

# Erfolgreiches Plattform-Business für Kleinunternehmer

Wie Sie ihr vollautomatisches, erfolgreiches und profitables  
Plattform-Business aufbauen

## Ihr Vortragender:



**Oliver Feldkircher**  
Digital Architekt

**digipULS GmbH**  
Grabenweg 68  
6020 Innsbruck  
Austria



0676 3255250



[o.feldkircher@digipuls.com](mailto:o.feldkircher@digipuls.com)



[www.digipuls.com](http://www.digipuls.com)

# Inhaltsverzeichnis

---

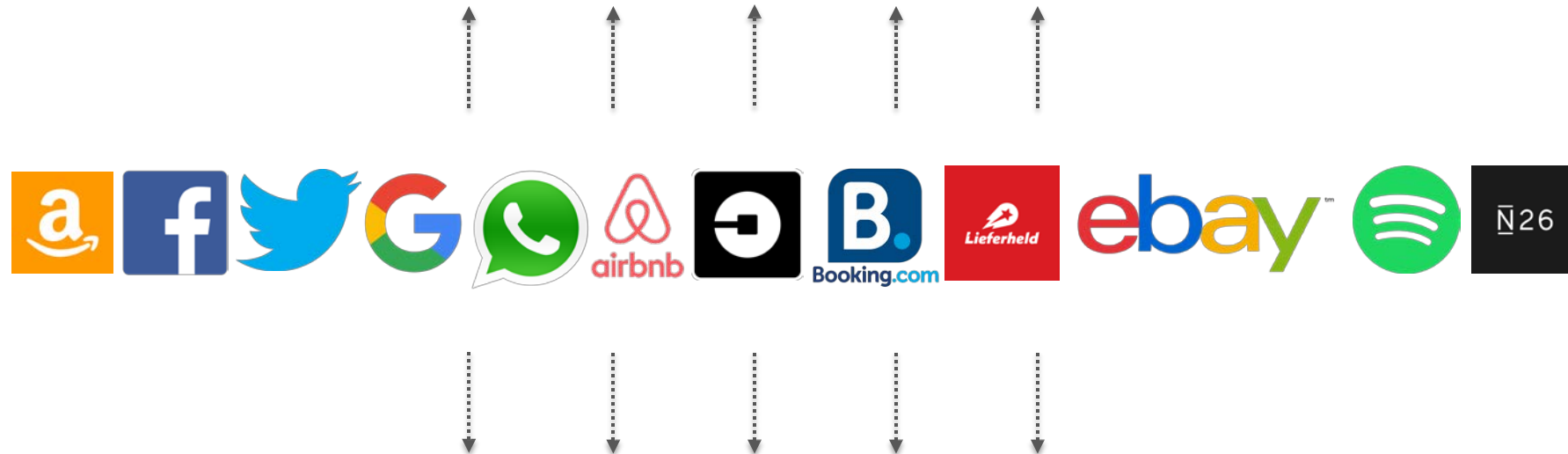
1. Plattformökonomie
2. Übersicht Online-Marktplätze
3. Chancen und Möglichkeiten
4. Anforderungen, Richtlinien
5. Produktdaten-Optimierung
6. Ranking, Sichtbarkeit, Suche
7. Ihre Fragen

---

# 1. PLATTFORMÖKONOMIE

# Plattformen und Online-Marktplätze erobern die Märkte

## Kunden



## Anbieter



Das weltweit **größte Taxi-  
Unternehmen...**

... besitzt **keine  
Fahrzeuge!**



Das weltweit **populärste**  
**Medien-**  
**Unternehmen...**

... beschäftigt **keine**  
**Redakteure!**



Das weltweit **wertvollste**  
**Handels-**  
**Unternehmen...**

... besitzt **keine**  
**Ware(n)!**





Der weltweit **größte**  
**Vermieter von**  
**Unterkünften...**

... besitzt **keine**  
**Immobilien!**

# Wertvollste Unternehmen seit 1920

## 1920

### INDUSTRIE - ÄRA

U.S. Steel  
46,4 Mrd. USD

AT&T  
14,1 Mrd. USD

Standard Oil of NY  
10,7 Mrd. USD

Bethlehem Steel  
7,1 Mrd. USD

Armour & Co.  
5,8 Mrd. USD

Swift & Co.  
5,7 Mrd. USD

International Harvester  
4,9 Mrd. USD

E.I. du Pont de Nemours  
4,9 Mrd. USD

Midvale Steel & Ordnance  
4,8 Mrd. USD

U.S. Rubber  
4,6 Mrd. USD

## 1970

### HARDWARE - ÄRA

IBM  
258,6 Mrd. USD

AT&T  
200,5 Mrd. USD

Eastman Kodak  
177 Mrd. USD

General Motors  
171,2 Mrd. USD

Standard Oil of NY  
106,5 Mrd. USD

Texaco  
82,3 Mrd. USD

Sears Roebuck  
64,6 Mrd. USD

General Electric  
63,9 Mrd. USD

Polaroid  
58 Mrd. USD

Gulf Oil  
58 Mrd. USD

## 2020

### PLATTFORM - ÄRA

Saudi Aramco  
1.880 Mrd. USD

Apple  
1.397 Mrd. USD

Microsoft  
1.274 Mrd. USD

Alphabet  
1.020 Mrd. USD

Amazon  
924 Mrd. USD

Facebook  
633 Mrd. USD

Alibaba Group  
610 Mrd. USD





Berkshire Hathaway  
562 Mrd. USD

Tencent  
493 Mrd. USD

VISA  
441 Mrd. USD

Quelle: Visual Capitalist

# Wertvollste Marken in 2020

<p><b>01</b></p>  <p><b>+17%</b> 220,791 Mrd. USD</p>	<p><b>02</b></p>  <p><b>+12%</b> 159,722 Mrd. USD</p>	<p><b>03</b></p>  <p><b>-9%</b> 140,524 Mrd. USD</p>	<p><b>04</b></p>  <p><b>-2%</b> 117,072 Mrd. USD</p>	<p><b>05</b></p>  <p><b>+4%</b> 94,494 Mrd. USD</p>
<p><b>06</b></p>  <p><b>+1%</b> 80,791 Mrd. USD</p>	<p><b>07</b></p>  <p><b>-4%</b> 79,804 Mrd. USD</p>	<p><b>08</b></p>  <p><b>+14%</b> 77,520 Mrd. USD</p>	<p><b>09</b></p>  <p><b>+20%</b> 69,041 Mrd. USD</p>	<p><b>10</b></p>  <p><b>+5%</b> 65,084 Mrd. USD</p>

Quelle: Visual Capitalist

---

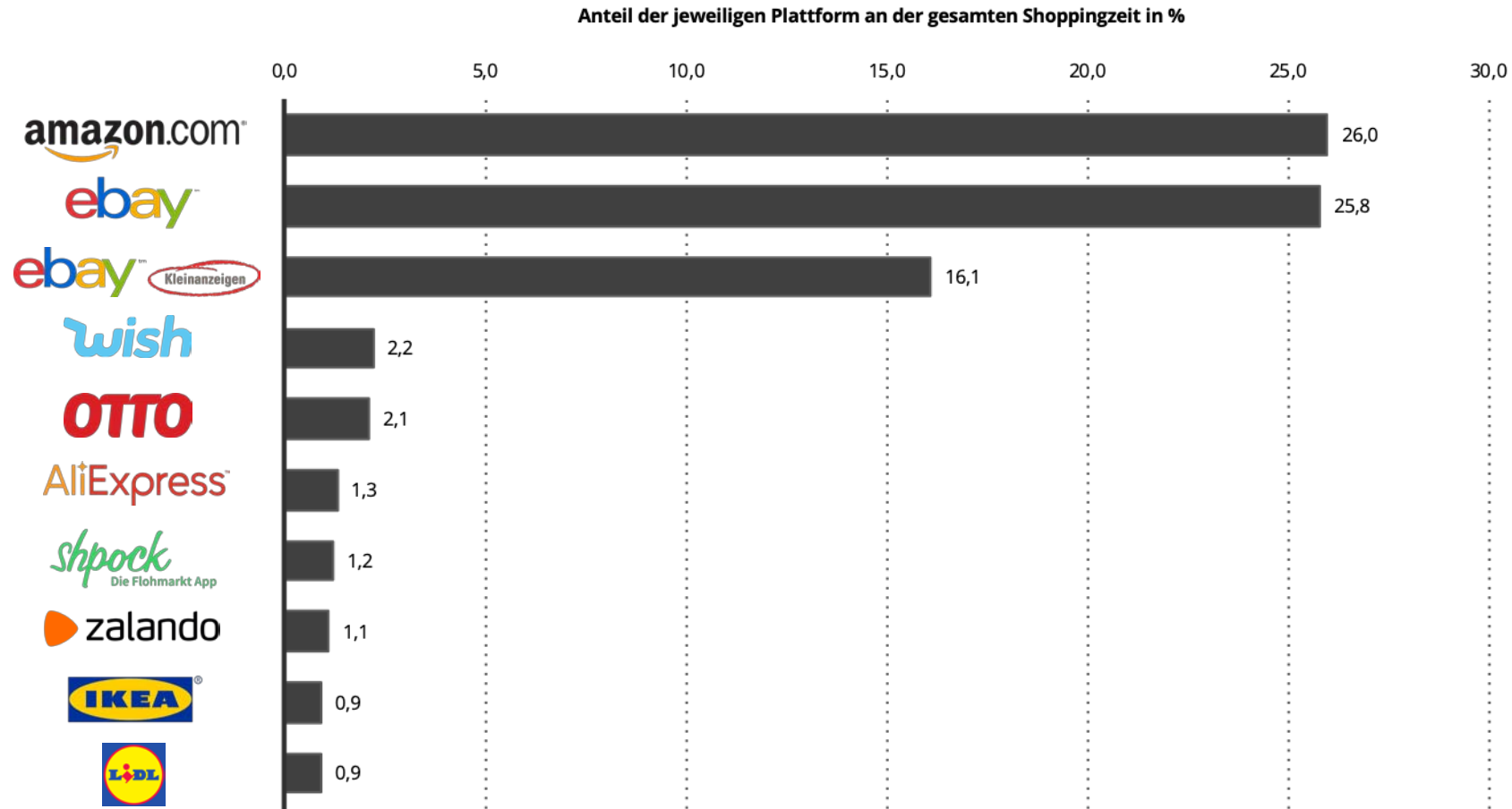
## 2. ÜBERSICHT ONLINE-MARKTPLÄTZE

# Online-Marktplätze im Vergleich

	<b>amazon</b>	<b>eBay</b>	<b>Alibaba</b>	<b>Rakuten</b>	<b>Etsy</b>	<b>hood.de</b>	<b>shöpping</b>	<b>real.de</b>
Anzahl Händler	64.000 Deutschland	125.700 Deutschland	8.500.000 weltweit	7.000 Deutschland	1.900.000 weltweit	10.000 Deutschland	600	4.500
Anzahl gelistete Produkte	255 Mio. Deutschland	246 Mio. Deutschland	k.A.	22 Mio. weltweit	50 Mio weltweit	5 Mio. Deutschland	2 Mio. Österreich	12 Mio. Deutschland
Sortiment	Vollsortiment	Vollsortiment	Vollsortiment	Vollsortiment	Handarbeit, Vintage	Vollsortiment	Vollsortiment	Vollsortiment
Reichweite Online	4,79 Mrd. Visits/Jahr Deutschland	2,87 Mrd. Visits/Jahr Deutschland	18,24 Mrd. Visits/Jahr weltweit	35 Mio. Visits/Jahr Deutschland	12,39 Mio. Visits/Jahr weltweit	k.A.	k.A.	k.A.
Handelsumsatz	280 Mrd. \$ weltweit	85,58 Mrd.\$ weltweit	39,9 Mrd.\$ weltweit	7,1 Mrd. \$ weltweit	441 Mio. \$ weltweit	41 Mio. € Deutschland	k.A.	114,8 Mio. € Deutschland
Einrichtungsgebühren	-	-	-	49 €	-	-	-	-
Grundgebühren	39 €	39,95 - 4999,95 €	0 - 5999 \$	39,95 - 299 €	0 - 10 \$	10,95 - 29,95 €	-	39,95 €
Verkaufsprovisionen	7 - 45%	8,5 - 12,5% zzgl. 0,05 €	-	5 - 9%	3,5%	3 - 8%	4,5 - 15% zzgl. 0,19 €	6,5 - 12,5%



# Amazon und eBay locken die meisten Käufer



Quelle: Statista

# Marktplatzvergleich Amazon vs. eBay

		
Umsatz 2019 in Mrd. USD	280	85,5
Anteil Händlerumsatz	58%	100%
Anzahl Händler	64.000	125.700
Ø mtl. Händler-Traffic in Mio.	183,7	180,1
Ø mtl. Umsatz je Händler in €	8.130	4.690
Ø jährl. Umsatz je Händler in €	97.560	56.280
Ø Warenkorb in €	20,8	32,5
Ø mtl. Anzahl der Bestellungen	390,9	144,3

---

# 3. CHANCEN UND MÖGLICHKEITEN



# Für wen passt der Aufbau eines eigenen Plattform Business?

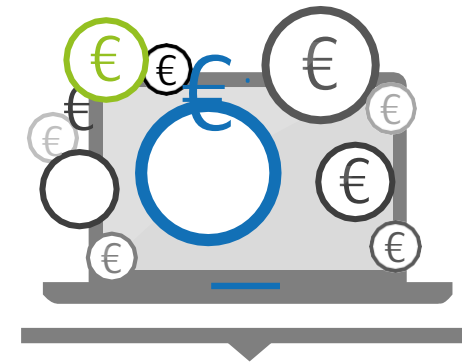
Der Aufbau eines vollautomatischen und profitablen Plattform-Business passt für alle Menschen ...



... die neugierig sind und mehr aus Ihrer Selbstständigkeit herausholen wollen

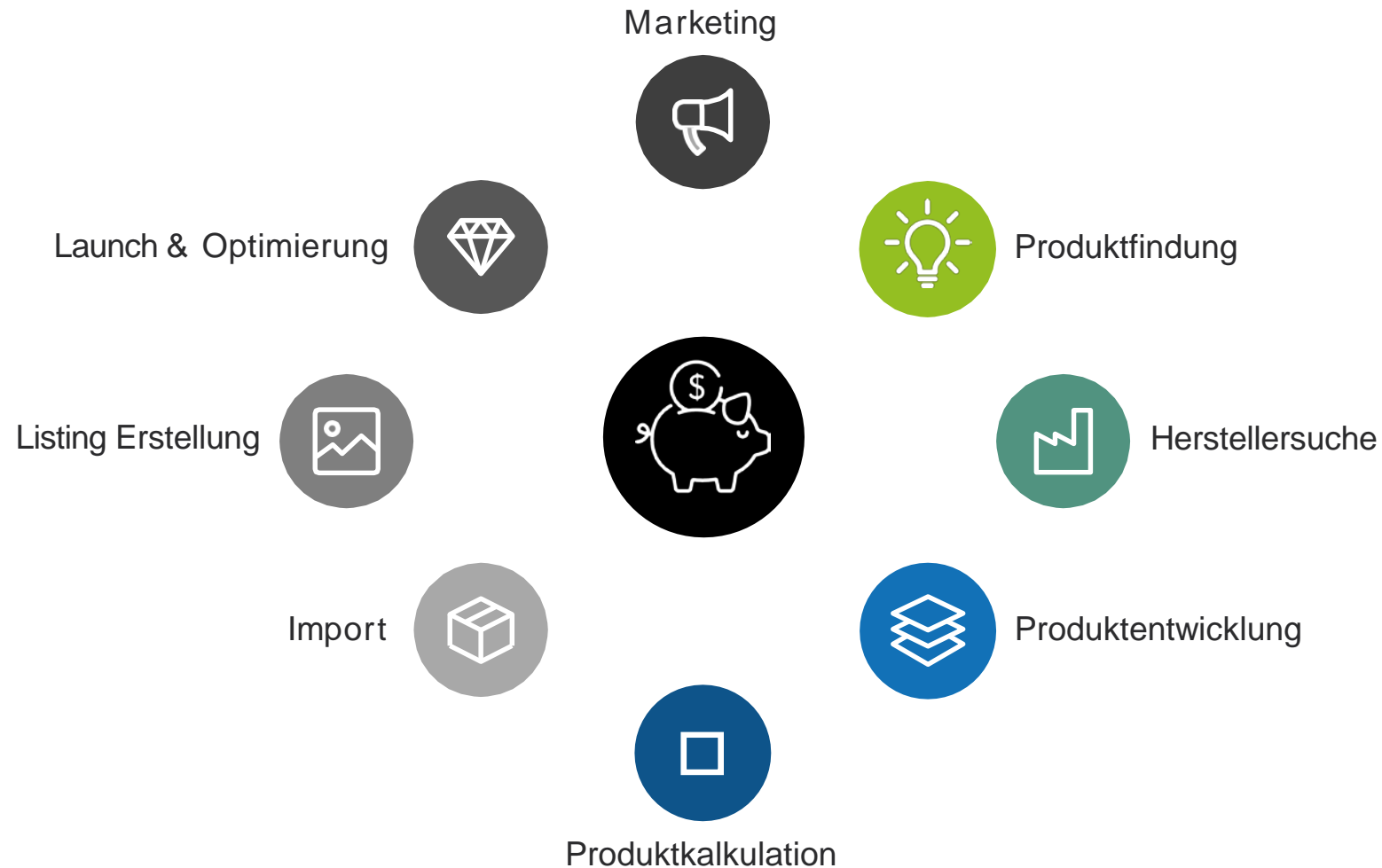


... die das Ziel verfolgen, sich einen lukrativen Nebenverdienst aufzubauen



... die bereits Produkte verkaufen und Ihre Vertriebsmöglichkeiten erweitern möchten

# Wie entwickle ich mein eigenes Plattform Business?



# Schritte beim Aufbau des eigenen Plattform Business

## 1 Produktfindung

Identifizieren Sie anhand von Analysen und Markt-Recherchen profitable und erfolgversprechende Produkte, mit welchen zumindest 5-stellige Monatsumsätze erzielt werden können.

## 2 Herstellersuche

Finden Sie den passenden Hersteller für das ausgewählte Produkt, besorgen Sie Produktsamples, führen Sie Qualitätschecks durch und verhandeln Sie die Konditionen.

## 3 Produktentwicklung

Kümmern Sie sich um die Optimierung des Produktes, entwickeln Sie einzigartige Verkaufsvorteile (USPs) und erstellen Sie ein professionelles Produkt-, Logo- und Verpackungsdesign.

## 4 System Einrichtung

Wählen Sie den für Sie richtigen Marktplatz, melden Sie dort das entsprechende Verkäuferkonto an und kümmern Sie sich um die Systemeinrichtung des entsprechenden Marktplatz-Accounts.

## 5 Import

Nach Bestellung und Bezahlung der Ware beauftragen Sie ein Logistik-Unternehmen, welches sich um die Verzollung und Koordination des gesamten Logistik-Prozesses kümmert.

## 6 Listing Erstellung

Gestalten Sie eine individuelle Produktdetailseite mit professionellen Produktfotos, verkaufsfördernden Texten und einer insgesamt überzeugenden Produktpräsentation.

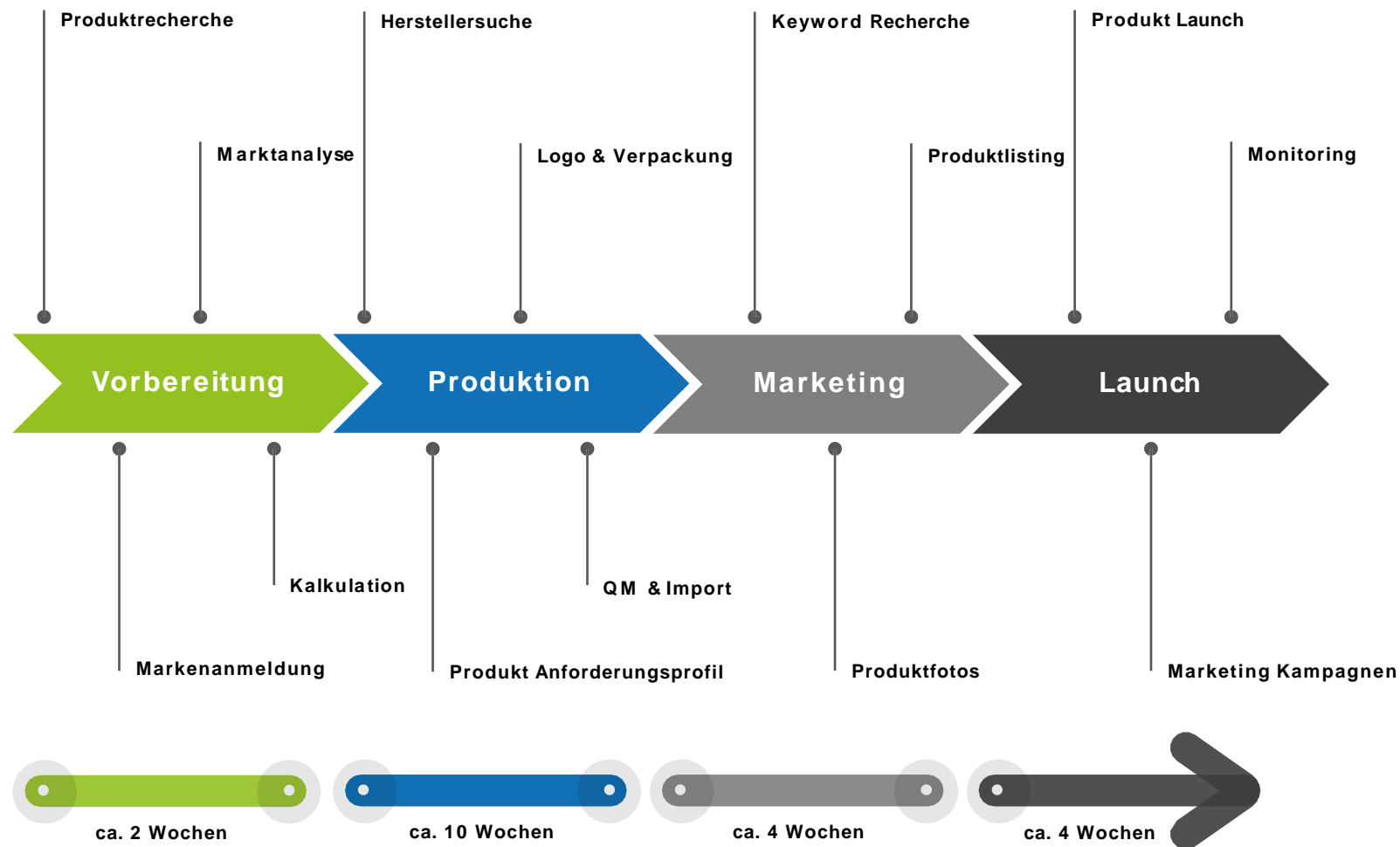
## 7 Launch & Optimierung

Starten Sie mit dem Verkauf auf Ihrem gewählten Marktplatz, sammeln Sie erste Bewertungen und sorgen Sie dafür, dass Ihr Produkt durch kontinuierliche Verkäufe ein echter Erfolg wird.

## 8 Marketing

Sichern Sie nachhaltigen Verkaufserfolg Ihres Produktes durch gezieltes Marketing, ständige Marktbeobachtung und Optimierung hinsichtlich Ranking, Sichtbarkeit und Suche.

# Phasen beim Aufbau des eigenen Plattform Business



# Kriterien bei der Suche nach dem richtigen Produkt

- ★ keine saisonalen Produkte (Check via GOOGLE Trends)
- ★ nicht zu groß (Produkt sollte in eine Schuhschachtel passen, als Richtwert!)
- ★ nicht zu schwer (max. 750 g)
- ★ Opportunity Score in der Allgemeinen Suchemind. 6
- ★ Verkaufspreis: ca. € 15 - € 25
- ★ keine Elektrogeräte (das Produkt sollte keinen Stecker haben!)
- ★ keine leicht zerbrechlichen Produkte
- ★ keine gefährlichen Produkte (Verletzungsgefahr, giftig, usw.)
- ★ keine Medizinprodukte
- ★ einfache Verwendung, kein Benutzerhandbuch notwendig
- ★ keine übermächtigen Markenhersteller im direkten Wettbewerb
- ★ mtl. Verkaufszahlen der ersten 3 / 5 / 10 Verkäufer sollten erreichbar sein
- ★ Bestseller-Rank des ersten Produktes sollte im Idealfall unter Platz 500 liegen
- ★ die ersten 5 Produktes sollten weniger als 300 Bewertungen haben
- ★ es sollte relativ einfach sein, einen Hersteller zu finden (siehe Alibaba!)
- ★ das Produkt sollte nicht in den meisten stationären Läden bereits angeboten werden
- ★ hochwertige Verpackung und Branding sollte möglich sein
- ★ das Produkt sollte nicht zu viele Einzelteile haben
- ★ Gewinnspanne: Produktkosten + Lieferkosten + Zoll = ca. 25% vom VK
- ★ Produktverbesserungen sollten möglich sein (Erarbeitung von USP's!)

---

# 4. ANFORDERUNGEN, RICHTLINIEN

# Marktplatz-Anforderungen und -Richtlinien

keine unzulässigen Artikel

keine mehrfachen identischen Angebote

keine Verkäufe außerhalb der Marktplätze (Umgehung der Gebührenstruktur!)

keine Manipulation von Suchergebnissen

Angabe gültiger Rechtstexte (Impressum, Datenschutz, AGB, Widerruf)

(möglichst) positive Verkäuferbewertungen

(möglichst) positive Produktbewertungen

---

# 5. PRODUKTDATEN-OPTIMIERUNG



# Suchbegriffe

softwaregestützte Analyse

relevante Keywords recherchieren

Synonyme und Wortkombinationen finden

keine Wiederholungen

einzelne Wörter, keine Phrasen

ähnliche Produkte ansehen und lernen

Tipps: Jungle Scout, Helium 10, keywordtool.io

# Produkttitel

Markenname

gängige Produktbezeichnung

Eigenschaften (Material, Farbe, Größe usw.)

Einzigartigkeit

Zertifikate

# Produktbilder

max. Anzahl der verfügbaren Produktbilder verwenden

optimale Präsentation des Produktes

Produkt in den Fokus geben

Licht

Winkel

Umfeld/Umgebung beachten

weißer Hintergrund

# Produktbeschreibung

Erstellung eines verkaufsfördernden Textes

strukturierten Text schreiben

Formatierungsmöglichkeiten nutzen

kein Keyword-Spamming

kein Keyword-Stuffing

# Produktattribute

wichtige Produkteigenschaften hinterlegen

Großbuchstaben am Anfang , kein Satzzeichen am Satzende

Informationen für eine positive Kaufentscheidung zur Verfügung stellen

neben Produkteigenschaften auch den Kundennutzen vorstellen

Keywords einfügen, ohne den Lesefluss zu behindern

# Produktpreis

Produktpreis soll konkurrenzfähig sein

ständige Orientierung am Wettbewerb

Verhältnis Netto-Einkaufspreis : Brutto Verkaufspreis = mind. 1:3

ggfs. Mindestverkaufspreise d. Hersteller beachten

ggfs. Verwendung von Repricing-Tools f. automatisierte Preisanpassung

Tipps: [logicsale.de](https://logicsale.de), [sellerlogic.com/de](https://sellerlogic.com/de), [metoda.com](https://metoda.com), [clousale.com](https://clousale.com)

---

# 6. RANKING, SICHTBARKEIT, SUCHE

# Optimierungsmaßnahmen hinsichtlich Ranking, Sichtbarkeit und Suche

Konversionsrate (Conversion Rate)

Bestseller Rang

positives Bewertungsprofil

Käuferengagement (Suche, Aufruf, Beobachtung, Frage, Kauf)

Artikelhistorie

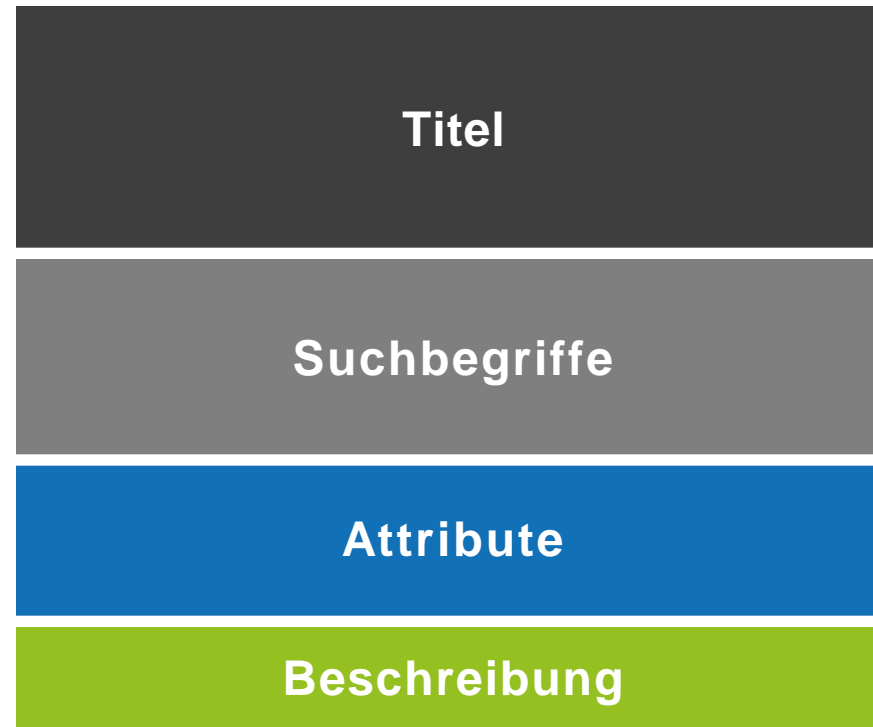
Anzahl der Beschwerden

Antwortrate auf Fragen/Nachrichten/Beschwerden

mehrere Versandarten und Zahlungsoptionen



# Optimierungsmaßnahmen hinsichtlich Ranking, Sichtbarkeit und Suche



---

*Vielen Dank*

für Ihre Teilnahme!

# 7. IHRE FRAGEN



**Oliver Feldkircher**  
Digital Architekt

**digiPULS GmbH**  
Grabenweg 68  
6020 Innsbruck  
Austria



0676 3255250



[o.feldkircher@digipuls.com](mailto:o.feldkircher@digipuls.com)



[www.digipuls.com](http://www.digipuls.com)