

Sinn und Unsinn eines Internet-Museumshops am Beispiel des



LEOPOLD MUSEUM **SHOP**

Museum Shop Management Handels- und Betriebsges.m.b.H.

ist ein gemeinsames Unternehmen der
Museum Services und der **Pro&Co-Gruppe**.

Museum Services ist ein führendes österreichisches Consulting Unternehmen für alle Aspekte des modernen Museums-Managements und Marketing.

Die Pro&Co Gruppe umfasst Österreichs 4.-größte Full-service PR-Agentur und die grösste österreichische Internet Agenturgruppe



- **Das Leopold Museum**

mit Hauptwerken von Egon Schiele, Gustav Klimt, Oskar Kokoschka, Alfred Kubin, Richard Gerstl u.a., nimmt im Rahmen des neuen Wiener Museums Quartiers eine zentrale Position ein. Das Leopold Museum zieht jährlich ca. 350.000 Besucher an.

- **Museum Shop Management**

betreibt den Shop und den Vertrieb von Produkten rund um die Sammlung Leopold.

- **Der Leopold Museum Shop**

eröffnete am 22. September 2001 auf einer Fläche von 200 qm. Der Shop erzielt einen Jahresumsatz von ca. 1 Mio.€



LEOPOLD MUSEUM SHOP



museums
and the
internet





LEOPOLD MUSEUM SHOP



museums
and the
internet



Museumshop versus Kunstgenuss?

Es wird heute nicht mehr in Frage gestellt, ob ein Museum einen Shop benötigt oder nicht, in der Zwischenzeit gilt es als selbstverständlich und unverzichtbar.

Der Museumshop ist:

Imageträger des Museums

Träger des Museums-Marketing

Teil der Museums-Finanzierung



LEOPOLD MUSEUM SHOP



museums
and the
internet





LEOPOLD MUSEUM SHOP



museums
and the
internet



Was macht einen guten Museumshop aus?

- **Erfüllung eines unmittelbaren Bedarfes**
Der Museumsbesuch ist ein Erlebnis. Besucher entwickeln auch den Wunsch, eine Erinnerung oder ein Geschenk mit nach Hause zu nehmen.
- **Pädagogischer Nutzen**
Der Museumshop kann die Fortsetzung des „Bildungsauftrages“ vom Museum erfüllen, z.B.: durch die geeignete Auswahl an Literatur etc.
- **Waren, die "eine Geschichte erzählen"**
Museumshopprodukte unterscheiden sich von Kaufhausware nur durch ein einziges Merkmal: Sie haben Charakter, sie "erzählen eine Geschichte".
- **Impulscharakter**
Man kommt nicht mit der Absicht in das Museum, dort einzukaufen. Der Kauf ist daher immer ein Impulskauf. Das Produkt muss einfach und doch einmalig sein.
- **Emotionaler Nutzen:** Spaß, Prestige, Qualität, Wert, Tradition ...

Was macht einen guten Internetshop aus?

- **Professionalität**

Auf Grund der unübersichtlichen und teilweise unseriösen Angebote im Internet, ist es besonders in diesem Bereich wichtig, auf Professionalität im Auftritt zu achten. Die ausgereifte grafische Gestaltung ist dazu ein dienliches Mittel.

- **Sicherheit und Vertrauen**

Der „amazon“-geschulte User erkennt sofort, ob eine Seite „seriös“ ist oder nicht. Es ist daher auf Sicherheitsmerkmale zu achten, die mit der Verschlüsselung von Datenübertragung zu tun haben, aber auch mit der Erfüllung der Mindeststandards betreffend die allgemeinen Geschäftsbedingungen und üblichen Usancen im Internet.

- **Die Summe der Kleinigkeiten**

In der Verwendung der Seite geht es dann um die Summe von Kleinigkeiten, die den User zum Verbleib einladen, dazu gehören: Geschwindigkeit beim Aufbau der Seite, Suchmöglichkeiten, die sowohl die spezielle Suche zulassen, als auch das „vorsortieren“ des Angebots bieten. Die Übersichtlichkeit der Navigation und die einfache Verwendung von Bestelltools.

Was macht einen guten Museumshop im Internet aus?

- Impulscharakter
- Erfüllung eines unmittelbaren Bedarfes
- Waren, die "eine Geschichte erzählen,,
- Emotionale Nutzen
- Pädagogischer Nutzen
- Professionalität
- Sicherheit und Vertrauen
- Die Summe der Kleinigkeiten
- Zusatznutzen

Warum kauft man in einem Museumshop im Internet ein?

- Der Kunde war im Museum, hat aber bei seinem Besuch aus verschiedenen Gründen nicht gekauft.
- Der Kunde war im Museum und hat im Shop gekauft, möchte aber noch einmal nachkaufen.
- Der Kunde sucht Produkte zu einem ganz bestimmten Künstler und/oder einer Periode.
- Der Kunde sucht etwas Besonderes mit dem Gütesiegel "Museum" (z.B.: Metropolitan Museum, Louvre etc.)

Ihr Einkauf 	Bücher, DVDs, Videos	Kunst & Design Objekte	Kunstkarten & Drucke	Schreibwaren & Spiele	Mode & Accessories
	Home	Schmuck	Kunst im Alltag	Kind & Kunst	Museum Design

- Künstler
- Kollektion
- Bestseller
- Geschenke
- Newsletter
- Kontakt
- Links
- Shop Information
- Management
- Firmenkunden



Das Leopold Museum präsentiert die weltweit größte Sammlung der Werke Egon Schieles und Hauptwerke von Gustav Klimt, Oskar Kokoschka u. a. m.

Dieser Online-Museum Shop bietet Ihnen mehr als 600 der beliebtesten Museumsprodukte aus der Sammlung und aus europäischer und österreichischer Kunstgeschichte. Viel Vergnügen beim Browsen und Einkaufen – **wir versenden weltweit!**

Der Leopold Museum Shop im Leopold Museum im Museumsquartier ist täglich, außer Dienstag, von 10:00 Uhr bis 19:00 geöffnet, am Freitag bis 21:00.

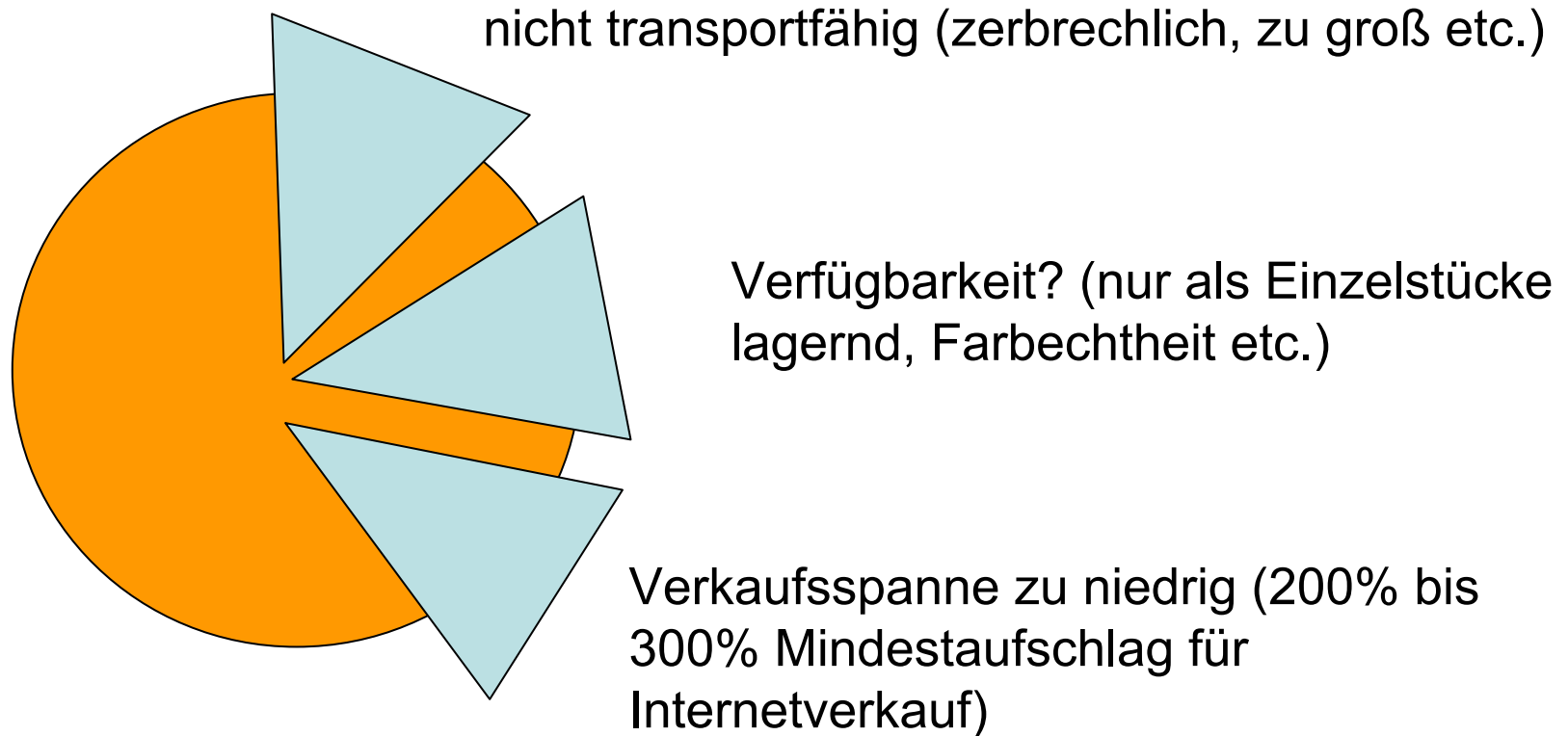
Unsere **Allgemeinen Geschäftsbedingungen**

Was ist bei der Umsetzung zu beachten?

- **Schritt 1:**
Auswahl des Produktsortiments für den Internetshop
- **Schritt 2:**
Systematisierung und Klassifizierung des Sortiments
- **Schritt 3:**
Textliche und bildliche Aufarbeitung des Sortiments
- **Schritt 4:**
Auswahl der geeigneten technischen und kreativen Partnerfirmen
- **Schritt 5:**
Regelung aller logistischen und organisatorischen Voraussetzungen für den Betrieb des Internetshops

Schritt 1:

Auswahl des Produktsortiments



Schritt 2:

Systematisierung des Sortiments

- Nach Produktgruppen
- Nach Perioden
- Nach Künstlern
- Nach Preisklassen (unter 25 €, über 25 € ...)
- Nach Geschenktypen (Kinder, für Sie, für Ihn...)
- Nach Bestsellern

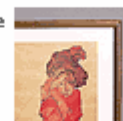
Ihr Einkauf 	Bücher, DVDs, Videos	Kunst & Design Objekte	Kunstkarten & Drucke	Schreibwaren & Spiele	Mode & Accessories
	Home	Schmuck	Kunst im Alltag	Kind & Kunst	Museum Design

- Künstler
- Kollektion**
- Bestseller
- Geschenke
- Newsletter
- Kontakt
- Links
- Shop Information
- Management
- Firmenkunden

Leopold Museum Shop Kollektion

Die Leopold Museum Shop Kollektion basiert auf Hauptwerken der Sammlung Leopold, ergänzt um besondere Museumsprodukte aus europäischer und österreichischer Kulturtradition.


Bücher, DVDs, Videos
[» zeigen](#)

Kunst & Design Objekte
[» zeigen](#)

Kunstkarten, Drucke, Poster
[» zeigen](#)

Schmuck
[» zeigen](#)

Mode & Accessories
[» zeigen](#)

Schreibwaren & Spiele
[» zeigen](#)

Kunst im Alltag
[» zeigen](#)

Kind und Kunst
[» zeigen](#)

Leopold Museum Design
[» zeigen](#)

Schritt 3:

Aufarbeitung des Sortiments

Der umfangreichste und arbeitsintensivste Teil des Aufbaus eines Museumshops im Internet ist die Erfassung aller Bild-, Text- und Qualitätsmerkmale pro Produkt.

- Folgendes sollte erfasst werden:
- Artikelnummer
- Produktname (dt, engl)
- beschreibender Produkttext (dt, engl)
- Preis
- MwSt.-Satz (in A: 10% oder 20%)
- Qualitätsbeschreibung (Maß, Gewicht, Material etc.)
- Klassifizierungszugehörigkeit (Künstler, Geschenktyp, Produktgruppe etc.)
- „ähnliche Produkte“
- Links (zu Künstlern)
- Bild (in zwei Formaten, klein und groß)

Ihr Einkauf

[Bücher, DVDs, Videos](#)[Kunst & Design Objekte](#)[Kunstkarten & Drucke](#)[Schreibwaren & Spiele](#)[Mode & Accessories](#)[Home](#)[Schmuck](#)[Kunst im Alltag](#)[Kind & Kunst](#)[Museum Design](#)[Künstler](#)[Kollektion](#)[Bestseller](#)[Geschenke](#)[Newsletter](#)[Kontakt](#)[Links](#)[Shop Information](#)[Management](#)[Firmenkunden](#)

(2) Teddybär Leopold Museum, rot

Artikelnummer: 03215-2

Stoff | 220 mm, 100g

Euro 13,50 | Dollar 14,85

Der Preis inkludiert 20% UST

Ein herziger, kuscheliger kleiner Teddy im Pullover, mit dem man sich nie mehr alleine fühlt. Ein besonders herzliches Geschenk für Freunde und Freundinnen.

[» in den Warenkorb](#) | [zurück](#)[» Spiele](#) | [» 0-5 Jahre](#) | [» 6-10 Jahre](#) | [» 901](#)

Ähnliche Produkte:

[» \(1\) Teddybär Leopold Museum, blau](#)

Schritt 4:

Auswahl der geeigneten technischen und kreativen Partnerfirmen und ...

- **Arbeitsgruppe:**
- Verantwortlicher des Museumshops
- Konzept und Umsetzung
Internetprogrammierung

unique computing solutions gmbh

Löwengasse 2/8
A-1030 Wien
t: +43 1 7182121 0
f: +43 1 7182121 90

office@ucs.at
www.ucs.at

- Grafik/ Photo **atelier olschinsky**
Gonzagagasse 9
A- 1010 Wien
t. +43 1 535 67 62
atelier@olschinsky.at

Schritt 4:

... Erarbeiten einer Ablaufplanung

- Festlegung eines detaillierten Zeit- und Aufgabenplans!
- Festlegung des Workflows und der Berechtigungsstufen für die Betriebsphase:
 - Wer ist berechtigt, neue Produkte anzulegen?
 - Wer ist berechtigt, diese ins Netz zu stellen und freizuschalten?
 - Wer ist berechtigt, Preise zu ändern?
 - Wer soll Bestellungen abwickeln, wer soll in den Bestellstatus Einblick nehmen dürfen?

...FILE::



...FILE::



Euro ...Real::

Verkäufer Preis in Euro ...Real::

List::

...Einheit für Wiederverkäufer ...Number::

...deutsch ...Text, maximum length 500::

(da es sich um ein Naturmaterial handelt, kann die Farbgebung unterschiedlich sein)

...englisch ...Text, maximum length 500::

(natural material)

...deutsch ...Text, maximum length 500::

Schritt 5:

Regelung aller logistischen und organisatorischen Voraussetzungen für den Betrieb des Internetshops

Der Versand von Produkten stellt besondere Anforderungen an Personal, Buchhaltung und Lagerlogistik

- **Alle Abläufe müssen überprüft und durchdacht werden:**
- Kaufvorgang (Warenkorb)
- Zahlungsmodalitäten per Kreditkarten
- Verfügbarkeit von geeignetem Verpackungsmaterial
- Kooperation mit Logistikern (UPS, DHL ...)
- Kalkulation und Pauschalierung von Transportkosten und Versandpauschalen
- Erstellung von allgemeinen Geschäftsbedingungen, nach den internationalen Usancen und den lokalen Konsumentenschutzgesetzen (Rücktritts- und Rückgaberecht etc.)

Versand- und Verpackungspauschale (Tarife in €):

INLAND ÖSTERREICH

bis 2 kg normal (ca. 21 Werktage) 6,00

bis 2 kg schnell (ca. 7 Werktage) 8,50

bis 5 kg normal (ca. 21 Werktage) 7,00

bis 5 kg schnell (ca. 7 Werktage) 11,50

bis 10 kg normal (ca. 21 Werktage) 8,00

bis 10 kg schnell (ca. 7 Werktage) 14,50

EUROPA

bis 2 kg normal (ca. 21 Werktage) 16,50

bis 2 kg schnell (ca. 10 Werktage) 41,50

bis 5 kg normal (ca. 21 Werktage) 18,50

bis 5 kg schnell (ca. 10 Werktage) 54,50

bis 10 kg normal (ca. 21 Werktage) 23,50

bis 10 kg schnell (ca. 10 Werktage) 76,50

REST WELT (AMERIKA, JAPAN, AUSTRALIEN)

bis 2 kg normal (ca. 30 Werktage) 21,50

bis 2 kg schnell (ca. 14 Werktage) 30,50

bis 5 kg normal (ca. 30 Werktage) 34,50

bis 5 kg schnell (ca. 14 Werktage) 56,50

bis 10 kg normal (ca. 30 Werktage) 56,50

bis 10 kg schnell (ca. 14 Werktage) 100,50

5. Fälligkeit und Zahlung, Verzug

Unsere Rechnungen sind vor Beginn der Lieferfrist zu begleichen. Der Besteller kann den Kaufpreis nur per Kreditkarte bezahlen. Wir akzeptieren Euro Card/ Master Card, Visa, JCB, Diners und American Express.

Einzelne Preisänderungen bleiben vorbehalten. Sollten Importabgaben fällig werden, gehen diese zu Lasten des Bestellers. Bei Verkäufen an Kunden außerhalb der EU fällt keine Umsatzsteuer an, diese müssen aber die jeweiligen nationalen Einfuhrabgaben entrichten. Bei Verkäufen an Unternehmen innerhalb der EU fällt unter Nachweis der UID keine österreichische Umsatzsteuer an, diese haben dafür die Umsatzsteuer in ihrem Heimatstaat zu entrichten.

6. Eigentumsvorbehalt

Bis zur vollständigen Begleichung aller gegen den Besteller bestehenden Ansprüche verbleibt die gelieferte Ware im Eigentum von Museum Shop Management Handels- und Betriebsges.m.b.H.

7. Gewährleistung und Haftung

Die Haftung für allfällige Mängel der Kaufsache richtet sich nach den gesetzlichen Gewährleistungsvorschriften. Der Verkäufer ist jedoch zunächst jedenfalls zum Austausch bzw. Ersatz des Fehlenden berechtigt. Ein Preisminderungsanspruch kann erst nach fruchtlosem Ablauf einer angemessenen Verbesserungsfrist begehrt werden. Die mangelhafte Ware ist vom Kunden unverzüglich zurückzusenden. Für darüber hinausgehende

	Bücher, DVDs, Videos	Kunst & Design Objekte	Kunstkarten & Drucke	Schreibwaren & Spiele	Mode & Accessories
	Home	Schmuck	Kunst im Alltag	Kind & Kunst	Museum Design

>> Einkaufswagen

Es sind derzeit folgende Artikel in Ihrem Warenkorb

Artikel (inkl.USt)	%USt	Preis(EUR) inkl.USt.	Preis(USD) inkl.USt.	Anzahl	
MQ Salz & Pfefferstreuer	20	69,00	75,90	<input type="text" value="1"/>	[Löschen]
Zwischensumme inkl.USt.:		69,00	75,90		
enthaltene USt (20%):		11,50	12,65		

[Zwischensumme aktualisieren]

[<< Einkauf fortsetzen <<]

[>> Zur Kassa >>]

>> [Einkaufswagen](#) >> [Angaben zu Ihrer Bestellung](#)

Bitte füllen Sie folgende Felder zur Bearbeitung Ihrer Bestellung und Verrechnung aus

Felder, die mit einem * gekennzeichnet sind, müssen ausgefüllt werden

*Vorname	<input type="text"/>
*Nachname	<input type="text"/>
*Email	<input type="text"/>
Firmenname	<input type="text"/>
*Strasse & Hausnummer	<input type="text"/>
*Postleitzahl	<input type="text"/>
*Stadt	<input type="text"/>
*Land	<input type="text"/>
Telefonnummer für Rückfragen	<input type="text"/>
*Versandart [Information]	standard (bis zu ca. 21 Werktage in Europa, bis zu ca. 30 Werktage im Rest d. Welt) <input type="text"/>
*Verrechnungswährung:	Euro <input type="text"/>

Zahlungsweise

*Kreditkarte	Visa <input type="text"/>	*Kartennummer	<input type="text"/>
*Gültig bis	01 <input type="text"/> 2002 <input type="text"/>	*Name des Karteninhabers	<input type="text"/>

[<< Zurück <<]

[>> Weiter zur Überprüfung Ihrer Bestelldaten >>]

Fehler und Missverständnisse

- **Während der Entstehungsphase:**
- Oft sind unterschiedliche „Sprachcodes“ eine Quelle von Missverständnissen, mögliche Abhilfe schaffen Klickdummis, wo Abläufe kontrolliert und überprüft werden können.
- Testphasen im halbfertigen Zustand besonders ernst nehmen und ausreichend Zeit investieren.

- **Während der Betriebsphase:**
- Frequenz auf der Seite kommt nicht von selbst! Eine Fülle von Maßnahmen ist erforderlich, um auf die Seite aufmerksam zu machen, z.B.: Verlinken, Suchmaschineneinträge, Synergien nutzen (Adresse auch im Shop publik machen), Werbebannerschaltungen, **ÖFFENTLICHKEITSARBEIT!**
- Die Produktentwicklung im Museumshop und im Internetshop sollte immer konform gehen. So müssen zum Beispiel Preisänderungen gleichzeitig in beiden Shops vollzogen werden, oder Produkte, die nicht mehr lieferbar sind, müssen auch im Internet aus dem Sortiment entfernt werden.

Ein paar Zahlen aus den Museumshops

- Umsatz pro Besucher des Museums:
2,8 € bis 3,5 € (1Mio € auf 350.000 Besucher/Jahr)
- Umsatz pro Besucher im Internet:
0,30 € bis 0,40€ (bei 10.000 Besuchen/6 Monaten)
- Umsatz pro Käufer im Shop:
16 € bis 20 €
- Umsatz pro Käufer im Internet:
60 € bis 70 €
- **Kosten/Nutzen?**
Investitionskosten
laufender Verwaltungsaufwand
Bewerbung und Öffentlichkeitsarbeit
versus Imagegewinn

Besuchen Sie uns im Web

www.leopoldmuseumshop.com

oder in Wien im Museums Quartier im



LEOPOLD MUSEUM **SHOP**



museums
and the
internet

