

Mit 19 Checklisten

Zahlung und Versand <

SEO und Marketing <

Rechtssicherheit <

Shopkonzept <

Marketing <

Security <

Bernd Schmitt

# Onlineshops mit WordPress

– das große Praxishandbuch

Alles, was Sie für ein erfolgreiches Start-up wissen müssen

- Onlineshops konzeptionieren, installieren, konfigurieren und erweitern
- Entscheidungshilfe für das richtige Shop- und Marketingkonzept
- So punkten Sie bei Information, Beratung und Service

Bernd Schmitt

**Onlineshops mit WordPress –  
das große Praxishandbuch**

## **Über den Autor:**

Bernd Schmitt ist Webdesigner, Audioproducer und Fachbuchautor. Für Word-Press begeistert er sich seit den Anfängen vor über 10 Jahren. Als Dienstleister bietet er auch die Erstellung von Webshops, E-Books und Audiobooks an.

## Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Alle Angaben in diesem Buch wurden vom Autor mit größter Sorgfalt erarbeitet bzw. zusammengestellt und unter Einschaltung wirksamer Kontrollmaßnahmen reproduziert. Trotzdem sind Fehler nicht ganz auszuschließen. Der Verlag und der Autor sehen sich deshalb gezwungen, darauf hinzuweisen, dass sie weder eine Garantie noch die juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für Folgen, die auf fehlerhafte Angaben zurückgehen, übernehmen können. Für die Mitteilung etwaiger Fehler sind Verlag und Autor jederzeit dankbar. Internetadressen oder Versionsnummern stellen den bei Redaktionsschluss verfügbaren Informationsstand dar. Verlag und Autor übernehmen keinerlei Verantwortung oder Haftung für Veränderungen, die sich aus nicht von ihnen zu vertretenden Umständen ergeben. Evtl. beigefügte oder zum Download angebotene Dateien und Informationen dienen ausschließlich der nicht gewerblichen Nutzung. Eine gewerbliche Nutzung ist nur mit Zustimmung des Lizenzinhabers möglich.

© 2016 Franzis Verlag GmbH, 85540 Haar bei München

Alle Rechte vorbehalten, auch die der fotomechanischen Wiedergabe und der Speicherung in elektronischen Medien. Das Erstellen und Verbreiten von Kopien auf Papier, auf Datenträgern oder im Internet, insbesondere als PDF, ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlags gestattet und wird widrigenfalls strafrechtlich verfolgt.

Die meisten Produktbezeichnungen von Hard- und Software sowie Firmennamen und Firmenlogos, die in diesem Werk genannt werden, sind in der Regel gleichzeitig auch eingetragene Warenzeichen und sollten als solche betrachtet werden. Der Verlag folgt bei den Produktbezeichnungen im Wesentlichen den Schreibweisen der Hersteller.

**Autor:** Bernd Schmitt

**Programmleitung:** Dr. Markus Stäuble

**Satz:** DTP-Satz A. Kugge, München

ISBN 978-3-645-20492-7

Jeder kann ein Händler sein.  
Mit 5 Euro im Monat.  
Für eine neue Marktwirtschaft.  
Mit WordPress.



# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Von der Idee zur Domain .....</b>	<b>22</b>
1.1	<b>Willkommen bei WordPress .....</b>	<b>25</b>
1.1.1	Tante Emmas Rache .....	25
1.1.2	Am Puls der Zeit .....	26
1.1.3	Onlineshops und stationärer Handel im Tandem .....	27
1.1.4	WordPress ist Trumpf .....	27
1.2	<b>Alles ist käuflich .....</b>	<b>28</b>
1.2.1	Physische Produkte.....	28
1.2.2	Downloadprodukte und Dienstleistungen.....	28
1.3	<b>Der Onlineshop im Überblick .....</b>	<b>29</b>
1.3.1	Kauf, Zahlung und Warenübergabe.....	29
1.3.2	Andere Länder, andere Sitten .....	30
1.3.3	Andere Länder, andere Währungen .....	31
1.4	<b>Ladenmiete für den WordPress-Shop .....</b>	<b>32</b>
1.4.1	Die Grundausstattung .....	32
1.4.2	Die Extras.....	33
1.4.3	Mit oder ohne Anwalt?.....	33
1.5	<b>Die beste Adresse .....</b>	<b>35</b>
1.5.1	Mehr als Schall und Rauch .....	36
1.5.2	In der Kürze liegt die Würze .....	36
1.5.3	Umlaute vermeiden.....	37
1.5.4	Invasion der Domainendungen.....	37
1.5.5	Juristische Aspekte .....	38
1.5.6	Trittbrettfahrer abwehren .....	40
1.6	<b>Domain und DPMA.....</b>	<b>41</b>
1.6.1	Deutsches Patent- und Markenamt.....	42
1.6.2	Markenschutz für den Shopnamen .....	42
1.6.3	Markenrecherche .....	43
1.6.4	Die Nizza-Klassen .....	45
1.6.5	Marke beim DPMA anmelden .....	49
1.6.6	Markenkollisionen .....	50
	<b>Checkliste Domain und Marken .....</b>	<b>50</b>
<b>2</b>	<b>WordPress installieren .....</b>	<b>52</b>
2.1	<b>Wichtige Systemvoraussetzungen .....</b>	<b>54</b>
2.1.1	PHP.....	55
2.1.2	MySQL .....	55
2.1.3	Mod Rewrite.....	56
2.1.4	PHP Memory Limit .....	56
2.1.5	SSL .....	57

2.2	<b>Provider für Onlineshops .....</b>	<b>57</b>
2.2.1	Die inneren Werte .....	58
2.2.2	Support auf allen Ebenen .....	58
2.2.3	Checkliste Provider .....	59
2.2.4	Webspace anmieten .....	60
2.3	<b>Download und Datenbank.....</b>	<b>61</b>
2.3.1	Deutsche Bezugsquelle.....	61
2.3.2	MySQL-Datenbank anlegen .....	64
2.4	<b>Die Konfigurationsdatei .....</b>	<b>65</b>
2.4.1	Zugangsdaten eintragen .....	65
2.4.2	Tabellenpräfix ändern .....	67
2.4.3	Konfigurationsdatei speichern.....	67
2.5	<b>Upload via FTP .....</b>	<b>67</b>
2.5.1	Crashkurs FTP-Programm.....	68
2.5.2	FileZilla oder FireFTP? .....	68
2.5.3	Mit dem Server verbinden .....	69
2.5.4	WordPress hochladen .....	70
2.6	<b>Die Installation .....</b>	<b>71</b>
2.6.1	Installation starten.....	71
2.6.2	Installation abschließen.....	72
2.6.3	Bei WordPress anmelden .....	72
	<b>Checkliste Installation .....</b>	<b>73</b>
3	<b>WordPress konfigurieren.....</b>	<b>74</b>
3.1	<b>Das Basissystem im Überblick .....</b>	<b>76</b>
3.1.1	Willkommen auf der Kommando­brücke .....	77
3.1.2	Beiträge, Seiten und Produkte.....	78
3.1.3	Beiträge und Seiten erstellen .....	78
3.1.4	Der Editor.....	80
3.1.5	Links einfügen .....	80
3.1.6	Weiterlesen ... wir bauen einen Teaser.....	81
3.1.7	In die Codeansicht umschalten .....	82
3.2	<b>Themes.....</b>	<b>82</b>
3.2.1	Themes verwalten .....	82
3.2.2	Die Live-Vorschau .....	83
3.2.3	Themes aus dem WordPress-Directory.....	84
3.2.4	Externe Themes.....	85
3.2.5	Download und Installation externer Themes .....	88
3.2.6	Themes anpassen über Schaltflächen .....	89
3.2.7	Themes anpassen über den Editor.....	92
3.2.8	Crashkurs HTML und PHP .....	92
3.2.9	Die CSS-Datei anpassen.....	93
3.2.10	Workshop: Child-Themes .....	96
3.2.11	Themes aktualisieren .....	98
3.2.12	Themes löschen .....	99
3.3	<b>Mit Plug-ins Funktionen erweitern .....</b>	<b>99</b>
3.3.1	Plug-ins finden.....	100



3.3.2	Plug-ins direkt installieren.....	101
3.3.3	Plug-ins alternativ installieren.....	101
3.3.4	Plug-ins aktivieren und konfigurieren .....	101
3.3.5	Plug-ins aktualisieren.....	102
3.3.6	Antispam Bee .....	102
3.3.7	Contact Form 7.....	103
3.3.8	Shop-Plug-ins .....	105
3.3.9	Broken Link Checker .....	106
<b>3.4</b>	<b>Widgets .....</b>	<b>106</b>
3.4.1	Themes definieren Widget-Bereiche .....	107
3.4.2	Widgets verwalten.....	107
3.4.3	Die wichtigsten Widgets .....	108
3.4.4	Das Meta-Widget.....	108
3.4.5	Helfer in der Not: Text-Widget .....	109
3.4.6	Inaktive Widgets zwischenlagern.....	109
<b>3.5</b>	<b>Menü(s) bitte .....</b>	<b>110</b>
3.5.1	Menüs erstellen .....	110
3.5.2	Menüpositionen verwalten .....	111
3.5.3	Punkte und Unterpunkte erstellen .....	111
<b>3.6</b>	<b>Das Kommentarsystem .....</b>	<b>112</b>
3.6.1	Kommentarfunktion einstellen .....	112
3.6.2	Kommentare bearbeiten und löschen .....	113
3.6.3	Kommentare beantworten .....	114
3.6.4	Diskussionen schließen .....	115
3.6.5	Avatare .....	116
<b>3.7</b>	<b>Kategorien und Schlagwörter.....</b>	<b>116</b>
3.7.1	Kategorien vergeben .....	116
3.7.2	Schlagwörter vergeben.....	117
<b>3.8</b>	<b>Die Mediathek .....</b>	<b>118</b>
3.8.1	Medien hochladen .....	118
3.8.2	Bildinformationen hinzufügen .....	119
3.8.3	Bilder einfügen und ausrichten .....	120
<b>3.9</b>	<b>Arbeiten im Team.....</b>	<b>121</b>
3.9.1	Sicherheitshinweis für Shopbetreiber.....	121
3.9.2	Das Rollensystem.....	121
<b>3.10</b>	<b>WordPress aktualisieren .....</b>	<b>122</b>
3.10.1	WordPress-Kern aktualisieren .....	123
3.10.2	Themes und Plug-ins aktualisieren .....	123
<b>3.11</b>	<b>Permalinks und Startseite einstellen .....</b>	<b>124</b>
3.11.1	Permalinks einstellen.....	125
3.11.2	Basis für Kategorien und Schlagwörter umstellen .....	126
3.11.3	Startseite festlegen .....	127
	<b>Checkliste Konfiguration .....</b>	<b>129</b>
<b>4</b>	<b>Shopkonzepte.....</b>	<b>130</b>
<b>4.1</b>	<b>Rechtsfallen im Onlineshop .....</b>	<b>133</b>
4.1.1	Der Bestellbutton .....	133

4.1.2	Wesentliche Eigenschaften einer Ware .....	133
4.1.3	Link auf die Widerrufsbelehrung.....	133
4.1.4	Darstellung der Versandkosten .....	133
4.1.5	Preisauszeichnung.....	134
4.1.6	Angabe des Grundpreises .....	134
4.1.7	Mehrwertsteuersätze für digitale Produkte .....	134
4.1.8	Kleinunternehmerregelung.....	134
4.1.9	Kostenlose geläufige Zahlungsmethode .....	134
4.1.10	Hinweise zur Lieferzeit .....	134
4.1.11	Verlinkung auf das Impressum .....	134
4.1.12	Zustimmung zu den AGB .....	135
4.1.13	Verlinkung auf die Onlineschlichtungsstelle.....	135
4.1.14	Double-Opt-in-Verfahren .....	135
4.2	<b>WooCommerce plus WooCommerce Germanized.....</b>	<b>135</b>
4.3	<b>WooCommerce plus WooCommerce German Market .....</b>	<b>137</b>
4.4	<b>wpShopGermany .....</b>	<b>139</b>
4.5	<b>Informieren und ausprobieren .....</b>	<b>140</b>
	<b>Checkliste Shopkonzept.....</b>	<b>140</b>
5	<b>Zahlungsarten und Versand .....</b>	<b>142</b>
5.1	<b>PayPal .....</b>	<b>145</b>
5.1.1	PayPal im Überblick .....	145
5.1.2	PayPal auf Käuferseite.....	146
5.1.3	PayPal auf Händlerseite .....	147
5.1.4	Von der PayPal-Sandbox zum Live-Betrieb.....	150
5.1.5	PayPal-Tipps .....	156
5.2	<b>Die Lastschrift .....</b>	<b>159</b>
5.2.1	Die Lastschrift im Überblick.....	159
5.2.2	Die Lastschrift auf Käuferseite .....	159
5.2.3	Die Lastschrift auf Händlerseite.....	160
5.2.4	Einbindung in WordPress .....	162
5.2.5	IBAN-Fehler vermeiden.....	163
5.3	<b>Die Kreditkarte.....</b>	<b>165</b>
5.3.1	Stärken dieser Zahlungsmethode.....	165
5.3.2	Kreditkarte auf Käuferseite .....	165
5.3.3	Kreditkarte auf Händlerseite.....	165
5.3.4	Der Kreditkarten-Akzeptanzvertrag .....	166
5.3.5	Integration in WordPress .....	167
5.3.6	Tipps für die Kreditkarte als Zahlungsmittel.....	167
5.3.7	Pro und kontra Kreditkarte .....	168
5.4	<b>Kauf auf Rechnung.....</b>	<b>168</b>
5.4.1	Überblick .....	169
5.4.2	Auf Käuferseite .....	169
5.4.3	Auf Händlerseite .....	169
5.4.4	Integration in WordPress .....	169
5.4.5	Tipps für die Zahlungsart Rechnung.....	170
5.4.6	Zahlungserinnerungen und Mahnungen .....	171

5.4.7	Pro und kontra Kauf auf Rechnung.....	174
<b>5.5</b>	<b>Sonstige Zahlungsmethoden .....</b>	<b>174</b>
5.5.1	Paydirekt .....	174
5.5.2	Sofortüberweisung.....	175
<b>5.6</b>	<b>Die Sicht des Kunden.....</b>	<b>177</b>
5.6.1	Zahlungsart und Produkt.....	177
5.6.2	Zahlungsart und Endgerät .....	177
5.6.3	Zahlungsart und Image .....	177
<b>5.7</b>	<b>Der richtige Mix .....</b>	<b>178</b>
5.7.1	Retouren vermeiden .....	178
5.7.2	Keinen Kunden verprellen .....	179
5.7.3	Abbruchquote beim Bestellvorgang minimieren .....	179
5.7.4	Aufwand für den Händler minimieren .....	179
5.7.5	Technische Sicherheit .....	179
5.7.6	Rechtssicherheit .....	180
5.7.7	Kosten einsparen .....	180
<b>5.8</b>	<b>Zahlungsarten kommunizieren .....</b>	<b>181</b>
5.8.1	Textbausteine aus der Hölle .....	181
5.8.2	Mustertexte.....	181
<b>5.9</b>	<b>Der Versand .....</b>	<b>182</b>
5.9.1	Verpackungsverordnung und Duales System .....	182
5.9.2	Paketversand .....	183
5.9.3	Bücher versenden .....	184
5.9.4	Versand per Nachnahme .....	186
5.9.5	Abholung im Laden .....	186
	<b>Checkliste Zahlung und Versand .....</b>	<b>186</b>
<b>6</b>	<b>WooCommerce .....</b>	<b>188</b>
<b>6.1</b>	<b>WordPress und WooCommerce .....</b>	<b>190</b>
6.1.1	Mindestanforderungen an den Server.....	190
6.1.2	Installation und Aktivierung .....	191
<b>6.2</b>	<b>Grundeinstellungen vornehmen.....</b>	<b>192</b>
6.2.1	Seiten einrichten.....	193
6.2.2	Shop-Standorteinstellungen .....	194
6.2.3	Versand und Steuer einrichten .....	195
6.2.4	Zahlungsmethoden .....	197
6.2.5	Grundkonfiguration abschließen .....	197
<b>6.3</b>	<b>Integration im Backend.....</b>	<b>198</b>
6.3.1	Neue Seiten .....	199
6.3.2	Neue Menüpunkte .....	199
<b>6.4</b>	<b>Demoprodukte installieren .....</b>	<b>200</b>
6.4.1	Dummy Data installieren .....	201
6.4.2	Überblick im Backend .....	204
6.4.3	Der Shop als Startseite.....	206
6.4.4	Überblick im Frontend .....	208
<b>6.5</b>	<b>WooCommerce einstellen .....</b>	<b>208</b>
6.5.1	Allgemein .....	209

6.5.2	Produkte.....	210
6.5.3	Mehrwertsteuer.....	212
6.5.4	Kasse.....	215
6.5.5	Versand.....	217
6.5.6	Kundenkonten.....	223
6.5.7	E-Mails.....	226
6.5.8	API-Schnittstelle.....	233
<b>6.6</b>	<b>Produkte einstellen.....</b>	<b>233</b>
6.6.1	Produkt hinzufügen.....	233
6.6.2	Produktkategorien.....	235
6.6.3	Produktschlagwörter.....	236
6.6.4	Produktbilder und Produktgalerie.....	236
6.6.5	Produktdaten.....	238
<b>6.7</b>	<b>Variable Produkte einstellen.....</b>	<b>244</b>
6.7.1	Eigenschaften anlegen.....	245
6.7.2	Eigenschaften befüllen.....	247
6.7.3	Weitere Eigenschaft erstellen und befüllen.....	248
6.7.4	Variables Produkt anlegen.....	249
6.7.5	Im Eigenschaften-Tab Variablen freigeben.....	250
6.7.6	Varianten erstellen.....	252
6.7.7	Varianten aufklappen.....	253
6.7.8	Preise für Varianten zuweisen.....	253
6.7.9	Kontrolle im Frontend.....	254
<b>6.8</b>	<b>Produktbundles und externe Produkte.....</b>	<b>254</b>
6.8.1	Gruppierte Produkte.....	254
6.8.2	Externe und Affiliate-Produkte.....	256
<b>6.9</b>	<b>Gutscheine einsetzen.....</b>	<b>257</b>
6.9.1	Gutscheine erstellen.....	257
6.9.2	Darstellung und Berechnung.....	259
<b>6.10</b>	<b>Bestellungen abwickeln.....</b>	<b>260</b>
6.10.1	Die Bestellverwaltung.....	261
6.10.2	Einzelne Bestellung.....	261
6.10.3	Der Bestellstatus.....	262
6.10.4	Bestellungen kontrollieren und editieren.....	263
	<b>Checkliste WooCommerce.....</b>	<b>264</b>
<b>7</b>	<b>Deutsche Erweiterungen für WooCommerce.....</b>	<b>266</b>
<b>7.1</b>	<b>WooCommerce Germanized.....</b>	<b>268</b>
7.1.1	WooCommerce Germanized installieren.....	268
7.1.2	Rundgang durch WooCommerce Germanized.....	269
7.1.3	Allgemeine Konfiguration.....	270
7.1.4	Konfiguration der Anzeige im Shop.....	275
7.1.5	E-Mail-Konfiguration.....	275
7.1.6	Trusted Shops.....	276
7.1.7	Themes und Upgrades.....	276
<b>7.2</b>	<b>WooCommerce German Market.....</b>	<b>277</b>
7.2.1	Erwerb.....	277

7.2.2	Installieren und aktivieren.....	279
7.2.3	Plug-in lizenzieren.....	282
7.2.4	Rundgang durch WooCommerce German Market .....	282
7.2.5	Konfiguration .....	284
	<b>Checkliste Deutsche Erweiterungen für WooCommerce .....</b>	<b>290</b>
<b>8</b>	<b>wpShopGermany.....</b>	<b>292</b>
8.1	<b>Die Alternative zu WooCommerce .....</b>	<b>295</b>
8.2	<b>Demoshop testen .....</b>	<b>295</b>
8.2.1	TestShopGermany.....	296
8.2.2	Testversion installieren .....	299
8.3	<b>Erste Schritte mit wpShopGermany.....</b>	<b>302</b>
8.3.1	Das neue Menü.....	302
8.3.2	Neue Seiten und Beiträge.....	302
8.3.3	Demoprodukt im Frontend.....	304
8.4	<b>Das Warenkorb-Widget .....</b>	<b>304</b>
8.4.1	Warenkorb-Widget einfügen .....	305
8.4.2	Links zu den Pflichtseiten aktivieren.....	305
8.5	<b>Die neuen Seiten .....</b>	<b>307</b>
8.5.1	Seiten befüllen.....	307
8.5.2	Seiten über ein Menü verlinken .....	307
8.6	<b>Konfiguration.....</b>	<b>308</b>
8.6.1	Einstellungen .....	309
8.6.2	Module .....	319
8.6.3	Lizenzverwaltung .....	324
8.6.4	Aktuelles.....	324
8.6.5	Hilfe.....	325
8.6.6	Über.....	326
8.7	<b>Produktverwaltung .....</b>	<b>326</b>
8.7.1	Produkt anlegen.....	327
8.7.2	Einzelne Produktseite anlegen .....	328
8.7.3	Produktübersichtsseite anlegen .....	330
8.8	<b>Bestellverwaltung.....</b>	<b>332</b>
8.8.1	Bestellungen in der Übersicht .....	332
8.8.2	Bestellung bearbeiten .....	332
8.8.3	Status ändern und Kunden informieren .....	333
8.9	<b>Support .....</b>	<b>334</b>
8.9.1	Das Supportforum.....	334
8.9.2	Support-Tickets.....	335
	<b>Checkliste wpShopGermany.....</b>	<b>337</b>
<b>9</b>	<b>Verschlüsselung mit SSL und HTTPS.....</b>	<b>338</b>
9.1	<b>Warum verschlüsseln? .....</b>	<b>340</b>
9.1.1	Worum geht es bei HTTPS? .....	341
9.1.2	Die Akteure der Verschlüsselung .....	341
9.2	<b>Das richtige Zertifikat .....</b>	<b>342</b>
9.2.1	Klasse 1: Domainvalidiertes SSL-Zertifikat.....	342

9.2.2	Klasse 2: Unternehmensvalidiertes SSL-Zertifikat.....	343
9.2.3	Klasse 3: Extended Validation .....	344
9.2.4	Als Onlinehändler im Klassenkampf .....	344
9.2.5	Let's Encrypt oder nicht? .....	346
<b>9.3</b>	<b>Zertifikat erwerben und URL umstellen .....</b>	<b>347</b>
9.3.1	Zertifikat erwerben .....	347
9.3.2	URL-Basis von HTTP auf HTTPS umstellen .....	347
9.3.3	Alle URLs umstellen .....	348
9.3.4	Weiterleitung auf HTTPS via HT-Access erzwingen.....	350
	<b>Checkliste Verschlüsselung.....</b>	<b>352</b>
<b>10</b>	<b>Rechtssicherheit als Shopbetreiber.....</b>	<b>354</b>
<b>10.1</b>	<b>Gesetze für alle Websites.....</b>	<b>359</b>
10.1.1	Das Grundgesetz (GG) .....	359
10.1.2	Das Strafrecht (StGB) .....	360
10.1.3	Das Telemediengesetz (TMG) .....	361
10.1.4	Das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG).....	365
10.1.5	Der Rundfunkstaatsvertrag (RStV).....	366
10.1.6	Das Urheberrechtsgesetz (UrhG).....	368
10.1.7	Das Markengesetz (MarkenG).....	368
<b>10.2</b>	<b>Gesetze für Shopbetreiber .....</b>	<b>369</b>
10.2.1	Das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB) .....	369
10.2.2	Das Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB).....	371
10.2.3	Das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) .....	372
10.2.4	Preisangabenverordnung (PangV) .....	375
10.2.5	Die Streitschlichtungs-Verordnung .....	377
10.2.6	Die Verpackungsverordnung (VerpackV).....	378
<b>10.3</b>	<b>Gesetze für spezielle Shops.....</b>	<b>379</b>
10.3.1	Das Buchpreisbindungsgesetz .....	379
10.3.2	Das Textilkennzeichnungsgesetz.....	379
10.3.3	Das Elektro- und Elektronikgerätegesetz (ElektroG).....	380
<b>10.4</b>	<b>Abmahnungen vermeiden .....</b>	<b>381</b>
10.4.1	Wer mahnt ab? .....	382
10.4.2	Notice and take down .....	382
10.4.3	Folgen einer Abmahnung.....	383
10.4.4	Die Pflichten im Überblick .....	383
<b>10.5</b>	<b>Praktische Umsetzung: Impressum .....</b>	<b>384</b>
10.5.1	Impressumpflicht – für wen und wo? .....	385
10.5.2	Die Formalien des Impressums.....	385
10.5.3	Musterimpressum .....	390
<b>10.6</b>	<b>Praktische Umsetzung: Widerruf .....</b>	<b>392</b>
10.6.1	Rechtliche Problematik .....	393
10.6.2	Best-Practice-Widerrufsbelehrung .....	393
10.6.3	Widerrufsbelehrung aus Rechtsquelle selbst erstellen .....	395
10.6.4	Ausschlüsse vom Widerrufsrecht hinzufügen.....	397
10.6.5	Das Widerrufsformular .....	399

<b>10.7</b>	<b>Praktische Umsetzung: Versandgebühren und Lieferzeitangabe</b> .....	<b>399</b>
10.7.1	Versandgebühren .....	399
10.7.2	Lieferzeitangaben .....	400
<b>10.8</b>	<b>Praktische Umsetzung: Datenschutzerklärung</b> .....	<b>401</b>
10.8.1	Allgemeiner Teil .....	403
10.8.2	Social-Media-Teil .....	404
10.8.3	Tracking-Teil .....	406
10.8.4	Partnerprogramme .....	407
10.8.5	Datenschutz bei aktivierter Kommentarfunktion .....	409
10.8.6	Datenschutzteil Newsletter.....	409
10.8.7	Datenschutzteil Cookies.....	410
10.8.8	Abschluss der Datenschutzerklärung.....	411
10.8.9	Tipps für die Datenschutzerklärung .....	411
<b>10.9</b>	<b>Praktische Umsetzung: AGB</b> .....	<b>411</b>
10.9.1	Mit oder ohne – AGB .....	411
10.9.2	Platzierung und Zustimmung.....	412
10.9.3	Gültige und ungültige Klauseln.....	412
<b>10.10</b>	<b>Praktische Umsetzung: Preisauszeichnung</b> .....	<b>413</b>
10.10.1	Die Angaben am Preis .....	413
10.10.2	Platzierung und Beschriftung des Bestellbuttons.....	414
<b>10.11</b>	<b>Praktische Umsetzung: Urheber-, Marken- und Persönlichkeitsrecht</b> .....	<b>415</b>
10.11.1	Urheberrecht beachten .....	415
10.11.2	Markenrechte beachten .....	415
10.11.3	Persönlichkeitsrechte beachten .....	416
	<b>Checkliste Rechtssicherheit</b> .....	<b>416</b>
<b>11</b>	<b>Gewerbeanmeldung und Steuern</b> .....	<b>418</b>
<b>11.1</b>	<b>Gewerbe anmelden</b> .....	<b>421</b>
<b>11.2</b>	<b>Gründungszuschuss nutzen</b> .....	<b>422</b>
11.2.1	Voraussetzung und Antragstellung .....	422
11.2.2	Dauer und Höhe .....	423
<b>11.3</b>	<b>Freiwillige Weiterversicherung</b> .....	<b>424</b>
11.3.1	Als Selbstständiger in der Arbeitslosenversicherung.....	424
11.3.2	Voraussetzungen .....	424
11.3.3	Beiträge für die freiwillige Weiterversicherung .....	425
11.3.4	Den Aufnahmeantrag stellen .....	426
<b>11.4</b>	<b>Kleinunternehmerregelung</b> .....	<b>426</b>
11.4.1	Höchstgrenzen für die Kleinunternehmerregelung .....	427
11.4.2	Der Moment der Entscheidung .....	427
<b>11.5</b>	<b>Crashkurs Umsatzsteuer</b> .....	<b>427</b>
11.5.1	Die Umsatzsteuer-Voranmeldung .....	428
11.5.2	Die Steuersätze.....	430
<b>11.6</b>	<b>Tipps für Gründer</b> .....	<b>430</b>
11.6.1	Soll- oder Ist-Besteuerung .....	430
11.6.2	Das Geschäftskonto .....	431

11.6.3	Zwei Jahre Anlaufzeit.....	431
	<b>Checkliste Gründung und Gewerbeanmeldung .....</b>	<b>431</b>
<b>12</b>	<b>Marketing .....</b>	<b>432</b>
<b>12.1</b>	<b>Marketing-Basics.....</b>	<b>435</b>
12.1.1	Praktische Übungen .....	435
12.1.2	Corporate Design .....	436
12.1.3	Das AIDA-Prinzip in der Theorie .....	438
12.1.4	Das AIDA-Prinzip in der Praxis .....	439
12.1.5	Die richtigen Knöpfe.....	440
<b>12.2</b>	<b>Angebote und Aktionen .....</b>	<b>442</b>
12.2.1	Der Mindestbestellwert .....	442
12.2.2	Prozente und Rabatte.....	443
12.2.3	Rabatte bei Büchern.....	445
12.2.4	Rabatte bei Heilmitteln.....	445
12.2.5	Die Tiefpreisgarantie .....	446
12.2.6	Cross- und Up-Selling.....	446
<b>12.3</b>	<b>Plug-ins und Module nutzen .....</b>	<b>448</b>
12.3.1	Plug-ins für WooCommerce .....	449
12.3.2	Module für wpShopGermany .....	450
<b>12.4</b>	<b>Die Kraft der Bilder .....</b>	<b>451</b>
12.4.1	Bilder für Produktseiten .....	451
12.4.2	Bilder im Header und auf Serviceseiten .....	453
12.4.3	Bilder für das Firmenblog und Informationseiten.....	455
12.4.4	Bilder für Social-Media-Netzwerke.....	456
12.4.5	Gutes Bildmaterial erhalten.....	456
12.4.6	Bilder vom Hersteller.....	456
12.4.7	Stockfotos .....	457
12.4.8	Bilder vom Fotografen .....	459
12.4.9	Eigene Bilder.....	459
12.4.10	Kostenlose Bilder.....	461
<b>12.5</b>	<b>Händlerorganisationen .....</b>	<b>461</b>
12.5.1	Geprüfter Webshop .....	463
12.5.2	Der Händlerbund.....	464
12.5.3	Trusted Shops.....	467
12.5.4	Bundesverband Onlinehandel (BVOH).....	468
<b>12.6</b>	<b>Das Firmenblog.....</b>	<b>469</b>
12.6.1	Gründe für das Blog zum Shop .....	470
12.6.2	Platzierung des Firmenblogs .....	471
12.6.3	Ziele und Themen des Firmenblogs .....	472
12.6.4	Kategorien eines Firmenblogs .....	474
12.6.5	Beiträge streuen.....	474
12.6.6	Firmenblog-Knigge .....	476
12.6.7	Kommentare auf dem Firmenblog.....	477
12.6.8	Blogvernetzung mit Gastbeiträgen und Interviews .....	477
12.6.9	Die richtigen Ansprechpartner finden .....	478
<b>12.7</b>	<b>Newsletter-Marketing .....</b>	<b>478</b>



12.7.1	Newsletter-Plug-ins nutzen.....	479
12.7.2	Der externe Anbieter MailChimp .....	479
12.7.3	Rechtskonforme Verwendung.....	480
12.7.4	Opt-in und Opt-out.....	480
12.7.5	Newsletter-Knigge .....	481
<b>12.8</b>	<b>Offlinemarketing.....</b>	<b>484</b>
12.8.1	Events nutzen .....	485
12.8.2	Ladenwerbung .....	485
12.8.3	Werbung auf dem Versandpaket .....	485
12.8.4	Werbung im Versandpaket .....	486
12.8.5	Mit anderen Händlern real vernetzen .....	487
	<b>Checkliste Marketing .....</b>	<b>487</b>
<b>13</b>	<b>Information, Beratung und Service .....</b>	<b>488</b>
<b>13.1</b>	<b>Information.....</b>	<b>490</b>
13.1.1	Nummer gefällig? .....	490
13.1.2	Mehr, als das Gesetz vorsieht.....	491
13.1.3	Der FAQ-Bereich .....	492
13.1.4	Informationen zu den Produkten .....	493
13.1.5	Von der Wikipedia lernen .....	493
<b>13.2</b>	<b>Beratung.....</b>	<b>494</b>
13.2.1	Mit Beratung Sympathie gewinnen .....	495
13.2.2	Die fachliche Komponente .....	495
<b>13.3</b>	<b>Service .....</b>	<b>495</b>
13.3.1	Service für gewöhnliche Kunden.....	496
13.3.2	Service für unzufriedene Kunden.....	496
13.3.3	Service für Stammkunden .....	497
<b>13.4</b>	<b>Der Servicefooter .....</b>	<b>497</b>
13.4.1	Servicefooter mit Text-Widgets .....	498
13.4.2	Servicefooter mit Bildern und Texten .....	502
	<b>Checkliste Information, Beratung und Service .....</b>	<b>505</b>
<b>14</b>	<b>Social Media .....</b>	<b>506</b>
<b>14.1</b>	<b>Social-Media-Basics .....</b>	<b>509</b>
14.1.1	Das klassische Theater.....	509
14.1.2	Das Social-Media-Theater .....	509
14.1.3	Die Macht der Netzwerke.....	509
<b>14.2</b>	<b>Social-Media-Ziele.....</b>	<b>510</b>
14.2.1	Follower gewinnen .....	510
14.2.2	Usergeneriertes Content erzeugen.....	511
14.2.3	Von Social Media zum Shop.....	511
<b>14.3</b>	<b>Kanäle und Accounts .....</b>	<b>512</b>
14.3.1	Die wichtigsten Kanäle.....	512
14.3.2	Accounts anlegen.....	513
<b>14.4</b>	<b>Facebook .....</b>	<b>513</b>
14.4.1	Facebook-Seite anlegen .....	515
14.4.2	Die ersten 30 Fans .....	518

14.4.3	Veranstaltungen erstellen .....	518
<b>14.5</b>	<b>Twitter .....</b>	<b>519</b>
14.5.1	Twitter-Instrumente .....	520
14.5.2	Der Einstieg bei Twitter.....	521
14.5.3	Kundendialog auf Twitter.....	521
<b>14.6</b>	<b>Sonstige Netzwerke .....</b>	<b>522</b>
14.6.1	Pinterest .....	522
14.6.2	Google Plus.....	523
14.6.3	YouTube.....	523
14.6.4	SoundCloud.....	524
14.6.5	XING und LinkedIn .....	524
<b>14.7</b>	<b>Strategie und Planung .....</b>	<b>525</b>
14.7.1	Der Redaktionsplan.....	525
14.7.2	Die Followerkampagne.....	526
14.7.3	Die Produktkampagne.....	528
14.7.4	Social Media als Teamarbeit .....	528
14.7.5	Haftung für Social-Media-Inhalte.....	529
14.7.6	Social-Media-Agentur beauftragen .....	530
14.7.7	Haftung für nutzergenerierte Inhalte .....	531
<b>14.8</b>	<b>Der Social-Media-Knigge .....</b>	<b>532</b>
14.8.1	Geben und nehmen.....	532
14.8.2	Auf Äußerlichkeiten achten .....	532
14.8.3	Persönlich werden .....	532
14.8.4	Eine einfache Sprache verwenden .....	532
14.8.5	Nicht mit fremden Federn schmücken.....	533
	<b>Checkliste Social Media .....</b>	<b>533</b>
<b>15</b>	<b>Suchmaschinenoptimierung (SEO) .....</b>	<b>534</b>
<b>15.1</b>	<b>SEO-Basics .....</b>	<b>536</b>
15.1.1	Wie Suchmaschinen funktionieren .....	536
15.1.2	WordPress-Grundeinstellungen .....	537
15.1.3	Keywords optimieren .....	539
15.1.4	Suchmaschinen gerechte Texte.....	541
15.1.5	Bilder-SEO .....	542
<b>15.2</b>	<b>SEO für Produkte .....</b>	<b>544</b>
15.2.1	Titel und URL.....	544
15.2.2	Produktbeschreibungen optimieren .....	545
15.2.3	Internationale Artikelnummern nutzen .....	547
15.2.4	Das SEO-Plug-in Yoast.....	547
<b>15.3</b>	<b>Optimale Seitenstruktur .....</b>	<b>548</b>
15.3.1	Ebenen und Menüs .....	549
15.3.2	Interne Verlinkungen.....	550
<b>15.4</b>	<b>Aufbau von Backlinks .....</b>	<b>550</b>
15.4.1	Links von anderen Seiten .....	550
	<b>Checkliste Suchmaschinenoptimierung .....</b>	<b>551</b>

<b>16</b>	<b>Tracking und Auswertung</b> .....	<b>552</b>
<b>16.1</b>	<b>Statistiktools der Provider nutzen</b> .....	<b>555</b>
16.1.1	Tracking ohne Installation .....	555
16.1.2	Grenzen der Providertools .....	555
<b>16.2</b>	<b>WordPress-Statistiken</b> .....	<b>556</b>
16.2.1	Statistik-Plug-ins.....	556
16.2.2	Das Jetpack-Plug-in .....	556
<b>16.3</b>	<b>Piwik</b> .....	<b>557</b>
16.3.1	Piwik herunterladen .....	557
16.3.2	Piwik installieren.....	559
16.3.3	Tracking-Code einfügen.....	564
16.3.4	Opt-out-Link einfügen .....	568
16.3.5	Auswertungen mit Piwik.....	569
<b>16.4</b>	<b>Google Analytics</b> .....	<b>570</b>
16.4.1	Google Analytics einrichten.....	571
16.4.2	Tracking-Code erzeugen lassen und einfügen .....	572
16.4.3	Die Besucherströme analysieren .....	574
16.4.4	Datenschutzgerechter Einsatz .....	579
	<b>Checkliste Tracking und Auswertung</b> .....	<b>580</b>
<b>17</b>	<b>WordPress-Security</b> .....	<b>582</b>
<b>17.1</b>	<b>Vorbeugung</b> .....	<b>584</b>
17.1.1	Sichere Namen.....	585
17.1.2	Sichere Passwörter.....	585
17.1.3	Log-in-Versuche begrenzen .....	586
17.1.4	Tabellenpräfix ändern .....	587
17.1.5	Administrator Nummer 2 ersetzt Nummer 1 .....	587
17.1.6	Adminbereich via HT-Access schützen.....	589
17.1.7	Regelmäßige Updates .....	590
17.1.8	Information ist alles .....	591
17.1.9	Technik ist nicht alles.....	592
17.1.10	Ausführung von PHP im Uploadordner deaktivieren .....	593
17.1.11	Externe Überprüfung .....	593
17.1.12	Weniger ist mehr Sicherheit .....	594
17.1.13	Umfangreiche Security-Plug-ins.....	594
<b>17.2</b>	<b>Datensicherung</b> .....	<b>597</b>
17.2.1	Schnelle Sicherung .....	597
17.2.2	Gründliche Sicherung.....	598
17.2.3	Automatische Sicherungen .....	599
<b>17.3</b>	<b>Spiegelung auf XAMPP</b> .....	<b>602</b>
17.3.1	XAMPP herunterladen .....	603
17.3.2	XAMPP installieren .....	605
17.3.3	WordPress lokal installieren .....	609
17.3.4	WordPress lokal spiegeln .....	611
<b>17.4</b>	<b>Keine Panik bei Kompromittierung</b> .....	<b>616</b>
17.4.1	Was ist eine Kompromittierung? .....	616
17.4.2	Wie wird eine Kompromittierung festgestellt? .....	616

17.4.3	Warum Sie die Ruhe bewahren sollten.....	616
17.4.4	Was jetzt zu tun ist.....	616
	Checkliste Security .....	618
18	Fehlermeldungen .....	620
18.1	Error Establishing a Database Connection.....	622
18.2	Weißer Bildschirm zeigt Fatal Error .....	623
18.3	Weiße Seiten nach Umstellung der Permalinks .....	624
18.4	Nach Update kein Zugriff auf das Backend .....	626
18.5	Datei nicht beschreibbar.....	626
18.6	Verzeichnis nicht beschreibbar.....	627
18.7	Das System der Dateirechte .....	627
	Checkliste Fehlermeldungen .....	630
A	Anhang: Nützliche Ressourcen .....	632
A.1	WordPress allgemein .....	632
A.2	WordPress-Shops .....	632
A.3	Händlerorganisationen .....	632
A.4	Existenzgründung und Steuern .....	632
A.5	Recht allgemein.....	633
A.6	Recht für bestimmte Waren und Dienstleistungen.....	633
A.7	Zahlung und Mahnung.....	633
A.8	Sicherheit.....	634
A.9	Tools .....	634
	Stichwortverzeichnis.....	635



# **1 Von der Idee zur Domain**

<b>1.1</b>	<b>Willkommen bei WordPress .....</b>	<b>25</b>
1.1.1	Tante Emmas Rache .....	25
1.1.2	Am Puls der Zeit .....	26
1.1.3	Onlineshops und stationärer Handel im Tandem .....	27
1.1.4	WordPress ist Trumpf .....	27
<b>1.2</b>	<b>Alles ist käuflich .....</b>	<b>28</b>
1.2.1	Physische Produkte.....	28
1.2.2	Downloadprodukte und Dienstleistungen.....	28
<b>1.3</b>	<b>Der Onlineshop im Überblick .....</b>	<b>29</b>
1.3.1	Kauf, Zahlung und Warenübergabe.....	29
1.3.2	Andere Länder, andere Sitten .....	30
1.3.3	Andere Länder, andere Währungen .....	31
<b>1.4</b>	<b>Ladenmiete für den WordPress-Shop .....</b>	<b>32</b>
1.4.1	Die Grundausstattung .....	32
1.4.2	Die Extras.....	33
1.4.3	Mit oder ohne Anwalt?.....	33
<b>1.5</b>	<b>Die beste Adresse .....</b>	<b>35</b>
1.5.1	Mehr als Schall und Rauch .....	36
1.5.2	In der Kürze liegt die Würze .....	36
1.5.3	Umlaute vermeiden.....	37
1.5.4	Invasion der Domainendungen.....	37
1.5.5	Juristische Aspekte .....	38
1.5.6	Trittbrettfahrer abwehren .....	40
<b>1.6</b>	<b>Domain und DPMA .....</b>	<b>41</b>
1.6.1	Deutsches Patent- und Markenamt.....	42
1.6.2	Markenschutz für den Shopnamen .....	42
1.6.3	Markenrecherche .....	43
1.6.4	Die Nizza-Klassen .....	45
1.6.5	Marke beim DPMA anmelden .....	49
1.6.6	Markenkollisionen .....	50
	<b>Checkliste Domain und Marken .....</b>	<b>50</b>

Schon jede vierte Website läuft heute mit WordPress – und jeder dritte Onlineshop. WordPress bietet die einfachste und schnellste Möglichkeit, Ihre Shopidee zu realisieren. Alles, was Sie dafür tun müssen, ist in diesem Buch Schritt für Schritt beschrieben. Programmierkenntnisse sind nicht nötig.

### Die Fakten

Für den Betrieb eines Shops auf WordPress-Basis bezahlen Sie in der Grundausstattung nur die Gebühren für Ihren Webspace und ein SSL-Zertifikat. Beides zusammen ist bei den gängigen Providern für 5 bis 10 Euro im Monat erhältlich. Und auch nach der Ergänzung mit kostenpflichtigen Bauteilen braucht WordPress keinen Vergleich zu scheuen – weder mit anderen Onlineshopsystemen noch dem stationären Handel.

Sie kommen pro Jahr mit maximal 300 Euro Gesamtkosten locker über die Runden – einem Bruchteil der monatlichen Ladenmiete in einer beliebigen deutschen Stadt. Trotz der niedrigen Kosten sind die Möglichkeiten zur Gestaltung und Vernetzung gigantisch. Schöpfen Sie aus dem Vollen. WordPress hat vieles an Bord, was Sie bei anderen Onlineshopsystemen erst mühsam anbauen müssen:

- Shop-Plug-ins
- Shop-Themes
- alle Möglichkeiten zur Suchmaschinenoptimierung
- Verknüpfungen zu Social-Media-Netzwerken
- ein Firmenblog
- ein Kunden-Bewertungssystem

### Die Grundbegriffe

Jedes der 18 Kapitel dieses Buchs beginnt mit einem kleinen Glossar und endet mit einer Checkliste. Los geht es mit den Grundbegriffen zu WordPress:

- **Domain** – Ihre Shopadresse, zum Beispiel *www.mustershop-online.de*.
- **DPMA** – Deutsches Patent- und Markenamt. Hier werden Markennamen gesichert.
- **Provider** – Ein Anbieter von Webspace. Hier wird Ihre Website »gelagert«.
- **Server** – Auf dem Server Ihres Providers installieren Sie WordPress samt Onlineshop.
- **Stationärer Handel** – Die traditionellen Ladengeschäfte in den Städten oder auf der grünen Wiese.
- **URL** – Die genaue Internetadresse einer einzelnen Webseite, zum Beispiel *www.mustershop-online.de/zahlungsarten*.
- **WooCommerce** – Das beliebteste Shopsystem auf der Basis von WordPress.

Bevor es mit der Providerwahl und der Installation von WordPress und WooCommerce losgeht, sei noch eine kritische Betrachtung über die Rolle der Onlineshops erlaubt. Nehmen sie dem kleinen Ladenbesitzer etwas weg? Ist der Betrieb eines Onlineshops gar moralisch verwerflich? Lesen Sie dazu den Folgenden Abschnitt.



### Seite oder Site?

Weil sich die Begriffe in der Welt des Internets oft überschneiden, sei für WordPress und für dieses Buch in Stein gemeißelt: Eine *Site* bezeichnet immer die gesamte Internetpräsenz. Denken Sie dabei an eine Landschaft mit Bäumen und Kühen. Eine *Seite* steht dagegen für etwas Einzelnes, also den Baum oder die Kuh. Als Beispiel für dieses Buch dient die Website *www.mustershop-online.de*.

## 1.1 Willkommen bei WordPress

**Vorübung:** Gehen Sie auf YouTube und lauschen Sie dem Lied »Tante Emma« von Udo Jürgens. Für die jüngere Generation: Diesen Oldie kann man auf Feten zu fortgeschrittener Stunde gut hören und mitsingen. Und das hat uns der gute Udo damit sagen wollen:

Vor 50 Jahren war die Welt des Handels noch auf viele Schultern verteilt. In den »Tante-Emma-Läden« herrschten die Ladeninhaber über ihr eigenes Reich. Sie waren mitunter etwas knorrig, so wie das in Familienbetrieben eben der Fall ist, aber in den wesentlichen Entscheidungen frei und unabhängig:

- **Ladengestaltung** – Ob Regale, Kassentheke oder Farbe der Tapete, der unabhängige Ladenbesitzer hatte freie Hand bei der Einrichtung.
- **Preisgestaltung** – Bei der Preisgestaltung musste Tante Emma niemanden um Erlaubnis fragen.
- **Sortimentauswahl** – Verkauft wurde, was gefiel – dem Ladenbesitzer und der Kundschaft.

Und der Umgang mit der Kundschaft? Anschreiben lassen war kein Problem. Ein kleiner Tratsch an der Kasse? Immer gern. Tante Emma bot nicht nur individuellen Service, sie hatte Kuschelqualitäten. Und ein Herz für Kinder. Die durften sich ein Bonbon aus dem Glas holen und in den Mund stecken.

Solche kleinen und sympathischen Läden gab es früher an jeder Ecke. Dann kamen die Discounter und verdrängten die unabhängigen Besitzer samt ihrer helfenden Familienangehörigen. Tochter und Sohn mussten sich bei Aldi und Konsorten unter Vormundschaft stellen lassen. Sie wurden zu Lakaien zwischen Regal und Kasse.

Und der Patriarch, der den Laden einst vom Vater übernommen hatte, der den Laden ebenfalls vom Vater übernommen hatte? Er wurde entweder in den Ruhestand geschickt oder zum Filialleiter bei irgendeiner Kette. Dann aber weisungsgebunden und mit sehr eingeschränktem Handlungsspielraum. Er litt wie ein Hund, ein Kettenhund.

### 1.1.1 Tante Emmas Rache

Willkommen im Jetzt und Hier. Mit dem Aufstieg des Onlinehandels wendet sich das Blatt wieder. Tante Emma ist zurück und stark wie zu Zeiten des Wirtschaftswunders.

Sie mietet günstigen Raum an, tapeziert ihn und installiert eine Verkaufstheke. Dieser Raum heißt *WordPress*, die Tapete *Theme* und die Verkaufstheke *WooCommerce*.

Tante Emma holt sich ein Stück von der Welt zurück, auch gern ein großes. Ausgebaut ist ein Onlineshop nämlich ganz fix. Mit WordPress lassen sich 10, 100 oder auch 1.000 Waren am Tag verkaufen.

Kleine und mittlere Onlinehändler tragen dazu bei, den von großen Ketten dominierten Handel wieder zu demokratisieren. Und ihre Chancen stehen gut, denn sie spüren den Puls der Zeit.

### 1.1.2 Am Puls der Zeit

Die Älteren erinnern sich noch an das meistgelesene Buch des 20. Jahrhunderts, gehörte es doch zum Haushalt wie Herd und Bett. Stets griffbereit lag es auf jedem deutschen Wohnzimmertisch, während Schiller und Goethe im Regal Staub ansetzten. Vater, Mutter, Kinder und Großeltern – alle erwarteten freudig jede neue Auflage, die stets mehrere Hundert Seiten umfasste. Richtig, die Rede ist vom Quelle-Katalog.

#### Die Website ersetzt den Katalog

Der letzte Quelle-Katalog, er hat heute Sammlerwert, erschien im Jahr 2009. Stetig wandelt sich die Welt der Wirtschaft. Wer sich nicht anpasst, muss den Platz räumen. Mit dem Siegeszug der Onlineshops wurden die Kataloge unattraktiv. An ihre Stelle getreten sind PCs, Laptops, Tablets und Smartphones. Davor sitzen nun die Familienmitglieder, stöbern in den Shops und kaufen ein. Für Sie als Händler bietet der digitale Wandel nur Vorteile. Die Erstellung und Versendung eines gedruckten Katalogs war mit einem gewaltigen logistischen Aufwand und mit hohen finanziellen Risiken verbunden. Als Onlinehändler müssen Sie weder Kataloge versenden noch Ladenhüter horten. Alle Waren können flexibel angeboten und schnell wieder aus dem Sortiment genommen werden.

#### Einkaufen ohne Ladenschluss

In den USA gibt es sie in jeder Kleinstadt: stationäre Shops, die rund um die Uhr geöffnet sind. In Deutschland sorgt das Ladenschlussgesetz dafür, dass in der Nacht und an Sonntagen nur an ausgesuchten Orten wie Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen verkauft werden darf. Angeblich dienen diese Sonderregelungen der Versorgung von Reisenden, aber mal ehrlich: Hier kauft längst die Nachbarschaft ein. Weil sich der Kunde die Uhrzeit seines Einkaufs nicht vorschreiben lassen will, geht er dahin, wo offen ist. Als Onlinehändler dürfen Sie sich darüber freuen, denn Ihr Geschäft kennt keine Schließzeiten. Indirekt trägt das Ladenschlussgesetz dazu bei, dass der Onlinehandel in Deutschland einen höheren Anteil am Einzelhandel genießt als in den USA. Man muss die Regulierungswut auch mal loben.

### 1.1.3 Onlineshops und stationärer Handel im Tandem

Falls Sie bereits im stationären Handel tätig sind: Eine einfache Webpräsenz genügt heute nicht mehr. Früher oder später werden Sie sie mit einem Onlineshop erweitern müssen. Es spricht nichts dagegen, beide Kanäle parallel zu nutzen und Ihren Kunden die Auswahlmöglichkeit zu bieten. Die Vorteile im Vergleich:

#### Stationärer Handel:

- Waren zum Abschauen und Anfassen.
- Persönlicher Kontakt.
- Im Laden Bekannte treffen.
- Ware kann sofort mitgenommen werden.

#### Onlinehandel:

- An 7 Tagen 24 Stunden geöffnet.
- Kunde braucht das Haus nicht zu verlassen.
- Keine verstopften Städte.
- Günstiger Preis.
- Stöbern, ohne sich beobachtet zu fühlen.
- Verkauf von Downloadprodukten und Dienstleistungen.

#### Das Beste aus beiden Welten

Falls Sie sich für eine Tandemlösung entscheiden: Nutzen Sie das Beste aus beiden Welten. Der Mensch geht heute nicht mehr ohne Smartphone aus dem Haus. Am Abend und am Sonntag bummelt er auch zu Ihrem Schaufenster. Mit QR-Codes neben der Ware lotsen Sie ihn auf Ihren Onlineshop, wo er den Kauf gleich abschließt. Als Versandart bieten Sie auch die Selbstabholung im Laden an. Am nächsten Tag holt der Kunde die Bestellung bei Ihnen vor Ort ab.

### 1.1.4 WordPress ist Trumpf

Mehrere technische Möglichkeiten stehen zur Verfügung, um einen Onlineshop zu realisieren. Statt auf WordPress können Sie auch auf vorgefertigte Lösungen diverser Anbieter zurückgreifen. Zugegeben, bei einigen Baukastensystemen müssen Sie sich auf technischer Seite zu Beginn etwas weniger einarbeiten. Bei näherer Betrachtung hat WordPress aber die Nase klar vorne. Ein kleiner Vergleich:

	<i>Baukastensystem</i>	<i>WordPress</i>
Einarbeitungszeit	einige Tage	einige Wochen
Domain	oft nur Subdomain	eigene Domain
Schnittstellen	eingeschränkt	API-Schnittstelle

	<i>Baukastensystem</i>	<i>WordPress</i>
Design	eingeschränkt	Themes können bearbeitet werden
Erweiterungen	abhängig vom Anbieter	Auswahl aus 50.000 Plug-ins
Rechtskonformität	abhängig vom Anbieter	Rechtstexte können selbst eingefügt werden
Shopausbau	limitiert	nahezu unbegrenzt

Mit einem WordPress-Shop halten Sie sich alle Möglichkeiten offen. Sie zahlen keine Extragebühren, zum Beispiel für den Anbau eines Firmenblogs oder die Suchmaschinenoptimierung. Die Preise für Premium-Themes und Plug-ins sind sowohl bei der Anschaffung wie auch während des in der Regel halbjährigen oder einjährigen Supportzeitraums sehr moderat. Kein Vergleich zu Mietshops. Dort werden Sie monatlich mit einem spürbaren Betrag zur Kasse gebeten.

#### Und auf diversen Handelsplattformen?

Bei Amazon und eBay müssen Sie ständig Zeit und Geld dafür verplempern, überhaupt in den für die Kundschaft sichtbaren Bereich zu gelangen. Mit einer eigenen WordPress-Installation halten Sie dagegen die Fäden in der Hand.

## 1.2 Alles ist käuflich

Im Gegensatz zum stationären Handel verkauft ein Onlineshop nicht nur Waren zum Anfassen. Ganz grob lassen sich physische und nicht physische Produkte unterscheiden. Zu Letzteren gehören Downloadprodukte und Dienstleistungen.

### 1.2.1 Physische Produkte

**Physische Produkte** sind Kleidung, Elektronik, Bierkrüge, Bücher, CDs und alles andere, was auch der stationäre Handel anbietet. Die Waren lagern bei Ihnen im Regal. Nach einer Bestellung müssen Sie die Ware verpacken, adressieren, frankieren und zur Post oder einem anderen Versender bringen.

### 1.2.2 Downloadprodukte und Dienstleistungen

Zu den **Downloadprodukten** gehören E-Books, MP3s, Bilder, Videos und Software. Diese digitalen Produkte können Sie auf dem Server Ihres Webpace-Providers lagern. In den Shop-Plug-ins für WordPress ist die Möglichkeit zur Auslieferung via Download schon integriert. In WooCommerce aktivieren Sie beim Anlegen eines neuen Produkts einfach die Checkboxen für *Virtuell* und *Herunterladbar*. Anschließend laden Sie Ihr digitales Produkt hoch und bestimmen, wie oft und in welchem Zeitraum der Kunde das Produkt herunterladen darf. Nach dem Bezahlen erhält der Käufer eine Mail mit einer Download-URL. Fertig.

Es gibt aber auch Dinge, die ohne Download angeboten werden können, zum Beispiel **Dienstleistungen**. In diesem Fall versendet der WordPress-Shop lediglich eine Bestätigung, zum Beispiel über die Buchung eines Hotelzimmers oder einer Klavierstunde.

## 1.3 Der Onlineshop im Überblick

Die wesentlichen Elemente eines stationären Ladens finden sich auch im Onlineshop, jedoch mit etwas anderen Bezeichnungen:

- Das Schaufenster wird zur **Startseite** des Shops.
- Das komplette Warensortiment ist auf vielen einzelnen **Produktseiten** zu sehen.
- Der Einkaufswagen nennt sich **Warenkorb**.
- Die Kasse wird zur **Kassenseite**, in WooCommerce auch Checkout-Page genannt.

Mit dem Abschluss einer Bestellung führen Kunde und Händler ein Rechtsgeschäft durch, sie schließen einen Kaufvertrag nach dem Bürgerlichen Gesetzbuch, dem BGB, ab. In Kurzform:

1. Einigung über Produkt und Preis.
2. Zahlung des Kaufpreises und Übergabe der Ware oder Erfüllung der Dienstleistung.

### 1.3.1 Kauf, Zahlung und Warenübergabe

Das Grundprinzip ist also überall gleich. Unterschiede bestehen aber bei diesen Details:

- Formale Erklärung des Kaufvertrags.
- Möglichkeiten des Rücktritts vom Kauf.
- Bandbreite an Zahlungssystemen.
- Warenübergabe.

#### Formalität des Kaufvertrags

Im stationären Handel werden fast alle Verträge stillschweigend abgeschlossen. Denken Sie beispielsweise an den Einkauf im Supermarkt. Der Kunde legt die Ware nur aufs Band. Er muss kein spezielles Sprüchlein dazu aufsagen oder der Kassiererin die Hand schütteln. Im Onlinehandel gelten andere Formalitäten. Ein Kaufvertrag kommt nach dem Klick auf den Kaufbutton zustande. Der Gesetzgeber hat dazu genaue Regeln festgeschrieben, um zu verhindern, dass Käufe aus Versehen getätigt werden.

#### Rücktritt vom Kauf

Der Kunde kann heute in den meisten Geschäften des stationären Handels auch Waren ohne Mängel relativ problemlos zurückgeben, allerdings muss er dabei auf Kulanz hoffen. Juristisch gesehen gilt: Vertrag ist Vertrag und ein Rücktritt nach Lust und Laune gesetzlich nicht vorgesehen. Im Onlinehandel gelten andere Spielregeln. Mit dem Erhalt der Ware beginnt für den Kunden eine gesetzlich verbrieftete Widerrufsfrist von 14

Tagen. In dieser darf er ohne Begründung vom Vertrag zurücktreten. Es genügt, wenn er den Widerruf erklärt und die Ware zurückschickt.

### **Bandbreite an Zahlungssystemen**

Im stationären Handel wird mit Bargeld oder Kreditkarte bezahlt und in absehbarer Zeit auch mit dem Smartphone. Im Onlinehandel ist die Bandbreite an Zahlungsmitteln größer. Durchgesetzt haben sich vor allem diese vier Zahlungssysteme:

- PayPal
- Lastschrift
- Kauf auf Rechnung
- Kreditkarte

Beachtlich sind die regionalen Unterschiede. In den USA war die Lastschrift noch nie sehr populär. In Europa hat sie dagegen einen festen Platz und ist dank des einheitlichen SEPA-Systems (*Single Euro Payments Area*) auch im grenzüberschreitenden Handel verfügbar. 34 Staaten mit über 500 Millionen Einwohnern gehören zum SEPA-Zahlungsraum.

### **Die Warenübergabe**

Auch hier ist die Bandbreite im Vergleich zum stationären Handel größer. Drei Möglichkeiten stehen zur Verfügung:

1. Versendung
2. Download
3. Abholung im Laden

## **1.3.2 Andere Länder, andere Sitten**

In anderen Ländern pflegen die Verbraucher auch eine andere Kultur des Einkaufens. Vielleicht kommen Ihnen einige Traditionen aus dem Urlaub bekannt vor:

- Im traditionellen Basar geht dem Vertragsabschluss ein langes Feilschen voran.
- In Südeuropa pflegt man im Leben und auch beim Einkaufen eine gewisse Lässigkeit. Viele Vorschriften werden dort nicht so ganz genau eingehalten.
- In den USA spielen Preisaktionen eine große Rolle. Besondere Rabatte erwarten die Verbraucher zum Beispiel im November. Höhepunkte sind der Black Friday und der für den Onlinehandel ins Leben gerufenen Cyber Monday. Diese Termine bilden den Auftakt der heißen Phase des Weihnachtsgeschäfts. Weitere Anlässe zu Rabatten sind der Valentinstag oder der amerikanische Nationalfeiertag am 4. Juli. Oder irgendein anderer Tag. Die amerikanischen Händler sind sehr kreativ darin, Preisnachlässe mit besonderen Tagen zu begründen.

Und wir? Wir haben die deutsche Gründlichkeit: im Fußball, im Maschinenbau und beim Erlass von Vorschriften. Ob ganze Wälder gerodet werden müssen, um all die