

Tipps zur Online-Shop Gründung

Online-Shops sind beliebter denn je. Doch wie gründet man einen erfolgreichen Online-Shop? Welche Schritte sind nötig, um sich von der Konkurrenz abzuheben? Und welche rechtlichen und technischen Aspekte muss man beachten? Hier erhalten Sie hilfreiche Ratschläge zur **Online-Shop Erstellung**, um Ihre Geschäftsidee zu verwirklichen.

Die Wahl des Shopsystems und eine gezielte Optimierung sind das A und O für einen lukrativen Onlineshop



Wie erstellt man einen Online-Shop, wenn man noch keine Erfahrung damit hat? Wir haben einige Tipps für Sie zusammengestellt, die Ihnen helfen können, erfolgreich durchzustarten.

Planen Sie Ihr Geschäftsmodell:

Überlegen Sie, welche Produkte Sie anbieten möchten, wie Sie Ihre Kosten und Einnahmen kalkulieren und wer Ihre Zielgruppe ist.

Definieren Sie Ihr Alleinstellungsmerkmal:

Wie heben Sie sich von der Konkurrenz ab? Was macht Ihren Online-Shop einzigartig und warum sollten Kunden bei Ihnen kaufen?

Online-Shop gründen

Die erste Entscheidung, die ein Online-Verkäufer treffen muss, ist die Wahl eines Shopsystems.

Wählen Sie ein passendes System für Ihre **Shop Erstellung** aus. Hier hat man mittlerweile die Qual der Wahl. Auf dem Markt gibt es sehr viele Anbieter mit den unterschiedlichsten Preisen und Funktionen. Zum Teil sind diese aber so kompliziert, dass sie für einen Laien nicht mehr bedienbar sind. Folge dessen muss man sich den Shop durch Dritte erstellen und auch pflegen lassen. Dies bedeutet dann eine finanzielle Dauerbelastung, die man meist beim Kauf noch gar nicht bedacht hat.

Die Wahl des richtigen Shopsystems hängt von vielen Faktoren ab und sollte gut überlegt sein. Es gibt kein perfektes Shopsystem für alle Fälle, sondern nur das passende Shopsystem für den jeweiligen Händler.

Unterschiede von Online Shopsystemen

Es gibt viele Anbieter, die Ihnen verschiedene Funktionen, Designs und Preise bieten. Vergleichen Sie die Vor- und Nachteile der verschiedenen Faktoren die Sie benötigen, wie z.B. der Umfang und die Komplexität Ihres Angebots, den Grad der Anpassbarkeit und der Sicherheit. Entscheiden Sie sich für ein Shopsystem, das am besten zu Ihren Bedürfnissen passt und Ihren Anforderungen und Ihrem Budget entspricht.

Wichtige Kriterien, die man bei der Auswahl eines Shopsystems beachten sollte:

- **Funktionalität:** Wie viele Funktionen bietet das Shopsystem an, um den Verkaufsprozess zu optimieren, die Kundenbindung zu erhöhen und die Verwaltung zu erleichtern? Zum Beispiel: Produktkatalog, Warenkorb, Zahlungsmethoden, Versandoptionen, Bestellverwaltung, Marketingtools, Analysefunktionen, etc.
- **Benutzerfreundlichkeit:** Wie einfach ist es, das Shopsystem zu installieren, zu konfigurieren, zu bedienen und zu aktualisieren? Wie intuitiv ist die Benutzeroberfläche für den Händler und den Kunden? Wie gut ist der Support und die Dokumentation des Shop-Anbieters?
- **Sicherheit:** Wie sicher ist das Shopsystem vor Hackerangriffen, Datenverlust und anderen Risiken geschützt? Wie werden die persönlichen Daten der Kunden gesichert? Welche Sicherheitszertifikate und -standards werden eingehalten?
- **Anpassbarkeit:** Wie flexibel ist das Shopsystem in Bezug auf das Design, die Erweiterung und die Integration mit anderen Systemen? Kann der Händler das Shopsystem nach seinen Wünschen gestalten und anpassen? Gibt es genügend Plugins, Module und Schnittstellen, um das Shopsystem zu erweitern und mit anderen Diensten zu verbinden?
- **Kosten:** Wie hoch sind die einmaligen und laufenden Kosten für das Shopsystem? Gibt es versteckte Gebühren oder Provisionen? Welche Leistungen sind im Preis enthalten und welche müssen extra bezahlt werden?



Open-Source-Shopsysteme

Es sind Shopsysteme, deren Quellcode frei zugänglich und veränderbar ist. Der Händler kann das Shopsystem kostenlos herunterladen und auf seinem eigenen Server installieren. Der **Vorteil** dieser Shopsysteme ist, dass sie sehr anpassbar und erweiterbar sind.

Der **Nachteil** ist, dass sie oft einen hohen technischen Aufwand erfordern und dass der Online-Händler selbst für die Sicherheit und Aktualisierung verantwortlich ist!

Beispiele von Open-Source-Shopsystemen:

Magento: Ein leistungsfähiges und flexibles Shopsystem, das in zwei Versionen erhältlich ist. Der kostenlosen Community-Edition und der kostenpflichtigen Enterprise-Edition. Magento bietet viele Funktionen, Erweiterungen und Anpassungsmöglichkeiten, erfordert aber auch viel technisches Know-how und Ressourcen. ([Magento ist jetzt Adobe Commerce.](#))

- [Shopware](#): Ein modulares und benutzerfreundliches Shopsystem, das von deutschen Entwicklern erstellt wurde. Shopware hat eine kostenlose Community-Edition und mehrere kostenpflichtige Editionen mit zusätzlichen Features. Shopware zeichnet sich durch eine hohe Anpassbarkeit, eine Vielzahl an Erweiterungen und ein modernes Design aus.
- [OXID eShop](#): Ein robustes und skalierbares Shopsystem, das ebenfalls aus Deutschland stammt. OXID eShop hat eine kostenlose Standard-Version, die bereits viele Funktionen enthält, sowie eine Enterprise-Version für größere Projekte. OXID eShop ist besonders geeignet für den B2B-Bereich und bietet eine hohe Sicherheit und Performance.
- [PrestaShop](#): Ein leichtes und übersichtliches Shopsystem, das vor allem für kleinere Shops geeignet ist. PrestaShop ist kostenlos und verfügt über viele Erweiterungen, die das System erweitern können. PrestaShop ist einfach zu bedienen und zu installieren, hat aber auch einige Einschränkungen bei der Funktionalität und der Skalierbarkeit.
- [WooCommerce](#): Ein beliebtes und kostenloses Shopsystem, das als Plugin für WordPress funktioniert. WooCommerce ist kinderleicht zu bedienen und bietet viele kostenfreie Erweiterungen, Plugins und Themes an. WooCommerce ist ideal für Blogger, die einen Online-Shop integrieren wollen, oder für kleine bis mittlere Shops, die auf WordPress basieren.



Baukasten-Shopsysteme (Miet-Systeme)

Es sind Shopsysteme, die von einem Anbieter gehostet und verwaltet werden. Man mietet eine Web-Applikation, ohne die Software selbst zu kaufen oder zu installieren. Baukasten-Systeme bieten meist einen schnellen und einfachen Einstieg in den E-Commerce, da sie bereits fertig konfiguriert und gehostet sind und alle wichtigen Funktionen enthalten. Händler müssen sich nicht um die technischen Aspekte kümmern, sondern können sich auf den Verkauf Ihrer Produkte konzentrieren. Der Online-Händler zahlt eine monatliche oder jährliche Gebühr für die Nutzung des Baukasten-Systems. Der **Vorteil** dieser Shopsysteme ist, dass sie auch für Laien leicht bedienbar sind. Der Händler kann aus verschiedenen Vorlagen und Elementen seinen Shop zusammenstellen.

Der **Nachteil** ist, dass sie oft sehr eingeschränkt und unflexibel sind. Und wenn man den Anbieter wechseln möchte, kann man die erstellten Inhalte meistens nicht mitnehmen!

Beispiele von Baukasten-Shopsystemen:

- [Jimdo](#): Ein beliebtes Miet-Shopsystem, das ein Komplettpaket bietet, das eine individuelle, abmahnsichere Website, einen Onlineshop, ein Logo und mehr umfasst. Jimdo ist in 10 Minuten erstellbar, bietet kostenlose Tools und Services und erfordert keine Programmierkenntnisse.
- [WIX](#): Ein Miet-Shopsystem, das vor allem für kleine bis mittlere Online-Shops geeignet ist. WIX bietet eine intuitive Bedienung, viele Designvorlagen und Funktionen wie Gutscheincodes, Kundenbewertungen und SEO-Tools.
- [ALZURA Shop](#): Eine Komplettlösung aus Shopsystem und Website, die für jede Branche und Shop-Größe geeignet ist. ALZURA Shop bietet spezifische Funktionen und Designs je nach Branche, eine flexible Preisgestaltung und eine unbegrenzte Anzahl an Produkten, Kategorien, Kunden, Bestellungen und Benutzeraccounts. ALZURA Shop kann 30 Tage kostenlos getestet werden.
- [Shopify](#): Ein weltweit bekanntes Miet-Shopsystem, das 14 Tage kostenlos getestet werden kann. Shopify erfordert keine Erfahrung oder Programmierkenntnisse und bietet eine einfache Anmeldung und Einrichtung. Shopify hat auch viele Schnittstellen zu Zahlungsanbietern, Versanddienstleistern und Marketinginstrumenten.

Da bei Online-Shops üblicherweise, im Verhältnis zur Seitenanzahl, nur sehr wenig Textinhalt vorhanden ist, muss man alle gegebenen Möglichkeiten für eine erfolgreiche Optimierung nützen. Daher wählt man am besten ein Shopsystem das leicht bedienbar ist und bei dem man möglichst viel selbst optimieren kann.

Verwenden Sie auch **Strukturierte Daten (Microdata, JSON-LD)** für Ihre Produktseiten.

Lesen Sie hierzu: [JSON-Codes für "Strukturierte Daten"](#)

Analysieren Sie regelmäßig die Leistung Ihres Online-Shops. Nutzen Sie Tools wie Google Analytics, um wichtige Kennzahlen wie Besucherzahl, Conversion-Rate, Umsatz oder Absprungrate zu verfolgen. Identifizieren Sie Stärken und Schwächen Ihres Shops und optimieren Sie ihn kontinuierlich.

Online-Shop einrichten



Die **thematische Gliederung** Ihres Produktangebots und die **logische Strukturierung** Ihres Shops wirken sich auf die **Kaufentscheidungen potentieller Kunden** aus. Findet ein Kunde nicht auf Anhieb, was er sucht, oder wird er wirt im Shop von einem Produkt zu anderen Unterseiten weitergeleitet, wechselt er zu einem anderen Anbieter und versucht dort sein Glück.

Das **Preis- Leistungsverhältnis** und die **Vertrauenswürdigkeit** eines Onlineshops sind auch häufig ausschlaggebend. Hat ein Kunde das Gefühl, er wird mit zu vielen Zukaufangeboten und Extraschnäppchen, die man gleich mitbestellen sollte, zum Kauf von nicht benötigten Artikeln gezwungen, dann bricht er den Bestellvorgang ab.

Bieten Sie verschiedene **Zahlungs-, Versand- und Rückgabeoptionen** an, um die Zufriedenheit Ihrer Kunden zu erhöhen. Informieren Sie sich über die gängigen Zahlungs- und Versandanbieter in Ihrem Markt und integrieren Sie diese in Ihren Shop. **Transparente Geschäftsbedingungen**, wie Zahlungsmodalitäten, Lieferzeiten, Versandkosten und Rückgabeoptionen, sollten im Onlineshop leicht zu finden und verständlich geschrieben sein.

Binden Sie Ihre Kunden durch **Treueprogramme, Rabatte** und personalisierte **Empfehlungen** an Ihren Online-Shop. Der Hinweis auf zusätzlich angebotene **Serviceleistungen** und persönliche **Fachberatung** sind weitere Punkte, um bei potentiellen Kunden Vertrauen zu wecken. Bieten Sie einen **exzellenten Kundenservice** an. Beantworten Sie schnell und freundlich alle Anfragen, Beschwerden oder Feedbacks Ihrer Kunden.

Ein **sicherer Bestellvorgang** mit Sicherheitsprotokoll (SSL-Verschlüsselung) sollte Voraussetzung sein.

Qualitäts- und Gütesiegel z. B. von Trusted-Shops, EHI oder Safer-Shopping schaffen Vertrauen und beeinflussen die Kaufentscheidung positiv. Der Beitritt zu diesen Prüforganisationen ist jedoch nicht kostenlos. Spezielle **Bewertungsportale**, wie beispielsweise eKomi, bieten den Shop Betreibern die Möglichkeit, auf der eigenen Website Kundenbewertungen anzeigen zu lassen. Dies schafft zusätzlich Vertrauen in den Onlineshop.

Bei gewerblichen Websites ist eine **AGB Seite** gemäß gesetzlicher Bestimmungen Pflicht. Ohne ordnungsgemäße AGBs könnten Dritte gegen Sie rechtliche Schritte einleiten, womit nicht unerhebliche Kosten verbunden sein können. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sollten eine eigene Unterseite mit entsprechendem Namen haben. (Nicht unter Impressum). Online Shops müssen, die seit 13. Juni 2014 gültige Widerrufsbelehrung, Versanddetails und Zahlungsmethoden in ihren AGBs mit auführen!

Button-Gesetz: Seit dem 01.08.2012 gilt die so genannte Button-Lösung. Auf was es da ankommt wird bei vielen Rechtshilfen, wie e-recht24, ausführlich erklärt. Erfüllt man die gesetzlichen Bestimmungen für den Vertrieb von Produkten über das Internet nicht, kann man mit empfindlichen Strafen rechnen.

Machen Sie Ihren Online-Shop bekannt



Nutzen Sie verschiedene Marketingkanäle, um Ihren Online-Shop zu bewerben und mehr Besucher und Kunden zu gewinnen. Dazu gehören z.B. Suchmaschinenoptimierung (SEO), Suchmaschinenwerbung (SEA), Social Media Marketing, E-Mail Marketing oder Influencer Marketing.

Weitere Optimierungs-Tipps für Ihren Shop erhalten Sie auf den Seiten:

- » [Die wichtigsten 19 SEO Tipps für Ihre Webseitenoptimierung](#)
- » [Das Nutzerverhalten – Ein wichtiger Faktor für die Webseitenqualität](#)
- » [Die optimale Keyworddichte](#)
- » [Mit internen Verlinkungen sein Website-Ranking verbessern](#)

**Sie brauchen bei Ihrer Shop-Optimierung Hilfe?
Wir [optimieren Ihren Shop](#) für Suchmaschinen und Besucher.**