

Ist der Online.Shop ein Ressourcenfresser?

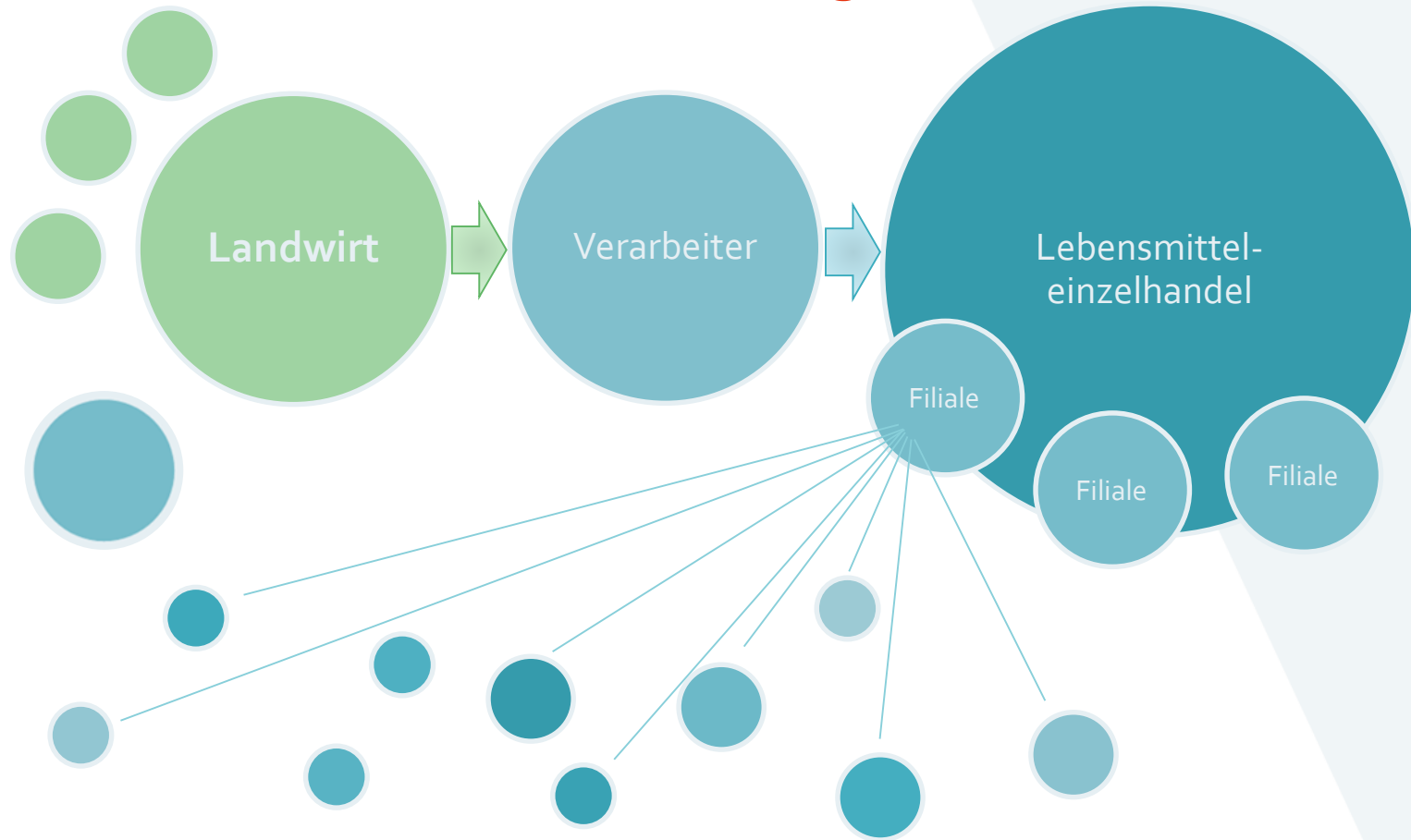


Christian Fritz
HBLFA Raumberg-Gumpenstein
Abteilung Ökonomie und Ressourcenmanagement
Irdning-Donnersbachtal, 21. Oktober 2021

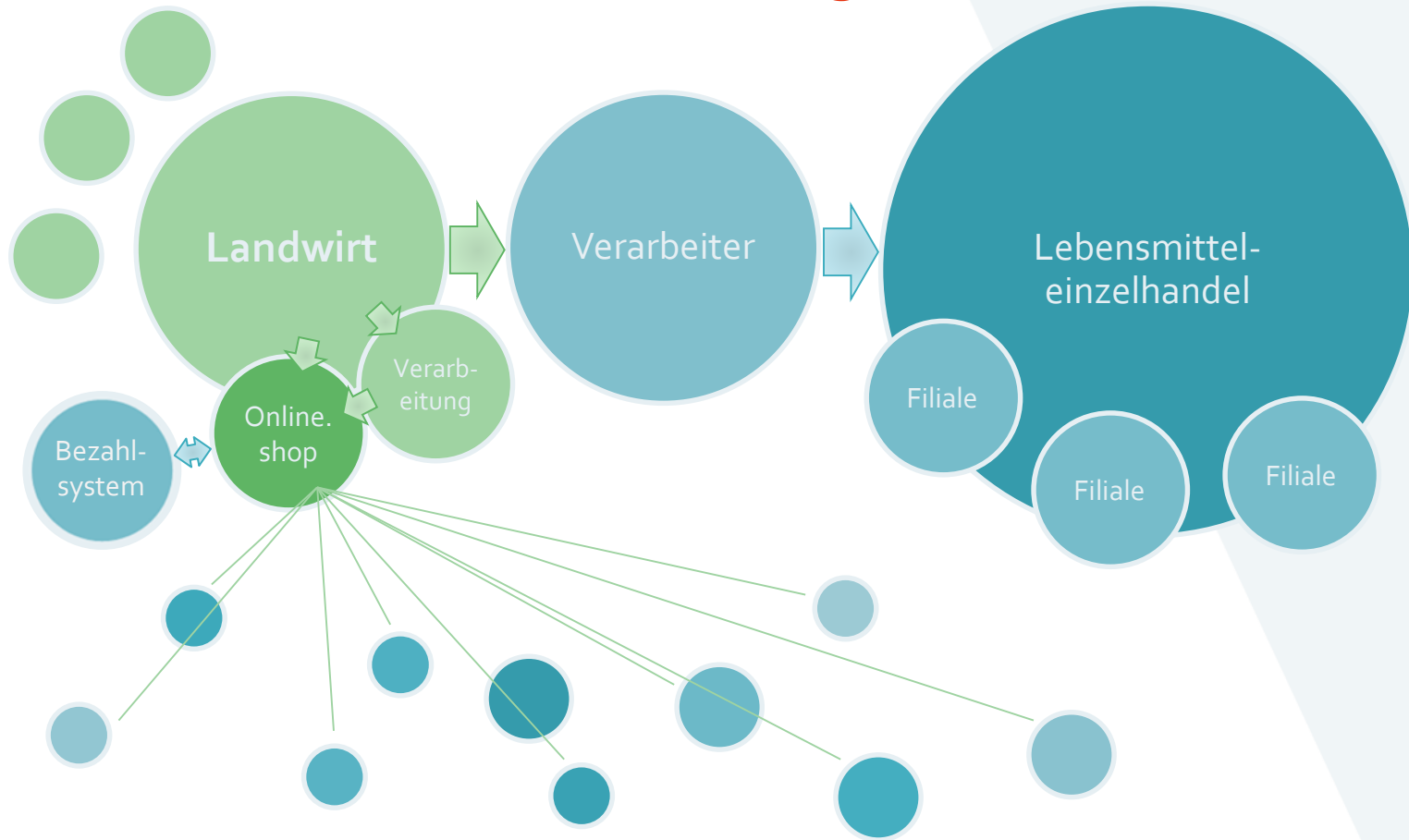
Startkosten € 3.000,- bis € 30.000,- (?)

- **Was braucht ein Online.Shop und wieviel kostet das?**
 - Fokus Vermarktung Landwirt*in → Konsument*in
 - **Ausgeklammerte Bereiche**
 - B2B-Handel: Onlinehandel Betriebsmitteln
 - Marketing: Platzierung-Kundenbindung-Mediengestaltung-Inszenierung
 - Aufwand, Arbeit und Kosten für Verarbeitung
 - Zusammenarbeit mit Zulieferbetrieben
 - Rechtliche Rahmenbedingungen
- **Strategische Betriebsplanung**

Was darf Online-Direktvermarktung kosten?



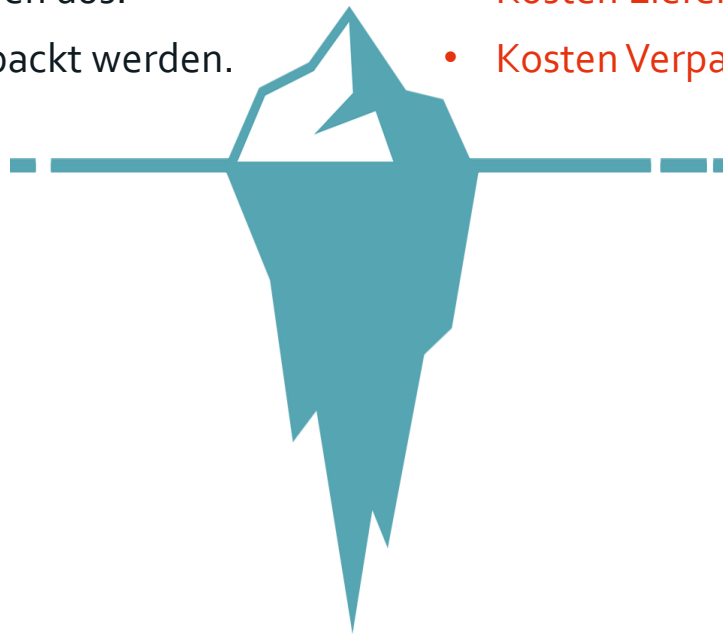
Was darf Online-Direktvermarktung kosten?



Was muss ein Online.Shop können?

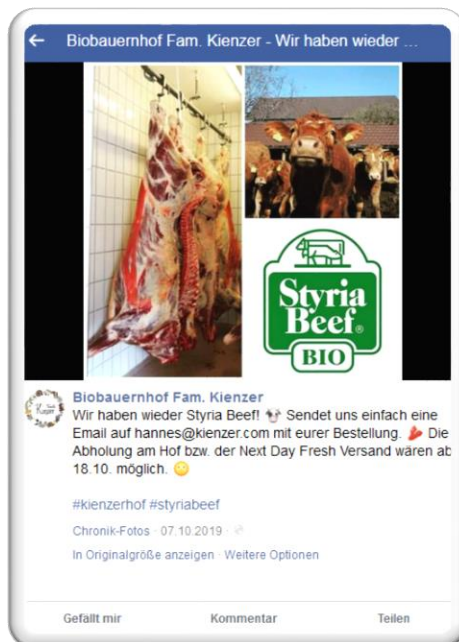
- Kein Geschäft (Shop) läuft ohne Werbung.
- Kunden stellen Ansprüche an Produkte.
- Jeder Shop braucht ein (befülltes) Sortiment.
- Befüllung bedeutet meist Vorratshaltung.
- Online.Shops liefern Waren aus.
- Lieferwaren müssen verpackt werden.
- Kosten für Marketing
- Arbeitszeit Produkt- und Kundenbetreuung
- Sortimentbetreuung und Produkthandel
- Kosten für Lagerung
- Kosten Lieferung / Lieferpartner
- Kosten Verpackung / Pfand

et cetera et cetera



Preiswerte Möglichkeiten im Onlineverkauf

- Zwei Beispiele via Facebook



Basics IT

- Ein (eigener) Onlineshop basiert auf einem Shopsystem plus Website
 - Anschaffung – techn. Anforderungen vs. Kosten
 - Kosten für Wartung und Updates **ca. 100 € pro Monat aufwärts**
- Webhosting, Transaktionsanbieter, Webdesign
 - 35 Ct pro Transaktion, ca. 2 % Provision
 - Webdesign, Grafiken und Aufbereitung – **einige 1.000 €**



Kostenbeispiel für Mini-Shop

- Domain, Web-Hosting p.a. € 1 500 bis x
- Shopsoftware (ab € 3000), Service p.a. ab € 50
- Produktpflege im Shop p.a. € 300 bis x
- Marketing (SEO, SEA, Mail, Sterne) p.a. € 300 bis x (eigene Arbeit?)
- Marketing (SEO, SEA, Mail, Sterne) p.a. € 600 bis x (eigene Arbeit?)
- Payment-Anbieter ca. 2 bis 3 % vom Umsatz
- Optional: Warenwirtschaftssystem / Lager, Kundenverwaltung, Rechnungslegung, Kassensystem, Buchhaltung, Artikelinformationen, Chargenverwaltung, etc.



Alternativ: Nutzung einer Drittplattform und Gebühren dafür

...mit einer Vielzahl an Drittleistern

Web-IT

.at solutions
e-commerce it1
derWebshop web.at

Kunden, Artikel,
Bestellungen,
Etikettieren

Rechnungen
Kassensystem

Buchhaltung

agrosoft onedesk
mymoney cloud-it
ERP 1desk AgCmd

Shopbewertung



Auszeichnung



Medien&Grafik

a-media make
agenta custom
designstudio web.at

Marketing



Lagerverwaltung

warehouse.management
Zu-/Abgänge
Vorbestellung MHD
Kommission Sortierung

Bezahlen



Packen+Liefern



Pfandsystem

Füll- Online. Shop
stoffe Rückgabepartner
Retour- Kartonagen
Pfand Hygiene+

Einige Beispielbereiche

Bestellabwicklung

- **Onlineshop** für Bestellannahme und **Alternativen**
(E-Mail, SMS, Anruf, Facebook, WhatsApp, Kontaktformular, etc.)
- **Kaufvertrag**, erfolgreiches Zustandekommen
- **Rechnungslegung** an Kunden, Steuersätze, Stornierungen

- **Wareneingangskontrolle**
- **Kommissionieren** – Verpacken – Etikettieren
- **Produzentenabrechnung** aus Sicht des shops

Warenhandling



Einige Beispielbereiche

Das Verpacken

- **Gebinde und Umverpackung** – Kartonagen, Holzschachteln/Kisten, Boxen, etc.
- **Füllmaterial** – Schafwolle, Recyclingpapier, Luftpackungen, Holzwolle, etc.
- **Arbeitskraft** (Auslastung) und Räumlichkeiten

Das Pfandsystem

- **Kühlversand** – Kühlboxen Leihsystem/Anbieter, Kühlakkus; bis € 100 pro Box
- **Reinigung und Hygiene**
- **Verrechnung** ausbleibende Retouren, Vorräte



Einige Beispielbereiche

Das Bezahlen

- **Auf Rechnung, Überweisung, Lastschrift**
- **Kreditkarte, Zahlungsanbieter Paypal, Klarna,...**



zahlreiche weitere: *adyen, Concardis, amazon pay, barzahlen.de, giropay, bs payone, saferpay, paydirekt, ratepay, clickandbuy...*

- **Zu bedenken:** Einbindung in den Webshop, Gebühren (bis € 500 p.a.)
- **Zahlungskontrolle** und Ausfälle, Inkasso/Mahnwesen

Auszeichnung

- **Online „Ersatzkriterien“** – Verkostungssieger, Kulinarik regional, Tierwohl-Labels, Klimaschutzpreis, Herkunftsnachweis, Slow-Food-Label,...
- **Shopbewertungen** – Trusted Shop, Secure Internet



Onlineshops haben Potenzial, aber bevor die Arbeit mit dem Onlineshop deiner Landwirtschaft im Weg steht, könnten bestehende Plattformen eine Lösung sein.

Beispiele


Entdecke den puren Geschmack!












Nachhaltig leben

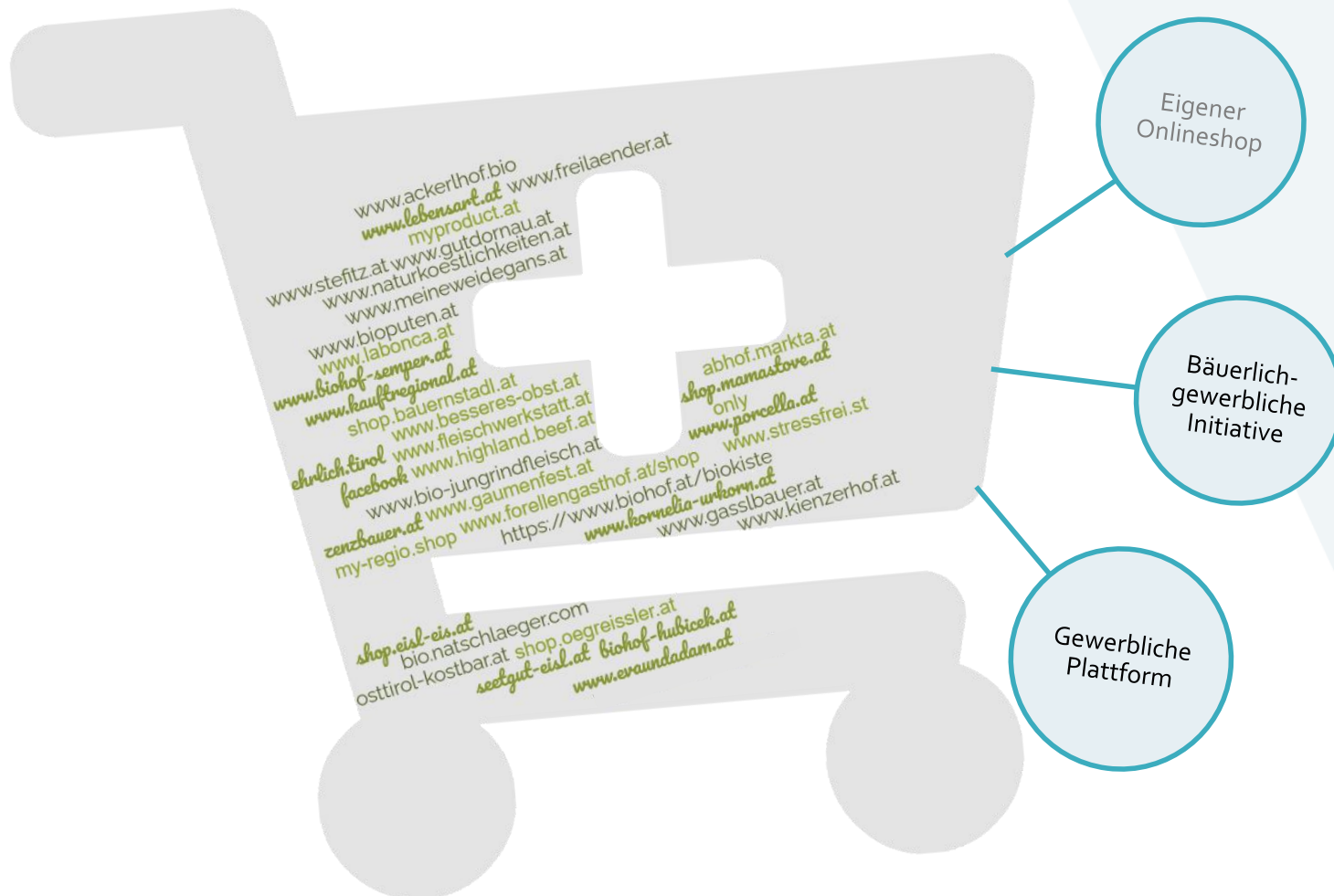


Bringt die Region auf den Tisch.

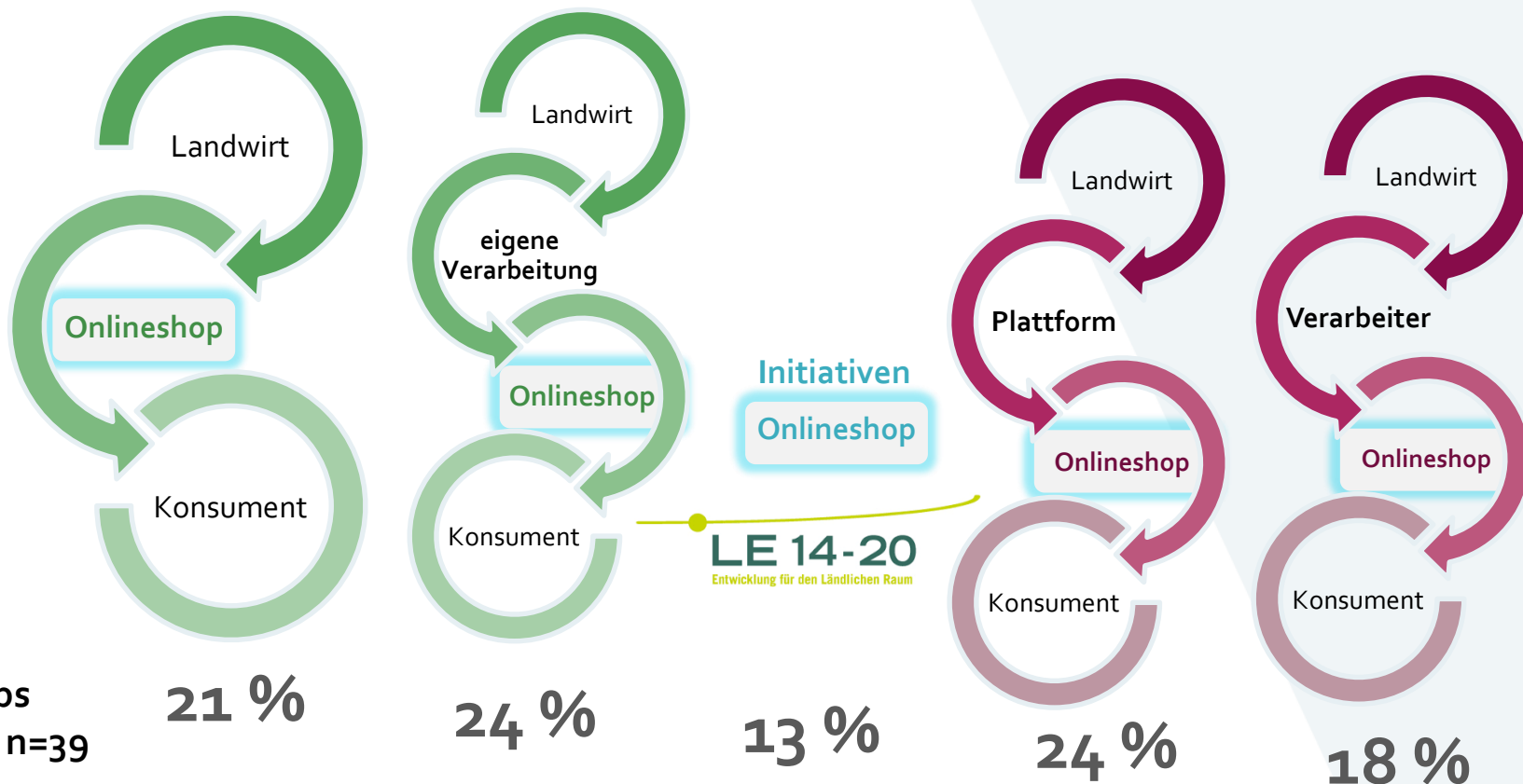


 ab € 50 pro Monat oder  ca. 20 bis 25 % des Umsatzes

Vermarkter, Bestellsysteme, Plattformen und Händler regional-national



Online.Shop ist nicht gleich Direktvermarktung



Onlineshops
Österreich n=39

21 %

24 %

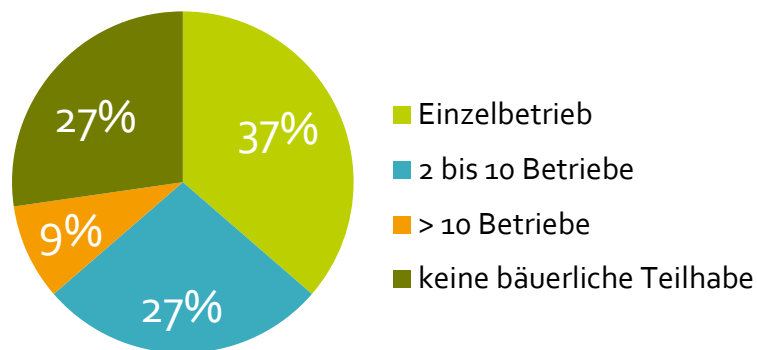
13 %

24 %

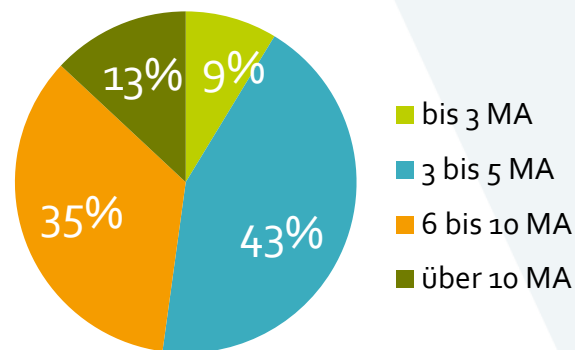
18 %

Praxisstudie Onlineshops in Österreich (n=39)

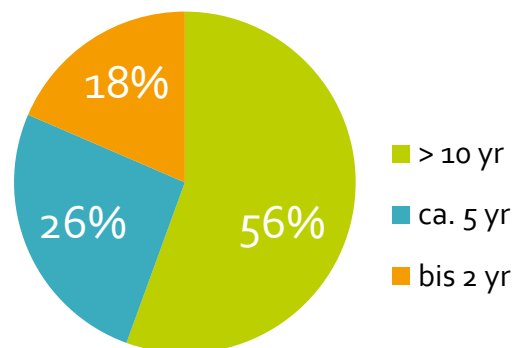
Beteiligte Betriebe



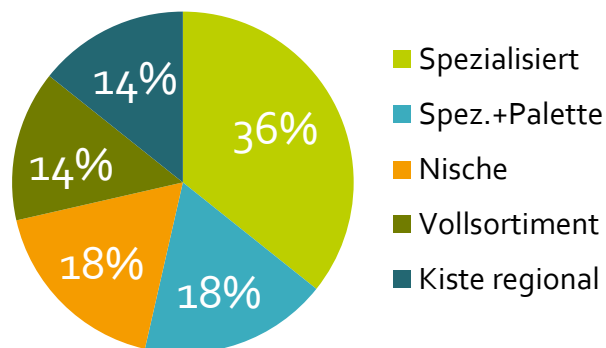
Mitarbeiter*innen



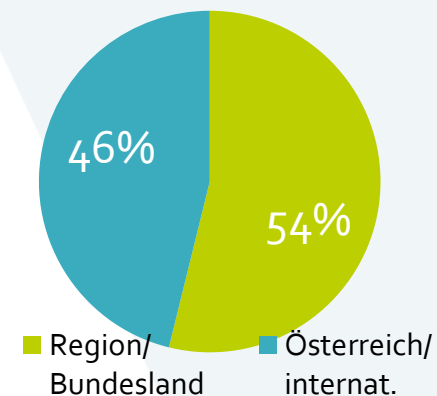
Erfahrung Direktvermarktung



Sortiment



Regionales Liefergebiet



Ressourcentransformation in meinem Onlineshop

Wertschöpfungsprozess

