Christoph Ludewig

**Existenzgründung
im Internet**

Business Computing

Bücher und neue Medien aus der Reihe Business Computing verknüpfen aktuelles Wissen aus der Informationstechnologie mit Fragestellungen aus dem Management. Sie richten sich insbesondere an IT-Verantwortliche in Unternehmen und Organisationen sowie an Berater und IT-Dozenten.

In der Reihe sind bisher erschienen:

SAP, Arbeit, Management

von AFOS

Steigerung der Performance von Informatikprozessen

von Martin Brogli

Netzwerkpraxis mit Novell NetWare

von Norbert Heesel und Werner Reichstein

Professionelles Datenbank-Design mit ACCESS

von Ernst Tiemeyer und Klemens Konopasek

Qualitätssoftware durch Kundenorientierung

von Georg Herzwurm, Sixten Schockert und Werner Mellis

Modernes Projektmanagement

von Erik Wischniewski

Projektmanagement für das Bauwesen

von Erik Wischniewski

Projektmanagement interaktiv

von Gerda M. Süß und Dieter Eschlbeck

Elektronische Kundenintegration

von André R. Probst und Dieter Wenger

Moderne Organisationskonzeptionen

von Helmut Wittlage

SAP® R/3® im Mittelstand

von Olaf Jacob und Hans-Jürgen Uhlir

Unternehmenserfolg im Internet

von Frank Lampe

Electronic Commerce

von Markus Deutsch

Client/Server

von Wolfhard von Thienen

Computer Based Marketing

von Hajo Hippner, Matthias Meyer und Klaus D. Wilde (Hrsg.)

Dispositionsparameter von SAP® R/3-PP®

von Jörg Dittrich, Peter Mertens und Michael Hau

Marketing und Electronic Commerce

von Frank Lampe

Projektkompass SAP®

von AFOS und Andreas Blume

Existenzgründung im Internet

von Christoph Ludewig

Vieweg

Christoph Ludewig

Existenzgründung im Internet

Auf- und Ausbau eines
erfolgreichen Online-Shops

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Ludewig, Christoph:

Existenzgründung im Internet: Auf- und Ausbau eines erfolgreichen
Online-Shops/ Christoph Ludewig. – Braunschweig; Wiesbaden:

Vieweg, 1999

(Business computing)

ISBN 978-3-528-05712-1

ISBN 978-3-322-91957-1 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-322-91957-1

Alle Rechte vorbehalten

© Friedr. Vieweg & Sohn Verlagsgesellschaft mbH, Braunschweig/Wiesbaden, 1999

Der Verlag Vieweg ist ein Unternehmen der Bertelsmann Fachinformation GmbH.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

<http://www.vieweg.de>

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Höchste inhaltliche und technische Qualität unserer Produkte ist unser Ziel. Bei der Produktion und Auslieferung unserer Bücher wollen wir die Umwelt schonen: Dieses Buch ist auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Die Einschweißfolie besteht aus Polyäthylen und damit aus organischen Grundstoffen, die weder bei der Herstellung noch bei der Verbrennung Schadstoffe freisetzen.

Konzeption und Layout des Umschlags: Ulrike Weigel, www.CorporateDesignGroup.de

ISBN 978-3-528-05712-1

Vorwort

Das Internet gewinnt durch sein immenses Wachstum, das es in den letzten Jahren erfahren hat, auch zunehmend an wirtschaftlicher Bedeutung. Fast täglich können Sie in der Presse Artikel finden, die sich mit dem Internet und den damit entstandenen Möglichkeiten befassen.

Das Internet ist mittlerweile der Spiel- und Erprobungsphase entwachsen. Es hat sich etabliert und wird nun verstärkt produktiv genutzt. Immer mehr neugegründete Unternehmen vermarkten Ihre Produkte ausschließlich über das Internet und immer mehr bereits existierende Unternehmen mit einer langen Geschäftstradition sind gezwungen umzudenken. Denn wenn sie sich nicht anpassen, werden sie über kurz oder lang von der Konkurrenz überholt werden. Es gilt nicht mehr nur „die Großen fressen die Kleinen“, sondern zusätzlich noch: „Die Schnellen fressen die Langsamen“. Ganz besonders betroffen ist hierbei folglich der tradierte Mittelstand.

Aber neben den Chancen, die das Internet bietet sind auch Risiken vorhanden. Nur: über die Erfolglosen wird nicht berichtet!

Dieses Buch möchte Ihnen dabei helfen, zu den Erfolgreichen zu gehören. Es wendet sich sowohl an Unternehmensgründer, die Ihre Geschäftsidee mit Hilfe des Internets verwirklichen möchten, als auch an Unternehmer, die das Internet zur Grundlage ihrer Existenzsicherung machen wollen.

Das Internet stellt für viele Unternehmen eine Bedrohung dar - wenn die Konkurrenz es nutzt. Mit Hilfe dieses Buches können Sie aus der Bedrohung eine Chance machen. Aufgrund zahlreicher Beispiele erkennen Sie Möglichkeiten für Ihr eigenes Unternehmen und können diese für Ihren Geschäftserfolg adaptieren.

Zuerst wird ein bewusst kurzgehaltener Abriss über das Internet und seine Entwicklung gegeben, dann auf E-Commerce eingegangen. Hier wird deutlich gemacht, welche Bedeutung E-Commerce in den nächsten Jahren erhalten wird, und warum es sich kein Unternehmen erlauben kann, diesen Trend zu ignorieren.

Es wird im Anschluss erläutert, welche Produkte sich generell eignen, über das Internet vertrieben zu werden und wo es sich anbietet auf die herkömmlichen Vertriebswege zurückzugreifen.

Der darauf folgende Abschnitt richtet sich an Existenzgründer und die zu erwartenden Probleme, die bei einer Existenzgründung auftreten können. Es wird dargelegt, welche rechtlichen und organisatorischen Besonderheiten bei einer Existenzgründung im Allgemeinen und bei der Gründung einer Internet-Firma im Besonderen zu beachten sind.

Im folgenden wird die konkrete Umsetzung des Internetauftritts besprochen. Dazu gehören neben der graphischen Gestaltung der Web-Seiten auch die Wahl des richtigen Providers, entsprechende Netzwerkstrukturen, das Web-Marketing und die zu dem Auftritt gehörenden Prozesse: Sie müssen ja Ihr Produkt zu dem Kunden bringen und das Geld dafür erhalten.

Das Buch versteht sich als Ratgeber und auch als Nachschlagewerk, das Ihnen bei der Realisierung Ihres Geschäftserfolges helfen will. Aus diesem Grund können Sie die einzelnen Kapitel auch unabhängig von einander lesen, denn jedes wird für Sie zu einem andern Zeitpunkt beim Aufbau Ihres Online-Shops relevant.

An dieser Stelle möchte ich mich recht herzlich bei Lars Amft für seinen Beitrag zu Kapitel 6 bedanken, auf dem viele der dort gemachten Ausführungen beruhen. Ebenfalls großer Dank gebührt Rebecca Hilleberg und Markus Klose für ihre zahlreichen Korrekturen und Verbesserungsvorschläge.

Begleitend zu dem Buch können Sie unter der Internet-Adresse www.ludewig.com aktuelle Informationen, Ergänzungen, Checklisten und Dateien abrufen. Unter christoph@ludewig.com freue ich mich über Ihre Anmerkungen zu diesem Buch.

Stuttgart, im Juni 99

Christoph Ludewig

Inhaltsverzeichnis

1	Internet und E-Commerce	1
1.1	Das Internet	3
1.2	Was ist E-Commerce?	4
2	Ihre Idee - Ihr Produkt	7
2.1	Was können Sie über das Internet verkaufen?	7
2.2	Warum sollten Sie Ihr Produkt über das Internet vertreiben?	13
2.2.1	Vorteile eines Online-Shops	13
2.2.2	Wachstumsstrategien	17
3	Gründung der Firma	21
3.1	Gewerbeanmeldung	22
3.2	Wahl der Rechtsform	25
3.3	Die Kaufmannseigenschaft und die Firma	33
3.4	Beratung	36
3.4.1	Existenzgründungsberater	38
3.4.2	Rechtsanwalt und Steuerberater	41
3.5	Finanzierung	42
3.5.1	Eigenkapital	43
3.5.2	Bankkredit	46
3.5.3	Förderprogramme	49
3.5.4	Venture Capital	57
3.6	Der Business Plan - aufwendig, aber notwendig	59
3.6.1	Sinn und Zweck eines BP	60
3.6.2	Hinweise zu Gestaltung von Business Plans	61
3.6.3	Executive Summary	63
3.6.4	Unternehmen	63
3.6.5	Produkt oder Dienstleistung	72
3.6.6	Marktanalyse	74
3.6.7	Marketing, Absatz und Vertrieb	80

3.6.8	Management	88
3.6.9	Finanzplanung	89
3.6.10	Finanzbedarf	104
3.6.11	Chancen und Risiken.....	105
3.6.12	Anhang.....	105
4	Ihr Web-Auftritt.....	107
4.1	Internet-Provider	107
4.2	Ihre Domain	113
4.3	Web-Seiten-Gestaltung.....	119
4.3.1	Graphische Aufbereitung	120
4.3.2	Benutzerfreundlichkeit	130
4.4	Inhalte Ihres Shops	140
4.4.1	Produkte und Preise	140
4.4.2	Bestellfunktion.....	143
4.4.3	Zahlungsfunktion.....	149
4.4.4	Kontakt.....	151
4.4.5	Unternehmenspräsentation	159
4.5	Shop-Systeme	160
5	Marketing - machen Sie sich bekannt.....	167
5.1	Suchmaschinen.....	167
5.2	Banner-Werbung.....	170
5.2.1	Abrechnungsverfahren	170
5.2.2	Preise.....	173
5.2.3	Selbst als Werbeanbieter tätig werden.....	176
5.2.4	Newsgroups und Mailinglisten.....	178
5.2.5	Newsletter	180
5.4	"Mund-zu-Mund"	182
6	Vertrieb - so kommt Ihr Produkt zum Kunden	183
6.1	Akquisitorische Distribution.....	184
6.2	Physische Distribution.....	187
7	Rechnungsstellung - ... und so kommt das Geld zu Ihnen.....	191

7.1	SET™	192
7.2	X-Pay Electronic Payment von Brokat.....	197
7.3	Unviersal WebPay (Brokat, TeleCash und Intershop)	197
7.4	Digitalisiertes Geld	198
8	Epilog	201
A	Nützliche Links	203
B	Weiterführende Literatur.....	207
	Schlagwortverzeichnis	213