

Gutscheine online



verkaufen!

**Wie Sie Gutscheine richtig einsetzen
und welche rechtlichen Grundlagen Sie
beachten müssen!**

Jetzt kostenlos testen

1) Wie wichtig ist der Verkauf von Gutscheinen gerade im Weihnachtsgeschäft

2) Wie setzen Sie Gutscheine richtig ein

- Gutscheinverkauf in Bezug auf Dienstleistungen konkretisieren
- Die fünf wichtigsten Punkte zur Planung und Durchführung einer Gutschein-Kampagne

3) Welche rechtlichen Grundlagen müssen Sie beachten

4) Wie unser System Sie bei der Gestaltung und dem Verkauf Ihrer eigenen Gutscheine unterstützt

Weihnachten steht wieder vor der Tür und auch dieses Jahr werden wieder mehr Kunden den überfüllten Geschäften und gestressten Verkäufern den Rücken zukehren und sich dem Weihnachtsshopping via Internet widmen. Vor allem Gutscheine sind in dieser Zeit noch beliebter als sonst. Mit einem Gutschein macht man in der Regel nie etwas falsch. Die glücklichen Beschenkten können selbst entscheiden, was sie sich kaufen. Durch ein Geldgeschenk sollen nicht nur enttäuschte Gesichter vermieden werden, sondern auch so manche Umtausch-Aktionen in Verbindung mit zeitraubender Lauferei.

Aber auch im nächsten Januar werden wieder zigtausende Weihnachtsgeschenke umgetauscht werden. Essener Branchenkenner meinen jedoch, dass die Zahl der Fehlkäufe insgesamt abnimmt.

Grund dafür: Es werden mehr Gutscheine verschenkt.

Geschenkgutscheine sind ein Trend, der sich über die letzten Jahre entwickelt hat. Vor allem im Weihnachtsgeschäft boomt der Gutscheinverkauf. Ob Sie Ihre Kunden reaktivieren möchten, verkaufsschwache Monate ausgleichen müssen, neue Produkte vorstellen wollen oder einfach planen, den Umsatz anzukurbeln.

Immer mehr Unternehmer entdecken auch das Potential von Gutscheinen, denn kaum ein anderes Marketing-Instrument kann eine Erfolgsrate von fünf Prozent aufweisen.

1) Der Verkauf von Gutscheinen im Weihnachtsgeschäft

Auch wenn die kalte Jahreszeit bereits begonnen hat und sich die Supermarktregale allmählich mit Lebkuchen und Zimtsternen füllen, möchte noch niemand so recht an Weihnachten denken. Aber spätestens bis Ende November sind laut einer Forsa-Umfrage zwei von drei Konsumenten dann aktiv auf der Suche nach Geschenken für ihre Lieben.

Das ist der optimale Zeitpunkt, um mit einer Gutscheinkampagne auf das eigene Angebot aufmerksam zu machen. Denn, laut Angaben der GfK lassen sich ca. 50 Prozent der deutschen Verbraucher durch einen Rabatt-Gutschein dazu verführen, Dinge zu kaufen, die ursprünglich nicht auf ihrem Einkaufszettel standen. Außerdem lassen sie sich von Rabatt-Gutscheinen dazu animieren, noch weitere Produkte des Anbieters anzuschauen. Um auf sich aufmerksam zu machen, neue Kunden zu gewinnen oder vorhandene Kunden zu binden. Gutscheine sind in vielseitig einsetzbar.

Ganz bewusst sollte man aber diese Gutscheine an die Ausführung einer Aktion binden. Gutscheine ab einem Mindestbestellwert oder Gutscheine für den nächsten Einkauf. Der Kunde bestellt nicht nur das, was er wirklich sucht, sondern er denkt noch daran, weitere Produkte zu kaufen oder zu buchen, wenn er dafür einen Gutschein nutzen kann.

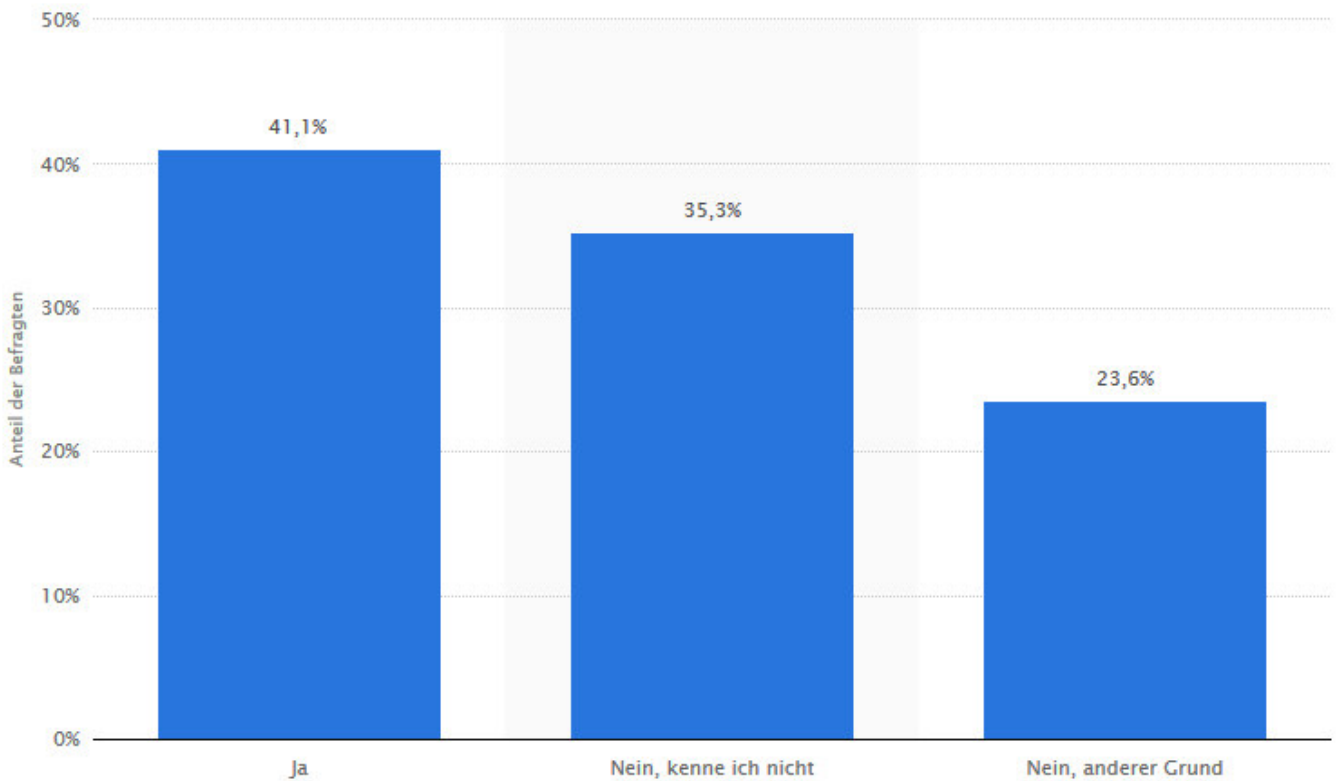
Man kann also mit Gutscheinen sogar den Umsatz steigern. Als Onlineshop Betreiber kann man außerdem Gutscheine für die Freundschaftswerbung herausgeben. Auf diese Weise gewinnt man neue Kunden. Bei Bestandskunden kann man sich mit Gutscheinen in deren Gedächtnis zurückrufen und sie auffordern wieder zu bestellen, indem man sie mit Rabatten lockt.

Immer mehr Internetnutzer suchen beim Online-Shopping nach dem Begriff „Gutschein“ in Verbindung mit Produkten und Marken. Google schätzt die durchschnittlichen Suchanfragen pro Monat nach dem Begriff „Gutscheine“ auf 74.000.

Laut HDE wächst der Onlinehandel überdurchschnittlich. Im Jahr 2013 setzte er 33,1 Mrd. Euro um. Alleine das Online Weihnachtsgeschäft machte dabei 8,5 Mrd. Euro aus und bedeutet ein Plus von 15 Prozent gegenüber 2012. Eine Studie der GfK hat auch gezeigt, dass Verbraucher gerade vor Weihnachten überproportional viel im Internet kaufen. Und vor allem Gutscheine erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Der Einzelverband HDE schätzt den Anteil am von Gutscheinen am Weihnachtsgeschäft auf rund 3 Prozent.

Auch das Statistik Portal Statista hat sich der Sache angenommen und in einer Umfrage festgestellt, dass immer mehr Verbraucher Online-Gutscheine nutzen.

Nutzen Sie Online-Rabatte/Online-Gutscheine?

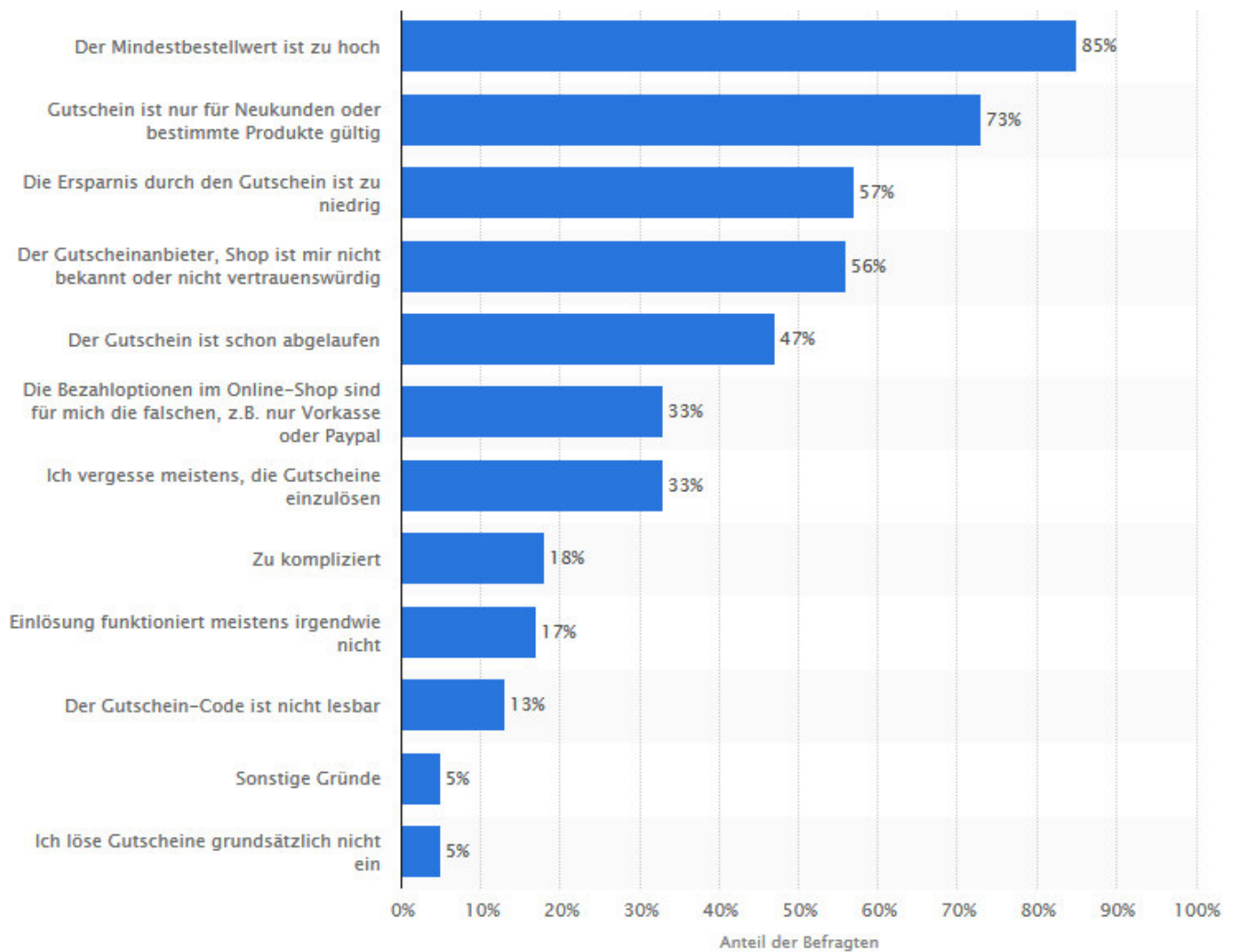


Eine Bitkom-Studie aus dem Jahr 2012 belegt außerdem, jeder vierte Internetnutzer lässt sich durch Preisnachlässe mittels Gutscheinen zu einem Kauf verleiten. Gutscheine und Rabatte – der Kunde spart, wo er kann. Gerade im Onlinehandel haben sich Gutscheine als sehr wichtiges Werbemittel etabliert, das dabei helfen kann, die Absatzzahlen zu steigern.

Aber Vorsicht!

Trotz der großen Beliebtheit lassen sich die Kunden von ungeschickt platzierten Gutscheinen auch abschrecken. Hauptgründe dafür sind zu hohe Mindestbestellwerte, gefolgt von Gutscheinen, die nur für Neukunden oder bestimmte Produkte gültig sind. Auch eine klare Kennzeichnung des Absenders ist wichtig. Wenn der Anbieter des Gutscheins nicht bekannt oder nicht vertrauenswürdig ist, sehen viele von einer Einlösung ab.

Was sind die fünf Hauptgründe, warum Sie einen Rabatt-Gutschein nicht einlösen?



2) Wie setzen Sie Gutscheine richtig ein?

Bieten Sie Ihre Dienstleistungen für Ihre Kunden als Gutscheine zum Verschenken an, um neue Zielgruppen zu gewinnen, Ihren Umsatz sowie Ihren Bekanntheitsgrad zu erhöhen!

Sie können Ihre Dienstleistungen als produktbezogene Geschenkgutscheine anbieten oder Ihren Kunden die Entscheidung über den genauen Betrag des Gutscheins überlassen – mit Wertgutscheinen.

Das Potential des Gutscheins als ergänzendes Verkaufsmittel lässt sich jedoch nur nutzen, wenn man ihn richtig platziert.

Dazu ist es zunächst wichtig die richtigen Vorüberlegungen zu treffen, bevor man Gutscheine online verkauft, bewirbt und publik macht.

Folgende [Checkliste](#) mit den fünf wichtigsten Punkten sollte bei keiner Planung fehlen.

1. Messbare Ziele setzen

Ziele können folgende sein:

- Umsatzsteigerung in umsatzschwachen Monaten
- Neukundengewinnung
- Kundenbindung
- Bestandskundenreaktivierung
- Anreiz zu Impulskäufen
- Erhöhung des Customer Lifetime Values
- Anlassbezogen, um z.B. vom Weihnachtsgeschäft zu profitieren

2. Den zeitlichen Rahmen für die Kampagne festlegen

Um den Erfolg einer Kampagne messbar zu machen, benötigt man einen festen Start- und Endzeitpunkt, an denen man sich orientieren kann.

3. Das Budget und Maßnahmen wie Mindestumsatz für die Einlösung eines Gutscheins bestimmen

Die richtige Kalkulation im Rahmen einer betriebswirtschaftlichen Kalkulation ist für jede Marketingmaßnahme unumgänglich, um die Kosten im Auge zu behalten und Fehlinvestitionen zu vermeiden.

4. Die sinnvolle und funktionale Umsetzung der Maßnahmen

Eine optimale (softwaretechnische) Konfiguration der Gutscheinfunktionalität des eigenen Online-Shops ist erfolgsentscheidend. Im Rahmen der Gutschein-Einlösung während des Bestellprozesses sollte das Shop-System die Anforderungen fehlerfrei und professionell umsetzen.

5. Die Erfolgsmessung

Am Ende einer Kampagne ist diese noch lange nicht abgeschlossen.

Am wichtigsten für jedes Marketinginstrument ist die Dokumentation des Verlaufs und die Erfolgsmessung danach, um anhand der gewonnen Erfahrungen zukünftige Kampagnen optimieren zu können.

3) Rechtliche Grundlagen*

Darf ein namentlich ausgestellter Gutschein auch von anderen Personen eingelöst werden?

Aus juristischer Sicht hat der Name auf einem Gutschein grundsätzlich keine bindende Wirkung. Nur ausnahmsweise kann die Namensnennung aufgrund berechtigter Interessen des Ausstellers eine Bedeutung haben, so zum Beispiel bei einer speziell für eine bestimmte Person zugeschnittenen Leistung.

Wie lange kann der Kunde einen Gutschein einlösen?

Soweit nichts anderes vereinbart wird, ist der Gutschein drei Jahre gültig. Diese Frist beginnt mit dem Ablauf des Jahres, in dem der Gutschein ausgestellt worden ist.

Beispiel: Wird der Gutschein am 3. November 2014 ausgegeben, endet die Frist am 31. Dezember 2017 um 24:00 Uhr.

Darf für das Einlösen des Gutscheins eine kürzere Frist gesetzt werden?

Dies ist zwar grundsätzlich möglich, kann aber im Einzelfall unwirksam sein. Es wird daher empfohlen, die gesetzliche Frist von drei Jahren nicht zu unterschreiten.

Hat der Besitzer des Gutscheins trotz Fristablaufs noch Ansprüche?

Sofern eine verkürzte Frist ausnahmsweise gültig ist, hat der Aussteller nach Fristablauf das Recht, die Einlösung des Gutscheins gegen Ware oder Dienstleistung zu verweigern. Der Kunde kann dann aber die Auszahlung des Geldwertes vom Händler verlangen. Schließlich hat der Gutscheinkäufer bereits einen Geldbetrag an den Händler bezahlt. Der Händler kann jedoch von dem Geldwert einen gewissen Betrag einbehalten, und zwar in der Höhe des Umsatzes, den er bei Einlösung des Gutscheins erzielt hätte. Dabei wird es sich regelmäßig um einen Betrag zwischen 15 und 25 Prozent des Geldwertes handeln.

Achtung: Der Anspruch auf die Zahlung des Geldwertes unterliegt wiederum der regelmäßigen Verjährungsfrist von drei Jahren. Er beginnt mit Ablauf des Jahres, in dem er entstanden ist.

Beispiel: Bei einer Befristung des Gutscheins bis zum 31. August 2015 verjährt der Anspruch auf Auszahlung des Geldwertes mit Ablauf des 31.12.2018.

Darf ein Kunde statt Ware eine Barauszahlung fordern?

Grundsätzlich ist der Kunde nicht berechtigt, die Auszahlung des Geldwertes zu verlangen. Etwas anderes kann ausnahmsweise gelten, wenn eine konkret bestimmte Leistung im Gutschein angegeben ist und der Händler diese Ware nicht mehr beschaffen kann.

Ist der Kunde zu Teileinlösungen berechtigt?

Der Kunde kann den Gutschein auch etappenweise einlösen. Restbeträge werden zwar in der Praxis oft an den Kunden ausgezahlt. Der Händler ist dazu aber nicht verpflichtet. Restbeträge dürfen jedoch auch nicht verfallen, sondern der Kunde kann diese bei einem späteren Kauf einlösen.

Was gilt bei einem Inhaberwechsel des Geschäfts?

Hier kommt es darauf an, wie der Inhaberwechsel vertraglich ausgestaltet ist. Eine Geltendmachung gegenüber dem neuen Inhaber ist nur möglich, wenn dieser auch die laufenden Verbindlichkeiten des ursprünglichen Inhabers, und damit auch die Verpflichtung aus dem Gutschein, übernommen hat.

Tipps

Bei der Ausgabe von Gutscheinen ist deren Durchnummerierung sinnvoll, um den Überblick über die sich im Umlauf befindenden Gutscheine zu behalten. Ein beim Händler verbleibendes Doppel des Gutscheins kann diese Kontrolle und die Überprüfung erleichtern, wann ein Gutschein befristet ist oder wann der Gutschein tatsächlich ausgestellt wurde. Bei der Befristung ist das Ausstellungsdatum von entscheidender Bedeutung. Jeder Gutschein sollte daher stets ein deutlich lesbares Ausstellungsdatum enthalten. Dem Kunden muss eine ausreichende Zeitspanne zur Einlösung des Gutscheines gewährt werden.

(Quelle: IHK Lüneburg-Wolfsburg)

* Für die Richtigkeit der in diesem Dokument enthaltenen Angaben können wir trotz sorgfältiger Prüfung keine Gewähr und rechtliche Haftung übernehmen.

4) Wie das myobis System Sie bei der Gestaltung und dem Verkauf Ihrer eigenen Gutscheine unterstützt

Die wichtigsten Funktionen und Vorteile für Ihren Gutscheinverkauf durch das myobis Online Buchungs- und Verwaltungssystem

Mit dem Online Shop und dem Verwaltungssystem von myobis sind Ihre Gutscheine schnell und einfach auf Ihrer eigenen Website und auch bei Facebook online. Sie sind an sieben Tagen die Woche rund um die Uhr buch- und einlösbar. Durch vollautomatisierte Prozesse sparen Sie nicht nur Zeit, sondern erreichen auch eine enorme Arbeitserleichterung für Ihr gesamtes Team.

Integration des Gutschein-Shops auf Ihrer Webseite

Die Integration des Shops erfolgt ganz einfach durch das Einfügen eines Codes an der gewünschten Stelle auf Ihrer Website. Sie selbst entscheiden, ob für Ihre Website ein Shop als iFrame oder als Pop Up in Frage kommt. Dank des Responsive Designs wird Ihr Shop nicht nur auf PCs, sondern auch auf mobilen Endgeräten wie Smartphones oder Tablets problemlos dargestellt.

Design Ihrer Gutscheine

Mit myobis als Technologieanbieter stehen Sie als Veranstalter immer im Vordergrund. Deshalb können Sie Ihre Gutscheine mithilfe zweier Standardvorlagen in verschiedenen Farben an Ihr eigenes Firmendesign anpassen. Zusätzlich haben Sie die Möglichkeit, in Zusammenarbeit mit unserem Team einen individuellen Gutschein zu gestalten.

Kauf und Einlösung eines Gutscheins durch Ihre Kunden

Ihre Kunden können zunächst zwischen veranstaltungsbezogenen Gutscheinen und Wertgutscheinen wählen. Dabei kann der Kunde den Betrag des Gutscheins frei wählen.

Nun kann ein Gutschein direkt für einen bestehenden Termin eingelöst werden. Ein Wertgutschein kann entweder sofort vollständig oder aber auch zunächst teilweise eingelöst werden. Der Restbetrag eines Wertgutscheins bleibt in diesem Fall weiterhin erhalten und kann innerhalb des Gültigkeitszeitraums eingelöst werden.

Buchungsbestätigung und Rechnungsstellung

Kauft ein Kunde einen Gutschein auf Ihrer Webseite, bekommt er automatisch eine Buchungsbestätigung und die dazugehörige Rechnung per E-Mail zugestellt. In der Rechnung erhält er dann, je nach ausgewählter Zahlungsweise, die notwendigen Zahlungsinformationen. Ein manueller Versand ist somit nicht mehr notwendig. Weiterhin besteht die Möglichkeit, dass Kunden Ihre Gutscheine direkt bei Ihnen vor Ort verifizieren lassen und einlösen können.

Zahlungsweisen

myobis bietet Ihnen verschiedene Möglichkeiten, wie Ihre Kunden ihre Rechnungen begleichen können. So kann der Kunde bar bei Ihnen vor Ort oder per Überweisung zahlen. Zusätzlich bieten wir Ihnen die Möglichkeit, die Zahlung per elektronischem Lastschriftverfahren oder Kreditkartenzahlung abzuwickeln. Welche Zahlungsweisen Sie dem Kunden anbieten möchten, entscheiden Sie natürlich selbst.

Die Verwaltung Ihrer Veranstaltungen und Gutscheine

Unser Verwaltungssystem bietet Ihnen verschiedene Features, die Ihnen einen optimalen Überblick über Ihre Buchungen verschaffen.

So können Sie jederzeit all Ihre Gutscheinverkäufe und -einlösungen im Verwaltungssystem überprüfen. Ihre Kunden- und Gutscheinlisten können Sie mithilfe einer Export-Funktion als PDF- oder Excel-Datei auswerfen lassen, um diese auf Ihrem Computer abzuspeichern.

Sollte Ihren Kunden einmal die Buchungsbestätigung nicht mehr vorliegen, können Sie diese jederzeit erneut mit einem Klick versenden.

Reichweitenpartner

Mit myobis haben Sie die Möglichkeit zusätzlich auf den Webseiten unserer Reichweitenpartner dargestellt zu werden, um für Ihre Veranstaltungen ein größeres Einzugsgebiet zu erreichen. Zu unseren Partnern gehören hier Portale wie z.B. www.erlebnisgeschenke.de oder www.gonnado.de.

Marketingaktivitäten

Mithilfe von verschiedenen Marketingaktivitäten wie Aktionscodes zum Gewähren von Rabatten sowie QR-Codes können Sie Ihre Gutscheine noch besser bewerben und Ihre Reichweite vergrößern. In Verbindung mit Social-Media Kanälen wie z.B. Facebook, Ihrer eigenen Webseite, Newsletter-Kampagnen oder Flyern erreichen Sie neben Ihren Stammkunden auch Neukunden.

Service

myobis bietet Ihnen Unterstützung bei der Integration des Shops auf Ihrer Website und bei der Gestaltung Ihrer Gutscheine. Bei alltäglichen Fragen erreichen Sie unseren Support täglich telefonisch oder per E-Mail.

Weitere Informationen zum Gutscheinsystem unter:

www.myobis.com/gutscheine

Myobis Booking Systems GmbH

Meglingerstr. 20

81477 München

t +49 89 189 177 630

f +49 89 189 177 602

info@myobis.com

www.myobis.com