

**HAN
NOV
ER** 



LEITFADEN

DO'S AND DON'TS DES E-COMMERCE

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

hannoverimpuls

LEITFADEN DO'S AND DON'TS DES E-COMMERCE

INHALTSVERZEICHNIS

- 1) WAS IST E-COMMERCE?
- 2) BASICS – EINE CHECKLISTE
- 3) DO'S
- 4) DON'TS
- 5) WIR LERNEN NIE AUS!
- 6) WER WIR SIND

1) WAS IST E-Commerce?

Electronic Commerce bezeichnet den Kauf und Verkauf von Waren und Dienstleistungen über das Internet. Abgekürzt wird es E-Commerce. Ziel ist es, Kauf- und Geschäftsprozesse zu vereinfachen oder auch bequemer und schneller abzuwickeln. Erlöse werden hier überwiegend in direkter Art erzielt (echter Verkauf von Produkten und Leistungen). Es können aber auch indirekte Einnahmen erzielt werden, zum Beispiel mit Werbung oder Werbekostenzuschüssen.¹

2) BASICS - EINE CHECKLISTE

- Impressumspflicht²
- Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGBs) hier werden die Zahlung, der Vertragsabschluss etc. benannt
- Informationspflichten im Fernabsatz und für Verträge im elektronischen Geschäftsverkehr rund um die Bestellung^{3/4}
- Datenschutzerklärung und die entsprechenden Maßnahmen, wie SSL-Zertifikate⁵ oder auch ein Gastzugang⁶
- Preisangaben (inkl. Umsatzsteuer) und ggf. Versandkosten
- Widerrufsrecht und die dazugehörige Belehrung
- Online-Streitbeilegung⁷
- Preisangaben und Versandkosten: Alle Angaben müssen korrekt sein und auch die jeweilige Umsatzsteuer anzeigen.
- Lieferzeiten: Die Waren sollten sofort verfügbar sein. Wenn die Lieferzeit mehr als fünf Tage übersteigt, muss der Händler darauf hinweisen.
- Ausverkaufte Produkte: Es dürfen nur Produkte verkauft werden, die prinzipiell verfügbar sind. Der Verkauf von ausverkauften Produkten ist somit nicht erlaubt.

¹ Vgl. Heinemann 2020

² §5 Telemediengesetz (https://www.gesetze-im-internet.de/tmg/_5.html)

³ §312 Abs. 1 BGB (https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/_312d.html)

⁴ Art. 246a Abs. 1; §1 EGBGB (https://www.gesetze-im-internet.de/bgbeg/art_246a_1.html)

⁵ <https://www.heise.de/tipps-tricks/SSL-Zertifikat-Was-ist-das-4862296.html>

⁶ <https://www.haendlerbund.de/de/news/aktuelles/rechtliches/4135-online-shops-gastbestellungen>

⁷ <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&lng=DE>

- Richtlinien für Verpackungen⁸: Wer Produkte verschicken möchte, muss sich an die Regeln für Verpackungen halten. Diese sind im sogenannten Verpackungsgesetz festgelegt.

3) DO'S:

- **Testet** ausgiebig - um festzustellen, ob alles benutzerfreundlich und funktional ist.
- Nutzt **Bewertungssysteme** – egal, ob Sterne, Punkte oder Kommentare nutzt das Feedback eurer Kund*innen, um euer Angebot zu verbessern oder um anderen die Entscheidungsfindung zu erleichtern.
- **Klare Produktbeschreibungen** und hochwertige Fotos heben die Details und Vorteile hervor und sorgen so für positive Käufererfahrungen und niedrige Rückgabequoten.
- Fokus auf **Kundenbindung** – bietet Service, wie z.B. Versand von Musterartikeln, schnelle Antworten, Hilfe bei Problemen, Geschenke, Kulanz
- Wähle den **Namen** für den Shop bewusst - er sollte zum Angebot passen und die Auffindbarkeit im Netz unterstützen; natürlich sollte er nicht schon vergeben sein, um Abmahnungen zu vermeiden.
- **Mobile first** – Mobile Geräte haben Priorität, d.h. eine reibungslose Benutzererfahrung auf kleineren Bildschirmen und die Konzentration auf das Wesentliche im Design.
- **Transparenz** – Klare Informationsstruktur und leicht verständliche Navigation sind wichtig.
- **Einfache Abwicklung** des Bestellprozesses - d.h. von der (Produkt-)Auswahl bis zur sicheren Bezahlung sollte alles intuitiv bedienbar und benutzerfreundlich gestaltet sein.
- **Bietet passende weitere Produkte an (Upselling)**⁹– so lässt sich nach und nach mehr Umsatz erzielen und Kund*innen fühlen sich gut betreut.
- **Welches System bringt Mehrwert** – Wollt ihr Reichweite und Service und nehmt dafür Lizenz-Kosten und Gebühren in Kauf, wie z. B. Shopify oder ein eigenes System ohne Lizenzkosten, das ihr selbst aufsetzen und pflegen müsst, wie z.B. WooCommerce von WordPress

4) DON'TS

- **Abhängigkeiten vermeiden** – wie z.B. mit großen Online-Händlern, die dann ihre Regeln durchsetzen.
- **Keine chaotischen Konzepte** – Sorgt für möglichst wenig Wechsel von Schriftarten, Darstellungen und Farben.
- **Keine generischen Texte** – Sorgt für Originalität bei den Produktbeschreibungen, damit hebt ihr euch auch aus der Masse hervor.

⁸ <https://www.gruender.de/vertrieb/richtige-verpackung/>

⁹ <https://de.wikipedia.org/wiki/Upselling>

- **Keine komplizierte Navigation** – vermeidet, dass Kund*innen die Suche unnötig schwer gemacht wird.
- **Vermeidet irreführende Informationen** – Beschreibungen und Preise müssen klar sein, um nicht das Vertrauen der Kund*inne zu verlieren.
- **Ignoriert keine Anfragen oder Beschwerden** - nichts geht über den persönlichen Kontakt/die Beratung via Telefon oder E-Mail und ein gutes Beschwerde-Management kann sogar zu besserer Kundenbindung führen.
- **Ignoriert keine Sicherheitsaspekte** - siehe Basics-Checkliste.
- **Vernachlässigt die Analyse eurer Daten nicht** – sie geben Aufschluss zum Kaufverhalten der Kund*innen und über die Leistung eures Shops.

5) WIR LERNEN NIE AUS! – TIPPS UNSERER GRÜNDERINNEN

- „Der Webshop ist ein Herzensprojekt. Hab' Freude an der Sache und gib' nicht auf.“ (Janin Pröpper - raumformplan)
- „Macht einen Schritt nach dem anderen und geht agil vor, d.h. ausprobieren, Feedback einholen, verändern.“ (Jasmin Nasser - piecelypuzzles)
- „Um euch für Funktionalitäten sowie Look&Feel eures Shops zu entscheiden, guckt euch andere, erfolgreiche Shops in eurer Branche an und schaut euch dort insbesondere den Aufbau der entscheidenden Seiten, wie bspw. der Produktseite an. Im E-Commerce ist alles transparent.“ (Mehtap Horoz – Signorina Leyla)
- „Habt Geduld, es geht nicht von heute auf morgen.“ (Cécile Morice – Ombelle)
- „Startet euren Shop erstmal nur mit den Basics. Ergänzen könnt ihr schrittweise. Perfektionismus hilft nicht, sonst dauern die Sachen so lange, dass ihr gar nichts verkauft. Anfangs gibt es in der Regel nicht so viel Traffic, so dass ihr euch an das agile Arbeiten gewöhnen könnt.“ (Anna Lina Bartl – Mulembe Kaffee)

6) WER WIR SIND

Wir, die hannoverimpuls GmbH, sind die gemeinsame Wirtschaftsförderungsgesellschaft von Landeshauptstadt und Region Hannover. Mit unseren Dienstleistungen unterstützen wir Projekte unternehmerischen Engagements und gestalten aktiv die Zukunft einer modernen Wirtschaftsregion Hannover mit. In unseren Aktivitäten fokussieren wir uns auf vier Handlungsfelder, die besonders wachstumsstark sind und damit Arbeitsplatzpotenziale bieten:

Digitale Wirtschaft und Produktionstechnik, Life Science und Medizintechnik, Energie und Mobilität, Kreativwirtschaft und Multimedia. Unser Ziel ist es, durch die Initiierung innovativer Projekte mit Gründer*innen, Unternehmen, der Wissenschaft, Verbänden, Kammern, Branchen- und Technologiennetzwerken einen erstklassigen Wirtschaftsstandort weiter auszubauen. Darüber hinaus werden im Rahmen unserer Projekte verschiedene Veranstaltungen und Workshops organisiert. Unsere Schwerpunkte liegen dabei auf Geschlechtergerechtigkeit, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Diversität und Internationalisierung.

QUELLEN

- Heinemann, Gerrit: der neue Online-Handel, Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce (2020/ 11. Überarbeitete Auflage Springer Gabler)

hannoverimpuls GmbH Gründerinnen-Consult

Vahrenwalder Straße 7
30165 Hannover

Telefon: +49 (0)511 300 333-700

info@hannoverimpuls.de

www.gruenderinnen-consult.de



FRAGEN? FEEDBACK?

an: info@hannoverimpuls.de

LASST UNS DIE STARTUP-SZENE GEMEINSAM DIVERSER MACHEN!