

# >> Inhaltsverzeichnis

<b>Herzlich willkommen ...</b>	<b>13</b>
<b>Teil I Unternehmensgründung und Unternehmensführung</b>	<b>22</b>
<b>Kapitel 1 Existenzgründung</b>	<b>24</b>
1.1 <b>Selbstständig machen – na klar!</b>	26
1.1.1 Grundsätzliches zur Selbstständigkeit	27
1.1.2 Bin ich ein Unternehmertyp?	32
1.1.3 Beratungsmöglichkeiten für Existenzgründer	39
1.2 <b>Grundlagen des Unternehmenskonzepts</b>	43
1.2.1 Neue Geschäftsideen aufspüren	43
1.2.2 Wahl des Firmennamens	48
1.2.3 Wichtige Rechtsformen für Existenzgründer	55
1.2.4 Förderprogramme zur Gründungsfinanzierung	61
1.3 <b>Der Business-Plan</b>	67
1.3.1 Der Business-Plan als Erfolgsgrundlage für die Existenzgründung	67
1.3.2 Bestandteile eines übersichtlichen Business-Plans	71
1.3.3 Business-Plan mit BMWi-Softwarepaket	79
<b>Kapitel 2 Unternehmensstart</b>	<b>84</b>
2.1 <b>Anmeldeformalitäten – es geht los!</b>	86
2.1.1 Gründungsarten	86
2.1.2 Anmeldungen und Genehmigungen	91
2.1.3 Eigene Mitarbeiter	97
2.2 <b>Steuern, Vorschriften und Pflichten</b>	101
2.2.1 Steuerarten und -pflichten für Unternehmen	102
2.2.2 Termine für Steuererklärungen und -zahlungen	108
2.2.3 Vorschriften und Pflichten zur Buchführung	112
2.3 <b>Kleinbetriebliche und kaufmännische Buchführung</b>	123
2.3.1 Art der Buchführung	124
2.3.2 Erleichterungen für Existenzgründer	131
2.3.3 Rechnungs- und Mahnwesen organisieren	136

## Inhaltsverzeichnis

<b>Kapitel 3</b>	<b>Geschäftsführung</b>	<b>146</b>
3.1	Büroorganisation und Geschäftsabläufe .....	148
3.1.1	Büroarbeit effizient organisieren .....	149
3.1.2	Abläufe im Online-Handel verbessern .....	155
3.2	Controlling – planen, kontrollieren, lenken .....	159
3.2.1	Controlling systematisch einsetzen .....	160
3.2.2	Rentabilität ist planbar .....	169
3.2.3	Balanced Scorecard als Strategieleitfaden .....	184
3.3	Risiken kennen und absichern .....	189
3.3.1	So bekommen Sie Krisen in den Griff .....	190
3.3.2	Versicherungen gegen Risiken .....	199
3.3.3	Betriebliches Mahnwesen im praktischen Einsatz .....	207
<b>Teil II Der Online-Shop</b>		<b>218</b>
<b>Kapitel 4</b>	<b>Voraussetzungen</b>	<b>220</b>
4.1	Basiswissen für Online-Händler .....	222
4.1.1	Was unterscheidet eBusiness von eCommerce? .....	223
4.1.2	Die passende Domain- und Provider-Wahl .....	228
4.2	eCommerce verstehen und planen .....	237
4.2.1	Lohnt sich ein Online-Shop? .....	238
4.2.2	Startprobleme vermeiden .....	243
4.2.3	Wie ein Online-Shop funktioniert .....	246
4.2.4	Strategieleitfaden zum eigenen Online-Shop .....	250
4.3	Datensicherheit .....	257
4.3.1	Entwickeln Sie ein Sicherheitskonzept .....	258
4.3.2	Nur ein aktiver Virenschutz ist ein guter Virenschutz .....	267
4.3.3	Spam vermindern .....	275
<b>Kapitel 5</b>	<b>Shop-Systeme</b>	<b>284</b>
5.1	Shop-Lösungen im Überblick .....	286
5.1.1	Vor- und Nachteile verschiedener Shop-Lösungen .....	287
5.1.2	Grundlagen der Shop-Konfiguration .....	296
5.2	Shop einrichten .....	303
5.2.1	1&1 Perfect Shop installieren und konfigurieren .....	303
5.2.2	Mondo Shop 3 StartUp installieren und konfigurieren .....	325
5.2.3	xt:Commerce 3.0.4. SP2.2 installieren und konfigurieren .....	354

<b>Kapitel 6</b>	<b>eBusiness</b>	<b>386</b>
6.1	Zahlungsabwicklung und ePayment-Systeme	388
6.1.1	Zahlungssysteme im Überblick	389
6.1.2	Einsatz ausgewählter Zahlungsverfahren	404
6.2	Schnittstellen für die Auftragsbearbeitung	426
6.2.1	Warenwirtschaftsprogramm anbinden	426
6.2.2	Produkt- und Zahlungsdaten abgleichen	440
6.2.3	Tools zur Versandabwicklung	460
<b>Kapitel 7</b>	<b>Online-Recht</b>	<b>474</b>
7.1	Recht im Internet	476
7.1.1	Informationspflichten im Internet	477
7.1.2	Spezielle rechtliche Aspekte im Online-Handel	489
7.1.3	Schutz vor Datenmissbrauch	499
7.1.4	Auswirkungen auf den Online-Handel	506

## **Teil III Webdesign und Marketing** **514**

---

<b>Kapitel 8</b>	<b>Webseitengestaltung</b>	<b>516</b>
8.1	Webseiten von heute	518
8.2	Grundlegende Tipps zum Webdesign	519
8.2.1	Bedienung und Navigation	520
8.2.2	Einheitlichkeit in der Website-Gestaltung	523
8.2.3	Typografische Gestaltung zur besseren Lesbarkeit	528
8.3	Techniken und Tools fürs Webdesign	533
8.3.1	Einsatzgebiete und Gefahrenquellen aktiver Inhalte	533
8.3.2	Gängige Browser und Seitengrößen im Usability-Test	535
8.3.3	Hilfreiche Webdesign-Tools	538
8.4	Farben und Grafiken professionell einsetzen	545
8.4.1	Eine kurze Farbenlehre	545
8.4.2	Meta-, Pixel- und Vektorformate	555
8.4.3	Digitale Produktbilder und Fotografie	564
8.5	Webdesign und -technologien kritisch betrachtet	571
8.5.1	Überblick typischer Webdesign-Fehler	571
8.5.2	Für und Wider gängiger Webtechnologien	575

## Inhaltsverzeichnis

<b>Kapitel 9</b>	<b>Suchmaschinen-Optimierung</b>	<b>580</b>
9.1	Grundlagen der HTML-Programmierung . . . . .	582
9.1.1	HTML-Einstieg mit Editoren und anderen Tools . . . . .	582
9.1.2	Formular mit HTML, CSS und JavaScript . . . . .	591
9.2	Suchmaschinen und Webkataloge . . . . .	603
9.2.1	Technologien und Richtlinien der Suchdienste . . . . .	603
9.2.2	Grundlagen der Suchmaschinen-Optimierung . . . . .	613
9.2.3	Website bei Suchdiensten anmelden . . . . .	622
9.3	Onpage-Optimierung . . . . .	627
9.3.1	Keyword-Optimierung . . . . .	628
9.3.2	Pagedesign- und Quellcode-Optimierung . . . . .	635
<b>Kapitel 10</b>	<b>Online-Marketing</b>	<b>642</b>
10.1	Neukundengewinnung . . . . .	644
10.1.1	Marketinginstrumente im Online-Handel . . . . .	645
10.1.2	Was Kunden von Online-Shops erwarten . . . . .	653
10.1.3	Der richtige Marketing-Mix . . . . .	663
10.2	Produktmarketing im Internet . . . . .	672
10.2.1	Exportfunktionen für das Produktmarketing . . . . .	674
10.2.2	Keyword Advertising oder Sponsored Links . . . . .	683
10.2.3	Affiliate- und Partnerprogramme . . . . .	692
10.3	Kundenbindung und -wiedergewinnung . . . . .	698
10.3.1	Customer Relationship Management . . . . .	699
10.3.2	Kundenbindungsprogramme . . . . .	708
<b>Kapitel 11</b>	<b>Google für den Shop ausreizen</b>	<b>712</b>
11.1	Google-Dienste im Einsatz . . . . .	714
11.1.1	Besucherzahlen steigern mit Google AdWords . . . . .	714
11.1.2	Geld verdienen mit Google AdSense . . . . .	723
11.1.3	Webanalyse mit Google Analytics . . . . .	729
11.1.4	Informationen einbinden in Google Base . . . . .	740
11.1.5	Produkt-URLs melden mit der Google Sitemap . . . . .	748

<b>Anhang A</b>	<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>754</b>
<b>Anhang B</b>	<b>Inhalt der CD-ROM</b>	<b>764</b>
<b>Anhang C</b>	<b>Glossar</b>	<b>768</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>781</b>