deutschen Bank. Diese Bürgschaft setzt in der Bundesrepublik ein ordentliches Konto, eine hohe Kreditlinie und eine gute Schufa - Auskunft voraus. Sofern Sie diese Voraussetzungen erfüllen, können Sie in der Tat von einem zinsgünstigen Kredit in der Schweiz profitieren.

Sofern Sie diese Bedingungen nicht erfüllen und aufgrund dessen auch keine Bankbürgschaft erhalten, können Sie andere Sicherheiten anbieten. Das mögen die Übereignung einer Lebensversicherung, einer Immobilie, eines Autos im entsprechenden Wert und andere Sachwerte wie eine Münz- oder Briefmarkensammlung, Schmuck oder Gemälde etc. sein.

Sofern Sie die Bürgschaft eines deutschen Kreditinstituts in Anspruch nehmen (können), müssen Sie hierfür allerdings auch bezahlen. Im Allgemeinen verlangen die Banken 0,5% der Bürgschaftssumme - bezogen auf ein Jahr. Rechnen Sie also vor Inanspruchnahme eines Kredits in der Schweiz oder Luxemburg genau durch, was Sie der Gesamtaufwand kostet, da mancher billige Kredit durch die Nebenkosten erheblich verteuert wird, Denken Sie auch daran: in dem Moment, wo Sie eine Bürgschaft beantragen, bzw. diese Ihnen gewährt wird, fallen schon die ersten Bereitstellungszinsen an.

Wenden Sie sich zunächst an einige Kreditinstitute, um von dort Angebote zu erhalten und miteinander zu vergleichen.

Fassen Sie Ihr Schreiben unbedingt mit der Schreibmaschine ab und lassen Sie von sich aus den Empfängern folgende Informationen zukommen:

- Wer ist der Kreditnehmer, Personalien, Adresse etc.?
- Welche Bank bürgt für Sie?
- Welcher Betrag - Kredithöhe - wird benötigt?
- Wozu wird der Kredit benötigt?
- Wie soll die Laufzeit aussehen 6 Monate, ein Jahr oder länger?
- Wann benötigen Sie den Kredit (frühestens/spätestens)?
- Wie gedenken Sie zu tilgen?

Beantworten Sie dem Bankinstitut diese Fragen im voraus, dann sparen Sie sich Zeit und Schreiberei.

Offerieren Sie außerdem die erforderlichen Unterlagen zur Einsicht, ohne sie indes schon beizufügen.

Adressen von Schweizer Banken finden Sie in den "Gelben Seiten" (Branchenbuch), die Sie von folgender Anschrift beziehen können:

Mosse Adress AG, Binzstr. 18, Postfach, CH- 8045 Zürich,
Schweiz (Tel.: 01 - 461 4800)

Luxemburg

Für Luxemburg gilt in punkto Sicherheiten das Gleiche wie für die Schweiz. Da jedoch die dort ansässigen Geldinstitute weniger Festgeldreserven (zur Einlagensicherung) benötigen als etwa in der Bundesrepublik Deutschland, können Sie mehr Kapital verleihen - und damit mehr Zinsen einnehmen. Das wiederum wirkt sich auf den Zinssatz günstig aus.

Daneben ist Luxemburg als europäischer Hauptfinanzplatz daran interessiert auch künftig keine Quellensteuer zu erheben. In wieweit das nach der europäischen Währungsunion (der Einführung des ECU) die für das Ende dieses Jahrtausends geplant ist noch möglich sein wird, ist zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht abzusehen.

Anders als in der Schweiz können Sie sich in Luxemburg sogar an die Zweigstellen deutscher Banken wenden, die dort nach luxemburgischen Recht ihre Kredite vergeben. Dadurch haben Sie in vielen Fällen die Möglichkeit, sich über die Kontaktstellen in Deutschland weiterführende Informationen zu den einzelnen Angeboten zu beschaffen. Es sind dies folgende Anschriften:

- **Berliner Bank International,
Société Anonyme,**

Boite Postal 71, L- 2010
Luxembourg,

Tel. 00352 - 4778 -1

- **BfG Luxembourg S.A., rue
Jean Bertholet,**

L- 1233 Luxembourg,

Tel: 00352 - 45 22 551

- **Commerzbank International,
Société Anonyme,**

Boite Postal 303, L- 2010
Luxembourg,

Tel. 00352 - 47 79 11 - 1

- **Compagnie Luxembourgoise
de la Dresdener Bank AG**

26, rue du Marcheé- aux
Herbes, L- 1728
Luxembourg,

Tel. 00352 - 47 60 1

- **Deutsche Bank Luxembourg
S.A.,**

Boite Postal 586, L- 2015
Luxembourg,

Tel. 00352 - 4 68 18 - 1

- **Helaba - Hessische Landesbank International**

Boite Postal 1702, L-1017
Luxembourg,

Tef. 00352 - 499 40 11

- **Hypobank International, Société Anonyme**

37, bd. Du Prince Henri, L-
1144 Luxembourg

Tel. 00352 - 4775 - 1

- **Landesbank Rheinland Pfalz Internatinoal S.A.,**

rue de I´Ancien Athéné, L-
1144 Luxembourg

Tel. 00352 - 47 59 21 - 1

- **Landesbank Schleswig Holstein International S.A.,**

18, boulevard Royal, L-
2449 Luxembourg,
Tel. 00352- 48 18 42- 1

- **Südwestdeutsche Landesbank
Luxembourg S.A.,**

Boite Postal 626, L- 2016
Luxembourg,
Tel. 00352 - 45 35 45 - 1

- **Trinkhaus & Burkhardt
International S.A.**

Boite Postal 579, L- 2015
Luxembourg,
Tel. 00352 - 47 18 47 - 1

- **West LB International S.A,
Luxembourg,**

Boite Postal 420, L- 2014
Luxembourg,
Tel. 00352 - 44 74 11

4.3 Die Firmengründung

Es ist nun also soweit – das Konzept steht! Bevor Sie aber mit dem Geldverdienen loslegen können, sind noch einige Auflagen zu erfüllen. Tun Sie dies nicht, drohen empfindliche Strafen seitens des Gesetzgebers bzw. vom Finanzamt. Das Ganze ist aber gar nicht so schwierig, wie Sie vielleicht denken.

Die Wahl der richtigen Rechtsform – kinderleicht!

Sie starten in der Regel Ihre Verkäufertätigkeit als Einzelunternehmen, egal, ob haupt- oder nebenberuflich. In Punkto Buchhaltung und Steuern haben wir es hier mit der weitaus einfachsten Form der Existenzgründung zu tun. Diese Rechtsform entsteht sozusagen automatisch, wenn Sie allein ein Geschäft eröffnen. Folglich sind Sie allein der Geschäftsführer und -inhaber und haften im Fall der Fälle mit Ihrem gesamten Privatvermögen.

Das gilt ebenso, wenn Sie sich mit Ihrem Partner oder einem Freund bzw. Verwandten selbstständig machen wollen. In diesem Fall nennt sich die einfachste Rechtsform „GbR = Gesellschaft bürgerlichen Rechts“. Sie ist absolut vergleichbar in ihren Rechten und Pflichten mit der Einzelunternehmung – nur eben für zwei- oder mehr Gründer.

Die nachfolgenden Fakten gelten also für beide Rechtsformen. In der Regel beginnen Sie Ihr Geschäft als sogenannter „Kleinunternehmer“. Dafür gelten bestimmte Umsatzhöchstgrenzen, die Sie anfangs aber ganz sicher nicht überschreiten werden.

Sie müssen sich als Kleinunternehmer weder ins Handelsregister eintragen lassen, noch eine komplette kaufmännische Buchführung einrichten. Eine einfache Einnahme-Überschuss-Rechnung reicht dafür völlig aus (mehr dazu später).

In Ihren Geschäftspapieren müssen Sie als Einzelunternehmer oder GbR Ihre(n) vollen Namen angeben. Als Firmenbezeichnung sind lediglich Zusätze wie „Versandhandel Peter Müller“ zulässig.

Grund dafür ist, dass eine Firma, die nicht im Handelsregister eingetragen ist, nicht mehr ausfindig gemacht werden kann, wenn sie verzogen ist und kein Name in der Firmenbezeichnung vorhanden ist.

Die Gewerbeanmeldung – jetzt aber los!

Der grundlegende Schritt auf dem Weg zum eigenen Chef ist die Anmeldung eines Gewerbes. Das kann meistens bei Ihrer Stadt- bzw. Gemeindeverwaltung erledigt werden und dauert nur ein paar Minuten. Nehmen Sie zu diesem Termin unbedingt Ihren (gültigen) Personalausweis mit.

Die Anmeldung erfolgt durch das Ausfüllen eines vorgefertigten Formulars. Oft macht dies der Beamte für Sie, bei manchen Behörden muss es der Anmelder selbst tun. In das Formular müssen u.a. folgende Angaben eingetragen werden:

- Persönliche Daten, wie Name, Adresse und Telefonnummer
- Art des Gewerbes
- Mitarbeiterzahl
- Beginn der gewerblichen Tätigkeit usw.

Beachten Sie unbedingt, dass Sie für den Beginn der gewerblichen Tätigkeit kein zurückliegendes Datum angeben, das könnte große Probleme mit dem Finanzamt geben. Unter dem folgenden Link können Sie sich einen Musterbogen für eine Gewerbeanmeldung ansehen, damit Sie schon vorher wissen, welche Fragen auf Sie zukommen:

<http://www.selberhandeln.de/servlet/PB/show/1009445/Gewerbe-Anmeldung-muster.pdf>

Noch ein Tipp: Die nachfolgende Adresse bietet eine Checkliste mit Fragen rund um die Gewerbeanmeldung:

<http://www.vnr.de/imperia/md/content/vnrde/9.pdf>

Tipp:

Unter „Angemeldete Tätigkeit“ sollten Sie eine möglichst weitläufige Bezeichnung wählen, wie z.B. „Handel mit erlaubnisfreien Waren aller Art über Internet“

Das erspart Ihnen spätere kostenpflichtige Änderungen in Ihrer Gewerbeanmeldung!

Nachdem Sie die Gewerbeanmeldung abgeschlossen und einen Betrag von 15-30 Euro an die Stadtkasse entrichtet haben, sind Sie jetzt stolzer Inhaber eines Unternehmens und Ihr eigener Chef!

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH!

Was kommt nach der Gewerbeanmeldung?

Nach der Gewerbeanmeldung werden von Ihrer Stadt- bzw. Gemeindeverwaltung automatisch einige weitere Institutionen benachrichtigt, die sich in Kürze schriftlich melden werden. Die wichtigsten sind:

Das Finanzamt

Das für Sie zuständige Finanzamt bekommt eine Durchschrift der Gewerbeanmeldung von der Anmeldestelle zugesandt und wird sich daraufhin umgehend bei Ihnen melden und Ihnen einen sogenannten „Betriebseröffnungsbogen“ zuschicken. In diesem Bogen müssen Sie detaillierte Angaben zu Ihrer Person und dem Betrieb machen.

Das Finanzamt fragt Sie außerdem nach dem zu erwartenden Gewinn Ihres Betriebes im ersten Jahr. Hier sollten Sie nicht mit großen Zahlen „protzen“, sondern eher zurückhaltend sein, da sonst erhebliche Steuervorauszahlungen auf Sie zukommen können.

Die meisten Gründer setzen hier einfach „Null“ ein, da sie davon ausgehen, im ersten Jahr noch keine Gewinne einfahren zu können. So müssen sie noch keine Steuervorauszahlungen leisten. Aber Vorsicht: Am Ende des Jahres wird abgerechnet! Und wenn Sie wider Erwarten doch ansehnliche Gewinne einfahren konnten, müssen Sie die entsprechenden Steuern nun nachzahlen.

Die Industrie- und Handelskammer

Die Industrie- und Handelskammer, kurz IHK, ist sozusagen die Gewerkschaft der Unternehmer. Sie vertritt ihre Mitglieder gegenüber Behörden, Gerichten und der Politik. Außerdem steht sie ihren Mitgliedern mit Informationen, Beratungen und Schulungen zur Seite.

Mit der Anmeldung eines gewerblichen Wirtschaftsbetriebes werden Sie automatisch und zwangsweise Mitglied Ihrer zuständigen IHK. Dafür verlangt die IHK eine Gebühr, die jährlich zu entrichten ist. Es gibt jedoch Gewinnmindestgrenzen, bis zu denen keine Mitgliedbeiträge erhoben werden. Da Sie als Existenzgründer sehr wahrscheinlich darunter fallen, sollten Sie sich deswegen keine Sorgen machen. Die IHK wird Sie mit einem Fragebogen anschreiben und nach den zu erwartenden Gewinnen fragen. Wenn Sie keine oder nur sehr geringe Gewinne in Aussicht stellen, wird man Sie vom Beitrag befreien.

Berufsgenossenschaften

Nach Ihrer Gewerbeanmeldung wird sich auch die zuständige Berufsgenossenschaft schriftlich bei Ihnen melden. Hauptaufga-

be dieser Genossenschaft ist der Arbeitsschutz und die Unterstützung nach berufsbedingten Unfällen und bei Krankheiten. Auch dort werden Sie Pflichtmitglied und müssen einen Jahresbeitrag zahlen, für den jedoch das Selbe gilt wie bei der IHK.

4.4 Die betriebliche Buchführung – leicht gemacht!

Als Selbstständiger bekommen Sie nicht mehr jeden Monat ein Gehalt ausgezahlt und brauchen sich sonst um nichts zu kümmern. Als Unternehmer haben Sie eine sogenannte „Buchführungspflicht“, um die Zahlungsein- und ausgänge genau zu dokumentieren und dadurch die korrekten Steuern und Sozialabgaben abführen zu können.

Um die richtige Buchführung ranken sich viele Geschichten und Geheimnisse. Manche meinen, das könne nur ein Steuerberater oder ausgebildeter Buchhalter machen. Alles Quatsch! Als Existenzgründer, der über eBay handeln will, sollten Sie den leichten Weg gehen, den ich im Folgenden beschreiben werde.

Der einfache Weg zur korrekten Buchführung

Grundsätzlich unterscheidet man zwei Arten der betrieblichen Buchführung:

- Die vereinfachte Form der Buchführung
- Die vollständige (doppelte) Buchführung

Die vollständige Buchführung mit Bilanzierung ist für einen Laien allein nicht zu schaffen. Hier ist immer ein ausgebildeter Buchhalter oder Steuerberater notwendig.

Die einfache Buchführung hingegen können Sie auch selbst durchführen. Man spricht hier auch von der „Einnahme-

Überschuss-Rechnung“. Das heißt, die Einnahmen Ihres Betriebs (z.B. aus Warenverkäufen bei eBay) werden einfach den Ausgaben (z.B. Wareneinkäufen beim Großhändler) gegenübergestellt und der (hoffentlich) verbleibende Überschuss stellt Ihren Gewinn dar.

Diese vereinfachte Form der Buchführung unterliegt zwei Bedingungen:

- Sie dürfen nicht im Handelsregister eingetragen sein
- Ihr (voraussichtlicher) Jahresgewinn beträgt höchstens 30.000 Euro und der Jahresumsatz liegt nicht über 350.000 Euro.

Es sollte also für Sie kein Problem sein, die vereinfachte Buchführung zu nutzen. Wie bereits erwähnt, brauchen Sie bei der Einnahme-Überschuss-Rechnung lediglich Ihre Einnahmen aufzulisten und davon die Ausgaben abzuziehen. Und das machen Sie am besten so:

Der Bereich Einnahmen sollte in mehrere Unterkonten aufgeteilt werden, z.B.

- Warenverkäufe
- Provisionen
- Umsatzsteuererstattungen des Finanzamtes
- Veräußerungserlöse betrieblicher Wirtschaftsgüter
- Sonstige Betriebseinnahmen

Genauso verfahren Sie bei den Ausgaben und teilen auch diese in mehrere Konten ein:

- Wareneinkäufe

- Löhne & Gehälter incl. Steuern (falls Sie Mitarbeiter beschäftigen)
- Soziale Aufwendungen
- Büromaterial
- KFZ-Kosten (nur der betriebliche Anteil)
- Telefon, Porto etc.
- Abschreibungen
- Umsatzsteuerzahlungen an das Finanzamt
- Sonstige Betriebsausgaben

Am Monatsende stellen Sie einfach alle Kosten gegenüber und erhalten so Ihren Gewinn oder Verlust. Am Jahresende kann man durch addieren der Monatszahlen den Jahresgewinn bzw. –verlust ermitteln.

Die geeignete Buchhaltungssoftware – völlig kostenlos!

Alle Einnahmen und Ausgaben per Hand zu archivieren wäre allerdings viel Arbeit und heutzutage völlig überholt. Sie brauchen also eine einfache Buchhaltungssoftware, mit der Sie Ihre Buchführung komfortabel und zeitsparend machen können.

Nichts leichter als das! Als optimal für diesen Zweck hat sich das Programm „Easy Cash & Tax“ erwiesen. Es wird als sogenannte „Charityware“ angeboten, das heißt, die Software ist voll funktionsfähig und frei kopierbar. Außerdem ist sie kostenfrei, bei gefallen steht es Ihnen jedoch frei, dem Entwickler eine Spende in beliebiger Höhe zukommen zu lassen.

Die Bedienung von „Easy Cash & Tax“ ist intuitiv und denkbar einfach. Eine genaue Anleitung gibt es auf der Website dazu.

Und hier können Sie sich „Easy Cash & Tax“ herunterladen:

<http://www.easyct.de/>

Zusätzlich und ebenfalls kostenlos erhalten Sie hier jeweils die neuesten Updates und Zusatzmodule für Ihre Software, z.B. für die elektronische Übertragung Ihrer Umsatzsteuervoranmeldung an das Finanzamt.

Steuern – gar nicht so schwer!

Der Steuerdschungel ist ein leidiges Thema. Doch auch hier wollen wir uns es leicht machen und betrachten nur die Steuern, die Anfangs für den eBay-Handel in Frage kommen.

Umsatzsteuer (Mehrwertsteuer)

Achtung: Der folgende Abschnitt gilt nur für Existenzgründer, die bei ihrer Gewerbeanmeldung **nicht** die Kleinunternehmerregelung beantragt haben. Die Kleinunternehmerregelung besagt, dass Sie darauf verzichten, die Umsatzsteuer in Ihren Rechnungen geltend zu machen, dafür aber auch beim Wareneinkauf keine Vorsteuer abziehen dürfen.

Dieser Steuer unterliegt jeder, der selbstständiger Unternehmer ist, also eine gewerbliche Tätigkeit selbstständig ausübt. Die Umsatzsteuer wird auf alle Rechnungsbeträge aufgeschlagen. Sie beträgt z.Zt. 16 %, allerdings werden für manche Waren und Dienstleistungen (z.B. Lebensmittel, Bücher, Zeitschriften, Honorare etc.) nur 7 % Umsatzsteuer fällig.

Umsatzsteuer, umgangssprachlich auch Mehrwertsteuer genannt, ist im Prinzip fremdes Geld – nämlich dem Finanzamt gehörend. Deshalb müssen Sie es umgehend abführen. Sie kön-

nen allerdings vorher die Umsatzsteuer abziehen, die Sie selbst an Ihre Lieferanten oder für andere geschäftliche Dinge bezahlt haben. Dieses nennt sich „Vorsteuerabzug“

Beispiel zur Umsatzsteuerhandhabung:

Sie versteigern bei eBay ein Handy. Es erzielt einen Verkaufspreis von 100.- EUR. Von diesen 100.- EUR müssen Sie 16% = 16.- EUR als Umsatzsteuer an das Finanzamt abführen.

Bei Ihrem Lieferanten, z.B. dem Großhändler, haben Sie einen Einkaufspreis von 75.- EUR für das Handy bezahlt. In diesem Preis stecken ebenfalls 16% Umsatzsteuer = 12.- EUR.

Diese 12.- EUR, die Sie ja für das Handy mitbezahlt haben, ziehen Sie nun von den 16.- EUR aus dem Verkauf ab. Die Differenz von 4.- EUR ist der Betrag, den Sie tatsächlich an das Finanzamt abführen müssen. Sie entspricht genau 16% Ihres erzielten Gewinnes ($100.- \text{ EUR} - 75.- \text{ EUR} = 25.- \text{ EUR} / 16 \% = 4.- \text{ EUR}$).

Zahlungsfrist für Umsatzsteuer:

Im ersten Jahren Ihrer Selbstständigkeit wird das Finanzamt auf jeden Fall verlangen, dass Sie Ihre Umsatzsteuer monatlich abführen. Sobald Sie die erste Jahressteuererklärung eingereicht haben, wird dann die Zahlungsfrist neu festgelegt, und zwar in Abhängigkeit Ihres Umsatzes.

Einkommenssteuer

Die Einkommenssteuer, bei Nichtselbstständigen auch Lohnsteuer genannt, bezahlen Sie aufgrund dessen, was Sie als Einzelperson verdienen. Sie berechnet sich aus Ihrem Gewinn, der nach Abzug von Sonderausgaben und Werbungskosten übrigbleibt – aus dem Überschuss also, den Sie haben, wenn Sie Ihre Ausgaben von den Einnahmen abziehen.

Wenn Sie Ihre Selbstständigkeit beginnen, erkennt das Finanzamt normalerweise an, dass Sie viele finanzielle Belastungen haben und verlangt zumindest im ersten Jahr noch keine Einkommenssteuerzahlungen von Ihnen. Aber Vorsicht: Wer gleich von Anfang an hohe Umsätze und damit gute Gewinne macht, muss mit hohen Nachzahlungen rechnen.

Tipp:

Als Faustregel gilt: Sie sollten von Anfang an rund 50 % Ihrer Gewinne zurücklegen, um davon später alle Steuern zahlen zu können. Die anderen 50 % können Sie getrost für Ihren Lebensunterhalt ausgeben. Damit sind Sie immer auf der sicheren Seite.

Gewerbesteuer

Die Gewerbesteuer muss von jedem Gewerbebetrieb bezahlt werden, der mit seinen Umsätzen eine bestimmte Höchstgrenze überschreitet. Erhoben wird diese Steuer von Ihrer Stadt- oder Gemeindeverwaltung.

Aufgrund der recht hohen Grenze, unter der Sie keine Gewerbesteuer bezahlen müssen, werden Sie in den ersten Jahren Ihrer Selbstständigkeit damit nicht in Berührung kommen. Über die genauen Grenzbeträge können Sie sich wiederum bei Ihrer Stadt- bzw. Gemeindeverwaltung informieren.

Versicherungen – so viel Sicherheit muss sein

Die richtigen Versicherungen zu finden ist wirklich nicht gerade einfach. Wahrscheinlich sind Sie in diesem Bereich schon aus Ihrem Privatleben vorbelastet. Als Gewerbetreibender kommen in diesem Bereich eine Fülle an neuen Versicherungsformen hinzu. Ich möchte es Ihnen hier wieder so einfach wie möglich machen und behandle deshalb nur die Versicherungen, die Sie

am Anfang Ihrer Selbstständigkeit erfahrungsgemäss wirklich brauchen.

Private Versicherungen

Als Selbstständiger haben Sie es gut: Wenn Sie einmal krank oder sonst irgendwie verhindert sind, müssen Sie nicht zwangsweise zum Arzt gehen und ein Attest beim Arbeitgeber einreichen. Sie sind völlig frei und können selbst entscheiden, wann Sie arbeiten wollen und wann nicht.

Doch die Sache hat einen Haken: Wenn Sie einmal arbeiten wollen, aber z.B. wegen einem Unfall oder längerer Krankheit nicht mehr können, zahlt Ihnen niemand ein Gehalt weiter. Sie stehen also vor dem Nichts – es sei denn, Sie sind gut versichert.

Die Krankenversicherung – unverzichtbar!

Als Angestellter Arbeitnehmer waren Sie über Ihren Arbeitgeber zwangsweise krankenversichert und mussten sich wenig um solche Belange kümmern. Als Selbstständiger müssen Sie dagegen selbst für Ihren Schutz sorgen. Dabei haben Sie zwei Möglichkeiten: Sie können sich freiwillig weiter in einer gesetzlichen Krankenversicherung weiter versichern lassen oder zu einer privaten Krankenversicherung wechseln.

Die gesetzliche Krankenversicherung bietet einen großen Vorteil: Die Familienversicherung. Das heißt, wenn Ihr Partner nicht selbst berufstätig ist, ist er kostenlos bei Ihnen mit krankenversichert. Auch Ihre Kinder sind in dieser freiwilligen Versicherung mit eingeschlossen.

Dagegen steht allerdings ein recht hoher Beitragssatz, den es zu zahlen gilt. Gerade am Anfang, wenn Sie noch keine großen Einnahmen haben, wird dieser einer der größten Posten in Ihren monatlichen Belastungen sein. Allerdings ist eine Krankenversicherung heutzutage unverzichtbar.

Falls Sie sich eher für die Versicherung in einer privaten Krankenkasse interessieren, sollten Sie folgendes bedenken: Wenn Sie einmal von der gesetzlichen in die private Krankenversicherung gewechselt sind, gibt es kein zurück mehr, d.h. die gesetzliche Krankenkasse wird Sie nicht mehr als Mitglied aufnehmen.

Viele Existenzgründer wechseln übereilt in eine private Krankenversicherung, weil die Beiträge anfangs um einiges günstiger sein können. Leider wendet sich dieses Blatt oft mit zunehmenden Alter und es werden horrende Summen für den Versicherungsschutz fällig. Überlegen und vergleichen Sie also genau und unterschreiben Sie nicht voreilig einen Vertrag!

4.5 Marketing – unterwegs in eigener Sache

Wer nicht wirbt, der stirbt! Dieser platte Spruch bewahrheitet sich leider immer wieder. Es ist zwar richtig, dass Sie alleine mit dem Listen Ihrer Angebote viele tausend oder gar Millionen von Menschen erreichen, doch mit ein paar zusätzlichen Tricks und Maßnahmen können Sie weitaus mehr Gebote und dadurch natürlich auch höhere Preise für Ihre Ware erzielen. Es sind meistens nur kleine und zunächst unbedeutend erscheinende Details, die über Erfolg oder Misserfolg entscheiden. Die besten und effektivsten dieser Tipps bekommen Sie in diesem Kapitel.

Tipps & Tricks für die Gestaltung und die korrekten Rahmenbedingungen Ihrer eBay-Angebote

Viele Produkte verkaufen sich zum einem Preis, der weit unter dem liegt, was möglich gewesen wäre. Und das nur, weil die Ware schlecht, unzureichend oder falsch beschrieben ist.

Ich gehe davon aus, dass Sie schon einmal eine Auktion bei eBay erstellt haben. Deshalb ersparen wir uns diese Informatio-

nen, die Sie außerdem jederzeit bei eBay selbst oder in den vielen Büchern für Anfänger nachlesen können.

Sie erhalten nun die besten Tipps und Tricks zum Erstellen von Auktionen. Auktionen, die eine größtmögliche Effizienz erzielen und perfekt auf Ihre Zielgruppe zugeschnitten sind. So haben Sie die besten Voraussetzung, um Ihre sorgfältig ausgewählten Produkte auch wirklich zum höchsten Preis zu verkaufen.

Nutzen Sie ein gängiges Auktionstool, z.B. den von eBay angebotenen und kostenlosen *Turbo-Lister*.

Diese Hilfsprogramme haben den unschätzbaren Vorteil, daß Sie Ihre Auktionen jederzeit vorbereiten bzw. schreiben können. Zum gewünschten Startzeitpunkt müssen diese dann nur noch an eBay übertragen, d.h. hochgeladen werden. Das ist bei der normalen Auktionserstellung über die eBay-Homepage nicht möglich. Mit den meisten Auktionstools können Sie den Startzeitpunkt gegen eine kleine Gebühr sogar bis zu drei Wochen im Voraus festlegen. Die Auktion wird in diesem Fall gleich nach dem Erstellen an eBay übertragen, aber erst zum gewünschten Zeitpunkt automatisch gestartet.

Für professionelle Händler ist die Nutzung solcher Hilfsmittel ohnehin absolut notwendig. Nur so besteht die Möglichkeit, Auktionen abzuspeichern, beliebig zu verändern und zu vervielfältigen und sie jederzeit wieder neu zu starten. Unabdingbar für jeden, der große Mengen identischer Produkte über eBay verkaufen will.

Artikel mit niedrigen Startpreisen sollten eher kurze, Artikel mit hohen Startpreisen eher lange Laufzeiten haben. Für Waren, die zu Festpreisen angeboten werden, ist die längste Laufzeit (z.Zt. 10 Tage) obligatorisch.

Das Auktionsende sollte so gewählt werden, dass möglichst viele potenzielle Käufer Gelegenheit haben, mitzubieten.

Die besten Zeiten sind demnach:

- Wochentags von 18 - 21 Uhr
- Samstags von 15 - 19 Uhr (Am späteren Abend sind viele Leute unterwegs)
- Sonntags von 17 - 22 Uhr (An diesem Tag sind mittags viele Leute unterwegs)

Natürlich sind die idealen Endzeiten nicht für alle Waren gleich. Für manche Produkte gelten besondere Regeln.

Ein Beispiel:

Auktionen mit Haushaltswaren sollten an Wochentagen zwischen 10 und 12 Uhr auslaufen. Zu dieser Zeit haben viele Hausfrauen Gelegenheit zum Mitbieten.

Im Zweifel sollten Sie sich in die Lage Ihrer möglichen Kunden versetzen oder Bekannte fragen, die für solche Waren als Käufer in Frage kommen, um den optimalen Endzeitpunkt zu bestimmen. Sie können sich aber auch an anderen Verkäufern bei eBay orientieren, die ähnliche Produkte zum Kauf anbieten.

Ohne Bilder läuft bei eBay gar nichts

Ich gehe davon aus, dass Sie als regelmäßiger eBay-Verkäufer bereits im Besitz einer Digitalkamera sind. Wenn nicht, sollte das die erste Anschaffung auf dem Weg zum Powerseller sein.

Das erste Foto in der Auktionsbeschreibung ist grundsätzlich kostenlos. Leider reicht ein Bild bei vielen Artikeln nicht, um

den Verkaufsgegenstand in seiner ganzen Pracht darzustellen. Jedes weitere Bild kostet einen Aufpreis von 0,15 Cent. Sparen Sie bitte bei dieser Option nicht. Die meisten Leute glauben gar nicht, wie wichtig Bilder für den Verkauf bei eBay sind. Für einfache, kleine Gegenstände mag das erste Bild noch ausreichend sein. Sobald aber der Artikel von komplexerer Form ist, sollten Sie unbedingt weitere Bilder einfügen.

Einen großen Vorteil haben Sie, wenn Sie die Internet-Programmiersprache HTML beherrschen. Dann können Sie beliebig viele Bilder direkt in den Auktionstext einfügen, ohne auch nur einen Cent dafür bezahlen zu müssen.

Dazu noch ein Tipp:

Da das erste Bild sowieso kostenlos ist, sollten Sie in diesem Fall der Auktion trotzdem ein Bild beifügen, das mit dem eBay-Bilderservice ipix hochgeladen wird. Der Vorteil ist, daß in der Kategorie bei laufender Auktion das Bilder-Symbol neben Ihrem Angebot zu sehen ist. Ein Anziehungspunkt für potenzielle Kaufinteressenten.

Außerdem benötigen Sie dieses Bild, falls Sie die Zusatzoptionen „Galerie“ oder „Top-Galerie“ nutzen möchten.

Auktionstext und Überschrift

Die besten und aussagekräftigsten Bilder nützen nichts, wenn der Auktionstext und die Überschrift schlecht, missverständlich oder einfach nichtssagend sind. Die Überschrift ist in der Anzahl der zur Verfügung stehenden Zeichen auf 45 begrenzt und soll trotzdem so viele Informationen wie möglich enthalten. Nicht immer ganz einfach ...

Deshalb hier einige Fakten, die möglichst in jeder Auktionsüberschrift enthalten sein sollten:

- Artikelbezeichnung
- evtl. Hersteller oder Marke
- Größen-, Farb-, Leistungs- oder Materialangaben
- Zustand und eventuelle Besonderheiten
- wenn möglich, ein passendes Schlagwort, z.B. „Luxus-
traumhaft, modisch, exklusiv, schön, top“ o.ä.

Falls der Platz nicht ausreicht, um alle Angaben in voller Länge unterzubringen, dürfen Sie angemessene Abkürzungen verwenden. Achten Sie jedoch darauf, daß jede Angabe noch einwandfrei zu erkennen ist und die Überschrift nicht zum Rätsel wird.

Ein Beispiel für eine perfekt gestaltete Überschrift, die viele Interessenten auf das Angebot aufmerksam macht:

„Fuji Finepix Digicam,5Mio.Pixel,m.Zubeh. NEU“

Die eBay-Kategorien

Die Wahl der passenden Kategorie ist ein weiterer, wichtiger Faktor, der zwischen Erfolg und Misserfolg einer Auktion entscheiden kann.

Tipp:

Wenn Sie nicht sicher sind, in welche Kategorie ein Artikel passt, geben Sie ihn als Suchwort auf der Startseite ein. Dadurch erfahren Sie, wo gleiche oder ähnliche Artikel eingestellt sind.

Oft ist es ratsam, ein Produkt in zwei Kategorien einzustellen, wenn es nicht eindeutig zuzuordnen ist. Die Zahl der Interessenten, die dadurch auf Ihr Angebot aufmerksam werden, steigt fast

immer beträchtlich an. Allerdings verdoppelt sich auch die Angebotsgebühr und die Gebühren für eventuelle Zusatzoptionen.

Wenn Ihr Artikel in mehrere Kategorien passt, Sie ihn aber trotzdem nur in einer einstellen wollen, dann sehen Sie in der Kategorieauswertung nach und wählen die mit der größeren Nachfrage aus.

Haben Sie ein Produkt anzubieten, das besondere Aufmerksamkeit erregen soll?

Dann sollten Sie die Auktion mit geeigneten und sinnvollen Zusatzoptionen versehen. Ebay bietet hier vielfältige Möglichkeiten. Diese sind jedoch nicht immer sinnvoll und können zu wahren Kostenfallen werden. Die Beschreibungen und Gebühren dazu können Sie nachlesen unter

<http://pages.ebay.de/help/myinfo/billing-fees.html>

Nachfolgend eine Checkliste, welche Optionen für welche Produkte geeignet oder generell überflüssig sind.

„Sofort-Kaufen“-Option:

Meist überflüssig, bei seltenen Sammlerstücken unter Umständen ratsam. Erfahrungsgemäß ist eine Differenz zwischen Startpreis und Sofort-Kaufen-Preis von ca. 15-

25% sinnvoll. Wählen Sie diese Option nicht, wenn Sie keine Vorstellung vom Wert des Artikels haben. Der Endpreis einer reinen Auktion könnte wesentlich höher sein, als der von Ihnen festgelegte Sofort-Kaufen-Preis.

Kategorie-Top-Angebote:

Sinnvoll für höherpreisige Produkte oder für Powerauktionen, d.h. Auktionen mit einer Anzahl des gleichen Artikels über Eins.

Achtung: Die Gewinnmarge der gesamten Auktion muss hoch genug sein, um den Aufpreis für diese Zusatzoption zu rechtfertigen.

Top-Angebote(im Rotationsverfahren auf der Startseite)

Sinnvoll für höchstpreisige Artikel und Powerauktionen gewerblicher Händler mit einer großen Anzahl des Produktes. Auch interessant für Trendprodukte, die in kurzer Zeit in sehr großen Stückzahlen verkauft werden sollen. Oft von Powersellern gebucht.

Zu beachten: Die Kosten für diese Option bei einer Powerauktion sind extrem hoch. Wenn Sie noch kein gewerblicher Händler sind, der Vorsteuerabzugsberechtigt ist, lassen Sie lieber die Finger davon. In diesem Fall lohnt sich die Option nur für ganz teure Einzelstücke, wie z.B. Antiquitäten, Schmuck oder Luxusuhren.

Highlight:

Unnötige Investition. Auktionen mit dieser Zusatzoption erzielen im Durchschnitt kaum mehr Zugriffe als ohne.

Fettschrift:

siehe „Highlight“

Galerie:

Sehr sinnvolle und relativ günstige Zusatzoption. Erreicht eine deutliche Steigerung der Aufmerksamkeit und damit der Zugriffe auf die Auktion. Bedingung:

Das verwendete Bild muss von guter Qualität sein, damit die Ware bei entsprechender Verkleinerung in der Kategorie immer noch gut zu erkennen ist.

Top-Galerie:

siehe „Highlight“

Startzeitplanung:

Sinnvoll, wenn Urlaub bevorsteht oder man zur gewünschten Startzeit anderweitig verhindert ist. Außerdem bequem, um mehrere Auktionen in bestimmten Zeitabständen, z.B. im 2 Stunden-Takt starten zu lassen.

Das kann bei dem Verkauf vieler gleicher Artikel sehr wichtig sein. Wenn die Auktionen gestaffelt gestartet werden, decken sie einen viel größeren Teil der Kategorie ab, als beim Hochladen zur gleichen Zeit.

Diese Staffelung lässt sich leider nur mit der hier erwähnten Zusatzoption realisieren. Man sollte den Mehrpreis dafür aber wirklich in Kauf nehmen, er wird sich innerhalb kurzer Zeit durch erheblich mehr Zugriffe auf die Auktion und durch höhere Verkaufszahlen amortisieren.

Artikel in zwei Kategorien einstellen:

Sinnvoll für alle Artikel, die in zwei Kategorien passen. Wie schon im Abschnitt „Kategorie“ in diesem Kapitel erwähnt, erhöht sich die Zahl der Zugriffe auf die Auktion meistens sehr stark. Dadurch erzielen Sie natürlich auch fast immer einen besseren Preis.

Tipp: Mit etwas Phantasie lässt sich für fast jeden Artikel eine zweite Kategorie finden, auch wenn diese auf den ersten Blick ungeeignet scheint.

Ein Beispiel:

Sie sind Trendartikel-Verkäufer und haben das neueste Fitness-Gerät anzubieten. Leider sind Sie nicht der Einzige, der damit Umsatz machen will. Andere haben das Gerät schon mehrfach in der Kategorie „Fitness“ eingestellt.

In diesem Fall könnten Sie das Gerät z.B. zusätzlich bei Damenkleidung Größe 42/44 einstellen. Als Überschrift wäre denkbar: *„Kleinere Größe? Mit dem neuen ... kein Problem!“*

Oder in der Kategorie „Feinschmecker & Beauty“ mit der Überschrift *„Und nach dem Schlemmen: ...“* (Name des Gerätes)

Mit etwas Phantasie fallen Ihnen bestimmt noch mehr Beispiele dazu ein.

Tipps & Tricks für das Bewerben Ihrer Angebote außerhalb von eBay

Auch außerhalb des größten Internet-Auktionshauses können Sie einiges tun, um Ihre Angebote bekannter zu machen und so höhere Preise bzw. mehr Verkäufe zu erzielen. Ich habe die besten Tipps für Sie zusammengestellt, die nachweisbar funktionieren und deren Umsetzung nicht viel Zeit in Anspruch nimmt.

Eine kostenlose Homepage erstellen – kinderleicht!

eBay erlaubt es Ihnen, auf der „Mich“-Seite Links zu externen Webseiten zu platzieren. Diese Möglichkeit sollten Sie unbedingt nutzen. Auf einer eigenen Internetseite können Sie Hintergrundinformationen über Ihre Ware, zu Ihrer Firma und deren Geschäftspolitik geben. Außerdem haben Sie die Möglichkeit, spezielle Sonderangebote oder Mengenrabatte anzubieten, mit denen der Kunde Geld spart und Sie die lästigen eBay-Gebühren etwas mildern können. Ein echtes Plus bei den ständig steigenden Angebotsgebühren und Verkaufsprovisionen.

Schreiten wir also zur Tat. Eine Homepage einzurichten und zu gestalten ist heute kinderleicht. Sie müssen weder Kenntnisse im Programmieren mit HTML haben, noch müssen Sie etwas von Grafikdesign o.ä. verstehen. Auf der folgenden Internetseite können Sie eine Homepage in wenigen Minuten erstellen. Dank des integrierten Baukastensystems ist das ganz einfach.

www.2page.de

Die Erstellung der Homepage ist bei 2page.de völlig kostenlos. Dank eines ausgeklügelten Punktesystems können Sie sich nach und nach immer mehr Speicherplatz für die Homepage „dazuverdienen“. Doch auch schon am Anfang steht genügend Platz für bis zu 20 Unterseiten zur Verfügung.

Die Homepage muss aber gar nicht besonders umfangreich werden. Sie können sich und Ihr Geschäft etwas näher vorstellen und die Tätigkeitsbereiche beschreiben. Auch die Produktbeschreibungen lassen sich auf der Homepage noch ausführlicher darstellen als in den eBay-Angeboten.

Ein weiteres Plus ist der Webpace für das Ablegen von Artikel-fotos. Von hier aus können die Fotos direkt mit Ihren Angeboten bei eBay verlinkt werden und erscheinen dann im Angebotstext. Wie das genau geht, können Sie auf der folgenden eBay-Hilfeseite nachlesen:

http://pages.ebay.de/help/sell/html_tips.html

Einen kostenlosen Webshop erstellen – auch für absolute Laien!

Wie wäre es, wenn Sie Ihr Geld nicht nur durch die eBay-Angebote verdienen, sondern auch im eigenen Webshop – und das ganz ohne Angebotsgebühren und Verkaufsprovisionen?

So ein Webshop lässt sich ebenso leicht und kostenfrei erstellen wie Ihre Homepage. Leider bietet 2page.de keinen solchen Shop direkt zur Homepage mit an. Das ist aber kein Problem. Sie können von Ihrer Homepage aus auf den Shop eines anderen Anbieters verlinken.

Wir haben auf dieser CD eine komplette Shop-Software mit installiert, die Sie direkt nutzen können. Schauen Sie sich dazu einfach mal den Ordner „Webshop“ an, dort finden Sie auch eine ausführliche Erklärung zur Einrichtung.

Wer mit der Software nicht zurechtkommt und seinen Webshop gerne gleich online erstellen möchte, kann das auf der folgenden Seite tun:

www.free-web-service.de

Sobald Sie Ihre Waren in den Shop eingepflegt haben, können Sie ihn zusammen mit der Homepage in diverse Suchmaschinen eintragen lassen. Mehr dazu gleich.

Außerdem bietet sich an, eBay-Käufern nach der Auktion die Shop-Adresse mitzuteilen, so dass sich diese eventuell weitere Artikel aussuchen können und dadurch Versandkosten sparen. Am besten verbinden Sie das mit der Benachrichtigungsmail, in der Sie dem Kunden auch Ihre Kontodaten mitteilen. Dadurch wird die Werbung für den Shop nicht gleich für eine Spam-Mail gehalten und ungelesen gelöscht.

Einträge in Suchmaschinen – kostenlos und einfach!

Ohne Suchmaschinen wie Google & Co. Wäre das Erstellen einer Homepage, evtl. mit Webshop, ziemlich überflüssig. Fast keiner würde Ihre Angebote finden. Der Suchmaschineneintrag ist als absolute Pflicht.

Es gibt spezielle Dienstleister, die diese Einträge gegen eine angemessene Bezahlung übernehmen. Sie werben meistens damit, dass die Homepage in tausende verschiedener Suchmaschinen eingetragen wird. Doch ist das wirklich nötig? Ich meine: Nein. Denn die überwiegende Mehrheit der deutschen und europäischen Bevölkerung nutzt nur wenige große Suchmaschinen. Was haben Sie davon, wenn Ihre Homepage in Suchmaschinen eingetragen wird, die fast keiner kennt? Warum also Geld ausgeben, wenn man das Wichtigste auch kostenlos bekommen kann?

2page.de hat einen Link zu einem kostenlosen Eintragungsdienst bereitgestellt. Loggen Sie sich dazu in Ihren Admin-Bereich ein und klicken Sie links in der Menüleiste auf „Einstellungen“. Es öffnet sich ein weiteres Untermenü. Dort klicken Sie auf „Metatags“. Ganz unten auf der Metatags-Seite finden Sie den Link zum Suchmaschinen-Eintragungsdienst „onlyfree“. Er meldet Sie bei allen großen und wichtigen Suchmaschinen kostenlos an. Folgen Sie einfach den Anweisungen.

Einträge in Linklisten – ein Geheimtipp!

Wenn alles gut geklappt hat, dürften bald die ersten Besucher auf Ihrer Homepage und im Shop auftauchen. Doch man kann noch mehr tun. Viele Internetnutzer surfen regelmäßig auf Linklisten und gelangen von dort aus zu den Homepages. Da darf Ihre Seite doch nicht fehlen!

Der folgende Anbieter hält ein echtes Knaller-Angebot bereit und trägt Ihre Seite kostenlos in rund 10.000 Linklisten ein. Sie müssen sich dazu noch nicht einmal registrieren. Also los!

www.netDesign24.de

Tipp: Für den Eintrag müssen Sie eine E-Mail-Adresse angeben. Benutzen Sie hierfür unbedingt eine separate Adresse, z.B. von Web.de oder GMX.de.

Der Grund: Manche Unternehmen nutzen spezielle Software, die das Internet nach E-Mail-Adressen durchforstet, um dann massenhaft Spam-Mails an diese Adressen zu verschicken. Es ist sehr nervend, täglich solche Mails an seine Haupt-E-Mail-Adressen zu bekommen. Zur Not können Sie die neue E-Mail-Adresse auch nach dem Linklisteneintrag wieder löschen, denn es geht ja nur um den Eintrag der Homepage in die Listen.

Direktwerbung – Schnell und effektiv!

Wer seine Kunden durch Direktwerbung (per Versandprospekt) gewinnen will, benötigt gutes Adressenmaterial. Je nach Art der anzuschreibenden Personen oder Firmen kosten bei einem Adressenverlag gut sortierte Anschriften zwischen 70 und 100 Mark (und mehr) je tausend.

Dabei werden dann diese Adressen nicht für immer gekauft, sondern in der Regel nur für eine Werbeaktion gemietet. Lediglich Käufer, die mit dieser Werbeaktion gewonnen werden, dürfen in den eigenen Kundenadressenbestand übernommen werden.

Zu den Kosten für die Adressen kommt dann noch das Briefporto. Wer also Adressen kauft, sollte sicher sein, dass er eine Zielgruppe anspricht, die sich für seine Angebote auch wirklich interessiert. Rechnen Sie nämlich die Prospektherstellung, Versandhüllen, Bearbeitung und das Frankieren hinzu, müssen Sie für 1000 Aussendungen Kosten von 600 bis 700 Mark veranschlagen.

Bei Erstwerbung und Werbung mit Fremdadressen wäre eine Bestellquote von 3% = 30 Bestellungen bei 1.000 Aussendungen eine durchschnittliche bis gute Reaktion, 5 - 10% wären gut bis sehr gut. Resultate von unter 3% Rückläufen kann man als kaum ausreichend und etwa 1% als mies ansehen.

Die Werbekosten sollten bei einem guten Produkt beim ersten Anlauf in etwa gedeckt werden. Zusammen mit einer Nachfasswerbung wären Gewinne von 30 bis 50 % als ganz akzeptabel zu betrachten.

Die meisten angeschriebenen Personen werden zunächst kleinere Testbestellungen aufgeben. Darum ist es ratsam, die nunmehrigen Kunden karteimäßig zu erfassen und auch weiterhin mit Angeboten zu bedenken.

War der Käufer beim ersten Auftrag zufrieden, wird er weitere, größere Bestellungen tätigen. Mit anderen Worten: Die besten Adressen sind immer die eigenen Kundenadressen. Halten Sie deshalb jede Anschrift so fest, dass Sie jederzeit ersehen können, wofür sich der Kunde interessiert und was er bereits bezogen hat.

Gemeinschaftswerbung mit anderen Firmen

Da die Beförderungsgebühren der Post ständig steigen, schließen sich immer mehr Unternehmen zusammen und verschicken ihre Prospekte gemeinsam. Sofern die Angebote nicht miteinander konkurrieren, hat das den Vorteil, dass man a) Porto spart und b) neue Käuferkreise erschließt, deren Adressen man sonst erst kaufen oder durch Anzeigen erwerben müsste.

In der Regel funktioniert dieses Co-Mailing oder die "Huckepack-Werbung" folgendermaßen:

Eine Firma, die sich zum Mitversand Ihrer Prospekte bereitklärt, versendet beispielsweise 1.000 Ihrer Angebote für DM 100,-. Sie fügt sie ihrem eigenen Werbematerial bei und schickt alles zusammen an ihre Kunden.

Das würde bedeuten, dass Sie für 1.000 Prospekte statt des normalen Portos für 20 g nur 10 Pfennig je Prospekt bezahlen. Ersparnis bei 1.000 Prospekten: einige hundert Mark! Hinzu

kommt, dass Sie keine Adressen zu kaufen, keine Umschläge herzustellen und keine Versandarbeiten durchzuführen haben. Voraussetzung ist natürlich, dass die Firma seriös ist und die Sammelwerbung auch wirklich korrekt durchgeführt wird.

Andererseits können Sie natürlich auch selbst einen solchen Co-Versand anbieten. Wenn Sie für vier oder fünf Beilagen je 100 Mark kassieren, verschicken Sie Ihre eigenen Prospekte kostenlos.

Der Erfolg einer solchen Gemeinschaftsaktion hängt in erster Linie von einer ehrlichen und sauberen Zusammenarbeit ab. Tests mit kleineren Mengen sind unbedingt zu empfehlen.

Kurz-Report: So sollten Angebotsprospekte aussehen

Sobald Sie einige gute Versandartikel anzubieten haben, müssen Sie sich wohl oder übel Gedanken über die Art und Weise machen, wie Sie diese den interessierten Personen vorstellen wollen.

Wie Sie aus den Ausführungen am Anfang entnehmen konnten, hat seinerzeit Aaron Montgomery Ward in Chicago sein Unternehmen mit Angeboten auf einer einzigen Preisliste gestartet. Später, als aus diesen einfachen Anfängen 3 Millionen Kunden geworden waren, konnte er sich den Druck von 2 kg schweren Angebotskatalogen leisten - vorher nicht.

Wer die heute groß im Geschäft befindlichen Versandhäuser unseres Landes in ihrer Entwicklung verfolgt hat, wird wissen, dass auch sie - ohne Ausnahme - klein angefangen haben. Bevor Sie also daran gehen, unerschwinglich teure Kataloge drucken zu lassen, verfassen Sie zunächst erst einmal einen guten Werbeprospekt, der den Leuten zeigt, was Sie zu bieten haben.

Manche Firmen beschriften nun ein Blatt Papier eng an eng und wundern sich, dass kaum Bestellungen darauf eingehen. Wieder andere benutzen für ihre Werbebriefe schlechtes Material, beschriften die Druckvorlagen mit verschmierten Schreibmaschinentypen oder reden bei jedem zweiten Satz vom Preis - also vom eigenen Nutzen.

Ein guter Werbebrief sollte jedoch so gestaltet sein, dass man ihn wie ein gesprochenes Angebot liest: unkompliziert, klar und einfach. Geschraubte, gekünstelt wirkende Lindwurmsätze sollten vermieden werden.

Nach einer zündenden Überschrift folgen möglichst in stetem Wechsel Worte in Großschreibung, mit Unterstreichungen oder gesperrt geschrieben. Das lockert das Schriftbild etwas auf, und das Auge ermüdet nicht so schnell beim Lesen.

Geht der Text über zwei Seiten, lässt man ihn am besten an einer interessanten Stelle enden, damit der Leser neugierig auf die Fortsetzung wird. Links und rechts sowie oben und unten muss ein ausreichend breiter Rand bleiben. Das gibt dem ganzen Schreiben ein freundlicheres Bild und wird auch vom Drucker begrüßt.

Wie bei Anzeigen sollte stets der Nutzen des Käufers an erster Stelle stehen. Dabei kann es zweckmäßig sein, die einzelnen Punkte in getrennten Absätzen aufzuzählen. Soll ein Werbeprospekt Beachtung finden, muss darin hauptsächlich das zu lesen sein, was den Kunden interessiert.

Die Herstellung des Werbeprospekts lässt man am besten durch einen guten, preiswerten Drucker vornehmen. Es gibt heute bereits Firmen, die Fotosatz zu günstigen Preisen anbieten. Maschinengeschriebene Vorlagen, die mit Carbon-Band sauber getippt wurden, tun es jedoch für den Anfang auch.

Eine kleine Zeichnung, eine Vignette oder eine humoristische Karikatur erhöhen die Aufmerksamkeit des Empfängers Ihrer Angebote. Sie können diese Schwarz-Weiss-Illustrationen zur Unterstreichung des Leitsatzes verwenden oder aber auf ein günstiges Angebot hinweisen lassen.

Nach dem Motto: "Ein Bild sagt mehr als tausend Worte" können natürlich auch Abbildungen der angebotenen Produkte aufgenommen werden.

In Bürofachgeschäften gibt es übrigens unter der Bezeichnung "Abreibebuchstaben" eine größere Angebotspalette, die auch Vignetten aller Art enthält. Aufgeklebt kommen diese Buchstaben und Illustrationen im Offset-Druck recht gut heraus.

Dort, wo es sich um Artikel handelt, die voraussichtlich längere Zeit im Angebot bleiben werden, ist zu überlegen, ob eventuell Prospekte im Vierfarbendruck hergestellt werden können. Natürlich sind die Kosten erheblich höher als bei ein- oder zweifarbigem Offsetdruck.

Manche Firmen bieten auch eigene Angebotsprospekte entweder zum Selbstkostenpreis oder gar völlig kostenlos an. Diese Prospekte sollten neutral gehalten sein, so dass Sie lediglich Ihren Stempel mit der Bestelladresse einfügen und die Kunden ihre Aufträge an Sie richten.

Ein sehr wichtiger Faktor beim Postversand ist das Gewicht. Die schönsten Prospekte, selbst wenn sie kostenlos zu haben wären, verursachen vermeidbar hohe Kosten, wenn sie zu schwer sind.

Wollen Sie nur einen einzelnen Artikel vorstellen, genügt in den meisten Fällen ein einfaches DIN A 4-Blatt. Drei davon erreichen in der Regel gerade erst ein Gewicht von etwa 20 g. Wird teures Kunstdruckpapier verwendet, geht es meistens über 20 g und erhöht somit die Portokosten erheblich.

Besonders zu Anfang werden solche scheinbaren Kleinigkeiten oftmals unterschätzt. Nicht der Drucker oder die Post soll in erster Linie an Ihren Prospekten verdienen, sondern Sie. Wählen Sie daher am besten ein nicht zu schweres Papier für Ihre Prospekte, das aber gegebenenfalls auch zweiseitig bedruckt werden kann. Hier erweist sich 80 g-Schreibmaschinenpapier als am geeignetsten.

Haben Sie die Texte sauber mit der Schreibmaschine geschrieben, prüfen Sie, ob der Text auch auf die Hälfte verkleinert noch wirkt und gut lesbar ist. Achten Sie deshalb beim Kauf einer Schreibmaschine gleich darauf, dass sie einen ausreichend großen Wagen hat, so dass Sie ein DIN A 4-Blatt auch quer einspannen können.

Zwei DIN A 4-Bogen, an den Längsseiten aneinandergeklebt, ergeben so in der Verkleinerung die Größe eines einzelnen DIN A 4-Bogens.

Hüten Sie sich davor, sogenannte "Augenschindertexte" herzustellen, bei denen durch nochmalige Verkleinerung der Empfänger Ihrer Zeilen nichts mehr lesen kann oder eben nur mit großer Mühe.

Umstritten ist die Frage, ob man seinen Werbesendungen Rückumschläge beifügen soll. Zweifellos ist es von Vorteil, wenn der Kunde seine Bestellung nur in einen vorgefertigten Umschlag zu stecken und in den Briefkasten zu werfen braucht.

Wie bei der Wahl der Prospekte ist aber darauf zu achten, dass durch einen bedruckten Rückumschlag die Gewichtsklasse nicht überschritten wird und Sie beispielsweise für einen beigefügten Umschlag noch einmal 20 Pfennig Porto je Brief extra bezahlen. Verschicken Sie nur einen oder höchstens zwei Prospekte, ist noch Luft für einen Rückumschlag. Wollen Sie aber drei Prospekte an den Mann bringen, genügen meistens vorgedruckte Bestellscheine, die vom Prospekt abgetrennt werden können.

Solche Bestellscheine sollte jeder Prospekt enthalten. Darauf wird dann nur angekreuzt, welche Artikel der Kunde wünscht, wie er bezahlen möchte, wie er heißt und wo er wohnt. Je einfacher Sie es den Leuten machen, um so mehr Bestellungen werden bei Ihnen eingehen. Muss ein Interessent erst lange Texte schreiben oder von sich aus die gewünschten Artikel in einem Brief bezeichnen, neigt er dazu, die Sache auf die lange Bank zu schieben, bis er sie schließlich ganz vergisst.

Rückumschläge können besonders dann sinnvoll sein, wenn der Kunde bei Ihnen eine Bestellung aufgibt. Bei der Ausführung dieser Bestellung fügen Sie dann einen mit Ihrer Anschrift versehenen Umschlag bei, so dass er Sie möglichst bald wieder mit seinen Aufträgen beehrt.

Nachdem Sie in Ihrer Angebotspalette einige gute Produkte getestet haben, erhebt sich vielleicht die Frage, ob Sie sich nicht doch einen richtigen Katalog Ihrer Waren zusammenstellen sollten. Wie bereits erwähnt, ist das eine kostspielige Angelegenheit. Selbstverständlich kann man all seine Angebote zunächst als eine nach und nach umfangreicher werdende Broschüre vorstellen, die noch immer in Offset gedruckt wird.

Wer etwas Ähnliches wie die Versandhauskataloge herstellen will, kann sich am Anfang vielleicht damit behelfen, dass er einen "Karten-Katalog" erstellen lässt. Hierzu werden von den interessanten Produkten Fotos hergestellt, mit entsprechendem Preis und einer Bestellnummer versehen und in Postkartengröße gedruckt. Die Rückseite des Angebots ist gleichzeitig Bestellkarte mit Ihrer aufgedruckten Anschrift und ausreichendem Raum für die Absenderangabe.

Haben Sie beispielsweise 10 Produkte in Ihrem Angebot, lassen Sie 10 solcher einzelner Postkarten anfertigen, zusammenleimen und mit Perforation versehen. Interessiert sich nun der Kunde für eines Ihrer Produkte, trennt er die betreffende Karte ab, schreibt seinen Absender darauf und schickt sie ein.

Für mehrere Artikel wird entweder ein zusätzlicher Bestellschein oder eine weitere Karte beigelegt. Ein solcher Kartenkatalog, wie er bereits von mehreren Versandhäusern verwendet wird, hat den Vorteil, dass er zum einen nicht so teuer ist wie ein mehrseitiger Foto-Katalog, und zum anderen lassen sich die Angebote auch leicht auswechseln, ohne dass gleich mehrseitige Druckarbeit (mit den entsprechenden Druckkosten) anfallen müsste.

Hat sich die Erstinvestition für Werbung und Angebot erst einmal amortisiert, wird sich später auch die Herstellung eines richtigen Versandhauskataloges verkraften lassen.

Im Anhang finden Sie ein umfangreiches Verzeichnis der besten deutschen Anbieter im Bereich Direktwerbung bzw. Direktmarketing.

Werbung zum Nulltarif – das gibt's auch!

Da staunen Sie! Selbst heute noch – wo man normalerweise für alles bezahlen muss – kann man Werbung für sich und sein Unternehmen machen, die keinen Cent kostet und trotzdem tausende Menschen erreicht. Man muss nur wissen, wie es gemacht wird.

Dazu finden Sie im Anhang das eBook „Werbung zum Nulltarif“, welches Ihnen ungewöhnliche Wege zu kostenloser und effektiver Werbung aufzeigt.

Manche behaupten sogar, kostenlose Werbung sei die beste Werbung – weil sie eben nicht sofort als herkömmliche Werbung zu erkennen ist. Auf jeden Fall sollten Sie diese Werbeformen für Ihre Produkte in Anspruch nehmen, denn je mehr Menschen Ihre Ware kennen, desto mehr werden Sie verkaufen.

5. Die 7 Schritte zum Geld. Wie Sie in einer Woche ein Top-Geschäft aufbauen

Nachdem wir nun alle wichtigen Schritte zu Ihrer Existenz durchgesprochen haben, könnte ich dieses Buch beenden. Doch ich möchte an dieser Stelle noch ein Kapitel anhängen. Und zwar ein Kapitel, das ich bei vielen Fachbüchern vermisst habe.

Ein präziser, sofort durchführbarer Stufenplan, der noch einmal alle wichtigen Punkte aufgreift und diese in eine chronologisch richtige Reihenfolge bringt. Kurz gesagt, ein Plan, den Sie ganz einfach abarbeiten können und der Sie direkt zum Erfolg führt.

Genau das bekommen Sie hier. Der Stufenplan ist auf einen Zeitraum von ca. einer Woche ausgelegt. Natürlich ist diese Zeit nicht allgemeingültig, denn Faktoren wie Waren-Lieferzeiten oder Kreditverhandlungen können sie individuell beeinflussen.

Es ist daher nicht schlimm, wenn es bei Ihnen ein paar Tage länger dauert. Ich kann Ihnen versichern: Sobald Sie den Plan vollständig abgearbeitet haben, werden Sie das erste Geld verdienen! Los geht's – hier kommt der Plan:

Schritt 1 - Vorbereiten der Existenzgründung

In der ersten Stufe bereiten Sie alle Details für die Firmengründung vor. Dazu gehören:

- Wahl der Rechtsform: Wählen Sie die für Sie geeignete Firmen-Rechtsform aus. Wahrscheinlich wird nur eine Einzelunternehmung oder GbR (Gesellschaft bürgerlichen Rechts) in Frage kommen.
- Businessplan: Falls Sie Kredite oder staatliche Zuschüsse in Anspruch nehmen wollen, brauchen Sie einen Bu-

sinessplan. Besorgen Sie sich diesen wie beschrieben und passen ihn an Ihre Verhältnisse an.

- Kredite: Mit diesem Businessplan sollten Sie bei Ihrer Hausbank vorstellig werden und sich über die verschiedenen Möglichkeiten zur Kapitalbeschaffung (Kredite oder staatliche Fördermittel) beraten lassen. Übrigens: Ein guter Bankberater drängt Sie nicht zu einer Entscheidung, sondern lässt Ihnen genügend Bedenkzeit.
- Firmenname: Wie bereits beschrieben, haben Sie hier bei der Einzelunternehmung oder GbR keinen großen Freiraum. Dennoch sollten Sie sich überlegen, welchen Zusatz Sie eventuell zu Ihrem Namen wählen (Hans Müller Versand; Internethandel Hans Müller), da dieser bei der Gewerbeanmeldung angegeben werden muss.
- Bezeichnung der Tätigkeit: Auch diese muss bei der Anmeldung Ihres Gewerbes angegeben werden. Am besten, Sie überlegen sich mehrere Alternativen, falls der Beamte mit einer nicht einverstanden ist. Beispiele: „Handel mit erlaubnisfreien Waren aller Art“, „Versandhandel über Internet“, „Online-Versand für ...“

Schritt 2 – Die Gewerbeanmeldung

Wie bereits erwähnt, ist die Gewerbeanmeldung schnell erledigt. Gehen Sie zu Ihrer Stadt- bzw. Gemeindeverwaltung (evtl. vorher telefonisch nach Ort und Öffnungszeiten fragen), und sagen Sie dem Beamten, dass Sie ein Gewerbe anmelden möchten. Alles weitere wird der Sachbearbeiter Ihnen erklären. Vergessen Sie nicht, Ihren Personalausweis und ca. 20 – 40.- Euro Bargeld mitzunehmen. Denken Sie auch unbedingt daran, das Gewerbe nicht rückwirkend anzumelden.

Schritt 3 – Kontakt zu Lieferanten / Warenbestellung

Nachdem die Gründungsformalitäten soweit geklärt sind, ist es nun an der Zeit, Kontakte zu Händlern bzw. Herstellern aufzunehmen und die erste Ware zu bestellen.

Nehmen Sie also Ihre Bezugsquellen aus Kapitel 3 zur Hand. Schauen Sie sich auf den betreffenden Internetseiten um und fordern Sie evtl. Zugangskennwörter für Händler-Webshops an (oft müssen Sie dazu eine Kopie Ihrer Gewerbeanmeldung faxen oder per Post hinschicken). Natürlich können Sie auch, wenn Sie bereits ein Produkt im Auge haben, direkt anrufen und nach einem Angebot fragen.

Wenn die passenden Waren gefunden sind, sollten Sie gleich bestellen. Achten Sie darauf, keine zu große Anzahl eines Produktes zu bestellen, das ist zu risikoreich für den Anfang. Bestellen Sie lieber kleine Mengen von vielen verschiedenen Produkten. Sobald sich etwas gut verkauft, können Sie immer noch größere Mengen nachbestellen. Achten Sie außerdem auf die Lieferzeiten, sie sollten nicht zu lang sein.

Schritt 4 – Vorbereiten der eBay-Angebote

Wenn die Produkte feststehen, die Sie verkaufen werden, können Sie jetzt schon die Angebotsbeschreibungen für eBay gestalten. Achten Sie dabei auf die Hinweise in Kapitel 4. Die entsprechenden Produktbeschreibungen können Sie der Hersteller- bzw. Händler-Website entnehmen.

Sie brauchen natürlich auch die passenden Produktbilder zu den Artikelbeschreibungen. Sprechen Sie in diesem Fall den Händler bzw. Hersteller an und fragen, ob die Bilder von der Website oder dem Shop übernommen werden dürfen. Falls Sie keine Erlaubnis erhalten, bleibt Ihnen nichts anderes übrig, als die Bilder nach Eintreffen der Ware selbst zu machen und dann in

Ihre Angebote einzufügen. Verwenden Sie niemals ungefragt Artikelbilder eines Händlers, das könnte große Probleme geben.

Schritt 5 – Homepage & Webshop erstellen

Nachdem Ihre eBay-Angebote vorbereitet sind, können Sie sich daran machen, eine eigene Homepage und einen Webshop zu erstellen. Nutzen Sie dabei die Links und Hinweise aus Kapitel 4.

Vergessen Sie nicht, nach getaner Arbeit Ihre Website bzw. den Shop in möglichst viele Suchmaschinen und Linklisten eintragen zu lassen. Wenn noch nicht getan, sollten Sie auch gleich Ihre „Mich“-Seite bei eBay einrichten und dort einen Link zu Ihrer Homepage platzieren.

Mit den Artikelbildern für Ihren Webshop verfahren Sie genauso, wie in Stufe 4 für die eBay-Angebote beschrieben, dann sollte es keine Schwierigkeiten geben.

Schritt 6 – Weitere Werbemaßnahmen einleiten

Als frischgebackener und stolzer Besitzer einer Homepage mit Webshop sollten Sie weiter kräftig die Werbetrommel rühren, um auch außerhalb von eBay einen großen Käuferkreis zu erschließen.

Nutzen Sie die Tipps und Hinweise zu Gratiswerbung und Direktmarketing. Sie brauchen für den Anfang natürlich noch keinen ganzen Katalog mit Ihren Waren zu erstellen. Ein einfaches Faltblatt reicht auch schon aus. Sie können Firmen ansprechen, die diese Werbeblätter zusammen mit den eigenen Sendungen verschicken. Natürlich können Sie sich auch selbst die Mühe machen und sie Blätter in Ihrer Stadt verteilen.

Da Ihr Internetgeschäft ortsungebunden ist, besteht außerdem die Möglichkeit, Adressen bei einem Adressverlag zu kaufen und Ihre Angebote an diese zu verschicken.

Schritt 7 – Der Verkauf beginnt

Nun ist es soweit, der Verkauf kann beginnen. Laden Sie Ihre Angebote zu günstigen Startzeiten bei eBay hoch und schauen Sie mehrmals täglich nach Ihren E-Mails, um eventuelle Kundenanfragen sofort beantworten zu können.

Falls sich ein Produkt nicht gut verkauft, sollten Sie eventuell den Angebotstext und/oder die Überschrift noch einmal überarbeiten und den Artikel vielleicht auch in einer anderen Kategorie einstellen. Geben Sie im Zweifelsfall die Artikelbezeichnung in die eBay-Suchmaske ein und schauen Sie, in welchen Kategorien andere Artikel dieser Art eingestellt sind.

Wenn der Verkauf gut läuft, denken Sie in jedem Fall daran, rechtzeitig neue Ware nachzubestellen. Verkaufen Sie keinen Artikel, den Sie nicht schon zuhause haben, denn bei Liefer-schwierigkeiten des Händlers oder Herstellers könnten Sie sonst große Probleme mit den Käufern bekommen. Außerdem würden Sie damit gegen die eBay-Bedingungen verstoßen.

Jetzt bleibt mir nur noch, Ihnen VIEL ERFOLG bei allen zukünftigen Geschäften zu wünschen!

Im Anhang finden Sie ergänzende eBooks und Reporte zu den Kapiteln diese Buches.