

# Der Online Shop Handbuch für Existenzgründer

Business-Plan, eShop-Systeme, ePayment,  
Behörden, Online-Recht, Marketing uvm.

SUSANNE ANGELI WOLFGANG KUNDLER



Markt+Technik

# >> Inhaltsverzeichnis

	<b>Vorwort</b> .....	<b>11</b>
<b>Teil I</b>	<b>Unternehmensgründung und Unternehmensführung</b>	<b>20</b>
<hr/>		
<b>Kapitel 1</b>	<b>Existenzgründung</b> .....	<b>22</b>
<b>1.1</b>	<b>Selbstständig machen – na klar!</b> .....	<b>24</b>
	1.1.1 Grundsätzliches zur Selbstständigkeit .....	25
	1.1.2 Bin ich ein Unternehmertyp? .....	30
	1.1.3 Beratungsmöglichkeiten für Existenzgründer .....	37
<b>1.2</b>	<b>Das Unternehmenskonzept</b> .....	<b>41</b>
	1.2.1 Neue Geschäftsideen aufspüren .....	42
	1.2.2 Wahl des Firmennamens .....	47
	1.2.3 Wichtige Rechtsformen für Existenzgründer .....	53
	1.2.4 Förderprogramme zur Gründungsfinanzierung .....	59
<b>1.3</b>	<b>Der Business-Plan</b> .....	<b>65</b>
	1.3.1 Der Business-Plan als Erfolgsgrundlage für die Existenzgründung .....	65
	1.3.2 Bestandteile eines übersichtlichen Business-Plans .....	69
	1.3.3 Business-Plan mit BMWi-Softwarepaket .....	78
<b>Kapitel 2</b>	<b>Unternehmensstart</b> .....	<b>82</b>
<b>2.1</b>	<b>Anmeldeformalitäten – es geht los!</b> .....	<b>84</b>
	2.1.1 Gründungsarten im Überblick .....	84
	2.1.2 Anmeldungen und Genehmigungen .....	89
	2.1.3 Eigene Mitarbeiter .....	95
<b>2.2</b>	<b>Steuern, Vorschriften und Pflichten</b> .....	<b>99</b>
	2.2.1 Steuerarten und -pflichten für Unternehmen .....	100
	2.2.2 Termine für Steuererklärungen und -zahlungen .....	106
	2.2.3 Vorschriften und Pflichten zur Buchführung .....	109
<b>2.3</b>	<b>Kleinbetriebliche und kaufmännische Buchführung</b> .....	<b>121</b>
	2.3.1 Art der Buchführung .....	122
	2.3.2 Erleichterungen für Existenzgründer .....	129
	2.3.3 Rechnungs- und Mahnwesen organisieren .....	134

<b>Kapitel 3</b>	<b>Geschäftsführung</b>	<b>144</b>
3.1	<b>Büroorganisation und Geschäftsabläufe</b>	146
3.1.1	Büroarbeit effizient organisieren	147
3.1.2	Abläufe im Online-Handel verbessern	154
3.2	<b>Controlling – planen, kontrollieren, lenken</b>	158
3.2.1	Controlling systematisch einsetzen	159
3.2.2	Rentabilität ist planbar	167
3.2.3	Balanced Scorecard als Strategieleitfaden	182
3.3	<b>Risiken kennen und absichern</b>	188
3.3.1	So bekommen Sie Krisen in den Griff	189
3.3.2	Versicherungen gegen Risiken	198
3.3.3	Betriebliches Mahnwesen im praktischen Einsatz	206
<b>Teil II</b>	<b>Der Online-Shop</b>	<b>218</b>
<b>Kapitel 4</b>	<b>Voraussetzungen</b>	<b>220</b>
4.1	<b>Basiswissen für Online-Händler</b>	222
4.1.1	Was unterscheidet eBusiness von eCommerce?	223
4.1.2	Die passende Domain- und Provider-Wahl	228
4.2	<b>eCommerce verstehen und planen</b>	237
4.2.1	Lohnt sich ein Online-Shop?	238
4.2.2	Startprobleme vermeiden	242
4.2.3	Wie ein Online-Shop funktioniert	246
4.2.4	Strategieleitfaden zum eigenen Online-Shop	250
4.3	<b>Datensicherheit</b>	256
4.3.1	Entwickeln Sie ein Sicherheitskonzept	257
4.3.2	Nur ein aktiver Virenschutz ist ein guter Virenschutz	266
4.3.3	Spam vermindern	274
<b>Kapitel 5</b>	<b>Shop-Systeme</b>	<b>282</b>
5.1	<b>Shop-Lösungen im Überblick</b>	284
5.1.1	Vor- und Nachteile verschiedener Shop-Lösungen	285
5.1.2	Grundlagen der Shop-Konfiguration	294
5.2	<b>Shop einrichten</b>	300
5.2.1	1&1 Basic Shop installieren und konfigurieren	300
5.2.2	Mondo Shop 3 StartUp installieren und konfigurieren	317
5.2.3	xt:Commerce 3.0.4. SP1 installieren und konfigurieren	344

<b>Kapitel 6</b>	<b>eBusiness</b> .....	<b>374</b>
6.1	<b>Zahlungsabwicklung und ePayment-Systeme</b> .....	376
	6.1.1 Zahlungssysteme im Überblick .....	376
	6.1.2 Einsatz ausgewählter Zahlungsverfahren .....	387
6.2	<b>Schnittstellen für die Auftragsbearbeitung</b> .....	406
	6.2.1 Warenwirtschaftsprogramm anbinden .....	407
	6.2.2 Produkt- und Zahlungsdaten abgleichen .....	421
	6.2.3 Tools zur Versandabwicklung .....	438
<b>Kapitel 7</b>	<b>Online-Recht</b> .....	<b>452</b>
7.1	<b>Recht im Internet</b> .....	454
	7.1.1 Informationspflichten im Internet .....	455
	7.1.2 Spezielle rechtliche Aspekte im Online-Handel .....	465
	7.1.3 Schutz vor Datenmissbrauch .....	473
	7.1.4 Auswirkungen auf den Online-Handel .....	481
<b>Teil III</b>	<b>Webdesign und Marketing</b> .....	<b>488</b>
<b>Kapitel 8</b>	<b>Webseitengestaltung</b> .....	<b>490</b>
8.1	<b>Webseiten heute</b> .....	492
8.2	<b>Grundlegende Tipps zum Webdesign</b> .....	493
	8.2.1 Bedienung und Navigation .....	494
	8.2.2 Einheitlichkeit in der Website-Gestaltung .....	497
	8.2.3 Seitenlänge und Inhalt von Webseiten .....	499
	8.2.4 Typografische Gestaltung zur besseren Lesbarkeit .....	501
8.3	<b>Techniken und Tools fürs Webdesign</b> .....	506
	8.3.1 Einsatzgebiete und Gefahrenquellen aktiver Inhalte .....	506
	8.3.2 Gängige Browser und Seitengrößen im Usability-Test .....	508
	8.3.3 Hilfreiche Webdesign-Tools .....	511
8.4	<b>Farben und Grafiken professionell einsetzen</b> .....	517
	8.4.1 Eine kurze Farbenlehre .....	518
	8.4.2 Meta-, Pixel- und Vektorformate .....	527
	8.4.3 Digitale Produktbilder und Fotografie .....	536
8.5	<b>Webdesign und -technologien kritisch betrachtet</b> .....	542
	8.5.1 Überblick typischer Webdesign-Fehler .....	543
	8.5.2 Für und Wider gängiger Webtechnologien .....	547

## Inhaltsverzeichnis

<b>Kapitel 9</b>	<b>Suchmaschinen-Optimierung</b> .....	<b>552</b>
<b>9.1</b>	<b>Grundlagen der HTML-Programmierung</b> .....	<b>554</b>
	9.1.1 HTML-Einstieg mit Editoren und anderen Tools .....	554
	9.1.2 Formular mit HTML, CSS und JavaScript .....	563
<b>9.2</b>	<b>Suchmaschinen und Webkataloge</b> .....	<b>575</b>
	9.2.1 Technologien und Richtlinien der Suchdienste .....	575
	9.2.2 Grundlagen der Suchmaschinen-Optimierung .....	584
	9.2.3 Website bei Suchdiensten anmelden .....	594
<b>9.3</b>	<b>Onpage-Optimierung</b> .....	<b>602</b>
	9.3.1 Keyword-Optimierung .....	603
	9.3.2 Pagedesign- und Quellcode-Optimierung .....	610
<b>Kapitel 10</b>	<b>Online-Marketing</b> .....	<b>616</b>
<b>10.1</b>	<b>Neukundengewinnung</b> .....	<b>618</b>
	10.1.1 Marketinginstrumente im Online-Handel .....	619
	10.1.2 Was Kunden von Online-Shops erwarten .....	627
	10.1.3 Der richtige Marketing-Mix .....	636
<b>10.2</b>	<b>Produktmarketing im Internet</b> .....	<b>645</b>
	10.2.1 Exportfunktionen für das Produktmarketing .....	647
	10.2.2 Keyword Advertising oder Sponsored Links .....	656
	10.2.3 Affiliate- und Partnerprogramme .....	664
<b>10.3</b>	<b>Kundenbindung und -wiedergewinnung</b> .....	<b>670</b>
	10.3.1 Customer Relationship Management .....	670
	10.3.2 Kundenbindungsprogramme .....	679
<b>Anhang A</b>	<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>682</b>
<b>Anhang B</b>	<b>Inhalt der CD-ROM</b> .....	<b>692</b>
<b>Anhang C</b>	<b>Glossar</b> .....	<b>698</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	<b>709</b>