

Inhalt

Geleitworte	X
Geleitwort des Bundesverbands der Dienstleister für Online-Anbieter (BDOA)	X
Geleitwort des Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh)	XI
Geleitwort des Handelsverbands Deutschland (HDE)	XII
Geleitwort der Industrie- und Handelskammer Regensburg	XIII
Geleitwort von Prof. Dr. Dieter Bartmann und Prof. Dr. Hans-Gert Penzel	XIV
Geleitwort des Projektträgers „Arbeitsgestaltung und Dienstleistung“ im DLR, Projektträger für das BMBF	XV
Vorwort des E-Commerce-Leitfaden-Teams	XVI
1. Über den E-Commerce-Leitfaden	1-1
2. Im Internet verkaufen – aber richtig!	2-1
2.1 Was, Sie verkaufen noch nicht im Internet?	2-3
„Experteninterview: Mit Hochdruck in den E-Commerce“	2-6
2.2 E-Commerce: ja – aber wie?	2-8
Viele Wege führen ins Internet	2-8
„Experteninterview: Virtuelle Ladeneinrichtung – Shop-Software und mehr“	2-12
Mehrwerte durch online + offline	2-14
„Experteninterview: Wer im E-Commerce tätig ist, muss mobil werden!“	2-18
„Experteninterview: Je nach Geschmack – „It's Tea Time“ im Laden oder im Internet“	2-22
2.3 Ohne Pannen und Umwege ans Ziel – was bei der Umsetzung zu beachten ist	2-24
Gut geplant ist halb gewonnen!	2-25
„Experteninterview: Shop-Projekte richtig planen und umsetzen“	2-28
Shop-Lösungen – welche ist die richtige?	2-31
„Experteninterview: Die Suchfunktion entscheidet über Kauf oder Nichtkauf“	2-32
Warenwirtschaft – die Schaltzentrale für Online-Händler	2-43
Die Domain – Ihr guter Name im Internet	2-45
„Experteninterview: Kümmern Sie sich nicht zu sehr um die Technik, konzentrieren Sie sich aufs Verkaufen!“	2-46
„Experteninterview: Alles im Griff – mit der richtigen, auf die Prozesse abgestimmten Software“	2-50
„Experteninterview: Domains – was Sie bei der Registrierung beachten müssen“	2-52
Gefunden – Bekanntmachung des Internet-Angebots	2-58
„Experteninterview: Online-Marketing: Ohne Strategie ist alles nichts!“	2-66
„Experteninterview: Datenschutz im E-Commerce: sehr wichtig, aber auch sehr heikel“	2-82
Abmahnungen vermeiden – Ihre Pflichten im E-Commerce	2-86
„Experteninterview: Widerrufsrecht im Wandel“	2-90
„Experteninterview: E-Commerce-Recht – darauf müssen Online-Händler achten“	2-94
Vor dem Start – testen, testen, testen!	2-102

3. Lasst Zahlen sprechen – Konversionsraten steigern durch Web-Controlling	3-1
3.1 Wissen Sie, wohin Sie wollen? Am Anfang stehen die Ziele	3-3
3.2 Erfolg braucht Wissen – wichtige Kennzahlen und Instrumente für Online-Händler	3-5
Zauberwort „Konversion“ – so werden Besucher zu Käufern	3-5
Marketing-Controlling – mehr Erfolg für weniger Geld	3-13
» Experteninterview: Alles im Griff – dank Web-Controlling	3-16
3.3 Wer falsch misst, misst Mist – Verfahren zur Nutzeranalyse	3-18
Spuren sichtbar machen – Logfile-Analyse	3-18
Kleine Gehilfen – Zählpixel-Analyse	3-22
Kennen wir uns? Möglichkeiten und Grenzen der Wiedererkennung von Besuchern	3-22
3.4 Den Kundenwünschen auf der Spur – aber wie?	3-24
Der Besucher im Zentrum der Optimierung	3-24
Sich mal richtig die Meinung sagen lassen – Besucher-Feedback	3-25
Dem Mauszeiger auf der Spur: Mouse-Tracking	3-26
3.5 Auf los gehts los – Auswahl und Einführung von Web-Controlling-Tools	3-28
» Experteninterview: Web-Controlling 3.0 – die Kunden und Wettbewerber im Blick	3-30
4. Bezahlen bitte – einfach, schnell und sicher!	4-1
4.1 Zahlungsverfahren für den E-Commerce	4-3
» Experteninterview: Mit Sicherheit online kassieren –	
nationale und internationale Zahlungsmittel	4-4
Klassisch: Rechnung, Vorkasse oder Nachnahme	4-6
» Experteninterview: Umsatzbringer Ratenzahlung –	
was muss ich als Händler bei der Einbindung beachten?	4-10
Beliebt: Lastschrift	4-12
International: Kreditkarte	4-13
Speziell entwickelt: E-Payment-Verfahren	4-15
» Experteninterview: Mobiles Bezahlen – die Vision wird Realität!	4-22
Welche Zahlungsverfahren im Internet zum Einsatz kommen	4-24
4.2 So kommen Sie an Ihr Geld – Auswahl und Integration von Zahlungsverfahren	4-30
Auswahl von Zahlungsverfahren	4-30
Voraussetzungen für das Angebot von Zahlungsverfahren	4-37
Organisatorische und technische Abwicklung von Zahlungen	4-46
↗ Fallbeispiel Händler „Risikooptimal“, Teil 1	4-51
4.3 Schluss mit Papier und Zettelwirtschaft – Rechnungen elektronisch abwickeln	4-56
Was sind denn eigentlich (elektronische) Rechnungen – und überhaupt:	
muss man eine Rechnung ausstellen?	4-56
Elektronische Rechnungsabwicklung: wieso, weshalb, warum?	4-57
Elektronische Rechnungen: leichter gesagt als getan?	4-59
Packen wirs an – aber wie?	4-61
Elektronische Rechnungsabwicklung – nötig und lohnend!	4-65
» Experteninterview: Elektronische Rechnungen – ohne Wenn und Aber	4-70

5. Keine Chance ohne Risikomanagement – schützen Sie sich vor Zahlungsstörungen	5-1
5.1 Lug und Trug im Online-Handel – was da alles schiefgehen kann	5-3
Nachnahme – ein unverhofftes Wiedersehen	5-3
Rechnungskauf – Hoffen und Bangen	5-4
Lastschrift – wenn der Schein trügt	5-6
Kreditkarte – was heißt hier „Chargeback“?	5-8
5.2 Vorbeugen ist besser als Heilen – Risikomanagement im E-Commerce	5-11
Auf Anhieb zur Zahlung – vermeiden Sie Fehler und Reklamationen	5-11
Glaube(n) allein genügt nicht – führen Sie Risikoprüfungen durch	5-15
■■ Experteninterview: Kreditkartenbetrüger im Internet – so können Sie sich schützen!	5-20
Geschickt gestrickt – die Abfrage- und Entscheidungslogik	5-25
■■ Experteninterview: Viel hilft viel – soll aber nicht viel kosten!	5-32
✓ Fallbeispiel Händler „Risikooptimal“, Teil 2	5-34
Rundum sorglos – Dienstleistungen externer Anbieter	5-38
■■ Experteninterview: Das Internet als Fenster zur Welt – wie man ohne Risiko neue Kunden gewinnt	5-42
5.3 Was passiert, wenns kracht – so kommen Sie zu Ihrem Recht	5-44
Chargeback oder Rücklastschrift – was nun?	5-46
Richtig mahnen – (k)ein Buch mit sieben Siegeln	5-48
Professionelle Partner – Rechtsanwälte und Inkasso-Unternehmen	5-51
✓ Fallbeispiel Händler „Risikooptimal“, Teil 3	5-52
■■ Experteninterview: Ein Schuldner ist ein Kunde mit Zahlungsstörung!	5-58
Wenn alles nichts hilft – knallhart ins Gericht	5-60
Unbekannt verzogen – was nun?	5-62
■■ Experteninterview: Dem Schuldner auf der Spur – so arbeiten die Profis	5-64
6. Versand – vom Shop zum Kunden	6-1
6.1 Verkauft ist noch nicht geliefert	6-3
■■ Experteninterview: Damit Tickets gut ankommen	6-4
6.2 Der Versandprozess – das ganze Paket im Überblick	6-6
Auftragsannahme – vielen Dank für die Bestellung	6-6
Versandabwicklung – so „verzetteln“ Sie sich nicht	6-7
■■ Experteninterview: Online-Shop-Prozesse – mit der richtigen Warenwirtschaft gehts leichter	6-8
Auslieferung – vom Hochregal ins Wohnzimmer	6-12
Retourenmanagement – das Beste daraus machen	6-20
■■ Experteninterview: Kundenorientierung muss gelebt werden!	6-24

7. Geschäfte ohne Grenzen – im Ausland verkaufen	7-1
7.1 Neue Umsätze durch Internationalisierung – über das Internet!	7-3
» Experteninterview: Die Chancen der Globalisierung nutzen – über das Internet!	7-4
7.2 Alles anders, oder wie? Was bei der Expansion ins Ausland zu beachten ist	7-6
Internationalisierungsstrategie – (klein Unwort	7-6
Nicht nur die Sprache ändert sich – Internationalisierung des Shops	7-10
Haben Sie's passend? Zahlungsverfahren für ausländische Kunden	7-11
» Experteninterview: Online-Handel mit dem Ausland – alles was recht ist!	7-12
Gefunden werden ist kein Zufall – Werbung und Marketing im Ausland	7-16
Von Castrop-Rauxel nach Shanghai – Lieferungen ins Ausland	7-16
Länderprofile im Überblick	7-18
7.3 Der einheitliche Euro-Zahlungsverkehrsraum (SEPA)	7-24
Die SEPA-Überweisung	7-28
Die SEPA-Lastschrift	7-29
Weitere SEPA-Entwicklungen	7-35
SEPA: woran Sie denken müssen!	7-37

Anhang

Glossar	A-2
Partner des Leitfadens	A-22
Unterstützer des Leitfadens	A-31
Abkürzungen	A-32
Abbildungen	A-36
Checklisten	A-40
Infoboxen	A-41
Experteninterviews	A-44
Literatur	A-46
Über ibi research	A-51

Verzeichnis verwendeter ibi-Studien

Multikanalvertrieb: ganz klar! Aber wie? – Fakten aus dem deutschen (Online-)Handel	2-15
Total global? – Die Bedeutung regionaler Kunden im E-Commerce	2-20
So steigern Online-Händler ihren Umsatz – Fakten aus dem deutschen Online-Handel	3-7
Sichere Zahlungsverfahren – Leitfaden zur Auswahl	4-21
Erfolgsfaktor Payment – Der Einfluss von Zahlungsverfahren auf Ihren Umsatz	4-26
Risiken der Zahlungsabwicklung im Internet	5-12
Zahlungsabwicklung im E-Commerce – Fakten aus dem deutschen Online-Handel	5-39
Shop-Systeme, Warenwirtschaft und Versand – Fakten aus dem deutschen Online-Handel	6-20