

plentystories

Das Kundenmagazin von plentymarkets März 2020

Titelstory:
**ZAHLEN AM POS, IN RATEN UND
WELTWEIT MIT  PayPal**

>> WEGROW TOGETHER <<

Neue plentymarkets Produkte

Auch 2020 wollen wir uns verstärkt auf die Unterstützung großer Händler, Marken und Hersteller fokussieren.

>> Seite 04

plentyBI

Das neue plentymarkets Modul, mit dem zukünftig alle wichtigen Geschäftszahlen einfach überblickt werden können.

>> Seite 06

CERES 5.0

Vorhang auf für Ceres 5.0! Nach weiteren Umbauten ist Ceres so schnell und flexibel wie nie zuvor.

>> Seite 18

PAYPAL PRÄSENTIERT: DIE BUSINESS DEBIT MASTERCARD®

Greifen Sie mit der neuen PayPal Business Debit Mastercard® jederzeit auf Ihr PayPal-Guthaben zu. Weltweit online und im Geschäft bezahlen oder Geld am Automaten abheben – ohne monatliche Gebühr und mit 0,5 % Cashback auf jeden Einkauf.*

Mehr Informationen unter
paypal.com/de/businessdebit



* Cashback-Auszahlung erfolgt im Folgemonat.

Vorwort GEMEINSAM WEITER WACHSEN

„WE GROW TOGETHER“ ist unser diesjähriges Kongressmotto und gleichzeitig auch das Leitthema für unsere Produktentwicklung und Partnerwelt. Auch in 2019 sind plentymarkets Händler im Schnitt ordentlich gewachsen. Der klare Trend: Der Anteil der großen Händler, die monatlich oder sogar täglich mehrere tausend Bestellungen umsetzen, steigt.

Unser großes Anliegen ist es, unsere Händler in ihrem Wachstumsprozess zu unterstützen. Dies erreichen wir, indem wir stetig weitere Verkaufskanäle an plentymarkets anbinden und bestehende Integrationen weiter ausbauen. Zudem haben wir Schritt für Schritt alle Kernmodule in die Cloud gebracht – dies bedeutet maximale Flexibilität und Skalierbarkeit für unsere Kunden. Damit sind wir als Softwareanbieter vorangegangen und gehen nun noch einen Schritt weiter:

Die plentymarkets Software-as-a-Service-produktfamilie wird erweitert um ein Plattform-as-a-Serviceprodukt: plentymarkets ENTERPRISE. Analog zu plentymarkets PLUS wird auch plentymarkets ENTERPRISE mit Key-Account- und Projekt-Betreuung angeboten. Daneben wird ENTERPRISE in einer eigenen Cloud-Umgebung pro Installation betrieben. Dadurch können wir noch individueller auf Kundenbedürfnisse eingehen. Wir richten uns mit diesem Produkt an große Händler und Hersteller, die sehr dynamisch wachsen möchten.

Einfachheit, Performance und Skalierbarkeit sind uns weiterhin wichtig. Dies wird auch bei den jüngst veröffentlichten Updates in den Bereichen Artikeldaten, Datenimport oder Backend spürbar. Besonders stolz sind wir auf die neue Version 5 von plentySHOP. Hier lag der Fokus auf der mobilen Ladezeit,

welche um gut 100% verbessert wurde und damit im Marktvergleich weit vor anderen Shopsystemen liegt.

Datenanalysen und Statistiken (BI) sind aus unserer Sicht unabdingbar, um richtige Entscheidungen zu treffen. Hier sehen wir uns unseren Händlern gegenüber in der Verantwortung, die dafür passenden Tools anzubieten. Wir freuen uns darauf, im März eine erste Produktvorschau zeigen zu können und das Modul plentyBI in diesem Jahr weiter auszubauen.

Jan Griesel
Founder & CEO

Bernhard Weiß
Vorstand | CBDO



INHALT

03	Vorwort	14	Daten im- und exportieren	24	plenty POS
04	Neue plentymarkets Produkte	15	Bessere Geschäfte mit dem Händlerbund Campus	26	paydirekt: Mit Sicherheit mehr Vorteile für den Handel
05	plentymarkets Support und Services	16	Interview: Bildung trifft auf E-Commerce	28	Systemeinstellungen übertragen
06	plentyBI	18	Ceres 5.0	29	MyView: Individuelle Masken nach Maß
07	Einfachheit als Vision	19	Konfliktlösung von PayPal direkt in plentymarkets	31	Pulpo WMS und plentymarkets
08	Zahlen am POS, in Raten und weltweit mit PayPal	20	So bewerten wir unsere Partner	32	Termine
10	Neue Features für Amazon	21	plentyDevTool	33	Dienstleister
12	Der Katalog - dein neues Exportmodul!	22	Success Story desiary.de		
13	In wenigen Schritten zum Auftrag				

Neue plentymarkets Produkte: plentymarkets PLUS und ENTERPRISE

Im Verlauf des Jahres 2019 verzeichneten wir ein Wachstum von rund 50 Prozent im Bereich des Key-Account-Managements und wollen uns daher auch 2020 verstärkt auf die Unterstützung großer Händler, Marken und Hersteller fokussieren.

Um die steigenden Anfragen von Händlern mit individuellen Anforderungen und das damit verbundene Projektgeschäft effizient abwickeln zu können, wurden bei plentysystems im vergangenen Jahr weitere Ressourcen und neue Strukturen aufgebaut. So erhalten PLUS-Kunden Zugang zum plentymarkets Key-Account-Management, wo sie durch persönliche Ansprechpartner und Beratung beim Einstieg mit plentymarkets und auch bei der Entwicklung des eigenen Unternehmens aktiv durch die plentysystems AG unterstützt werden.

Nach der erfolgreichen Einführung von plentymarkets PLUS präsentieren wir nun mit ENTERPRISE ein Produkt für große

Händler. Neben dem Geschäftsmodell ist die Bereitstellung in einer eigenen Cloud-Umgebung das primäre Unterscheidungsmerkmal zu plentymarkets PLUS und anderen plentymarkets Produkten.

plentymarkets ENTERPRISE im Detail

Bei plentymarkets ENTERPRISE erfolgt keine transaktionsbezogene Abrechnung, wodurch die Budgetierung der jährlichen Lizenzkosten stark vereinfacht wird. Dieses Produkt richtet sich an Händler ab einem monatlichen Bestellaufkommen von 200.000 Bestellungen.

Die Service-Vorteile des plentymarkets Key-Account-Managements stehen künftig auch ENTERPRISE-Kunden zur Verfügung. Gleiches gilt auch für den Zugriff auf unsere Projekt-Teams, wodurch eine reibungslose Implementierung unserer E-Commerce-Software in die bestehende IT-Landschaft ermöglicht wird.

Um den Bedarf großer Händler nach maximaler Skalierbarkeit zu gewährleisten, wird plentymarkets ENTERPRISE in einer eigenen Paas-Umgebung (Platform-as-a-Service) in der Cloud bereitgestellt. Speicher- und Serverkapazitäten werden bedarfsgerecht und schnell erweiterbar ausschließlich für sie und ihre Daten durch das plentymarkets Cloud-Team vorgehalten und überwacht. Dadurch steht ihnen stets die höchste Performance für einen optimalen Betrieb von plentymarkets zur Verfügung - auch unter höchster Beanspruchung.

„In plentymarkets ENTERPRISE fließt unsere jahrelange Erfahrung mit der Bereitstellung von plentymarkets als erweiterbarer E-Commerce-Plattform in einer sicheren Cloud-Umgebung ein. Wir ermöglichen damit großen Händlern, dynamisch weiter zu wachsen und schnell neue Märkte und Verkaufskanäle erschließen zu können.“, so Jan Griesel, Gründer und Vorstand der plentysystems AG.

IMPRESSUM

REDAKTION & HERAUSGEBER

plentysystems AG
Bürgermeister-Brunner-Str. 15
34117 Kassel

REDAKTEURE

Jan Griesel, Bernhard Weiß, Heidi Pfannes

EDITORIAL DESIGN

Lutz Reimer, www.querwerk-kassel.de

FOTOS

istockphoto.com, www.shutterstock.com,
www.unsplash.com

TELEFON +49 561. 98 681 100

E-Mail sales@plentymarkets.com

www.plentymarkets.com

Amtsgericht Kassel HRB 17848
USt-IdNr. DE250560740

plentymarkets SUPPORT UND SERVICES

In unserem agilen Unternehmen stehen Flexibilität und die Suche nach Verbesserungen an erster Stelle. So gehört es bei uns zum

Tagesgeschäft, im Austausch mit unserer Community aus Anwendern und Partnern am nächsten Coup zu feilen. Diesmal durch-

gesetzt hat sich der Telefonsupport, der unser Support- und Serviceangebot hervorragend ergänzt. **Hier alle Services im Überblick:**



Das Forum: Join the community!

Das plentymarkets Forum ist die kostenfreie Plattform, auf der sich plentymarkets Mitarbeiter, Händler und Partner täglich gegenseitig Hilfestellung geben. Das Forum wurde 2016 ins Leben gerufen und hat mittlerweile rund 15.000 aktive Mitglieder. Hier bringst du deine Anliegen vor und erhältst schnell Support von den richtigen Ansprechpartnern. Außerdem kannst du von wertvollen Tipps und Tricks aus der Praxis für dein Business profitieren und dich austauschen.



NEU dabei: Telefonsupport

Telefonischer Support ist ein ergänzendes, kostenpflichtiges Angebot zum kostenlosen Foren-Support und wird mit 2 Euro* zzgl. USt. pro Minute berechnet. Während der Einführungsphase erhalten Kunden mit den Produkten PRO, PLUS und ENTERPRISE die Möglichkeit, telefonischen Support von **Montag bis Freitag zwischen 8.00 und 17.00 Uhr** in Anspruch zu nehmen. Wir planen, später auch Kunden mit dem Produkt BASIC telefonischen Support anzubieten.

Support-Hotline national+49 561 98 681 120

Support-Hotline international+49 561 98 681 121

Nachdem du die Support-Hotline angewählt hast, erfolgt eine PIN-Abfrage. Diese PIN findest du in deinem „Mein Konto“-Bereich des plentymarkets Systems.

Wieviel Support bereits in Anspruch genommen wurde, wird im „Mein Konto“-Bereich über das Tab „Messenger“ transparent dargestellt.

*Es entstehen zusätzlich die Verbindungskosten bei deinem Telefonanbieter.



Systemeinrichtung und Consulting durch unsere Mitarbeiter

Damit du bei plentymarkets direkt durchstarten kannst, unterstützen wir dich gerne persönlich bei der Systemeinrichtung. Direkt bei dir vor Ort, in unseren Räumlichkeiten oder via Fernwartungssoftware. Wir richten das System gemeinsam mit dir ein, oder du erhältst ein fertiges System nach deinen schriftlich eingereichten Anforderungen, sodass du sofort loslegen kannst! Auch nach der Ersteinrichtung unterstützen wir dich gerne bei der Erschließung neuer Vertriebskanäle, der Anbindung von Dienstleistern oder der Automatisierung deines Systems.

Alle Informationen zu unseren Angeboten findest du stets unter www.plentymarkets.eu/service



plentyKnowledge mit Handbuch und Tutorials

Wenn du möchtest, begleiten dich unsere Schritt-für-Schritt-Videos und das plentymarkets Handbuch jederzeit als Nachschlagewerk und Einrichtungshelfer.



Die Service-Hotline hilft!

Du hast eine generelle Frage, oder du weißt einfach nicht so richtig, wohin mit deinem Anliegen? Dann stehen dir unsere Mitarbeiter an der kostenlosen Service-Hotline mit Rat und Tat zur Seite und beraten dich gern zu unserem Service-Angebot.

Wir freuen uns auf dich unter +49 561 98 681 100.

plentyBI DIE NEUE MÖGLICHKEIT, DEINE GESCHÄFTSZAHLEN ZU ÜBERBLICKEN

plentyBI ist ein neues plentymarkets Modul, mit dem zukünftig alle wichtigen Geschäftszahlen in einfach einzurichtenden Dashboards übersichtlich dargestellt werden können. Auf dem diesjährigen Kongress in Kassel präsentieren wir die erste Produktvorschau. In den folgenden Monaten wird die Anzahl der Kennzahlen deutlich ausgebaut.

Warum implementieren wir ein BI-Modul?

BI steht für Business Intelligence und analysiert deine Geschäftszahlen gemäß deiner gewählten Vorgaben. Dass wir uns für die Integration einer solchen Lösung entschieden haben, hat einen wichtigen Grund: Wir sehen, dass viele Händler keine Datenanalyse-Software im Einsatz haben und stattdessen Daten manuell, beispielsweise in Excel, zusammenführen. Gleichzeitig werden immer mehr Vertriebskanäle ge-

nutzt, wodurch die Anzahl der Datenquellen sowie der manuelle Aufwand für die Analyse steigen. Mit plentyBI wird die Datenanalyse für unsere Händler zukünftig deutlich leichter.

Welche Daten können verarbeitet werden?

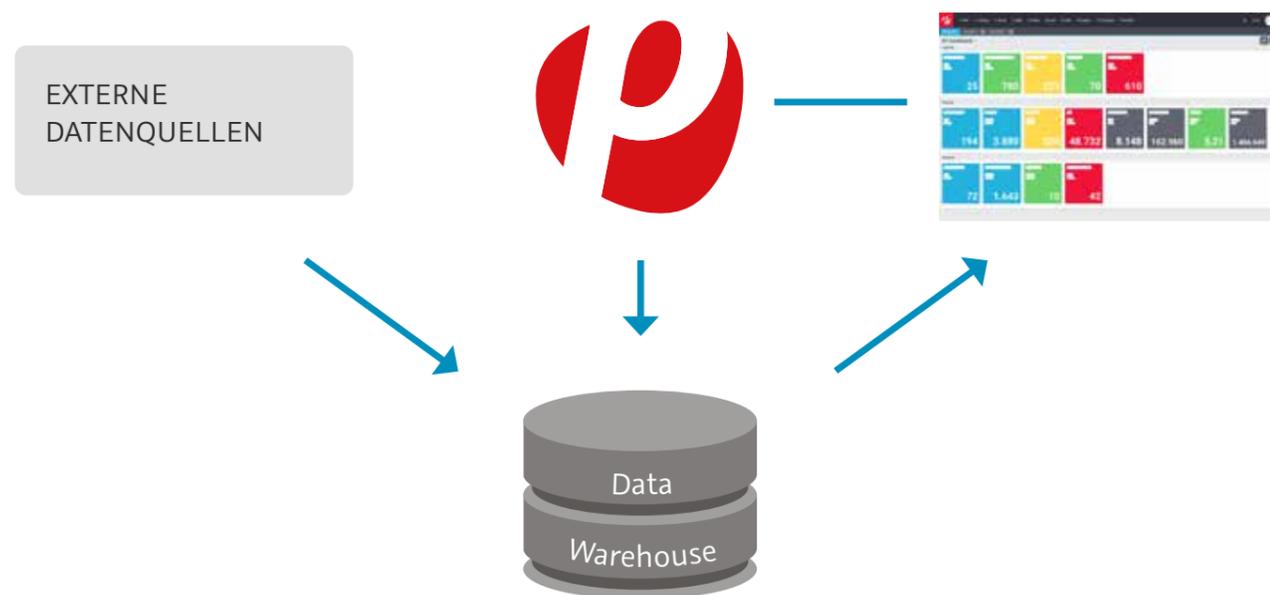
Das Grundkonzept unserer BI-Lösung ist einfach: Wir schreiben täglich alle relevanten Daten des Vortags in unser Data Warehouse. Hierbei können sowohl Daten aus den plentymarkets Datenbanken, als auch externe Daten importiert werden. Anschließend erfolgt die Berechnung der Kennzahlen nach den individuellen Vorgaben des Händlers. Zukünftig planen wir auch eine Berechnung im On-Demand- bzw. Live-Modus. Bisher haben wir die technischen Grundlagen geschaffen und können nun schrittweise weitere Datenquellen integrieren.

Wie sieht das Ganze dann aus?

Die Visualisierung der Berechnungsergebnisse erfolgt über Dashboards, die frei eingerichtet werden können. Neben Graphen gehören Kacheln zu den ersten Darstellungsoptionen. Kacheln sind besonders wichtig, weil diese einen schnellen Überblick der wichtigsten Kennzahlen ermöglichen. Zudem können Kacheln regelbasiert eingefärbt werden. So ist auf einen Blick sichtbar, wo unter Plan gearbeitet wird und damit die Aufmerksamkeit des Händlers gefordert ist.

Das neue Dashboard ...
... basiert auf unserer neuen Technologie myView. Das bedeutet, dass die Benutzeroberfläche für den Benutzer frei konfigurierbar ist – ganz einfach per Drag & Drop.

plentyBI KONZEPT



EINFACHHEIT ALS VISION

Die Bedienung einer komplexen Software wie plentymarkets möglichst einfach zu gestalten, ist unser Ziel – und stellt für unsere Software-Entwickler gleichzeitig eine große Herausforderung dar. Auf dem letztjährigen Online-Händler-Kongress präsentierte Gründer und Vorstand Jan Griesel in seiner Keynote Lösungsansätze, wie der Umgang mit der plentymarkets Software entscheidend vereinfacht werden kann. Für die neugegründete plentySystems AG wurde Einfachheit so zur Vision.

Als Mittel der Wahl wurden in der Keynote Assistenten vorgestellt. Wer hierbei sofort an „Karl Klammer“, die mitunter aufdringliche Büroklammer aus den Office-Anwendungen der späten 90er-Jahre denke, den können wir beruhigen. Bei unseren Assistenten handelt es sich um praktische Helfer, die wie ein roter Faden einfach und selbsterklärend Schritt für Schritt durch die plentymarkets Grundeinrichtungsprozesse führen. Im Handumdrehen kann so die plentymarkets Software selbstständig eingerichtet werden.

Leichter Einstieg in den E-Commerce

Die wesentliche Funktion der Assistenten ist also die Unterstützung bei der Einrichtung des Systems und damit ein leichter Ein-

stieg in die plentymarkets Welt. Aber auch für verschiedene andere Kernfunktionen, wie Marktplätze oder Zahlungsarten, gibt es inzwischen Assistenten, die den Händler bei der Einrichtung unterstützen. In der Entwicklung der Assistenten wurde großer Wert darauf gelegt, dass diese die Sprache des Kunden sprechen und ihn Schritt für Schritt durch die Einrichtung begleiten. Unser Anspruch an einen Assistenten ist es, einfach bedienbar zu sein und wesentlich zur Erleichterung der Arbeit in plentymarkets beizutragen. Fehlkonfigurationen bei der Einrichtung können so nahezu ausgeschlossen werden. Außerdem wird der Händler durch schnelle Erfolgserlebnisse motiviert tiefer in die plentymarkets Welt einzutauchen.

Abbau von Komplexität

Zugegeben, der Umfang von plentymarkets ist auf den ersten Blick beeindruckend. Eine Software mit derart vielen Marktplatzanbindungen, Zahlungsanbietern und Versanddienstleistern ist komplex. Komplexität muss aber nicht gleichbedeutend mit kompliziert sein. plentymarkets hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Handhabung eines komplexen Systems zu vereinfachen. Hier setzen die Assistenten an, durch deren Einführung wir die Komplexität der Software

mit einer möglichst unkomplizierten Bedienung kombinieren wollen. Am Ende dieser Entwicklung steht dann eine komplexe Software, die sich durch ihr einfaches Handling auszeichnet. Damit wird auch die tägliche Arbeit mit plentymarkets wesentlich vereinfacht. Es ist beispielsweise jetzt schon möglich, komplette Artikel- oder Variantimporte mit Hilfe von Assistenten abzuwickeln, ohne vorher mit dem ElasticSync gearbeitet zu haben. Der ElasticSync wird in diesem Fall beim Durchlaufen des Assistenten automatisch im Hintergrund angelegt und kann nach Abschluss des Assistenten direkt für den Import von Artikeldaten genutzt werden.

Ausbau von Einfachheit

Ein Jahr nach der Keynote von Jan Griesel verfügt plentymarkets über eine Vielzahl von nützlichen Assistenten, die sich aufmachen, die Systemeinrichtung wesentlich zu vereinfachen. Und auch zukünftig werden wir verstärkt auf Assistenten setzen. Für den plentymarkets Nutzer wird es in absehbarer Zeit sogar möglich sein, mithilfe von Assistenten verschiedene Prozesse im System anzulegen, um die Automatisierung der Software voranzutreiben. Als plentymarkets Händler darfst du also auch weiterhin auf die Entwicklungen im Bereich Assistenten gespannt sein.



Photo by Radek Grzybowski on Unsplash

Mehr Flexibilität beim Bezahlen für Käufer und Händler: ZAHLEN AM POS, IN RATEN UND WELTWEIT MIT PayPal

Kartenzahlung am POS akzeptieren und keinen Umsatz mehr verpassen, Ratenzahlung einfach anbieten oder mit dem Guthaben und einer Debit Mastercard Einkäufe bezahlen: PayPal macht das Bezahlen so flexibel, einfach und vielfältig wie noch nie.

Viele Händler haben heute ein PayPal-Geschäftskonto, kennen und schätzen die Vorteile dieser umfassenden Zahlungslösung. Doch längst nicht jeder Händler nutzt alle Möglichkeiten, die PayPal bietet. Dabei ist es ein großer Vorteil, wenn das Bezahlen für beide Seiten – den Käufer und den Händler – flexibler und vielfältiger wird. Es ergibt sich eine Win-Win-Situation: Der Kunde freut sich, dass er einfach, überall und auch in Raten bezahlen kann. Und der Händler kurbelt sein Business an, indem er seine Kanäle erweitert und so keinen Umsatz mehr verpasst.

Händler verfügen weltweit über ihr Guthaben

Wenn Du als Händler ein PayPal-Geschäftskonto hast, dann kannst du selbst dein Guthaben für deinen Einkauf nutzen – ohne, dass der Umweg über dein Bankkonto not-

wendig ist. Mit der PayPal Business Debit Mastercard kannst du überall bezahlen, wo Mastercard akzeptiert wird – online oder direkt im Ladengeschäft. Bezahlt wird direkt mit dem PayPal-Guthaben. Dieses muss nicht aufgeladen werden, sondern die Debitkarte nutzt bei aufgebrauchtem Guthaben automatisch das im PayPal-Konto hinterlegte Bankkonto.

Zudem genießt jeder Händler mit der PayPal Business Debit Mastercard alle Vorteile einer normalen Kreditkarte, aber mit weltweiter Flexibilität. Du kannst beispielsweise rund um den Globus Bargeld von deinem PayPal-Geschäftskonto abheben oder deinen Kontostand abfragen. Das klappt an jedem Geldautomaten mit dem Mastercard-Symbol – und das weltweit für eine Pauschale von je 2 Euro (nur der Geldautomat selbst kann zusätzliche Gebühren verlangen). Außerdem fallen weder Wechselkursgebühren noch monatliche Gebühren an. Händler sparen so Umrechnungsgebühren für Zahlungen im Ausland, im Internet oder im Geschäft vor Ort.

Cashback beim Geld ausgeben

Es gibt außerdem noch einen Bonus: Händler können beim Geld ausgeben gleich Geld verdienen. Bei autorisierten Zahlungen fließen 0,5 Prozent Cashback direkt auf das PayPal-Geschäftskonto. Der Vorteil gilt ohne Deckelung oder Einschränkung – im Laden und online. Der Cashback-Betrag wird dem PayPal-Geschäftskonto regelmäßig im Folgemonat gutgeschrieben.

Ansonsten behalten Händler mit der Debitkarte auf ihrem PayPal-Konto wie gewohnt Einnahmen und Ausgaben im Überblick. Alles läuft über ein Konto, ohne monatliche Gebühren und ohne Geld auf das Bankkonto überweisen zu müssen.

Genauso einfach wie das Handling ist die Beantragung der Karte: Statt Formulare auszufüllen und Genehmigungsverfahren abzuwarten, reicht es, sich mit dem PayPal-Geschäftskonto anzumelden (oder eines zu eröffnen), um die Karte beantragen zu

können. Dann einfach nach dem Erhalt zur Aktivierung der Karte in das Konto einloggen, und schon kann das Bezahlen im Laden und online losgehen!

Kartenzahlung am POS schnell und einfach einrichten

Es wäre ärgerlich, als Händler im Laden Umsätze zu verpassen. Wenn Händler ihren Kunden am POS ausschließlich eine Barzahlung anbieten, passiert aber genau das. Ein einfaches Gegenmittel ist iZettle. Händler, die sich über ihr bestehendes PayPal-Geschäftskonto bei iZettle registrieren (www.PayPal.de/iZettle), können in ihrem Laden tagsüber Kartenumsätze über das iZettle-Gerät entgegennehmen und diese über Nacht in einem Rutsch auf ihr PayPal-Konto übertragen lassen. Damit landen dann sowohl die online mit PayPal empfangenen Umsätze als auch die Umsätze der über das iZettle-Gerät abgewickelten Zahlungen auf dem PayPal-Konto.

Zum Start von iZettle brauchen Händler nur den iZettle-Kartenleser. Mit der iZettle App können sie das Gerät mit dem Smartphone koppeln. Der iZettle-Kartenleser überzeugt durch die sofortige Bluetooth-Kopplung und eine lange Batterielebensdauer. Zudem ist er kompakt und leicht, aber trotzdem robust genug für den fortlaufenden Einsatz an einem geschäftreichen Arbeitstag. Und Bezahlen mit iZettle ist schnell: Zahlungen können damit in weniger als 10 Sekunden abgewickelt werden, kontaktlose Zahlungen sogar in nicht einmal 5 Sekunden. Einfach einschalten und den Kunden bedienen. „Dank iZettle spare ich jetzt so viel Zeit, die ich in den Ausbau weiterer Geschäftsbereiche stecken kann,“ erklärt Emma Bee von The Lifestyle Shop.

Keine Fix- oder Monatsgebühren

Bei iZettle fallen keine Einrichtungs-, Fix- oder Monatsgebühren an. Ein iZettle-Kartenleser kostet einmalig 79 EUR. Die Transaktionsgebühren liegen bei EC-Karten bei 0,95 Prozent – bei anderen Karten bei bis

zu 2,75 Prozent. Mit schnellen und einfachen Kartenzahlungen können Händler ihren Umsatz steigern, denn mit der Anschaffung eines iZettle-Kartenlesers stellen sie sich auf das veränderte Bezahlverhalten ihrer Kunden ein. Laut der EHI-Studie „Kartengestützte Zahlungssysteme 2019“ waren im Februar 2019 bereits 21,2 Prozent aller Girocard-Transaktionen kontaktloszahlungen, bei Kreditkarten lag der Anteil mit 28,2 Prozent sogar noch höher – Tendenz weiter steigend. „Mir ist wichtig, dass mein Kassensystem nicht wie eine sperrige alte Registrierkasse aussieht und Zahlungen schnell und reibungslos ablaufen. iZettle erfüllt mir – und meinen Kunden – beide Wünsche,“ sagt Carolin Dunkel von April First.

Nicht zuletzt stimmt auch die Sicherheit: Denn die Sicherheitsfunktionen des Kartenlesers verhindern Manipulationen am Gerät.

Schnell kaufen, bequem in Raten zahlen

Ratenzahlung bedeutet für Händler und Kunden mehr Flexibilität. Die Kunden können online auch teurere Artikel auswählen und sofort kaufen, jedoch bequem in Raten abbezahlen. Mit PayPal ist das Handling der Ratenzahlung für den Käufer sehr einfach: er wählt nach dem Einloggen ins PayPal-Konto einfach die Option „PayPal Ratenzahlung“ aus. Mit wenigen Klicks kann er dann einfach und schnell einen Antrag auf Ratenzahlung stellen, über den in Echtzeit entschieden wird. Wird der Antrag bewilligt, kann der Teilzahlungsvertrag mit PayPal abgeschlossen und der Kauf bestätigt werden.

Um PayPal Ratenzahlung nutzen zu können, braucht der Käufer zunächst einmal ein deutsches PayPal-Privatkonto, in dem ein Bankkonto als Zahlungsquelle hinterlegt und bestätigt ist. Derzeit steht die Option der Ratenzahlung ab einem Warenkorbwert von 199 Euro zur Verfügung – der maximale Bestellwert beträgt 5.000 Euro.

Größere Anschaffungen kann der Kunde so bequem sofort tätigen und dann über 12 Monate in Raten bezahlen. Eine Sondertilgung oder eine vorzeitige Rückzahlung ist jederzeit und ohne Aufschlag möglich.

Ohne Umwege zur Post oder zur Bank wird der Antrag komplett online und in Echtzeit geprüft. Im PayPal-Konto bleiben alle offenen Ratenzahlungen im Blick.

Noch einfacher, noch schneller: Die neue PayPal Ratenzahlung auch für Händler interessant

Wenn du als Händler bereits die Zahlart PayPal anbietest, kannst du deinen Kunden jetzt auch automatisch die PayPal Ratenzahlung ermöglichen, ohne neuen Aufwand für die Integration betreiben zu müssen. Zudem fallen keine extra Gebühren für die Ratenzahlung an, sondern nur die normalen Transaktionsgebühren. Auch ein zusätzliches Risiko entfällt, denn das Risiko, sowie das Forderungsmanagement, übernimmt PayPal.

Aus Händlersicht ist die Ratenzahlung ebenfalls eine lohnende Option. Denn wenn der Händler diese Möglichkeit anbietet, kaufen Kunden gerne hochpreisige Produkte und die Chance auf vollere Warenkörbe steigt.

„Wir finden, dass das deutlich einfacher ist, als die klassische Finanzierung, wo ich etwas ausdrucken, zur Bank gehen und mich verifizieren muss. Da haben wir Medienbrüche zwischen online, dem Ausdrucken und zur Post gehen“, erklärt Alexander Bretfeld, Teamleiter Marketing bei Gravis.

Händler können ihre Kunden aktiv auf die Ratenzahlungsoption hinweisen. Logos, die vor dem Bezahlen auf diese Möglichkeit aufmerksam machen, finden Sie auf www.PayPal.de/ratenzahlung.

Fazit: Mehr Flexibilität bedeutet mehr Umsatz

Die Bezahlmethode PayPal ist nicht nur flexibel, sie bietet auch Vorteile und Anreize für beide Seiten und bringt so immer mehr Umsatz: Händler sparen Gebühren und profitieren vom Cashback beim Bezahlen mit ihrem PayPal-Guthaben. Kunden können am POS nicht nur bar, sondern mit Karte oder/und kontaktlos bezahlen. Online ist es leichter, hochpreisige Produkte zu bestellen, wenn der Kunde bequem in Raten bezahlen kann. Eine Win-win-Situation also für beide Seiten – und gleich-

zeitig eine Motivation für den Kunden, an gleicher Stelle immer wieder gerne einzukaufen.



VCS, Vendor, FBA Inbound: NEUE FEATURES FÜR AMAZON

Auch dieses Jahr gibt es im Bereich Multi-Channel wieder einiges zu berichten, denn 2020 steht ganz im Zeichen des E-Commerce-Riesen Amazon. So wurde nicht nur Amazon VCS, Amazons Umsatzsteuerberechnungsservice, weiterentwickelt und mit neuen Optionen zur Rechnungserstellung ausgestattet, sondern mit FBA Inbound auch ein Feature entwickelt, mit dem Umbuchungen in FBA-Lager zum Kinderspiel werden. Aber das ist noch lange nicht alles: Mit Amazon Vendor wartet ein Plugin auf dich, mit dem du deine Artikel in bester B2B-Manier direkt an Amazon als Kunden verkaufen kannst.

Mit Amazon VCS mehr Flexibilität bei der Rechnungserstellung

In plentymarkets kannst du Amazon VCS bereits seit einiger Zeit nutzen. Hier noch mal eine kleine Auffrischung: Mit dem Umsatzsteuerberechnungsservice berechnet Ama-

zon die Umsatzsteuer und erstellt je nach Einstellung automatisiert Rechnungen für deine Amazon-Aufträge. Die neuen Integrationen für Amazon VCS ermöglichen es dir, die Rechnungserstellung für Amazon-Rechnungen in plentymarkets vollkommen flexibel zu gestalten, denn du kannst zwischen verschiedenen Optionen wählen: dem Komplettpaket VCS, der abgespeckten Version VCS Lite oder der Do-it-yourself-Variante IDU. Dabei entscheidest du, ob Amazon-Rechnungen mit Rechnungsdaten aus Amazon oder plentymarkets erstellt werden und wie Rechnungen generiert und auf Amazon zur Verfügung gestellt werden.

Wählst du Amazon VCS, berechnet Amazon die Umsatzsteuer und erstellt Rechnungen, die Kunden auf Amazon herunterladen können. Entscheidest du dich für VCS Lite, stellt Amazon dir die Rechnungsdaten zur Verfügung, mit denen Rechnungen in plentymarkets erstellt und anschließend automa-

tisch bei Amazon hochgeladen werden. Mit IDU (das heißt Invoice Document Uploader und bedeutet eigener Rechnungs-Upload ohne Nutzung des Umsatzsteuerberechnungsservices) hast du alles selbst in der Hand: Du erstellst Amazon-Rechnungen mit Rechnungsdaten und Umsatzsteuerberechnung aus plentymarkets und lädst die Rechnungen per Ereignisaktion bei Amazon hoch. Mit VCS Lite oder IDU kannst du außerdem deine eigenen Rechnungsvorlagen nutzen.

Das Beste ist: Alle Optionen sind bereits in plentymarkets integriert und du hast bei Erstellung und Upload von Amazon-Rechnungen freie Hand! Und ganz egal, für welche Variante du dich entscheidest: Du sparst Zeit, denn deine Kunden können Rechnungen bequem bei Amazon herunterladen, sodass du Rechnungen nicht mehr per E-Mail versenden musst.

Service	VCS	VCS Lite	IDU
Wer erstellt die Rechnung?	Amazon	plentymarkets	plentymarkets
Welche Daten werden verwendet?	Rechnungsdaten von Amazon	Rechnungsdaten von Amazon	Rechnungsdaten von plentymarkets
Kunde kann Rechnung auf Amazon abrufen	✓	✓	✓
Rechnungs-Upload durch plentymarkets	✗	✓	✓
In plentymarkets integriert	✓	✓	✓

Doch das sind noch längst nicht alle News zum Thema Amazon: In unserer Plugin-Schmiede wurde fleißig entwickelt und nun steht auch das Amazon Vendor-Plugin in den Startlöchern!

Mit dem Amazon Vendor-Plugin Verkäufe an Amazon verwalten

Als Amazon-Seller kennst du bestimmt Seller Central, das Portal für alle Amazon-Händler, aber kennst du auch schon Amazon Vendor Central? Beim Vendor-Pro-

gramm von Amazon agierst du als Vendor und verkaufst deine Ware direkt an Amazon, das heißt also, du lieferst deine Produkte an Amazon. Als Lieferant brauchst du dich um nichts weiter zu kümmern, denn Amazon verkauft deine Produkte und übernimmt Lagerung, Versand und Kundenservice. Am Vendor-Programm können ausgewählte

Händler teilnehmen, die eine Einladung von Amazon erhalten.

In plentymarkets richtest du Amazon Vendor mit dem neuen Vendor-Plugin komfortabel per Assistent ein. Mit dem Plugin hast du die Möglichkeit, mehrere Vendor-Konten zu verwalten, und natürlich kannst du



eingehende Aufträge annehmen oder ablehnen. Das Plugin erlaubt es dir zudem, mehrere Aufträge zusammenzufassen und vieles mehr. Wenn du also für Amazon Vendor in Frage kommst, probiere es doch einfach mal aus!

Du versendest deine Artikel lieber weiterhin mit FBA, dem Rundum-sorglos-Paket von Amazon? Kein Problem, denn auch hier steht dir ein neues Tool zur Verfügung, das Nachlieferungen an FBA-Lager noch einfacher macht.

Dank FBA Inbound werden Umbuchungen zum Kinderspiel

Mit FBA Inbound liefern wir dir ein weiteres Feature für Amazon, mit dem du Wa-

renumbuchungen an Amazon-Lager ganz bequem aus plentymarkets heraus verwalten kannst. Gute Neuigkeiten, wenn du FBA-Händler bist und deinen FBA-Bestand in Amazon-Lagern immer auf dem neuesten Stand halten möchtest.

Im Großen und Ganzen besteht der Umbuchungsprozess aus zwei Schritten: Du legst zuerst die Umbuchung in plentymarkets an und bereitest dann den Versand der Ware vor. Das heißt, du bestimmst zunächst, welche Artikel in ein FBA-Lager umgebucht werden sollen. Amazon informiert dich darüber, welche Artikel in welches Lager gesendet werden sollen und du importierst die Lieferungen in dein plentymarkets System. Die Lieferungen bearbeitest du dann in plentymarkets. Wichtig hierbei ist, die

Paketinhaltsliste sorgfältig zu pflegen, damit Amazon genau weiß, welche Ware sich in welchem Paket befindet. Wenn die Ware verpackt und fertig zum Versenden ist, bekommst du die Labels von Amazon. Diese werden nur noch auf die Pakete geklebt - und fertig! Mit FBA Inbound koordinierst du ganz bequem Nachlieferungen an Amazon und hast deinen FBA-Lagerbestand immer im Griff.

Worauf wartest du noch? Probiere unsere neuen Features gleich aus: Gestalte mit plentymarkets die Amazon-Rechnungserstellung nach deinen Wünschen, beliefere Amazon als Vendor oder profitiere mit FBA Inbound von vereinfachten Umbuchungen in FBA-Lager!

IHR BUSINESS IST VON MORGEN? DA SOLLTE IHR VERTRIEBSWEG NICHT VON GESTERN SEIN.

CONRAD | BESCHAFFUNG. EINFACH. SCHNELL. UMFASSEND.

WILLKOMMEN BEI DER CONRAD SOURCING PLATFORM.

Mit dem Conrad Marketplace. Der Vertriebskanal für Ihre innovativen Produkte.

NEU!

Werden Sie jetzt Partner, mit Anbindung über Plentymarkets! Nähere Infos finden Sie hier.



DER KATALOG - DEIN NEUES EXPORTMODUL!

Verwendest du bereits Kataloge, um dein breites Produktportfolio an die verschiedenen Verkaufskanäle zu übertragen? Mittlerweile sind nicht nur REWE, Etsy und Metro mit an Bord, sondern auch OTTO Market - und als jüngstes Mitglied: der Verkaufsriese Amazon!

Profitiere von der einzigartigen Katalogstruktur und übertrage deine Daten maßgeschneidert auf den Marktplatz deiner Wahl. Mit den Katalogen kommen deine Artikel im Nu im richtigen Verkaufskanal an, und du kannst deine Produktinformationen ideal auf die Anforderungen und die Zielgruppe des Verkaufskanals zuschneiden. Also, worauf wartest du noch?

Kataloge jetzt auch für Amazon verfügbar

Mit Katalogen kannst du deine Artikel spielend leicht zu Amazon exportieren. Kataloge

erstellst du ganz easy mit dem neuen Katalog-Assistenten für Amazon. Dort wählst du „Flatfile“ und „Amazon-Plattform“ und im Handumdrehen wird die gewünschte Katalogvorlage erstellt. Im Katalog verknüpfst du dann deine Artikeldaten und kannst frei bestimmen, welche Werte in welcher Spalte der Amazon-Flatfile exportiert werden sollen. Besonders hilfreich ist hier auch eine neue Suggest-Funktion, die sich bereits existierende Verknüpfungen merkt und ebendiese vorschlägt, wenn du eine neue Katalogvorlage bearbeitest. Und das Beste: Kataloge können an alle integrierten Amazon-Plattformen exportiert werden!

Darauf kannst du dich freuen

Das klingt doch gut, oder? Doch das ist noch längst nicht alles: Zukünftig wirst du den Katalog noch gezielter einsetzen können, denn wir verwandeln ihn in das ultimative Exportmodul, mit dem du de-

ne Daten schnell und einfach aus deinem plentymarkets System exportieren kannst! Außerdem wirst du bald von einer noch engeren Verbindung zwischen Export und Import profitieren können, die es dir ermöglicht, deine angelegten Formate selbst zu verwalten.

Aber das ist erst der Anfang, denn der Katalog wird sich in den nächsten Monaten rasant weiterentwickeln und neue wertvolle Funktionen für dich bereitstellen. Eine technische Auffrischung sowie der Ausbau der Kernfunktionalität werden dir ein Tool zur Verfügung stellen, das unzählige Exportmöglichkeiten bietet und dir eine intelligente Mapping-Logik liefert, damit du Artikel bald noch schneller auf Marktplätzen deiner Wahl listen kannst.

Na, neugierig geworden? Dann starte auch du mit den neuen Katalogen durch und erlebe einen Datenexport so einfach wie nie zuvor!

Auftragserfassung neu durchdacht: IN WENIGEN SCHRITTEN ZUM AUFTRAG

Das Bestellwesen und die Abo-Funktion haben es vorgemacht: Die neuen Benutzeroberflächen im Bereich Order der plentymarkets Software sollten vor allem modern und einfach sein. Ein schlankes One-Page-Design, minimalistische Optik und ein modularer Aufbau gehören zu den wesentlichen Merkmalen der neuen UI. Besonders letzterer lässt für die Zukunft genügend Flexibilität für Erweiterungen und Anpassungen. Das Mehr an Übersichtlichkeit reduziert die immer noch vorhandene Komplexität und Informationsflut. Genau diesen Aspekt hat das Order-Team nun auch für die etwas in die Jahre gekommene Auftragserfassung berücksichtigt – und damit den Startschuss für die Erneuerung der allgemeinen Order-UI gegeben.

Der technologische Umbau des Bereiches Auftragsabwicklung hat gefühlt das Ausmaß eines Projektes wie die Hamburger Elbphilharmonie. Tatsächlich sind „unter der Haube“ in den vergangenen Jahren viele Neuerungen veröffentlicht worden, die plentymarkets Kunden nur indirekt mitbekommen haben. So sind heute etwa eine einfachere Informationsspeicherung, eine schnellere Auftragsuche oder eine vereinfachte Anbindung von Marktplätzen oder externen Anwendungen über die REST-Schnittstelle oder Plugins verfügbar. Die erste sichtbare Änderung war die Einführung der vier Nachkommastellen beim Status. Im vergangenen Jahr folgte zum Online-Händler-Kongress 2019 das neue Bestellwesen mit der Umbuchung und später im Jahr der Nachbestellung. 2020 steht nun ganz im Zeichen der Aufträge. Den Auftakt macht eine neue Benutzeroberfläche, mit

der man seit Kurzem manuell Abo-Aufträge anlegen kann. Diese Funktion soll den plentymarkets Scheduler ersetzen. Im März 2020 folgt nun eine einfache Erfassung von Aufträgen.

Feedback implementiert

Bei der Entwicklung der neuen Auftragsfassung in wenigen Schritten haben wir vor allem die Erfahrungen aus dem Dialog mit unseren Kunden einfließen lassen. Das Szenario ist für viele alltäglich: Ein Kunde ruft an und möchte eine Bestellung aufgeben. Der Mitarbeiter am Telefon öffnet über den Kundenkontakt die Auftragserfassung. Die erste Herausforderung ist hier die Übersichtlichkeit: Welche Informationen sind gerade wichtig, was muss eigentlich noch erfasst werden und welche Einstellungen sollte man einfach systemseitig lassen? Hat man die erste Hürde gemeistert, kommt die Artikelsuche. Also erst mal nach ganz unten scrollen, Suchparameter eingeben, Suche starten und dann aus einer zunächst unübersichtlichen Ergebnisliste den gewünschten Artikel auswählen. An welcher Stelle war jetzt nochmal gleich der Speicher-Button? Den Kunden bedient man parallel dazu natürlich in professioneller Freundlichkeit. Vielleicht speichert man das Ganze doch vorsichtshalber erst nach Beendigung des Gespräch ab, damit man noch einmal einen prüfenden Blick über den Auftrag werfen kann?

Workflow statt Informationsgewitter

Die neue Auftragserfassung geht systematisch und in logischen Schritten mit den

bekanntesten Elementen vor: Im ersten Schritt kann ich als Anwender noch switchen, wenn aus dem Auftrag erst einmal doch nur ein Angebot werden sollte. Dann schnell prüfen, ob die aus dem System übernommenen Kundendaten stimmen, und nach der Bestätigung geht es weiter in die Artikelsuche. Die gewünschten Artikel werden hier in einem Warenkorb abgelegt. Nach einer erneuten Bestätigung – eventuell, nachdem noch einmal Menge und Preis angepasst wurden – wandert der Basket komplett in meinen Auftrag.

Wie bei allen neuen Benutzeroberflächen ist auch die neue Auftragserfassung ein One-Page-Design, das heißt, ich sehe alle Informationen auf einen Blick. Ich kann in der Zusammenfassung also einfach noch einmal alle Auftragsinformationen und Positionen prüfen, eventuell final editieren und den Auftrag dann direkt freigeben. Auch parallel mit einem Kunden am Ohr ist das ein Kinderspiel.

Und was kommt dann?

Die neue Auftragserfassung ist der Auftakt für den Umbau der Benutzeroberfläche für den Bereich Aufträge. Mit Neuerungen, wie dem MyView des plentymarkets Terra-Teams, genießen Anwender dann neben dem modernen und übersichtlichen Design ein Maximum an Flexibilität bei der Darstellung. Diese Features halten dann Schritt für Schritt auch in das Bestellwesen und das Abonnement Einzug. Details hierzu folgen. In der Zwischenzeit freuen wir uns aber auf Feedback, um das Produkt noch weiter für die vielfältigen Anforderungen unserer Händler gestalten zu können.

TREACTION
ONLINE MEHR GESCHÄFT

OHNE AUFWAND UND KOSTEN MIT E-MAIL-MARKETING DURCHSTARTEN!

UNSER EXKLUSIVES, LIMITIERTES MESSEPRÄSENT FÜR SIE!

E-Mail-Marketing im Gesamtwert von mehr als **1.800€**:

- ✓ 3 Monate Mail-In-One Enterprise
- ✓ Erstellung einer responsiven E-Mail-Vorlage
- ✓ 2 E-Mail-Kampagnen (Full Service)

Wir garantieren Ihnen außerdem:

- ✓ erste Umsätze nach 48 Stunden
- ✓ Rechtssicherheit nach DSGVO
- ✓ kostenlose Erstberatung

Scannen Sie jetzt den QR-Code oder folgen Sie dem Link darunter und sichern Sie sich ihr E-Mail-Marketing-Paket.

Wahlweise können Sie uns natürlich auch mit dem Stichwort **EMAIL2020** auf unserem Messestand ansprechen, oder uns per E-Mail oder Telefon kontaktieren.

Diese Aktion ist nur bis zum 15.04.2020 gültig und auf die ersten 20 Interessenten, die mit dem Stichwort **EMAIL2020** bei uns anfragen, limitiert.



JETZT KOSTENLOS MIT E-MAIL-MARKETING DURCHSTARTEN!



<https://treaction.net/email2020>

✉ zentrale@treaction.net
☎ +49 (0)561 997923 - 40

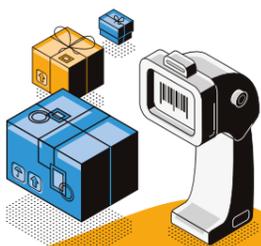
SELLERLOGIC
FOR THE SELLERS



LOST & FOUND FÜR AMAZON
Überwacht die FBA-Prozesse auf mögliche Fehler und unterstützt bei Erstattungsansprüchen gegenüber Amazon.

REPRICER FÜR AMAZON

Platziert mittels intelligenter, dynamischer Preissteuerung Produkte zum höchstmöglichen Preis in der Amazon Buy Box.



Jetzt testen auf
WWW.SELLERLOGIC.COM

DATEN IM- UND EXPORTIERT - MIT PLENTYMARKETS JETZT IM NU PASSIERT!

Es war einmal ein Tool namens ElasticSync, das war nicht gerade das schnellste und benutzerfreundlichste ... - Richtig: Es war einmal!

Ganz weit oben auf unserer To-do-Liste stand in den vergangenen Monaten das Ziel, den Datenaustausch einfacher und schneller zu gestalten. Dafür wurde an unserem ElasticSync-Tool ordentlich geschraubt und gedreht. Es war an der Zeit, dem Datenimport einen neuen Schriff zu verpassen und ein Menü zur Verfügung zu stellen, das noch einfacher zu bedienen ist und alle relevanten Informationen auf einen Blick liefert.

Heute glänzt ElasticSync schließlich mit einer neuen Datenstruktur und tollen neuen Features, die den für den Händleralltag so wichtigen Datenaustausch deutlich einfacher machen und vor allem eines tun: Zeit sparen. Mit nur wenigen Klicks sind die gewünschten Daten im System, und du behältst im Backend stets den Überblick.

Bequemer, schneller, benutzerfreundlicher

Du möchtest mehr Details? Werfen wir doch mal einen Blick hinter die Kulissen ...

Eine der auffälligsten Neuerungen ist wohl die Umbenennung des Menüs, über das du zu unserem Datenaustausch gelangst: „Daten > Import“ heißt jetzt der Weg zum Ziel!

Eine wahre Bereicherung ist außerdem der schnelle Datei-Upload. Wie der Name schon sagt, kannst du jetzt in Rekordgeschwindigkeit

und ohne Zwischenschritte deine Dateien bequem ins System hochladen.

Doch auch die Menüansicht selbst hat einen Tapetenwechsel erlebt und durch ein neues Design enorm an Benutzerfreundlichkeit gewonnen. So gibt es einige optische Veränderungen zu bewundern, die nicht nur in der Hauptansicht, sondern auch in der Zuordnung zum Vorschein kommen.

Du hast Fragen zum Import deiner Dateien und wunderst dich, ob der Prozess reibungslos abgelaufen ist? Antworten darauf liefert dir jetzt die noch sehr junge Status-Übersicht, die ab sofort im Bereich „Daten“ ins Auge sticht. Dort erwartet dich eine auf deine Bedürfnisse zugeschnittene Ansicht, die Details zum Zeitpunkt, Fortschritt und Erfolg des durchgeführten Datenimports anzeigt. Du kennst sie noch gar nicht? Dann wird es aber allerhöchste Zeit! Denn hin und wieder kommt es vor, dass Fehler beim Datenimport auftreten. Doch damit du auch in dieser Situation einen kühlen Kopf bewahrst, stellt die Sta-

tus-Übersicht alle Informationen bereit, die du für eine schnelle Klärung der Fehlerursache benötigst.

Kleiner Vorgeschmack

Auch für 2020 ist schon eine spannende Reise für unseren ElasticSync geplant. Du willst wissen, wie es weitergeht? Dann aufgepasst - hier kommt bereits ein kleiner Vorgeschmack: In der nächsten Zeit wird das Thema Vereinfachung weiterhin im Vordergrund stehen. „Assistenten“ heißt hier das Stichwort, denn diese sollen dich in Zukunft auch im Bereich Datenaustausch mit noch weniger Klicks zum Ziel bringen. Doch auch ein weiteres Thema ist gerade beim Datenimport von großer Wichtigkeit und wird sich schon bald bemerkbar machen: Transparenz! Aber damit noch nicht genug - wir wollen dir außerdem ermöglichen, sowohl den Import als auch den Export deiner bereits angelegten Formate durchzuführen, und du kannst dich sogar auf weitere Importformate wie XLS freuen. Wir starten also mit großen Schritten in ein neues Kapitel!



Wir machen da weiter, wo andere aufhören

Die Steuerberatung GTK Kröger PartGmbH gehört in ihrem Kernbereich E-Commerce zu den führenden Steuerkanzleien in Deutschland. Weitere Informationen finden Sie unter www.steuerberaterecommerce.de

- Dipl. Kffr., Dipl. Oec., Tanja Kröger, Steuerberaterin
- Dipl. Kfm., Kai Kröger, Steuerberater
- Dr. Sabine Cziborra, Dipl. Kffr., Steuerberaterin (angestellt nach § 58 StBerG)
- Dipl. Betriebsw., Christina Stratmann, Steuerberaterin (angestellt nach § 58 StBerG)
- Dipl. Finanzwirt., Jan Vahrenkamp, Steuerberater (angestellt nach § 58 StBerG)
- Dipl. Kffr., Irene Sawatzki, Steuerberaterin (angestellt nach § 58 StBerG)
- Dipl. Wirt.-Jur., Eva-Maria Meierjohann, Steuerberaterin (angestellt nach § 58 StBerG)
- Henning Schröder, Rechtsanwalt, Mediator (GTK Rechtsanwälte), Fachanwalt für Steuerrecht und Handels- und Gesellschaftsrecht
- Olga Granzow, Rechtsanwältin (GTK Rechtsanwälte)

Tel. 05221/17404-00

www.steuerberaterecommerce.de

Online-Kurse für Online-Händler: BESSERE GESCHÄFTE MIT DEM HÄNDLERBUND CAMPUS

Warenbeschaffung, Bestellabwicklung, Anzeigenschaltung, Kundenservice – der Tagesablauf vieler Online-Händler ist mit zahlreichen, sehr verschiedenen Aufgaben gepflastert. Zeit für den Besuch von Weiterbildungen und Kursen bleibt da häufig nicht. Doch dieses Problem hat der Händlerbund nun gelöst – mit dem HB Campus! Der Händlerbund Campus ist eine E-Learning-Plattform, die Händlern 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr zur Verfügung steht. Experten aus der Branche tauchen mit dir in die Welt des E-Commerce ab: Egal ob von Zuhause, aus dem Büro oder von unterwegs – die praxisorientierten Weiterbildungsformate geben dir die Flexibilität, die du brauchst, um dich und dein Team auf den neuesten Stand zu bringen und deine Geschäfte zu optimieren.

Strategien im Online-Handel – einfach erklärt!

Die Themen, die in den verschiedenen Weiterbildungsformaten in den Fokus gerückt werden, sind sorgfältig ausgewählt und bewusst breit gefächert, sodass sich Händler – vom Neuling bis zum erfahrenen Profi – in allen relevanten E-Commerce-Bereichen weiterbilden können. Insgesamt sind die Themen auf mehr als 20 Kategorien verteilt.

Du handelst auf Amazon oder eBay und brauchst Tipps für deine Marktplatzstrategie? Du möchtest wissen, wie Du Deine Anzeigen so gestaltest, dass du mehr Reichweite und höhere Verkaufszahlen generierst? Du hast Fragen, wie du deinen Online-Shop rechtssicher gestaltest oder mit deinen Geschäften erfolgreich ins Ausland expandieren kannst? Kein Problem! Der HB Campus kennt die Antworten und bringt dich mit seinen qualifizierten E-Learning-Kursen auf ein neues Level.

Digitales Lernen in verschiedenen Formaten

Um Händlern bestmöglich bei der Professionalisierung ihrer Geschäfte zu helfen, setzt der HB Campus neben einer breiten Themenauswahl

auch auf unterschiedliche Weiterbildungsformate: In regelmäßigen Live-Webinaren treffen Teilnehmer auf namhafte Referenten aus der Branche, die ihnen in nur 45 Minuten kompaktes Wissen vermitteln und Tipps & Tricks an die Hand geben. Für Nutzer, die es nicht schaffen, live an den Webinaren teilzunehmen, stellt der HB Campus Webinar-Aufzeichnungen in Online-Modulen bereit. Durch eine stetig wachsende „Mediathek“ vergangener Webinare ist es Händlern möglich, sich fortwährend weiterzubilden.

Ein noch intensiveres Weiterbildungsformat stellen die sogenannten E-Learning-Kurse dar: Dabei handelt es sich um aufeinander aufbauende Online-Kurse, die zum Ziel haben, den Nutzern tief greifendes Wissen zu einem bestimmten Thema zu vermitteln. Jeder Kurs nimmt mehrere Stunden in Anspruch, wobei jeder Teilnehmer zum Abschluss ein Teilnehmerzertifikat erhält.

Abgerundet wird das Weiterbildungsprogramm des HB Campus durch zahlreiche Präsenzveranstaltungen in der Messestadt Leipzig. Hier werden klassische Workshops in Gruppen von bis zu 20 Personen angeboten, die nicht nur die Vermittlung von Praxiswissen zum Ziel haben, sondern zudem auch den Austausch der teilnehmenden Händler fördern.

Themen filtern, Fähigkeiten definieren, Erfolge analysieren

Um die eigenen Lernprozesse besser im Blick zu behalten oder die Weiterbildungserfolge der eigenen Mitarbeiter zu steuern, hält der HB Campus nützliche Features bereit: Zunächst lassen sich die

angebotenen Online-Inhalte mithilfe einer Filterfunktion nach Kategorien oder Formaten filtern. Indem Nutzer ihre persönlichen Fähigkeiten in einem entsprechenden Modul definieren, können anvisierte Inhalte besser abgestimmt werden. Auch der Lernstand sowie der Fortschritt der eigenen Weiterbildung lassen sich mit entsprechenden Funktionen analysieren und überwachen.

In einer Kalenderansicht findet man zudem die eigenen Wunschveranstaltungen und hält auf diese Weise den Überblick über anstehende, stornierte oder bereits absolvierte Online-Kurse.

Jetzt kostenlos testen!

Du bist interessiert? Dann hol dir den kostenlosen Test-Zugang zum HB Campus, mit dem du die E-Learning-Plattform 48 Stunden lang ausprobieren kannst. Über diese Testphase hinaus ist der HB Campus als jährliches Abo erhältlich. Mitglieder des Händlerbundes dürfen sich dabei über einen Rabatt in Höhe von 20 Prozent freuen.

Du willst dein ganzes Team weiterbilden? Auch dafür hat der HB Campus eine Lösung parat: Mit dem Jahresticket HB Campus Business können insgesamt fünf Nutzer an den angebotenen Veranstaltungen teilnehmen. Mit dem HB Campus behältst Du die volle Kostenkontrolle: Denn egal, ob Live-Webinar oder Online-Modul, E-Learning-Kurse oder Workshops vor Ort – die Teilnahme an allen Veranstaltungen ist durch das jeweilige Jahresabonnement der Nutzer abgedeckt: Es entstehen keine zusätzlichen Kosten! Jetzt informieren unter www.xyz.de



Bildung trifft auf E-Commerce: PLENTYMARKETS IST VON ANFANG AN DABEI

Seit dem 1. August 2018 gibt es den häufig als „längst überfällig“ bezeichneten Ausbildungsberuf zum/r E-Commerce-Kaufmann/frau in Deutschland. Die Regelausbildungszeit für die bei der IHK angesiedelte Ausbildung beträgt drei Jahre und orientiert sich an der kaufmännischen, prozessorientierten Praxis im Onlinehandel. Da darf eines natürlich nicht fehlen: eine praxisnahe Software. Gemeinsam mit dem Bundesverband Onlinehandel e.V unterstützen wir Bildungseinrichtungen bei der Ausbildung in diesem neuen Beruf und stellen unser E-Commerce-ERP kostenlos als Schulungssoftware zur Verfügung. Im Interview blicken wir gemeinsam mit Bernd Kronfeld, Fachlehrer und Initiator des Ausbildungsberufes, auf die Herausforderungen und Erfolge der letzten beiden Jahre zurück.

Der E-Commerce als eigenständiger Wirtschaftszweig wartete ja nun fast ein Jahrzehnt auf einen eigenen Ausbildungsberuf. Warum dauerte das aus Ihrer Sicht so lange?

Ich denke, das dauerte so lange, weil die Gegebenheiten in der Realität leider viel zu lange nicht richtig erfasst wurden. Es fehlten

Über Bernd Kronfeld:

Bernd Kronfeld ist seit 1990 Berufsschullehrer an der Theodor-Litt-Schule, Regionales Berufsbildungszentrum der Stadt Neumünster, mit den Schwerpunkten Wirtschaftslehre, Rechnungswesen, Wirtschaftspolitik, digitale Medien und Mathematik. Der studierte Diplom-Handelslehrer und Groß- und Außenhandelskaufmann befasst sich seit über 20 Jahren mit dem E-Commerce und führte bereits im Jahr 2000 erstmals einen Online-Shop an der Schule ein. Seit 2017 hält er auch die Position des Teamkonferenzvorsitzenden E-Commerce inne, wo über alle Fragen rund um den Ausbildungsberuf abgestimmt wird.



die notwendige Ausbildungsverordnung und der Lehrplan für die/den Kauffrau/Kaufmann im E-Commerce. Aber nun bilden wir ja endlich aus, und darüber freue ich mich sehr. Immerhin konnten wir E-Commerce-Inhalte schon einige Zeit länger in andere kaufmännische Ausbildungen im Bereich des Marketings einbringen. Das war wiederum eine gute Vorbereitung auf den neuen Ausbildungszweig.

Wann wussten Sie, dass Sie für die vollumfängliche Ausbildung von E-Commerce-Kaufleuten ein begleitendes System benötigen würden?

Klar war mir das bereits sehr früh. Bereits vor 13 Jahren arbeitete ich mit einem System namens VShop, welches auch die Luftansa nutzte. Damit konnten wir damals schon E-Commerce-Aktivitäten simulieren, allerdings nicht in dem Rahmen, wie wir das heute mit plentymarkets können.

Simulieren?

Ja wir handeln an der Schule ja nicht wirklich mit Artikeln. Was wir benötigen, ist eine Umgebung, in der wir der Handelsrealität so nah wie eben möglich kommen. Diese Umgebung bietet uns plentymarkets.

War es also eher schwierig oder doch ganz einfach, ein System zu finden, welches diese Voraussetzungen erfüllt?

Wir haben eine kleine Odyssee hinter uns, was das betrifft. Zunächst setzten wir ein anderes Tool ein, welches leider nicht die Vorteile geboten hat, die plentymarkets uns heute bietet. Ein entscheidendes Kriterium ist hierbei unter anderem die Server-Administration, die uns plentymarkets komplett abnimmt. Mit einem anderen Tool hätte ich für jeden einzelnen Rechner einen eigenen Server einrichten und warten müssen. Diese Arbeit habe ich dank plentymarkets nun nicht mehr. Darüber hinaus haben aber auch die sonstige Unterstützung durch plentymarkets und die Medien wie das Handbuch und die Video-Tutorials überzeugt. Wir

haben ja den Ansatz, dass unsere Schüler eigenständig schauen sollen, wie sie sich Informationen beschaffen, um mit ihren Aufgaben weiterzukommen. Da sind diese Medien äußerst hilfreich. Praktisch ist dabei ja auch, dass einige unserer Auszubildenden das System auch in ihren Ausbildungsbetrieben im Einsatz haben.

Die Auswahl an E-Commerce-Systemen ist heutzutage relativ groß. Wie kamen Sie zu plentymarkets?

Unser Kooperationspartner und auch Kunde von plentymarkets, die Limal GmbH, teilte mir mit, dass plentymarkets bereits in Österreich und in der Schweiz ein namhaftes Produkt in Lehranstalten sei, welches ich mir einmal ansehen sollte. Auf plentymarkets gebracht hat uns also der Praxisbezug. Der Geschäftsführer von Limal ist für mich ein enger Partner, der es mir unter anderem auch ermöglicht, plentymarkets in der Praxis zu erfahren und kennenzulernen.

Meine erste Anlaufstelle war damals Bernhard Weiß persönlich, dem ich unser Vorhaben zunächst erläuterte. Bei ihm stieß ich direkt auf offene Ohren und großes Interesse. Daraufhin erhielt ich Rückmeldung darüber, wie sich das mit plentymarkets realisieren ließe. Und alles nahm seinen Lauf. Das war ganz toll.

Nach dem Besuch des plentymarkets Online-Händler-Kongresses öffneten sich mir Tür und Tor zu Systemverständnis und Ansprechpartnern im Unternehmen. Der persönliche Kontakt und das gegenseitige Verständnis sind sehr hilfreich und wir stehen stets in engem Austausch.

Gab es Herausforderungen bei der Implementierung von plentymarkets an Ihren Schulen?

Zunächst einmal gab es seitens plentymarkets ein paar Dinge zu tun. Vor allem ging es um das Bedürfnis, autark als Lehrer Systeme in der Cloud zu installieren und diese zur Verfügung zu stellen. Auch musste gewährleistet werden, dass wir als Lehrer zu jeder Zeit auf die Systeme zugreifen können, um

Fortschritte zu kontrollieren oder Hilfestellung zu leisten. Beides konnte uns erfolgreich bereitgestellt werden.

Nach anfänglichen technischen Hürden konnten wir schon viele Verbesserungen sehen. Beim Kongress 2019 verkündete Jan Griesel das große strategische Ziel in Richtung mehr Einfachheit. Und tatsächlich, es wurde auch für uns einiges einfacher. Wir haben einen besseren Zugang zu plentymarkets erhalten, und auch Erklärungen und Hilfsmittel haben sich dahingehend verbessert, dass man nun auch mit Anfängern leichter in das System einsteigen kann. Das freut uns sehr.

Vertiefen konnten wir das Ganze dann bei einer Vor-Ort-Schulung durch plentymarkets Mitarbeiter, zu der wir Verantwortliche verschiedener Schulen einluden. Den Kolleginnen und Kollegen wurde hier das System nähergebracht. Das Feedback war durchweg positiv: Einige erwägen nun, ebenfalls auf plentymarkets umzustellen. Doch auch für diejenigen, die plentymarkets bereits kannten, war es eine tolle Gelegenheit zur Weiterbildung.

Wie läuft der Einsatz von plentymarkets heute im Schulalltag ab? Können Sie uns hier einen Einblick geben?

Grundsätzlich ist plentymarkets in alle Lernfelder integriert. Zu Beginn der Ausbildungszeit starten wir quasi mit der Gründung eines Unternehmens, und das Ziel nach drei Jahren ist es, dass Schülerinnen und Schüler eigenständig einen Online-Shop erstellen können, unter Berücksichtigung aller wirtschaftlichen und rechtlichen Gesichtspunkte. Das heißt, meine Kolleginnen und Kollegen lehren beispielsweise den Baustein „AGB“, und ich zeige dann den Auszubildenden, wie wir die AGB in plentymarkets integrieren; ein anderer Kollege behandelt Stornobuchungen - meine Aufgabe ist es dann, mit den Auszubildenden Stornobuchungen im System durchzuführen. plentymarkets begleitet die Ausbildung als Lernträger von A bis Z.

Arbeiten Sie in der Ausbildung auch mit Händlern aus der Praxis zusammen?

Ja, definitiv. Limal hatten wir ja vorhin schon als Beispiel genannt. Aber grundsätzlich betreut jede Kollegin und jeder Kollege einen oder mehrere Ausbildungsbetriebe als Partner, und wir wollen jeden Betrieb einmal im Halbjahr mit den Auszubildenden besuchen. Wir veranstalten auch Ausbilderabende, an denen beispielsweise auch der Geschäftsführer Herr Madsen Schulte-Tiggens der Limal GmbH teilnimmt, um den ständigen Kontakt zur Praxis zu wahren. Dabei ergeben sich auch viele tolle Angebote aus den Unternehmen, wie wir uns vor Ort gewisse Szenarien in der Praxis ansehen können. So bot Limal beispielsweise Lagerplätze an, um Schulprodukte, die wir aktuell in unseren Shop einbauen, tatsächlich über diese bestellbar zu machen. Damit werden wir zum Beispiel anderen Schulen Materialien oder T-Shirts verkaufen. Aktuell planen und implementieren wir dieses System und sind der Firma Limal sehr dankbar für die Möglichkeit, unsere virtuellen Szenarien auch in der Realität umzusetzen.

Lehren Sie über den Online-Shop hinaus auch die Anbindung an andere Online-Verkaufsplattformen wie Marktplätze?

Wir als Schule haben leider das Problem, dass wir einige Tools so nicht anwenden können, da wir ja nicht wirklich verkaufen möchten. Das Lehren von Anbindungen an Marktplätze und Zahlungsanbieter etc. ist uns aber sehr wichtig, da es ein großer Bestandteil des Händleralltags ist. PayPal konnten wir nun integrieren, was sehr schön ist. eBay haben wir beispielsweise aktuell auf der Agenda, um Lösungen zu finden - aktuell fehlen hier leider aber noch die Möglichkeiten, um unsere Szenarien zu simulieren. Wünschenswert wäre für die Zukunft schon, dass die Plattformen zum Beispiel Sandbox-Konten zur Verfügung stellen, damit wir

diese wichtigen Abläufe in unseren Unterricht integrieren können.

Eine abschließende Frage noch, Herr Kronfeld. Empfehlen Sie den Händlern von heute die Ausbildung eigener E-Commerce-Kaufleute?

Ich empfehle grundsätzlich jedem Handelsbetrieb, egal welcher Größe, nicht nur auf den stationären Handel zu setzen, sondern als Multi-Channel-Händler aufzutreten, um seine Existenz zu sichern.

Nehmen wir als Beispiel Neumünster, wo ich herkomme. Für einen Einzelhändler ohne Online-Handel wird sich hier eine Zukunft nur schwierig gestalten lassen. Und damit meine ich eigentlich nicht nur Einzelhändler, sondern auch den Fremdenverkehr, Versicherungen usw. Es muss hier dringend etwas getan werden - ob das jetzt E-Commerce-Kaufleute sind oder Einzelhändler mit digitalem Schwerpunkt, die einem dabei helfen, diese Hürde zu nehmen, ist völlig egal. Die Lernfelder im Einzelhandel konnten wir ja auch schon um das Lernfeld E-Commerce erweitern. Letztlich wird es ein Händler ohne Online-Handel in Zukunft schwer haben, wie jeder Einzelne das regelt, sei ihm selbst überlassen.

Entscheidend ist doch, dass dort, wo die Beratung durchgeführt wurde, auch gekauft wird. Egal, ob nun online vorbereitet und stationär gekauft oder stationär vorbereitet und online gekauft wird. Solange Geschäfte sich mit dem Online-Handel noch selbst Konkurrenz machen, wird das nichts. Das müssen die Kaufleute begreifen.

DANKE FÜR DAS GESPRÄCH!

i PLENTYMARKETS IN DER BILDUNG BISHER

- Ca. 120 aktive Lehrersysteme
- Über 560 aktive Schülersysteme
- Erste Prüfung in Österreich mit plentymarkets abgelegt
- 6 Schulungen mit zusammen über 75 Lehrern und 60 Schülern im DACH-Raum

Ceres 5.0

FLEXIBLER, STABILER UND SCHNELLER ALS JE ZUVOR

Einfach nur das Logo austauschen, speichern, fertig ist der Webshop? Von wegen! Heutzutage geht nichts mehr ohne individuelles Shopdesign, auffällige Landingpages und die dazugehörige Warpgeschwindigkeit. Also Vorhang auf für Ceres 5.0! Wir haben das vergangene Jahr damit verbracht, den ShopBuilder für den gesamten Shop nutzbar zu machen, den Webshop auf die neue Artikel-Infrastruktur auszurichten und die Performance deutlich anzukurbeln. Nach diesen Umbauten ist Ceres so schnell und flexibel wie nie zuvor.

Ceres 5.0 als Long Term Support-Version

Ceres 5.0 ist LTS: Wir behandeln die aktuelle Ceres Version als langfristig angelegte Long Term Support-Version. Das bedeutet, dass wir für diese Version keine regelmäßigen Minor-Updates veröffentlichen, wodurch die Pflege für externe Plugins und Themes deutlich vereinfacht wird. Fehlerbehebungen werden natürlich weiterhin über Patch-Versionen veröffentlicht; diese ziehen keine notwendigen Anpassungen nach sich, also könnt ihr jederzeit gefahrlos auf die aktuelle Version updaten.

Für die aktuelle Version wurde Ceres auf die neue Artikel-Infrastruktur umgebaut. Für Ceres-Nutzer bedeutet das: bessere Performance bei einer hohen Anzahl an gleichzeitigen Webshopbesuchern, eine verbesserte Suche in allen Systemsprachen und eine geringere Zeit, bis Artikeldaten nach Änderungen an bestehenden oder Anlage neuer Artikel im Frontend sichtbar sind.

Neue Suche, Artikelsets und unschlagbare Performance

Im Zuge des Umbaus haben wir auch die Suche im plentySHOP verbessert. Ihr seid nun nicht länger auf nur drei Suchsprachen limitiert - die Suche kann alle in plentymarkets verwendeten Systemsprachen verarbeiten. Auch ist die Suche nun präziser, erkennt Wortbestandteile und wird in Zukunft in der Lage sein, falsche Schreibweisen aus Suchanfragen herauszufiltern.

Dazu kommen neue ShopBuilder-Widgets, die die individuelle Gestaltung deiner Webshop-Suche flexibler machen. Mit Ceres 5.0 wird es nun auch möglich sein, Artikel als Sets zu verkaufen. Ein Artikelset ist eine Sammlung von Artikeln, für die jeweils eine oder mehrere Varianten ausgewählt und zu einem Set gebündelt werden können, um beispielsweise Trikotsätze für Mannschaften abzubilden.

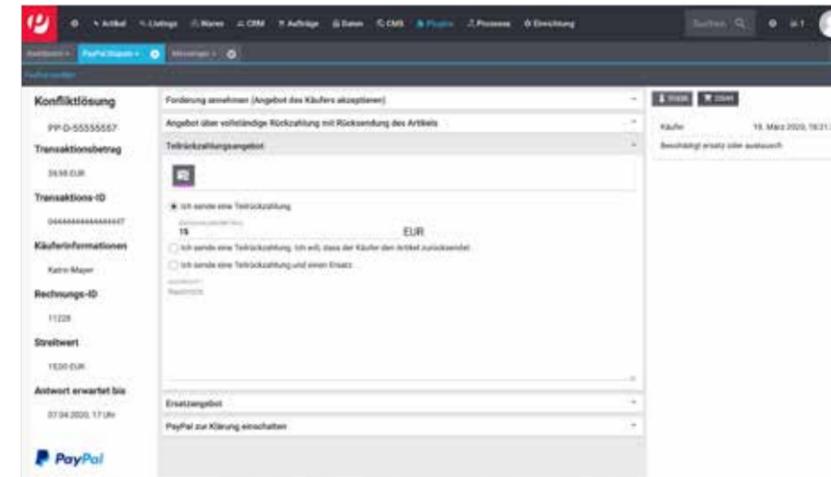
Die wohl auffälligste Neuerung ist die verbesserte Performance des Webshops. Zum einen haben wir die Dateigrößen von verbautem HTML, CSS und Javascript kleinschrittig optimiert und dadurch wertvolle Millisekunden eingespart; zum anderen haben wir viele Komponenten mit Lazy Loading bzw. Lazy Mounting ausgestattet, wodurch bestimmte Inhalte erst bei Bedarf nachgeladen oder gerendert werden.



Das Ergebnis: Ceres-Webshops werden um mehr als 100% schneller (gemessen mit Google PageSpeed Insights) und sind damit zur Zeit performanter als jedes vergleichbare Konkurrenzprodukt und Callisto.



Das hat dir gerade noch gefehlt: KONFLIKTLÖSUNG VON PayPal DIREKT IN PLENTYMARKETS



Ausloggen aus plenty und einloggen bei PayPal, um sich um einen Konflikt zu kümmern?

Die eigenen PayPal-Zugangsdaten an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter rausgeben? Nicht mehr nötig – plentymarkets und PayPal bringen die PayPal-Konfliktlösung direkt in dein plentymarkets System!

Idealerweise entstehen bei der Kaufabwicklung keine Konflikte: Deine Kunden suchen sich Ware aus, bestellen und bezahlen. Du verschickst die Ware, sie kommt beim Kunden an, zack, beide Seiten sind zufrieden. Aber seien wir ehrlich, es gibt auch mal Stolpersteine – und an solchen Stellen kann die Konfliktlösung von PayPal greifen. Der PayPal Service hält den Dialog mit dem Kunden aufrecht, wenn sich Fronten zu verhärten drohen. Wenn es sein muss, schreitet PayPal auch direkt ein und vermittelt.

Und wie kommt das Ganze nun in plentymarkets? Nehmen wir an, einer deiner Kunden hat mit PayPal bezahlt und öffnet einen Konfliktfall, weil er vielleicht der Meinung ist, dass der bestellte Artikel nicht der Beschreibung entspricht. Bislang musstest du zum Bearbeiten des Konfliktes deinen Workflow unterbrechen und dich direkt in dein PayPal-Geschäftskonto einloggen. Mit der neuen Integration in plentymar-

kets entfällt dieser Systembruch. Du kannst über den neuen Messenger in plentymarkets direkt auf die PayPal-Nachrichten deines Kunden antworten, Sendungsnummern oder andere Nachweise zur Verfügung stellen oder Rückzahlungen und Teilrückzahlungen ausführen. Alles, ohne dich extra noch einmal in deinen PayPal-Account einzuloggen.

Richtig interessant wird das neue Feature aber erst, wenn nicht du, sondern deine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die PayPal-Konfliktfälle bearbeiten. Musstest du bislang die Zugangsdaten zu deinem Account weitergeben, damit sich die Kolleginnen und Kollegen ins PayPal-Backend einloggen konnten, reicht nun eine einfache Freigabe in plentymarkets. Durch den Messenger sind so Informationsflüsse gebündelt und können an einem Ort verwaltet werden: in deinem plentymarkets System!

Die Integration in plentymarkets hat noch ein paar weitere Annehmlichkeiten für dich: Du kannst dir beispielsweise im Backend den dazugehörigen Auftrag anschauen oder die Lieferung nachverfolgen, um dann informiert und schnell deine Entscheidung zu treffen. Für die Konfliktlösung stehen dir immer mehrere Reaktionsmöglichkeiten offen, je nach Problemstellung. In unserem Beispiel kannst du dem Kunden etwa zu-

erst einmal eine Nachricht schreiben und so in Kontakt treten. Oder du machst ihm gleich ein Angebot über eine Rückzahlung oder auch eine Teilrückzahlung und löst den Konfliktfall somit direkt. Deine Entscheidungen werden 1:1 an PayPal übertragen, sodass ein einmal gelöster Konfliktfall wie im PayPal Backend auch tatsächlich gelöst ist.

Was aber wenn du dem Konfliktfall widersprechen willst? Stellen wir uns vor, der Kunde ist heute mit dem linken Bein aufgestanden und nimmt dein Angebot einer Teilrückzahlung nicht an. Du bist dir aber wiederum sicher, dass es nicht richtig wäre, die Forderungen deines Kunden anzunehmen, schließlich konntest du über die Infos in deinem System sicherstellen, dass in der Auftragsabwicklung alles rund gelaufen ist. Dann kannst du PayPal über die Konfliktlösung direkt einschalten und um Klärung bitten. PayPal übernimmt und prüft den Fall dann anhand aller bislang von dir und deinem Kunden zur Verfügung gestellten Informationen.

Und wie bekommst du das Ganze nun in dein plentymarkets System? Super einfach: Du integrierst die Konfliktlösung über ein Plugin und den eigens dafür entwickelten Assistenten. Das Ganze ist schnell, komfortabel und intuitiv zu bedienen. In Zukunft sind für das neue Plugin von PayPal und plentymarkets übrigens noch einige hilfreiche Ergänzungen geplant. Eine Erweiterung der Nutzerrechte etwa, damit du noch einmal separieren kannst, wer Nachrichten auf Konfliktfälle geben darf und wer berechtigt ist, Rückzahlungen zu tätigen. Wenn dir weitere Ideen beim Arbeiten mit unseren neuen Plugins kommen, freuen wir uns natürlich wie immer auf dein Feedback!

Das Creditsystem im plentyMarketplace: SO BEWERTEN WIR UNSERE PARTNER

Egal, ob Webdesign, SEO oder Schnittstellenprogrammierung: Im E-Commerce gibt es immer Aufgaben, die der Online-Händler in externe Hände gibt. Wir bieten unseren Händlern dabei ein breites Portfolio an Agenturen und Partnern. Damit Händler schnell den für sie optimalen Partner finden, haben wir ein neues, transparentes Bewertungssystem entwickelt.

Mehr Transparenz für plentymarkets-Händler

In vielen Arbeitsstunden hat unser Business Development federführend ein neues Kon-

zept zur Bewertung von Agenturen entwickelt. Kern der Arbeit war es, eine Lösung zu finden, die es erlaubt, eine Ein-Mann-Agentur mit einer größeren Agentur vergleichen zu können.

In fünf Level wurden Agenturen und Partner eingeteilt. Anhand dieser Level lässt sich eine Aussage über das Know-how in den verschiedenen Dienstleistungsbereichen der Agenturen und Partner treffen.

Essentiell ist dabei natürlich die Frage, welche Kriterien für das jeweilige Level erfüllt sein müssen. Zunächst ist es wichtig zu wissen, dass alle Level aufeinander



aufbauen. Der Level „Starter mit zwei Sternen“ ist so nur zu erreichen, wenn vorher der Level „Starter mit einem Stern“ erreicht wurde.

Welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, damit man als Partner oder Agentur das jeweilige Level erreicht, wird im Folgenden erklärt:



STARTER mit einem Stern

Die neue Agentur bzw. der neue Partner hat mit dem Abschluss seiner Prüfung in der plentyAcademy bereits sein Können unter Beweis gestellt. Die Agentur oder der Partner verfügt über das nötige Know-how, um ein Kundensystem einzurichten.



STARTER mit zwei Sternen

Die Agentur-, bzw. der Partner verfügt über mehr Erfahrung und hat sich bereits „seine Sporen verdient“. Mindestens drei Kunden bestätigen durch eine positive Bewertung, dass die Agentur oder der Partner bei der Betreuung der Kundensysteme gute Arbeit geleistet hat.



CERTIFIED

Das System seiner Kunden einzurichten, stellt für die Agentur oder den Partner kein Problem dar. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, um sich zu spezialisieren. Liegt die Kernkompetenz der Agentur oder des Partners beispielsweise im Webdesign und drei Kunden bestätigen die Expertise mit positiven Bewertungen, steht dem Certified-Level nichts mehr im Weg.



EXPERT

Nachdem die Agentur oder der Partner schon länger für plentymarkets tätig ist, fünf Projekte aus dem Bereich Certified erfolgreich abgeschlossen und auch Veranstaltungen wie den OHK von plentymarkets besucht hat, wird der Level Expert von plentymarkets vergeben.



ENTERPRISE

Das Enterprise Level ist die Königsklasse der Partnerschaft. Um dieses zu erreichen, müssen alle vorherigen Level durchlaufen worden sein. Zusätzlich muss die Durchführung eines nachweislich sehr komplexen Projektes nachgewiesen werden. Abschließend muss eine Empfehlung als Enterprise-Partner ausgesprochen werden. Erst dann zeichnen wir die Agentur oder den Partner mit dem Enterprise-Level aus.

Was hier etwas kompliziert klingt, ist natürlich ein fundierter Prozess der Zertifizierung. Das Business Development der plentySystems AG kann hier alle entstehenden Fragen beantworten.

Anhand dieser Auszeichnungen ist es nun für Kunden einfacher, die für sich optimale Agentur bzw. den optimalen Partner zu finden. Und auch für die Partner und Agenturen selber bieten sich neue Möglichkei-

ten der Darstellung. Es lohnt sich also, in Zukunft noch intensiver sein Know-How unter Beweis zu stellen.

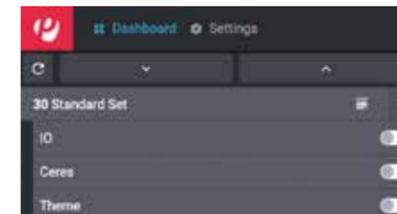
plentyDevTool: DAS NÄCHSTE LEVEL DER PLUGIN-ENTWICKLUNG

Mit plentyDevTool veröffentlichte die plentySystems AG im Dezember 2019 den Nachfolger von plentyDrive. Bei plentyDrive handelte es sich um ein Multifunktionswerkzeug, das sowohl zum Entwickeln von Plugins verwendet werden konnte als auch zum Hochladen von Dateien auf den plentymarkets Webservice und für den Datenimport mit ElasticSync.

Für plentyDevTool haben wir uns voll und ganz auf die Plugin-Entwicklung konzentriert. Das Ergebnis ist ein Tool, mit dem du deinen Plugin-Entwicklungsprozess zuverlässig und effizient gestalten kannst.

Im Folgenden geben wir dir eine Übersicht über plentyDevTool und zeigen einige Änderungen im Vergleich zum Vorgänger auf.

Synchronisierung



Bei plentyDrive wurden alle Änderungen, egal ob lokal oder systemseitig, umgehend synchronisiert. Mit plentyDevTool hast du nun wesentlich mehr Möglichkeiten, die Verbindung zwischen deinem Arbeitsbereich und plentymarkets zu verwalten. Zum einen werden Dateien nur noch dann übertragen, wenn du den Prozess selbst anstößt. Zum anderen kannst du die Anzahl von Plugins, die du synchronisieren möchtest, begrenzen.

Indem du das Synchronisieren nur für die Plugins einschaltest, an denen du gerade arbeitest, wird die Geschwindigkeit der einzelnen Prozesse erhöht. Außerdem wird das Synchronisieren dank des manuellen Anstoßens der Übertragungsprozesse nicht mehr unnötig im Hintergrund ausgeführt.

Durch das Anpassen der Synchronisierung wird auch das Zusammenarbeiten mit mehreren Entwicklern an einem Plu-

gin transparenter. Liegen sowohl lokal als auch systemseitig Änderungen an derselben Datei vor, wird beim Herunterladen des aktuellen Stands eine Sicherung der lokalen Datei erstellt. Somit kannst du die Änderungen abgleichen und miteinander vereinen.

Alles auf einen Blick



Egal, ob du Dateien neu hinzufügst, bestehende Dateien änderst oder sie löschst, auf dem Dashboard wird dir alles auf einen Blick angezeigt. Die Informationen sind dabei nach Plugin-Set und Plugin sortiert, sodass du nie die Übersicht verlierst.

Auch das Hinzufügen von komplett neuen Plugins ist bequem über zwei Klicks möglich. Registriere das Plugin in plentyDevTool und du kannst es direkt in deinem Plugin-Set installieren.

Direktes Feedback

Wenn du in einem Plugin-Set arbeitest, das nicht mit einem deiner Mandanten verknüpft ist, hast du, wie bei plentyDrive

Well done! Last build was successful.

auch, die Möglichkeit, bei jeder Datenübertragung auf das System-, den Plugin-Bereitstellungsprozess anzustoßen. Dabei handelt es sich um einen abgekürzten Prozess, bei dem nur deine Änderungen verarbeitet werden.

Und das Ergebnis? Ist fast ohne Verzögerung im Tool zu sehen.

Ausblick

Mit der ersten Version von plentyDevTool gibt es nun die Möglichkeit, das Entwickeln von Plugins in plentymarkets mehr als je zuvor zu beschleunigen. Aber das ist erst der Anfang: In zukünftigen Versionen wird plentyDevTool um neue Funktionen erweitert, um den Entwicklungsprozess noch besser und einfacher zu machen.

In diesem Zusammenhang möchten wir uns auch bei all unseren Beta-Testern aus der plentyCommunity bedanken, die uns vor der Veröffentlichung des Tools mit wertvollen Informationen versorgt haben. Wir hoffen, dass wir auch dieses Jahr wieder auf eure Unterstützung zählen können, um plentyDevTool weiter nach vorne zu bringen.



Success Story

MULTIKANAL-STRATEGIE: DESIARY.DE UND DAS GROSSE MARKTPLATZ-EXPERIMENT

desiary.de, Online-Anbieter für Innenausstattung und Wohnaccessoires, hat in diesem Jahr Großes vor. Fast 30 Prozent des Gesamtumsatzes erwirtschaftet das 7-köpfige Team um Gründerin Julia Ritter aktuell auf Amazon. 2020 soll sich dieser Umsatzanteil wachstumsbedingt auf andere Marktplätze verschieben. desiary.de listet bereits zusätzlich auf eBay, ist mitten im Onboarding-Prozess bei Otto und Rewe, steht in Verhandlungen mit Wayfair und denkt über eine Präsenz bei Bol.com nach.

Julia Ritter, Gründerin und Geschäftsführerin des Innenausstattungs-handels desiary.de, ist in der Branche seit zwei Jahren ein Begriff, und meistens wird ihr Name direkt mit ihrem Sieg bei Amazons Förderprogramm „Unternehmerinnen der Zukunft“ 2018 verbunden. Doch die Vorzeige-Amazonzone will sich keinesfalls nur auf Amazon konzentrieren. „Vor fast drei Jahren habe ich auf der K5 zum ersten Mal gehört, dass über 50 Prozent der Deutschen ihre Produktsuche bei Amazon starten – und dass man diese Kunden über andere Marketing-Kanäle gar nicht mehr erreicht“, erinnert sich Ritter. „Da war mir klar, dass ich mich nicht nur auf den eigenen Online-Shop konzentrieren kann, sondern auch Amazon bespielen muss.“

Das Amazon-Geschäft lief, auch dank der Coachings aus dem UdZ-Förderprogramm, gut an und brachte es schnell auf einen

Anteil am desiary.de-Gesamtumsatz von 40 Prozent – vor allem, weil sich Ritter die Internationalisierungsmöglichkeiten des Pan-EU-Programms schnell zunutze machte. Trotzdem bleibt die Unternehmerin wachsam. „Amazon ist für Händler toll, solange alles reibungslos läuft“, so Ritter. „Aber es lauert eben auch viele Gefahren, wie eine lang anhaltende Kontosperrung oder der chinesische Wettbewerb, der auch in meinem Segment immer stärker wird. Wenn man sich in eine zu starke Abhängigkeit von nur einem Vertriebskanal begibt, egal, welcher das ist, ist man immer angreifbar.“

Erst das Backend fit für die Marktplatz-Strategie machen

Deshalb lautet Ritters Motto für 2020: Kanaldiversifizierung. Dafür hat desiary.de sich zuerst Backend-seitig vorbereitet: Der Shop migrierte zu Shopware und implementierte das ERP von plentymarkets, um von den vielen Marktplatz-Schnittstellen des Anbieters zu profitieren. „Technisch gesehen hat diese Umstellung erstaunlich reibungslos funktioniert“, lacht Ritter. „Ich hatte deutlich Schlimmeres erwartet. Unsere Entscheidungen zu den eingesetzten Systemen waren 10 Jahre alt und passten zum Teil einfach nicht mehr zu unserem Usecase. Wir mussten sehr weit in Vorleistung gehen, ohne zu wissen, was die Marktplätze uns an Umsatz bringen würden. Hier fühlen wir uns bei plentymarkets wendiger und flexibler.“

Auch für die neue Menge an Daten, die der Verkauf auf Marktplätzen mit sich bringt, liefern die neuen Backend-Stukturen bei desiary.de die notwendige Unterstützung: „Am intensivsten nutzen wir gerade den Elastischen Export und den Ela-

sticSync bei plentymarkets. Meiner Meinung nach gehören diese Module zu den mächtigsten Werkzeugen, weil die Datenverarbeitung der Schlüssel zum sauberen Arbeiten ist. Generell habe ich plentymarkets so kennengelernt, dass man sich viele Prozesse selbst zusammenbauen kann, diese Flexibilität haben wir gesucht“, freut sich Ritter.

Seit Anfang des Jahres listet desiary.de knapp 100 Artikel auch auf eBay – was etwa einem Fünftel des Amazon-Sortiments entspricht. Mit Otto steht Ritter bereits seit über einem Jahr in Kontakt – und kann kaum erwarten, dass ihre Produkte endlich auch bei den Hamburgern im virtuellen Regal stehen. „Wir mussten bei Otto im letzten Jahr sehr geduldig sein aufgrund der Umstellung des Marktplatzmodells, aber seit Anfang des Jahres tut sich etwas“, freut sich die Händlerin. „Aktuell sind wir in der Verifizierung, ich hoffe deshalb, dass der Verkauf bald losgehen kann.“ Von einer Präsenz auf der Plattform des größten deutschen Online-Möbelhändlers verspricht sich Ritter einen ordentlichen Schub für ihr Geschäft.

Noch weiter fortgeschritten ist die Handelsbeziehung mit Rewe. „Vertreter des Marktplatzes dort haben mich auf einer Konferenz gehört und mich direkt angesprochen, ob ich nicht auf Rewe.de listen will“, so Ritter. „Ich habe mir dann zuerst die Kundenstruktur genauer angesehen: Auf Rewe.de kaufen vor allem gut gestellte Familien mit wenig Zeit – das ist eine für uns sehr interessante Zielgruppe, die man vielleicht davon begeistern kann, zum Wocheneinkauf noch ein Deko-Element dazuzulegen oder auch ein Geschenk online mitzubestellen. Deshalb probieren wir diesen Kanal gern aus.“

Kanalauswahl? Zahlengetriebene Bauchentscheidung

Die Entscheidung für Rewe spiegelt Ritters Strategie bei der Auswahl neuer Vertriebskanäle wider: Es ist eine Mischung aus zahlengetriebener Analyse und Offenheit für sich präsentierende Chancen, gewürzt mit

einem Schuss „Einfach mal ausprobieren!“ „Bei den großen Marktplätzen Amazon, eBay und auch Otto muss man nicht lange überlegen, dort findet man die eigene Zielgruppe auf jeden Fall“, sagt Ritter. „Bei kleineren Nischenmarktplätzen passt entweder das Sortiment zu uns – wie zum Beispiel bei Wayfair, oder eben wie bei Rewe die Zielgruppe. Andere Marktplätze ergeben sich durch Zufälle: Für uns ist beispielsweise der Verkauf auf Amazon Niederlande perspektivisch sehr interessant, weil die Niederländer sehr wohnaffin sind. Und wenn die Listings

dann schon mal auf Niederländisch übersetzt sind, was hindert uns daran, auch noch auf Bol.com zu listen?“

Mit der gleichen Offenheit fasst Ritter aktuell auch die Marktplätze von Home24 und Douglas ins Auge, während sie gleichzeitig nach strategischen Partnern sucht, um den Verkauf ihrer Eigenmarke in stationären Geschäften voranzutreiben.

„Man sollte sich jeden Vertriebskanal genau anschauen und mit Bedacht auswählen – aber

dann muss man ihn letztlich einfach ausprobieren“, ist Ritter überzeugt. „Erst wenn man ein paar Verkäufe hinter sich hat, sieht man, ob die Verkäufe stimmen, ob der Umsatz stimmt, ob die Kostenstruktur zur eigenen Marge passt und vor allem, wie viel Aufwand nötig ist, um den Kanal profitabel zu betreiben. Wenn die Rechnung unterm Strich nicht aufgeht, muss man den Kanal eben wieder aufgeben – oder mit dem Betreiber, soweit möglich, über die Konditionen nachverhandeln.“

Quelle: Danke an shopenbieter.de!

Multi-Kanal, national und international IM INTERVIEW: PETER HÖSCHL

Herr Höschl, würden Sie als langjähriger E-Commerce-Experte sagen, eine Multi-Channel-Strategie ist auch für E-Commerce-Startups so erfolgversprechend wie bei desiary.de?

Grundsätzlich kann ich Neueinsteigern im E-Commerce nur empfehlen, erst mal mit Marktplätzen, insbesondere Amazon, zu starten. Dies ist in der Regel deutlich günstiger, Zeit und Kosten betreffend, als erst einmal einen eigenen Online-Shop aufzubauen. Und man muss sich nicht schon zum Start intensiv um Marketing, Payment, bestimmte rechtliche oder auch technische Themen kümmern. Ein Online-Shop-Betreiber muss ein echter Allrounder mit tiefem Wissen in den verschiedensten Disziplinen sein, während der Einstieg über Marktplätze deutlich einfacher, wenn auch manchmal durchaus hart, ist. Und – Ausnahmen bestätigen die Regel – man kann pauschalisierend sagen: Ein Produkt, das sich auf Amazon nicht verkauft, wird sich auch anderswo schwer tun. Wichtige Empfehlung: Starten Sie mit wenigen Produkten! Lieber wenig richtig bis zur Perfektion machen, als vieles nur halbgar.

Für Händler, die national auf Marktplätzen bereits Erfolg haben, liegt der Schritt in die Internationalisierung über Marktplätze gefühlt nur einen Katzensprung entfernt. Ist das denn so?

Ja, absolut. Es ist durchaus nicht unüblich, dass Händler auf diese Weise, quasi aus dem

Stand, einen internationalen Umsatzanteil von bis zu 20% erreichen. Und das mit verhältnismäßig wenig Aufwand. Erst danach beginnt die eigentliche Arbeit, z. B. mit eigenen nativen Übersetzungen, steuerlichen Themen beim Überschreiten der jeweiligen Schwellwerte und so weiter.

Halten Sie die Internationalisierung deutscher Händler für einen sinnvollen Schritt oder gar für unabdingbar für die Zukunftssicherung?

Zumindest unabdingbar, wenn man auf Wachstum ausgerichtet ist, manchmal aber auch zur Erhaltung des Status quo, wenn der nationale Absatzmarkt durch Wettbewerber, z. B. aus dem Ausland, in Bedrängnis gerät. Meines Erachtens ist es jedoch wichtig zu beachten, dass man erst internationalisieren sollte, wenn man sein bisheriges Geschäft, die Prozesse etc. gut bis sehr gut im Griff hat. Andernfalls-, reißt man nur eine neue Baustelle auf. Im E-Commerce gilt: ein bisschen schwanger geht nicht. Mach etwas richtig oder lass es lieber sein.

Chinesische Händler stellen hierzulande mittlerweile eine nicht zu verachtende Konkurrenz dar – auch Frau Ritter ließ sie in Ihrem Beitrag nicht unerwähnt. Wie bewerten Sie als Experte und Beobachter die Situation?

Dies ist für viele Händler ein Problem, mitunter auch ruinös. Es ist tatsächlich unvorstellbar, was da teilweise abläuft. Wir

Über Peter Höschl:

Peter Höschl ist Branchenbegleiter der ersten Stunde und einer der bekanntesten E-Commerce-Experten in Deutschland. Er ist Autor, E-Commerce-Berater und mehrfacher Preisträger des Amazon-Programms „Unternehmer der Zukunft“. Heute begleitet er vor allem mittelständische Unternehmen auf dem Weg zur Digitalisierung. Seine berufliche Leidenschaft gilt dem kennzahlenbasierten Wachstum.



sprechen hier nicht nur vom unlauteren Ausnutzen von irgendwelchen Lücken im System zum eigenen Vorteil. Es werden auch gezielt Wettbewerber geschädigt. Ich persönlich hoffe nach wie vor, dass nicht nur auf rechtlicher Seite mehr und mehr Lücken geschlossen werden, sondern auch die Marktplätze selbst beginnen, zu erkennen, dass ihr wichtigstes Asset, die Kundenzufriedenheit, im hohen Maße beschädigt wird. Ich kenne bspw. niemanden, der auf Marktplätzen gezielt nach Händlern aus China sucht, aber viele, die sagen: Mist, jetzt habe ich schon wieder versehentlich bei einem chinesischen Händler gekauft. Und viele, die bereits beginnen, sich von den heute noch beliebten Marktplätzen genau deswegen abzuwenden.



SCHON GEWUSST?

Seit Kurzem könnt ihr plentyPOS ganz bequem im Demo-Modus ausprobieren. Das Beste daran? Der neue Demo-Modus kommt ganz ohne bestehenden plentymarkets Account oder einen bereits abgeschlossenen Vertrag aus. Somit kannst du unverbindlich und ohne Anmeldung einen Eindruck der Funktionen von plentyPOS bekommen.



plentypos.plentymarkets.com/demo

Probiere es hier direkt aus!

plentyPOS



SundSITS

Ihre Fullservice Agentur

Shop & ERP

Support

POS

www.plentymarkets.com

sundsits.de



SMARTGUARD



HÄNDLERBUND

ABMAHNSICHER DANK SMART GUARD

DAS SMARTE TOOL ZUR ABWEHR VON ABMAHNUNGEN

- ✓ **automatisierte Überprüfung** Ihrer Rechts- und perspektivisch Produkttexte auf Abmahnfallen
- ✓ **unabhängig** vom genutzten Shopsystem
- ✓ **zuverlässige Benachrichtigung** bei Abweichungen und Fehlern
- ✓ in **Unlimited- und Professional-Mitgliedschaft** inklusive

JETZT
**3 MONATE
RABATT SICHERN**
MIT DEM CODE **OHK20**

WIE FUNKTIONIERT DER SMARTGUARD?



Händlerbund-Rechtstexte in Ihren Shop integrieren



Vergleichen Sie Ihre Rechtstexte per Knopfdruck oder automatisch



Ausgabe von allen Unstimmigkeiten in einem detaillierten Protokoll

www.smartguard.haendlerbund.de

MIT SICHERHEIT MEHR VORTEILE FÜR DEN HANDEL

paydirekt hat sich vom Newcomer zum etablierten Online-Bezahlverfahren entwickelt und überzeugt immer mehr Käufer und Händler von seinen Vorteilen. Datensicherheit ist dabei für beide Seiten ein sehr wichtiges Thema, ebenso wie unkomplizierte Zahlungsabläufe. Dem Käufer bietet paydirekt als gemeinsames Bezahlverfahren der deutschen Banken und Sparkassen die Möglichkeit, direkt von seinem Girokonto zu bezahlen. Für den Händler ist paydirekt eine Paymentlösung, die ihm eine Reihe von Vorteilen bietet.

Mehr Liquidität durch Zahlungsgarantie

Da jeder Nutzer als Girokonto-Kunde von seiner Bank oder Sparkasse automatisch legitimiert ist und der Kaufbetrag direkt am Konto autorisiert wird, erhält der Händler eine sofortige Zahlungsgarantie. Das bedeutet für ihn eine optimale Liquidität durch die schnelle Verfügbarkeit der Umsätze und damit mehr Spielraum für seine Geschäftsentwicklung.

Mehr Sicherheit durch Käuferidentifizierung

Darüber hinaus lässt sich für den Händler das Alter des Käufers jederzeit verifizieren, da bei Zahlungsvorgängen mit paydirekt der Kunde als voll-identifizierter Kontoinhaber erscheint. Damit bietet paydirekt gegen-

über intermediären Bezahlösungen einen weiteren Vorteil, da diese den Käufer nicht vollständig identifizieren können – ein Risiko, das der Händler durch ein entsprechendes Risikomanagement auffangen muss.

Mehr Kostenersparnis durch geringe indirekte Kosten

Mit paydirekt gehören Identitätsbetrug, Zahlungsstörungen oder Zahlungsausfälle der Vergangenheit an. Damit erübrigt sich auch ein entsprechendes Risiko- und Debitorenmanagement, das die indirekten Kosten eines Bezahlverfahrens für den Händler in die Höhe treibt. Nicht umsonst stellt die aktuelle Gesamtkostenstudie von ibi Research der Universität Regensburg fest, dass paydirekt das mit Abstand günstigste Zahlverfahren im Markt ist. Und auch das ergab die Studie: Indirekte Kosten werden von vielen Händlern nicht berücksichtigt oder massiv unterschätzt, obwohl sie bei einigen Verfahren das Vierfache der direkten Kosten ausmachen können.

Einfach, sicher und direkt – paydirekt überzeugt

Anders als bei intermediären Bezahlösungen, bei denen ein Provider zwischen Händler und Käufer steht, ermöglicht pay-

direkt einen Bezahlvorgang ohne Umwege vom Konto des Kunden zum Konto des Händlers – mit allen Vorteilen: Über paydirekt getätigte Zahlungen werden brutto auf das Händlerkonto gebucht, Rückbuchungen erfolgen vom Händlerkonto. Alle Transaktionen sind durch eine eindeutige Transaktionsreferenz einfach und ohne zusätzliche Tools im bestehenden Buchhaltungssystem zu verarbeiten. Zahlungen mit paydirekt sind vergleichbar mit einer vollständigen und korrekten Überweisung und unterliegen – wie alle Zahlungen unmittelbar vom Girokonto – höchsten Sicherheitsanforderungen. Sensible Daten wie Kontonummer, Warenkorbdaten oder andere persönliche Informationen bleiben bei paydirekt in der sicheren Umgebung der Banken oder Sparkassen. Das überzeugt Kunden und Händler, denn Cybersecurity-Attacken sind ein immer wichtiger werdendes Thema. Schließlich möchten auch Händler vermeiden, dass ihre Transaktionsdaten über verschiedene Systeme und Anbieter bewegt werden, bei denen sie

den Umgang und die Verwendung ihrer Daten nicht beurteilen können. Ein weiterer Grund, weshalb sich immer mehr Händler für paydirekt entscheiden – darunter Branchenriesen wie die Deutsche Bahn, Eventim, Media Markt oder About You.

Smart, easy und sicher in die Zukunft

Von Anfang an wurde paydirekt für das Bezahlen in unterschiedlichen Alltagssituationen konzipiert: Zunächst mit der zentralen Payment-Funktion für den klassischen E-Commerce gestartet, bietet paydirekt auch weitere Checkout-Varianten für das mobile Bezahlen. Der Handel kann dem Verbraucher damit über alle Kanäle hinweg ein nahtloses und unkompliziertes Einkaufserlebnis bieten – zum Beispiel im Automaten- und Vending-Segment oder in den Bereichen Gaming, Events, Streaming oder E-Charging. Grundlage hierfür ist die Checkout-Option „oneKlick“: Dank dieser neuen Funktion entfällt die Eingabe von Benutzernamen und Passwort, und der Kunde zahlt smart und sicher mit nur einem Klick. Das Einkaufserlebnis tritt für den Nutzer in den Vordergrund, die Zahlung in den Hintergrund und die Conversion-Raten für den Händler steigen.

Kauf oder Abbruch – die angebotene Zahlungsart entscheidet

Ein einfacher, schneller und sicherer Bezahlprozess ist entscheidend, damit der Händler seine Kunden nicht im Checkout verliert. Mit paydirekt im Payment-Mix kommt der Händler diesen Bedürfnissen entgegen: paydirekt bietet Käufern höchste Sicherheit, denn alle sensiblen Daten bleiben da, wo sie hingehören – bei der Bank des Käufers, geschützt durch strenge deutsche Richtlinien. Dabei ist paydirekt sehr einfach zu handhaben, denn nach der einmaligen Freischaltung im Online-Banking brauchen die Kunden nur noch ihren Benutzernamen und ihr Passwort, um schnell und bequem im Online-Shop direkt von ihrem Girokonto zu bezahlen. Dank der Zahlungsgarantie für den Händler profitieren die Kunden zudem von einem schnellen Warenversand. Und sollte beim Versand doch einmal etwas schiefgehen, hilft der paydirekt-Käuferschutz. Mit paydirekt stellen Händler ihren Kunden eine Bezahlösung zur Verfügung, die nicht nur komfortabel ist, sondern auch ihrem wachsenden Sicherheitsbedürfnis entgegenkommt.

plentymarkets – dein Zugang zu paydirekt

Alle Vorteile von paydirekt sind für den Händler auch mit plentymarkets verfügbar. Das paydirekt Plugin ist mit allen plentymarkets 7 Systemen kompatibel und setzt lediglich einen Checkout-Prozess auf Basis von Ceres voraus. Auf Callisto basierende CMS Templates können um den Ceres Checkout erweitert werden. So können plentymarkets Kunden vom hohen Kundenpotential, der Zahlungsgarantie und dem hohen Sicherheitsanspruch von paydirekt ganz einfach profitieren.

Wer Fragen zu paydirekt hat, kann sich jederzeit unter:

partnermanagement@paydirekt.de an das Team wenden.

paydirekt

i paydirekt-Facts

Bereits mehr als 10.000 Online-Shops aus allen Branchen mit einem E-Commerce-Volumen von rund 16 Milliarden Euro haben sich für paydirekt entschieden – darunter zahlreiche Branchenführer wie die Deutsche Bahn, eventim, MediaMarkt, cineplex oder About You. Rund 3,2 Millionen Kunden haben paydirekt freigeschaltet, und mit rund 1.400 Instituten bieten nahezu alle deutschen Banken und Sparkassen paydirekt an.

Direkte und indirekte Kosten der Zahlungsverfahren¹⁾

¹⁾ Die Kosten sind angegeben in Prozent bezogen auf die Höhe des durchschnittlichen Warenkorbs des Basisfalls (92,09 €).
Quelle: Ibi Research, Gesamtkosten von Zahlungsverfahren im deutschen E-Commerce 2019



SYSTEMEINSTELLUNGEN ÜBERTRAGEN

Dass beispielsweise Artikeldaten zwischen Systemen übertragen werden, gehört bei plentymarkets zum täglichen Geschäft des Online-Händlers. Manchmal kann es für Händler aber auch sinnvoll sein, Systemeinstellungen in ein anderes System zu übertragen oder lokal zu speichern. Genau diese Funktion wird demnächst in plentymarkets integriert. Egal, ob Webshop-Konfiguration oder Versandprofile: Einstellungen lassen sich mit der neuen Funktion „Einstellungen übertragen“ von einem plentymarkets System in ein anderes übertragen. Weiterhin lassen sich getätigte Einstellungen lokal sichern, sodass der Online-Händler im Fall der Fälle auch auf ein Einstellungs-Backup zurückgreifen kann.

Kleine Funktion, große Sicherheit

Mit der neuen Funktion können plentymarkets Kunden verschiedene Systemeinstellungen lokal speichern. Dies ist vor allem dann sinnvoll, wenn Einstellungen im System be-

arbeitet werden sollen. Im Handumdrehen hat der Händler die Einstellungen in seinem System wieder zurück in den ursprünglichen Zustand versetzt. So kann die Funktion beim Testen von alternativen Einstellungen sehr wertvoll sein.

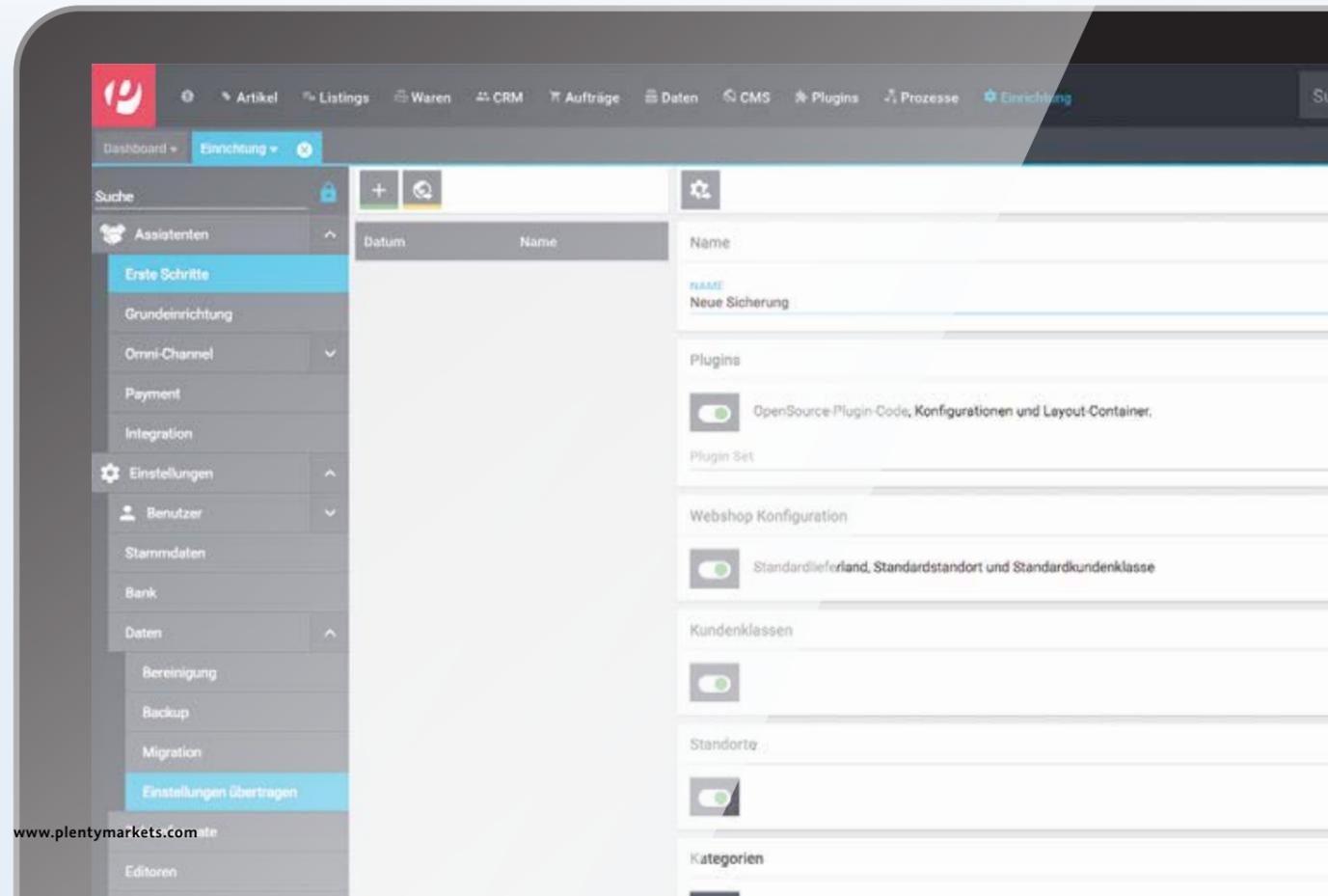
Auch die Übertragung der Einstellungen in ein Testsystem kann Sinn machen. So ermöglicht das Übertragen von Einstellungen einen Test außerhalb des produktiven Shopsystems.

Mehrwert bei der Systemeinrichtung

Setzt ein Händler auf ein neues System, kann er bewährte Einstellungen aus einem anderen System ganz einfach übertragen. Hier müssen dann in den übertragenen Bereichen keine Einstellungen mehr vorgenommen werden. Der Händler kann sich somit einen nicht unerheblichen Aufwand sparen und schneller auf das Wesentliche konzentrieren.

Der Freigabeprozess im Detail

Um Systemeinstellungen zu übertragen, muss der Händler zunächst eine Sicherung im Ausgangssystem erstellen. Dazu ruft er die entsprechende Funktion über *Einrichtung* >> *Einstellungen* >> *Daten* >> *Einstellungen übertragen* auf und wählt die gewünschten Einstellungen zur Übertragung. Anschließend kann der Händler einen Freigabe-Token erstellen. Dieser, acht Stunden lang gültige Token wird mit der plentyID des Ausgangssystems im Zielsystem hinterlegt. Anschließend kann der Händler die Übertragung starten. Alle gewählten Einstellungen werden dann in das Zielsystem übertragen. Über dasselbe Menü lassen sich aber auch Sicherungen des Systems erstellen oder in das System laden.



MyView INDIVIDUELLE MASKEN NACH MAß

Geschmäcker sind ja bekanntlich verschieden – und das ist auch gut so. Allerdings ist es gar nicht so einfach, jedem Geschmack gerecht zu werden. Auch bei der Vielzahl an Masken, die plentymarkets bietet, müssen stilistische und technische Entscheidungen sorgfältig getroffen und auf die jeweiligen Bedürfnisse abgestimmt werden. Doch das ist jetzt ein Kinderspiel, denn die MyView macht's möglich! Ab sofort heißt es: vorgegebene Strukturen ade – hallo Gestaltungsfreiheit! Bei Masken, die auf Grundlage der MyView erstellt werden, kann ein jeder selbst Hand anlegen und seiner Maske einen individuellen Schliff verleihen.

Gestaltungsfreiheit erleben

Sind die Elemente angemessen platziert? Sind die Einstellungsmöglichkeiten passend? Von nun an können wir uns in den verschiedenen Backend-Bereichen kreativ austoben und gestalterische Entscheidungen von Grund auf selbst treffen. Wie das aussieht? Lies selbst und staune!

Die MyView ermöglicht ab sofort ein Benutzererlebnis der besonderen Art, denn personalisierte Masken haben einen großen Vorteil: Sie sind zu 100% auf die Bedürfnisse des Nutzers abgestimmt und es

müssen keine Kompromisse eingegangen werden.

Schritt für Schritt zur idealen View

In einem ersten Schritt auf dem Weg zur perfekten Maske werden grundlegende Entscheidungen zur räumlichen Aufteilung getroffen. Hier sind deiner Fantasie keine Grenzen gesetzt, denn schmale, breite, lange oder kurze Spalten stehen zur Wahl, um die View mit den idealen Konturen zu versehen.

Weiter geht es mit den Zeilen, die beliebig platziert werden können, um die Maske zu individualisieren und den Anforderungen exakt gerecht zu werden.

Diese Einstellungsmöglichkeiten erlauben es uns, eine einzigartige View zu schaffen, die ideal auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt ist.

Steht die Grundstruktur, und alles sitzt wie gewünscht, dürfen wir uns langsam aber sicher dem Feinschliff widmen. Doch was benötigen wir, um unser Werk ideal in Szene zu setzen? Inhalte, die perfekt zu unserer personalisierten Maske passen! Auch hier gibt es eine Reihe verfügbarer Elemente, die je nach gewünschtem Inhalt für bereits platzierte Spalten und Zeilen in die Maske gezogen werden können.

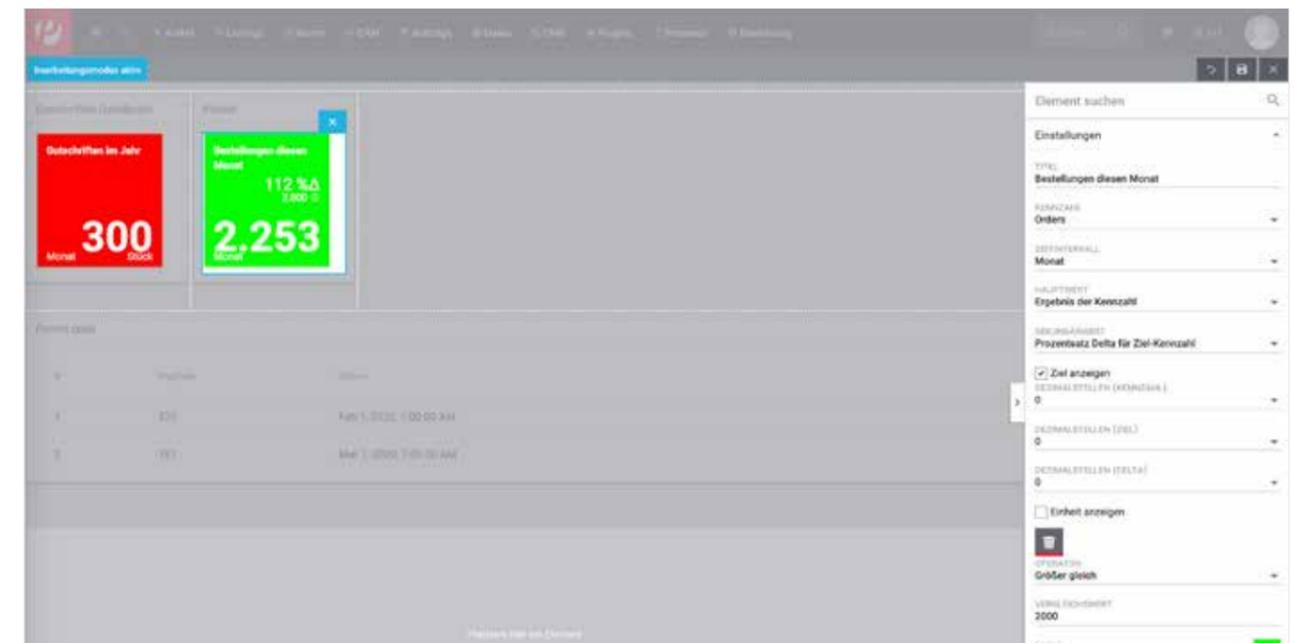
Und fertig ist die Maske? Nein – eine Sache fehlt noch! Denn was wären personalisierte Masken ohne personalisierte Inhalte? Auch diesen Wunsch erfüllt dir eine MyView-Maske im Handumdrehen, denn zu ihren Fähigkeiten zählt nicht zuletzt, Inhalte auf die Maske abzustimmen und beispielsweise nicht benötigte Felder zu entfernen oder vorgegebene Titel zu ändern. Schließlich wollen wir auch hier nichts dem Zufall überlassen!

Deine Chance

Das brauchst du auch? Kein Problem – denn die MyView vereinfacht nicht nur unseren Entwicklern die tägliche Arbeit, sondern eröffnet auch dir die unglaubliche Chance, eine Maske genau nach deinen Wünschen umzustellen.

Natürlich wird die MyView schon bald mit weiteren Funktionen glänzen und noch mehr Freiheiten bieten!

Du willst wissen, wie es weitergeht? So viel sei verraten: Auch in der Artikelstruktur wird sich die MyView schon bald bemerkbar machen. Du darfst also gespannt sein!



AUTOMATISIERTE UMSATZSTEUER-COMPLIANCE MIT TAXDOO UND PLENTYMARKETS

Taxdoo ist der digitale One-Stop-Shop für europaweite Umsatzsteuer im Onlinehandel

DATENSAMMLUNG

Automatisierte Datenziehung über das Taxdoo-Plugin für plentymarkets (weitere Informationen unter taxdoo.com und im plentyMarketplace).

BEWERTUNG & ÜBERWACHUNG

Monitoring von Umsatzsteuer- und Intrastatpflichten und automatisierte umsatzsteuerliche Datenaufbereitung für die gesamte EU (inklusive Warenverbringungen).

EINREICHUNG IM AUSLAND

Prüfung von USt-IDs und umsatzsteuerliche Registrierung und Abgabe der umsatzsteuerlichen Meldungen in allen EU-Ländern.

FINANZBUCHHALTUNG

Pro-Forma-Rechnungen zur Dokumentation der Warenverbringungen. DATEV-Export für die effiziente Abwicklung der Finanzbuchhaltung.



PAKET CEE

AB 247 € PRO MONAT

PAKET PAN-EU

AB 563 € PRO MONAT

Für die optimale Lagerverwaltung: PULPO WMS UND plentymarkets

Seit September 2019 steht die Verbindung der beiden Systeme Pulpo WMS und plentymarkets zur Verfügung. Damit wurde Pulpo WMS das bevorzugte Warenwirtschafts- und Lageroptimierungssystem für plentymarkets Kunden mit höheren Ansprüchen. Die enge Zusammenarbeit und nahtlose Integration beider Systeme per Plugin verspricht Anwendern lückenlose Prozesse.

„Gerade im Umfeld größerer Händler erweitert Pulpo WMS unsere Warenwirtschaft um verbesserte Funktionen und weitere Features, wie zum Beispiel Zeiterfassung, Nachschub, unterschiedliche Inventurtypen etc. Insbesondere Händler mit komplexen Anforderungen werden begeistert sein“, sagt Bernhard Weiß, Vorstand der plentysystems AG.

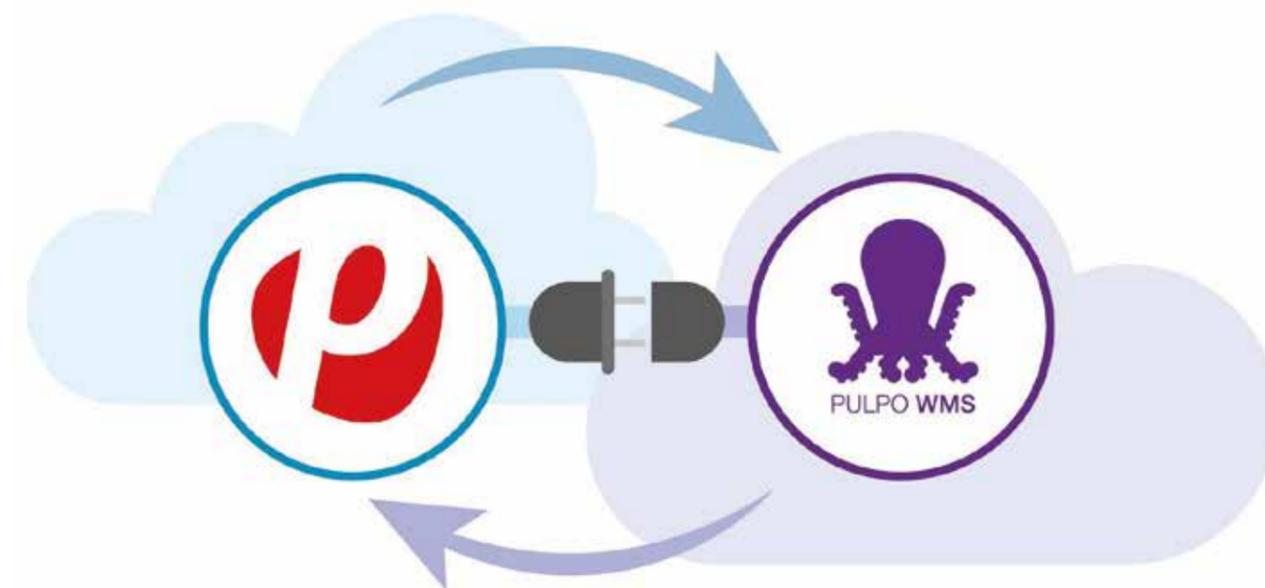
Zeitgemäße Technologie schafft Verbindung

Das plentymarkets E-Commerce ERP integriert mehr als 40 nationale und internationale Marktplätze, diverse Zahlungs- und Fulfillment-Anbieter und alle gängigen Webshop-Systeme. Über zusätzliche Plugins und die offene REST API lässt sich das System beliebig erweitern. Weitere Pluspunkte sind der moderne Technologieansatz und ein dynamisch wachsendes Ökosystem an Partnerlösungen.

„Schon alleine aus rein technologischer Sicht ist plentymarkets das perfekte Match für unser modernes WMS. Die Kompatibilität der beiden Systeme macht es uns im Vergleich zu anderen Systemen besonders einfach, eine stabile und updatefähige Verbindung zu gewährleisten.“

Wir freuen uns sehr, mit plentymarkets einen weiteren großen Schritt in das deutsche E-Commerce-Umfeld zu gehen und Online-Händlern zu helfen, ihre Lagervorgänge weiter zu optimieren und zu professionalisieren“, betont Thomas Kircheis, Gründer der Pulpo WMS Germany GmbH.

Das von den beiden Deutschen Thomas Kircheis und Philipp Thyben ursprünglich in den USA gegründete Unternehmen fokussiert sich nun mit der Pulpo WMS Germany GmbH zurück in seinen Heimatmarkt. Vor allem im E-Commerce und Fulfillment-Umfeld erschließt das umfangreiche Pulpo WMS noch vorhandene Lücken im Markt.



Mehrwert für plentymarkets Online-Händler

Die strategische und langfristig angelegte Partnerschaft mit plentymarkets bringt vor allem für Händler mit komplexeren Lagerprozessen viele Vorteile:

Pulpo WMS bietet eine professionelle Erweiterung der Lagerfunktionalitäten von plentymarkets. Mithilfe des im plentyMarketplace erhältlichen Plugins werden alle wichtigen Informationen zwischen plentymarkets und Pulpo WMS synchronisiert: Provisionen, Pro-

dukte, Lieferanten, Kunden und Aufträge. Pulpo WMS übernimmt und dokumentiert alle Intralogistik-Prozesse und erleichtert die Arbeit der Lagermitarbeiter. Mit Pulpo WMS erhält der plentymarkets Händler außerdem Regeln für automatischen Nachschub, Lagerorte basierend auf personalisierten Bedürfnissen (z. B. Rotation, Gewicht etc.), optimierte Routen, die im Moment des Pickings kalkuliert und dem passenden Pick-Profil zugeordnet werden, multiple Pick-Arten (z. B. rollende Kommissionierung, Batch-Pick, Split-Pick), und vieles mehr.

Eine intuitive Android-App für Lagermitarbeiter und ein Frontend für den Leitstand erlauben Pulpo WMS-Anwendern volle Kontrolle über ihr(e) Lager.

Das Plugin synchronisiert alle Informationen zwischen beiden Systemen in Echtzeit und erlaubt sogar dem Packer, über die App Versandlabel im Moment des Verpackens auszudrucken.

Weitere Informationen erhalten Interessenten unter: www.pulpowms.com/plentymarket

SIE WOLLEN MEHR WISSEN?

Melden Sie sich zur kostenlosen Demo an. [TAXDOO.COM](https://taxdoo.com)

Mit eBay durchstarten



Das Marketing-Tool „Anzeigen“

ist ein Teil des eBay Advertising-Service und ermöglicht Ihnen Ihre Artikel einem größeren Käuferkreis zu präsentieren. Ihre Anzeigen werden in verschiedenen prominenten Bereichen der eBay-Website und den eBay-Apps beworben. Das Self-Service-Tool ist sowohl im eBay Verkäufer-Cockpit Pro als auch in Ihrem plentymarkets Marketing Plug-In verfügbar.



Ihre Vorteile:



Kein Risiko:
Anzeigen-Gebühr nur bei Kauf des Artikels



Volle Kontrolle: Kampagnen jederzeit starten, pausieren, bearbeiten



Mehr Sichtbarkeit für Ihre Festpreis-Angebote



Langzeit-Vorteil: Ihre Angebote profitieren von der zusätzlichen Verkaufshistorie