

HEYFAQ

FREQUENTLY ASKED QUESTIONS

Auf den folgenden Seiten finden Sie häufig gestellte Fragen, die Ihnen bei der Bearbeitung von verschiedenen Themen helfen können. Sollten darüber hinaus weitere Rückfragen bestehen, können Sie sich gerne jederzeit an Ihren Onboarding- oder Partnermanager wenden.

Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeines	4
2. Content.....	5
2.1. Artikeldaten	7
2.2. Artikelbilder	11
2.3. Artikelpreise	12
2.4. Systemhandhabung iPIM und iPIM Supply.....	14
3. Marktplätze.....	15
3.1. Zalando.....	19
3.2. Götz.....	23
3.3. Van Graaf.....	23
3.4. Otto Market	23
3.5. AboutYou.....	24
3.6. Galeria	24
3.7. Amazon	25
3.8. Sportscheck.....	25
3.9. Klingel.....	25
3.10. limango	25
3.11. Douglas	26
4. Logistik.....	26
5. Reporting	29
6. Abrechnung	30
7. Retail Media	34

1. Allgemeines

Welche Vorteile bietet eine Integration mit heyconnect im Gegensatz zu einer eigenständigen Integration mit einer Plattform?

Geschwindigkeit und Skalierung: Mit heyconnect haben Sie die Möglichkeit, Ihre Produkte innerhalb von 3 Monaten auf mehr als 50 Marktplätze anzubinden – auch ohne eigene technische Schnittstelle und mit nur einem Ansprechpartner. Zudem bauen wir kontinuierlich unser umfangreicheres Portfolio an Marktplätzen aus.

Kostenersparnis: heyconnect ermöglicht Ihnen die Anbindung auf zahlreichen Plattformen, ohne in Technologie investieren zu müssen, ohne viel Zeitaufwand und ohne Ressourcen sowie Kompetenzen aufzubauen.

Qualitätsvorsprung: Wir sind Experten und seit 15 Jahren im Plattformgeschäft tätig. Damit können dieses komplexe Geschäft in allen Bereichen, von der Logistik bis hin zur Content Erstellung effektiver betreiben als eine Marke, die diese Lernkurve selbst gehen muss.

Mit wem gehe ich als Marke eine Vertragsbeziehung ein?

Die Vertragsbeziehung besteht nur mit heyconnect – wir wiederum halten die Verträge mit den Plattformen. Zwischen dem Partner und heyconnect entsteht ein Kommissionsgeschäft. Heyconnect ist Merchant of Record auf den Plattformen.

Wie lange ist die Vertragslaufzeit?

Der Vertrag wird auf unbestimmte Zeit mit einer Mindestlaufzeit von 12 Monaten, beginnend mit dem Monat der Unterzeichnung, abgeschlossen. Nach den ersten 12 Monaten kann der Vertrag von beiden Parteien mit einer Kündigungsfrist von drei Monaten zum Monatsende gekündigt werden.

Hat heyconnect günstigere Plattformprovisionen im Vergleich zu einer Direktanbindung?

In der Regel hat heyconnect durch die strategischen Partnerschaften mit den Plattformen günstigere Provisionssätze. Sollte eine Marke jedoch durch direkten Kontakt zu einer Plattform bessere Konditionen erhalten, so können wir diese für die jeweilige Marke übernehmen und in der Abrechnung berücksichtigen. Sprechen Sie hierzu Ihren Partnermanager an.

Was bedeutet es, mit heyconnect im Sinne eines Kommissionsgeschäfts zu arbeiten?

Das Kommissionsgeschäft haben wir im Sinne des Handels- und Umsatzsteuerrechts aufgesetzt. Hier trennen wir gedanklich das Kommissionsverhältnis (Innenverhältnis – heyconnect zu Partner/Kommittenten) und das Ausführungsgeschäft (Außenverhältnis – heyconnect als Kommissionär zu den Plattformen/Endkunden). Hintergrund des Geschäfts ist, dass es auf Namen von heyconnect und auf Rechnung des Partners läuft. Vertragspartner nach außen bei Verkäufen und somit auch Rechnungssteller sind daher wir („auf Namen von heyconnect“), während der wirtschaftliche Nutzen dem Kommittenten zufällt („auf Rechnung des Partners“).

Was bedeutet es, dass heyconnect "Merchant of Record" ist?

Heyconnect ist Vertragspartner nach außen bei Verkäufen und damit gleichzeitig Rechnungssteller.

1. Der Vertrag mit dem Marktplatz wird von heyconnect geschlossen.
2. heyconnect tritt als Verkäufer auf den Marktplätzen auf.
3. Alle finanziellen Transaktionen sowie Ansprachen laufen über den Verkäufer heyconnect.

Daher ist es wichtig zu wissen: Es ist für niemanden, in keiner Stelle im Prozess ersichtlich, dass die Marke als Kommittent auftritt.

Welche sind die grundsätzlichen Prozesse in der Zusammenarbeit?

1. Die Marke pflegt Text- und Bild-Content sowie Preisdaten über das PIM-System selbstständig ein.
2. Nach Erhalt der Artikelstammdaten ist die Ware anlieferbereit. Die Lieferavisierung seitens der Marke erfolgt. heyconnect gibt die Lieferung frei und die Ware wird versendet.
3. Es erfolgt die Einlagerung und Artikelaktivierung.
4. heyconnect übermittelt die Artikeldaten und -bestände an die Plattformen.
5. Die Plattformen stellen die Artikel online.
6. Die Plattformen melden heyconnect die eingegangenen Aufträge.
7. heyconnect wickelt die Plattformverkäufe logistisch ab – per Sendung an den Endkunden oder Sammellieferungen an die Plattformen, die wiederum die Endkunden beliefern.
8. Sofern die Endkunden die versandte Ware retournieren, übernimmt heyconnect das Retouren Handling.
9. Die Marke erhält monatlich eine Abrechnung.

Kann ich die Kundendaten der Endkunden nutzen?

Aufgrund der DSGVO dürfen leider keine Kundendaten übermittelt werden.

Welche Artikel sind vom Verkauf über heyconnect ausgeschlossen? (Echtpelz etc.)

Eine vollständige Liste aller verbotenen Materialien ist unserem "Do's and Dont's"-Guide zu entnehmen. Sie finden die „Do's and Dont's“ sowohl in unserem Partnerportal als auch auf der Onboarding-Landingpage Content.

2. Content

Wo kann ich meine zuvor importierten Artikel im iPIM einsehen?

Im iPIM haben Sie drei Möglichkeiten, sich Ihre zuvor importierten Artikel anzeigen zu lassen:

1. Über die Suchfunktion durch Auswahl der für Sie geeigneten Suchparameter
2. Über die Arbeitslisten (im Falle von Korrekturnotwendigkeiten)
3. Über die Kategoriestructur der heyconnect-Primärklassifikation im Reiter Taxonomien

Sind nachträgliche Anpassungen der Inhalte, Titel oder Bilder möglich?

Wenn Sie Ihre Produktdaten nachträglich anpassen möchten, ist folgendes zu beachten:

1. Solange die vierte Ampel in iPIM noch auf Rot steht, ist noch kein Export der Artikeldaten an die Middleware erfolgt und der Datensatz kann beliebig in iPIM angepasst werden.
2. Sollte der Artikel jedoch schon an die Middleware ausgespielt worden sein, was Sie an einer grünen vierten Ampel erkennen können, ist es nicht möglich die Anpassungen automatisch an alle Marktplätze zu übermitteln, da dies seitens der Marktplätze verhindert wird.

Zudem sind nicht alle Informationen nachträglich änderbar. Im PIM-Handbuch finden Sie eine Übersicht, welche Artikeldaten nachträglich angepasst werden können.

Besprechen Sie nachträglich notwendige Anpassungen bitte mit Ihrem Ansprechpartner, um gemeinsam nach einer möglichen Lösung zu suchen. Für die Korrektur ist ein manueller Aufwand auf Plattformseite nötig. Bis die Änderung online angezeigt wird, dauert es je nach Kanal, unterschiedlich lange – erfahrungsgemäß bis zu zehn Werktagen.

Da das nachträgliche Anpassen von Produktdaten sehr aufwendig und in manchen Fällen nicht möglich ist, halten Sie sich bitte an den Grundsatz Ihre Artikeldaten von vornherein so genau und richtig wie möglich zu pflegen, um nachträgliche Anpassungsaufwände möglichst gering zu halten. Wir bitten um Verständnis, dass nachträgliche Änderungen an bereits exportierten Artikel mit 65 €/Stunde gemäß Vertrag abgerechnet werden.

Wieso wird nicht auf allen Plattformen der gleiche Content ausgespielt? (Langtexte, Bullet Points)

Jede Plattform spielt die Artikelinformation nach ihrem eigenen Befinden aus. Während Otto Langtexte benötigt, fordert Zalando diese nicht. Einige unterscheiden zwischen verschiedenen Farbtönen (Bsp. Marine, Azur), andere hingegen weisen nur die übergeordneten Farben aus (bspw. Blau). Dies führt dazu, dass Ihre Artikel auf jeder Plattform unterschiedlich angezeigt werden. Wir haben keinen Einfluss auf die Darstellung der Inhalte auf den Plattformen.

Ich kann die passende Kategorie für mein Produkt nicht finden – wie gehe ich vor?

Bitte prüfen Sie zunächst im iPIM unseren Kategoriebaum im Reiter „Taxonomien“. Dort finden Sie unser aktuelles Datenmodell sowie alle derzeit verfügbaren Produkttypen.

Sollte Ihnen eine Kategorie oder ein Produkttyp fehlen, befüllen Sie bitte das bekannte Monday-Formular, welches Sie auf der Content-Landingpage im Onboarding oder im Partnerportal finden.

Nach positiver Freigabe durch heyconnect, erfolgt die Anlage der benötigten Kategorien oder Produkttypen im iPIM-System durch das heyconnect Data Governance Team. Die Anlage dauert rund vier Wochen. Wir informieren Sie nach erfolgreicher Erweiterung.

Mir fehlen im Rahmen des Wertemappings in iPIM Supply oder der Datenveredelung in iPIM passende Optionswerte bei bestimmten Attributen - was muss ich tun?

Bitte wenden Sie sich mit fehlenden Optionswerten bei Ihrem Onboarding- bzw. Partnermanager.

Wie erhalte ich eine Information über den Status meiner Artikel in iPIM?

Bitte lesen Sie sich dafür das Kapitel 8.1 im PIM-Handbuch durch.

Wie und wann werden Content-Sonderleistungen abgerechnet?

Content-Services werden nach erfolgter Umsetzung in unregelmäßigen Abständen berechnet. Die Konditionen können Sie in Ihrem Vertragsanhang 1 einsehen.

2.1. Artikeldaten

Wo finde ich das ArticleMaster Template?

Das Template finden Sie entweder auf der Content-Landingpage im Onboarding oder im Partnerportal.

Wo finde ich Hilfe, wenn ich Fragen zum Ausfüllen des ArticleMaster Templates oder der Datenveredelung in iPIM habe?

Über das Partnerportal oder die Onboarding-Landingpage Content können Sie sich das PIM Handbuch herunterladen, das Ihnen die systemgestützte Artikeldatenanlage über die beiden System iPIM und iPIM Supply detailliert erläutert.

Wie sind die einzelnen Spalten des ArticleMaster Templates zu verstehen?

Eine genaue Darstellung der Spalten samt Bedeutung ist im ArticleMaster Template im ersten Tabellenblatt (Anleitung) zu finden.

Ist die Struktur des ArticleMaster Templates fest oder kann ich diese noch verändern? Darf ich irrelevante Spalten löschen oder leer lassen?

Ja, die Struktur des ArticleMaster Templates ist fix. Bitte ändern Sie nicht die Struktur des Templates, sprich Löschen/Hinzufügen von Spalten oder Umbenennen von Spalten. Andernfalls erhalten Sie beim anschließenden Import in iPIM Supply die Fehlermeldung „Importprozess fehlgeschlagen - Die Importdatei enthält nicht alle definierten Attribute“. Zudem müssen alle Spalten befüllt sein, um einen erfolgreichen Import zu gewährleisten.

Eine detaillierte Erläuterung zum Befüllen des ArticleMaster Templates finden Sie im PIM Handbuch.

Wie kann ich mir die relevanten Attribute für die Datenveredelung in den Arbeitslisten in iPIM anzeigen lassen?

Dies wird Ihnen in Kapitel 3.4. im PIM Handbuch erläutert. An dieser Stelle möchten wir Ihnen noch detaillierte Informationen mitgeben:

Damit die Dateneingabe so gezielt wie möglich erfolgen kann, arbeiten wir in iPIM mit so genannten „Attributprofilen“. Attributprofile erlauben es Ihnen größere Datenmengen zugleich zu pflegen, ohne erneut neue Attribute ihrer Ansicht zuzuordnen. Sie beinhalten eine festgelegte Auswahl an Attributen, die Sie in der Massenverarbeitung unterstützen.

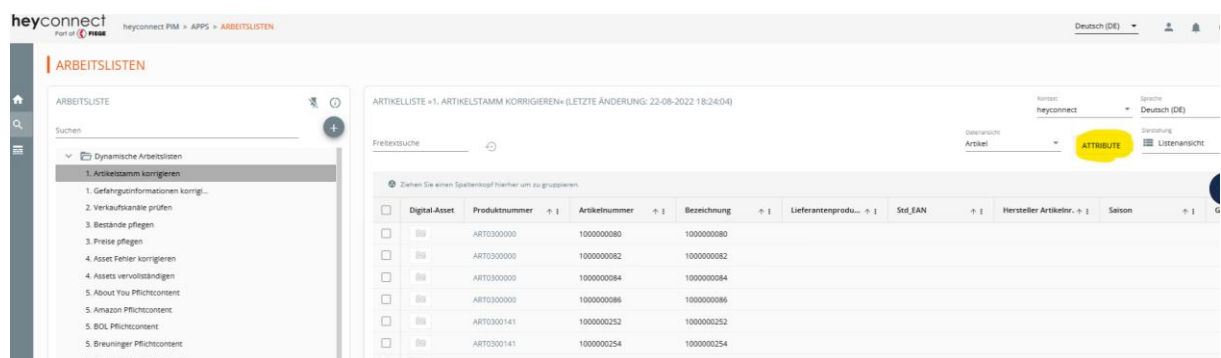
heyconnect hat systemweit für alle Benutzer Attributprofile vor eingestellt, welche beim initialen Laden des Systems geladen werden.

Sollten Sie in den unterschiedlichen Ansichten Attributprofile lokal überschreiben, kann es zu Abweichungen in den empfohlenen Datenpflegeprozessen kommen. Zur Wiederherstellung der voreingestellten Attributprofile, stehen Ihnen zwei Optionen zur Verfügung:

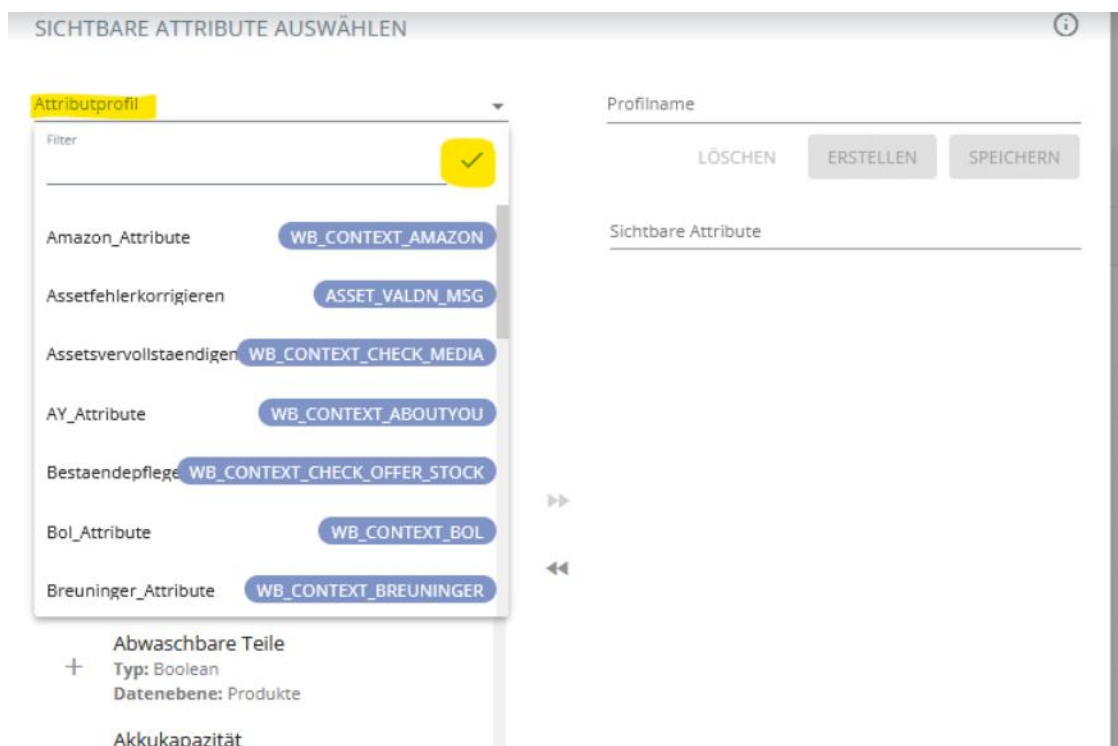
1. Leeren Sie Ihren Browser Cache und loggen Sie sich erneut ein.
2. Laden Sie das Attributprofil erneut in das System.

Gehen Sie bei letzterer Option wie folgt vor:

1. Klick auf "Attribute"



2. Auswahl des Attributprofils via Dropdown:



Die Attributprofile sind sprechend benannt und die Bezeichnung orientiert sich an der Arbeitsliste.

Kann ich meine Artikel mit dem Tag "Nachhaltigkeit" versehen? Gibt es weitere Tags?

Einige unserer Plattformen können gewisse Tags, wie z.B. "Nachhaltigkeit", am Produkt ausweisen. Liegen Zertifikate für Ihre Marke vor, die Sie gern ausspielen möchten, informieren Sie sich bitte über die bestehenden Möglichkeiten in unserem Zertifizierungsguide. Sie finden den Guide sowohl in unserem Partnerportal, als auch auf der Onboarding-Landingpage Content.

Für die Anzeige des Tags „Nachhaltigkeit“ ist die zwingend erforderlich die entsprechende Nachhaltigkeitsvorlage auszufüllen und an heyconnect über das Formular „Nachhaltigkeit“ zu übermitteln. Zudem benötigen wir bei dem Upload das Original-Nachhaltigkeitszertifikat als pdf-Datei. heyconnect übermittelt die Nachweise und Daten daraufhin gebündelt an die Plattformen und bittet um die Ausweisung des entsprechenden Tags. Eine automatische Ausspielung durch die Plattform ist nicht möglich.

Allgemeiner Hinweis: Wenn Sie keine offiziellen Zertifizierungen nachweisen können, dürfen im Text-Content keine Referenzen hierzu vorgenommen werden. Die Plattform unterstützen die Ausspielung nur, sofern wir ihnen einen Nachweis zur Verfügung stellen können.

Neben dem Tag Nachhaltigkeit, kann auch das Tag "Große Größen" oder "Premium" ausgespielt werden. Hierfür entfallen die beiden erstgenannten Anforderungen.

Nicht alle Plattformen sind in der Lage, diese Tags auszuspielen. Sprechen Sie uns hierzu gern an.

Gibt es Einschränkungen oder Zeichenbegrenzungen im Article Master Template oder in iPIM, auf die geachtet werden müssen?

Ja, je nach Art des Inhalts gibt es folgende Begrenzungen:

Artikeltext: 750

Bullet Points: 50

Produkttitel: max. 100-stellig

Herstellerartikelnummer: max. 20-stellig

Farbbezeichnung: max. 20-stellig

Was ist eine Zolltarifnummer und warum ist diese wichtig?

Die Zolltarifnummer ist für den Versand ins Ausland relevant. Sie gibt Art und Material des Produkts an. Wir benötigen diese Nummer in 8-stelliger Form. Genauere Informationen finde Sie unter zolltarifnummern.de.

Wie setzen sich die Titel auf den Plattformen zusammen?

Die Plattformen nutzen unterschiedliche Komponenten, um ihre Titel zusammenzusetzen. Einen Titelkonfigurator finden Sie in unseren "Do's and Dont's". Die „Do's and Dont's“-Guideline finden Sie sowohl in unserem Partnerportal als auch auf der Onboarding-Landingpage Content.

Übernimmt heyconnect auch die Übersetzung des Contents für Auslandsplattformen?

Zunächst ist es nicht für alle Auslandsplattformen erforderlich, fremdsprachigen Content zu übermitteln. Beispielsweise Übersetzen Zalando, AboutYou und Amazon den Text-Content selbst, wenn auch in etwas minimierter Form.

Die einzige Plattform, für die fremdsprachiger Text-Content erforderlich ist, ist bol.com. Für einen Livegang sind niederländische Übersetzungen der Produkttitel sowie der Produktbeschreibungen erforderlich. Die Übersetzungen müssen heyconnect auf EAN-Basis als CSV-Datei vorliegen. Ein entsprechendes Übersetzungstemplate können Sie sich im Partnerportal oder auf der Onboarding-Landingpage Content herunterladen. Die ausgefüllte Datei können Sie im Anschluss an Ihren Onboarding- oder Partnermanager senden.

Gibt es bei Doppelgrößen ein Problem mit dem Größenraster?

Nein, sofern das richtige Größenraster gewählt ist, gibt es kein Problem.

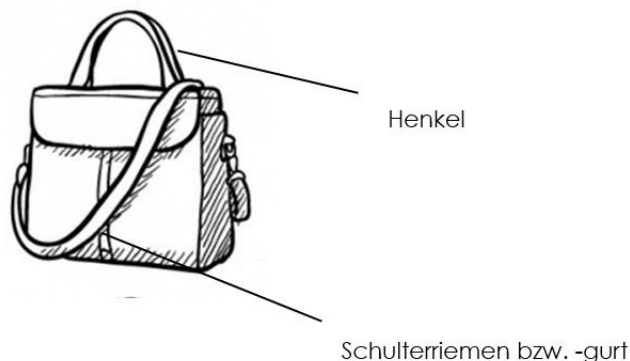
In welcher Einheit werden Maße angegeben?

Wenn nicht anders im ArticleMaster Template vermerkt, werden cm-Angaben genutzt.

Bitte lassen Sie zwischen dem Wert und der Maßeinheit ein Leerzeichen (z.B. "60 cm" nicht "60cm". Das Gewicht ist in Gramm anzugeben.

Gibt es bei Taschen einen Unterschied zwischen Henkel(n) und Schulter/Trage-Riemen?

Henkel sind meist kurz, nicht abnehmbar und oft auch nicht längenverstellbar wie bei Henkeltaschen, Hobo Bags und Shopper. Schulterriemen (oder auch Schultergurte) sind eher lang, in der Länge verstellbar und können oft entfernt werden.



Wo sind die einzelnen Maßangaben am Produkt zu entnehmen?



Hinweis: Bei den Maßangaben zu Brust- und Bundweite benötigen wir nur die Weite und nicht den Umfang.

2.2. Artikelbilder

Welche Formate müssen die Logos haben?

Es gibt je nach Kanal unterschiedliche Formatanforderungen:

- Zalando: jpg oder png
- Sportscheck: ai
- Van Graaf: eps
- Görtz: eps
- Otto Market: Formate: eps, png oder jpg, Logos in den Formaten png und jpg müssen mindestens 1000 Pixel in der Breite aufweisen
- Douglas: 2 Logos - 130 x 35 px (JPG) und 184 x 49 px (JPG)

Kann ich die Produktion der Bilder an heyconnect auslagern?

Ja, es ist möglich Bilder über heyconnect shooten zu lassen. Gemeinsam mit einem Dienstleister erstellen wir Bildersets, die allen Anforderungen der Plattform gerecht werden. Dies ist allerdings nur eine optionale Lösung. Gerne können wir in Zusammenarbeit und mit Beratung unseres Content Teams die unkomplizierteste und kostengünstigste Variante ermitteln.

Muss ich für jede EAN ein eigenes Bilderset übermitteln?

Nein, wir brauchen nur ein Bilderset pro Farbvariante. Ihr könnt eine beliebige EAN der Farbe wählen. Unser System weist allen EANs dieser Farbvariante automatisch das entsprechende Bilderset zu.

Benötigt ihr einen Nachweis über CE-Label?

Ja, Zalando und bol.com fordern in der Tat einen Nachweis für alle Artikel mit CE-Kennzeichen (u.a. auch Uhren, Brillen). Die Anforderungen an den CE-Nachweis ist im Bilderguide zu finden.

Warum müssen wir euch unterschiedliche Bildersets schicken?

Jede Plattform hat einen anderen Auftritt und somit auch unterschiedliche Anforderungen an das Bildmaterial. Wir haben versucht, die einzelnen Plattformanforderungen für euch bestmöglich zusammenzufassen. Dies ist jedoch nicht für alle Plattformen möglich. Um einen Livegang auf allen Plattformen garantieren zu können, benötigen wir bis zu vier unterschiedliche Bildersets.

Sind Lifestylebilder erlaubt?

Lifestylebilder sind auf Grund der technischen Vorgaben nicht erlaubt.

2.3. Artikelpreise

Wo finde ich das PriceMaster Template?

Das Template finden Sie entweder auf der Content-Landingpage im Onboarding oder im Partnerportal.

Weshalb werden Einkaufspreise im ArticleMaster Template abgefragt?

Bei den Einkaufspreisen handelt es sich um eine relevante Information für unsere Lagerversicherung, auf deren Basis der Versicherungswert berechnet wird. Wir nutzen die EK-Preise ausschließlich zu diesem Zweck und geben diese Information nicht an die Plattformen weiter.

Können wir unsere Artikel im Ausland zu abweichenden Preisen anbieten?

Ja, dies ist möglich. Bitte pflegen Sie die unterschiedlichen Preise in das PriceMaster Template. Das Template können Sie dem Partnerportal oder der entsprechenden Onboarding Landingpage entnehmen. Der Upload des aufgefüllten PriceMaster Templates erfolgt über iPIM Supply. Eine detaillierte Erläuterung zur exakten Vorgehensweise finden Sie in den Kapiteln 5.1 und 5.2 im PIM Handbuch.

Da bei einem Versand ins Ausland höhere Lieferkosten entstehen, bitten wir Sie diese direkt mit einzukalkulieren.

Hinweis: Sollten Sie in Ländern mit Fremdwährung livegehen wollen, wie zum Beispiel Zalando Dänemark oder Schweiz, brauchen wir in jedem Fall Auslandspreise in der jeweiligen Landeswährung, um einen Livegang zu ermöglichen. Der Upload erfolgt ebenfalls über das PriceMaster Template in iPIM Supply.

Reicht es, wenn wir euch nur Euro-Preise übermitteln anstatt der Preise in den jeweiligen Landeswährungen?

Nein, das ist leider nicht ausreichend. Da Sie die Preishoheit haben, müssen Sie uns zwingend die Preise in den jeweiligen Landeswährungen mitteilen. Aktuell betrifft dies Plattformen für die Schweiz und Dänemark. Eine automatische Umrechnung der Preise in unserem System ist nicht möglich.

Wie lange dauert es, bis Preisänderungen auf den Plattformen angezeigt werden?

In der Regel beträgt die Übertragung der Preise, abhängig von der Plattform, bis zu 48 Stunden. Bitte kalkulieren Sie diese Zeit ein, wenn Sie beispielsweise an Sale-Aktionen teilnehmen wollen.

Wie trage ich einen Preis richtig ein? Ist es notwendig für jeden Kanal die EAN einzeln einzutragen?

Der Preisimport im iPIM Supply erfolgt zweistufig. Im ersten Schritt importieren Sie Euro-Basispreise über das ArticleMaster Template. Sofern keine zusätzlichen verkaufskanalspezifischen Preise gepflegt werden, gelten diese Verkaufspreise plattformübergreifend für alle Marktplätze mit Euro-Preisangabe.

Die individuellen verkaufskanalspezifische Preise sowie Preise in Fremdwährungen können Sie im zweiten Schritt über die von heyconnect zur Verfügung gestellte Excel-Datei „PriceMaster Template“ übermitteln. Ebenfalls ist darüber die Pflege von Preisreduktionen und Streichpreisen sowie von Preiserhöhungen möglich.

Pro EAN und Kanal ist stets eine Zeile im PriceMaster Template auszufüllen. Sollte auf jeder Plattform mit Euro-Preisen der gleiche Preis angeboten werden, kann das Feld „Verkaufskanal“ freigelassen werden.

EAN	Verkaufskanal	Verkaufspreis	UVP	Altpreis	Währungscode

Kann ich meine Preise in iPIM einsehen?

Ihre Preise können Sie in der Produktdetailliste unter dem Reiter „Preise“ einsehen. Über die drei schwarzen Punkte lässt sich ein Export ziehen:

The screenshot shows the 'PRODUKTDDETAILS' page in the iPIM system. The product search results for 'Stola PC-Stola' are displayed with various EANs and checkboxes. On the right, the 'PREISLISTE' tab is selected, and a dropdown menu is open, showing options like 'Export', 'Validierung', and 'Workflow'. The 'Export' option is highlighted in yellow.

Wie kann ich Grundpreise für Beauty-Artikel übermitteln?

Grundpreise werden über folgende Attribute in iPIM gepflegt:

- „Grundpreis Einheit“: Hier wird die Einheit angegeben, mit welcher der Grundpreis ermittelt werden soll. Zur Auswahl stehen: KG, Liter oder Stück.
- „Grundpreis Menge“: Hier wird die Menge des Artikels angegeben. Passend zur Einheit. Z.B. 0,7, wenn als Einheit “Liter” gewählt wurde und der Artikel 700ml groß ist.

Berechnung und Anzeige erfolgt dann über die Middleware am Verkaufskanal.

2.4. Systemhandhabung iPIM und iPIM Supply

Wie kann ich mir einen Export meiner Artikel ziehen?

Sie können die Produktdetailansicht beliebig filtern und per Klick auf die drei schwarzen Punkte exportieren:

The screenshot shows the iPIM interface with a yellow highlight on the 'PRODUKTDDETAILS' header. The left sidebar shows a search for 'ART0300116' with a list of products, including 'Stola PC-Stola' and several variants with their respective SKUs. The main area shows the 'ATTRIBUTE (35)' tab, displaying a table of attributes for the selected product. A context menu is open over the table, with 'Export' highlighted in yellow. The table columns include 'Attribut', 'Value', and 'Quantity'. The 'Export' menu options include 'Auswahl invertieren', 'Aktive Auswahl', 'Arbeitsliste', 'Export', 'Validierung', 'Workflow', and 'Zwischenablage'.

Attribut	Value	Quantity
Verpackungsgewic...	0,08 g	10000
Verpackungsbreite	24,00 cm	
Ursprungsland	Indien	
Trocknen/Pflegehi...	Nicht im Wäschetrockn...	
Tradebyte: Letzter E...	04.08.2022, 13:29:26	
Std_EAN		
Stammdaten volls...		
Sportart	keine Sportart	

Wie nehme ich Artikel auf Marktplätzen selbstständig offline?

Wenn Sie Ihre Artikel plattformübergreifend, also von allen Plattformen, entfernen möchten, gehen Sie bitte wie unter Kapitel 6.1.2. im PIM Handbuch beschrieben vor. Sie können jedoch auch einzelne Verkaufskanäle auf EAN-Ebene deaktivieren. Eine Anleitung finden Sie unter Kapitel 7.1.2 im PIM Handbuch.

Wie lösche ich Artikel aus dem System?

Wenn Sie Artikel löschen möchten, muss eine Support Anfrage an heyconnect gestellt werden (Falltyp: Artikellöschung), da der Artikel dann bereits gesperrt ist und nur eine Bearbeitung durch heyconnect möglich ist.

Wie kann ich mein iPIM Passwort zurücksetzen?

Soll Ihr Passwort zurückgesetzt werden (zum Beispiel, weil Ihr Initialpasswort abgelaufen ist oder Sie Ihr Passwort vergessen haben), kontaktieren Sie bitte den iPIM Support via pim@heyconnect.de.

Wenn Sie Ihr Passwort aktualisieren möchten, bestehen zwei Möglichkeiten. Für beide gelten diese Passwortrichtlinien:

- 12 - 20 Zeichen
- Mindestens jeweils ein Groß- und Kleinbuchstabe
- Mindestens eine Zahl
- Mindestens eines der definierten Sonderzeichen (,;.:!\$%&()=?+#!'@_-*)

Weiterführende Informationen zur Passwortverwaltung finden Sie in Kapitel 1.4.4. des PIM Handbuchs.

Wo finde ich Support, falls ich technische Schwierigkeiten habe?

Die PIM-Supportstrukturen werden ausführlich in Kapitel 1.4.6. im PIM Handbuch erläutert.

Wo finde ich Support, falls ich Probleme bei der Datenpflege habe?

Die PIM-Supportstrukturen werden ausführlich in Kapitel 1.4.6. im PIM Handbuch erläutert.

Ich habe ein eigenes PIM - ist eine Anbindung an das heyconnect PIM möglich?

Wenn Sie außerhalb der Standardprozesse (Artikelstammanlage via iPIM Supply und Datenpflege in iPIM) arbeiten möchten, besteht die Möglichkeit eine individuelle Artikeldaten Anbindung umzusetzen. Hierfür ist die Umsetzung einer Individualanbindung notwendig. Das Projekt umfasst:

1. Scoping + Discovery Systemlandschaft und Datenanforderungen
2. Einrichtung des Lieferanten Exports als Katalog
3. Erstellung Lieferanten-individuelles Mapping Profil
4. Einrichtung Hofolder Prozess für den Datenaustausch
5. Maintenance und Betrieb der Schnittstelle

Sollten Sie Interesse an einer Integration haben, kontaktieren Sie gern Ihren Onboarding- oder Partnermanager zwecks Koordination eines gemeinsamen Discovery Calls zur Besprechung der Systemlandschaft sowie der Datenanforderungen. Umsetzung und Pricing auf Anfrage.

3. Marktplätze

Kann ich mich an jede Plattform anbinden, auf die ich möchte?

Dies geht nur bei offenen Marktplätzen wie Amazon oder eBay. Bei den weiteren, kuratierten Marktplätzen ist eine Freigabe notwendig.

Kann ich nachträglich Plattformwünsche- oder Änderungen vornehmen?

Ja, es ist jederzeit möglich sowohl Plattformen zu deaktivieren als auch neu anzufordern. Allerdings können, je nach Plattform, Verzögerungen während des Go Live Prozesses entstehen. Sollte es sich um eine neue Plattformanfrage handeln, können wir eine Freigabe nicht garantieren. Die Ausweitung bestehender Freigaben auf weitere Auslandskanäle, wie beispielsweise bei About You oder Zalando, stellt in der Regel kein Problem dar.

Gibt es eine Begrenzung an Artikeln, die ich über heyconnect live stellen kann?

Nein, es gibt keine Begrenzung der Artikelanzahl. Lediglich unser Lager muss freie Kapazitäten in diesem Umfang vorweisen.

Ist es möglich Sortimente zu selektieren und unterschiedliche Artikel auf unterschiedlichen Plattformen anzubieten?

Mit Hilfe des PIM-Systems ist es möglich Sortimente zu selektieren und somit unterschiedliche Artikel auf unterschiedlichen Plattformen anzubieten. Über das ArticleMaster Template können Sie steuern, auf welchen Kanälen Ihre Artikel verkauft werden sollen. Hierbei ist allerdings eine vorherige Freigabe der gewünschten Plattformen vorausgesetzt. Nach initialer Steuerung der Verkaufskanäle über das ArticleMaster Template haben Sie die Möglichkeit Ihre Sortimente auf EAN-Ebene im iPIM für weitere Verkaufskanäle zu aktivieren oder unerwünschte Verkaufskanäle zu entfernen.

Können wir unseren eigenen Plattform-Account betreuen/bespielen?

Ja, das ist generell möglich. Sprechen Sie uns bitte an, um über Ihr individuelles Setup zu sprechen.

Entstehen zusätzliche/monatliche Kosten für eine gewisse Anzahl von Kanälen?

Sobald die entsprechenden Freigaben der Marktplätze vorhanden sind, kann man den Großteil aller an heyconnect angebotenen Kanäle ohne zusätzliche Kosten nutzen. Für folgende Marktplätze fallen allerdings zusätzlich Kosten an:

amazon

Zusatzkosten sind abhängig vom gewählten Setup

bol.com

+ 1% Kundenservice
+ einer Gebühr netto für Retouren in Höhe von 1%

ebay

+ 1% Kundenservice

MediaMarkt/Saturn

+ 1% Kundenservice
+ einer Gebühr netto für Retouren in Höhe von 1%

Kann eine Plattform das Sortiment vorgeben?

Nein, die Marke gibt das Sortiment vor und kann entscheiden, welche Produkte sie über die Plattformen vertreiben möchte. Unterschiedliche Plattformen haben

allerdings Einschränkungen und bieten nicht jede Warengruppe an. Diese sind den Plattform Insights zu entnehmen.

Wer hat die Preis- und Sortimentshoheit?

Der Partner hat zu jedem Zeitpunkt Preis- und Sortimentshoheit. Eine Ausnahme stellen allerdings About You und Douglas dar. Die Plattformen behalten sich das Recht vor Preise oder Artikel ohne weitere Begründung abzulehnen.

Wie lange dauert es bis neue Artikel auf den Plattformen live gehen?

Nachdem der vierte Ampelstatus im iPIM auf grün gesetzt worden ist, beträgt die Livesetzungsdauer, also die Zeit zwischen dem Export an die Middleware und der Ausspielung auf den Plattformen, rund 10 Arbeitstage und hängt von der jeweiligen Plattform ab. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir die Livesetzungsdauer nicht beeinflussen können.

Wieso sind bei einigen Plattformen mehr Artikel angezeigt, bei anderen viel weniger?

Bei Zalando & About You werden die einzelnen Farbvarianten separat ausgespielt, bei Otto oder Galeria werden sie zusammengefasst. Dadurch entsteht eine abweichende Darstellung.

Werden wir über die Anbindung neuer Kanäle informiert?

Ja, wir halten Sie in unserem Newsletter über neue Plattformen auf dem Laufenden.

Können Sie auch unseren eigenen Onlineshop verwalten?

Nein, aktuell ist dies leider nicht möglich.

Können wir über ein eigenes Seller Central verkaufen?

Ja, das ist auf Amazon möglich. Sprechen Sie uns gern an!

Können Sie die Versanddauer auf den Plattformen beeinflussen, wie beispielsweise auf Zalando 7-9 Tage Standardlieferung?

Zumeist nein, denn die Versanddauern werden von den Plattformen für die Händler festgelegt. Da wir jedoch andere SLAs verfolgen, ist es uns möglich schneller zu versenden. Eine Ausnahme stellt Amazon dar, hier können wir die Versanddauer selbstständig anpassen.

Dürfen wir in unserem eigenen Onlineshop auf unsere Produkte auf den Plattformen verweisen?

Ja, allerdings darf dabei nicht das Zalando-Logo verwendet werden.

Wie hoch sind die Retourenquoten im Schnitt bei den einzelnen Plattformen?

Die Retourenquoten der einzelnen Plattformen können Sie unseren Plattform Insights entnehmen.

Haben Sie eine Möglichkeit unsere Restmengen aus alten Saisons über spezielle Plattformen /Outlets abzuverkaufen?

Ein Abverkauf mit reduzierten Preisen ist auf allen Plattformen, bis auf Breuninger und Zalando, möglich.

Gibt es beim Artikellivegang Besonderheiten, die den Livegang eines Artikels behindern oder blockieren können?

Ja, je nach Plattform gibt es unterschiedliche Aspekte, die berücksichtigt werden müssen.

Zalando

Wenn Ihre Artikel schon einmal bei Zalando durch Sie selbst oder einen anderen Zalando Partner livegestellt wurden, kann dies das Onboarding Ihrer Artikel über heyconnect erschweren. Nennen Sie uns gerne vor Start des Onboardings alle Artikel, die schon einmal bei Zalando verkauft wurden. Darüber hinaus können diese Aspekte einen Livegang auf Zalando behindern:

- Unvollständige oder fehlerhafte Contentübermittlung
- Unvollständige Größenläufe:
 - Für Textilien gilt: Drei aufeinanderfolgende Größen benötigen einen Bestand > 1
 - Für Schuhe gilt: Fünf aufeinanderfolgende Größen benötigen einen Bestand > 1
 - Für Kinder gilt: Vier aufeinanderfolgende Größen benötigen einen Bestand > 1

Falls Sie planen, nur 1 Stück je Größenvariante zu liefern, bedenken Sie bitte, dass der geringe Bestand je Größe schnell über andere Plattformen abverkauft werden kann, noch bevor der Artikel bei Zalando das Onboarding durchlaufen hat. Dies hätte zur Folge, dass der Größenlauf von 3-5 aufeinanderfolgenden Größen nicht mehr gegeben ist. In diesem Fall geht die gesamte Farbvariante nicht live, bis der fehlende Bestand folgt. Daher empfehlen wir, für einen ausreichenden Bestand zu sorgen, der eine Livesetzung über alle Plattformen hinweg ermöglicht. Bitte beachten Sie zudem, dass sich heyconnect vorbehält, betroffene Artikel für Zalando nach Ablauf einer angemessenen Zeit so lange zu deaktivieren, bis Bestand folgt, da ein verzögertes Artikelonboarding zu Abmahnungen seitens Zalando führen kann.

Falls Sie außerdem auf den Auslandskanälen Zalando Schweiz und Dänemark live gehen möchten, denken Sie bitte daran die Preise in der entsprechenden Landeswährung an heyconnect zu übermitteln. Ohne Preise in Schweizer Franken bzw. Dänischen Kronen ist ein Livegang auf diesen Kanälen nicht möglich.

Darüber hinaus müssen alle Artikel den ethischen Richtlinien von Zalando entsprechen. Die Plattform duldet keine anstößigen und illegalen Inhalte auf den angebotenen Produkten. Verboten sind beispielsweise diskriminierende Darstellungen, Abbildungen von politischem Extremismus, Gewaltverherrlichung, Sexualisierung, Drogenkonsum oder unangemessener Sprache. Falls ein Artikel eine dieser Symboliken aufweist, wird der Livegang durch Zalando blockiert.

Breuninger

Um einen Artikel auf Breuninger livezustellen, muss 80% des Größenlaufs Bestand haben. Zudem akzeptiert Breuninger nur Artikel der aktuellen Saison und NOS-Ware.

Peek & Cloppenburg/Van Graaf

Für den Livegang eines Artikels wird ein Mindestbestand von 10 Stück pro Style (Farbvarianten & Größen inkludiert) benötigt.

Happy Size

Da Happy Size als Spezialist für Mode in großen Größen gilt, können dort ausschließlich Artikel ab Größe 42 live gesetzt werden.

Görtz

Für Schuhe gilt: Bei einem Größenlauf mit ganzen Größen (bspw. 36; 37; 38; 39; 40) müssen mindestens 2 Größen Bestand haben, um einen Artikel live zu setzen. Bei einem Größenlauf mit halben Größen (bspw. 36,5; 37; 37,5; 38; 38,5; 39; 39,5; 40) müssen mindestens 5 der Größen Bestand vorweisen.

bol.com

Der Produktname sowie die Produktbeschreibung eines Artikels müssen auf Niederländisch an heyconnect übermittelt werden.

3.1. Zalando

Was ist das Retagging bei Zalando?

Hintergrund des Retaggings ist, dass Altsaisons von Zalando offline genommen werden, damit nur Neuware und NOS online bleibt. Das Retagging gibt Ihnen die Möglichkeit Ihre Artikel auf die neue Saison umschreiben zu lassen.

Beispiel: Ein Artikel ist ursprünglich mit der Saison HW20 eingespielt worden und könnte durch das Retagging auf die Saison FS21 umgeschrieben werden.

Der Vorteil eines Retaggings ist, dass Ihr Artikel weiterhin mit dem Schwarzpreis online bleiben kann.

Folgende Anforderungen prüft Zalando und vergibt auf dieser Basis die neue Saison oder lehnt die Anfrage ab:

- 85% Traffic auf der Artikeldetailseite von Zalando (diese Kennzahl wird lediglich intern bei Zalando geprüft, die Datengrundlage hierfür wird heyconnect nicht zur Verfügung gestellt)
- Mindestabsatz von 5 Teilen in der letzten Saison

Ihr Partnermanager kommt zu jeder Retagging-Phase rechtzeitig auf Sie zu und fragt Sie nach einer Liste. In dieser Liste stellen wir Ihnen alle Artikel vor, die für die Anfrage zum Retagging in Frage kommen können. Wir benötigen von Ihnen nur die Info, welche Artikel auf welche Saison getaggt werden sollen.

Im besten Fall wird der Artikel getaggt und erhält den neuen Saisonstatus. Falls der Artikel abgelehnt wird, gibt es die Lösung, dass der Artikel um mindestens 20% reduziert werden muss, damit er weiterhin online bleiben kann. Wann die Reduzierung eingespielt werden muss, wird Ihnen Ihr Partnermanager rechtzeitig mitteilen.

Was ist die Dynamic Partner Selection bei Zalando?

Die Dynamic Partner Selection ist ein neues Tool von Zalando. Mit Hilfe dieses Tools haben Sie die Möglichkeit durch den geringsten Preis Ihre Artikel, die sich mit den Zalando Wholesale oder anderen Marktplatzpartnern überschneiden, online anzeigen

zu lassen. Die Dynamic Partner Selection ist i.d.R. nur zu Sale-Phasen aktiv. Über diese Zeiten informiert Sie Ihr Partnermanager.

Um den Preis von Zalando Wholesale oder ZFS Artikeln zu schlagen und somit Ihre Artikel verkaufen zu dürfen, muss der Preis um mindestens 5% niedriger sein als der von Zalando Wholesale oder über ZFS angebotene Artikel. Andere Marktplatzanbieter können bereits mit einer minimalen Reduzierung (z.B. -1 Cent) ausgestochen werden.

Gibt es Besonderheiten zu Freigaben und Absagen?

Bei Zalando gibt es folgende Besonderheiten:

- Eine Freigabe bei Zalando.de führt zur automatischen Freigabe im Zalando Ausland.
- Wenn die Marke bei Zalando schon online ist, ist die Marke automatisch freigegeben und muss nicht nochmal angefragt werden.

Was ist ZFS und wie kann ich das nutzen?

Zalando Fulfillment Solutions (ZFS) bietet Ihnen Zugang zum exzellenten Logistiknetzwerk von Zalando und ermöglicht eine kundenfreundliche One-Box-Lösung für Auslieferungen und Retouren. Ihre Artikel werden in einem der fünf deutschen Logistikstandorte von Zalando gelagert und können dadurch zusammen mit Zalando Wholesale Produkten sowie weiteren Partnerartikeln in einem Paket versendet werden. Voraussetzung für die Nutzung von ZFS ist eine Markenfreigabe auf Zalando. Für weiterführende Informationen sprechen Sie gerne Ihren Partnermanager an.

In welchen Ländern ist heyconnect mit Zalando live?

Wir können die folgenden Länder bedienen: DE, AT, BE, CH, DK, FR, IT, NL. Weitere Länder sind geplant.

Wie setzt sich der Titel bei Zalando zusammen und welche Besonderheiten gibt es zu beachten?

Zalando benötigt nur den Eigennamen des Produkts, um den Titel zu bilden (siehe Screenshot: "Article Name"). Die Produktkategorie ("Zalando categorization of the article") wird von Zalando selbst ausgesucht. Es gibt hier nur bestimmte Kategorien, die auswählbar sind.



Komponenten wie Material, Farbe, Geschlecht, Produktkategorie oder Sonderzeichen wie 'ß' sind im Titel nicht erlaubt. Wenn diese Komponenten dennoch enthalten sind, führt das dazu, dass der Titel von Zalando angepasst, geändert oder gelöscht wird. Der Titel wird auf Produktebene (Style) und nicht Variantenebene (Stylefarbe) ausgespielt. Die „Zalando categorization of the article“ kann leider nicht gelöscht werden, es besteht allerdings die Möglichkeit sie zu ändern.

Kann man verschiedene Titel je Zalando Auslandskanal ausspielen lassen?

Nein, das ist nicht möglich. Es wird der gleiche Titel auf allen Zalando-Kanälen ausgespielt. Nur die „Zalando Categorization of the Article“ (siehe vorangegangenen Screenshot) wird übersetzt.

Welcher Content kann bei Zalando auf der Artikeldetailseite ausgespielt werden?

Bullet Points und Produktbeschreibungen (Langtexte) werden auf Zalando nicht ausgespielt. Zudem können nur bestimmte Attribute auf Zalando ausgespielt werden. Die Artikel müssen eine mehrstufige Artikelprüfung bestehen, die sich aus automatischen sowie manuell geprüften Prozessschritten zusammensetzt. Je vollständiger der Content, desto schneller werden die Artikel livegestellt. Wir haben keinen Einfluss auf die Prüfungsqualität der Zalando Mitarbeiter bei den manuellen Prüfungsschritten. Prüfungsfehler sind deshalb leider nicht zu vermeiden.

Was passiert, wenn meine Artikel schon einmal auf Zalando live waren – beispielsweise durch andere Mitbewerber, Zalando Wholesale oder mich selbst?

Wenn einzelne Artikel schon einmal auf Zalando verkauft wurden, wird der Content, den wir als heyconnect bei Zalando einreichen (bspw. Bilder, Attribute, Größenraster, Saison, Titel etc.), nicht übernommen. Es wird nach wie vor der bestehende Content ausgespielt. Wenn es gewünscht ist, kann der Content im Nachhinein, auf Anfrage von heyconnect, durch Zalando angepasst werden. Wenn Sie wissen, dass es Artikel gibt, die heyconnect für Sie auf Zalando live stellen soll, die aber vorab schon einmal dort verkauft wurden, senden Sie bitte eine Liste auf EAN-Basis an Ihren Onboarding- oder Partnermanager.

Welche Attribute werden ausgespielt?

Je nach Kategorie sind die Attribute und Attributwerte sehr unterschiedlich und oft begrenzt. Bitte wenden Sie sich an Ihren Onboarding- oder Partnermanager, damit dieser Ihnen eine Liste mit den Attributen für Ihre Artikel zur Verfügung stellen kann.

Kann man einen Artikel in zwei verschiedene Kategorien anbieten (beispielsweise Pullover und T-Shirt)?

Nein, das ist leider nicht möglich. Der Artikel kann nur in einer Kategorie angezeigt werden.

Unsere Artikel sind unisex und haben sowohl Herrenmodelbilder als auch Damenmodelbilder. Können wir die Bilder jeweils passend zur Kategorie anzeigen lassen?

Nein, es werden in beiden Kategorien die gleichen Bilder angezeigt. Bitte entscheiden Sie sich, ob Sie das Damen- oder Herrenmodelbild zuerst anzeigen lassen möchten.

Wir wollen unsere Keywords (Suchergebnisse in der Zalando Suche) updaten. Wie können wir das vornehmen?

Leider bietet Zalando kein Keyword-Update bei Artikel an, die schon live sind. Daher bitten wir Sie alle gewünschten Keywords bei der initialen Datenveredelung in iPIM zu hinterlegen. Sobald der Artikel eine SKU hat, können die Suchergebnisse nicht mehr verändert werden. Zalando kann dies technisch leider nicht umsetzen.

Unsere Artikel werden in einer falschen Kategorie angezeigt, lässt sich das anpassen?

In jeder Kategorie bekommen die Artikel ein sogenanntes Zalando-Tag. Beispielsweise: Kategorie – T-Shirt, Tag – Print T-Shirt. Eine Kategorie- und Tagänderung ist auf Zalando möglich, jedoch muss Ihre gewünschte Kategorie und das Tag auf Zalando vorhanden sein. Neue Kategorien und Tags können nicht hinzugefügt werden.

Kann man die Bildreihenfolge anpassen?

Generell gilt, dass Zalando die Bildreihenfolge nach den Zalando Bildanforderungen des Bilderguides einstellt. Wenn die von uns übermittelte Bilderreihenfolge nicht den Anforderungen von Zalando entspricht, wird Zalando die Reihenfolge anpassen. Falls Sie trotzdem die Bildreihenfolge ändern möchten, können wir dies bei Zalando unverbindlich anfragen. Bitte stellen Sie Ihrem Onboarding- oder Partnermanager einen Ordner mit allen Bildern zur Verfügung. Diese müssen im Dateinamen immer die EAN sowie die Bildreihenfolge anhand von Zahlen aufweisen, bspw. EAN_1, EAN_2, EAN_3 etc.

Unsere Artikel sind nachhaltig. Wie können wir entsprechenden Nachhaltigkeitslabel bei den Artikeln ausspielen lassen?

Zalando hat bestimmte Voraussetzungen und nicht alle Zertifizierungen werden anerkannt. Bitte prüfen Sie in unserem Zertifizierungsguide, ob Ihr Nachhaltigkeitslabel von Zalando ausgespielt werden kann und folgen Sie den Schritten aus dem Guide.

Wie lange werden unsere Artikel mit dem Tag ‚NEU‘ auf Zalando ausgespielt?

Neue Artikel behalten circa 2 Wochen das Tag ‚NEU‘ auf Zalando.

Die Preise unserer Artikel wurden reduziert. Wie bekommen wir den Streichpreis neben dem reduzierten Preis bei Zalando abgebildet?

Im heyconnect PriceMaster Template muss sowohl der Verkaufspreis (im Screenshot der reduzierte Preis) als auch der **Altpreis** (im Screenshot der Streichpreis) hinterlegt werden. Der Preis kann um maximal 79% reduziert werden. Sofern ein Produkt um mehr als 79% reduziert wird, wird der Artikel von Zalando blockiert.

Freizeitkleid

30% sparen

118,97 € ~~169,95 €~~ inkl. MwSt.

Wie nehme ich an Sale-Aktionen von Zalando teil?

Sie müssen lediglich das heyconnect PriceMaster Template befüllen und dabei den von Zalando vorgegebenen Reduzierungsgrad, bspw. mindestens 10%, berücksichtigen. Anschließend laden Sie die ausgefüllte Vorlage über iPIM Supply hoch. Wenn die Preise erfolgreich importiert wurden, nehmen Sie automatisch an der Aktion teil. Wenn Sie Ihre Reduzierungen wieder entfernen möchten, laden Sie bitte nach Aktionsende das PriceMaster Template mit den ursprünglichen Preisen hoch.

Ich habe gesehen, dass auf Zalando einige Artikel mit bewegten Bildern bzw. Videos dargestellt werden. Kann ich für meine Artikel auch solche Videos hochladen?

Nein, leider ist eine Darstellung durch Videos oder Bilder abseits der im Bilderguide genannten Bildanforderungen nicht möglich. Diese besonderen Genehmigungen für Videos etc. gelten ausschließlich für Zalando Wholesale Kunden.

3.2. Görtz

Was kosten Banner bei Görtz?

Dies ist abhängig von der gewählten Bannerdarstellung. Die Kosten reichen von 500€ bis 5.000€ pro Saison. Kontaktieren Sie gerne Ihren Partnermanager für weiterführende Informationen.

3.3. Van Graaf

Welche Bildanforderungen gibt es bei Van Graaf?

Die Seitenverhältnisse betragen 1:1,33, bei grauem Hintergrund. Es sind nur Fullface-Modelbilder erlaubt. Weitere Vorgaben können dem Bilderguide entnommen werden.

Was ist Peek & Cloppenburg Nord?

Es gibt zwei unabhängige Unternehmen Peek & Cloppenburg mit den Hauptsitzen in Düsseldorf und Hamburg. Unsere Kooperation besteht mit der Unternehmensgruppe der Peek & Cloppenburg KG in Hamburg, deren Standorte Sie unter <https://www.vanagraaf.com/de/haeuser/haeuser-uebersicht/> finden. Die betroffene Online-Plattform ist <https://www.peek-und-cloppenburg.de/>

3.4. Otto Market

Benötigen wir eine Markenfreigabe von Otto?

Nein, wir können Marken selbst anlegen und es gibt feste Provisionen je Produktkategorie. Einige Marke sind allerdings ausgeschlossen und können nicht angeboten werden. Darüber hinaus gibt es andere Marken bei denen nur bestimmte Sortimente nicht bei Otto angeboten werden dürfen oder Marken bei denen eine Lizenz nachgewiesen werden muss. Für eine vollständige Liste sprechen Sie gerne Ihren Partnermanager an.

Wie hoch sind die Provisionen auf Otto Market?

Informationen zu der Provision auf Otto Market können Sie unseren Platform Insights entnehmen. Für weitere Rückfragen steht Ihnen Ihr Partnermanager gern zur Verfügung.

Ist Wettbewerb am Artikel bei OTTO Market möglich?

Ja, mehrere Anbieter können die gleiche EAN anbieten.

Dabei gibt es nicht nur ein Ranking wer die BuyBox gewinnt, sondern auch ein Ranking wer mit seinem Content gewinnt. Die Rankings laufen unabhängig voneinander ab, so kann unser Content gewinnen, aber wir müssen nicht zwangsläufig die BuyBox gewinnen und umgekehrt.

Wenn ein anderer Wettbewerber mit seinem Content gewinnt, müssen wir seinen Content annehmen.

Welche Kategorien sind über OTTO Market möglich?

Momentan können wir bereits Bekleidung, Accessoires, Schuhe und Schmuck livestellen, da diese mit unserem Datenmodell kompatibel sind. Andere Produktgruppen müssen im Vorfeld geprüft werden, sind aber meist möglich.

Können Marken auch über OTTO Market auf den Kanälen Otto.at, Quelle.at etc. live gehen?

Nein, dies ist leider nicht möglich.

Wie ist der Retourenprozess?

Aktuell können wir nur ein Retourenlager hinterlegen, weshalb alle Retouren erst einmal bei heyconnect landen. Eine Weiterleitung an externe Lager erfolgt danach.

3.5. AboutYou

Ist es möglich ausschließlich auf den About You Auslandskanälen, beispielsweise About You Niederlande und About You Österreich, live zugehen?

Wenn man über About You Niederlande und/oder Österreich live gehen möchte, muss auch ein Livegang in Deutschland stattfinden. Eine Freigabe für About You Deutschland führt zur automatischen Freigabe für die Auslandskanäle.

Ist es möglich meine Artikel/Marke nachträglich für die Auslandskanäle zu deaktivieren?

Das ist leider nur möglich, wenn kein anderer Händler oder About You selbst die Ware bei About You verkauft. Falls dem allerdings so ist, kann About You keine Artikel oder Marken für einzelne Länder mehr exkludieren, sobald die Daten einmal übermittelt wurden.

Warum werden Artikel durch About You geblockt?

Teilweise blockiert About You Artikel für eine bestimmte Zeit aus strategischen Gründen. Zumeist passiert das, wenn sie ihr eigenes Sortiment stärker pushen wollen. Außerdem blockiert die Plattform Artikel, bei denen die Preise unklar sind. Dies bedeutet, wenn About You beispielsweise feststellt, dass für einen Artikel ein außergewöhnlich hoher Preis eingespielt wurde. Nach einer Bestätigung dieser Preise werden die Artikel allerdings meistens wieder freigegeben.

Warum werden meine Preise bzw. Reduzierungen auf About You nicht so ausgespielt, wie ich sie importiert habe?

About You hat die Preishoheit und kann die Preise daher beliebig anpassen bzw. Preisreduzierungen nicht annehmen.

3.6. Galeria

Warum wird mein Artikel durch einen anderen Händler verkauft?

Dieses Problem tritt auf, sobald wir nicht mehr der günstigste Händler sind. Durch eine Preisanpassung wird heyconnect wieder führender Anbieter.

Was muss ich zum Thema Markenanfrageprozess wissen?

Sofern Ihre Marke noch nicht bei Galeria angelegt ist, muss sie zuerst freigegeben und im Backend von Galeria errichtet werden. Dieser Prozess kann bis zu 2 Wochen dauern.

Wenn Ihre Marke Galeria bereits bekannt ist und freigegeben wurde, geht der Livestellungsprozess in der Regel schneller.

3.7. Amazon

Was kann ich tun, wenn mein Artikel von einem anderen Händler verkauft wird?

In diesem Fall ist eine Preisreduzierung sinnvoll. Der günstigste Angebotspreis hat deutlich höhere Chancen die Buybox wiederzugewinnen.

Wann muss bei Amazon eine Markenregistrierung vorgenommen werden?

Wenn Amazon die Marke noch nicht kennt, ist dies notwendig.

3.8. Sportscheck

Kann ich nachträglich Änderungen vornehmen lassen?

Nachträgliche Änderungen von Größe und Farbe im Mapping können nicht durchgeführt werden, da Artikel sonst offline gehen. Änderungen im Content werden automatisch an Sportscheck übertragen und ausgespielt.

3.9. Klingel

Wann kann ich meine Artikel reduzieren?

Reduzierungen sind zur offiziellen Sale Phase von Klingel möglich, denn Artikel, die außerhalb dieser Zeit reduziert sind, werden offline genommen. Für weitere Infos zu den konkreten Terminen melden Sie sich gern bei Ihrem Partnermanager.

3.10. limango

Wie laufen limango Aktionen ab?

Die Kampagnen haben in der Regel eine Laufzeit zwischen 3-5 Tagen, je nachdem wann die Aktion startet. Zumeist wird der Zeitraum Montag bis Mittwoch oder Donnerstag bis Sonntag gewählt. Der finale Termin wird von limango vorgegeben, die Daten können aber vorab mit dem Marktplatz abgestimmt werden – allerdings muss das Thema der Aktion in den gewünschten Zeitraum passen.

Die Marktplatz Aktion wird auf der limango Startseite ausgespielt und zusätzlich dazu im Newsletter beworben.

Sie können dreimal im Jahr kostenfrei eine Aktion mit limango planen. Alle Aktionen darüber hinaus sind über einen Werbekostenzuschuss oder AdSales möglich. Seitens der Plattform wird auf monatlicher Basis geplant welche Sortimente aktuell interessant sind und eine attraktive Aktion in den folgenden Wochen darstellen könnte.

Welche Voraussetzungen gibt es, um an einer limango Aktion teilzunehmen?

- Limango setzt eine Mindestrabattierung zwischen 30%-50% voraus.
- Ein Drittel bis zwei Drittel des gesamten Sortiments sollten reduziert werden – limango präferiert zwei Drittel des Sortiments.
- Es sollten 8-10 Stück Bestand pro Style (inkl. Größe- und Farbevarianten) vorhanden sein.

- Die Größenläufe der Artikel sollten weitestgehend vollständig sein.
- Die Aktionspreise müssen 4 Tage vor Aktionsstart eingespielt werden.
- Grundsätzlich kommen alle Marke als Aktionspartner in Frage, jedoch werden Marken mit einem breiten Sortiment von mindestens 100 Artikeln von limango präferiert.

Um eine Aktion bestmöglich zu bewerben, benötigt die Plattform außerdem Stimmungsbilder und ein Markenlogo. Nachfolgend haben wir die Anforderungen für das Bildmaterial zusammengefasst.

Stimmungsbilder

- Größe/Abmessungen:
 - Breite mindestens 1100 px,
 - Höhe mindestens 550 px → Je größer, desto besser
- Qualität: 300 dpi
- Querformat mit Fokus auf das Produkt
- Ausschließlich Farbbilder

Markenlogo

- Horizontale Logos: mindestens 400 px breit
- Vertikale Logos: mindestens 250 px hoch

3.11. Douglas

Welche Besonderheiten gibt es bei Douglas zu beachten?

Für einen Livegang auf Douglas sind quadratische Bilder Pflicht. Die technischen Anforderungen für diese Bildersets finden Sie in unserem Bilderguide. Darüber hinaus muss für jeden Artikel ein Grundpreis hinterlegt werden, auch z.B. für Taschen. Artikel mit 3 Dimensionen, wie beispielweise Hosen, können leider auf Douglas nicht live gehen.

4. Logistik

Woher weiß ich, dass meine Artikel bereit zur Einlagerung bzw. Avisierung sind?

Eine detaillierte Erläuterung finden Sie dazu im PIM Handbuch Kapitel 8.3.1.

Kann ich meine aktuellen Bestände einsehen?

Bestandsinformationen werden nicht über das iPIM/iPIM Supply gepflegt, aber aus den Umsystemen (heyconnect-ERP System) abgeholt. Das Attribut „Bestand“ in den Produktdetails zeigt Ihnen den angebotsfähigen Bestand (ergo exkl. B-Ware und ungeprüfte Retouren) an.

Attribut	Bestand
ART0300141	1000000253
	0
	1000000255
	0
	1000000254
	0

Detailliertere Informationen zu Ihren Beständen können Sie Ihren minubo-Datenfeeds entnehmen.

Was muss meine Logistik können, sodass ich das Fulfillment selbst durchführen kann?

Um das Fulfillment selbst durchführen zu können, braucht es eine endkundenfähige Logistik, die in vorgegebenen Zeiträumen liefern und vorliegende SLAs der Plattformen einhalten muss. Bei Interesse leiten Ihnen euch gerne einen Guide zur Anbindung eines externen Lagers weiter. Darin sind alle speziellen Anforderungen aufgeführt.

Wie teuer ist ein Partnerlogistik-Anbindungsprojekt?

Die Kosten für eine eigene Lageranbindung sind aufwandsbezogen, je nachdem, welche Schnittstellen bereits vorhanden sind und in welcher Form das Lager an unsere Systeme geknüpft werden kann. Die Kosten würden sich ungefähr auf 10.000€ belaufen. Sprechen Sie bei Interesse gerne Ihren Onboarding- oder Partnermanager an.

Welche Bedingungen müssen bei den Anlieferungen von Ware erfüllt werden?

Zu jeder Lieferung muss ein Lieferschein beiliegen. Auf diesem sollte mindestens Ihr Name sowie Ihre Anschrift, die Liefernummer und eine Auflistung aller gesendeten Artikel zu sehen sein.

In der Auflistung der Artikel muss die Artikelnummer, der EAN Code, die Artikelbeschreibung und die Menge zu finden sein. Weitere Informationen sind gerne gesehen.

Bringen Sie den Lieferschein bitte von außen mithilfe einer Lieferscheintasche an oder machen Sie auf einem der Versandkartons deutlich, in welchem sich der Lieferschein befindet. Auf den Paket- bzw. Palettenlabel sollte Ihr Name (Absender) und die Liefernummer erkennbar sein, um die Lieferung schnellstmöglich der richtigen Avise zuordnen zu können.

Die Angabe der Anzahl der Pakete ist zudem sehr vorteilhaft, falls einer der Kartons nicht den Weg zu uns findet oder ggf. verspätet an uns zugestellt wird.

Wohin sollen wir unsere Ware senden?

Die Lageradresse wird Ihnen während des Onboardingprozesses mitgeteilt. Zusätzlich dazu steht in der Lieferbestätigung zu jeder Avis die Lieferadresse.

Kann man feste Anlieferungsslots vereinbaren, sodass man jede Woche/jeden Monat bzw. in geregelten Abständen ohne Freigabe nachliefern kann?

Ja, das ist bei Nachlieferungen möglich, sofern der Content der Artikel bereits vorliegt. Man muss dafür eine maximale Liefermenge angeben, die bei den regelmäßigen Lieferungen nicht überschritten werden darf. Die Lieferung muss trotzdem auf EAN-Basis im Voraus avisiert werden. Bei Neuware ist eine Lieferung ohne Freigabe nicht möglich. Sprechen Sie gern Ihren jeweiligen Onboarding- oder Partnermanager an, um eine regelmäßige Lieferung zu vereinbaren.

Wie müssen die Produkte verpackt und an euch versendet werden?

Jedes einzelne Produkt muss eine Umverpackung (Polybag, Schuhkarton, Karton o. ä.) besitzen, um das Produkt vor Staub und Schmutz zu schützen. Alle Produkte sollten in

Versandkartons gebündelt an uns versendet werden. Die Versandkartons sollten stabil und nicht schwerer als 20kg sein. Größere Lieferungen (> 10 Kartons) sollten möglichst palettiert angeliefert werden. Falls Unklarheiten bestehen, sprechen Sie uns gerne an.

Könnt ihr für uns eine Inventur durchführen?

Ja, eine Inventur ist jederzeit digital oder manuell (Stichtagsinventur) möglich. Bitte bedenken Sie, dass wir für eine Stichtagsinventur mindestens 4 Wochen Vorlaufzeit benötigen. Digitale Bestände können wir Ihnen mit einem Vorlauf von maximal einer Woche zur Verfügung stellen. Die Kosten sind dem Vertrag zu entnehmen.

Müssen wir zu jeder Lieferung vorab eine Lieferankündigung an euch schicken?

Ja, dies ist immer vor jeder Lieferung erforderlich. Bitte versenden Sie die Ware erst nach Erhalt unser Lieferfreigabe an die mitgeteilte Adresse.

Habt ihr die Möglichkeit auch andere Retourengründe auf dem Retourenschein zu integrieren?

Nein, die Plattformen geben die Retourenscheine vor.

Bekommen wir Bescheid, wenn die Ware eingetroffen und eingelagert wurde?

Sie erhalten keine Bestätigung über den Erhalt der Ware, jedoch eine automatische Bestätigung, sobald die Lieferung vollständig eingelagert ist.

Wie lange dauert es, bis Retouren bearbeitet wurden und wieder versandfertig sind?

Es dauert im Regelfall circa 24 Stunden, bis Retouren bearbeitet sind. In umsatzstarken Zeiten ist von bis zu 48 Stunden auszugehen.

Können wir folgende Services in Anspruch nehmen: ZFS, FBA?

Ja, wir bieten ZFS an. Bitte wenden Sie sich bei Interesse an Ihren Partnermanager. FBA ist derzeit leider nicht verfügbar.

Könnt ihr auch B2B-Aufträge versenden?

Aktuell ist dies leider nicht möglich.

Könnt ihr Beileger, z.B. Markenflyer oder Gutscheine, in die Pakete fügen?

Nein, dies ist seitens der Plattformen nicht gewünscht.

Wie lange dauert die Einlagerung unserer Artikel in eurem Lager?

Wenn eine Lieferung ordnungsgemäß angekündigt wurde und zum freigegebenen Lieferdatum gesendet wurden, geben wir folgende Einlagerungszeiten vor.

- Anlieferung < 300 Teile = 99% der Artikel sind verkaufsfähig innerhalb von 48 Std.
- Anlieferung 300 bis 1.000 Teile = 99% der Artikel sind verkaufsfähig innerhalb von 72 Std.
- Anlieferung 1.000 bis 4.000 Teile = 99% der Artikel sind verkaufsfähig innerhalb von 96 Std.
- Anlieferung > 4.000 Teile = 99% der Artikel sind verkaufsfähig innerhalb von 120 Std.

Es gelten nur Arbeitstage. Die Wochenenden (Samstag und Sonntag) sind ausgenommen.

Der Einlagerungsstatus wird hier rein logistisch betrachtet. Die Verfügbarkeit auf den Online-Marktplätzen wird in diesem Kontext nicht betrachtet.

Bitte haben Sie Verständnis, dass sich die Einlagerung verzögern kann, wenn uns nicht angekündigte oder von der Ankündigung abweichende Lieferungen erreichen. Verzögerungen treten auch dann auf, wenn Produkte, die nicht richtig verpackt oder gelabelt wurden, an uns versendet werden.

Was passiert, wenn ich das Lieferdatum nicht halten kann?

Bitte benachrichtigen Sie uns über diese Abweichung, wir vergeben dann einen neuen Liefertermin. Wenn Sie an einem abweichenden Liefertermin anliefern, kann es dazu kommen, dass die Lieferung abgelehnt wird.

Müssen die Waren verzollt bei euch ankommen?

Ja, wir nehmen nur bereits verzollte Ware an. In unserem Logistikguide finden Sie weiterführende Informationen zum Zollverfahren für Sendungen aus dem EU-Ausland.

Wie geht heyconnect mit Reklamationen um?

Können retournierte Artikel nicht wiederaufbereitet werden, werden sie als sogenannte "nicht-lagerfähige Retoure", kurz NLR, auf unser Reklamationslager gebucht. In regelmäßigen Abständen senden wir die reklamierte Ware an Sie zurück. Alternativ können wir die Ware gern für Sie entsorgen. Sprechen Sie uns hierzu gern an.

Wie lange müssen wir auf eine Lieferfreigabe warten?

Wir beantworten jede Lieferankündigung innerhalb von zwei Arbeitstagen und geben Ihnen eine Rückmeldung, ob Sie an Ihrem Wunschlieferdatum oder an einem Alternativdatum anliefern können.

In welcher Häufigkeit sollen wir euch Waren ans Lager senden?

Das Lieferintervall hängt mit der Verkaufsmenge und dem jeweiligen Lagerbestand zusammen. Wir unterstützen Sie gerne in der Einschätzung. Generell sollten Sie darauf achten, dass Sie den Lagerbestand rechtzeitig wieder auffüllen, wenn Sie die betroffenen Artikel weiterhin verkaufen möchten. Von Ihrer Planung bis zur Einlagerung vergeht mindestens eine Woche.

5. Reporting

Wie erkennen wir Artikel im Reporting, die nicht wiederverkäuflich sind? Was passiert mit dem Bestand? Werden die systemisch anders behandelt?

Nicht-wiederverkäufliche Artikel werden auf unser Reklamationslager gebucht. In regelmäßigen Abständen bearbeiten wir die Reklamationsware und schicken die Artikel an Sie zurück oder entsorgen die Produkte falls gewünscht. Im Anschluss buchen wir die betroffenen Mengen aus unserem System aus.

Wann sind die aktualisierten Daten im Datenfeed verfügbar?

Im Regelfall sind die Daten des Vortags zwischen 9:00 und 11:00 Uhr im Datenfeed verfügbar.

Wie funktioniert das Datenpaket?

Mit unserem 3-stufigen Datenpaket stellen wir Ihnen diverse Informationen rund um Ihre Abverkäufe, Umsätze und auch Lagermengen zur Verfügung. Es besteht aus einem Dashboard, sechs Reportings und drei Datenfeeds. Das Dashboard sowie die sechs Reportings werden Ihnen jeden Mittwoch automatisiert per Mail in Form von PDF-Dokumenten zur Verfügung gestellt. Die drei Datenfeeds können Sie mit Hilfe eines Download-Links täglich selbst um die Daten des Vortags aktualisieren.

Das Datenpaket soll Ihnen eine bessere Steuerung des Tagesgeschäfts sowie ein datenbasiertes Ableiten von strategischen Entscheidungen ermöglichen. Die Daten werden mithilfe der flexiblen Analytics-Datenbank minubo aufbereitet und aktualisiert. Eine detaillierte Erläuterung finden Sie in unserem Handbuch. Dieses Dokument können Sie sich sowohl im Partnerportal als auch auf der Onboarding-Landing Livesetzung selbstständig herunterladen.

6. Abrechnung

Welche Kosten rechnet heyconnect monatlich mit dem Partner ab?

Die Abrechnung zwischen dem Partner und heyconnect findet in einem B2B-Geschäft statt. heyconnect rechnet im Groben die folgenden Positionen ab:

- Netto-Umsatz nach Retouren
- Provision der Marktplätze
- Provision heyconnect
- Provision Middleware
- Sofern die Logistik über heyconnect abgewickelt wird:
 - Logistikkosten
 - Versanddienstleister-Kosten (DHL etc.)

Diese Positionen werden in zwei Abrechnungen aufgeteilt. Sie erhalten also jeden Monat eine Logistikkostenabrechnung über Ihre Logistik- und Versandkosten (sofern Sie unsere Logistikservices in Anspruch nehmen) sowie eine Umsatzabrechnung über Ihren Netto-Umsatz nach Retouren abzüglich aller Provisionen (Marktplatz, heyconnect sowie Middleware). Weitere Details zu den Transaktionen (Einzeltransaktionen, DSGVO-konform) werden mit jeder Abrechnung an den Partner per E-Mail übermittelt.

Sofern Sie unsere Content- oder Marketing-Services in Anspruch genommen haben, werden diese bedarfsbezogen in Rechnung gestellt.

Wie funktioniert der Austausch der abrechnungsrelevanten Daten mit heyconnect?

Die Belege für Gutschriften und Rechnungen werden in aggregierter Form bereitgestellt. In Ergänzung dazu stellt heyconnect in der Monatsabrechnung auch eine Übersicht über die einzelnen Abrechnungsposten zur Verfügung. Kundendaten dürfen laut DSGVO nicht an den Partner übermittelt werden, da keine zwingende Notwendigkeit für den Austausch besteht. Die Detailinformationen müssen nicht durch den Partner verarbeitet werden.

Wie funktioniert der Austausch von Reporting-Daten mit heyconnect?

Um täglich die Abverkäufe, Retouren und Lagerbestände zu monitoren stellen wir Ihnen ein Datenpaket zur Verfügung. Die enthaltenen Datenfeeds ermöglichen einen täglichen Austausch der Verkaufsdaten vom Vortag via Excel-CSV-Report (im Standard). Auf Anfrage und gegen Gebühr ist auch das Setup einer EDI-Schnittstelle möglich. Über den Inventory Report (INVRPT) können täglich die Lagermenge aktualisiert werden. Der Sales Report (SLSRPT) wird einmal monatlich zur Verfügung gestellt. Bedingt durch einen Zeitversatz in Buchungen und Reporting ist dieser Report allerdings nicht für Finanzsysteme geeignet.

Was ist in der heyconnect-Provision enthalten?

Unsere Umsatzprovision deckt sämtliche Kosten der Plattformanbindung, des Datenmanagements inkl. Qualitätssicherung und Mapping, des Managements von Logistik- und Content-Dienstleistungen, des 1st- und 2nd-Level-Kundendienstes für den Großteil der Plattformen sowie des Key Account Managements in Richtung der Plattformen und in Richtung der Partner.

Für den Fall, dass in einem Monat kein positiver Umsatz erzielt wurde, berechnet heyconnect anstelle der Umsatzprovision eine Mindestprovision, im Regelfall beträgt diese 800€.

Kosten für zusätzliche Content-Produktion sowie Sondertätigkeiten im Bereich der Logistik fallen hingegen aufwandsbezogen an.

Bedeutet die Mindestprovision monatliche Zusatzkosten?

Nein. Zur Deckung von Lizenz- und IT-Kosten erhebt heyconnect eine monatliche Mindestprovision, i.d.R. in Höhe von 800,00 € zzgl. gesetzlich gültiger Umsatzsteuer. Die Mindestprovision wird im jeweiligen Monat mit der heyconnect-Umsatzprovision abgeglichen. Liegt die Umsatzprovision kumuliert unterhalb der Mindestprovision, so wird die Mindestprovision in Rechnung gestellt. Sobald die Schwelle überschritten wird, wird nur die heyconnect-Umsatzprovision in Rechnung gestellt.

Beispiel 1:

Nettoumsatz/Monat = 10.000€

heyconnect Provision = 11,5%

Mindestprovision = 800€

Rechnung:

$10.000€ * 11,5\% = 1.150€$

Die 800€ Mindestprovision wird überschritten und heyconnect weist 1.150€ heyconnect-Provision aus.

Beispiel 2:

Nettoumsatz/Monat = 5.000€

heyconnect Provision = 11,5%

Mindestprovision = 800€

Rechnung:

$5.000€ * 11,5\% = 575€$

Die 800€ Mindestprovision wird unterschritten und heyconnect berechnet 800€ Mindestprovision.

Was ist die Middleware Transaktionsgebühr?

Bei einer Middleware handelt es sich um eine von dritten Dienstleistern bereitgestellte Lösung, mit welcher eine Anbindung zwischen den Plattformen und dem ERP von heyconnect sichergestellt wird. Für unsere technische Integration via Middleware-Systemen wird eine Provision auf Basis des Nettojahresumsatz nach Retouren und exklusive der Mehrwertsteuer berechnet. Die genaue Höhe richtet sich nach den Kostensätzen, die in Ihrem Partnervertrag geregelt sind. Die Gebühr wird mit der monatlichen Abrechnung der Umsätze fällig.

Warum erhalte ich unterschiedliche Abrechnungen (Logistik, Content, Umsatz, Marketing)? Können die Abrechnungen zusammengefasst werden?

Es handelt sich um unterschiedliche Leistungen, die auch umsatzsteuerlich unterschiedlich zu behandeln sind. Die Verkäufe und Retouren werden im Kommissionsmodell aus rechtlichen und steuerlichen Gründen zusammen mit den zugehörigen Provisionen in einem Gutschriftsbeleg abgerechnet. Andere Dienstleistungen, wie beispielsweise Content- oder Marketing-Kosten, werden in Rechnungen abgerechnet.

Wann erhalte ich meine Umsatzabrechnung?

Die Umsatz-Abrechnung erfolgt vertragsgemäß am 7. Werktag des Folgemonats. Die Logistik-Kosten werden immer um den 4. Werktag des Folgemonats abgerechnet. Content- oder Marketing-Kosten werden je nach Aufwand in Rechnung gestellt.

Wie lauten die Zahlungskonditionen?

Die vereinbarten Zahlungsziele finden Sie im Vertragsanhang 1. Abrechnungsgutschriften werden laut Vertrag im Regelfall 30 Tage nach Erstellung der Abrechnung zur Auszahlung fällig und ausgezahlt. heyconnect behält sich das Recht vor, gegen einen Skontoabzug von 2% (Regelfall im Vertrag) Gutschriften innerhalb von 10 Tagen auszuzahlen. Maßgeblich ist dabei das Datum des Zahlungsausgangs seitens heyconnect.

Rechnungen sind innerhalb von 7 Tagen fällig.

Warum gelten unterschiedliche Zahlungskonditionen für den Partner und heyconnect?

Gutschriften werden i.d.R. 30 Tage nach Abrechnung ausgezahlt. Das entspricht der Auszahlungsfrist der Marktplätze an heyconnect. Rechnungen sind i.d.R. innerhalb von 7 Tagen fällig, da die heyconnect bei den Kosten i.d.R. in Vorleistung gegangen ist. Die Zahlungsbedingungen sind im Partnervertrag geregelt.

Warum werden Gutschriften nicht ausgezahlt?

Grundsätzlich gelten die vertraglich geregelten Zahlungskonditionen. Ab dem zweiten Abrechnungsmonat verrechnen wir allerdings die Gutschriften und Rechnungen wie nachfolgend beschrieben. Voraussetzung hierfür ist, dass ein positiver Nettoumsatz erzielt und die Mindestprovision von 800€ überschritten wurde.

Vorgehensweise: Gutschriften des Vormonats werden mit der Logistikkosten-Abrechnung des aktuellen Monats verrechnet. Zum Beispiel wird die Gutschrift der

Verkaufserlöse des Novembers abzüglich der Logistikabrechnung im Dezember ausbezahlt. Sollte die Logistikabrechnung die Gutschrift übersteigen, erfolgt keine Auszahlung. Es erfolgt dann eine Zahlungsaufforderung.

Warum werden nicht alle Rechnungen mit den Gutschriften verrechnet?

Bereits erstellte Gutschriften werden i.d.R. mit nachfolgenden Rechnungen verrechnet. Umgekehrt können keine offenen Rechnungen so lange offen bleiben bis eventuell eine positive Abrechnung mit einer Gutschrift verrechnet werden kann. Rechnungen sind i.d.R. innerhalb von 7 Tagen fällig.

Auf welchen Zeitraum wird die heyconnect Staffelprovision jeweils angewendet? Wie funktioniert die Staffelprovision?

Die Provisionsätze der heyconnect beziehen sich auf den Jahresumsatz in der jeweiligen Umsatzstufe. Als Basis für die Jahre werden die Vertragsjahre beginnend mit dem Monatsersten des ersten Vertragsmonats zugrunde gelegt.

Beispiel: Bei Vertragsschluss 15. März 2022 läuft das erste Jahr von 1. März 2022 bis 28. Februar 2023. Mit Erreichen der Umsatzschwellen werden künftige Umsätze innerhalb des laufenden Jahresumsatzes mit einer geringeren heyconnect-Umsatzprovision abgerechnet. Das zweite Vertragsjahr startet dann wieder zum 1. März 2023 und endet am 29. Februar 2024. Es wird wieder beim höchsten vertraglich vereinbarten Provisionsatz gestartet.

Wie erfolgt die Abrechnung von großen Plattformaktionen, bspw. der About You Black Week?

Mit den Plattformen wurde eine Frist von 100 Tagen nach Ende der Aktion vereinbart, sobald die Rückgabefrist der Endkunden verstrichen ist und der Marktplatz seine Differenzabrechnung erstellt hat. Da wir auf die Differenzabrechnung der Plattformen angewiesen sind, kann es auch deutlich länger als 100 Tage dauern, bis wir abrechnen können. Wenn die Abrechnungen der Plattformen vorliegen, streben wir eine Weiterberechnung mit den Partnern binnen 4 Wochen an.

Eine Differenzabrechnung ist nötig, da uns die Plattformen zunächst die regulären Preise anstatt der rabattierten Preise übermitteln und wir diese an den Partner zunächst unverändert weitergeben. Dem Partner werden somit höhere Umsätze gutgeschrieben, als ihm eigentlich zuständen. Durch eine Differenzabrechnung wird dies korrigiert. Damit einhergehend werden auch davon abhängige Provisionskosten (heyconnect-Provision) korrigiert.

Ich habe eine europäische Umsatzsteuer-ID aber meine Ware wird aus einem Nicht-EU Land geliefert, was muss ich beachten?

heyconnect ist leider nicht befugt steuerlich zu beraten. Wir würden Sie bitten diese Frage mit Ihrem Steuerberater zu besprechen.

Können wir unsere Partnerschaft mit heyconnect auch ohne eine Umsatzsteuer-ID und EORI-Nummer beginnen?

Nein, das ist leider nicht möglich.

Welchen Teil der Steuererklärung wird von heyconnect übernommen?

heyconnect deklariert und zahlt die Mehrwertsteuer für die Verkäufe auf den Marktplätzen.

Wie sind die Rechnungen und Gutschriften aufgebaut?

Umsatzabrechnung + Provision

Umsatzabrechnung Plattform		Beträge		
Posten	USt. Satz	Netto	USt.	Brutto
Verkaufserlöse an Partner aus Verkaufslieferungen* *(Reihengeschäft zwischen Partner, heyconnect und Endkunde, Zuordnung der warenbewegten Lieferung zu heyconnect nach Endkunde entsprechend §3 Abs. 6a S.4 2.HS UStG, Sitz des Endkunden gem. einzelner Verkaufsposition)	19%	180.000,00 €	34.200,00 €	214.200,00 €
Verkaufserlöse an Partner aus Verkaufsrücksendungen* *(Reihengeschäft zwischen Partner, heyconnect und Endkunde, Zuordnung der warenbewegten Lieferung zu heyconnect nach Endkunde entsprechend §3 Abs. 6a S.4 2.HS UStG, Sitz des Endkunden gem. einzelner Verkaufsposition)	19%	-150.000,00 €	-28.500,00 €	-178.500,00 €
Zwischensumme Verkaufserlöse		30.000,00 €	5.700,00 €	35.700,00 €
Provision der Kanäle	19%	-6.000,00 €	-1.140,00 €	-7.140,00 €
Gebühren für Retouren (nur Amazon)	19%	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Provision Middleware	19%	-240,00 €	-45,60 €	-285,60 €
Provision heyconnect	19%	-1.350,00 €	-256,50 €	-1.606,50 €
Zwischensumme Provisionen	0	-7.590,00 €	-1.442,10 €	-9.032,10 €
Gesamtbetrag	Gutschrift**	22.410,00 €	4.257,90 €	26.667,90 €

**HINWEIS: positive Beträge werden ausgezahlt; negative Beträge sind zur Zahlung fällig

Logistikkosten-Abrechnung

Abrechnung Logistik- & Versandkosten				
Posten	USt. Satz	Netto	USt.	Brutto
Warenauslieferung	19%	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Retouren	19%	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Wareneingang	19%	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Lagerhaltung	19%	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Sonderpositionen	19%	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Warenauslagerung	19%	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Gesamtbetrag	(Rechnung)	0,00 €	0,00 €	0,00 €

7. Retail Media

Können wir Marketing über heyconnect buchen? Welche Marketing-Maßnahmen werden angeboten?

Ja, das ist durchaus möglich und ein sinnvolles Instrument für mehr Aufmerksamkeit und Umsatzsteigerung auf den Plattformen. Sprechen Sie uns gerne an, wenn Sie Interesse an Marketingkampagnen auf den Plattformen haben oder übermitteln Sie uns Ihre Anfrage direkt über das Formular „Marketinganfrage“. Unser Retail Media Team oder unsere Partneragentur Nakoa wird sich mit Ihnen in Verbindung setzen und Sie beraten.

Welche Marketing Services bieten die Plattformen an?

Die Plattformen bieten zum einen Plattformaktionen an, über die wir Sie regelmäßig per E-Mail informieren. Zum anderen variiert der Umfang des Retail Media Angebotes pro Plattform. Hierunter sind Performance Maßnahmen sowie Branding Möglichkeiten zu verstehen, die unterschiedliche Ziele – von der Umsatzsteigerung bis hin zum Ausbau

der Markenbekanntheit – erreichen können. Melden Sie sich gerne bei uns, um weitere Informationen zu den einzelnen Plattformen durch unser Team zu erhalten.

Was sind Sponsored Product Ads?

Sponsored Product Ads (kurz „SPA“) sind Produktanzeigen meist auf den oberen Rängen einer Plattform. Die Produkte werden in Suchergebnissen und Kategorie-Seiten höher platziert. So sind sie für den Kunden schneller zu sehen und erhalten demnach mehr Aufmerksamkeit, die zu höheren Klicks und Abverkäufen führen kann.

Die Methode ist sehr Performance-orientiert, da sie eine Steigerung der Aufmerksamkeit auf einzelne Produkte, sowie folgend des Umsatzes zum Ziel hat. Die Produktanzeigen werden dabei auf Cost-per-Click (kurz „CPC“)-Basis abgerechnet. Dieses Abrechnungsmodell bedeutet, dass erst ein gewisser Cent-Betrag in Rechnung gestellt wird, sobald ein Kunde auf das Produkt klickt und zur Artikeldetailseite weitergeleitet wird.

Zu Beginn einer Kampagne wird ein Budget festgelegt, welches dann über diese Ads ausgegeben wird.

Ich möchte durch Marketing meine Markenbekanntheit steigern – was kann ich tun?

Die Plattformen bieten unterschiedliche Möglichkeiten die Brand Awareness zu steigern. Das können unter anderem Platzierungen in Form von Bannern oder Teasern sein, die auf der Startseite, den Kategorie-Seiten, den Suchergebnissen oder ähnlichem (je nach Budget) ausgespielt werden.

Hier wird Ihre Marke oder Ihre Produkte mit Bildmaterial und/oder kurzen Texten je nach Budget präsentiert. Darüber hinaus gibt es beispielsweise verschiedene Social Möglichkeiten. Diese Platzierungen werden dann zumeist auf Tausenderkontaktpreis-Basis („TKP“) oder per Festpreis abgerechnet.