

**Hamburger Fern-Hochschule**

Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen für HTL (Bachelor)

Studienzentrum Linz

Modul Projektarbeit im Hauptpraktikum

**HPR-PH1**

Hausarbeit zum Thema

**Auswahl und Aufbau eines Webshops**

Sommersemester

[REDACTED]

von

**Ing. Ursula Choroba**

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

**31.8.2015**

**Inhaltsverzeichnis**

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>3</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>3</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>3</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>4</b>
1.1 E-Commerce und Online Marketing .....	6
1.2 Die neue Wirtschaft .....	8
<b>2 Grundlagen der Shop-Gestaltung .....</b>	<b>9</b>
2.1 Funktionale und technische Grundlagen .....	9
2.2 Analyse und Anforderungen .....	10
2.2.1 Produkte und Zielgruppe .....	10
2.2.2 Web Hosting .....	11
2.2.3 Shop-Systeme .....	11
2.2.4 Zahlung und Versandarten .....	11
2.2.5 Content .....	13
2.2.6 Layout und Design .....	13
<b>3 Shop-Systeme .....</b>	<b>15</b>
3.1 Verkaufsplattformen.....	16
3.2 Simple E-Commerce Lösungen.....	17
3.3 Eigener Online-Shop .....	17
<b>4 Usability .....</b>	<b>18</b>
4.1 Bedeutung und Wirkung .....	20
4.2 Die 6 goldenen Regeln .....	21
<b>5 Rechtliche Aspekte.....</b>	<b>21</b>
5.1 Das E-Commerce Gesetz (ECG).....	21
5.2 Datenschutz.....	22
<b>6 Schlussbetrachtung .....</b>	<b>23</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>24</b>
<b>Eigenständigkeitserklärung.....</b>	<b>26</b>

**Abbildungsverzeichnis****Seite**

Abb. 1: Internet Users by world regions	6
Abb. 2: Informationsgesellschaft Statistik Austria	6
Abb. 3: Internet Users in the World	7
Abb. 4: Anwendungsfalldiagramm „Kassenabwicklung - Checkout“	12
Abb. 5: Anwendungsfalldiagramm „User Interface“	15
Abb. 6: Magento Theme	15
Abb. 7: Aufbau - Technische Plattform – Magentoshop	18
Abb. 8: Ein leistungsstarker Webshop besteht aus verschiedenen Komponenten und Funktionen	19

**Tabellenverzeichnis****Seite**

Tabelle 1: Fragestellung zur Erarbeitung des strategischen Konzeptes	10
Tabelle 2: Farbfunktionen Wörter	13
Tabelle 3: Farbpsychologie auf Webseiten	14
Tabelle 4: Vor- und Nachteile von Verkaufsplattformen	16
Tabelle 5: Übersicht Simple-Ecommerce Lösungen	17
Tabelle 6: Shoparten in der Praxis	17

**Abkürzungsverzeichnis**

WWW	World Wide Web
z. B.	zum Beispiel
bzw.	beziehungsweise
MS	Meilenstein
PHP	Personal Home Page Tools, Skriptsprache für Web-Anwendungen
MySQL	relationales Datenbanksystem
IIS	Internet Information Server
B2C	Business to Customer
Apps	Applications
SSL	Secure Socket Layer
DHL	Paketdienst
UPS	United Parcel Service (Paketdienst)
DIY	Do It Yourself
HTML	Hypertext Markup Language
AGB	Allgemeine Geschäftsbedingungen

## Literaturverzeichnis

**Angeli, S.; Kundler, W. (2006):** Der Online-Shop, Handbuch für Existenzgründer, Markt+Technik Verlag

**Bah, Daniela (2012):** Die neuen Geschäftsmodelle im Onlinehandel, Ventus Publishing ApS

**Beaird, J. (2010):** The Principles of Beautiful Web Design, 2<sup>nd</sup> Edition., Canada: Sitepoint

**Botha, J.; Bothma, C.; Geldenhys, P. (2008):** Managing E-commerce in Business, 2<sup>nd</sup> Edition, Juta & Company Ltd.

**Cloudflare (2015):** Home. URL: <http://www.cloudflare.com> [Stand: 15.7.2015].

**Examiner (2011):** Bill Gates 1996. URL: <http://www.examiner.com/article/bill-gates-1996-content-is-king-has-reigned-16-years> [Stand: 15.7.2015].

**Förster, Hans-Peter (2011):** Texten wie ein Profi, 12. Auflage, CPI Moravia Books s.r.o.

**Google (2015):** Search Engine Optimization Starter Guide. URL: <http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf> [Stand: 25.7.2015].

**Gwiozda, Peter (2012):** E-Commerce, Kriterien für einen erfolgreichen Online-Shop, Diplomica Verlag GmbH Hamburg

**Internet World Stats (2015):** Internet Users by world regions. URL: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> [Stand: 25.4.2015].

**Internet Live Stats (2015):** Internet users in the world. URL: <http://www.internetlivestats.com/internet-users> [Stand: 25.4.2015]

**IfD, Allensbach (2012):** Allensbacher Computer- und Technik-Analyse. URL: [http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx\\_reportsndocs/prd\\_1207.pdf](http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx_reportsndocs/prd_1207.pdf) [Stand: 5.7.2015].

**Janson, Simone (2013):** Erfolgreich mit Online-Shops, 1. Auflage, bookbon.com

**Lindo, Wilfred (2009):** Online-Shop auswählen, einrichten & betreiben – Das Praxisbuch, Franzis Verlag GmbH

**Magento E-Commerce (2015):** Magento Shop Software. URL: <http://www.magento.com> [Stand: 16.1.2015].

**Molenaar, Core (2010):** Shopping 3.0, Gower Publishing Limited

**Möhlenbruch, D.; Hartmann, M. (2002):** Der Handel im Informationszeitalter, 1. Auflage, Springer Fachmedien Wiesbaden

**Online Marketing Praxis (2015):** Usability Test. URL: <http://www.onlinemarketing-praxis.de/web-usability/usability-test-16-methoden-zur-messung-der-usability> [Stand: 13.7.2015].

**Online Marketing Praxis (2015):** Web-Usability. URL: <http://www.onlinemarketing-praxis.de/web-usability/gute-usability-im-online-shop-als-basis-fuer-hohe-konversionsraten> [Stand: 13.7.2015].

**Price Waterhouse Coopers (2012):** 2012 Global multichannel consumer survey. URL: <http://www.pwc.com/gx/en/retail-consumer/retail-consumer-publications/global-multi-channel-consumer-survey/survey-highlights.jhtml> [Stand 25.4.2015].

**Rosenberg, Doug; Stephens, Matt (2007):** Use Case Driven Modeling with UML: Theory and Practice, Springer Verlag New York

**Statistik Austria (2015):** Informationsgesellschaft. URL: [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/informationsgesellschaft/index.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/index.html) [Stand: 23.4.2015].

**Theme Forest (2015):** Magento Theme. URL: <http://themeforest.net/item/madame-responsive-fashion-store-magento-theme/2791232> [Stand: 31.7.2014].

**WebShop Wiki (2015):** Matrix Rates. URL: <http://wiki.webshopapps.com/extensions/matrix-rates> [Stand: 2.7.2015].

**Wirtschaftskammer (2015):** Informationspflichten nach dem E-Commerce Gesetz. URL: [https://www.wko.at/Content.Node/Service/Wirtschaftsrecht-und-Gewerberecht/E-Commerce-und-Internetrecht/Impressum--E-Mail/Informationspflichten\\_nach\\_dem\\_E-Commerce-Gesetz\\_dem\\_Unte.html](https://www.wko.at/Content.Node/Service/Wirtschaftsrecht-und-Gewerberecht/E-Commerce-und-Internetrecht/Impressum--E-Mail/Informationspflichten_nach_dem_E-Commerce-Gesetz_dem_Unte.html) [Stand: 13.7.2015].

**Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne unzulässige Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus anderen Quellen direkt oder indirekt übernommenen Daten und Konzepte sind unter Angabe der Quelle gekennzeichnet. Dies gilt auch für Quellen aus eigenen Arbeiten.

Ich versichere, dass ich diese Arbeit oder nicht zitierte Teile daraus vorher nicht in einem anderen Prüfungsverfahren eingereicht habe.

Mir ist bekannt, dass meine Arbeit zum Zwecke eines Plagiatsabgleichs mittels einer Plagiatserkennungssoftware auf ungekennzeichnete Übernahme von fremdem geistigem Eigentum überprüft werden kann.

Ich versichere, dass, falls meine Arbeit in elektronischer Form einzureichen ist, diese mit der gedruckten Version identisch ist.

---

31.8.2015, Ing. Ursula Choroba