

# eBay-Leitfaden 2020

Checkliste: Produkt-Listings optimieren



# Die Grundlagen

Sie haben ein tolles Produkt und möchten es jetzt bei eBay verkaufen. Aber haben Sie sich auch schon Gedanken darüber gemacht, wie Sie dafür sorgen können, dass Ihr Produkt genug Aufmerksamkeit erzielt?

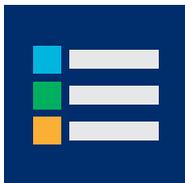
In dieser Checkliste finden Sie alle Grundlagen für Ihr erstes Produkt-Listing.



## Beim Produkttitel darauf achten, dass das wichtigste Keyword am Anfang steht



- Benennen Sie das Produkt genau, selbst wenn Sie dabei den Namen der Kategorie wiederholen.
- Die optimale Reihenfolge für den Produkttitel lautet: Marke, Funktionen, Produkttyp, Details. Beispiel: Silentnight Superspring Hohlfaserkissen, extra weich und bequem, 2er-Pack.
- Nutzen Sie die 80 Zeichen, die Ihnen zur Verfügung stehen, aber denken Sie daran, dass der Titel in der Galerieansicht gekürzt wird. Die ersten 55 Zeichen sind also die wichtigsten.
- Verwenden Sie keine Abkürzungen oder Fachbegriffe wie UVP (unverbindliche Preisempfehlung).
- Bei Untertiteln fällt eine Gebühr von 1,50 Euro pro Listing an.



## Richtige Kategorie und Unterkategorie auswählen



- Dies ist der erste Anhaltspunkt für Käufer, wenn sie nach einem Produkt suchen. Achten Sie also darauf, dass Sie die korrekte Kategorie und Unterkategorie auswählen.
- Wenn es für Ihr Produkt relevant ist, können Sie eine zweite Kategorie auswählen. Dabei können jedoch zusätzliche Gebühren anfallen.
- Setzen Sie sich eine Erinnerung und überprüfen Sie eBays Klassifizierung regelmäßig. So können Sie sicherstellen, dass Sie auch bei Änderungen noch die richtigen Kategorien nutzen.



### Produktkennzeichnungen hinzufügen – Marke, GTIN, MPN (falls vorhanden)



- Nicht bei allen Produkten ist eine Global Trade Item Number (globale Artikelnummer, GTIN) oder Manufacturer Part Number (Hersteller-Teilenummer, MPN) erforderlich. Wenn möglich, sollten Sie diese jedoch hinzufügen, um von zusätzlichen Marketing-Vorteilen zu profitieren.
- Wenn Sie der Hersteller oder Markeninhaber sind, sollten Sie Ihren Produkten eine GTIN von GS1 zuweisen. Damit gewährleisten Sie den Markenschutz, garantieren die Einzigartigkeit und vermeiden Nummernkonflikte.
- Wenn eine eindeutige Kennzeichnung vorhanden ist, kann eBay Angebote auf Google Shopping auflisten und Kundenbewertungen von anderen Händlern nutzen.
- Laut Google können Produkte mit einer GTIN **20 Prozent** höhere Konversionsraten erzielen. Gleichzeitig steigt die Sichtbarkeit um **40 Prozent**.



### Artikelmerkmale mit von eBay empfohlenen Attributen ergänzen



- Geben Sie so viele Produktattribute wie möglich an. Andernfalls kann Ihr Produkt aus den Suchergebnissen verschwinden, falls ein Käufer seine Suche verfeinert und ein spezielles Merkmal nicht angegeben ist.
- Für jede Kategorie sind bei eBay jetzt drei Artikelmerkmale erforderlich. Welche Merkmale für Ihr Produkt nötig sind, können Sie unter [verkaeufportal.ebay.de/angebote/optimieren/artikelmerkmale](https://verkaeufportal.ebay.de/angebote/optimieren/artikelmerkmale) nachlesen.
- Die Artikelmerkmale können je nach Kategorie unterschiedlich sein. Sehen Sie sich also die Kategorie an, in der Sie Ihr Produkt einstellen möchten. Stellen Sie sicher, dass Sie mindestens die Attribute hinzufügen, die in den Suchergebnissen zu sehen sein sollen.



### Den Zustand des Artikels ehrlich beschreiben



- Wenn Ihr Artikel nicht neu ist, beschreiben Sie den Zustand ganz genau, sodass der Käufer weiß, was ihn erwartet, und Rückgaben reduziert werden.
- Stellen Sie Bilder ein, auf denen mögliche Probleme zu sehen sind. So werden Käufer schon vor dem Kauf darauf aufmerksam.

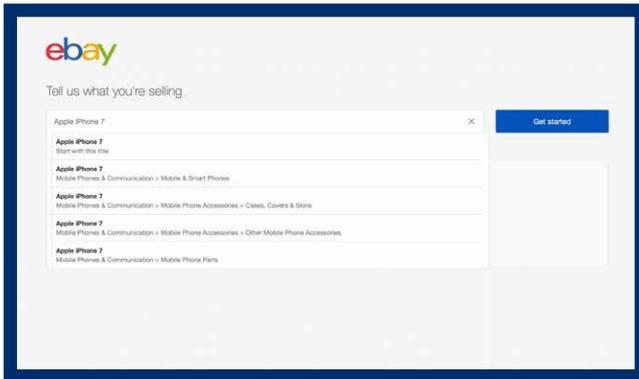


### Eine aussagekräftige Artikelbeschreibung verfassen



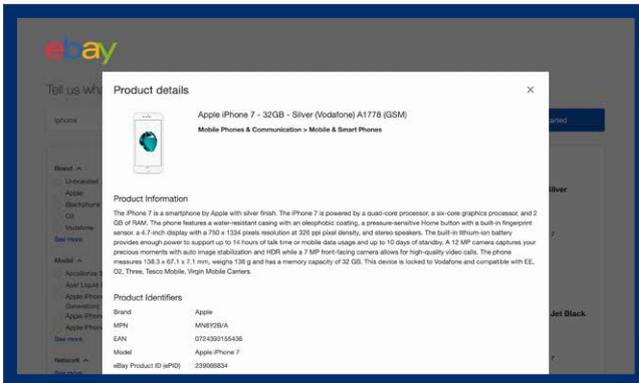
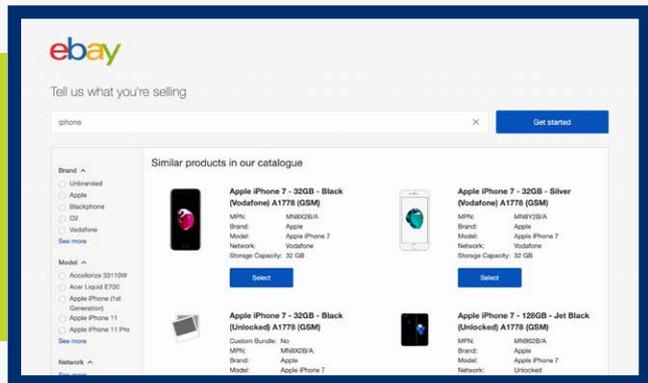
- Schreiben Sie Ihre Geschäftsbedingungen in das dafür vorgesehene Feld, nicht in die Beschreibung. Das ist besonders bei der mobilen Ansicht von Bedeutung.
- eBay zeigt Informationen zu Rücknahmen oder Geschäftsbedingungen auf Mobilgeräten automatisch an. Die entsprechenden Felder müssen also ausgefüllt werden, damit Ihre Kunden diese Informationen auch erhalten.

**Hinweis: Wenn der Artikel brandneu ist, ist eine GTIN erforderlich, damit er in Google Shopping erscheint.**



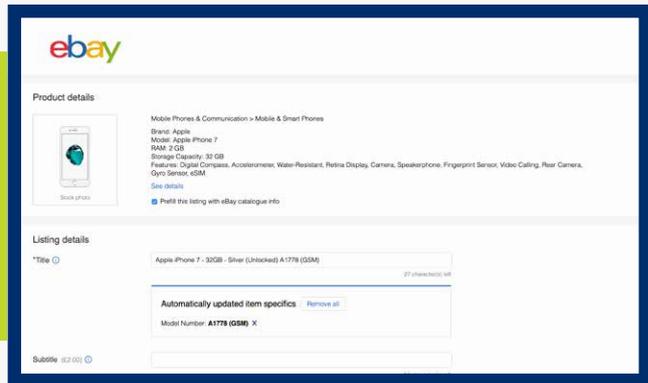
Wenn Sie mit dem Einstellen Ihres Artikels beginnen, können Sie unterschiedliche Produktkennzeichnungen auswählen, darunter die GTIN (EAN/UPC). Mit dieser Information kann eBay Ihr Produkt mit dem Katalog abgleichen.

eBay zeigt dann Artikeloptionen an, die zu den Suchergebnissen passen. Für den Begriff „iPhone“ gibt es beispielsweise mehrere Optionen. Wenn Sie eine GTIN angeben, wird nur eine Option angezeigt.



Wenn Sie den Artikel auswählen, zeigt eBay die vollständigen Attribute aus dem Katalog an. Diese müssen Sie dann bestätigen.

Dann können Sie weitere Informationen für Ihr Angebot eingeben, zum Beispiel Preis, Versandoptionen, Artikelzustand usw.



# Ihr Listing optimieren

Sobald Sie die Grundlagen für Ihr Produkt-Listing abgeschlossen haben, sollten Sie versuchen, die Sichtbarkeit noch weiter zu verbessern – besonders für Mobilgeräte. Sehen Sie sich die folgenden Tipps an, mit denen Sie die Sichtbarkeit Ihres Produkt-Listings und die Chance auf eine Konversion erhöhen können.



## Eine Beschreibung hinzufügen, die für Mobilgeräte geeignet ist

Etwa die Hälfte aller Transaktionen auf eBay wird über Mobilgeräte abgewickelt. Es ist daher besonders wichtig, dass Ihre Artikelbeschreibungen für kleine Bildschirme geeignet sind.



- **Halten Sie sich kurz.** Kunden, die ihr Smartphone zum Einkaufen nutzen, lesen die Beschreibungen auf einem kleinen Bildschirm. Konzentrieren Sie sich auf wichtige Informationen wie den Zustand des Artikels.
- **Aktive Inhalte sind auf eBay nicht mehr zugelassen.** Komplizierte HTML-Inhalte wie Cross-Selling-Karusselle lassen sich nicht mehr in Artikelbeschreibungen einbinden. Auf vielen mobilen Geräten werden diese Inhalte nicht korrekt angezeigt und erfordern häufige Updates. Das ist frustrierend für Kunden, die mehr Informationen sehen möchten. Hier finden Sie weitere Informationen: [ebay.de/help/policies/listing-policies/grundsatz-zur-verwendung-von-skriptsprachen?id=4247](https://www.ebay.de/help/policies/listing-policies/grundsatz-zur-verwendung-von-skriptsprachen?id=4247)
- **Sehen Sie sich an, wie Ihr Angebot auf unterschiedlichen Geräten aussieht.** Wie weiter oben beschrieben, können sich HTML-Reader je nach Gerät unterscheiden. In kostenlosen Online-Tools können Sie Ihre URL eingeben, das gewünschte Gerät aussuchen und prüfen, wie Ihr Angebot angezeigt wird.
- **Halten Sie die Formatierung einfach.** Verwenden Sie Aufzählungspunkte in Ihren Artikelbeschreibungen, damit Ihre Kunden alle wichtigen Informationen schnell erfassen können.
- **Verbessern Sie die Lesbarkeit mit gut sichtbarem Text.** Verwenden Sie eine schwarze Schriftart in Schriftgröße 12-14 auf weißem Hintergrund.
- **Machen Sie Angaben zu Versandkosten, Zahlungsmöglichkeiten und Rücknahmen.** Nutzen Sie die entsprechenden Felder für Informationen zu Versand, Zahlungen und Rücknahmen. Schreiben Sie diese Informationen nicht in Ihre Beschreibung. Dort lenken Sie nur von Ihrem Artikel ab.



## Unterschiedliche Versandoptionen anbieten



- Auch wenn es offensichtlich scheinen mag: eBay bevorzugt Angebote mit der Versandoption Kostenlos & schnell. Falls Sie diese Option anbieten möchten, platzieren Sie sie gut sichtbar in Ihrem Angebot.
- Bieten Sie auch andere Versandoptionen an. Nicht alle Kunden haben es eilig.



### Quadratische Bilder mit einer Mindestbreite von 1.600 Pixeln verwenden



- eBay empfiehlt eine Mindestgröße von 1.600 Pixel auf der kürzesten Seite. Die Dateigröße kann maximal 7MB betragen.
- Nutzen Sie den gesamten Bildrahmen zur Präsentation Ihres Artikels. Lassen Sie nur wenig Freiraum im Hintergrund, damit Ihre Käufer das Wesentliche sehen können.
- eBay verbirgt unter Umständen Bilder, die nicht den Richtlinien entsprechen. Machen Sie sich also mit den Vorgaben vertraut und halten Sie diese ein.



### Angebote mit Varianten erstellen



- Wenn Ihr Produkt in mehreren Farben und Größen erhältlich ist, erstellen Sie nur ein Angebot mit unterschiedlichen Auswahlmöglichkeiten. Das hat den Vorteil, dass die Verkäufe aller Varianten zusammengefasst werden. So können Sie Ihr Such-Ranking verbessern, da jeder Verkauf einer einzelnen Variante nur einem Angebot zugerechnet wird.
- Beachten Sie, dass Sie eine GTIN (EAN) pro Variante benötigen. Diese sogenannten Kindartikel werden als Variante des Vaterartikels behandelt, nicht als eigene Bestandseinheit.



### Unkomplizierte Rückgaben anbieten



- eBay empfiehlt gewerblichen Händler, die Rückgabefrist von 14 auf 30 Tage zu erhöhen. Verkäufer, die das bereits getan haben, konnten eine Konversionssteigerung von bis zu 13 Prozent verzeichnen.
- Die meisten Kunden erwarten eine Rückgabefrist von 30 Tagen. Selbst wenn Sie ein Jahr als Frist angeben, steigen dadurch die tatsächlichen Rückgaben nicht unbedingt. Sie können damit aber zeigen, dass Sie ein besonders kulanter Händler sind.
- eBay gibt Verkäufern, die einen guten Kundenservice bieten, mehr Sichtbarkeit. Überdenken Sie also Ihre Rücknahmebedingungen und gestalten Sie sie möglichst käuferfreundlich.



### Angemessene Preise ansetzen, ohne zu günstig zu sein



- Es ist sehr unwahrscheinlich, dass nur Sie einen bestimmten Artikel auf eBay verkaufen. Vergleichen Sie Ihre Preise also mit anderen. Ein niedriger Preis sollte allerdings nicht Ihr einziges überzeugendes Argument sein.

# Werbeaktionen für mehr Sichtbarkeit und Verkäufe

Wenn Sie mit Ihrem Produkt-Listing zufrieden sind, sollten Sie überlegen, wie Sie eine größere Zielgruppe erreichen können. Mit eBays eigenen Marketing-Tools können Sie aktionsbasierte Anzeigen schalten, Multi-Rabatte oder Nachlasse anbieten, wenn ein Käufer mehr als ein Produkt kauft.



## eBays Marketing-Tools verwenden



Im Verkäufer-Cockpit Pro finden Sie bei eBay unterschiedliche Tools, mit denen Sie Ihre E-Commerce-Kampagnen von einem Ort aus verwalten können. Gruppieren Sie ähnliche Produkte und bieten Sie Rabatte für die gesamte Gruppe an. Eine 20 Prozent-Rabattaktion für Schuhe ist sehr viel effizienter als ein universelles Angebot. Ihre Kunden wissen genau, was sie erwartet, und werden mit einer höheren Wahrscheinlichkeit auf das Angebot klicken. Einige von eBays Marketing-Tools:

- **Multi-Rabatte:** Mit dieser Funktion können Sie Ihren Käufern gestaffelte Rabatte anbieten, wenn sie mehrere Exemplare eines Artikels kaufen.
- **Mengenrabatt:** Mit diesem Tool können Sie ergänzende Artikel aus Ihrem Warenbestand anbieten, wenn der Kunde kurz vor dem Kauf steht.
- **Sonderaktion und Preissenkung:** Mithilfe dieser Funktionen können Sie Ihre Artikel für einen gewissen Zeitraum günstiger verkaufen. Damit wird die Ersparnis für Ihre Käufer schnell sichtbar.
- **Verkäufer-Coupons:** Erstellen Sie exklusive Angebotscodes, die beim Kaufabschluss auf Ihre Produkte angewendet werden.

The screenshot shows the 'Create an order discount' page in the eBay Seller Hub. It features a progress bar with three steps: 'Set offer type' (active), 'Select items', and 'Review & launch'. Below the progress bar, the 'Select offer type' section includes a dropdown for 'Choose a category', a dropdown for 'What do you want to do?' with a 'Reset to see all offer types' link, and a 'Minimum spend' section with three radio button options: '€ 10 - off over € 50' (selected), '20 - % off over € 50', and '€ 10 - for every € 50'.

Hier sehen Sie, wie Sie einen Mengenrabatt bei eBay erstellen können. Mit diesem Tool können Sie ganz einfach unterschiedliche Werbeaktionen erstellen, die genau zu Ihren Anforderungen passen.

Hier erfahren Sie, wie genau Sie diese Art von Aktion einrichten:  
[verkaeuferportal.ebay.de/umsatz-steigern/verkaufsaktionen/mengenrabatt#einrichten](https://verkaeuferportal.ebay.de/umsatz-steigern/verkaufsaktionen/mengenrabatt#einrichten)



## Das Anzeigen-Tool verwenden



- Hierbei handelt es sich um eBays Version gesponserter Anzeigen. Gebühren fallen erst an, wenn etwas gekauft wird. Sie können Ihr Budget also auf den maximalen Betrag festlegen.
- Anzeigen sind risikofrei, wenn Sie etwas Spielraum für eine zusätzliche Marge haben. Im Normalfall erhalten Sie einen kostenlosen Testbetrag, sodass Sie den Nutzen für sich gut abschätzen können.



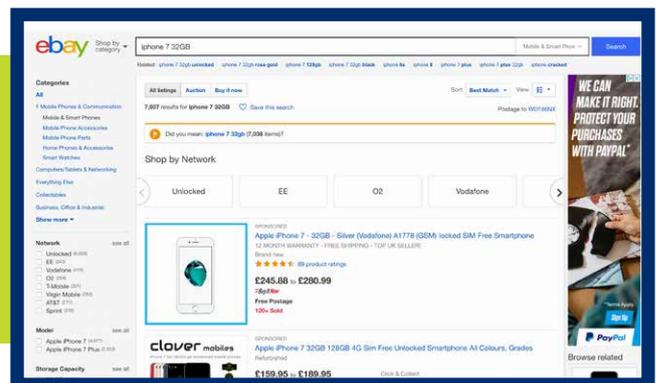
Hier sehen Sie das Dashboard für Ihre Anzeigen. Gehen Sie folgendermaßen vor, um dieses Tool zu nutzen:

**Ein Programm starten:** Wählen Sie aus, welche Angebote Sie bewerben möchten.

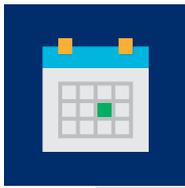
**Einen Tarif auswählen:** Legen Sie fest, welchen Anteil Ihres Verkaufspreises Sie für Ihre Anzeigen nutzen möchten.

**Bezahlen, wenn Sie verkaufen:** Wenn Sie nichts verkaufen, fallen auch keine Gebühren an. Wenn Käufer auf die Anzeige klicken und dann etwas kaufen, zahlen Sie Ihren vorher festgelegten Tarif.

Dies ist ein Beispiel für eine Anzeige auf der eBay-Website. Es gibt 50 unterschiedliche Optionen, wo Ihre Anzeige erscheinen kann. Damit erhalten Ihre Produkte eine bis zu 32 Prozent höhere Sichtbarkeit.



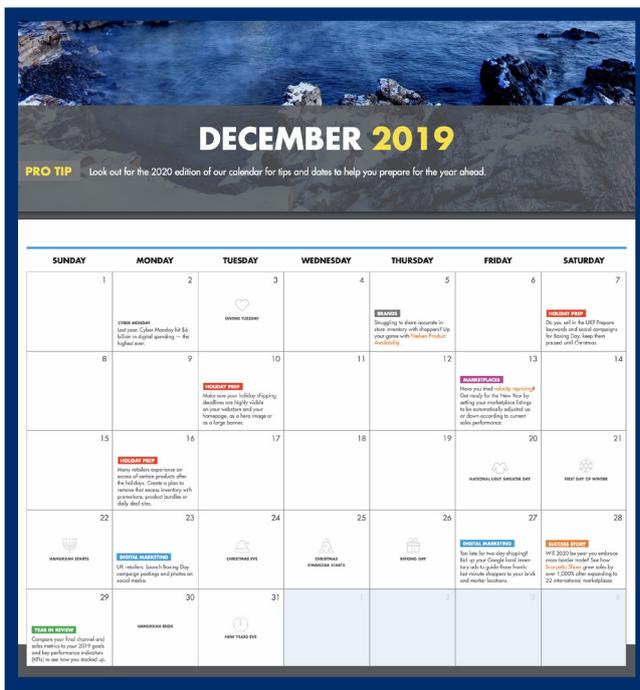
Weitere Informationen erhalten Sie in diesem Video: [verkaeuferportal.ebay.de/umsatz-steigern/mehr-kaeuer/anzeigen](https://verkaeuferportal.ebay.de/umsatz-steigern/mehr-kaeuer/anzeigen)



## Einen Werbekalender erstellen



- Beachten Sie die Spitzenzeiten im Laufe des Jahres – von traditionellen Schwerpunkten im Einzelhandel bis zu Online-Events wie Black Friday und Cyber Monday.
- Beziehen Sie auch weniger bedeutende Ereignisse wie Muttertag, Schulanfang oder Valentinstag ein.
- Über die Tools im Verkäufer-Cockpit Pro können Sie spezielle Anzeigen gut sichtbar platzieren.



Es gibt viele Vorlagen, die Sie als Basis für Ihren Werbekalender nutzen können. Diese finden Sie einfach über Google.

Beginnen Sie mit den wichtigsten Ereignissen und Daten des Jahres, aber machen Sie nicht bei Weihnachten oder Ostern halt. Beachten Sie auch internationale und weitere nationale Ereignisse oder Feiertage.

In Großbritannien ließen sich zum Finale von „The Great British Bake Off“ zusätzliche Backprodukte fantastisch verkaufen, während die Sendung lief. Auch große Sportveranstaltungen wie die Europameisterschaft oder die Olympischen Spiele können lohnenswert sein. Bei der letzten Fußballmeisterschaft stieg beispielsweise der Verkauf von Fernsehgeräten über eBay.

Wenn Sie alle wichtigen Daten gesammelt haben, planen Sie Ihre dazugehörigen Aktionen. Richten Sie sie soweit ein, dass Sie sie zum richtigen Zeitpunkt starten können, auch wenn mal etwas dazwischenkommen sollte. Überprüfen Sie Ihre Aktionen und passen Sie gegebenenfalls die Keywords bei gesponserten Kampagnen an, die ebenfalls laufen.

# Tipps und Tricks

## Artikelmerkmale nicht zu präzise beschreiben



Bei eBay gibt es unterschiedliche Attribute, die den Käufern angezeigt werden. Bei Kleidung wird zum Beispiel „rot“ angezeigt, nicht aber „karmesinrot“ oder „kirschrot“.

Als **Artikelmerkmal** sollten Sie also „rot“ angeben. Unter „Genauere Farbe“ können Sie dann den genauen Rotton oder die Bezeichnung bzw. den Code des Herstellers eintragen.

## Nur relevante Informationen in die Beschreibung aufnehmen



**Das ist relevant:** Alles, was eine „Produktbeschreibung“ ist: Markenname, Modell, Stoff, Material, Farbe und weitere Informationen, die für potenzielle Käufer von Bedeutung sind.

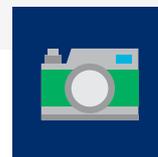
**Das ist nicht relevant:** Informationen zu Ihrem Unternehmen, Geschäftsbedingungen, Versand, Rücknahmen oder eBay-Feedback. Ihre Beschreibungen haben Einfluss auf Ihre Platzierung und Ihre Sichtbarkeit in den Suchergebnissen – bei eBay selbst und auch außerhalb. Informationen, die für das Produkt nicht relevant sind, können Ihre Position beeinträchtigen.

## Regelmäßig prüfen, dass Produkte in der richtigen Kategorie sind



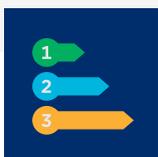
eBay aktualisiert die Kategoriestructuren regelmäßig. Prüfen Sie, dass die Kategorien und Unterkategorien noch immer zu Ihren Produkten passen.

## In professionelle Produktbilder investieren



Professionelle Bilder Ihrer Produkte zahlen sich aus, da Sie sie über längere Zeit und bei unterschiedlichen Anlässen nutzen können. Investieren Sie in die Hilfe eines Profis, damit die Bilder Ihre Produkte von ihrer besten Seite zeigen. Das fängt beim richtigen Ausschnitt an und geht bis zur Bearbeitung oder Photoshootings in einem professionellen Studio.

## Angebotstitel optimieren: wichtigste Begriffe an den Anfang stellen



Platzieren Sie wichtige Wörter wie Marke und Produkttyp am Anfang des Titels.

**GS1 Germany GmbH**

Maarweg 133

50825 Köln

**T** +49 221 94714-567

**E** [service@gs1-germany.de](mailto:service@gs1-germany.de)

[www.gs1.de](http://www.gs1.de)

