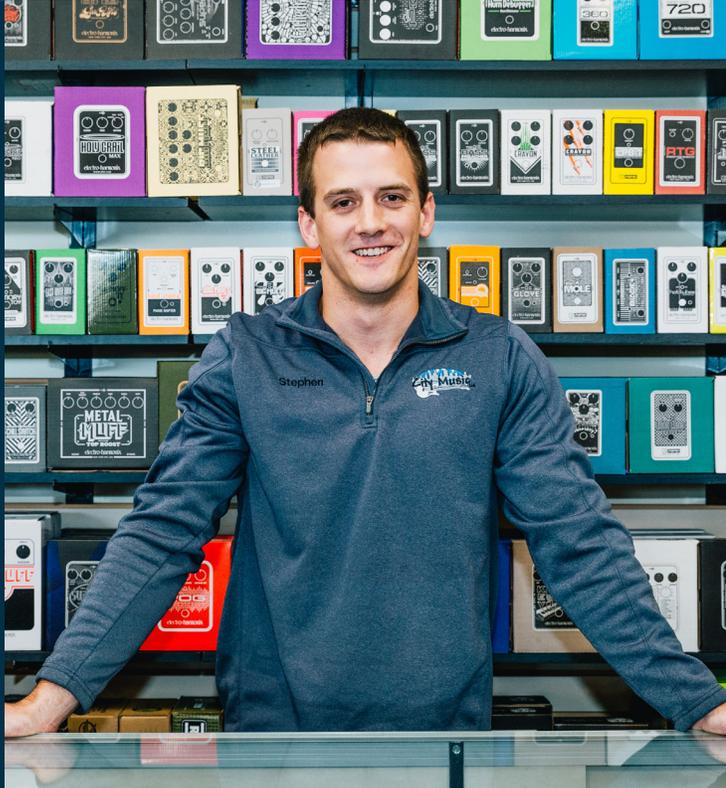




# Global Marketplace Index

Februar 2020



eBay hat Euromonitor International mit der Befragung und Untersuchung von Kleinunternehmen beauftragt, die über einen beliebigen Online-Marktplatz verkaufen. Der Global Marketplace Index basiert auf einer umfassenden Analyse dieser Ergebnisse.



Einleitung

## eBays Mission

**eBay sieht seine Rolle in der Welt darin, Menschen Möglichkeiten zu eröffnen und wirtschaftliche Chancen zu schaffen. 2019 wurden Waren und Dienstleistungen im Wert von \$90 Milliarden US-Dollar auf unserem Marktplatz gehandelt, von kleinen individuellen Verbrauchern, die ein einzelnes Produkt verkaufen bis hin zu den weltweit größten Verbrauchermarken. Unser Online-Marktplatz ist jedoch auch Zuhause für kleine Unternehmen, mit seltenen Fundstücken, einzigartigen Artikeln und besonders gefragten Objekten.**

Wir haben für unsere Kunden ein inklusives und faires globales Ökosystem geschaffen. Die Käufer haben Zugriff auf einen echten globalen Marktplatz, auf dem sie genau das finden können, was sie suchen. Unternehmen erhalten Zugriff auf neue Märkte, auf denen sie ihre Träume und Ideen in geschäftlichen Erfolg verwandeln können. Es ist die weltweit beste Plattform für unsere Kunden – sowohl für Käufer als auch für Verkäufer.

eBay ist das Schaufenster für den Online-Handel.

Auch nach 25 Jahren ist unser Geschäftszweck der gleiche. Von den wirtschaftlichen Chancen, die unser Marktplatz schafft, profitieren Millionen von Menschen weltweit – und das jeden Tag.

Vom ersten Verkauf eines Laserpointers bis zu den Millionen Transaktionen, die heute auf unserer Plattform getätigt werden: Jede Verbindung mit einem eBay-Verkäufer hilft jemandem dabei, ein eigenes Business zu starten oder

zu vergrößern, sich selbst und die eigene Familie zu unterstützen, Arbeitsplätze zu schaffen und zur lokalen Wirtschaft beizutragen.

Wir sind nicht nur Vorreiter im E-Commerce und haben die weltweit erste mobile Shopping-App auf den Markt gebracht – unsere Geschichte beinhaltet darüberhinaus technologische Fortschritte, kulturelle Phänomene und transformative Meilensteine in der Branche, die dem modernen E-Commerce den Weg ebneten. Ohne Zweifel hat die Technologie die Wirtschaft und Gesellschaft weltweit verändert. Sie bringt aufregende und innovative Produkte, Dienstleistungen und Annehmlichkeiten.

Deshalb glauben wir, dass es immer Chancen geben wird, sinnvoll mit stationären Händlern zusammenzuarbeiten und ihr Wachstum weiterhin anzutreiben. eBay ist das globale Schaufenster für kleine Unternehmen weltweit, ob das Ladengeschäft nun in New York City, Baton Rouge, Louisiana, Berlin oder dem australischen Outback steht. E-Commerce spielt eine wichtige Rolle bei der **Stärkung** kleiner Unternehmen und ihrer Gemeinschaften. Deshalb möchten wir unsere Verkäufer und ihre Kleinunternehmen besser verstehen, um daraus eine gezielte Herangehensweise hinsichtlich der wirtschaftlichen Förderung zu entwickeln und uns noch besser einzubringen.

Aus diesem Grund haben wir Euromonitor International damit beauftragt, zu untersuchen, was „Unterstützung“ für Kleinunternehmer bedeutet, und zu verstehen, welche Bedingungen notwendig sind, damit sie die Chancen, die Online-Marktplätze wie eBay bieten, bestmöglich ergreifen können.

# Messgrößen des Global Marketplace Index

Der Global Marketplace Index (GMI) misst, wie Online-Marktplätze wie eBay wirtschaftliche Chancen schaffen, um Kleinunternehmer zu fördern, und verfolgt diesen Fortschritt von Jahr zu Jahr. In ausführlichen Interviews mit 75 Kleinunternehmern aus den USA, Südkorea, Australien, Deutschland und dem Vereinigten Königreich wurden fünf universelle Messgrößen als Förderungstreiber ermittelt.

Um das Leistungsvermögen innerhalb dieser Messgrößen zu bewerten, wurden über 2.500 Inhaber von kleinen Online-Unternehmen<sup>1</sup> aus diesen Ländern befragt und präzise externe Datenpunkte<sup>2</sup> ausgewertet. Jede der folgenden Messgrößen wird gleichwertig mit 20 Punkten bewertet, wodurch ein maximales Index-Ergebnis von 100 Punkten erreicht werden kann.



## Einfluss auf den Lebensstil

Misst, wie der Verkauf über Online-Marktplätze Kleinunternehmern Flexibilität oder Freiheit sowie Kontrolle und Zuversicht gibt und somit ihre Lebensqualität verbessert



## Finanzielle Sicherheit

Misst die finanzielle Sicherheit, die Kleinunternehmer durch den Verkauf über Online-Marktplätzen erhalten



## Finanzielles Wachstum

Misst das Einkommenswachstum von Kleinunternehmern, seitdem sie über Marktplätze verkaufen, und wie sich ihre Marktplatz-Umsätze in den letzten 12 Monaten entwickelt haben



## Marktplatz-Tools

Misst, inwieweit Online-Marktplätze die Tools und den Support bieten, die Kleinunternehmer brauchen, um erfolgreich zu sein



## Geschäftsumfeld

Misst Umfragedaten und externe Datenpunkte, die die wirtschaftlichen und rechtlichen Bedingungen im jeweiligen Land widerspiegeln

<sup>1</sup> Die Global Marketplace Index-Umfrage

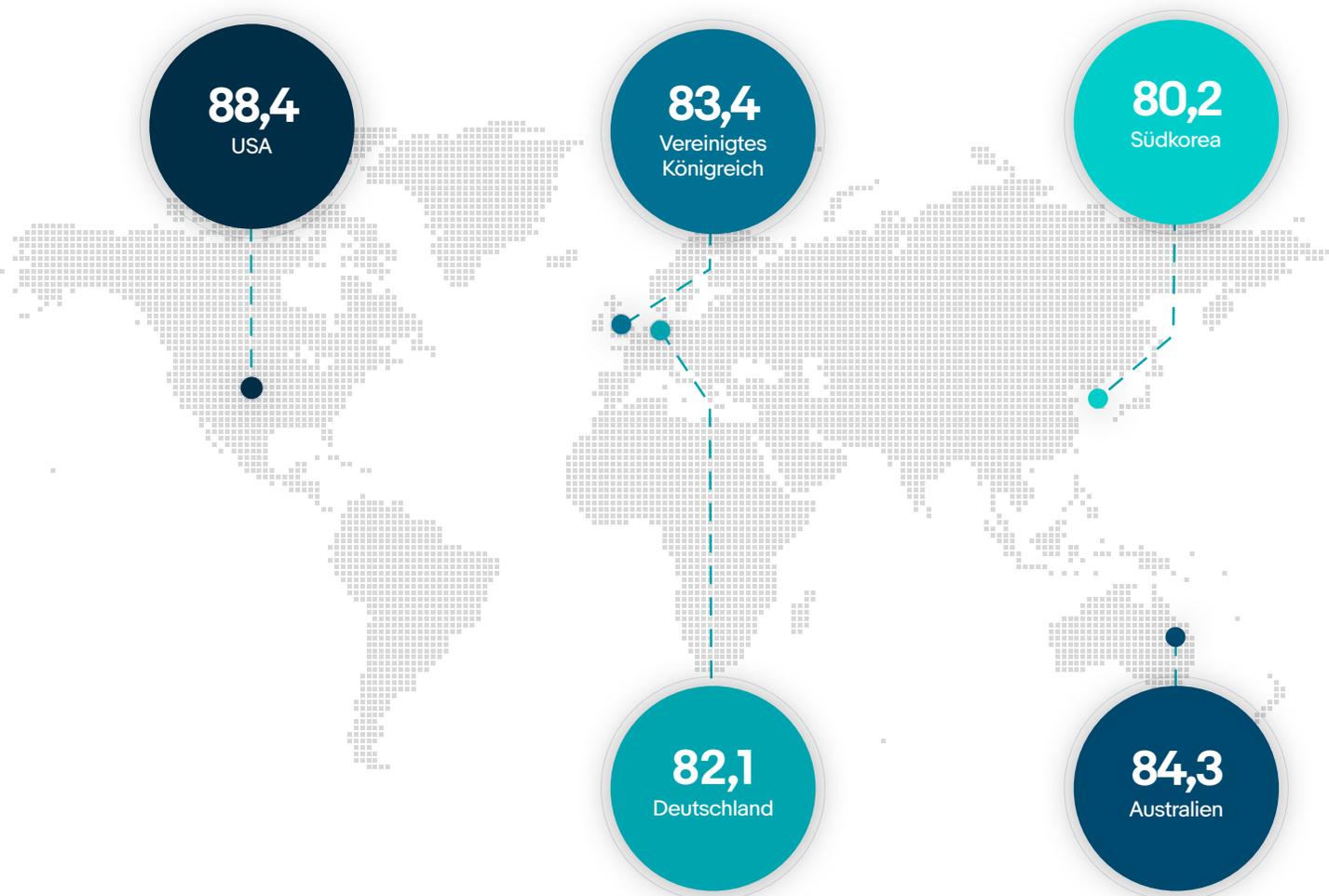
<sup>2</sup> Euromonitor Passport; World Bank Ease of Doing Business Index 2019

# Global Marketplace Index-Werte

Marktplätze fördern kleine Unternehmen weltweit

Marktplätze wie eBay fördern Kleinunternehmer erfolgreich durch die Schaffung wirtschaftlicher Chancen und haben zugleich einen positiven Einfluss auf das Leben und die Gesellschaft. 2019 erzielten Australien, Deutschland, Südkorea, das Vereinigte Königreich und die USA über 80 Punkte auf dem Global Marketplace Index. Dies zeigt, dass kleine Unternehmen stark vom Verkauf über Marktplätze profitieren.

Table 1 Global Marketplace Index-Werte



# Messergebnisse des Global Marketplace Index

|  | Einfluss auf den Lebensstil | Finanzielle Sicherheit | Finanzielles Wachstum | Marktplatz-Tools | Geschäftsumfeld |
|--|-----------------------------|------------------------|-----------------------|------------------|-----------------|
|  <p>Vereinigte Staaten</p>      | 18,3                        | 17,0                   | 15,8                  | 18,8             | 18,5            |
|  <p>Vereinigtes Königreich</p> | 17,7                        | 16,6                   | 15,3                  | 18,2             | 15,6            |
|  <p>Deutschland</p>           | 16,8                        | 17,6                   | 16,5                  | 17,9             | 13,3            |
|  <p>Australien</p>            | 17,6                        | 16,6                   | 16,0                  | 18,3             | 15,8            |
|  <p>Südkorea</p>              | 16,2                        | 15,3                   | 15,4                  | 16,6             | 16,8            |

Aufgrund von Rundungen können sich in diesem Bericht bei Summenbildungen Differenzen ergeben.

# Die wichtigsten Ergebnisse pro Land

|   |  |   |
|---|--|---|
|  <p>Britische Kleinunternehmer lieben den positiven Einfluss, den Marktplätze auf ihren Lebensstil haben</p>                             |  <p>Deutsche Kleinunternehmer profitieren finanziell am stärksten von Online-Marktplätzen</p> |  <p>Ein eigenes Online-Business ist für US-amerikanische Kleinunternehmer ein lohnenswertes Ziel</p> |
|   |  <p>In Südkorea ist das Wettbewerbsumfeld konkurrenzbetont und anspruchsvoll</p>            |  <p>Australische Kleinunternehmer schätzen die Tools und den Support, den Marktplätze bieten</p>   |
|  <p>Im Vereinigten Königreich führt die Unsicherheit in Bezug auf den Brexit zu Pessimismus hinsichtlich der nationalen Wirtschaft</p> |  <p>Online-Marktplätze können als Partner für Ladeninhaber fungieren</p>                    |   |

# Kleinunternehmer werden auf allen Ebenen gestärkt

Abgesehen von diesen allgemeinen Ergebnissen, zeigt die Analyse anhand fünf wichtiger Messgrößen weitere Einblicke, wie Kleinunternehmer weltweit Förderung definieren. Zunächst müssen sich Kleinunternehmer in ihrem Geschäft finanziell sicher fühlen. Sie wollen aber auch spüren, dass es einen positiven Einfluss auf ihren Lebensstil hat. Über 85 % der Kleinunternehmer auf allen fünf Kontinenten sagen, dass ihnen der Verkauf über Marktplätze Freiheit oder Flexibilität bietet.

Darüber hinaus bedeutet Förderung, dass Unternehmer mit ihrem neuen Online-Business mehr verdienen als zuvor, und dieses Einkommen sollte von Jahr zu Jahr steigen. Um diese Ziele zu erreichen, müssen Kleinunternehmer in einem Geschäftsumfeld agieren, in dem die wirtschaftlichen und regulatorischen Bedingungen für ihren Erfolg günstig sind – und gleichzeitig müssen sie die richtigen Tools und die Unterstützung von Marktplätzen bekommen.

**80 % der deutschen Kleinunternehmer stimmen zu, dass ihnen ihr Online-Business finanzielle Sicherheit bietet**

**91 % der US-amerikanischen Kleinunternehmer stimmen zu, dass Marktplätze die Tools und den Support bieten, die sie brauchen, um ein erfolgreiches Unternehmen zu führen**

Online-Marktplätze vergrößern diese Chancen und tragen auf diese Weise zu einer allgemeinen Förderung bei. Anders als bei den meisten Unternehmen, welche meist große Investitionen erfordern, ist die Gründung eines Unternehmens, das auch online verkauft, mit kleineren Ressourcen möglich. Einzelpersonen, die normalerweise aufgrund ihrer persönlichen Situation nur bedingt in der Lage wären, Geld zu verdienen, konnten mithilfe von Marktplätzen erfolgreiche Unternehmen aufbauen. So haben beispielsweise 13 % der US-amerikanischen Kleinunternehmer, die über Marktplätze verkaufen, eine körperliche Einschränkung oder leiden unter Beschwerden, die es unmöglich machen, einen klassischen Beruf auszuüben.



A young man with short brown hair and glasses, wearing a pink button-down shirt, is smiling and looking towards the camera. He is standing in what appears to be a workshop or factory, with blurred machinery and equipment in the background. The lighting is soft and focused on him.

“

**eBay eröffnete mir die Möglichkeit, meinen geschäftlichen Traum zu verfolgen und die Flexibilität, gleichzeitig Zeit in meine Ausbildung investieren zu können.**

— Dov Schreiber, amerikanischer Kleinunternehmer

## 50 % der amerikanischen Kleinunternehmer starteten ihr Unternehmen, um ihrer Leidenschaft zu folgen oder um aus einem Hobby einen Beruf zu machen

US

**Ein eigenes Online-Business ist für US-amerikanische Kleinunternehmer ein lohnenswertes Ziel**

Die USA haben das höchste allgemeine Global Marketplace Index-Ergebnis und sind führend in den Messgrößen „Einfluss auf den Lebensstil“, „Marktplatz-Tools“ und „Geschäftsumfeld“.

Für Kleinunternehmer in den USA ist der Einfluss des Unternehmens auf ihren Lebensstil sehr wichtig. Zu den wichtigsten Messergebnissen beim Lebensstil gehört die Wichtigkeit, der eigene Chef zu sein (93 %), den eigenen Zeitplan selber zu bestimmen (94 %) und von überall aus arbeiten zu können (90 %). Weiterhin finden 84 % es wichtig, ihr Hobby oder ihre Leidenschaft beruflich zu verfolgen und 50 % nahmen dies zum Anlass, ihr Unternehmen zu gründen. Ein Online-Business bietet Unternehmern in den USA wichtige Vorteile, wobei 97 % sagen, dass ihnen ihr Unternehmen Freiheit oder Flexibilität bietet.

Aufgrund eines jährlichen Wachstums der Online-Einzelhandelsumsätze, haben Marktplatz-Verkäufer in den USA eine positive Sicht auf das Wirtschaftsumfeld des Landes. Dies wird weiterhin vom Ease of Doing Business Index der Weltbank unterstützt, der die USA auf Nummer 8 von 190 Ländern einordnet. Online-Marktplätze blicken in diesem Land auf eine lange Geschichte zurück. In dieser Zeit haben sie Tools und Supportmaßnahmen entwickelt, die über 91 % der Inhaber von kleinen Unternehmern für ihren Erfolg als essenziell sehen. 77 % der Geschäftsinhaber in den USA stimmen zu, dass Marktplätze ihnen finanzielle Sicherheit bieten. Das Ergebnis liegt direkt hinter dem deutschen Markt.

DE

**Deutsche Firmeninhaber profitieren finanziell am stärksten von Marktplätzen**

Omni-Channel-Strategien sind essenziell für das Einzelhandelswachstum in Deutschland. Deshalb wenden sich so viele Inhaber lokaler Geschäfte Marktplätzen zu, um ihren Gesamtumsatz anzukurbeln. Neben Deutschland hat auch Südkorea einen wesentlich höheren Prozentsatz an Online-Business-Inhabern mit einem Ladengeschäft (64 %) im Vergleich zu Ländern wie den USA (45 %) oder dem Vereinigten Königreich (47 %).

Der Wunsch, Umsätze nicht nur durch Ladengeschäfte zu generieren, hat sich für viele dieser Inhaber verwirklicht. Tatsächlich sagen 78 % der deutschen Geschäftsinhaber, dass ihr aktuelles jährliches Einkommen höher ist als vor Beginn ihrer Nutzung von Online-Marktplätzen. Dies ist mit eine Erklärung dafür, warum Deutschland das höchste Ergebnis in der Messgröße „Finanzielles Wachstum“ erzielt hat. Deutsche Geschäftsinhaber waren auch sehr erfolgreich darin, ihren Umsatz durch Marktplätze jedes Jahr zu erhöhen, wobei 70 % sagen, dass sich ihre Umsätze 2019 noch besser entwickelt haben als 2018.

Deutschland hat gegenüber den anderen Märkten auch in der Kategorie „Finanzielle Sicherheit“ einen Vorsprung. So stimmen 80 % der deutschen Kleinunternehmer zu, dass ihnen ihr Online-Business finanzielle Sicherheit bietet. Dagegen ist das deutsche Umfeld weniger förderlich als das anderer Länder der Studie, wenn es um die Unternehmensgründung geht. Im Ease of Doing Business Index der Weltbank belegt Deutschland den 24. Platz – den niedrigsten aller Länder, die bewertet wurden. Bei der weiteren Analyse dieser Metrik belegt Deutschland den 114. Platz im Abschnitt „Starting a Business“ – eine viel niedrigere Bewertung als für jedes andere Land dieser Studie.

UK

**Britische Geschäftsinhaber lieben den Einfluss auf den Lebensstil, den die Marktplätze bieten**

Dank der Gründung eines Online-Business konnten britische Unternehmer ihre Work-Life-Balance verbessern. Belegt wird dies durch die Tatsache, dass Großbritannien bei der Messgröße „Einfluss auf den Lebensstil“ den zweiten Platz erzielte. Tatsächlich stimmen 92 % der britischen Kleinunternehmer zu, dass ihr Unternehmen ihnen Freiheit oder Flexibilität bietet, während 85 % zustimmen,



**Ali Rezazadeh**

Deutschland

Ali Rezazadeh kam 2001 als iranischer Flüchtling nach Deutschland. Während er seine Familie mit Zeitarbeit unterstützte, hatte er die Idee, Nähmaschinen zu reparieren und bei eBay zu verkaufen. 2010 verwandelte er seine Idee in ein Online-Unternehmen. Es wurde bald die Haupteinnahmequelle für Rezazadeh und seine Familie.

„Ich fand eine Marktnische, die ich mit meinen Fähigkeiten perfekt füllen konnte“, erinnerte er sich. „Direkt von Anfang an war eBay die Plattform, die es mir ermöglichte, meine ersten Schritte in Richtung Unabhängigkeit zu machen. Ich verdanke mein aktuelles Geschäftsmodell eBay. Ohne diese Plattform wäre ich jetzt nicht, wo ich heute bin.“

Rezazadeh verkauft seine Nähmaschinen und alle Zubehörteile durch zwei eBay-Shops, Sewing Machine Mechanic und Sewing Machine Needle. „In meinen beiden eBay-Shops erhält der Kunde alles, was er zum Nähen braucht, unabhängig davon, ob er ein professioneller Schneider ist oder nur seinem Hobby nachgeht“, erklärte er.

Er wurde im Iran geboren und verkauft seine Waren mittlerweile weltweit. Etwa 8 bis 10 Prozent seiner Gesamtverkäufe werden ins Ausland geliefert. Etwa 60 Prozent dieser sind für den europäischen Markt gedacht. 2013 entschied sich der Verkäufer aus Norderstedt nahe Hamburg, ein Ladengeschäft mit einer integrierten Werkstatt zu eröffnen.

Das Geheimnis seines Erfolgs? Leichte Zugänglichkeit für Kunden. Gemäß seinem Motto „Ständige Veränderung ist die einzige Konstante“ arbeitet Ali heute an der Erweiterung seines Ladens. Sein nächstes Ziel ist es, seine Produktpalette zu erweitern, um auch industrielle Nähmaschinen anbieten zu können.

dass es ihnen eine gewisse Zuversicht oder Kontrolle verleiht. Bei Fragen zu ihren Erfahrungen mit dem Verkauf über Marktplätze äußern 90 % der britischen Geschäftsinhaber, dass es ihnen wichtig ist, ihren Tagesablauf selber zu bestimmen, und für 87 % ist es wichtig, der eigene Chef zu sein.

**AU**

### Marktplätze treiben bei australischen Kleinunternehmern das finanzielle Wachstum an

Durch den Einsatz neuer Tools und Analysen treiben Online-Marktplätze den finanziellen Erfolg von australischen Kleinunternehmern an. 69 % der australischen Inhaber von kleinen Online-Unternehmen gaben an, dass sich ihr Einkommen erhöht hat, seit sie über Marktplätze verkaufen. eBay spielt eine große Rolle bei diesem Erfolg, wobei 81 % der eBay-Verkäufer zustimmen, dass die Tools und der Support der Plattform Absatz und Umsatz wesentlich verbessert haben.

Australische Inhaber von kleinen Online-Unternehmen fanden, dass der Zugriff auf moderne Tools und Datenanalysen durch Marktplätze die wichtigsten Faktoren zur Optimierung ihres Geschäfts und letztendlich auch des Geschäftsergebnisses waren. In der Messgröße „Marktplatz-Tools“ erreichte Australien weltweit den 2. Platz, wobei 87 % der australischen Kleinunternehmer angaben, dass Marktplätze die notwendige Tools und den Support bieten, um erfolgreich zu sein, und 88 % sagten, dass es wichtig ist, die Möglichkeit zu haben, Kunden gezielter anzusprechen.

Angesichts der Größe Australiens und der Anzahl abgelegener Gebiete sind die Vorteile für Ladenbesitzer kaum überraschend. 51 % der australischen Ladeninhaber gaben an, dass sie ihre Reichweite durch Marktplätze vergrößert haben, wodurch nun die Mehrheit ihrer Käufer von außerhalb der lokalen Gemeinde kommt.

**KR**

### Das Wettbewerbsumfeld in Südkorea ist konkurrenzbetont und anspruchsvoll

Das starke Wettbewerbsumfeld in Südkorea ist ein zweischneidiges Schwert. Mit den Internet-Einzelhandelsumsätzen, die 2019 um 20 % anstiegen, und einem Index-Ranking von 5 aus 190 Ländern in der Messgröße „Ease of Doing Business“ sollte man meinen, dass die Marktplatz-Verkäufer des Landes nicht gerade den niedrigsten Punktestand auf dem GMI erreichen. Das geschäftliche Umfeld in Südkorea ist jedoch besonders hart umkämpft, und die Kleinunternehmer leiden immer mehr unter dem Druck, sich selbst in einem Markt hervorzuheben, der immer innovativer wird. Nur 53 % der Kleinunternehmen in Südkorea stimmen zu, dass die wirtschaftlichen Bedingungen für Geschäftserfolge günstig sind. Das ist ein wesentlich geringerer Wert als bei allen anderen Ländern der Studie.

Über 71 % der südkoreanischen Kleinunternehmer sind der Meinung, dass Marktplätze aufgrund der steigenden Konkurrenz noch mehr Support bieten sollten. Eine Strategie wäre es, zusätzliche Unterstützung bei der Werbung zu bieten, da 77 % der koreanischen Kleinunternehmer denken, dass es wichtig für ihren Erfolg ist, Kunden gezielter zu ihrem Unternehmen zu lenken.



### Mark Chapman

Australien

Mark und seine Frau Melanie gründeten Clean and Pure 2010 bei eBay, nachdem sie für eine kurze Zeit in Griechenland gelebt hatten. Dort behandelte Melanie ihren Hautausschlag mit natürlichen und lokalen Produkten. Nachdem sie zurück nach Queensland gezogen sind, konnten sie dieselben lokalen und natürlichen Zutaten nicht finden und sahen das als Chance, ihr eigenes Produkt zu entwickeln.

Sie begannen, ihre eigenen Hautpflegeprodukte mit lokalen und natürlichen Inhaltsstoffen zu produzieren. Ihre beliebten Lippenpflegeprodukte enthalten sechs Inhaltsstoffe oder sogar noch weniger.

Da 70 % des Gesamtumsatzes durch eBay und andere Online-Kanäle erzielt werden, glaubt Mark, dass eBay für das Wachstum seines Unternehmens verantwortlich sei und es so erfolgreich mache.

„eBay war für unseren Unternehmenserfolg nicht wegzudenken“, so Mark. „Es ist nicht nur eine benutzerfreundliche Plattform, die ideal für kleine Unternehmen ist. Die unübertroffene Reichweite ermöglichte es uns, unsere Produkte und Marke bekannt zu machen.“

„Clean and Pure verkauft mittlerweile jede Minute einen Lippenbalsam und erzielte über eBay bis zum heutigen Tag einen Umsatz von mehr als einer Millionen US-Dollar. Umsatz auf eBay. Das Unternehmen exportiert mittlerweile in acht Länder.“

Trotz des Wettbewerbs bietet der Verkauf über Marktplätze für viele Kleinunternehmer in Südkorea finanzielle Vorteile. 65 % der Kleinunternehmer erzielen beispielsweise seit dem Verkauf über Marktplätze einen höheren Umsatz als zuvor. Noch beeindruckender sind die finanziellen Vorteile für Ladenbesitzer. 73 % der Ladenbesitzer haben jetzt ein höheres Einkommen als vor der Zeit, in der sie erstmals Marktplätze nutzten. 45 % der Ladeninhaber in Südkorea sagen, dass der Verkauf über Marktplätze es ihnen ermöglicht, ihre Ladengeschäfte weiterhin zu betreiben.

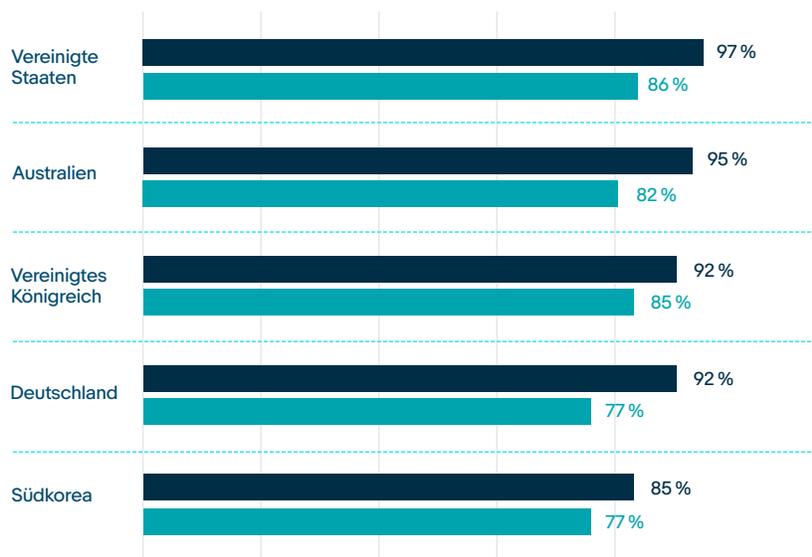
# Einfluss auf den Lebensstil

In ausführlichen Interviews erläuterten die Inhaber von kleinen Online-Unternehmen die Vorteile, eine gute Work-Life-Balance durch Aspekte wie Freiheit, Flexibilität, Zuversicht und Kontrolle zu erreichen.

## Einfluss der Marktplätze auf den Lebensstil

Prozent der Befragten erhalten nach eigenen Angaben durch Marktplätze...

■ Freiheit oder Flexibilität  
■ Zuversicht oder Kontrolle



Über 85 % der Kleinunternehmer weltweit sind der Meinung, dass ihnen ihr Online-Unternehmen Freiheit oder Flexibilität bietet. In den USA behaupten sogar 97 % der Geschäftsinhaber, von diesem Vorteil zu profitieren und über 77 % der befragten Kleinunternehmer in den fünf Ländern sagen, dass ihnen ihr Online-Unternehmen Zuversicht oder Kontrolle bietet.

Länder, in denen ein unternehmerischer Lebensstil ein wichtiger Motivator ist, erzielen mehr Punkte in der Messgröße „Einfluss auf den Lebensstil“. Die USA erreichten die höchste Punktzahl im Bereich Einfluss auf den Lebensstil: Für über 90 % der US-amerikanischen Kleinunternehmer ist es besonders wichtig, ihren eigenen Tagesablauf festzulegen (94 %), überall dort zu arbeiten, wo sie wollen (90 %), und ihr eigener Chef zu sein (93 %). Südkorea hat die niedrigste Punktzahl, misst jedoch auch den unternehmerischen Lebensstil-Faktoren, wie z. B. der eigene Chef zu sein (64 %), weniger Bedeutung bei.



**Mein eigenes Geschäft zu leiten erlaubt es mir, Kontrolle über mein Leben zu behalten. Ich kann mir meine eigenen Ziele setzen und diese erreichen.**

– AMERIKANISCHER KLEINUNTERNEHMER



**Clara Jeanne LaCelle**  
Vereinigte Staaten

2002, als die in Kalifornien lebende Clara Jeanne LaCelle nach einem fehlgeschlagenen Geschäftsversuch Make-Up-Produkte im Wert von mehreren Tausend Dollar übrig hatte, empfahl ihr ein Freund eBay als potenziellen Marktplatz, um ihren Bestand zu verkaufen.

Clara vergrößerte ihr kleines Online-Unternehmen im Laufe der Jahre mit dem Mut, der Widerstandskraft und dem Einfallsreichtum aus ihrer Kindheit in einer Pflegefamilie. Durch ihr Unternehmen konnte sie ihre vier Kinder durchs College bringen – komplett schuldenfrei.

„Unsere vier Kinder sind alle innerhalb von drei Jahren geboren und bevor wir es uns versahen, hatten wir vier Kinder im College“, sagte sie. „Wir brauchten plötzlich eine neue Einkommensquelle. eBay wurde unsere Lösung. Ich kann mir keine andere Karriere vorstellen, bei der wir unser Einkommen so schnell hätten vergrößern können.“

Clara gibt auch gerne zurück und unterstützt Wohlfahrtsgesellschaften mit ihrem kleinen Unternehmen. Sie spendete über \$150.000 US-Dollar für Mädchen in Pflegefamilien und bietet ihnen Trainings zu den Themen Lebens- und Geschäftskompetenz an.

# Bedeutung von unternehmerischen Lebensstil-Motivatoren für Marktplatz-Verkäufer



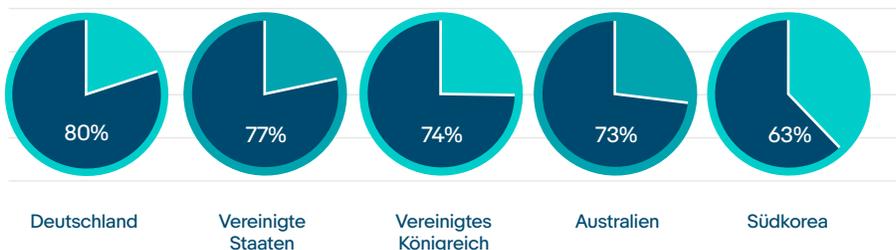
Prozent der Befragten, die angaben, dass ihnen diese Motivatoren entweder besonders wichtig oder sehr wichtig sind

# Finanzielle Sicherheit

E-Commerce gibt Kleinunternehmern das gute Gefühl, dass sie genug verdienen werden, um ihre Ausgaben zu decken, und in einigen Fällen hilft es ihnen, dringende Bedürfnisse erfüllen zu können.

Tatsächlich nehmen die Einnahmen aus dem Online-Geschäft den finanziellen Druck, den Kleinunternehmer oftmals haben. So konnten beispielsweise 45 % der Geschäftsinhaber in Südkorea ihre verlorenen Ersparnisse nach einem wirtschaftlichen Abschwung wieder erwirtschaften. Ähnlich verhält es sich im Vereinigten Königreich (36 %) und Deutschland (34 %). In den USA entkamen 48 % der Kleinunternehmer mit dem Geld aus Marktplätzen der Schuldenfalle.

## Marktplatz-Einfluss auf die finanzielle Sicherheit



% der Befragten, die zustimmen, dass das Einkommen aus Marktplätzen ihnen finanzielle Sicherheit bieten

Marktplätze ermöglichen es Menschen, finanziell sicherer zu sein, sogar in benachteiligten Gebieten, in denen es nur wenig gut bezahlte Stellen gibt. Etwa 20 % der Geschäftsinhaber (Durchschnitt unter allen fünf Ländern) sagen, dass sie umziehen müssten, um eine Stelle mit ähnlicher Bezahlung zu erhalten, wenn sie nicht mehr auf Marktplätzen verkaufen könnten.

**Table 3 Die wichtigsten Bedürfnisse von Kleinunternehmern, die durch Marktplatz-Einnahmen erfüllt wurden**

|  | Südkorea (%) | Vereinigtes Königreich (%) | Deutschland (%) | Vereinigte Staaten (%) | Australien (%) |
|--|--------------|----------------------------|-----------------|------------------------|----------------|
| Wiedererlangung verlorener Ersparnisse nach einem wirtschaftlichen Abschwung | 45           | 36                         | 34              | 37                     | 32             |
| Rettung aus der Schuldenfalle  | 32           | 34                         | 28              | 48                     | 37             |
| Tilgung einer Hypothek / Abzahlung einer Hypothek                            | 39           | 31                         | 17              | 30                     | 41             |

■ Meistgenannte Antwort im jeweiligen Land

% der Befragten, die angaben, dass ihnen das Einkommen von Marktplätzen bei der Erfüllung dieser Bedürfnisse half



## Jade Oliver

Vereinigtes Königreich

Während ihres Jurastudiums in Bristol entschied sich Jade Oliver, bei eBay restaurierte und neu bezogene Möbel zu verkaufen, um ihren Studienkredit zu finanzieren.

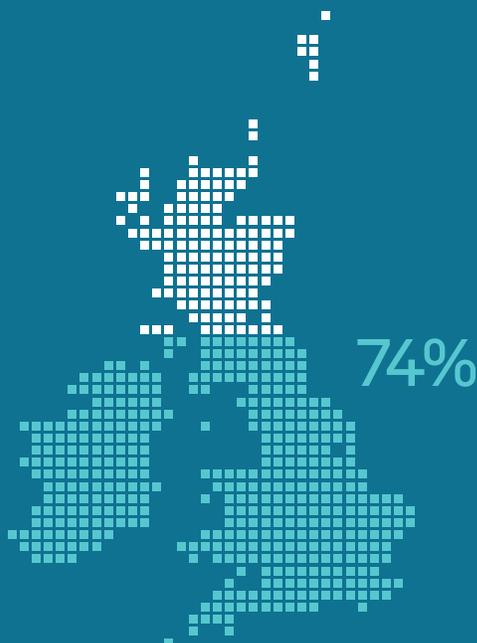
Nach ihrem Abschluss erhielt sie einen Ausbildungsvertrag in einer Anwaltskanzlei in Bristol, wo sie eine qualifizierte Firmenanwältin wurde. Neben ihrer anspruchsvollen Vollzeitstellung vergrößerte Jade in ihrer Freizeit weiterhin ihr Möbel- und Haushaltswaren-Business – Heavenly Homes and Gardens.

Vor drei Jahren, nach zehn Jahren im Anwaltsgeschäft, entschied sich Jade, ihre Karriere zu beenden und ihr Unternehmen in Vollzeit zu betreiben.

Innerhalb von neun Monaten vergrößerte sie ihren eBay-Umsatz um 300 % mithilfe ihrer Verwandten und Freunde. Ihre Tante war ihre Lagerraumassistentin und ihr jüngerer Bruder half mit dem Versand der Ware.

Dafür, dass sie sich gegen das Aufsetzen von Verträgen und gegen ein Leben als Anwältin entschied, verkauft Jade ihre Produkte jetzt an hochrangige Modedesigner. Ihre Produkte waren sogar im Netflix Original TV-Drama „The Crown“ sowie in „Game of Thrones“ zu sehen. In ihrem zweiten Jahr machte sie einen Umsatz von über £100.000 GBP.

Dank des Erfolgs ihres eBay-Shops konnte Jade im September 2019 ihr eigenes Ladengeschäft in Ross-on-Wye eröffnen.

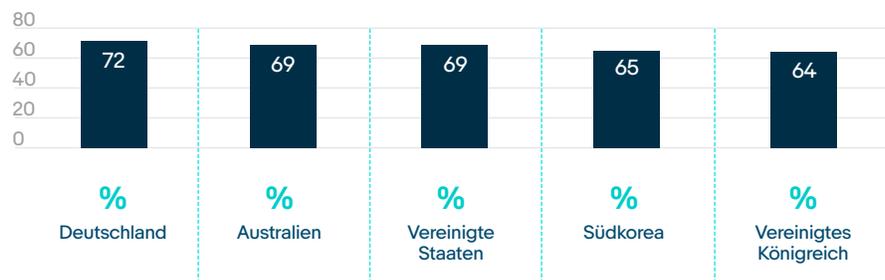


**74% der britischen Kleinunternehmer stimmen zu, dass die Einkünfte aus ihrem Online-Geschäft ihnen finanzielle Sicherheit geben.**

# Finanzielles Wachstum

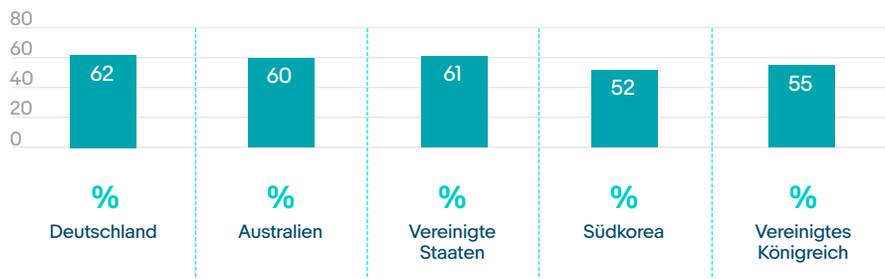
Umsatzgenerierung und jährliches Absatzwachstum sind die wichtigsten Erfolgskriterien eines jeden Unternehmens. In den fünf Ländern der Studie bestätigen mindestens 64 % aller Inhaber von kleinen Online-Unternehmen, dass sie nun mehr Geld einnehmen als in der Zeit, bevor sie sie über Marktplätze verkauften. Deutsche Unternehmer konnten hierbei den größten Erfolg verzeichnen (72 %). Über 50 % der Kleinunternehmer geben an, dass ihre Marktplatz-Umsätze in diesem Jahr verglichen zum letzten Jahr gestiegen sind, mit dem größten Anstieg in Deutschland (62 %) und den USA (61 %).

## Einfluss der Marktplätze auf das finanzielle Wachstum: Einkommen



■ % der Geschäftsinhaber mit einem aktuell höheren Einkommen verglichen mit der Zeit vor dem Verkauf über Marktplätze

## Einfluss der Marktplätze auf das finanzielle Wachstum: Umsätze



■ % der Unternehmen mit höheren Marktplatz-Umsätzen 2019 verglichen mit 2018

## Online-Handel kann Ladenbesitzern helfen

Marktplatz-Verkäufer mit einem Ladengeschäft konnten bei der Einkommenssteigerung einen größeren Erfolg verzeichnen als diejenigen ohne ein Ladengeschäft. So haben 65 % der australischen Kleinunternehmer ohne ein Ladengeschäft jetzt ein höheres Einkommen als noch in der Zeit vor den Online-Marktplätzen. Dasselbe können dagegen 78 % der Verkäufer mit einem Ladengeschäft behaupten.

## Einkommensverbesserung bei Marktplatz-Verkäufern

Marktplatz-Verkäufer mit einem Ladengeschäft gegenüber denjenigen ohne



% der Befragten mit einem aktuell höheren Einkommen verglichen mit der Zeit vor dem Verkauf über Marktplätze

Der Verkauf über Marktplätze ist für Ladenbesitzer von Vorteil. Online-Marktplätze helfen den Inhabern dabei, ihren Geschäftsbetrieb zu optimieren und ihre Kunden gezielter anzusprechen. Dies wirkt sich auch positiv auf die Gemeinde aus, indem mehr Arbeitsplätze geschaffen werden. Zu den größten Vorteilen von Marktplätzen aus Sicht der Ladeninhaber gehören die Vergrößerung ihrer Reichweite, die Verbesserung ihrer Preise und die Möglichkeit, so ihr Ladengeschäft geöffnet zu halten.

**Table 4 Die wichtigsten Vorteile für Ladeninhaber durch den Verkauf über Marktplätze**

■ Meistgenannte Antwort im jeweiligen Land

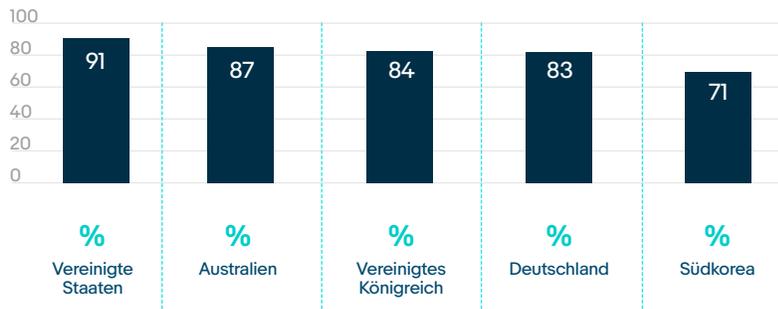
|   | Australien (%) | Vereinigte Staaten (%) | Deutschland (%) | Südkorea (%) | Vereinigtes Königreich (%) |
|---|----------------|------------------------|-----------------|--------------|----------------------------|
| Erweitert meine Reichweite, sodass die Mehrheit meines Umsatzes von außerhalb meiner lokalen Gemeinde kommt | 51             | 52                     | 44              | 43           | 32                         |
| Ermöglicht es mir, bessere Preise für Produkte in meinem Ladengeschäft festzulegen                          | 44             | 48                     | 37              | 44           | 36                         |
| Erweitert mein Unternehmen durch den Verkauf von neuen Produkten über Online-Marktplätze                    | 42             | 46                     | 38              | 35           | 41                         |
| Bringt mehr Kunden zu meinem Laden  | 43             | 49                     | 28              | 44           | 37                         |
| Ermöglicht es mir, meinen Laden geöffnet zu halten  | 42             | 44                     | 24              | 45           | 37                         |
| Ermöglicht es mir, mehr Arbeitsplätze zu schaffen als durch meinen Laden allein                             | 40             | 36                     | 32              | 32           | 28                         |

% der Geschäftsinhaber, die angeben, auf welche Weise ihr Unternehmen von Marktplätzen profitiert

# Marktplatz-Tools

Marktplätze helfen Kleinunternehmern dabei, ihr Unternehmen zu verbessern und nachhaltiger zu gestalten. Die große Mehrheit der Verkäufer stimmt zu, dass ihnen Marktplätze die Tools und Unterstützung bieten, die sie für ein erfolgreiches Unternehmen brauchen.

## Effektivität von Marktplatz-Tools und Support



■ % der Befragten stimmen zu, dass Marktplätze die Tools und den Support bieten, die sie für ein erfolgreiches Unternehmen brauchen



**Wir verkaufen seltene Münzen, und ich benutze eBay als Preisindikator für meine Produkte. Früher habe ich einen Preis angeboten und wusste nicht, ob dieser unter oder über dem Marktpreis liegt.**

— DEUTSCHER HÄNDLER FÜR SAMMLERSTÜCKE

Spezialisierte Programme machen für Kleinunternehmer einen Unterschied. Ein Beispiel ist die Retail Revival-Initiative von eBay, die Kleinunternehmen ein umfassendes Training, personalisiertes Coaching und Support bei der Werbung bietet. eBay half bereits in vielen Märkten erfolgreich Kleinunternehmern bei der Geschäftsgründung und der deutlichen Umsatzoptimierung, wie zum Beispiel in den USA, Kanada, Deutschland und dem Vereinigten Königreich. Zudem plant eBay, bald weitere Länder mit einzuschließen.



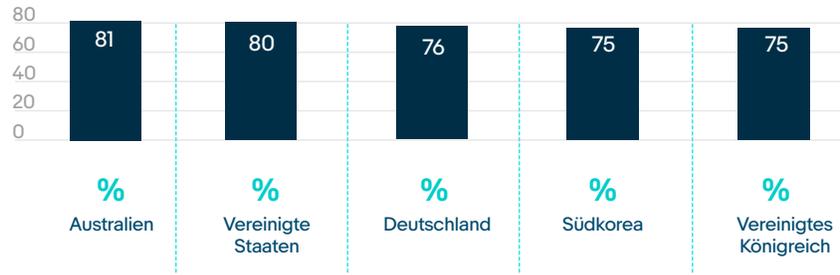
### Cho Chung-kyung Südkorea

Bevor er seinen Offline-Betrieb Namdosumi 2012 startete, arbeitete Cho Chung-Kyung 16 Jahre lang als Marketingmanager für einen Verlag. Er erkannte, dass die Online-Bestellung von Lebensmitteln dem Umsatz zugute kommt, und entschied sich, die Plattformen Gmarket und Auction von eBay Korea zu nutzen.

„Die Anmeldung meines eBay-Shops war die beste Möglichkeit, die Einschränkungen und die aktuelle Stagnation des traditionellen Marktplatzes zu überwinden. Ein Offline-Laden ist aufgrund regionaler Beschränkungen oft nur wenig bekannt. Bei meinem E-Commerce-Business gibt es jedoch keine Hindernisse. Wie mein Namdosumi-Laden schön bewies, gibt eBay Korea Menschen Möglichkeiten, dank derer kleine Unternehmen in einer noch nie zuvor dagewesenen Weise Handel betreiben.“

**45% der südkoreanischen Ladenbetreiber sagen, dass Marktplätze es ihnen erlauben, ihren stationären Laden weiterhin zu betreiben**

## Einfluss von eBay-Tools und -Support auf die Umsätze von kleinen Unternehmen



■ % der eBay-Verkäufer stimmen zu, dass die Tools und der Support von eBay ihren Ab- und Umsatz wesentlich verbessern

Als wichtigste Tools priorisieren Kleinunternehmer diejenigen, die sie bei der Ansprache der richtigen Zielgruppe unterstützen. In vier von fünf Ländern der Studie ist „die Möglichkeit, effektiver die richtige Zielgruppe anzusprechen“, die wichtigste Unterstützung, die Marktplätze bieten können, gefolgt von „Insights für eine bessere Preisgestaltung der Produkte“.

**81 % der australischen eBay-Verkäufer stimmen zu, dass die Tools und der Support von eBay wesentlich dabei helfen, ihren Ab- und Umsatz zu verbessern**

**Table 5** Marktplatz-Tools und Support nach Bedeutung für den Erfolg von kleinen Unternehmen

|   | Vereinigte Staaten | Australien | Vereinigtes Königreich | Deutschland | Südkorea |
|---|--------------------|------------|------------------------|-------------|----------|
| Die Möglichkeit, effektiver die richtige Zielgruppe anzusprechen            | 1                  | 1          | 1                      | 2           | 1        |
| Einblicke, um die besten Preise für meine Produkte finden zu können         | 1                  | 2          | 2                      | 1           | 2        |
| Tools zum Verwalten meines Bestands, um die Nachfrage am besten zu erfüllen | 2                  | 3          | 4                      | 2           | 3        |
| Daten, um meine Unternehmensleistung zu bewerten                            | 3                  | 4          | 3                      | 4           | 4        |

■ Platz 1  
■ Platz 2  
■ Platz 3  
■ Platz 4

Rankings nach dem Prozentsatz der Befragten, die angeben, dass das Marktplatz-Tool entweder extrem oder sehr wichtig für den Erfolg ihres Unternehmens ist. Die Ergebnisse der Umfrage sind für die Spitzenposition in den USA identisch.

# Geschäftsumfeld

Unabhängig von der Größe ist das rechtliche Umfeld wichtig für alle Unternehmen, damit sie erfolgreich geführt werden können – umso wichtiger ist es für Kleinunternehmer mit beschränkten Ressourcen, diese Probleme anzugehen. Der Ease of Doing Business Index der Weltbank misst Indikatoren, anhand derer die rechtlichen Rahmenbedingungen für kleine und mittlere Unternehmen bewertet werden können. Alle Länder in dieser Studie befinden sich unter den Top 25 (aus 190 Ländern), mit Rankings von Südkorea (5. Platz) bis Deutschland (24. Platz).

Ein weiterer wichtiger Indikator für kleine Online-Unternehmen ist die Gesamtperformance des Online-Handels. E-Commerce-Umsätze wachsen weltweit an, jedoch in allen Ländern in unterschiedlichem Maß. So wuchsen Online-Handelsumsätze in Südkorea 2019 um 20 % – das beste Ergebnis unter allen Ländern der Studie. Südkorea ist ein zunehmend entwickelter und vernetzter digitaler Markt, der vor kurzem davon profitierte, das erste Land weltweit zu sein, das ein 5G-Netzwerk einführt. Bemerkenswert ist, dass alle Länder der Studie gute Punktzahlen erzielten, wobei das Vereinigte Königreich den niedrigsten Punktestand erreichte, mit einer Wachstumsrate von 9 % des Online-Handelsumsatzes.

**Table 6 Externe Indikatoren zum Geschäftsumfeld**

|   | Südkorea | Vereinigte Staaten | Australien | Deutschland | Vereinigtes Königreich |
|---|----------|--------------------|------------|-------------|------------------------|
| Wachstum der Online-Handelsumsätze 2019 | 20 %     | 16 %               | 12 %       | 11 %        | 9 %                    |
| Index-Rang „Ease of Doing Business“     | 5        | 9                  | 18         | 24          | 8                      |

Quellen: Euromonitor Passport, Ease of Doing Business Index 2019 der Weltbank

Inhaber von kleinen Online-Unternehmen stimmt überein, dass das allgemeine externe Umfeld innerhalb der jeweiligen Länder günstig ist. Mindestens die Hälfte der Befragten in allen Ländern der Studie stimmt zu, dass die wirtschaftlichen und rechtlichen Bedingungen für ihre Unternehmen günstig sind (siehe Graph unten). Es ist wichtig anzumerken, dass die US-amerikanischen Inhaber von kleinen Online-Unternehmen eine positivere Wahrnehmung haben als die in anderen Ländern. Die südkoreanischen Kleinunternehmer sehen dies am wenigsten positiv. Das stark umkämpfte wirtschaftliche Umfeld in Südkorea kann ein beeinflussender Faktor sein.

## Wahrnehmung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen als günstig für Online-Unternehmen



■ % der Befragten stimmen zu, dass die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen günstig sind

## Wahrnehmung der rechtlichen Rahmenbedingungen als günstig für Online-Unternehmen



■ % der Befragten stimmen zu, dass die rechtlichen Rahmenbedingungen günstig sind

## Die Unsicherheit über den Brexit führt zu Pessimismus gegenüber der britischen Wirtschaft

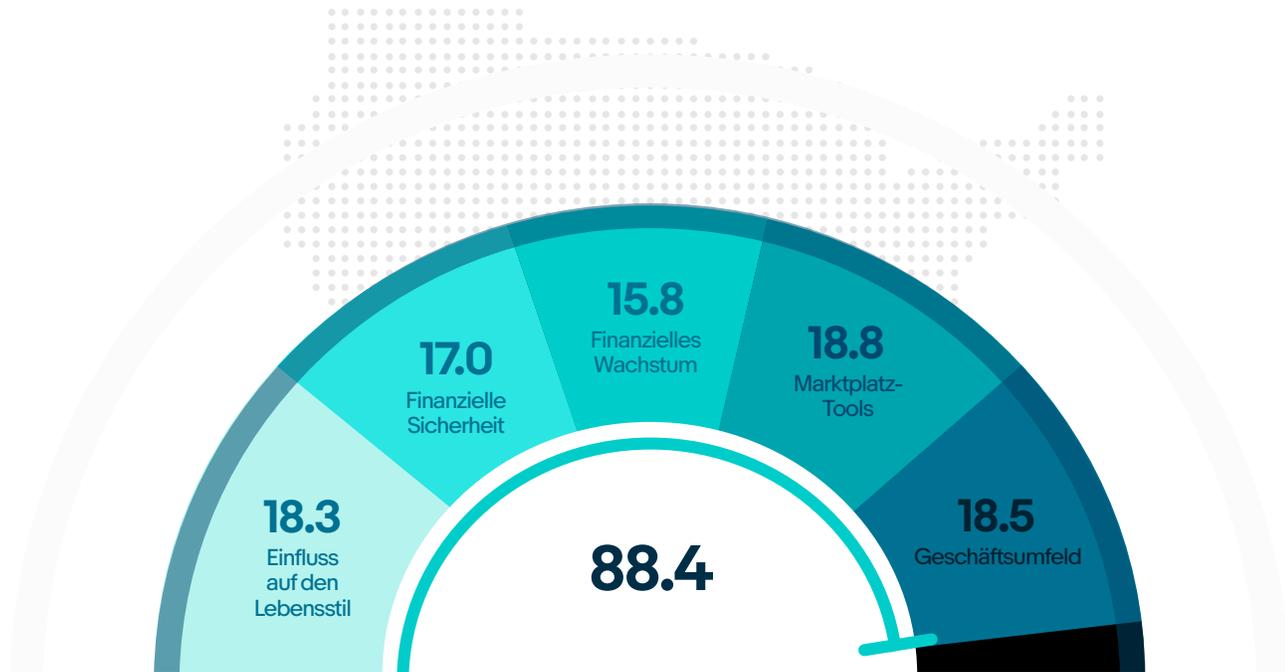
Im Vergleich zu den anderen vier Ländern sind britische Unternehmer gegenüber der Entwicklung der nationalen Wirtschaft in den nächsten 12 Monaten wesentlich pessimistischer eingestellt. Umfrageergebnisse zeigen, dass 41 % der britischen Kleinunternehmer erwarten, dass ihre Wirtschaft schwächer wird. Dieses Ergebnis entspricht fast dem doppeltem Prozentsatz Deutschlands (19 %). Einer der wichtigsten Faktoren dafür ist die Unsicherheit über den Brexit, welcher kurzfristig für eine weitere Volatilität der Rechtssituation im Land sorgen kann. Diese Unsicherheit hat die britischen Marktplatz-Verkäufer 2019 jedoch nicht wesentlich beeinträchtigt. 70 % stimmen zu, dass die rechtlichen Bedingungen günstig für ihr Online-Unternehmen sind.

## Erwartungen von Inhabern kleiner Unternehmen, dass sich die Wirtschaft ihres Landes in den nächsten 12 Monaten verschlechtern wird



% der Befragten erwarten, dass sich ihre nationale Wirtschaft in den nächsten 12 Monaten verschlechtern wird

# Faktenblatt Vereinigte Staaten



## Einfluss auf den Lebensstil

**97%**

Geben an, dass der Verkauf über Online-Marktplätze ihnen Freiheit oder Flexibilität bietet

**86%**

Geben an, dass der Verkauf über Online-Marktplätze ihnen Zuversicht oder Kontrolle bietet

## Finanzielles Wachstum

**69%**

Geben an, dass ihr aktuelles jährliches Einkommen höher ist als in der Zeit, bevor sie über Online-Marktplätze verkauften

**61%**

Geben an, dass ihre aktuellen Umsätze durch Online-Marktplätze höher sind als im letzten Jahr

## Finanzielle Sicherheit

**77%**

Stimmen zu, dass das Einkommen durch das Online-Business ihnen finanzielle Sicherheit bietet

## Marktplatz-Tools

**91%**

Stimmen zu, dass der Marktplatz die Tools und den Support bietet, die sie für ihren Erfolg brauchen

## Geschäftsumfeld

**80%**

Stimmen zu, dass die wirtschaftlichen Bedingungen in ihrem Land ihr Online-Business begünstigen

**76%**

Stimmen zu, dass die rechtlichen Bedingungen in ihrem Land ihr Online-Business begünstigen

# Vereinigte Staaten: Highlights

---



Das Einkommen aus Marktplätzen half 48 % der US-amerikanischen Kleinunternehmern dabei, aus den Schulden herauszukommen.



Der eigene Chef zu sein, ist aus Sicht von 72 % der US-amerikanischen Marktplatz-Verkäufer extrem wichtig.



Die Möglichkeit, einen eigenen Tagesablauf festzulegen, wird von 73 % der Frauen als extrem wichtig angesehen, verglichen mit 59 % der Männer.



**33 % aller kleinen Unternehmen mit jährlichen Marktplatz-Umsätzen von über \$200.000 US-Dollar nutzen ihr Einkommen, um in ihre Gemeinde zu investieren.**



Die Gründung eines Unternehmens, das keine große finanzielle Investition erfordert, war für 52 % der US-amerikanischen Kleinunternehmer der Grund, über Online-Marktplätze zu verkaufen.

# Faktenblatt Vereinigtes Königreich



## Einfluss auf den Lebensstil

**92 %**

Geben an, dass der Verkauf über Online-Marktplätze ihnen Freiheit oder Flexibilität bietet

**85 %**

Geben an, dass der Verkauf über Online-Marktplätze ihnen Zuversicht oder Kontrolle bietet

## Finanzielles Wachstum

**64 %**

Geben an, dass ihr aktuelles jährliches Einkommen höher ist als in der Zeit, bevor sie über Online-Marktplätze verkauften

**55 %**

Geben an, dass ihre aktuellen Umsätze durch Online-Marktplätze höher sind als im letzten Jahr

## Finanzielle Sicherheit

**74 %**

Stimmen zu, dass das Einkommen durch das Online-Business ihnen finanzielle Sicherheit bietet

## Marktplatz-Tools

**84 %**

Stimmen zu, dass der Marktplatz die Tools und den Support bietet, die sie für ihren Erfolg brauchen

## Geschäftsumfeld

**70 %**

Stimmen zu, dass die wirtschaftlichen Bedingungen in ihrem Land ihr Online-Business begünstigen

**71 %**

Stimmen zu, dass die rechtlichen Bedingungen in ihrem Land ihr Online-Business begünstigen

# Vereinigtes Königreich: Highlights



64 % der britischen Marktplatz-Verkäufer sind zwischen 25 und 44 Jahre alt, 62 % haben Angestellte und 47 % haben ein Ladengeschäft.



Ohne die Möglichkeit, online zu verkaufen, würden 16 % aller Kleinunternehmer einen Job mit niedrigem Einkommen annehmen müssen, um nicht ihren Wohnort wechseln zu müssen.



Die Möglichkeit, einen eigenen Tagesablauf festlegen zu können, ist für 56 % der Online-Verkäufer zwischen 35 und 54 Jahren extrem wichtig, verglichen mit 48 % der Verkäufer zwischen 18 und 34.

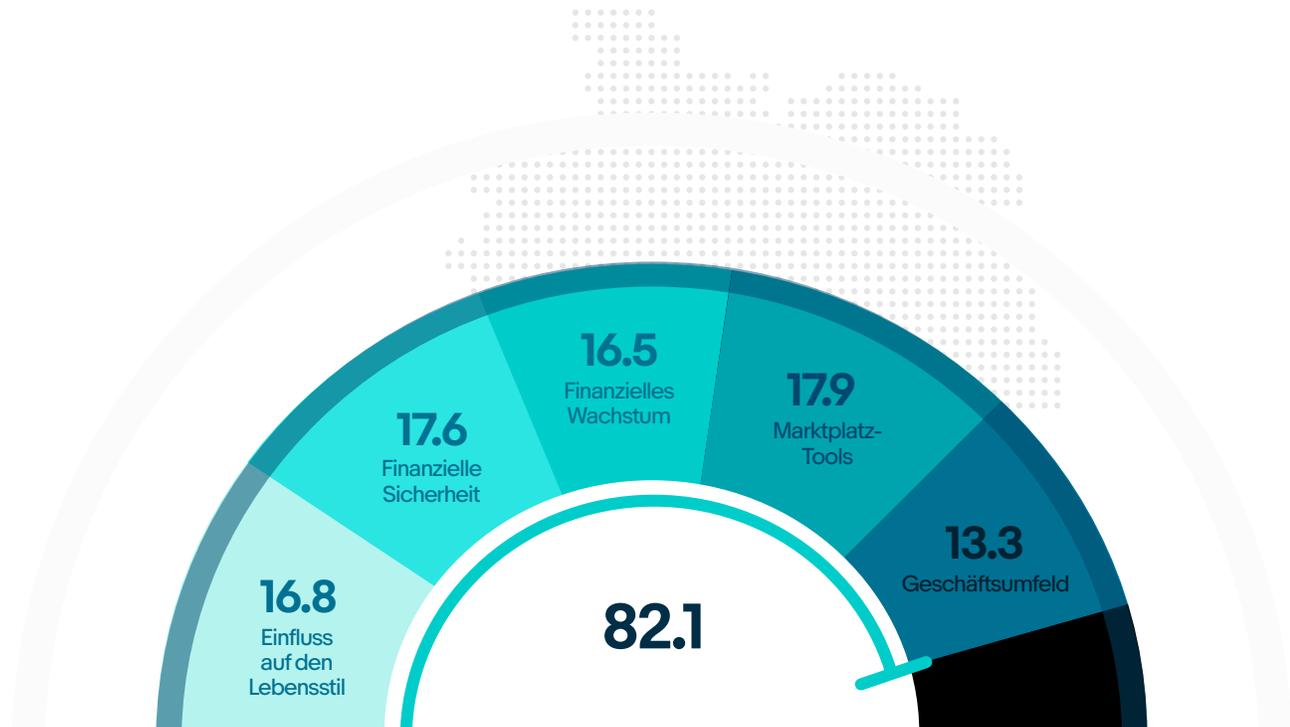


24 % aller kleinen Unternehmen mit jährlichen Marktplatz-Umsätzen von über £200.000 GBP nutzen dieses Einkommen, um in ihre Gemeinde zu investieren.



36 % der britischen Kleinunternehmer haben verlorene Ersparnisse nach einem wirtschaftlichen Abschwung durch die Einnahmen aus den Marktplätzen wiederbeschafft.

# Faktenblatt Deutschland



## Einfluss auf den Lebensstil

**92 %**

Geben an, dass der Verkauf über Online-Marktplätze ihnen Freiheit oder Flexibilität bietet

**77 %**

Geben an, dass der Verkauf über Online-Marktplätze ihnen Zuversicht oder Kontrolle bietet

## Finanzielles Wachstum

**72 %**

Geben an, dass ihr aktuelles jährliches Einkommen höher ist als in der Zeit, bevor sie über Online-Marktplätze verkauften

**62 %**

Geben an, dass ihre aktuellen Umsätze durch Online-Marktplätze höher sind als im letzten Jahr

## Finanzielle Sicherheit

**80 %**

Stimmen zu, dass das Einkommen durch das Online-Business ihnen finanzielle Sicherheit bietet

## Marktplatz-Tools

**83 %**

Stimmen zu, dass der Marktplatz die Tools und den Support bietet, die sie für ihren Erfolg brauchen

## Geschäftsumfeld

**77 %**

Stimmen zu, dass die wirtschaftlichen Bedingungen in ihrem Land ihr Online-Business begünstigen

**70 %**

Stimmen zu, dass die rechtlichen Bedingungen in ihrem Land ihr Online-Business begünstigen

# Deutschland: Highlights

---



In Deutschland haben 81 % der kleinen Online-Unternehmen Angestellte, 64 % betreiben ein Ladengeschäft und 65 % sind männlich.



Ohne die Möglichkeit, online zu verkaufen, würden 14 % aller Kleinunternehmer ihre Familien oder Freunde um finanzielle Unterstützung bitten.



20 % aller kleinen Unternehmen mit jährlichen Marktplatz-Umsätzen von über 200.000 € nutzen dieses Einkommen, um in ihre Community zu investieren.

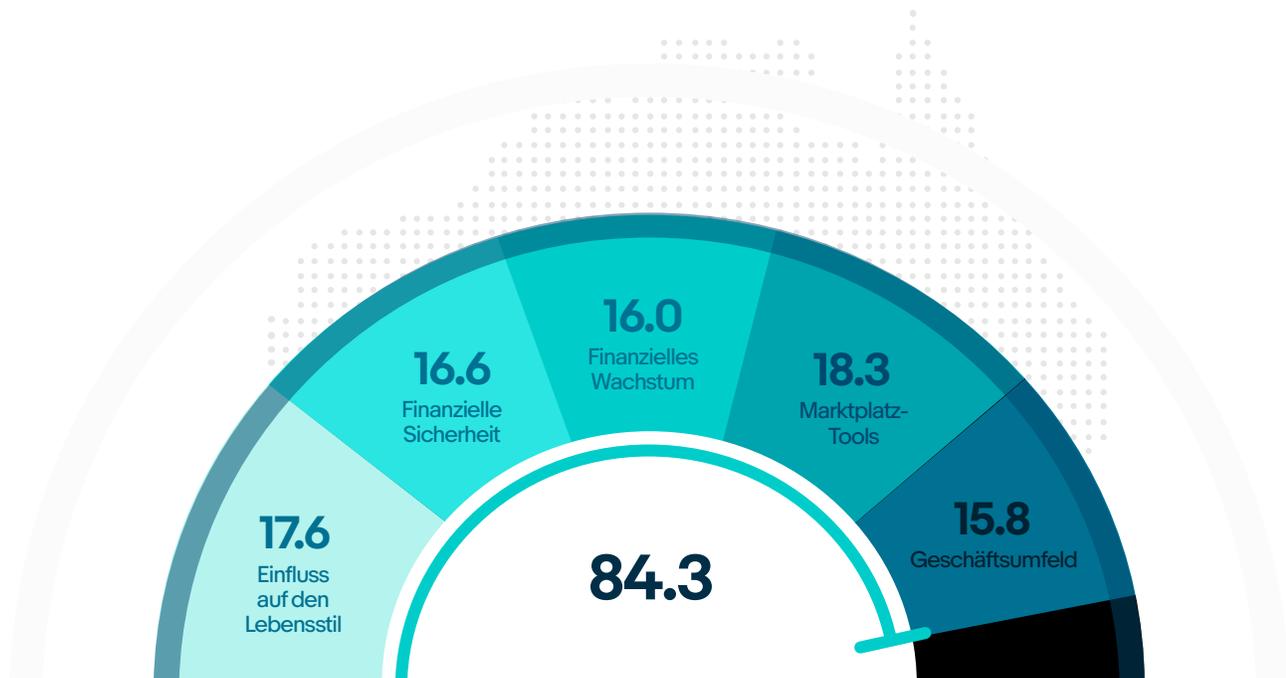


**34 % der deutschen Kleinunternehmer haben verlorene Ersparnisse nach einem wirtschaftlichen Abschwung durch Einkünfte aus dem Marktplatz-Geschäft wiederbeschafft.**



Die Möglichkeit, einen eigenen Tagesablauf festlegen zu können, ist für 45 % der Online-Verkäufer zwischen 18 und 34 Jahren extrem wichtig, verglichen mit 40 % der Verkäufer zwischen 35 und 54.

# Faktenblatt Australien



## Einfluss auf den Lebensstil

**95 %**

Geben an, dass der Verkauf über Online-Marktplätze ihnen Freiheit oder Flexibilität bietet

**82 %**

Geben an, dass der Verkauf über Online-Marktplätze ihnen Zuversicht oder Kontrolle bietet

## Finanzielles Wachstum

**69 %**

Geben an, dass ihr aktuelles jährliches Einkommen höher ist als in der Zeit, bevor sie über Online-Marktplätze verkauften

**60 %**

Geben an, dass ihre aktuellen Umsätze durch Online-Marktplätze höher sind als im letzten Jahr

## Finanzielle Sicherheit

**73 %**

Stimmen zu, dass das Einkommen durch das Online-Business ihnen finanzielle Sicherheit bietet

## Marktplatz-Tools

**87 %**

Stimmen zu, dass der Marktplatz die Tools und den Support bietet, den sie für ihren Erfolg brauchen

## Geschäftsumfeld

**75 %**

Stimmen zu, dass die wirtschaftlichen Bedingungen in ihrem Land ihr Online-Business begünstigen

**72 %**

Stimmen zu, dass die rechtlichen Bedingungen in ihrem Land ihr Online-Business begünstigen

# Australien: Highlights

---



In Australien haben 67 % der Marktplatz-Verkäufer Angestellte, 56 % betreiben ein Ladengeschäft und 45 % leben in Vororten.



Die Gründung eines Unternehmens, das keine große finanzielle Investition erfordert, war für 47 % der australischen Kleinunternehmer der Grund, über Online-Marktplätze zu verkaufen.



Ohne die Möglichkeit, online zu verkaufen, würden 18 % aller Kleinunternehmer die Behörden um finanzielle Unterstützung bitten.

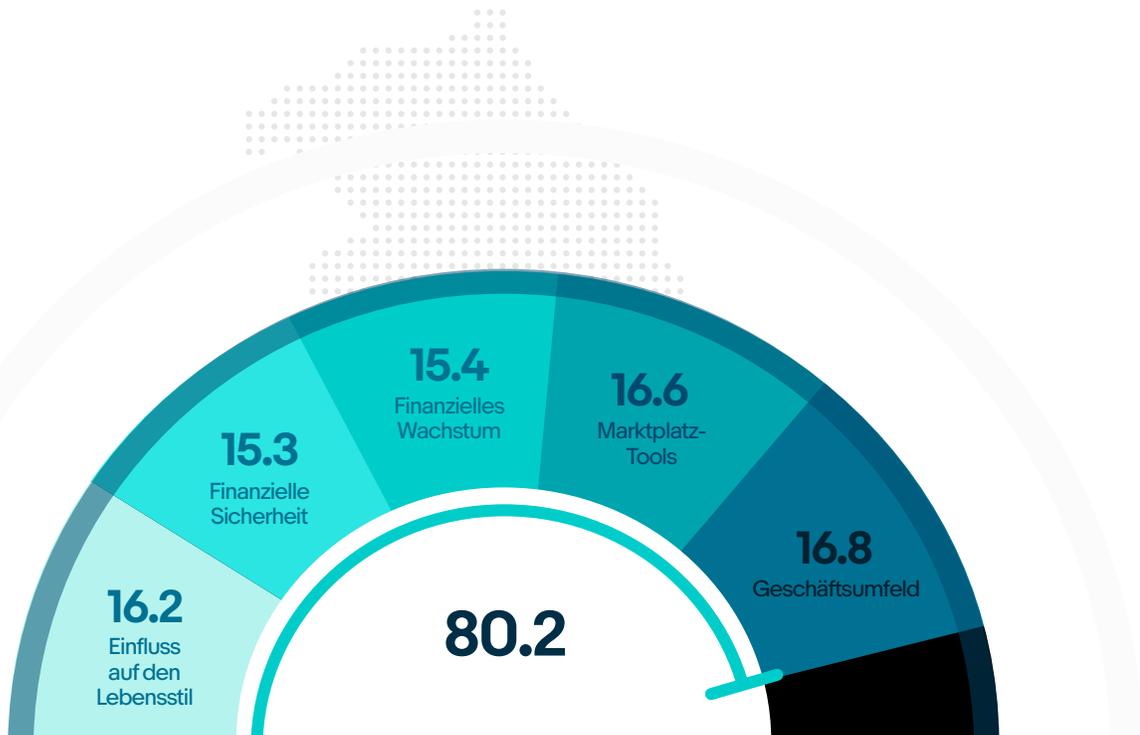


Die Möglichkeit, einen eigenen Tagesablauf festlegen zu können, ist für 72 % der Online-Verkäufer zwischen 35 und 54 Jahren extrem wichtig, verglichen mit 61 % der Verkäufer zwischen 18 und 34 Jahren.



20 % aller kleinen Unternehmen mit jährlichen Marktplatz-Umsätzen von über 200.000 AUD\$ nutzen dieses Einkommen, um in ihre Community zu investieren.

# Faktenblatt Südkorea



## Einfluss auf den Lebensstil

**85 %**

Geben an, dass der Verkauf über Online-Marktplätze ihnen Freiheit oder Flexibilität bietet

**77 %**

Geben an, dass der Verkauf über Online-Marktplätze ihnen Zuversicht oder Kontrolle bietet

## Finanzielles Wachstum

**65 %**

Geben an, dass ihr aktuelles jährliches Einkommen höher ist als in der Zeit, bevor sie über Online-Marktplätze verkauften

**52 %**

Geben an, dass ihre aktuellen Umsätze durch Online-Marktplätze höher sind als im letzten Jahr

## Finanzielle Sicherheit

**63 %**

Stimmen zu, dass das Einkommen durch das Online-Business ihnen finanzielle Sicherheit bietet

## Marktplatz-Tools

**71 %**

Stimmen zu, dass der Marktplatz die Tools und den Support bietet, die sie für ihren Erfolg brauchen

## Geschäftsumfeld

**53 %**

Stimmen zu, dass die wirtschaftlichen Bedingungen in ihrem Land ihr Online-Business begünstigen

**50 %**

Stimmen zu, dass die rechtlichen Bedingungen in ihrem Land ihr Online-Business begünstigen

# Südkorea: Highlights



92 % der südkoreanischen  
Marktplatz-Verkäufer leben  
in Städten, 81 % haben feste  
Angestellte und 64 % betreiben  
ein Ladengeschäft.



In Südkorea sind 17 % der  
Kleinunternehmer, die über  
Marktplätze verkaufen, mit  
einem festen Einkommen  
im Ruhestand.



Ohne die Möglichkeit, online zu  
verkaufen, würden 19 % aller  
Kleinunternehmer ihre Familien  
oder Freunde um finanzielle  
Unterstützung bitten.



Die Möglichkeit,  
einen eigenen  
Tagesablauf festlegen  
zu können, ist für  
29 % der Online-  
Verkäufer zwischen  
35 und 54 Jahren  
extrem wichtig,  
verglichen mit 35 % der  
Verkäufer zwischen  
18 und 34 Jahren.



42 % der Kleinunternehmen mit  
jährlichen Marktplatz-  
Umsätzen von über ₩200  
Millionen KRW nutzen dieses  
Einkommen, um in ihre  
Gemeinde zu investieren.

# Methodik

Euromonitor führte unter Kleinunternehmern in Australien, Deutschland, Südkorea, den USA und dem Vereinigten Königreich eine Umfrage zum Thema Förderung Umfrage durch. Diese Länder wurden ausgewählt, um die geografische Vielfalt zu maximieren und somit eine universelle Herangehensweise zur Bewertung der Förderung zu ermöglichen.

Der Ansatz war wie folgt:



### Was ist unter Befähigung zu verstehen

In detaillierten Interviews von Euromonitor International antworteten die Kleinunternehmer generell, dass ihr stärkster Treiber die positiven Einflüsse auf ihren Lebensstil und die finanzielle Situation sind. Darüber hinaus müssten Marktplätze die Tools und den Support bieten, die diese positiven Einflüsse ermöglichen. Abschließend betonten die Kleinunternehmer, dass sie sich nur befähigt fühlen können, wenn die wirtschaftlichen und rechtlichen Bedingungen in ihren Ländern für den Erfolg ihres Online-Unternehmens günstig sind.

### Global Marketplace Index-Bewertung:

Der Global Marketplace Index wird mittels einer 100-Punkte-Skala durch das Zusammenrechnen der Gesamtpunkte ermittelt, die in den verschiedenen Messgrößen erreicht wurden. Jede Messgröße kann 20 Punkte bringen und hat einen oder mehrere Indikatoren, die die Leistung des Landes in dem Bereich messen.

Die in diesem Bericht vorgestellten eBay-Verkäufer wurden von Euromonitor International weder interviewt noch befragt und sind in den Forschungsergebnissen nicht enthalten.



© eBay 2020. All Rights Reserved.