



universität
wien

MASTERARBEIT

Titel der Masterarbeit

„Der traditionelle Pfandkredit in seiner heutigen Entwicklung und
dessen Beeinflussung durch die digitale Welt“

Verfasst von

Julio Alonso Ferrer, BSc

Angestrebter akademischer Grad

Master of Science (MSc)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 914

Studienrichtung lt. Studienblatt: Masterstudium Internationale Betriebswirtschaft

Betreuer / Betreuerin: Univ.-Prof. Dr. Jörg Finsinger

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit eidesstattlich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

.....

.....

Danksagung

Zunächst möchte ich mich bei meinen Eltern, Manuel Alonso Rascado und Araceli Ferrer Martinez, bedanken, die mir immer mit Rat zur Seite standen und ohne die all dies nicht möglich gewesen wäre.

Des Weiteren bedanke ich mich bei Dzenana Sarac, die mir immer mit einer Antwort auf meine Fragen, unterstützend zur Seite stand.

Außerdem bedanke ich mich auch noch bei Sven Gansel, der mich während dieser ganzen Zeit mit seiner Unterstützung entlastet hat, wodurch ich mich voll und ganz auf das Schreiben der Arbeit konzentrieren konnte.

Ganz besonders jedoch bedanke ich mich bei meinem betreuenden Professor, Univ. Prof. Dr. Jörg Finsinger. Er rettete mich aus einer sehr misslichen Lage und übernahm die Betreuung meiner Masterarbeit, als mein ursprünglicher Betreuer leider erkrankte. Er betreute mich jederzeit sehr gewissenhaft und hatte immer einen freien Moment um mir bei meinen Fragen mit Rede und Antwort zur Seite zu stehen.

Abschließend möchte ich mich noch bei Professor Dr. Karl Anton Fröschl bedanken, welcher mich in den ersten Schritten dieser Arbeit betreut hat und den Grundstein der daraus entstehenden Arbeit legte. An dieser Stelle wünsche ich ihm eine gute Besserung und hoffe ihn bald an der Universität wieder unterrichten sehen zu können.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	IV
Tabellenverzeichnis	V
1. Einleitung.....	1
2. Geschichte des Pfandhauses	2
3. Wie funktioniert ein Pfandhaus?.....	3
4. Die Zwecke des Pfandkredits.....	5
5. Nutzer des Pfandkredits	10
6. Die Relevanz des Internets für das Pfandgeschäft	13
6.1. Leihhaus Alonso.....	14
6.1.1. Informationsbeschaffung	15
6.1.2. Implementierung einer Online-Verpfändung.....	18
6.1.3. Implementierung einer Applikation (App)	22
6.1.4. Implementierung von Web – Marketing.....	24
6.1.4.1. Homepage	25
6.1.4.2. Suchmaschinenoptimierung.....	26
6.1.4.3. Arten der Werbung im Internet	33
6.1.5. Google Analytics	40
6.2. Probleme und Gefahren	47
6.2.1. iPfand.....	50
6.2.2. Valendo.....	53
7. Conclusio	57
Literatur.....	60

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Schmuckpfänder	13
Abbildung 2: Marktstruktur von Internet – Auktionen	17
Abbildung 3: Online – Bewertung; Kontaktdaten und Personalien	19
Abbildung 4: Online - Bewertung; Produktbeschreibung	20
Abbildung 5: Pfandscheinrechner	23
Abbildung 6: Homepage "Leihhaus Alonso"	25
Abbildung 7: Adwords	35
Abbildung 8: Anzahl der monatlich aktiven Facebook-Nutzer weltweit.....	37
Abbildung 9: Umsätze mit mobiler vs. stationärer Onlinewerbung in Deutschland.....	38
Abbildung 10: Implementierung von Social Media Auftritten	39
Abbildung 11: Google - Analytics (Absprungrate)	45
Abbildung 12: Demografische Merkmale.....	46
Abbildung 13: iPfand - Bewertungsformular.....	51
Abbildung 14: iPfand - abgeschlossene Bewertung	52
Abbildung 15: Trusted Shop – Siegel.....	54
Abbildung 16: Valendo Anfrageformular	55

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Standarddialoge im Pfandkreditgeschäft	8
Tabelle 2: Auktionen mit mehreren gleichartigen Artikeln.....	48

1. Einleitung

Bei dem Beruf des Pfandleihers handelt es sich um eines der ältesten Gewerbe der Menschheit, welcher im Laufe der Jahrhunderte eine prägende Evolution durchgemacht hat. Bei einem Pfandhaus geht es grundsätzlich darum, dass jemandem auf Grund eines hinterlegten Gutes, ein Darlehen gewährt wird. Dieses Pfand bezeichnet man auch als „Faustpfand“.¹

Nachdem dieses Gewerbe nun schon seit etwa 3000 Jahren in der menschlichen Gesellschaft etabliert ist, ist es naheliegend dass sich die Art und Weise des Geschäfts im Laufe der Jahrhunderte wesentlich verändert hat.²

Der Fokus in dieser Masterarbeit zielt jedoch auf eine der radikalsten Veränderungen des Pfandgeschäftes ab. Mit der digitalen Welt und natürlich auch mit der Einführung des World Wide Webs, hat sich das Geschäft und somit auch vorwiegend die Arbeitsweise des traditionellen Pfandleihers von Grund auf verändert und sowie modernisiert.

Das Internet bietet somit heutzutage diverse Möglichkeiten das Kerngeschäft in diversen Bereichen, wie bei der Informationsbeschaffung oder der Akquirierung von Neukunden, zu vereinfachen. Jedoch entstehen durch diese neue Art von Geschäftsabwicklungen auch diverse Probleme und Gefahren.

Die neue Generation der Gesellschaft bezieht ihre Informationen hauptsächlich über die Online – Welt. Sogar das traditionelle Shoppingvergnügen wird von dem traditionellen Gang in eine „Shopping Mall“, in das Wohnzimmer über Online – Kaufhäuser die ihre Ware bis an die Haustür liefern, verlegt. Genauso gefährlich ist somit die Etablierung von konkurrierenden Online – Pfandhäusern für den traditionellen Pfandleiher. Der Kunde erspart sich den Gang zum Pfandleiher und kann sein Pfand gemütlich von zu Hause abholen lassen.

Dies sind Punkte die es gilt während dieser Masterarbeit zu analysieren. Welche Vor- und Nachteile die traditionellen Pfandhäuser durch die digitale Welt heutzutage gewinnen und welche Rolle hierbei konkurrierende Online – Pfandhäuser spielen.

¹ Vgl. Pfandleihhaus-Ratgeber, Zugriff am 26.03.2015

² Vgl. Schmidt-Glintzer (1999), Geschichte Chinas bis zur mongolischen Eroberung 250 v.Chr.-1279 n.Chr., S.133, Verlag Oldenbourg

Um dieser Fragestellung nicht nur auf theoretischer Ebene, sondern auch in praktischer Hinsicht näher zu kommen, wird zudem auch noch ein Experteninterview hinzugezogen mit dem Geschäftsführer und Besitzer, des Dortmunder Pfandhauses „Leihhaus Alonso“ aus Dortmund, Manuel Alonso Rascado. Mit Hilfe dieses Interviews soll ein tieferer Einblick auf diverse Maßnahmen ermöglicht werden die getroffen wurden um die moderne Technologie des Internets effizient nutzen zu können und den Gefahren der digitalen Welt entgegenzusteuern.

2. Geschichte des Pfandhauses

Die Anfänge des Pfandgeschäfts reichen bis hin ins antike China vor ca. 3000 Jahren. Hier waren es die Bauern die erstmals Kredite aufnahmen um kurzfristig ihre Ernte finanzieren zu können.³ Somit arbeiteten damals die ersten Pfandleiher selbstständig als eigenständige Personen. Jedoch gab es kurze Zeit darauf auch schon die ersten, physischen Pfandhäuser.⁴

Im 15. Jahrhundert wurden von den Franziskanern die ersten Pfandhäuser erbaut. In Italien gründeten diese die Organisation „Monte de Pietà“, was so viel heißt wie „Berg der Barmherzigkeit“. Hier war es dann der ärmlicheren Bevölkerungsschicht möglich, Darlehen für ihre verpfändeten Gegenstände, zu fairen Konditionen, zu erhalten.⁵ Das Ziel der, in Perugia gegründeten, Organisation, war es den Menschen eine Möglichkeit zu geben Kredite aufzunehmen welche nicht wie die normalen Geldverleiher vollkommen überhöhte Zinsen dafür verlangten.⁶

Einige Zeit darauf war das Pfandgeschäft eine enorm wichtige Anlaufstelle in Bezug auf die Errichtung von kleinen Geschäften und Marktständen. Im antiken Griechenland oder auch in der damaligen wichtigen Stadt Rom war der Gang zum Pfandleiher, zur Finanzierung des eigenen Marktplatzes, eine Normalität.⁷ Während dieser Zeit wurden die Leihhäuser von der Kirche reguliert, damit sich der gewählte Höchstzinssatz in einem gewissen Rahmen befand. Schon zur damaligen Zeit waren Pfandkredite ein

³ Vgl. Schmidt-Glintzer (1999), Geschichte Chinas bis zur mongolischen Eroberung 250 v.Chr.-1279 n.Chr., S.133, Verlag Oldenbourg

⁴ Vgl. Edelmetall Zentrum 1880, Zugriff am 27.03.2015

⁵ Vgl. Pfandleihhaus-Ratgeber, Zugriff am 27.03.2015

⁶ Vgl. Pfandhaus-Ratgeber, Zugriff am 27.03.2015

⁷ Vgl. Edelmetall Zentrum 1880, Zugriff am 27.03.2015

sehr wichtiger Aspekt der Finanzierung für die ärmere Bevölkerung, welche sonst bei keiner gewöhnlichen Bank einen Kredit bekommen hätten.⁸

Der Pfandkredit war seit jeher für Jedermann gedacht. Nicht nur die ärmere Bevölkerungsschicht hat Gebrauch von dieser Art von Kredit gemacht. Im Jahre 1388 war es König Edward der Dritte welcher seine Reichtümer verpfändete um den bekannten Krieg gegen die Franzosen zu finanzieren. Ebenso wie das spanische Königshaus, welches den königlichen Schmuck von Isabella von Spanien verpfändete um die Expedition von Christopher Columbus finanzieren zu können.⁹

Der Begriff des Pfandhauses kommt von dem lateinischen Wort „Lemma“, welches für das Wort „Pfand“ steht. „Lemma“ bedeutet so viel wie „Stoff“, aus dem die Kleidung gemacht war, welche im Mittelalter für die untere Bevölkerungsschicht das wertvollste Besitztum darstellte. Es war die Arbeiterschicht, die vorwiegend den Kredit des Pfandleihers in Anspruch nahm, um ihre finanzielle Lage kontrollieren zu können. So war es beispielsweise vor ca. 200 Jahren noch selbstverständlich, am Anfang der Woche, zur Finanzierung, seine Kleidung zu verpfänden, um diese am Ende der Woche wieder auszulösen.¹⁰

Damals wie heute war und ist das Prinzip des Pfandkredits identisch. Der Kunde braucht schnell und einfach finanzielle Mittel und dies wurde schon damals mit Hilfe des Pfandes von Kleidung erreicht.¹¹

3. Wie funktioniert ein Pfandhaus?

Der wesentliche Unterschied eines Pfandkredits gegenüber Bankkrediten bzw. anderweitigen Krediten ist, dass es sich hier um Bargeld handelt welches sofort erhältlich ist im Zuge der Verpfändung eines Wertgegenstandes. So handelt es sich hierbei um die Beschaffung von schnellem Geld, um beispielsweise kurzfristige Verbindlichkeiten

⁸ Vgl. Atwood (2014), Payback:Schulden und die Schattenseite des Wohlstandes, S.17, Piper Verlag GmbH

⁹ Vgl. Edelmetall Zentrum 1880, Zugriff am 27.03.2015

¹⁰ Vgl. Edelmetall Zentrum 1880, Zugriff am 27.03.2015

¹¹ Vgl. Edelmetall Zentrum 1880, Zugriff am 27.03.2015

nachkommen zu können.¹² Dies geschieht ohne jegliche Art von Prüfung der Kreditwürdigkeit des Pfänders. Einzig und allein der Wert des abzugebenden Pfandes spielt hierbei eine Rolle und das Vorweisen eines gültigen Lichtbildausweises.¹³

Somit erhält man bei Abgabe eines Pfandes ca. 25% bis 50% des Wertes des abgegebenen Pfandes. Die genaue Höhe des bezahlten Gelddarlehens beläuft sich auf den Handelswert der Ware. Nicht bei jeder Ware wird derselbe Prozentsatz gewährt welcher dem Pfänder dann als Pfandkredit ausgehändigt wird. Hierbei spielen diverse Aspekte eine wichtige Rolle, wie z.B. die Exklusivität bzw. die Beliebtheit des jeweiligen Gutes am Markt.¹⁴

Ein Gut, welches hoch am Markt gehandelt wird, wird eine höhere Kreditauszahlung erzielen als ein Gut das evtl. sogar mehr Wert ist als das erste Gut, jedoch eine geringe Akzeptanz am Markt aufweist.¹⁵ Der Pfandleiher muss hierbei nämlich genau einschätzen können wie viel Rentabilität er im Nachhinein erzielen kann für den Fall, dass dieses Gut zu einer Versteigerung gelangt. Somit ist der Wert des Gutes nicht einzig und allein für die Höhe des Kredites verantwortlich sondern ganz besonders die Nachfrage und vor allem die Kaufbereitschaft am Markt.¹⁶

Bei einem solchen Pfandkredit beläuft sich die Laufzeit auf drei Monate. Der Pfänder kann im Laufe dieser drei Monate den geliehenen Kredit zuzüglich Zinsen und Gebühren zurückzahlen, wodurch dieser dann in Folge dessen sein Pfand zurückerhält. Es besteht jedoch auch die Möglichkeit den Kredit zu verlängern in dem man nach Ablauf der drei Monate die Höhe der Zinsen und Gebühren begleicht und somit den Pfandkredit um weitere drei Monate verlängern kann.¹⁷

Der Pfandleiher darf für die Vergabe des Darlehens die Höhe der Zinsen innerhalb eines gesetzlich vorgegebenen Rahmens variieren. Es werden die Kosten der Aufbewahrung sowie fällige Versicherungen und Lagerung als auch die Schätzung des Wertgegenstandes berücksichtigt. Somit darf der Pfandleiher prinzipiell gemäß §10 der Pfandleihverordnung einen Zins in Höhe von einem Prozent veranlassen. Hinzu

¹² Vgl. Leihhäuser Max Walter, Zugriff am 07.05.2015

¹³ Vgl. Pfandleihhaus-Ratgeber, Zugriff am 07.05.2015

¹⁴ Vgl. Pfandleihhaus-Ratgeber, Zugriff am 07.05.2015

¹⁵ Vgl. Hamburger Morgenpost, Zugriff am 07.05.2015

¹⁶ Vgl. Pfandleihhaus-Ratgeber, Zugriff am 07.05.2015

¹⁷ Vgl. Pfandleihhaus-Ratgeber, Zugriff am 07.05.2015

kommen jedoch auch noch Kosten des Geschäftsbetriebes, sowie Kosten der Verwertung und diverse Versicherungen als auch Kosten eines Gutachtens, wodurch sich die Zinsen zwischen 1% bis 5% belaufen können.¹⁸

Sollte das verpfändete Gut nicht innerhalb der dreimonatigen Frist ausgelöst werden bzw. verlängert werden, wird der Wertgegenstand versteigert. Die Versteigerung darf frühestens einen Monat nach Ablauf der Frist erfolgen und spätestens sechs Monate danach. Bei dieser öffentlichen Versteigerung wird dann das Gut an den Meistbietenden Versteigert.¹⁹

Sollte bei der Versteigerung der erzielte Erlös die Höhe des ausgezahlten Darlehens zuzüglich Zinsen und Gebühren übersteigen, so ist der Pfandleiher verpflichtet den erzielten Mehrerlös an den Pfänder abzugeben. Somit ist der Pfandleiher im Zuge der öffentlichen Versteigerung nur befugt sein ausgezahltes Geld wiederzubeschaffen, zuzüglich der theoretisch erzielten Zinsen und Gebühren.²⁰

Wenn der betroffene Wertgegenstand während der besagten Versteigerung nicht versteigert werden konnte, ist der Pfandleiher berechtigt in späterer Folge den Wertgegenstand zu verkaufen.²¹

4. Die Zwecke des Pfandkredits

Es gibt diverse Gründe für eine Person den Gang in ein Pfandhaus zu wagen. In einem jedoch sind sich alle gleich, jeder dieser Personen verfolgt die Absicht ein Darlehen zu erlangen. Die Gründe dafür jedoch können sehr vielseitig sein.²²

Es lassen sich jedoch einige Hauptmotive herauskristallisieren:²³

- Beseitigung von selbst verschuldeten Notlagen,
- Beseitigung von unverschuldet eingetretenen Notlagen,
- Vertrieb von Hehler Ware,
- Nutzung als leicht erreichbarer Sekundärmarkt für Gebrauchtgüter,
- Aufbewahrungsort für Wertsachen,

¹⁸ Vgl. Damrau (2005), Pfandleihverordnung, S. 5, Verlag W. Kohlhammer GmbH

¹⁹ Vgl. Pfandleihhaus-Ratgeber, Zugriff am 07.05.2015

²⁰ Vgl. Pfandleihhaus-Ratgeber, Zugriff am 07.05.2015

²¹ Vgl. Pfandleihhaus-Ratgeber, Zugriff am 07.05.2015

²² Vgl. Dischinger (2005), Leihhauskarrieren in Deutschland, S.57, Tectum Verlag

²³ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.31, LIT Verlag

- Aufrechterhaltung eines nicht finanzierbaren Lebensstandards,

Unter Notlagenorientierter Kreditaufnahme fallen Bereiche wie die Erwerbslosigkeit oder auch der Fall einer Erkrankung. Eine Befragung von 41 Kreditnehmern hat ergeben, dass 12% dieser befragten Gruppe ein Monatseinkommen von unter 500 Euro aufweist und knapp weitere 20% besitzen ein Nettoeinkommen zwischen 1000 und 1500 Euro. Somit stellt sich nun die wesentliche Frage, wie es zu den vorab erwähnten Notlagen kommt. Eines der Hauptgründe die hierfür genannt werden ist, dass heutzutage Arbeitslosigkeit, aber auch Kurzarbeit und Einkommenseinbußen ein Resultat von wechseln des Jobs, Erkrankungen oder auch Scheidungen darstellen.²⁴

Nachdem auf der Hand liegt das Haushalte mit geringem Einkommen mehr als andere von Arbeitslosigkeit, oder auch Lohnausfällen betroffen sind, lassen sich hier vermehrt Fälle aufzeigen von Gelegenheitsjobs mit kurzer Laufzeit, welches auch ein Indiz für Armut darstellt. So gibt es hier viele Fälle von wechselhaften Einkommen wobei gleichzeitig Rücklagen fehlen.²⁵

Man sollte zudem meinen, dass zu wirtschaftlich schlechten Zeiten, der Gang zum Pfandleiher vermehrt auftritt, jedoch ist genau das Gegenteil der Fall. In Zeiten der Krise geht das Geschäft des Pfandkredits sogar zurück. Die Begründung dafür liegt bei dem Mangel an Vertrauen in die zukünftige Wirtschaftslage. Der Kreditnehmer hat Angst vor seiner zukünftigen Einkommenssituation und will das Risiko nicht eingehen sein Pfand durch die bevorstehende, finanzielle Misere nicht mehr auslösen zu können. Kontrovers jedoch lässt sich erkennen, dass in wirtschaftlich stärkeren Zeiten, der Pfandkredit eine beliebte Art der Geldbeschaffung ist.²⁶

Der Grund für dieses überraschende Ergebnis ist, dass in wirtschaftlich stärkeren Zeiten die Bevölkerung auch wächst und es somit auch immer mehr Menschen gibt die einen Pfandkredit in Anspruch nehmen können. Denn die wichtigsten Kunden für ein Leihhaus stellen die Menschen dar, welche ihren Lebensstandard nicht halten können und nicht jene Sparte von Menschen welche eine wahrhaftige Notlage besitzen.²⁷

²⁴ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.31, LIT Verlag

²⁵ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.32, LIT Verlag

²⁶ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.33, LIT Verlag

²⁷ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.35, LIT Verlag

Als eine der wesentlichen Ursachen der Verschuldung wird der Mangel an Intelligenz und das schlechte abschätzen der eigenen finanziellen Lage charakterisiert. Bei niedrigen Bildungs- oder auch Berufsqualifikationen herrscht eine Tendenz zu unwirtschaftlichen Entscheidungen aber auch eine unrealistische Einschätzung der eigenen Lage. Diese Situationen können zudem noch verstärkt werden durch Abhängigkeit von Drogen, Alkohol, aber auch Spielsucht.²⁸

Im Laufe der Jahre nimmt der Zweck des Pfandkredits eine drastische Entwicklung hin. Vor einigen Jahrhunderten wurde der Pfandkredit noch zum privaten Konsumzweck genutzt und somit ist es zu der Zeit eine Normalität für Leute, aus der mittleren Bevölkerungsschicht, einen Kredit beim Pfandleiher einzuholen. Im Laufe der Jahrhunderte entwickelte sich dann der Grundnutzen eines Darlehens in der Form eines Pfandkredits und die Kunden beliefen sich auf diesen erstrangig für die Liquiditätsversorgung in Notlagen.²⁹

Heutzutage stellt eines der größten und vor allem wichtigsten Klientel des Pfandgeschäfts, die wohlhabendere Bevölkerungsschicht dar, die ihren Lebensstandard nicht halten können. Hierbei handelt es sich beispielsweise um den Familienvater der einen gut bezahlten Job hat aber aus diversen Gründen durch einen finanziellen Engpass muss. Diesen Engpass überbrückt der besorgte Familienvater lieber mit dem versetzen seiner „Rolex“, Luxus Uhr, als mit einem klärenden Gespräch mit seiner Familie. Jedoch haben viele Menschen Angst als Versager dazustehen oder auch einfach Angst davor seiner Familie etwas abzuschlagen was bis dato als Normalität galt. Aus diesem Grund wird somit der Nutzen eines Pfandkredits präferiert.³⁰ Diese Art von Kunden ist aus diversen Gründen eine der wichtigsten Kundengruppen des Pfandkredits. Menschen die damals zum Pfandleiher gingen um eine Notsituation zu überbrücken, wie Hunger, oder auch Obdachlosigkeit, müssen nun nicht mehr zum Pfandleiher da es etliche Sicherheitseinrichtungen gibt bei denen diese Bevölkerungsschicht kostenlose Hilfe angeboten bekommt.³¹

Ein weiterer Aspekt wozu der Kredit des Pfandhauses genutzt wird ist die Nutzung als Vertriebsinstrument für Hehler Ware. Kunden bringen gestohlene Ware in das Pfandhaus und beabsichtigen diese niemals wieder auszulösen. Das große Problem hierbei

²⁸ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.34, LIT Verlag

²⁹ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.34, LIT Verlag

³⁰ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.37, LIT Verlag

³¹ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.37, LIT Verlag

ist nur das der Kunde bei jedem abgeschlossenen Pfandschein seine Personalien abgeben muss, mittels eines gültigen Lichtbildausweises. Somit kann diese Art der Geldbesorgung auch schnell zum Nachteil werden, wenn die gestohlene Ware vom eigentlichen Eigentümer reklamiert wird und der besagte Dieb, in dem Fall der Pfänder, seine Personalien abgegeben hat. Der Pfandleiher darf nun diese Ware nicht mehr freigeben und diese wird somit gesperrt. Der Pfandleiher erlangt seinen gewährten Kredit auch nicht zurück. Der Pfänder hingegen kann infolge von der Polizei einfach aufgespürt werden, da seine Daten bei dem Pfandleiher hinterlegt sind.³²

Die Herausforderung eines Pfandleihers, liegt darin immer die bestmögliche Kreditauszahlung für das erhaltene Pfand zu gewähren. Das bedeutet, dass die Auszahlung nicht zu hoch sein darf, für den Fall dass der Wertgegenstand nicht mehr ausgelöst wird und die Ware versteigert werden muss. Da auf den Versteigerungen vor allem Zwischenhändler sitzen, welche die ersteigerte Ware, auf einem Sekundärmarkt, weiterverkaufen wollen. Daher muss der Pfandleiher die zu versteigernde Ware auch günstig genug anbieten damit diese Händler im Nachhinein auch noch Gewinn mit der Ware erzielen können. Jedoch darf die Auszahlung auch nicht zu niedrig sein, da somit die darauf anfallenden Zinsen und somit der Mehrerlös auch geringer ausfallen würde. Natürlich ist es der Fall, dass durchschnittlich der größte Teil der versetzten Ware auch wieder ausgelöst wird. Der Wunsch die Ware zurückzuzahlen ist das Motiv des Pfandes, ansonsten könnte der Kunde die Ware verkaufen. Somit liegt die Quote der abgeholten Ware generell bei 80%. Die restlichen 20% holen ihre Ware nicht mehr ab und dies ist dann die besagte Ware die im Nachhinein zu einer Auktion gelangt.³³

Aus diesem Grund ist der Umgang mit den Kunden wichtig um herauszufinden was diese tatsächlich wollen. Einige wollen ihre Ware wieder abholen und andere wollen sie lieber nie wieder auslösen. Mit Hilfe einfacher Fragen kann der Pfandleiher schon feststellen welche Absichten der Kunde ungefähr verfolgt. Mit der folgenden Tabelle werden drei verschiedene Szenarien aufgezeigt in wie weit der Pfandleiher mit Hilfe von einfachen Kontrollfragen die Absichten des Kunden herauslesen kann:³⁴

Tabelle 1: Standarddialoge im Pfandkreditgeschäft³⁵

Fall 1: Standardgüter mit leicht schätzbarem Beleihungswert

³² Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.39, LIT Verlag

³³ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.40, LIT Verlag

³⁴ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.42, LIT Verlag

³⁵ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.42, LIT Verlag

„Sie können für die Orgel 120 Euro bekommen.“ „Nein, ich brauche nur 40 Euro.“	Der Pfandleiher schätzt den Wert des Gutes und nennt dem Kunden ca. 50-60% des Wertes. Dem Kunden ist bewusst, dass weder die 120 Euro noch die 40 Euro etwas mit dem tatsächlichen Wert des Gutes zu tun haben, die er vor kurzem für 1000 Euro gekauft hat. Dieser weiß jedoch, dass umso höher der Kredit ist, umso mehr Zinsen wird er im Nachhinein zurückzahlen müssen. Der geringe Betrag von 40 Euro reicht ihm aus, um seine momentane Notlage zu überbrücken und ermöglicht ihm auch noch die Orgel wieder auszulösen.
Fall 2: Güter mit schwierig zu schätzendem Beleihungswert	
„Ja, das Pfandgut nehmen wir. Wie viel Geld brauchen sie denn?“ „Ich brauche 40 Euro.“	Der Pfandleiher macht sich das Verhalten des Kunden zu Nutze und versucht, das aufwändige Schätzen des Wertgegenstandes zu vermeiden. Er kann davon ausgehen, dass der Kunde gar nicht den maximalen Wert des Gutes haben möchte und somit den Pfandschein auch wieder auslösen wird. Wenn der Betrag deutlich unter dem geschätztem Wert liegt, bedarf es keiner genaueren Schätzung mehr.
Fall 3: Güter, die mit Verkaufsabsicht angeboten werden	
„Wie viel brauche Sie?“ „500 Euro.“ „Sie können 100 Euro kriegen.“ „Die Orgel ist aber viel mehr wert, sie hat 1000 Euro gekostet.“ „Wir sind hier kein Verkaufsbüro, sondern ein Kreditgeschäft. Sie kriegen	Der Pfandleiher wiegt erstmals ab ob der Kunde eher im Bereich des Kreditkunden oder in den Bereich des Verkaufskunden fällt. Der Kunde hat hierbei zwei Möglichkeiten, entweder er benutzt eine Gegenfrage: „was kriege ich denn?“, oder er verlangt einen ziemlich

ihre Ware doch wieder. Der Beleihungswert ist für sie doch unwichtig.“	hohen Betrag. Beide Antworten jedoch weichen von Fall 1 ab und zeigen sofort auf, mit welcher Absicht der Kunde in das Leihhaus kommt. In weiterer Folge setzt der Pfandleiher dann einen viel geringeren Betrag, um sein Verwertungsrisiko zu minimieren. Der Kunde mit einer Verkaufsabsicht wird nicht lange insistieren, denn das Beharren auf einen hohen Beleihungswert ist ein klares Indiz dafür, dass man seine Ware verkaufen möchte und es sich somit um Hehler Ware handeln könnte. Die wichtigste Aussage um dem entgegenzuwirken ist, dass der Beleihungswert nicht wichtig sei, da der Kreditnehmer seine Ware ja zurückbekommt.
--	---

Anhand von Tabelle 1 kann man also deutlich erkennen, dass die Höhe der Kosten eines Pfandkredits für jemanden der den Kredit zwecks Kreditaufnahme in Anspruch nimmt, nur so hoch sein wird wie nötig ist um die Kosten gering zu halten. Daher spielt für den sogenannten „Kreditkunden“ der maximale Beleihungswert keine Rolle. Für den sogenannten „Verkaufskunden“ hingegen spielen die Kosten des Kredits keine Rolle da dieser nicht vor hat den Kredit wieder zurück zu zahlen. Somit zielt er darauf ab die höchst mögliche Auszahlung zu erlangen.³⁶

5. Nutzer des Pfandkredits

Die Zinsen und Gebühren eines Pfandgeschäfts sind relativ hoch im Vergleich zu einem Bankkredit. Also stellt sich hier nun die Frage wer einen Pfandkredit nutzt und

³⁶ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.43, LIT Verlag

die höhere Zinssumme in Kauf nimmt. Generell ist zu sagen dass der größte Kundenanteil durch die Mittelschicht repräsentiert wird. Hierbei handelt es sich um Arbeitnehmer wie Handwerker, Beamte, generell Angestellte aus der mittleren Schicht. Dies beruht auf einer einfachen und durchaus logischen Erklärung. Die arme Bevölkerung besitzt keine wesentlichen Wertgegenstände und die reiche Bevölkerung ist nur selten auf den Dienst des Pfandleihers angewiesen.³⁷

Es ist also ein bloßes Gerücht, dass der Pfandleiher von der Armut profitiert, denn wer tatsächlich von der Armut betroffen ist hat keine Wertgegenstände zu versetzen. Die Kunden eines Leihhauses wagen den Gang in ein Pfandhaus nicht weil sie kein Geld besitzen, sondern weil es angenehmer ist, sich auf diesem Wege kurzfristig einen Kredit zu verschaffen. Somit handelt der Pfandleiher erstrangig mit dem Klientel der normal verdienenden Leute, der sogenannten „Mittelschicht“.³⁸

Da das Hauptklientel Berufstätige der Mittelschicht sind, die sich meistens Kredite auszahlen lassen um kurzfristige Verbindlichkeiten nachzukommen wie Rechnungen, Reparaturen, etc. handelt es sich bei der Darlehenshöhe meistens um Beträge zwischen 50 und 250 Euro. Natürlich gibt es durchaus auch Kredite die weit über dieser Kreditsumme liegen, welches auch schon direkt auf die nächste Kategorie der Nutzer des Pfandkredites hinweist.³⁹

Hierbei handelt es sich um die Kunden die bereits im Kapitel zuvor erwähnt wurden, diejenigen die ihren Lebensstandard, aus welchen Gründen auch immer, nicht mehr halten können. In diesem Fall präferiert der Kunde den Gang in das Leihhaus um einen kostspieligen Kredit aufzunehmen, anstatt ein klärendes Gespräch zu Hause zu führen über die momentane finanzielle Lage. Diese Art von Kunden versetzt eine andere Art von Wertgegenständen, die als sogenannte Luxusgüter charakterisiert werden. Hierbei handelt es sich um Güter wie Luxusuhren, Diamanten, Schmuck, Autos, und vieles mehr.⁴⁰

³⁷ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.58, LIT Verlag

³⁸ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.58, LIT Verlag

³⁹ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.61, LIT Verlag

⁴⁰ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.61, LIT Verlag

Des Weiteren ist zu sagen, dass der größte Anteil, der Kunden, eines Pfandhauses, Stammkunden sind. Die meisten, die sich das erste Mal in ein Pfandhaus trauen, bleiben dem Pfandhaus treu und kehren wieder zurück.⁴¹

Die Nutzer des Pfandkredits haben sich, ohne jeden Zweifel, im Laufe der Jahre enorm geändert. Früher waren es ausschließlich Familienoberhäupter die den Gang zum Pfandleiher wagten, da es nur diese waren die gewisse Wertgegenstände besaßen. Damals ließ sich die Altersgruppe zwischen 25-65 Jahren kategorisieren. Heutzutage ist das Durchschnittsalter der Kunden drastisch gesunken.⁴²

Vor einigen Jahren noch war es undenkbar, dass ein Jugendlicher den Gang zum Pfandleiher wahrnehmen konnte, da diese hauptsächlich keine Wertgegenstände besaßen. In der heutigen Zeit jedoch ist es zur Normalität geworden, dass so gut wie jeder Teenager bereits wertvolle, zu versetzende Gegenstände besitzt. In der heutigen Gesellschaft besitzt so gut wie jeder ein Smartphone, das einen Wert von mindestens ein paar hundert Euro hat oder diverse Arten von technischen Dingen wie, Laptops, Mp3-player, Spielkonsolen, und vieles mehr.⁴³

Weiter ist anzumerken, dass die Pfandleiher im Bereich des Kreditgeschäfts in der absoluten Minderheit liegen, wenn man bedenkt dass es in Deutschland 40.000 Bankfilialen gibt, jedoch nur 230 Pfandhäuser. Somit muss der Weg in ein Leihhaus ziemlich bewusst gewählt werden. Hierbei spielen Dinge eine wichtige Rolle, wie Kompetenz der Mitarbeiter und somit die professionelle Bewertung diverser Luxusgüter wie Gemälde, Uhren, Skulpturen, generell Dinge die schwierig zu schätzen sind und meistens nur schwer auf dem Konsummarkt zu verkaufen sind. Dies ist somit eine Art der Kreditvergabe die bei einer Bank nur schwer zu bekommen ist.⁴⁴

In der nachfolgenden Abbildung kann man deutlich erkennen welche Art von Schmuck bei Schmuckpfändern besonders beliebt sind und welchen Anteil die verschiedenen Edelmetalle in der vorliegenden Statistik einnehmen. Somit kann man ziemlich eindeutig erkennen, welche die beliebtesten Edelmetalle in diesem Segment sind, die von den Kunden versetzt werden.⁴⁵

⁴¹ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.66, LIT Verlag

⁴² Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.65, LIT Verlag

⁴³ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.63, LIT Verlag

⁴⁴ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.65, LIT Verlag

⁴⁵ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.89, LIT Verlag

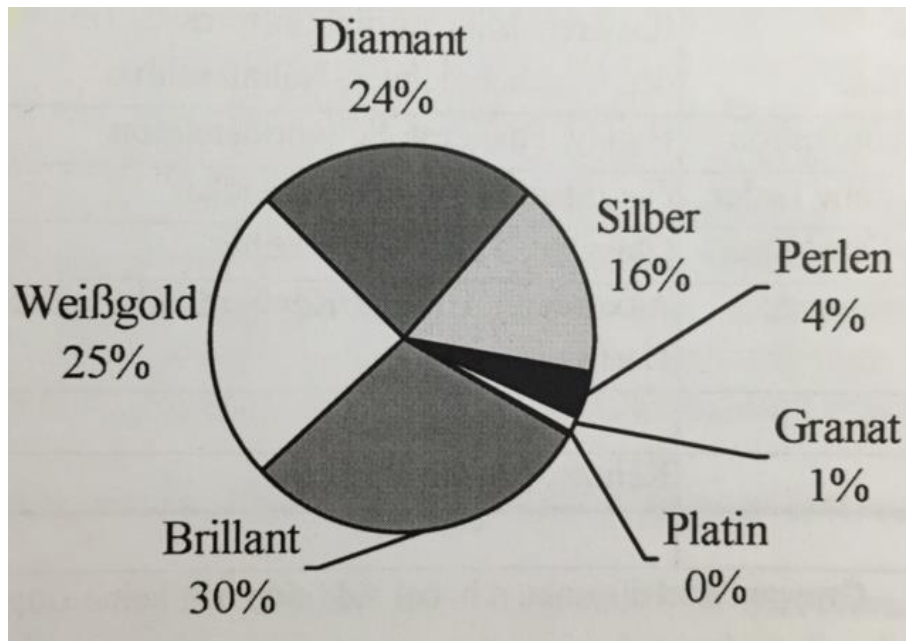


Abbildung 1: Schmuckpfänder⁴⁶

Wie man erkennen kann ist der größte Anteil der versetzten Edelmetalle die Kategorie der Diamanten und dessen verarbeiteter Stein der Brillanten. Knapp die Hälfte der versetzten Edelmetalle stellt hier diese Kategorie dar. Dies wird dadurch begründet, dass Diamanten einen recht stabilen Wert aufweisen und eigentlich mit einem so kleinen Rohstoff eine hohe Darlehenssumme erreicht werden kann.⁴⁷

6. Die Relevanz des Internets für das Pfandgeschäft

In diesem Abschnitt wird die Kernfrage dieser Arbeit analysiert. In wie weit sind Pfandhäuser heutzutage von der virtuellen Welt abhängig und welche vor-, bzw. Nachteile ergeben sich hierdurch.

Wie in den Abschnitten zuvor bereits erwähnt ist das Pfandgeschäft eines der traditionellsten und vor Allem ältesten Gewerbe der Menschheit.⁴⁸ Nun gilt es zu analysieren welche Chancen oder auch Risiken sich durch die Etablierung des Internets herauskristallisiert haben und wie die Leihhäuser in der heutigen Zeit versuchen diese Risiken zu minimieren bzw. die Chancen zu nutzen.

⁴⁶ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.89, LIT Verlag

⁴⁷ Vgl. Thießen, Dischinger (2006), Armut und Kreditgeschäft, S.89, LIT Verlag

⁴⁸ Vgl. Pfandhaus-Ratgeber, Zugriff am 15.05.2015

Immerhin ist das Internet heutzutage das zentrale Medium der Informationsbeschaffung und so gut wie jegliche Art der Informationsgewinnung verläuft über das World Wide Web. Allein in Europa nutzen ca. 90% aller Haushalte das Internet, wodurch sich für Unternehmen viele neue Möglichkeiten ergeben aber natürlich auch viele Risiken die es gilt zu minimieren.⁴⁹

6.1. Leihhaus Alonso

Um den Abschnitt der Relevanz des Internets für traditionelle Pfandhäuser zu verdeutlichen, wird mit Hilfe des physischen Pfandhauses, „Leihhaus Alonso“, zusammengearbeitet um die relevanten Erkenntnisse über die Evolution des Kerngeschäfts herauszuarbeitend.

Hierbei werden auf alle Vor-, bzw. Nachteile hingewiesen und alle Maßnahmen veranschaulicht die darauf hinsteuern, möglichen Gefahren bzw. Risiken die durch das World Wide Web entstehen zu minimieren.

Bei dem „Leihhaus Alonso“ handelt es sich um mehr als ein etabliertes Pfandhaus am Markt. Seit knapp dreißig Jahren besteht das Dortmunder Pfandhaus mittlerweile und hat somit die radikalste Veränderung des Kerngeschäfts durch die Etablierung des Internets aktiv miterlebt. Das Leihhaus beleiht so gut wie alles was einen Schätzwert hat, wie Goldschmuck, Luxusuhren, Kunstwerke, Autos und Motorräder, aber auch Alltagsgüter wie Handys, Laptops, Tablets, Computer, Fernseher, Spielkonsolen, oder auch Güter aus der Hobbywelt wie Musikinstrumente, Werkzeuge, Kameras, Stereoanlagen, zudem auch Baumaschinen aus dem Industriebereich. Wie man sieht wird hier alles Akzeptiert was in irgendeiner Weise einen Beleihungswert besitzt.⁵⁰

Dem Geschäftsführer, Manuel Alonso Rascado, ist bewusst, dass durch das Internet viele Gefahren in Bezug auf das Kerngeschäft auftreten können, jedoch auch viele Chancen und Vorteile die es zu nutzen gilt.⁵¹

⁴⁹ Vgl. Das Statistik-Portal, Zugriff am 15.05.2015

⁵⁰ Vgl. Leihhaus-Alonso, Zugriff am 18.05.2015

⁵¹ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

6.1.1. Informationsbeschaffung

Eines der wesentlichen Aspekte die sich verändert haben, mit dem Wachstum des Internets, ist die Informationsbeschaffung. Sowohl die Pfänder als auch die Pfandgeber haben hierdurch einen gewissen Mehrwert erhalten. Für beide Seiten ergeben sich hier diverse Vorteile, welche wiederum die Nachteile des Anderen darstellen.⁵²

Der Pfandkreditnehmer besitzt den Vorteil, dass er Online, über diverse Vergleichsportale, ziemlich genau abwägen kann welcher Pfandleiher für ihn der Beste ist. Er ist nicht nur darauf angewiesen welches Leihhaus geographisch gesehen am gelegensten liegt. Er kann auf einfachstem Wege den ziemlich genauen Handelswert seines Gutes ermitteln mit Hilfe von bekannten Verkaufsportalen wie „Ebay“ oder auch „Willhaben“. Somit ist der Pfandleiher in diesem Punkt eingeschränkt und muss seinen Kunden nicht nur den besten Service bieten, sondern auch den gewünschten Darlehenswert so gut wie möglich ausbezahlen.⁵³

Dies ist ein Aspekt der vor ca. 15 bis 20 Jahren kein Problem darstellte. Der Kunde erkundigte sich nach dem Pfandhaus, welches idealerweise in seiner Nähe war, und musste nachfolgend mehr oder minder den Preis hinnehmen welcher ihm genannt wurde oder auf ein Pfanddarlehen verzichten. Dieses Problem stellt sich den Kunden heutzutage, mit Hilfe der Informationsbeschaffung über das Internet, nicht mehr.⁵⁴

Andererseits bietet das Internet aber auch Vorteile für den Pfandleiher im Bereich der Informationsbeschaffung. Vor dem großen Boom des Internets, war es für den Pfandleiher oftmals problematisch eine Schätzung für gewisse Wertgegenstände abzugeben. Wie in den Kapiteln zuvor bereits erwähnt, ist der Pfandleiher darauf angewiesen zu wissen wie ein Gut auf einem Sekundärmarkt gehandelt wird um somit eine realistische Darlehenshöhe ermitteln zu können. Für den Fall, dass das Gut versteigert werden muss und man somit beabsichtigt eventuelle Verluste zu minimieren, ist das Wissen über den Handelswert, unabdinglich.⁵⁵

⁵² Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁵³ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁵⁴ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁵⁵ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

Aus diesem Grund stellt, vor allem in dem Bereich der Informationsbeschaffung, das Internet für die Pfandhäuser eine riesen Innovation dar. Heutzutage ist es simpel innerhalb von ein paar Mausklicks den Warenwert von jedem Gut zu ermitteln. Der Pfandleiher weiß somit sofort wie hoch das verpfändete Gut gehandelt wird und kann somit leicht einschätzen wie viel Ertrag er erzielen kann, für den Fall, dass die Ware zu einer Versteigerung gelangt.⁵⁶

Somit hat er einen genauen Richtwert an dem er den höchstmöglichen Darlehensbetrag kalkulieren kann, um auch eine hohe Zinsrückzahlung zu erzielen, aber den geringst möglichen Darlehensbetrag um bei einer eventuellen Versteigerung keine Verluste hinnehmen zu müssen. Hier gilt es, anhand dieses gehandelten Richtwertes, die zwei möglichen Szenarien einer Auslösung des Pfandes, oder bei dem Fall einer Versteigerung, die exakte Darlehenshöhe zu ermitteln.⁵⁷

Die wichtigste Plattform der Informationsbeschaffung stellt hierbei „Ebay“ dar. Mit Hilfe dieser Auktionsplattform ist es, sowohl für Pfänder als auch für Pfandleiher, simpel den Handelswert für so gut wie jede Ware zu ermitteln. Durch diese Art der Onlineauktion ist es für den traditionellen Pfandleiher leicht zu sehen, zu welchen Wert, gewisse Produkte angeboten werden und zu welcher Höhe diese dann durchschnittlich ersteigert werden.⁵⁸

Durch das Aufnehmen von kommerziellen Händlern hat es „Ebay“ geschafft sein Geschäft zu einem offiziellen Online-Marktplatz zu erweitern. Bei dieser Art von Geschäftsmodell handelt es sich um ein C2C – Modell. Dieses sogenannte customer to customer Modell zielt darauf ab, dass es vorwiegend Privatpersonen sind die ihre Waren auf dieser Plattform hochladen und wiederum an weitere Privatpersonen weiterverkaufen.⁵⁹

Mit diesem Geschäftsmodell schafft es Ebay seit 1995 durchgehend profitabel zu sein und revolutioniert somit die Art und Weise einer traditionellen Auktion. Mit knapp 114 Millionen registrierten Kunden ist „Ebay“ wahrscheinlich das größte Auktionshaus weltweit. Der große Vorteil hierbei liegt natürlich nicht nur in der Ersteigerung von Warengütern zu günstigen Preisen, sondern natürlich auch bei den Öffnungszeiten.

⁵⁶ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁵⁷ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁵⁸ Vgl. Gärtner (2008), Erfolgsfaktoren bei Online-Auktionen, S.4, Diplomica Verlag

⁵⁹ Vgl. Gärtner (2008), Erfolgsfaktoren bei Online-Auktionen, S.5, Diplomica Verlag

Bei dieser Auktionsplattform ist es möglich 24 Stunden am Tag etwas zu ersteigern ohne gewisse Schließzeiten beachten zu müssen.⁶⁰

Dadurch, dass „Ebay“ selbst jedoch keine Auktionen initiiert, fungiert das Unternehmen hier nur als Intermediär. Der Auktionator ist der Kunde selbst, oder auch die externen Unternehmen die hier ihre Produkte inserieren. Alles wird von den Kunden selbst organisiert, von der Bezahlung bis hin zur Lieferung liegt alles in der kompletten Verantwortung der zwei Vertragspartner.⁶¹



Abbildung 2: Marktstruktur von Internet – Auktionen⁶²

Wie man, anhand von Abbildung 2 gut erkennen kann interagiert der Marktplatzbetreiber, in dem Fall „Ebay“, ausschließlich als Intermediär welcher dem Verkäufer den Handelsraum zur Verfügung stellt und als Anbieter von Angebotsgruppen für die Nachfrager. Somit sieht man ganz deutlich, dass das Unternehmen, „Ebay“, an sich nicht direkt als Auktionator fungiert.⁶³

⁶⁰ Vgl. Gärtner (2008), Erfolgsfaktoren bei Online-Auktionen, S.5, Diplomica Verlag

⁶¹ Vgl. Gärtner (2008), Erfolgsfaktoren bei Online-Auktionen, S.9, Diplomica Verlag

⁶² Vgl. Gärtner (2008), Erfolgsfaktoren bei Online-Auktionen, S.9, Diplomica Verlag

⁶³ Vgl. Gärtner (2008), Erfolgsfaktoren bei Online-Auktionen, S.10, Diplomica Verlag

Nüchtern betrachtet sollte man nun meinen dass „Ebay“ ein enormer Nachteil für traditionelle Pfandhäuser ist, da sie ein viel größeres Versteigerungsvolumen haben, unlimitierte Auktionen anbieten ohne Schließzeiten und vor Allem Weltweit agieren. Dies ist aber absolut nicht der Fall. Wie in den Kapiteln zu vor schon erwähnt, erzielt ein Pfandhaus seine Gewinne hauptsächlich mit dem Auslösen der Ware. Zwischen 80% bis 90% der Kunden holen ihre Ware wieder ab. In dem Fall des Dortmunder Pfandhauses sind es sogar über 90%.⁶⁴

Somit liegt das Kerngeschäft der Pfandhäuser nicht in den Auktionen sondern in den Verpfändungen und dessen Auslösungen. Aus diesem Grund bringt der Eintritt der Internet – Plattform, „Ebay“, hauptsächlich Vorteile für die Pfandhäuser im Bereich der Informationsgewinnung. Dadurch, dass „Ebay“ keine Pfanddarlehen anbietet, sondern nur auf den Bereich der Versteigerungen abzielt, wird das Kerngeschäft der Pfandleiher in diesem Aspekt nicht durch den Internet – Riesen gestört.⁶⁵

6.1.2. Implementierung einer Online-Verpfändung

Eines der größten Probleme welches durch das Internet für die bestehenden Pfandhäuser aufgetreten ist, stellt die Nutzung von sogenannten Online – Pfandhäusern dar. Hierbei ist es den Kunden möglich, ohne viel Aufwand, ihre Wertgegenstände von zu Hause beleihen zu lassen.⁶⁶ Wie dies genau funktioniert wird in späteren Kapiteln noch genauer erörtert.

Eine der Maßnahmen, die das „Leihhaus Alonso“ vornimmt, um den Risiken von besagten Online – Pfandhäusern entgegenzuwirken, ist das Implementieren einer solchen Online – Verpfändung. Dem Kunden soll die Möglichkeit geboten werden von zu Hause aus seine Ware bewerten zu lassen um nicht mehr den Gang in das Pfandhaus vornehmen zu müssen.⁶⁷

In der heutigen Zeit wird fast alles, was online erledigt werden kann, auch via Internet gelöst. Somit will man den Kunden entgegenkommen und das Potential des Internets in diesem Bereich vollkommen ausschöpfen. Das Hauptkriterium warum Menschen,

⁶⁴ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁶⁵ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁶⁶ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁶⁷ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

die einen Pfandkredit brauchen, zu einem online - Pfandhaus gehen und nicht zu einem traditionellen Pfandhaus, liegt an dem sogenannten „Schamgefühl“. Wer öfters ein Pfandhaus aufsucht, besitzt keine Hemmungen mehr und denkt auch nicht daran wer ihn oder sie möglicherweise, beim erbitten eines Darlehens, sehen könnte.⁶⁸

Es gilt somit genau diese Neukunden für sich zu gewinnen um auf diesem Wege der neuen Generation, der jüngeren Generation, etwas zu bieten in dem sie sich auskennen und vor allem sicher fühlen. Mit der Option seine Sachen online zu verpfänden, würde die Anonymität des Kunden vollkommen gewährleistet bleiben denn die Ware würde einfach und sicher von zu Hause abgeholt werden und das Geld würde sofort überwiesen werden.⁶⁹

Abbildung 3: Online – Bewertung; Kontaktdaten und Personalien⁷⁰

In Abbildung 3 wird dargestellt wie so ein Formular zur Hilfe einer Online – Bewertung aussieht. In diesem Abschnitt wird der erste Teil dieses Dokumentes ausgefüllt, wobei der Fokus dabei darin liegt, die persönlichen Informationen preiszugeben und einen gültigen Lichtbildausweis hinzuzufügen. Somit können alle Formalien bezüglich Identität und Zahlungsmodalitäten in diesem Formular ausgefüllt werden. Das hochladen

⁶⁸ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁶⁹ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁷⁰ Vgl. Leihhaus-Alonso, Zugriff am 20.05.2015

eines Fotos des Personalausweises ist dabei von größter Wichtigkeit um die Identität des Kunden verifizieren zu können.⁷¹

Pfand Anfrage

Schritt 2 von 2:

Gegenstand 1
(Bitte beachten: Im Onlinepfandhaus akzeptieren wir Gegenstände erst ab einem Kreditbetrag von 1500 EUR)

Bitte beschreiben Sie die Kategorie (z.B. Uhr, Auto etc.):

Bitte beschreiben Sie den Zustand des Gegenstandes, der beliehen werden soll:

Bitte geben Sie den gewünschten Kreditbetrag in Euro ein:
Mindestbetrag 1500 EUR

Bitte laden Sie mindestens 1 aussagekräftiges Bild des Gegenstandes hoch:

Durchsuchen... Keine Datei ausgewählt. max. 8 MB - JPG, PNG, GIF oder PDF

Durchsuchen... Keine Datei ausgewählt.

Durchsuchen... Keine Datei ausgewählt.

Durchsuchen... Keine Datei ausgewählt.

Durchsuchen... Keine Datei ausgewählt.

Durchsuchen... Keine Datei ausgewählt.

- ✓ **Sofort-Geld in 24 Stunden**
Direkt auf Ihr Bankkonto
- ✓ **Schnelle Schätzung**
Zuverlässig durch erfahrene Gutachter
- ✓ **Kostenlose Abholung**
Versicherter Transport bis zum doppelten Beleihungswert
- ✓ **Absolute Sicherheit**
Versicherte Aufbewahrung in Tresoren
- ✓ **Keine Bonitätsprüfung**
Und keine Daten an SCHUFA oder Kreditinstitute

Abbildung 4: Online - Bewertung; Produktbeschreibung⁷²

In Abbildung 4 wird nun der zweite Schritt der Online – Bewertung illustriert. Hierbei liegt der Fokus ganz klar bei dem Produkt selbst. Der Kunde muss erstmal das Produkt beschreiben und erklären um was für eine Art von Ware es sich handelt. Nicht nur die Art der Ware ist hierbei von großer Wichtigkeit, sondern auch der Zustand des jeweiligen Gutes. Nachfolgend muss der Kunde dann angeben wie hoch sein gewünschter Kredit ausfallen soll. Abschließend sollten noch einige Fotos, zum Überprüfen der Richtigkeit der Angaben in Bezug auf den Zustand der Ware, hinzugefügt werden.⁷³

Abschließend muss das ausgefüllte Formular nur noch abgeschickt werden und vom Pfandleiher bewertet werden. Hierbei wird vorrangig auf die Pfändung von Luxusgütern abgezielt, da sich Güter geringeren Wertes für das Pfandhaus nicht

⁷¹ Vgl. Leihhaus-Alonso, Zugriff am 20.05.2015

⁷² Vgl. Leihhaus-Alonso, Zugriff am 20.05.2015

⁷³ Vgl. Leihhaus-Alonso, Zugriff am 20.05.2015

auszahlen. Dies ist der Fall, wenn der Versand der Ware zuzügliche Kosten darstellt und diese Kosten dann den betroffenen Warenwert übersteigen.⁷⁴

Dies ist besonders wichtig um den Kundenwünschen der jüngeren Generation entgegenzukommen. Früher waren es ausschließlich gestandene Männer bzw. Frauen die in das Pfandhaus gingen, da nur diese Wertgegenstände hatten. Genau dieses Kundensegment ist nun noch älter und wird den traditionellen Gang in das Pfandhaus nicht durch etwas ersetzen womit sie nur schwer umgehen können, wie die Verpfändung über das Internet.⁷⁵

Die jüngere Generation jedoch ist mit dem Internet aufgewachsen und ein Leben ohne den täglichen Blick in die Welt des „social media“ ist nicht mehr wegzudenken. Diese Generation sind mittlerweile gestandene Persönlichkeiten mit stabilen Jobs und geregelten Einkommen. Zudem kommt noch hinzu, dass die Kundschaft der Leihhäuser immer jünger wird, da immer mehr jüngere Menschen im Besitz von Wertgegenständen sind. Somit ist heutzutage fast jeder der volljährig ist in der Lage in ein Pfandhaus zu gehen und seine Wertsachen dort gegen einen Pfandkredit zu hinterlegen.⁷⁶

Aus diesem Grund ist es enorm wichtig sein Geschäftsmodel vorausschauend aufzubauen und mit Blick in die Zukunft das Internet gezielt in diesem Bereich einzusetzen. Im Laufe der Zeit werden sich immer mehr Online – Pfandhäuser im Markt einschleusen. Diese Gefahr kann nur minimiert werden wenn man als physisches Leihhaus mit der Zeit geht und dieselben Leistungen anbietet wie besagte Online – Pfandhäuser.⁷⁷

Nur so kann man auf lange Sicht die Kundenbedürfnisse zur Gänze erfüllen und was noch wichtiger ist, nur so kann man auf lange Sicht in dem Geschäft überleben. Denn alle Stammkunden und traditionellen Nutzer werden im Laufe der Zeit von neuen, jüngeren Nutzern ersetzt. Diese jüngere Generation wird jedoch seine Erstinformation über das Internet beziehen und somit das online - Angebot nutzen.⁷⁸

In solchen Fällen nützt es nichts wenn man die beste und kompetenteste Dienstleistung darstellt oder auch die besten Auszahlungskonditionen hat. Nur

⁷⁴ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁷⁵ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁷⁶ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁷⁷ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁷⁸ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

derjenige wird stark am Markt sein der auch vom Markt wahrgenommen wird. Daher gilt es auch als physisches Pfandhaus mit der Zeit zu gehen und die innovativen Technologien für sich arbeiten zu lassen. Es darf jedoch nicht der Fehler gemacht werden, dass genau das Kontroverse eintritt und anstatt diese neuen Errungenschaften für sich zu nutzen, zuzulassen, dass diese einem schaden.⁷⁹

6.1.3. Implementierung einer Applikation (App)

Ein weiterer wichtiger Aspekt in Bezug auf die Adaptation des Geschäftskonzepts auf die digitale Welt, ist die Implementierung einer Applikation. Mit Hilfe dieser Technologie soll ein weiterer Bereich, der „App – Markt“, abgedeckt werden.⁸⁰

Unter einer sogenannten „App“, Applikation was nichts anderes darstellt als Programme die mit Hilfe eines Smartphones oder einem Tablet installiert werden können. Bei dieser Art von Anwendungsprogrammen geht es hauptsächlich darum, dass der Nutzer einen eindeutigen Mehrwert bekommt. Dieser Mehrwert jedoch kann bereits darin bestehen einfach nur Freude und Spaß zu verspüren. Eine große Anzahl von Apps wird hierbei gratis für den Kunden zur Verfügung gestellt und kann simpel über den sogenannten App – Store von Apple oder auch von anderen bekannten Onlineshops wie von Android heruntergeladen werden.⁸¹

„Apps“ gibt es so gut wie für jeden Bereich. Es gibt diverse Applikationen die nur spielerischer Natur sind. Weiters gibt es informative „Apps“ die über diverse Dinge wie, Öffnungszeiten, Produkte, usw., in Kenntnis setzen. Darüber hinaus gibt es auch interaktive „Apps“ die es den Nutzer erlauben aktiv z.B. etwas zu erwerben oder einen sonstigen Mehrwert zu erhalten.⁸²

Auch in diesem Bereich bieten sich diverse Möglichkeiten um die digitale Welt mit dem traditionellen Geschäftsmodell der Pfandleiher zu verknüpfen. Das „Leihhaus Alonso“ ist dabei eine App zu entwickeln die es dem Kunden ermöglichen soll seinen Pfandschein online abzufragen und aufzurufen. Des Weiteren soll der Pfänder mit Hilfe dieser „App“ diverse Neuigkeiten, wie z.B. über den Ablauf der nächsten Versteigerung

⁷⁹ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁸⁰ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁸¹ Vgl. WAZ, Zugriff am 19.05.2015

⁸² Vgl. WAZ, Zugriff am 19.05.2015

oder generelle News in Bezug auf Öffnungszeiten, Produkte und vieles mehr erfahren. Eine der Hauptfunktionen jedoch soll der Pfandscheinrechner darstellen.⁸³

Pfandscheinrechner

Abschlussstag: Do, 23.05.2013

Verfalltag: Fr, 24.05.2013

Darlehen in Euro: 26833

Berechnen

Gebühren pro Monat

Zinsen: 268.33 €

Kosten: 804.99 €

Gesamtkosten: 1073.32 €

Einlösung (1 Monat)

Verlängerungsbetrag: 1073.32 €

Einlösungsbetrag: 27906.32 €

Leihhaus Walther Pfandscheinrechner

Abbildung 5: Pfandscheinrechner⁸⁴

In Abbildung 5 wird dargestellt wie ein solcher Pfandscheinrechner aussieht. Es gibt bereits bestehende Pfandhäuser die einen solchen Rechner als „App“ anbieten, wie das „Leihhaus Walther“. Wodurch nochmal verdeutlicht wird wie wichtig es die Branche der Pfandleiher ansieht das Geschäftsmodell an die Internet – Ära zu adaptieren.⁸⁵

Ein solcher Pfandscheinrechner macht nichts anderes als auf den Cent genau auszurechnen wie viele Zinsen und Gebühren dem Pfandscheinnehmer an dem vereinbarten Stichtag anfallen. Es wird nur der Abschlussstag, an dem der Pfandschein ausgestellt wurde, der Ablauffermin als auch die Höhe des Darlehens benötigt. Mit Hilfe dieser drei Informationen, berechnet der Pfandscheinrechner in wenigen Sekunden die Höhe der anfallenden Gesamtkosten, untergliedert in Zinsen, Gebühren, Gesamtkosten und die Laufzeit. Somit berechnet der Rechner nicht nur die Kosten die

⁸³ Vgl. Leihhaus Walther, Zugriff am 19.05.2015

⁸⁴ Vgl. Leihhaus Walther, Zugriff am 19.05.2015

⁸⁵ Vgl. Leihhaus Walther, Zugriff am 19.05.2015

anfallen, nach Ablauf der Gesamtlaufzeit, sondern auch für den Fall der Auslösung des Pfandscheines nach einen bzw. zwei oder drei Monaten.⁸⁶

Ein Weiterer wichtiger Punkt den diese „App“ jedoch noch erfüllen wird, ist das Aufrufen des Pfandscheins. Bis heute ist es üblich, dass nur diejenige Person welche den Pfandschein besitzt auch befugt ist das hinterlegte Pfand auszulösen. Hierbei besteht natürlich die Gefahr, dass man den Pfandschein verlegt oder gar verliert. Sollte dieser Pfandschein dann von einer anderen Person gefunden werden und zu dem betroffenen Pfandhaus gebracht werden, ist der Pfandleiher befugt dieser Person durch Aushändigen des Pfandscheines, das hinterlegte Pfand auszuhändigen. Dies ist nur nötig wenn diese Person dann auch die anfallende Darlehenshöhe zuzüglich Zinsen und Gebühren Zahlt.⁸⁷

Aus diesem Grund soll es möglich sein, mit Hilfe der Applikation, seinen persönlichen Pfandschein jeder Zeit einzusehen um diesen somit immer digital abrufen zu können, wodurch das Risiko des Verlustes durchaus erheblich minimiert wird.⁸⁸

6.1.4. Implementierung von Web – Marketing

Eines der wichtigsten Maßnahmen für Unternehmen in der heutigen Zeit ist ohne jeden Zweifel das Online – Marketing. So gut wie jede Person heutzutage bezieht seine Informationen aus dem Internet und muss somit anhand von gezielten Web – Marketing – Maßnahmen auf die jeweiligen Unternehmen aufmerksam gemacht werden. Wenn die Konkurrenz bereits Werbung in der virtuellen Welt macht, ist man gut beraten diesen Weg auch zu gehen. Denn mittlerweile ist das Internet die primäre Informationsquelle für die Menschen.⁸⁹

Jedoch wird in diesem Bereich oft einiges missverstanden. Die meisten Unternehmen investieren viel Geld darin ihre Homepage immer schöner und ausgefallener zu gestalten, jedoch nützt die schönste Homepage nichts, wenn sie nicht von den Internetnutzern wahrgenommen wird. Die meisten Unternehmen geben das gesamte Budget

⁸⁶ Vgl. Leihhaus Walther, Zugriff am 19.05.2015

⁸⁷ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁸⁸ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁸⁹ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.8, Books on Demand Verlag

der Homepage für die Programmierung und das Design der Homepage aus, vernachlässigen jedoch viel wichtigere Aspekte wie z.B. die Suchmaschinenoptimierung. So ist das Hauptproblem der meisten Unternehmen, dass sie mit ihren neuen Webpages nicht den erhofften Nutzen erzielen, da einfach zu wenig in die Vermarktung dieser Homepage investiert wurde.⁹⁰

6.1.4.1. Homepage

Aus diesem Grund ist es wichtig von Beginn an genau zu wissen welche Zielgruppe man ansprechen möchte, was man mit seiner Homepage erreichen möchte, wie viel Budget man für dieses Ziel ausgeben möchte und wie viel Potenzial in dem Projekt steckt um laufend immer mehr Neuheiten etablieren zu können.⁹¹

Aus diesem Grund hat das „Leihhaus Alonso“, mit der Entwicklung einer innovativen Homepage, welche von professionellen Marketing – Experten entwickelt wurde, das Fundament gesetzt für eine künftige, effiziente Vermarktung der Homepage und dessen Geschäftsmodell.⁹²

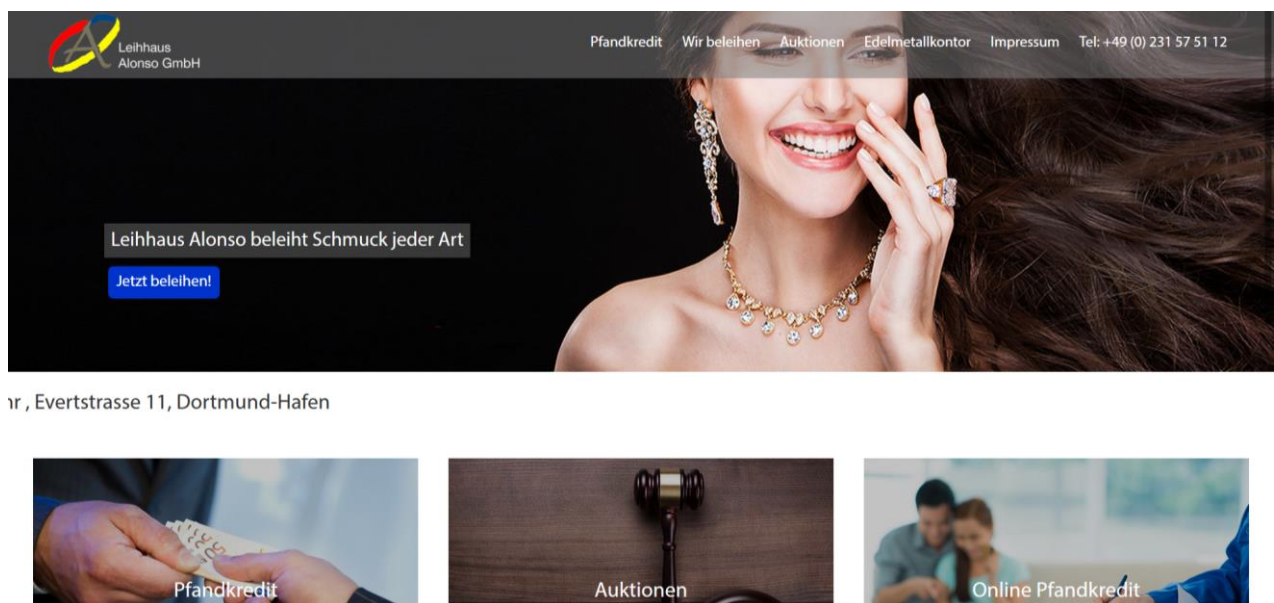


Abbildung 6: Homepage "Leihhaus Alonso"⁹³

⁹⁰ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.9, Books on Demand Verlag

⁹¹ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.9, Books on Demand Verlag

⁹² Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

⁹³ Vgl. Leihhaus-Alonso, Zugriff am 21.05.2015

Anhand von Abbildung 6 sieht man die neue Startseite des Pfandhauses. Hierbei sind kleine Details aus Programmiersicht sehr relevant um den Erfolg einer solchen Homepage zu gewährleisten. Zum einen ist es wichtig, dass der Kunde innerhalb von wenigen Sekunden erkennt worum es sich bei der Homepage handelt und womit sich das Unternehmen befasst. Aus diesem Grund erscheinen auf der Startseite vermehrt Schlagwörter wie „Pfandkredit“, „Auktionen“ oder auch „Beleihen“. Des Weiteren ist es wichtig, dass die Kontaktdaten des Unternehmens immer klar ersichtlich sind. Somit wird die Telefonnummer, welche oben rechts in Abbildung 6 zu sehen ist, kontinuierlich auf der Seite erscheinen egal ob der Kunde nun auf der Seite herumschrollt oder auf eine weitere Unterseite klickt. Die Anwendung dieser bestimmten Schlagwörter ist auch noch von enormer Wichtigkeit für die spätere Suchmaschinenoptimierung. Darauf wird im späteren Verlauf dieser Arbeit noch genauer Bezug genommen.⁹⁴

Das Wichtigste an dem Design der eigenen Homepage ist, dass sie die Einfachheit beibehält. Natürlich soll die Homepage innovativ und modern aussehen, jedoch dürfen die Grundfunktionen nicht darunter leiden. Ein Besucher der von einer Suchmaschine zu einer Webseite gelangt entscheidet sich innerhalb der ersten ein bis drei Sekunden ob er auf der Seite bleibt oder nicht. Der Benutzer muss sofort wissen was zu tun ist auf der Homepage. Das Design der Seite darf die Übersichtlichkeit nicht überschatten. Die Texte müssen gut erkennbar sein und vor allem leserlich geschrieben sein.⁹⁵

Aus diesem Grund hat das „Leihhaus Alonso“ versucht konkurrierenden Online – Pfandhäusern das Wasser zu reichen in dem eine Mischung aus modernem Design und Einfachheit des Seitenaufbaus gewählt worden ist.⁹⁶

6.1.4.2. Suchmaschinenoptimierung

Eines der durchaus wichtigeren Gesichtspunkte um sich an den Online – Markt zu behaupten ist die Suchmaschinenoptimierung. Hierbei handelt es sich um nichts anderes als dass eine Homepage in Bezug auf gewisse Suchbegriffe, welche bei diversen Suchmaschinen wie z.B. Google eingegeben werden, gefunden wird. Somit

⁹⁴ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

⁹⁵ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.15, Books on Demand Verlag

⁹⁶ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

analysiert Google wie relevant gewisse „Keywords“ für die jeweilige Homepage sind und „Rankt“ diese dann dementsprechend bei den Google – Ergebnissen. Natürlich ist das nicht leicht, denn immer mehr Unternehmen versuchen sich bei Google so gut es nur geht hochzuranken. Somit muss man mittlerweile schon professionelle Marketingexperten engagieren die diese Arbeit übernehmen.⁹⁷

Genau dies hat das Dortmunder Pfandhaus getan um sich so gut wie möglich einen guten Google – Rank sichern zu können auf bestimmte „Keywords“, damit das Kundensegment erweitert und Neukunden für sich zu gewinnen werden können. Durch das engagieren der Online – Marketingfirma, Sem4 Equity welche sich auf Suchmaschinenoptimierung spezialisiert hat, versucht man nun den Online – Markt zu erobern um mögliche Risiken durch konkurrierende Unternehmen am Markt zu minimieren.⁹⁸

Um dies zu erreichen werden diverse Maßnahmen getroffen wie beispielsweise das optimieren der sogenannten Meta – Tags. Hierbei werden in dem Quellcode in gewissen Bereichen wie z.B. im „<head>“ oder in den Unterüberschriften „<h1>“ und „<h2>“ relevante „Keywords“ eingefügt. Die sogenannten „Keywords“ bezeichnen ein Suchwort welches in eine Suchmaschine eingegeben wird. Dies ist nämlich das erste Indiz auf das Google seine Aufmerksamkeit lenkt um herauszufinden worum es sich bei der Homepage handelt.⁹⁹

Daher ist es enorm wichtig vorerst eine genaue Analyse durchzuführen, welche „Keywords“ für das jeweilige Unternehmen relevant sind. Um das rauszufinden gibt es diverse Möglichkeiten. Erstmals sollte man sich fragen nach welchen „Keywords“ man sich selbst suchen würde. Weiteres kann man mit einfacher Einsicht in den Quellcode bzw. auf der Homepage von konkurrierenden Unternehmen eruieren auf welche Suchbegriffe dort besonderen Wert gelegt worden ist. Nachdem man eine Liste der relevanten „Keywords“ erarbeitet hat, kann man in geeigneten Tools einsehen wie oft besagte Suchbegriffe im Monat von den Nutzern gesucht werden. Dementsprechend macht es mehr Sinn nach Suchbegriffen zu optimieren welche öfters im Monat von den Internetnutzern gesucht werden.¹⁰⁰

⁹⁷ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.24, Books on Demand Verlag

⁹⁸ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.28, Books on Demand Verlag

⁹⁹ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.31, Books on Demand Verlag

¹⁰⁰ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.28, Books on Demand Verlag

Aus diesem Grund wird bei der Homepage vom „Leihhaus Alonso“ in jeder dieser Positionen auf gewisse „Keywords“ optimiert. Hierbei spielen Wörter wie „Pfänden“, „Pfandleihe“, „Pfandhaus Dortmund“, und generelle Wörter die auf die Geschäftstätigkeit des Pfandleihers hinweisen eine tragende Rolle. Google weiß dann genau mit Einsicht dieser Positionen um was für eine Art von Unternehmen es sich handelt und kann dementsprechend die Homepage bei gewissen Suchbegriffen angemessen Ranken.¹⁰¹

Trotz all dieser Maßnahmen ist dies keine Garantie, dass man bei Google hoch gerankt wird. Google ist bewusst, dass immer mehr Unternehmen sich in der Online – Welt etablieren möchten und somit versuchen den Google – Algorithmus insoweit zu beeinflussen, dass sie gut dargestellt werden. Aus diesem Grund existiert die sogenannte „Sandbox“. Hier werden alle neuauftretenden Homepages erstmals abgelegt und beobachtet ob sie seriös sind und einer geregelten Geschäftstätigkeit nachgehen. Google will es dadurch vermeiden, dass gewisse Neuankömmlinge, bereits etablierten Unternehmen am Markt den wohl verdienten Page Rank stehlen. Somit ist es enorm wichtig bei einer solchen Art des Online – Marketings viel Geduld aufzuweisen. Die Berücksichtigung von Google für neue Unternehmen kann erfahrungsgemäß zwischen 6 bis 12 Monaten dauern.¹⁰²

Dies ist dem Geschäftsführer des „Leihhaus Alonso“ natürlich vollkommen bewusst. Jedoch sieht er die Optimierung seiner Homepage als langfristige Maßnahme um konkurrierenden Online – Pfandhäusern entgegenzusteuern. Das „Leihhaus Alonso“ besitzt seinen Geschäftsmittelpunkt in einem physischen Umfeld und versucht nicht sein Geschäftskonzept auf die Online – Welt zu überschreiben. Daher ist es hier nicht enorm wichtig, wie bei reinen Online – Firmen, dass diese aufwändigen Online – Marketingmaßnahmen von Beginn an greifen.¹⁰³

Ein weiterer Aspekt, der zu dem Erfolg eines geeigneten Page – Ranks führt ist das sogenannte „Linkbuilding“. Bei der Backlinkgenerierung geht es darum, dass man auf anderen Homepages verlinkt wird bzw. auch andere Seiten auf seiner eigenen Seite verlinkt. Somit kann Google Messen für wie wichtig andere Seiten die betroffene Homepage erachten. Umso mehr Verlinkungen man aufweisen kann, umso wichtiger

¹⁰¹ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁰² Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.48, Books on Demand Verlag

¹⁰³ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

erscheint man in den Augen für Google für andere Nutzer und umso besser wird man dadurch gerankt. Aber auch hier gilt es vorsichtig zu sein, denn nicht jede Verlinkung ist auch sinnvoll.¹⁰⁴

Google analysiert nämlich auch die Inhalte der verlinkten Homepages. Dadurch will Google die Gefahr beseitigen dass man evtl. fremde Homepages dafür bezahlt seine Homepage zu verlinken. Somit soll gewährleistet werden das nur Seiten verlinkt werden die offensichtlich in demselben Geschäftsbereich tätig sind und die Verlinkung tatsächlich aus Gründen der Zusammenarbeit bzw. aus wirklichem Interesse Posten.¹⁰⁵

Aus diesem Grund versucht das „Leihhaus Alonso“ mit vielen langjährigen Geschäftspartnern, die aus demselben Geschäftsbereich kommen, und evtl. schon seit etlichen Jahren zusammenarbeiten diverse Verlinkungen zu starten. Somit kann ein weiterer Aspekt der positiven Suchmaschinenoptimierung mit Hilfe der effektiven Geschäftsbeziehungen, die teilweise über 25 Jahre hinweg bestehen, gewährleistet werden.¹⁰⁶

Der nächste Punkt, der von enormer Wichtigkeit ist, bezieht sich auf die Nutzung von Weblogs. Bei sogenannten „Weblogs“ geht es darum kontinuierlich neue Informationen auf der eigenen Homepage zu Posten. Hierbei will man den Kunden dauerhaft mit Informationen versorgen, die mit dem eigenen Geschäftsbereich zu tun haben. Hierbei ist es eigentlich nicht so wichtig um was für Blogeinträge es sich handelt. Ob es sich nun um informative Einträge, über neue Produkte des Unternehmens handelt, oder ob ein genereller Beitrag über ein Thema gepostet wird welches den Kunden einzig und allein über gewisse Dinge informieren soll, welche natürlich mit dem Kerngeschäft des Unternehmens zu tun haben.¹⁰⁷

Hierbei kann das Unternehmen quasi ein Kanal schaffen um die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich zu lenken. Somit vermittelt man den Kunden, dass man nicht nur versuchen möchte ihnen etwas zu verkaufen sondern wird hierdurch auch eine Art Informationsraum geschaffen indem sich jeder Informationen über gewisse Themen besorgen kann.¹⁰⁸

¹⁰⁴ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.50, Books on Demand Verlag

¹⁰⁵ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.52, Books on Demand Verlag

¹⁰⁶ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

¹⁰⁷ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.65, Books on Demand Verlag

¹⁰⁸ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.66, Books on Demand Verlag

Dies ist ein extrem wichtiger Punkt um bei Google einen guten Page – Rank zu erhalten. Google sieht dadurch wie aktiv eine Seite ist und wie kontinuierlich Veränderungen an dieser Seite vorgenommen werden. Durch die Veröffentlichung dieser Artikeln in diesen Blogs, können auch diverse andere Unternehmen bzw. Beiträge oder Homepages verlinkt werden. Dies wird als sogenannte „Pingbacks“ bezeichnet.¹⁰⁹

Hierdurch können veröffentlichte Artikel auf andere Artikel verlinkt werden die in anderen Blogs veröffentlicht wurden und mit demselben Thema zu tun haben. Dadurch kann jemand, der sich auf einer anderen Homepage befindet, einfach und schnell durch diese Verlinkung auf die Seite eines anderen Unternehmens gelangen. Dadurch kann die Relevanz der Homepage in den Augen von Google zusätzlich gesteigert werden.¹¹⁰

Beim Aufbau eines Blogs kommt es generell darauf an einen interessanten und vor allem informativen Auftritt zu bieten. Hierbei gibt es mehrere Möglichkeiten den Leser davon zu überzeugen, dass was er in diesem Blog vorfindet ihn weiterbringt. Hierbei kann man verschiedenste Strategien verfolgen:¹¹¹

- **Die Top 10**

Dabei geht es darum den Kunden eine Liste von den zehn besten Artikeln unter der Überschrift „Top 10“ anzubieten. Der Leser wird neugierig und will somit wissen welche Artikel für so interessant empfunden werden, dass sie es unter dieser sogenannten „top 10 – Liste“ schaffen.¹¹²

- **Umfragen**

Bei der Veröffentlichung von Umfragen wird es geschafft den Kunden aktiv in den Leseprozess einzubinden wodurch die Aufmerksamkeit der Leser zusätzlich angeregt wird. Mit simplen Umfrage – Formularen kann man den Kunden aktiv an sich binden.¹¹³

- **Reviews**

¹⁰⁹ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.65, Books on Demand Verlag

¹¹⁰ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.66, Books on Demand Verlag

¹¹¹ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.67, Books on Demand Verlag

¹¹² Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.67, Books on Demand Verlag

¹¹³ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.67, Books on Demand Verlag

Der Sinn bei dieser Art von Blogeintrag liegt darin den Kunden Erfahrungsberichte zu gewissen Geschäftsbereichen zu liefern. Dies sind Artikel die besonders gerne von den Lesern wahrgenommen werden. Hierbei kann der Kunde sich in gewissen Bereichen weiterbilden. Diese Artikel werden erfahrungsgemäß auch oft von den Lesern kommentiert.¹¹⁴

- **Interviews**

Der Vorteil von Interviews ist, dass sie lebendiger wirken da sie zwei aktive Gesprächspartner aufweisen. Der nächste Vorteil ist, dass durch ein Interview ein weiterer „Backlink“ gesichert wird, da sich die Interviewpartner gerne auf diesen Blog – Eintrag verlinken lassen.¹¹⁵

- **Expertenwissen**

Exklusive Informationen über ein gewisses Thema über das sich die meisten Kunden nicht sehr auskennen ist ein absoluter Pluspunkt. Die Kunden lesen gerne etwas über neue Dinge die sie vorher noch nicht wussten. Das preisgeben von sogenannten Expertenwissen bietet definitiv einen Mehrwert auf einem Weblog.¹¹⁶

- **Tutorials**

Das Aufzeigen bzw. das Schreiben von Tutorials, diverser branchenspezifischer Themen wird sehr gut von den Kunden aufgenommen. Hier können die Kunden einsehen wie gewisse Abläufe funktionieren oder sich genauer vor Augen führen, wie die Produktion gewisser Güter aussieht.¹¹⁷

- **CEO – Blog**

Bei dieser Art von Blog kann die Unternehmensführung seinen Mitarbeitern gewisse Informationen zukommen lassen oder auch über wichtige Bereiche der Unternehmensstruktur informieren. Hierdurch will die Unternehmensführung ein näheres Verhältnis zu den Mitarbeitern aufbauen. Dadurch sind sie in der Lage sich über gewisse Geschäftsvorgänge oder auch Erfahrungen austauschen zu können.¹¹⁸

¹¹⁴ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.67, Books on Demand Verlag

¹¹⁵ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.68, Books on Demand Verlag

¹¹⁶ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.68, Books on Demand Verlag

¹¹⁷ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.68, Books on Demand Verlag

¹¹⁸ Vgl. Hagenmüller (2008), Erfolgsfaktoren für Web 2.0 Applikationen, S.73, Books on Demand Verlag

- **Themen – Blogs**

Mit dieser Art von Blog – Einträgen, kann jeder Mitarbeiter, bereichsübergreifend zu unterschiedlichen Themen Bloggen. Somit können kontinuierlich neue Erkenntnisse, durch Mitarbeiter die aus allen Bereichen des Unternehmens stammen gewonnen werden. Hierdurch kann der Mitarbeiter, auf dem Arbeitsmarkt, auf sich aufmerksam machen. Durch die Verlinkungen die hierbei entstehen, und die damit verbundene, steigende Relevanz bei Google, kann es passieren, dass andere Unternehmen somit auf geistreiche bzw. produktive Vorschläge aufmerksam werden.¹¹⁹

- **Kampagnen – Blog**

Wie der Begriff schon sagt handelt es sich hierbei um einen Blog der speziell für eine Kampagne aufgestellt wird. Hierbei werden gewisse Produkte beworben die es gilt mit Hilfe dieses Blogs so schnell wie möglich in den Fokus der Kunden zu bringen. Durch das gezielte Bloggen dieser Kampagne steigt auch die Relevanz der Produkte die hierbei beworben werden auf Google.¹²⁰

- **Marken – Blog**

Bei einem sogenannten „Marken – Blog“ geht es darum gezielt über eine gewisse Marke zu sprechen. Hierbei forciert man die Artikel in Bezug auf eine bestimmte Marke die von dem Unternehmen angeboten wird. Somit steigt die Relevanz bei Google in Bezug auf diese Marke. Die Suchmaschine erkennt hierdurch, dass diese Marke anscheinend eine tragende Rolle für dieses Unternehmen spielt. Dadurch wird das betroffene Unternehmen bei der Eingabe des betroffenen Suchbegriffes, sprich bei der Eingabe des Namens der Marke, weit nach oben gerankt.¹²¹

Das Einführen von Blogs ist somit auch im Bereich der Pfandleiher und deren Homepages ein wichtiges Thema. Das „Leihhaus Alonso“ ist somit auch dabei einen laufenden Blog zu implementieren um die Kunden laufend über wichtige Dinge eines Pfandkredits zu informieren. Hierbei werden Informationen übermittelt wie beispielsweise die Höhe der anfallenden Zinsen und wie diese zustande kommen. Zusätzlich wird aber auch über generelle Dinge gesprochen wie die Art und Weise wie eine Versteigerung abläuft oder welche Art von Gütern pfändbar sind. Sehr interessant für die

¹¹⁹ Vgl. Hagenmüller (2008), Erfolgsfaktoren für Web 2.0 Applikationen, S.74, Books on Demand Verlag

¹²⁰ Vgl. Hagenmüller (2008), Erfolgsfaktoren für Web 2.0 Applikationen, S.75, Books on Demand Verlag

¹²¹ Vgl. Hagenmüller (2008), Erfolgsfaktoren für Web 2.0 Applikationen, S.77, Books on Demand Verlag

Kunden ist auch ein Blog – Eintrag indem darüber informiert wird wie die Kalkulation der Darlehenshöhe entsteht und von welchen Faktoren diese Kredithöhe beeinflusst wird.¹²²

Mit Hilfe der jahrelangen Geschäftsbeziehungen die sich das „Leihhaus Alonso“ über die Jahrzehnte hinweg aufgebaut hat, erweist sich hier eine breite Variation an beteiligten Unternehmen die sich an diesem Blog beteiligen. Somit können mit Hilfe der Blog – Einträge viele andere Unternehmen auf diese Artikel verlinkt werden bzw. diese Artikel selbst kommentieren, wodurch die Aufmerksamkeit von Google auf die Homepage des Pfandhauses wesentlich geweckt wird. Dies stellt einen der wichtigsten Punkte dar in Bezug auf die Optimierung der Positionierung der Homepage bei Suchmaschinen wie Google.¹²³

6.1.4.3. Arten der Werbung im Internet

Dieser Abschnitt befasst sich damit wie traditionelle Unternehmen, wie im Bereich der Pfandhäuser, neumodische Formen der Werbung über das Internet nutzen können. Hierfür gibt es diverse Maßnahmen die nicht nur effektiver sind als traditionelles Marketing sondern auch kostengünstiger.¹²⁴

Der wesentliche Nachteil von physischer Werbung ist, dass diese meist verhältnismäßige viel Geld kostet, jedoch nicht den gewünschten Nutzen erfüllt. Es kann niemals abgeschätzt werden wie viele Leute nun tatsächlich eine Plakatwand im Stadtzentrum, mit dem Unternehmenslogo wahrnehmen.¹²⁵ Des Weiteren kann nicht abgeschätzt werden ob die Leute, welche die Werbung wahrnehmen, tatsächlich diejenigen sind die man erreichen will. Anders als bei traditionellem Marketing kann man bei Online – Marketing genau steuern wer genau die besagte Werbung wahrnehmen soll. Mit Optimierung von Suchbegriffen wie „Pfandhaus in Dortmund“ ist es ganz offensichtlich, dass die betroffene Person ein Pfandhaus sucht welches in Dortmund liegt und genau diese Art von Kunden gilt es dann mit Hilfe von gezieltem Online – Marketing an sich zu binden. Bei Web - Marketing ist dies ganz anders. Die Kosten sind viel überschaubarer und man kann mit geeigneten Online – Tools, wie

¹²² Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

¹²³ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

¹²⁴ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.75, Books on Demand Verlag

¹²⁵ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

Google – Analytics, genau einsehen welchen Erfolg die implementierte Online – Werbung tatsächlich mit sich bringt. Hierauf wird in späterer Folge noch genauer eingegangen.¹²⁶

Um nun ein Unternehmen effizient im Internet werben zu können gibt es viele Möglichkeiten:¹²⁷

- **Bannerwerbung**

Bei Bannerwerbung handelt es sich darum, dass Werbungen in Form von Bannern mit den unternehmenseigenen Informationen auf anderen Internetseiten gepostet werden. Dies ist vergleichbar mit Werbung in Zeitungen oder Zeitschriften, jedoch viel preiswerter. Dies ist eine einfache Form potenzielle Kunden für sich zu gewinnen. Es ist sehr effektiv, da eingestellt werden kann welche Nutzer diese Art von Werbung zu sehen bekommen. Es kann beispielsweise das Alter, Geschlecht, Vorlieben oder Sonstiges ausgewählt werden in Bezug auf Bannerwerbung bei Facebook beispielsweise.¹²⁸

Des Weiteren ist das sogenannte „Re – Marketing“ eine effektive Art der Bannerwerbung. Hierbei handelt es sich darum, dass Kunden die bereits auf einer gewissen Homepage waren, im Nachhinein, wenn sie andere Seiten besuchen, Bannerwerbung von besagter erster Homepage bekommen. Der Vorteil hierbei ist, dass der Besucher offensichtlich, bereits auf der Unternehmenshomepage war und nun fortlaufend auf anderen Seiten mit Werbung eines bekannten Unternehmens konfrontiert wird.¹²⁹

- **AdWords**

Bei „Google AdWords“ handelt es sich um bezahlte Werbung, welche auf der Seite der online – Suchmaschine Google erscheint. Kurz gesagt man bezahlt Google einen gewissen Betrag pro Klick den die eigene Homepage erhält. Somit wird man bei der Generischen Suche, sprich bei der Suche eines gewissen „Keywords“, direkt nach ganz

¹²⁶ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹²⁷ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.75, Books on Demand Verlag

¹²⁸ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.75, Books on Demand Verlag

¹²⁹ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

oben gerankt ohne monatelang auf diesen Suchbegriff zu optimieren. Mit gezielter Bezahlung Rankt Google ein Unternehmen sofort für den beworbenen Suchbegriff auf einen Sichtbaren Platz ganz oben auf der Ergebnisseite.¹³⁰



Abbildung 7: Adwords¹³¹

In Abbildung 7 wird nun ersichtlich wie eine solche Art von Google – AdWords ersichtlich wird. In diesem Fall hat der Nutzer der Suchmaschine als Suchbegriff „günstiger Pfandkredit“ eingegeben. Die Ergebnisse 2 bis 3, die daraus resultieren, sind das Ergebnis einer effizienten Suchmaschinenoptimierung in Bezug auf dieses „Keyword“. Das erste Ergebnis jedoch ist gekennzeichnet mit einem gelben Etikette worauf das Wort „Anzeige“ erscheint. Dabei handelt es sich um eine Werbung im Sinne von AdWords. In diesem Fall hat das Unternehmen, Auto – Pfandhaus.at, es bevorzugt, in eine bezahlte Art der Suchmaschinenoptimierung zu investieren um somit an Platz 1 auf dem Google – Rank zu erscheinen. Nun kostet dies dem Unternehmen jedes Mal einen gewissen Betrag den es an Google abgeben muss, für jeden Klick den das Auto – Pfandhaus dafür erhält.¹³²

¹³⁰ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹³¹ Vgl. Google, Zugriff am 28.05.2015

¹³² Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

- **Email – Marketing**

Bei dieser Art von Marketing ist es wichtig ein gewisses Tool an Email – Adressen zu besitzen. Jedoch dürfen es keine willkürlichen Adressen sein, die man sich von beliebigen Organisationen erkauft hat. Es ist wichtig, dass sich die Kunden hierbei freiwillig für den sogenannten „Newsletter“ anmelden. Newsletter sind Emails die über Neuigkeiten des Unternehmens informieren, wie z.B. neue Produkte, Öffnungszeiten, oder sonstige Neuigkeiten die es Wert sind in Form einer Sammelnachricht verschickt zu werden.¹³³ Jedoch wird niemand diese Nachricht lesen der sich nicht im Vorhinein freiwillig dafür registriert hat. Jemand der ein Newsletter bekommt für den er sich nicht registriert hat wird ihn wahrscheinlich umgehend löschen. Derjenige der sich jedoch freiwillig für einen Newsletter registriert hat, will über Neues im Unternehmen informiert werden und erwartet Benachrichtigungen wenn es neue Produkte, oder Dienstleistungen im Sortiment gibt.¹³⁴

- **Social Media**

Social Media ist eine einfache und moderne Art heutzutage eine breite Masse an Menschen anzusprechen. So gut wie jeder besitzt mittlerweile ein Facebook – Account und nutzt diesen täglich.¹³⁵

¹³³ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.77, Books on Demand Verlag

¹³⁴ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹³⁵ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.77, Books on Demand Verlag

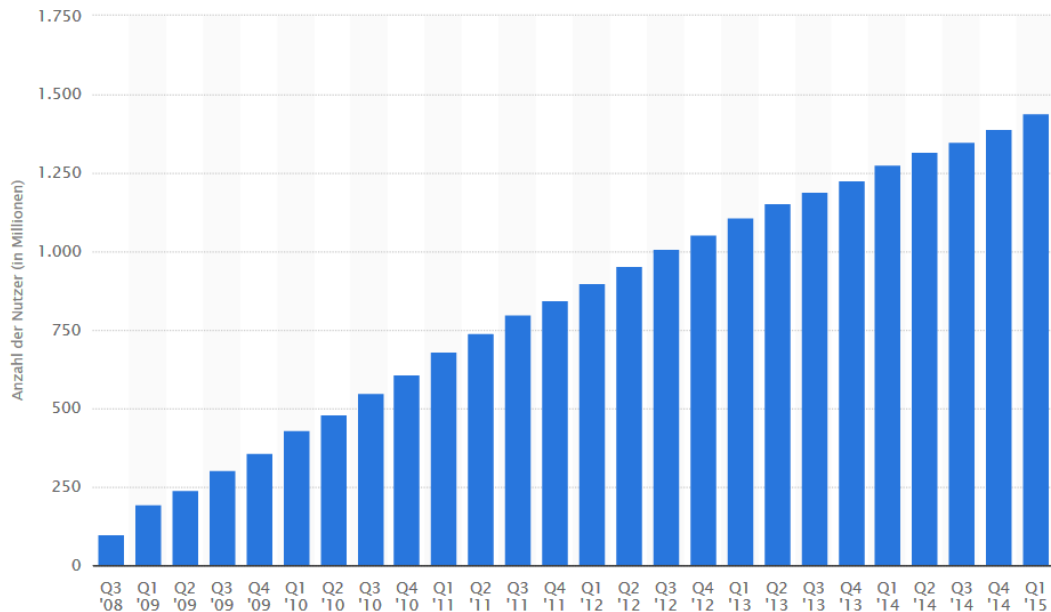


Abbildung 8: Anzahl der monatlich aktiven Facebook-Nutzer weltweit¹³⁶

In Abbildung 8 sieht man die monatlich aktiven Facebook Nutzer weltweit. Hierbei sieht man deutlich, dass seit 2008 bis zum aktuellen Quartal von 2015 die Facebook – Nutzer stetig gestiegen sind. Momentan greifen knapp 1,4 Milliarden Menschen monatlich auf besagte Social – Media Plattform zu und knapp über 90% dieser Nutzer tun dies auch zusätzlich auf einer mobilen Version wie einem Handy oder Tablet.¹³⁷

Somit kann man durch eine gezielte Positionierung des eigenen Unternehmens und einer genauen Auswahl des gewünschten Kundensegments eine unglaubliche Masse an potenziellen Neukunden erreichen.¹³⁸

Man kann mit einer sogenannten „Facebook Fanpage“ ein eigenes Profil für sein eigenes Unternehmen erstellen wodurch das Unternehmen als Organisation und nicht als Privatperson im Netz, via Facebook, präsent ist. Auf dieser Seite kann ein Unternehmen auf neue Leistungen hinweisen, Produkte werben, und vieles mehr. Jedoch ist der Hauptnutzen die Verknüpfung von neuen Kundenkontakten.¹³⁹

Durch die breite Masse an Nutzern die an dieser Plattform vorhanden ist, kann es dem betroffenen Unternehmen ermöglicht werden ein riesen Kontingent an neuen Kunden zu akquirieren. Der große Vorteil einer solchen „Fanpage“ ist, dass diese Seite von

¹³⁶ Vgl. Statista, Zugriff am 28.05.2015

¹³⁷ Vgl. Statista, Zugriff am 28.05.2015

¹³⁸ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹³⁹ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.79, Books on Demand Verlag

Nutzern „geliked“ werden kann. Dies bedeutet Nutzer können auf einen sogenannten „gefällt mir“ – Button klicken welches wiederum bei allen registrierten Freunden dieses Nutzers ersichtlich wird.¹⁴⁰ Somit haben diese neuen Nutzer die Möglichkeit sich die Seite anzusehen um evtl. wieder auf besagten Button zu klicken wodurch weitere neue Leute die Seite sehen würden. Dies stellt somit einen unendlich – Algorithmus dar bei jedem Mal wenn die Seite zusätzlich „geliked“ wird.¹⁴¹

Somit stellt Facebook eine essentielle Möglichkeit dar für Unternehmen um Informationen schnell zu verbreiten und neue Kunden für sich zu gewinnen. Jedoch gibt es auch noch weitere, wichtige Social – Media Plattformen die einen großen Nutzen aufweisen wie, Twitter, Xing, Google+, Instagram, und einigen weiteren.¹⁴²

Im Laufe der Jahre ist die Entwicklung der Onlinewerbung stetig gestiegen und gewinnt immer mehr an Wichtigkeit. Immer mehr Unternehmen versuchen sich in der wachsenden Online – Welt zu etablieren und wenden Methoden des Online – Marketings an.¹⁴³

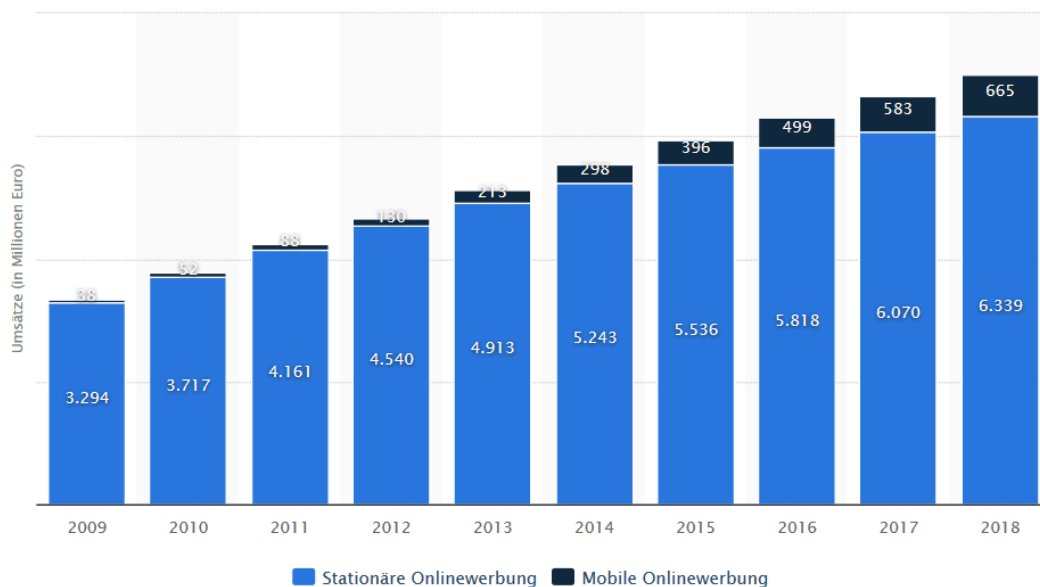


Abbildung 9: Umsätze mit mobiler vs. stationärer Onlinewerbung in Deutschland.¹⁴⁴

In Abbildung 9 wird deutlich dass seit 2009 die Bedeutung an Online – Marketing kontinuierlich zugenommen hat. Auch der Anteil des enthaltenen mobilen Online –

¹⁴⁰ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.79, Books on Demand Verlag

¹⁴¹ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.79, Books on Demand Verlag

¹⁴² Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.81, Books on Demand Verlag

¹⁴³ Vgl. Hagenmüller (2008), Erfolgsfaktoren für Web 2.0 Applikationen, S.63, Books on Demand Verlag

¹⁴⁴ Vgl. Statista, Zugriff am 28.05.2015

Marketing nimmt immer mehr an Bedeutung zu. Die investierten Umsätze in diesen Bereich belaufen sich auf mehrere Milliarden Euro und steigen kontinuierlich weiter.¹⁴⁵

Genau aus diesem Grund sind es auch immer mehr Pfandhäuser die sich in dieses Segment reinwagen. So gut wie jedes traditionelle Pfandgeschäft besitzt mittlerweile einen innovativen und professionellen Onlineauftritt. Zusätzlich wird versucht, sich in diversen Aspekten weiterzuentwickeln in dem man Profile auf Social Media Plattformen erstellt oder dem Kunden mit einfachen Blogs neue Informationen liefert.¹⁴⁶

Ein Beispiel für eine Form der Adaptierung des Geschäftsmodells an innovative Marketing – Methoden bietet hierbei das „Leihhaus Alonso“. Auch in diesem Bereich wird versucht sich etwas mehr in der Online – Welt zu etablieren. Deshalb wird bereits mit einem Facebook – Auftritt, sowie mit der Einführung diverser anderer Social – Media Plattformen geworben um Neukunden für sich zu gewinnen.¹⁴⁷

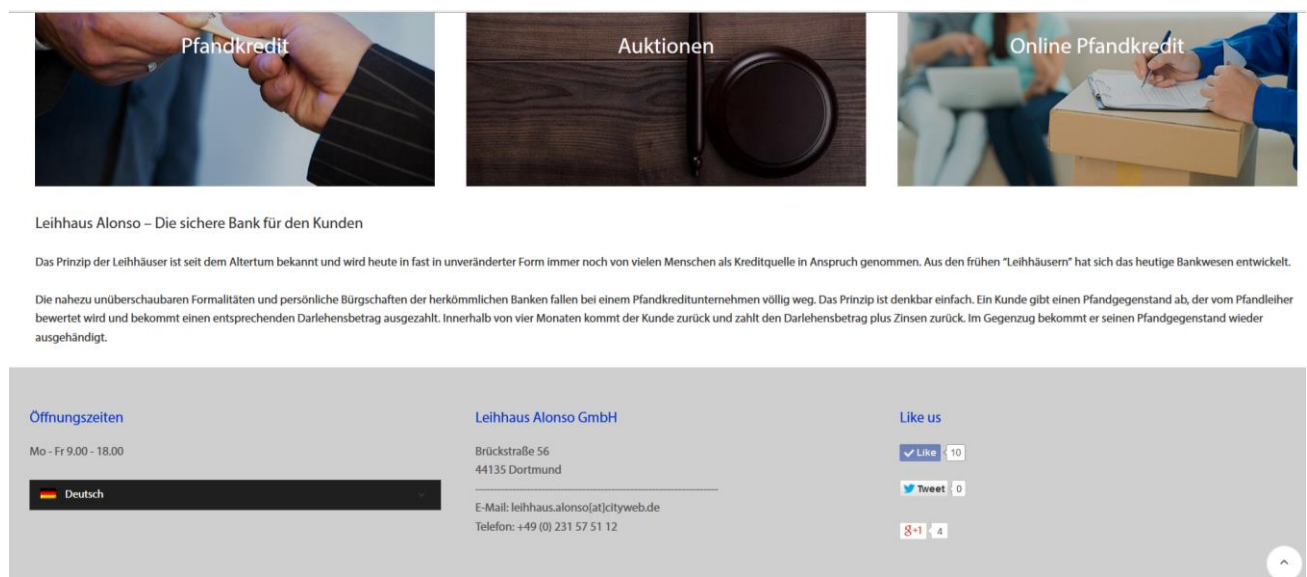


Abbildung 10: Implementierung von Social Media Auftritten¹⁴⁸

Wie man anhand von Abbildung 10 erkennen kann besitzt das Dortmunder Leihhaus bereits diverse Accounts bei mehreren Social – Media Anbietern wie Twitter, Facebook und Google+. Auf Grund der kurzen Laufzeit der Etablierung der Plattformen konnte

¹⁴⁵ Vgl. Statista, Zugriff am 28.05.2015

¹⁴⁶ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

¹⁴⁷ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

¹⁴⁸ Vgl. Leihhaus-Alonso, Zugriff am 28.05.2015

noch kein enormer Wachstum in Bezug auf das „Like – Verhalten“ der Nutzer schließen lassen. Jedoch sollte aus Sicht der Experten des online – Marketings diese Reichweite noch drastisch steigen.¹⁴⁹

Ebenso wird das Email – Marketing stark forciert. Es wird versucht den bereits bestehenden Kunden mit Hilfe von gezielten Emails neue Informationen zukommen zu lassen. Weiters bietet es zusätzlich neuen Kunden die Möglichkeit sich für diese Art von Newsletter zu registrieren.¹⁵⁰

Des Weiteren ist für die Zukunft eine gezielte AdWords – Kampagne geplant in der, nach ausführlicher Analyse der relevanten „Keywords“, auf gewisse Suchbegriffe optimiert werden soll. Darüber hinaus ist die Einführung einer gezielten Bannerwerbung auf anderen Homepages in Form eines Re – Marketings geplant.¹⁵¹

6.1.5. Google Analytics

Eines der wichtigsten Aspekte um eine effektive Online – Marketing Kampagne zu gewährleisten, ist das Anwenden eines geeigneten Analyse – Tools. Wie in den Kapiteln zuvor bereits erwähnt, liegt der wesentliche Vorteil des Online – Marketings in der Messbarkeit der Reichweite.¹⁵² Keine Homepage kann von Anfang bis Ende so benutzerfreundlich dargestellt sein, dass sie nicht auf eine dauerhafte Überwachung und Analyse angewiesen ist.¹⁵³

Bei herkömmlichen Marketing – Strategien, wie beispielsweise das Schalten einer Zeitungsannonce, oder das positionieren eines Werbeplakates an eine Hauswand im Zentrum einer Stadt, ergeben sich zwei essentielle Probleme. Zum einen ist es unmöglich zu wissen wie viel des investierten Geldes sich tatsächlich auszahlt, denn man kann die Anzahl der erreichten Kunden nicht mit den Kosten gegenüberstellen. Dies ist unmöglich da man nicht messen kann wie viele Menschen diese Art von Werbung tatsächlich wahrnehmen.¹⁵⁴ Zum anderen ist das Problem, dass bei traditioneller

¹⁴⁹ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁵⁰ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

¹⁵¹ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

¹⁵² Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.91, Books on Demand Verlag

¹⁵³ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.91, Books on Demand Verlag

¹⁵⁴ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

Werbung nicht gesteuert werden kann wen man genau ansprechen möchte. Die meisten Arten traditioneller Werbung sind klar zugänglich für beispielsweise jede Art von Leser einer Zeitschrift, oder Passanten einer Einkaufsstraße. Es kann somit nicht gesteuert werden welche Art von Menschen genau angesprochen werden sollen. Denn die Werbung ist frei zugänglich für jeden und somit herrscht hier eine enorme Streuung an Menschen die potenzielle Kunden darstellen und andere die absolut nichts mit dem beworbenen Unternehmen anfangen können.¹⁵⁵

Dies ist bei Online – Marketing, wie in den Kapiteln zuvor bereits erwähnt ganz anders. Man kann genauestens steuern welches Kundensegment anzusprechen ist indem beispielsweise genau analysiert wird welche Suchbegriffe monatlich, wie oft, gesucht werden. Demzufolge gilt es hierbei die besten Suchbegriffe für das betroffene Unternehmen zu wählen. Nun gilt es zu definieren was genau die „besten Suchbegriffe“ sind.¹⁵⁶

Man muss sich bewusst sein was genau das Ziel ist und wie man dieses erreichen möchte. Das Hauptziel jedes Unternehmens, welches in Online – Marketing investiert, ist es wohl den Kundenstamm zu erweitern. Hierfür gilt es nun die geeigneten Maßnahmen zu treffen und vor allem die richtigen „Keywords“ zu finden.¹⁵⁷

Wie bereits erwähnt, handelt es sich bei den sogenannten „Keywords“ um Suchbegriffe die von den Nutzern in eine Suchmaschine, wie Google, eingegeben werden. Mit Hilfe dieser Suchbegriffe werden nun alle Homepages gesucht die von Google als relevant empfunden werden. Genau hierfür ist eine gezielte Suchmaschinenoptimierung erforderlich.¹⁵⁸

Als nächstes gilt es jedoch zu definieren welche „Keywords“ tatsächlich effizient für ein Unternehmen sind. Die Suchmaschinen agieren nämlich wie ein Trichter. Umso mehr Suchbegriffe in die Suchmaschine eingegeben werden, umso weniger Einträge pro Monat wird dieser Suchbegriff aufweisen. Beispielsweise wird der Suchbegriff „Rolex“ etliche Male bei Google gesucht. Nun gilt es jedoch zu analysieren wie relevant ein solcher Suchbegriff für den Verkauf einer Rolex tatsächlich ist.¹⁵⁹

¹⁵⁵ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁵⁶ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁵⁷ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁵⁸ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁵⁹ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

Jemand der „Rolex“ in eine Suchmaschine eingibt ist noch absolut nicht entschlossen etwas Genaues zu kaufen. Denn diese Person hat nicht einmal ein genaues Model oder eine exakte Referenznummer in die Suchmaschine eingegeben. Des Weiteren kommen keine weiteren Wörter wie „kaufen“ oder „günstig erwerben“ im Zusammenhang mit dem Suchwort „Rolex“ vor. Aus diesem Grund ist es wohl naheliegend, dass diese Person sich wahrscheinlich nur generell über die Marke Rolex informieren möchte. Deshalb ist dieser Suchbegriff nicht besonders wertvoll für einen Juwelier obwohl dieser Suchbegriff wahrscheinlich tausende Male pro Monat gesucht wird.¹⁶⁰

Der Juwelier zielt auf einen Kauf ab. Daher muss er auf gezieltere Suchbegriffe optimieren wie z.B. „Rolex Submariner 16610 günstig kaufen“. Dieser Suchbegriff wird viel weniger, monatliche Suchanfragen aufweisen, jedoch weist hier der Nutzer ganz genau was er sucht und worauf er abzielt. Er sucht ganz eindeutig eine exakte Art von Uhr welche er offensichtlich günstig erwerben möchte. Auf diese Art von Suchanfragen sollte ein Juwelier somit optimieren.¹⁶¹

Um nun messen zu können ob das Unternehmen die richtigen Keyword – Kampagnen gewählt hat, gibt es Analyse – Tools wie „Google Analytics“. Hierbei kann man ganz genau interpretieren wie sinnvoll tatsächlich gewählte Suchbegriffe greifen oder nicht. Es kann mit Hilfe dieses Tools so gut wie jedes Besucherverhalten abgelesen und interpretiert werden.¹⁶² Mit Hilfe von Google - Analytics kann genau abgelesen werden in welchen Bereichen eine Homepage noch Optimierungsbedarf aufweist. Hierdurch lässt sich simpel ablesen welche Anzahl an Besuchern, zu welcher Tageszeit, von welchem Ort und mit welchem Endgerät auf die Homepage zugegriffen hat.¹⁶³

Wichtige Kennzahlen sind beispielsweise die „Absprungrate“. Dabei handelt es sich darum, dass Besucher irrtümlich auf eine Seite gelangt sind und diese sofort nach dem Erscheinen der Startseite wieder verlassen.¹⁶⁴ Dies ist eines der wichtigsten Hinweise dafür, dass die „Keywords“ eines Unternehmens schlecht gewählt worden sind. Es wird oft nämlich irrtümlich angenommen, dass das Optimieren in Bezug auf gewisse „Keywords“ bedeutet, dass man auf Suchbegriffe optimiert die oft im Netz gesucht werden. Natürlich ist es durchaus korrekt, dass wenn nach Suchbegriffen optimiert

¹⁶⁰ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁶¹ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁶² Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁶³ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.91, Books on Demand Verlag

¹⁶⁴ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.91, Books on Demand Verlag

wird wie „Barak Obama“, dass dies in kürzester Zeit Millionen von Klicks aufweisen wird. Jedoch wird die Absprungrate dieser Nutzer Immens sein.¹⁶⁵

Daher ist es wichtig „Keywords“ zu finden welche sowohl ein hohes, monatliches Klickverhalten aufweisen, als auch direkt etwas mit dem Kerngeschäft des Unternehmens zu tun haben.¹⁶⁶

Weitere wichtige Indizien für eine gut optimierte Homepage stellen die „Besucher pro Tag“ dar und die sogenannte „Verweildauer“. Wie die Begriffe schon ziemlich eindeutig vermuten lassen, analysiert ersteres die Anzahl der Besucher welche täglich auf die Seite kommen. Die „Verweildauer“ wiederum zeigt wie lange die Besucher durchschnittlich auf der Homepage verweilen.¹⁶⁷ Hierbei ist es wichtig zu wissen um welche Art von Homepage es sich handelt. Denn basierend darauf ist es wichtig zu interpretieren ob es von Vorteil ist eine hohe Verweildauer zu haben oder ob es wohl sinnvoller ist eine geringere Verweildauer zu haben.¹⁶⁸

Wenn es sich um eine „Informative Seite“ handelt ist es von Vorteil eine geringere Verweildauer aufzuweisen. Denn dies ist ein Indiz dafür, dass die Kunden ihre Informationen schnell und einfach finden. Auf einer „interaktiven Seite“, wie „YouTube“, ist es jedoch sinnvoll, dass die Nutzer lange auf einer Seite verweilen, da dies ein Indiz dafür ist, dass der Nutzer viele interessante Informationen bzw. Videos auf dieser Seite findet, die ihn lange beschäftigen.¹⁶⁹

Weitere wichtige Kennzahlen stellen die „Herkunft der Besucher“ und die „Besuchten Seiten“ dar.¹⁷⁰ Ersteres zeigt auf welche geografische Reichweite die Homepage erreicht hat. Es wird genau gesehen aus welchen Teilen der Welt die einzelnen Nutzer auf die Seite zugreifen.¹⁷¹ Viel wichtiger ist hierbei jedoch, dass man genau ablesen kann über welches Medium die Nutzer Zugriff auf die Homepage haben. Somit ist klar ersichtlich ob die Nutzer über eine „generische“ Suche, sprich über das Suchen bestimmter Suchbegriffe in dafür vorgesehenen Suchmaschinen, auf die Homepage gelangt sind, oder ob sie durch das direkte eingeben der URL der Homepage auf die

¹⁶⁵ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁶⁶ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁶⁷ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.92, Books on Demand Verlag

¹⁶⁸ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁶⁹ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁷⁰ Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.92, Books on Demand Verlag

¹⁷¹ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

Seite gelangt sind. Beides weist massenhaft Spielraum zur Interpretation der Effektivität des Marketings auf. Viele direkte Zugriffe, über eine exakte URL, bedeuten, dass eine gute offline – Marketing Strategie verwendet wird, da die Nutzer, durch diverse Kanäle, direkt von der Homepage in Kenntnis gesetzt worden sind. Bei einer hohen „generischen“ suche, welche zu einem Besuch auf die betroffene Homepage führt, ist dies ein klares Zeichen dafür, dass man eine effektive online – Marketing Strategie einsetzt. Durch das Optimieren nach gewissen „Keywords“, wird es geschafft den Nutzer auf die eigene Homepage zu leiten, nachdem dieser nach besagten „Keywords“ sucht.¹⁷²

Auch bei den Leihhäusern spielt aktuell das Google – Analytics Tool eine wichtige Rolle. Die meisten Pfandhäuser sind bereits im Bereich der Implementierung einer innovativen Homepage auf dem neuesten Stand, wodurch natürlich eine Registrierung bei besagten Tool ein logisches Resultat darstellt.¹⁷³ Man erkennt bereits an dem Design einer Homepage ob diese einen modernen Standard aufweist und von Professionellen Programmieren entwickelt wurde, oder ob es sich eher um eine veraltete Homepage handelt.¹⁷⁴

Wie im Laufe dieser Arbeit bereits oftmals erwähnt versuchen sich immer mehr Pfandhäuser in der online – Welt zu etablieren. Der erste Schritt der hierfür gemacht werden muss ist das Optimieren der Homepage auf einen modernen Standard.¹⁷⁵ Dies ist notwendig um laufend die Erfolge des angewandten Online – Marketings nachvollziehen und vor allem überwachen zu können. Dafür ist das Verwenden von Google – Analytics unabdinglich.¹⁷⁶

Aus diesem Grund ist es auch bei dem „Leihhaus Alonso“ eine Selbstverständlichkeit, dass die Erfolge des Online – Marketings fortlaufend mit Hilfe von Google – Analytics verfolgt werden:¹⁷⁷

¹⁷² Vgl. Lindemann (2011), Suchmaschinenoptimierung & Onlinemarketing, S.93, Books on Demand Verlag

¹⁷³ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

¹⁷⁴ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁷⁵ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

¹⁷⁶ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁷⁷ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

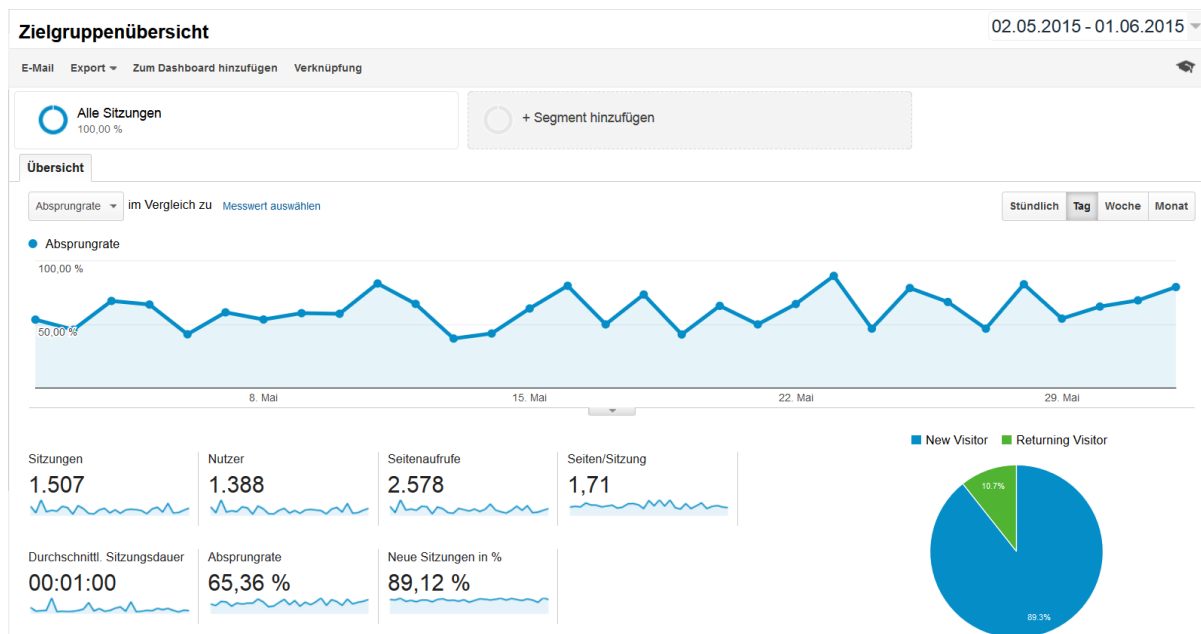


Abbildung 11: Google - Analytics (Absprungrate)¹⁷⁸

Anhand von Abbildung 11 kann deutlich erkennen werden, dass die Absprungrate des Pfandhauses noch relativ hoch ist. Mit knapp 65% bedeutet dies, dass mehr als jeder zweite Nutzer irrtümlich auf dieser Seite gelandet ist und sie direkt nach Erscheinen der Startseite wieder verlassen hat.¹⁷⁹

Dies ist jedoch eine normale Quote, da man sich noch im Anfangsstadium in Bezug auf die Optimierung der Homepage befindet, bezüglich der Allokation der „Keywords“. Es muss erstmals, durch gewisses „Ausprobieren“, herausgefunden werden welche „Keywords“ nun tatsächlich die relevantesten Suchbegriffe sind, bei denen der Besucher tatsächlich auf der gefundenen Homepage bleibt und nicht direkt wieder die Seite verlässt weil es nicht das war was man sich erhofft hatte nach Eingabe bestimmter Suchbegriffe.¹⁸⁰

Diese Absprungrate gilt es nun im Laufe des online – Marketing Prozesses zu optimieren und somit zu senken. Durch genaueres Analysieren der relevanten Suchbegriffe und gezieltes Optimieren dieser Suchbegriffe wird die Absprungrate in wenigen Monaten bereits spürbar sinken.¹⁸¹

¹⁷⁸ Vgl. Google Analytics, Zugriff am 02.06.2015

¹⁷⁹ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁸⁰ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁸¹ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

Ein positives Resultat, in Bezug auf die Optimierung der Homepage und dessen Suchbegriffe, stellen die „demografische Merkmale“ dar. Da sich das Leihhaus - Alonso im deutschsprachigen Raum befindet ist es naheliegend die Seite auf deutsche Suchbegriffe zu optimieren. Jedoch wird dabei das Optimieren der Seite auf internationaler Ebene nicht außer Acht gelassen.¹⁸²

Demografische Merkmale	Land	Sitzungen	% Sitzungen
Sprache	1. Germany	760	51,32 %
Land	2. United States	436	29,44 %
Stadt	3. (not set)	77	5,20 %
System	4. China	26	1,76 %
Browser	5. Brazil	23	1,55 %
Betriebssystem	6. Austria	14	0,95 %
Internetanbieter	7. France	9	0,61 %
Mobil	8. Russia	9	0,61 %
Betriebssystem	9. Canada	8	0,54 %
Internetanbieter	10. Italy	8	0,54 %
Bildschirmauflösung	Vollständigen Bericht anzeigen		

Dieser Bericht wurde am 03.06.15 um 12:44:55 erstellt. - [Bericht aktualisieren](#)

Abbildung 12: Demografische Merkmale¹⁸³

Wie Abbildung 12 klar ersichtlich macht, werden die meisten Klicks, auf die Seite des Pfandhauses, aus Deutschland getätigt. Was jedoch noch ein wichtiger Optimierungsaspekt ist, ist dass weitere deutschsprachige Länder eher unberücksichtigt bleiben.¹⁸⁴ Somit belegen die österreichischen Zugriffe nur den sechsten Platz und die Schweiz kommt gar nicht vor. Somit gilt es hier die jeweiligen URLs, .at und .ch, zu optimieren um sich auch aus diesen Ländern mehr Klicks zusichern zu können.¹⁸⁵

Sehr auffällig jedoch ist wie effektiv die Optimierung der Seite auf den amerikanischen Markt eingeschlagen ist. Wie aus Abbildung 12 klar ersichtlich, sind allein aus Deutschland 760 Zugriffe im Zeitraum eines Monats auf die Homepage getätigt worden. Die zweitmeisten Zugriffe weisen hier die Zugriffe aus der USA auf. Mit 436 Zugriffen sind die Zugriffe aus dem amerikanischen Raum unangefochten auf dem zweiten Platz hinter Deutschland.¹⁸⁶

¹⁸² Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

¹⁸³ Vgl. Google Analytics, Zugriff am 03.06.2015

¹⁸⁴ Vgl. Google Analytics, Zugriff am 03.06.2015

¹⁸⁵ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁸⁶ Vgl. Google Analytics, Zugriff am 03.06.2015

Sehr positiv zu vermerken ist zudem, dass die Suchmaschinenoptimierung vor allem am internationalen Markt erkennbare Erfolge erzielt. Somit sind unter den ersten fünf Ländern mit den meisten Zugriffen auf das Dortmunder Pfandhaus, drei Länder aus dem nicht – europäischen Raum (Brasilien, China und USA).¹⁸⁷

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Google – Analytics das wichtigste Instrument für einen Unternehmer ist um die Fortschritte seines online – Marketings zu messen. Mittlerweile benützen knapp 50% aller Homepages diese Art von gratis – Tool um die Evolution der eigenen Homepage, bis ins kleinste Detail, einsehen zu können.¹⁸⁸

6.2. Probleme und Gefahren

Mit dem enormen Wachstum des Internets ist auch das Angebot an online – Auktionshäusern gestiegen. Es gibt schon seit mehreren Jahren viele Internetseiten die viele verschiedene Arten von Auktionen anbieten. Wie in den Kapiteln zuvor bereits erwähnt, stellt hierbei „Ebay“ durchaus die größte dieser Plattformen dar. Hier werden so gut wie alle Gegenstände gehandelt und versteigert. „Ebay“ ist jedoch nur eines von vielen Auktionshäusern die es den Kunden ermöglichen gemütlich von zu Hause aus an einer Auktion teilzunehmen.¹⁸⁹

Es existieren immer mehr Auktionshäuser welche fortlaufend neue Auktionsmethoden anbieten. Es wird dem Kunden somit ermöglicht nicht nur auf traditionellem Wege bei einer physischen Auktion, mit dem üblichen Ablauf des „Meistbietenden“, teilzunehmen. Sondern werden zudem in den verschiedenen Online – Auktionshäusern auch diverse Variationen der Auktionsarten angeboten.¹⁹⁰

- Die normale Auktion

Bei dieser Art der Online – Auktion geht es darum, dass der Auktionator, bzw. in dem Fall das betroffene Online – Unternehmen, einen Mindestpreis für das Gut anschlägt. Nun können die Kunden während eines gewissen Zeitraumes ihre Gebote abgeben,

¹⁸⁷ Vgl. Google Analytics, Zugriff am 03.06.2015

¹⁸⁸ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

¹⁸⁹ Vgl. Heese (2002), Geld verdienen mit Online Auktionen, S.8, Books on Demand Verlag

¹⁹⁰ Vgl. Heese (2002), Geld verdienen mit Online Auktionen, S.33, Books on Demand Verlag

jedoch ohne zu wissen welches das momentane Höchstgebot ist. Für den Fall, dass man mit dem jeweiligen Gebot über dem alten Höchstgebot liegt, erhält man eine E-Mail mit der Nachricht, dass man der aktuelle Meistbietende ist. Bei dem Fall, dass man unter dem aktuellen Höchstwert liegt, bekommt man ebenso eine Nachricht mit dem Hinweis, dass man das aktuelle Höchstgebot nicht überbieten konnte und man ein neues Gebot abgeben muss um das Gut zu ersteigern.¹⁹¹

- **Auktionen mit fallendem Preis**

Bei dieser Art der Auktion wird ein Startpreis festgelegt und ein Mindestpreis. Nun beginnt die Auktion mit dem Startpreis und wird von demjenigen ersteigert, welcher als Erster bietet. Für den Fall, dass niemand bietet fällt der Startpreis kontinuierlich, nach gewissen Zeitbergrenzungen, bis hin zum Mindestpreis. Somit wird das Gut von dem schnellst – Bietenden, zu dem zeitbezogenen Startpreis ersteigert.¹⁹²

- **Auktionen mit Mindestpreis**

Hierbei handelt es sich darum, dass von dem Auktionator ein Mindestpreis fixiert wird, welcher für die Kunden unbekannt ist. Diese geben nun Gebote ab und müssen über diesen genannten Mindestpreis liegen, sonst bekommen sie eine Meldung, dass sie unter den Mindestpreis liegen und haben die Möglichkeit erneut zu bieten. Für den Fall, dass ein Gebot über den Mindestpreis liegt, kommt hier nun eine Ersteigerung zu Stande.¹⁹³

- **Auktionen mit mehreren gleichartigen Artikeln**

Diese Art der Auktion wird oft von Online – Auktionshäusern angeboten welche viele gleichartige Produkte besitzen. Hierbei werden beispielsweise drei gleiche Laptops, für insgesamt zehn Kunden, angeboten. Nun gibt jeder Kunde ein Gebot ab, wobei die Laptops an die drei meistbietenden versteigert werden. Jedoch zahlen alle drei nur den Preis, welcher am niedrigsten von den drei Meistbietenden ist.¹⁹⁴

Tabelle 2: Auktionen mit mehreren gleichartigen Artikeln¹⁹⁵

Herr Apfel	22 Euro
------------	---------

¹⁹¹ Vgl. Heese (2002), Geld verdienen mit Online Auktionen, S.33, Books on Demand Verlag

¹⁹² Vgl. Heese (2002), Geld verdienen mit Online Auktionen, S.34, Books on Demand Verlag

¹⁹³ Vgl. Heese (2002), Geld verdienen mit Online Auktionen, S.34, Books on Demand Verlag

¹⁹⁴ Vgl. Heese (2002), Geld verdienen mit Online Auktionen, S.35, Books on Demand Verlag

¹⁹⁵ Vgl. Heese (2002), Geld verdienen mit Online Auktionen, S.35, Books on Demand Verlag

Herr Birne	24 Euro
Frau Orange	20 Euro
Herr Kirsche	21 Euro
Frau Banane	36 Euro

Anhand von Tabelle 2 soll diese Art von Auktion nochmals verdeutlicht werden. Wenn angenommen wird, dass die Gebote aus Tabelle 2 für drei gleichartige Güter sind, dann werden nun diese Güter von den drei Meistbietenden ersteigert. Somit haben Frau Banane, Herr Birne und Herr Apfel nun die Wertgegenstände ersteigert. Nun wird von diesen drei Kunden das geringste Gebot herangezogen (22 Euro von Herr Apfel). Dies stellt nun den Preis dar welcher von allen drei Bietern jeweils beglichen wird.¹⁹⁶

Somit wird versucht dem Kunden eine hohe Varietät an Auktionsarten anzubieten um die Versteigerungen abwechslungsreich zu gestalten. Online kann so gut wie jedes Gut versteigert werden, denn es gibt Käufer für jegliche Art von Gütern. Ein wesentlicher Unterschied, bei dieser Art von Auktionen und den traditionellen, physischen Auktionen ist, dass hierbei die meisten Auktionsplattformen als Intermediär fungieren. Das bedeutet, dass die Plattformen davon abhängig sind, dass gewisse Kunden ihre Ware hier online stellen und andere Kunden diese Ware wiederum ersteigern. Somit arbeiten in dem Fall, besagte Plattformen, auf Provisionsbasis.¹⁹⁷

Nun stellt sich hierbei die Frage, warum Nutzer ihre Ware auf solchen Plattformen online stellen sollen, wenn sie dafür eine Provision an besagtes Auktionshaus zahlen müssen. Das Prinzip hierbei ist eigentlich simpel. Die Nutzer haben die Ware und die Plattform hat die nötige kritische Masse. Ein privater Nutzer wird im Einzelnen wahrscheinlich nicht die Menge an Menschen kennen, für die es sich lohnen würde eine solche Auktion, zu organisieren. Die online – Plattformen haben so gut wie keinen Aufwand in Bezug auf die Beschaffung der Ware, da sie hierauf nicht angewiesen sind. Sie profitieren davon, dass andere Nutzer ihre Ware, für wiederum dritte Nutzer, zur Auktion zur Verfügung stellen.¹⁹⁸

Wie jedoch bereits in den Kapiteln zuvor erwähnt, stellt diese Art von Auktionshäusern keine große Bedrohung für die traditionellen Pfandhäuser dar. Online –

¹⁹⁶ Vgl. Heese (2002), Geld verdienen mit Online Auktionen, S.36, Books on Demand Verlag

¹⁹⁷ Vgl. Gärtner (2008), Erfolgsfaktoren bei Online-Auktionen, S.3, Diplomica Verlag

¹⁹⁸ Vgl. Gärtner (2008), Erfolgsfaktoren bei Online-Auktionen, S.3, Diplomica Verlag

Auktionshäuser zielen lediglich auf den Bereich der Auktion ab und lassen den Aspekt der Beleihung komplett außer Acht. Dieser Punkt ist jedoch nur ein unwesentlicher Teil des Geschäftskonzepts der physischen Pfandhäuser. Die physischen Pfandhäuser erzielen nämlich, wie schon zuvor erwähnt, ihre Haupteinnahmen durch das Einlösen der Ware und somit das Bezahlen der Zinsen und Gebühren von Seiten des Kunden. Aus diesem Grund korrelieren die beiden Geschäftskonzepte nicht miteinander und der physische Pfandleiher ist in seinem Kerngeschäft nicht negativ beeinträchtigt.¹⁹⁹

Ein anderer Fall jedoch ist das Auftreten von reinen Online – Pfandhäusern, die ihr Kerngeschäft auch auf die Beleihung von Wertgegenständen abzielen, um Erlös durch die anfallenden Zinsen und Gebühren zu erzielen.²⁰⁰

6.2.1. iPfand

Bei iPfand handelt es sich um ein reines Online – Pfandhaus. Hierbei wird es den Kunden ermöglicht ihre Ware Online zu verpfänden. Der Kunde kann beruhigt von zu Hause aus seine Ware kostenfrei abholen lassen und kann sich somit den Gang zum Pfandleiher ersparen. Erstmals muss der Pfandnehmer dem Pfandhaus mitteilen um welche Art von Luxusgut es sich handelt, damit das Pfandhaus den Beleihungswert abschätzen kann.²⁰¹

¹⁹⁹ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

²⁰⁰ Vgl. Alonso Rascado (2015), Interview, 20.01.2015

²⁰¹ Vgl. iPfand, Zugriff am 09.06.2015

Schritt 1 von 2:

Bitte beschreiben Sie Ihren Wertgegenstand:

Wertgegenstand 1

Art des Wertgegenstands	Uhren
Bezeichnung*	submariner
Hersteller	Rolex
Geschlecht	Herren
Gehäusematerial	Edelstahl
Zustand	gut
Modell / Referenznummer	166610
Baujahr	2013
Wunschbetrag in €	6000
Beschreibung	

☐ Ich kann mir einen Verkauf vorstellen
☒ Papiere vorhanden
☒ Originalverpackung

Abbildung 13: iPfand - Bewertungsformular²⁰²

Wie in Abbildung 13 klar ersichtlich wird, geht es bei dem Formular um die erste Einschätzung über die Höhe des Darlehenswertes. Hier muss der Kunde die Art des Wertgegenstandes angeben und diesen genau spezifizieren. Das Pfandhaus muss das genaue Model ausfindig machen und dessen Zustand schätzungsweise erfahren, um einen Darlehenswert schätzen zu können.²⁰³ Des Weiteren ist es auch von enormer Wichtigkeit ob bei der Luxusuhr beispielsweise, Papiere und Box vorhanden sind, da das Fehlen dieser beiden Sachen den Wert enorm mindert. Sehr wichtig hierbei ist auch noch zu wissen wie hoch der Wert ist den der Kreditnehmer für die verpfändete Ware gerne erhalten möchte. Wie in den Kapiteln zuvor gibt es hierfür natürlich diverse Gründe.²⁰⁴ Mit Hilfe dieses ersten Kontaktformulars, und der Annahme, dass alle

²⁰² Vgl. iPfand, Zugriff am 09.06.2015

²⁰³ Vgl. iPfand, Zugriff am 09.06.2015

²⁰⁴ Vgl. iPfand, Zugriff am 09.06.2015

Angaben hierbei wahrheitsgetreu ausgefüllt worden sind, kann der Pfandleiher bereits eine Wertschätzung und somit eine Darlehenshöhe ermitteln.²⁰⁵

- ✓ **Ihre Wertgegenstände wurden erfolgreich hinzugefügt.**
- ✓ Ein Pfandkredit in Höhe von bis zu **6.000,00 €** ist möglich

Schritt 2 von 2:

Ihre persönlichen Daten

 Ihre Daten werden ausschließlich für die Angebotserstellung verwendet.
Ihre Daten werden nicht an Dritte, SCHUFA oder Kreditinstitute übermittelt.

Sie haben bereits ein Konto?

Vorname

Nachname

Telefonnummer

Email

Passwort

Passwort wiederholen

☐ Ich habe die **DPKAG AGB's** gelesen und zugestimmt

Jetzt kostenlos & unverbindlich Anfragen

Abbildung 14: iPfand - abgeschlossene Bewertung²⁰⁶

Nachdem dann die Prüfung innerhalb von einigen Sekunden erfolgt ist, sind die Kontaktdaten des Kunden notwendig. Anhand von Abbildung 14 wird deutlich, dass die erbotene Summe des Kunden für den jeweiligen Pfandgegenstand akzeptiert wurde und nun nur noch die Kontaktdaten des Kunden benötigt werden um die weiteren Schritte der Beleihung einleiten zu können.²⁰⁷

Nachdem der Kunde seine Kontaktdaten preisgegeben hat und das Pfandgeschäft akzeptiert wird, wird die Ware folglich von iPfand kostenlos abgeholt und vor Ort bewertet. Nun wird geprüft ob die, von dem Kunden angegebenen, Angaben bezüglich des Wertgegenstandes der Wahrheit entsprechen. Hierbei wird natürlich auf Echtheit

²⁰⁵ Vgl. iPfand, Zugriff am 09.06.2015

²⁰⁶ Vgl. iPfand, Zugriff am 09.06.2015

²⁰⁷ Vgl. iPfand, Zugriff am 09.06.2015

und Zustand des Gutes geprüft. Wenn all dies, wie in dem Formular bereits ausgefüllt, zutrifft, wird das Geld von dem Online – Pfandhaus an den Kunden überwiesen.²⁰⁸

Nun hat der Kunde, ebenso wie bei einem physischen Pfandhaus, eine gewisse Laufzeit zur Verfügung in der er die anfallenden Zinsen und Gebühren zurückzahlen kann. Sobald der Kunde seinen laufenden Kredit zurückgezahlt hat, wird sein Wertgegenstand wieder zurückgeschickt. Der Transport enthält natürlich eine Versicherung, welche von dem online – Pfandhaus übernommen wird.²⁰⁹

6.2.2. Valendo

Bei Valendo handelt es sich um ein weiteres online – Pfandhaus. Bei dieser Firma wird klar ersichtlich, welche Strategie verfolgt wird um die Kunden von dem traditionellen Gedanken des Gangs zum Pfandleiher, für die modernere online – Version zu überzeugen.²¹⁰

Wie jedes Online – Geschäft muss die Firma den Kunden über den Preis für sich gewinnen. Jemand der die Wahl hat etwas in einem physischen Unternehmen zu erwerben bzw. eine Leistung für sein investiertes Geld zu bekommen, wird nicht dieselbe Leistung zu demselben Preis bei einem online – Unternehmen wahrnehmen. Die Gründe hierfür sind ziemlich eindeutig. Ein physisches Unternehmen bietet dem Kunden mehr Sicherheit und Seriosität. Man sieht dem Verkäufer ins Auge und erhält für sein Geld umgehend eine Leistung oder die gekaufte Ware.²¹¹

Bei online – Firmen gehen diese Art der Sicherheiten verloren, da sich der Kunde in einem virtuellen Unternehmen oder auch, wie in diesem Fall, in einem virtuellen Pfandhaus befindet. Der Kunde muss darauf vertrauen, dass er die Ware zugeliefert bekommt nachdem er die Bezahlung durchgeführt hat. Genauso ist es der Fall bei den online – Pfandhäusern. Der Kunde muss darauf vertrauen, dass er nach dem Versenden seiner Ware, wie vereinbart sein Geld bekommt. Diese Art von vertrauen gilt es nun als online – Firma für sich zu gewinnen.²¹²

²⁰⁸ Vgl. iPfand, Zugriff am 09.06.2015

²⁰⁹ Vgl. iPfand, Zugriff am 09.06.2015

²¹⁰ Vgl. Valendo, Zugriff am 09.06.2015

²¹¹ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

²¹² Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

Viele Firmen werben hierfür mit sogenannten Trusted Shop siegeln:²¹³



Abbildung 15: Trusted Shop – Siegel²¹⁴

Diese Art von Siegel soll dem Kunden eine gewisse Sicherheit und Seriosität zusichern. In Abbildung 15 sieht man, dass es sich hierbei um direkte Bewertungen von Kunden handelt die bereits in diesem Unternehmen eine Leistung empfangen haben. Diese können hier dann eine Bewertung für die verschiedensten Punkte abgeben wie für die Qualität, die Lieferung oder auch dem Preis der Ware.²¹⁵ Zusätzlich können sie auch einen Kommentar hinzufügen in dem sie ihre bisherigen Erfahrungen mit dem Unternehmen schildern. Viel wichtiger jedoch ist, dass Trusted Shops ein externes Unternehmen ist welches das betroffene Online – Unternehmen vorab Prüft, damit gewährleistet werden kann, dass es sich um ein ernstzunehmendes Unternehmen handelt.²¹⁶

Ein weiterer Punkt der von vielen online – Unternehmen angewendet wird ist die sicheren Bezahlung. Es ist heutzutage als online – Firma unabdinglich die Implementierung von PayPal außer Acht zu lassen. Bei PayPal handelt es sich um eine der sichersten Bezahlmethoden für den Kunden. Hierbei hinterlegt der Kunde seine Bankdaten bei PayPal. Nun kann der Kunde jederzeit über PayPal einkaufen

²¹³ Vgl. Trusted Shops, Zugriff am 09.06.2015

²¹⁴ Vgl. Trusted Shops, Zugriff am 09.06.2015

²¹⁵ Vgl. Trusted Shops, Zugriff am 09.06.2015

²¹⁶ Vgl. Trusted Shops, Zugriff am 09.06.2015

und muss sich keine Sorgen mehr darüber machen ob seine Bankdaten evtl. von einem dubiosen online – Shop gestohlen werden.²¹⁷

Das aller wichtigste jedoch, um einen Kunden für sich zu gewinnen und ihn von dem Gang in eine traditionelle Anlaufstelle abzubringen, geht über den Preis. Ein Kunde wird erst aufmerksam auf eine online – Lösung wenn dieses Unternehmen viel attraktivere Preise anbieten kann als ein physisches Konkurrenzunternehmen. Nur dann ist der Kunde gewöhnt die Risiken der Anonymität in Kauf zu nehmen.²¹⁸

Genau diese Strategie verfolgt somit Valendo. Das online – Pfandhaus wirbt damit, dass der komplette Ablauf der Verpfändung simpel und schnell erfolgt. Ebenso wie bei iPfand muss hier vorab ein Anfragenformular ausgefüllt werden:²¹⁹

Anfrage erstellen

Zielbetrag

0

EUR

Welche Darlehenssumme streben Sie an?

IHRE SACHWERTE

Titel

Bspw. Rolex Daytona, 5x Goldmünze Krügererrand, Cartier Brillantring

Geben Sie hier einen Namen an

ERFORDERLICH

Kategorie

Wählen Sie eine Kategorie für Ihren Sachwert

Wählen Sie die Kategorie

ERFORDERLICH

Beschreibung

Geben Sie hier objekt-spezifische Details (z.B. Legierung, Gewicht, Baujahr und Zustand) an. Je präziser Sie Ihren Sachwert beschreiben, desto schneller können wir Ihnen ein vorläufiges Angebot unterbreiten.

Geben Sie Ihre detaillierte Beschreibung ein

Bild des Sachwertes

Laden Sie ein Bild ihres Sachwertes hoch, um ein noch genaueres Angebot von Valendo zu erhalten.

Bild hier reinziehen oder klicken

Bitte laden Sie ein Foto des Sachwertes hoch, damit wir uns ein Bild machen können.

Abbildung 16: Valendo Anfrageformular²²⁰

Die Art des Anfrageformulars zielt nur darauf ab den genauen Wert des betroffenen Luxusgutes ermitteln zu können. Wie in Abbildung 16 ersichtlich, wird hierfür auch

²¹⁷ Vgl. PayPal, Zugriff am 09.06.2015

²¹⁸ Vgl. Schlöder (2015), Interview, 20.12.2014

²¹⁹ Vgl. Valendo, Zugriff am 09.06.2015

²²⁰ Vgl. Valendo, Zugriff am 09.06.2015

noch das hochladen eines Fotos angefordert. Dadurch kann direkt der Zustand des Luxusgutes ermittelt werden und es muss bei Erhalt der Ware, nicht mehr darauf gehofft werden dass die online abgegebenen Angaben des Kunden mit vollster Sorgfalt und vor allem der Wahrheit entsprechend, ausgefüllt wurden.²²¹

Der wichtigste Aspekt jedoch, mit dem besagte online – Pfandhäuser versuchen die Kunden für sich zu gewinnen, liegt durchaus bei dem aufschlagen der Zinsen und Gebühren.²²²

Wie in den Kapiteln zuvor bereits erwähnt liegt die Höhe der zu Zahlenden Zinsen und Gebühren bei traditionellen Pfandhäusern zwischen 3% bis 5%. Online – Pfandhäuser sind somit gewählt die Kosten so niedrig anzusetzen, dass es sich für die Kunden lohnt diese Art der online – Dienstleistung wahrzunehmen. Deshalb liegt die Höhe der Zinsen und Gebühren bei Pfandhäusern wie Valendo zwischen 1% bis 3%. Auf Grund eines aktuellen Angebotes des online – Auktionshauses, fallen bei der Inanspruchnahme eines Darlehens keine Gebühren an, wobei sich somit die Mehrkosten des Kunden momentan bei einem Prozent des gewährten Darlehenswertes befinden.²²³

Somit ist ganz klar ersichtlich wie das Auktionshaus versucht sein Angebot so attraktiv wie nur möglich zu gestalten. Die Ware kann mit einer einfachen Online – Anfrage bewertet werden und ein Darlehenswert kann in kürzester Zeit ermittelt werden. Daraufhin wird die Ware kostenfrei bei dem Kunden zu Hause abgeholt und auch, nach Ablauf der Pfandlaufzeit, kostenfrei wieder zu Hause abgeliefert.²²⁴ Die Überweisung des Geldes erfolgt nach endgültiger Prüfung der Ware, wenn diese vor Ort nochmal von dem Pfandhaus überprüft wird. Nach insgesamt 2 bis 3 Tagen sollte die Höhe des Darlehenswertes auf dem Bankkonto des Kunden überwiesen sein. Für diese Dienstleistung werden dem Kunden im Normalfall Zinsen und Gebühren verrechnet in Höhe von 1% bis 3%.²²⁵

²²¹ Vgl. Valendo, Zugriff am 09.06.2015

²²² Vgl. Valendo, Zugriff am 09.06.2015

²²³ Vgl. Valendo, Zugriff am 09.06.2015

²²⁴ Vgl. Valendo, Zugriff am 09.06.2015

²²⁵ Vgl. Valendo, Zugriff am 09.06.2015

7. Conclusio

Nach ausgiebiger Analyse über den Einfluss des Internets auf die physischen Pfandhäuser haben sich diverse Vorteile sowie auch einige Risiken herauskristallisiert. Das wesentliche und vor allem wichtigste in diesem Bereich ist es die Zeit nicht aus den Augen zu verlieren und immer offen zu sein für innovative Zeiten.

Wie im Laufe der Arbeit bereits gesehen ist es enorm wichtig das Internet effizient und in einem gewissen Rahmen zielführend zu Nutzen. Heutzutage wird so gut wie jegliche Art der Erstinformation über das Internet bzw. im Konkreten über die Online – Suchmaschine „Google“ gewonnen. Aus diesem Grund ist es enorm wichtig dass die Pfandhäuser auf diesen Zug aufspringen und ihr Online – Marketing verstärkt forcieren. Im Laufe der Zeit hat die Relevanz des traditionellen Marketings immer mehr an Stärke verloren und es ist das Web – Marketing welches auf der Überholspur ist.

Die Generation der Pfandkreditnehmer verschiebt sich immer weiter nach hinten, was bedeutet, dass die Pfandkreditkunden von Morgen, die Internetnutzer von Heute sind. Momentan gibt es noch eine große Gruppe von Kunden die nicht so stark von dem Internet beeinflusst werden. Jedoch vergeht die Zeit wie im Flug und in einigen Jahren wird die Hauptzielgruppe der traditionellen Pfandhäuser, die Art von Kunden sein welche jegliche Art von Informationen aus dem Internet suchen.

Genau diese Zeiten gilt es effizient vorzubeugen um genau dann so relevant im Netz zu sein dass das Pfandhaus von allen Nutzern spürbar wahrgenommen wird. Sollte dies nicht der Fall sein, kann es passieren dass sich etablierte Online – Pfandhäuser, welche momentan noch absolut in den Startlöchern stecken, den physischen Pfandhäusern langsam aber sicher, den Schneid abkaufen werden.

Die Hauptgefahr stellen die bis dahin eventuell etablierten Online – Pfandhäuser dar. Auch hier gibt es jedoch noch viel Optimierungsbedarf. Generell ist die Idee der Pfandhäuser eine gute Geschäftsidee, die jedoch noch einige Mängel aufweist die es zu beseitigen gilt.

Ein großer Vorteil ist durchaus die Anonymität. Viele Menschen scheuen sich vor dem ersten Gang in das Pfandhaus und schämen sich was andere Menschen darüber denken könnten, da es ja offensichtlich ist, dass jemand der ein Pfandhaus betritt, in gewisser Weise einen finanziellen Engpass durchlebt. Dies ist ein Punkt der durch die

Online – Auktionshäuser, wie iPfand oder Valendo vollkommen beseitigt wurde. Der Kunde bleibt für die Außenwelt unerkant und muss sich nicht den urteilenden Blicken anderer Mitmenschen aussetzen.

Der nächste positive Aspekt ist durchaus die Einfachheit des Ablaufs. Der Kunde kann einfach und schnell seine Ware von zu Hause aus bewerten lassen und kann dann gemütlich von seinem Wohnzimmer aus entscheiden ob er den Pfandkredit wahrnehmen möchte oder nicht. Bei einem physischen Pfandhaus hingegen muss vorerst der Gang in die Räumlichkeiten des Leihhauses gewagt werden um letztlich den Darlehen eventuell gar nicht zu beanspruchen.

Der wesentliche Vorteil jedoch liegt wahrscheinlich in dem Potential des Geschäftsmodells. Die jüngere Generation von Heute ist der Kunde des Pfandhauses von Morgen. Wenn die Pfandhäuser es geschafft haben bis dahin eine relevante kritische Masse an Kunden für sich zu gewinnen durch gezieltes Online – Marketing, kann sich hier durchaus ein sehr lukratives Geschäft etablieren.

Jedoch gibt es auch viele Punkte die ein Online – Pfandhaus nicht zusichern werden kann. Anders als bei einem physischen Pfandhaus ist es bei einem onlinebasierten Pfandhaus unmöglich das Darlehen umgehend auszuzahlen. Der Zeitraum von der Anfrage des Kunden bis hin zur Darlehnsüberweisung kann bis zu drei Tagen dauern. Die meisten Kunden jedoch, die einen Pfandkredit benötigen, brauchen diesen umgehend. Aus diesem Grund ist das Geschäftsprinzip der Pfandhäuser anders als dessen der Banken. Hier wird einzig und allein der Wertgegenstand bewertet und umgehend dafür ein Darlehen gewährt. Dies kann durch Pfandhäusern wie iPfand oder auch Valendo nur schwer gewährleistet werden wird.

Das nächste Problem ist, dass bei dieser Art von Pfandhäusern, nur Luxusgüter gepfändet werden. Somit geht den online – Pfandhäusern eine große Gruppe von Kunden verloren und zwar diese, welche Darlehen von unter 200 Euro anfragen. Diese Kunden werden hier nicht berücksichtigt, denn sonst würden die Kosten des Transports und der anfallenden Versicherungen den Darlehnswert übersteigen.

Der wichtigste Punkt jedoch um ein lukratives Geschäftsmodell in der Zukunft zu sichern zu können liegt bei dem Erlösmodell. Dadurch dass die Online – Pfandhäuser geringere Zinsen aufschlagen als physische Pfandhäuser, sind sie auf eine große Menge an Pfandkrediten angewiesen. Die Kosten eines solchen Pfandhauses sind

nämlich insofern größer, dass hier der Versand noch von dem Pfandhaus bezahlt werden muss und die anschließend anfallenden Aufbewahrungskosten sowie Versicherungen auch noch hinzukommen. Wenn man dies berücksichtigt ist ein online – Leihhaus auf eine breite Masse an Kunden angewiesen ansonsten wird es enorm problematisch mit diesem Geschäftsmodell auf Dauer zu überleben.

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass sich durch das enorme Wachstum des Internetnutzens viele Vorteile für physische Pfandhäuser geboten haben, die es durchaus zu nutzen gilt. Jedoch gibt es auch einige Gefahren die es nicht zu unterschätzen bedarf. Diesen Gefahren sollte man effektiv entgegensteuern indem man das Internet dafür Zielführend einsetzt. Hier spielen Maßnahmen des Web – Marketings eine essenzielle Rolle um dieses Ziel zu erreichen und den entstandenen Konkurrenzfirmen, die Online – Pfandhäuser, auch in Zukunft den Rang abzulaufen.

Definitiv sollten die physischen Leihhäuser jedoch die aktuell noch wachsende und somit junge Branche der Online - Auktionshäuser nicht unterschätzen, denn das Potenzial, auf Grund der Evolution des Internetverhaltens der Menschen ist ein Aspekt welcher diesen Unternehmen zugutekommt und in einigen Jahren durchaus ein größeres Problem für physische Pfandhäuser darstellen kann.

Literatur

Bücher

Atwood, M.: Payback: Schulden und die Schattenseite des Wohlstands, Piper Verlag GmbH, 2014, Berlin

Damrau, J. : Pfandleihverordnung; Kommentar zur Pfandleihverordnung und zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Pfandkreditgewerbe, Verlag W. Kohlhammer GmbH, 2005, Stuttgart

Dischinger, N.: Leihhauskarrieren in Deutschland; vom Umgang mit Geld und Vermögen. Arm und doch Vermögend. Analyse der Motivation von Pfandkreditnehmern, Tactum Verlag, 2005, Marburg

Dischinger, N.; Thießen, F.: Armut und Kreditgeschäft; Der Pfandkredit zwischen Anspruch und Wirklichkeit, LIT Verlag, 2006, Hamburg

Gärtner, F.: Erfolgsfaktoren bei Online-Auktionen, Diplomica Verlag, 2008, Hamburg

Hagemüller, A.: Erfolgsfaktoren für Web 2.0 Applikationen, Books on Demand Verlag, 2008, Norderstedt

Heese, L.: Geld verdienen mit Online Auktionen, Books on Demand Verlag, 2002, Norderstedt

Lindemann, T.: Suchmaschinenoptimierung & Online – Marketing, Books on Demand Verlag, 2011, Norderstedt

Schmidt-Glintzer, H.: Geschichte Chinas bis zur mongolischen Eroberung 250 v.Chr.-1279 n.Chr., Verlag Oldenbourg, 1999, München

Online-Quellen

Das Statistik-Portal: „Anteil der Internetnutzer in ausgewählten Ländern Europas im Jahr 2014“, <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/184636/umfrage/internetreichweite-anteil-der-nutzer-in-europa/>, [Zugriff: 15.05.2015]

Edelmetall Zentrum 1880: „Geschichte des Pfandgeschäfts“, <http://www.graz-gold-ankauf.at/pfandhaus-am-hauptplatz/%C3%BCber-uns/entstehung-der-pfandh%C3%A4user/>, [Zugriff: 27.03.2015]

Google: „Ranking eines Suchbegriffes“, https://www.google.at/search?q=leihhaus+alonso+facebook&ie=utf-8&oe=utf-8&gws_rd=cr&ei=yupmVf6IM8KtU4DPgOgN#q=g%C3%BCnstigster+pfandkredit, [Zugriff: 28.05.2015]

Google Analytics: „Absprungrate des Leihhaus – Alonso“, <https://www.google.com/analytics/web/?hl=de&pli=1#report/visitors-overview/a56053296w89417831p92923340/%3Foverview-graphOptions.primaryConcept%3Danalytics.bounceRate%26overview-dimensionSummary.selectedGroup%3Ddemographics%26overview-dimensionSummary.selectedDimension%3Danalytics.country/>, [Zugriff: 02.06.2015]

Google Analytics: „Demografische Merkmale“, <https://www.google.com/analytics/web/?hl=de&pli=1#report/visitors-overview/a56053296w89417831p92923340/%3Foverview-graphOptions.primaryConcept%3Danalytics.visits%26overview-dimensionSummary.selectedGroup%3Ddemographics%26overview-dimensionSummary.selectedDimension%3Danalytics.country/>, [Zugriff: 02.06.2015]

Hamburger Morgenpost: „Blitz-Kredit aus dem Pfandleihhaus“, <http://www.mopo.de/geld/-blitz-kredit-aus-dem-pfandleihhaus,5066776,21485092.html>, [Zugriff: 7.05.2015]

iPfand (Online – Pfandhaus): „so funktioniert iPfand“, <https://www.ipfand.de/so-funktioniert-ipfand>, [Zugriff: 09.06.2015]

iPfand (Online – Pfandhaus): „Beleihung ermitteln“, https://www.ipfand.de/anfrage?_s=1, [Zugriff: 09.06.2015]

Leihhaus Alonso: „Online – Bewertung“, <http://leihhaus-alonso.sem4equity.de/online-pfandhaus/>, [Zugriff: 20.05.2015]

Leihhaus Alonso: „wir beleihen“, <http://www.leihhaus-alonso.de/wir-beleihen/>, [Zugriff: 18.05.2015]

Leihhäuser Max Walter: „Wie funktioniert ein Leihhaus“, <http://www.leihhaus-walther.de/wie-funktioniert-ein-leihhaus.html>, [Zugriff: 7.05.2015]

Leihhaus Walther: „Pfandscheinrechner“, <http://www.leihhaus-walther.de/pfandscheinrechner.html>, [Zugriff: 19.05.2015]

PayPal: „Was ist PayPal“, <https://www.paypal.com/at/webapps/mpp/what-is-paypal>, [Zugriff: 09.06.2015]

Pfandleihhaus-Ratgeber: „Wie funktioniert eigentlich ein Pfandhaus?“, <http://www.pfandleihhaus-ratgeber.de/pfandkredit-tipps.html>, [Zugriff: 26.03.2015]

Pfandhaus-Ratgeber: „Das erste Pfandhaus“, http://www.pfandhaus-ratgeber.de/Das_erste_Pfandhaus.html, [Zugriff: 27.03.2015]

Statista das Statistik – Portal: „Anzahl der monatlich aktiven Facebook-Nutzer weltweit von 2008 bis zum 1. Quartal 2015“, <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/37545/umfrage/anzahl-der-aktiven-nutzer-von-facebook/>, [Zugriff: 28.05.2015]

Statista das Statistik – Portal: „Umsätze mit mobiler vs. stationärer Onlinewerbung in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2018“, <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/244871/umfrage/umsaetze-mit-internetwerbung-in-deutschland-nach-segmenten/>, [Zugriff: 28.05.2015]

Trusted Shops: „Gütesiegel“, <http://www.trustedshops.at/>, [Zugriff: 09.06.2015]

Trusted Shops: „Käuferschutz“, <http://www.trustedshops.at/guetesiegel/kaeuferschutz.html>, [Zugriff: 09.06.2015]

Valendo (Online – Pfandhaus): „Darlehensvergabe“, <https://www.valendo.de/products/sachwertdarlehen>, [Zugriff: 09.06.2015]

Valendo (Online – Pfandhaus): „Anfrageformular“, <https://www.valendo.de/signups/new>, [Zugriff: 09.06.2015]

WAZ: „was ist eigentlich eine App?“, <http://www.derwesten.de/wirtschaft/digital/was-ist-eigentlich-eine-app-id3789986.html>, [Zugriff: 19.05.2015]

Interview

Alonso Rascado, Manuel (2015): Wie wurde das traditionelle Pfandgeschäft durch das Internet beeinflusst und welche Rolle spielen dabei konkurrierende Online – auktionen – Plattformen, Geschäftsführer der Firma, Brückstraße 56, Dortmund, 44135, 20.01.2015, durchgeführt von Julio Alonso Ferrer.

Schlöder, Tim (2014): relevanz des Online – Marketings für Unternehmen, Geschäftsführer der Firma Sem4equity, Gotenstraße 12, Strasslach (München), 82064, 20.12.2014, durchgeführt von Julio Alonso Ferrer

Lebenslauf

CURRICULUM VITAE

1994 - 1998	Kerschensteiner Grundschule, Joseph-Cremer-Straße 25 44141 Dortmund
1998 - 2007	Käthe – Kollwitz – Gymnasium, Erzbergerstraße 1, 44135 Dortmund,
2008 - 2013	BWL Bachelor Studium an der Universität Wien, Abschluss Bachelor of Science
ab 2013	IBWL Master Studium an der Universität Wien

Berufliche Erfahrung

Februar 2006 – April 2006	Juwelier Rüschenbeck, Westenhellweg 45, 44137 Dortmund
Februar 2008 – April 2008	National – Bank Dortmund, Kampstraße 44, 44137 Dortmund
Juli 2009 – September 2009	Brandmeier & Kollegen Steuerberatungsgesellschaft mbH, Lindemannstr. 79, 44137 Dortmund
Seit Februar 2015	Selbstständig mit der Firma, Buyluxury GmbH, Buyluxury.de, Kalvarienberggasse 12/2, 1170 Wien