

## Tipp

Weitere Informationen zu den  
IHK-Angeboten finden Sie unter:  
[ihk-muenchen.de](http://ihk-muenchen.de)

## Gut zu wissen: Was kommt auf den E-Commerce-Projektstarter zu?

Der Verkauf „über das Internet“ eröffnet viele neue Chancen. Allerdings stellen sich auch viele Fragen. Die IHK für München und Oberbayern gibt vielfältige Hilfestellungen.

### Dienstleister- und Lieferantensuche

- Bei der Suche nach einem passenden Dienstleister oder Lieferanten finden Sie über 210.000 bayerische Firmen auf: [firmen-in-bayern.de](http://firmen-in-bayern.de)
- Knüpfen Sie Kontakte auf den Netzwerkveranstaltungen der IHK

### International: Export, Länder und Märkte

- International ausgerichtete E-Commerce-Aktivitäten fallen bei Im- und Export unter die Regelungen des Zoll- und Außenwirtschaftsrechts
- Die IHK gibt Auskunft zu Anforderungen verschiedener Märkte und Länder

### Finanzierungs- und Förderberatung

- Überblick zur Förderberatung und öffentlichen Finanzierungshilfen
- Crowdfunding als neue Finanzierungsform
- Digitalbonus für bayerische Unternehmen

### Rechtliche Grundlagen

- Beratungsangebote zu folgenden Themen:
- Informationspflichten
  - Widerrufsrecht
  - Urheber- oder Wettbewerbsrecht
  - Vertrags-, Rechts- und Steuerfragen beim Verkauf über den Online-Shop
  - Patent- und Gebrauchsmusterrecht
  - Regelung von Gewährleistung, Schadens- und Produkthaftung bei Kaufverträgen
  - Rückgabe, Sachmangel und Co.
  - Produkthaftung und Produktsicherheit bei speziellen gesetzlichen Regelungen (CE-Kennzeichnung, Kosmetika, Lebensmittel, Reisepass etc.)
  - Pflichten von Herstellern, Importeuren und Vertriebern beim Verkauf elektrischer Geräte (Entsorgung von Altgeräten, Batterien etc.)

### Politische Interessenvertretung

Im IHK-Handelsausschuss befassen sich Unternehmer aus den Bereichen Großhandel, Einzelhandel und Handelsvermittlung mit handelspezifischen Fragestellungen. Aktuelle Informationen zur Handelspolitik finden Sie auf: [ihk-muenchen.de](http://ihk-muenchen.de)

## Meine Notizen

## Welche Starthilfen gibt es für mein E-Commerce-Geschäftsmodell?

- Nutzen Sie IHK-Veranstaltungen zum Knüpfen von Kontakten sowie zum Finden und Diskutieren von Ideen.
- E-Commerce-Existenzgründer erhalten im Münchner Existenzgründungsbüro eine grundlegende Einstiegsberatung. Besonders innovativen, wachstumsorientierten oder technologieorientierten E-Commerce-Projekten hilft die IHK-Startup Unit.
- Das Vorgründungs- und Nachfolgecoaching Bayern bietet eine Förderung für verteilte Beratung. Dieses gilt sowohl bei der Neugründung von E-Commerce-Unternehmen als auch im Rahmen einer Unternehmensübernahme durch einen Existenzgründer.
- Neue Wege für E-Commerce-Geschäftsmodelle: Shareconomy und Crowdsourcing

Eine Übersicht zu allen Services finden Sie unter  
[ihk-muenchen.de/service-digitalisierung](http://ihk-muenchen.de/service-digitalisierung)

## Was ist für meinen Online-Shop generell wichtig?

Online-Shop: Software und Zertifizierung	Welches Waren- wirtschaftssystem? Suche nach passender Soft- ware
Die passende Internetdomain	IT-Sicherheit



## IHK Services rund um E-Commerce

### IHK Fachseminare

#### Professionelle Suchmaschinen-optimierung: Grundlagen & redaktionelle SEO

Sie lernen direkt aus der Praxis, wie Sie erfolgreich mit SEO bei Google vorne landen und bleiben.

#### Web Controlling (Google Analytics) selbstständig und erfolgreich einsetzen

Wissen, was Ihre Besucher auf Ihrer Website machen!

#### E-Commerce Grundlagen-seminar: Praxiswissen für den Einstieg zu Ihrem Onlineshop

Erfahren Sie an einem Tag, wie Sie erfolgreich in den E-Commerce-Bereich einsteigen.

Weitere Informationen und Anmeldung:  
Ansprechpartnerin: Silvia Nützl  
089 5116 1519  
[Nuetzl@muenchen.ihk.de](mailto:Nuetzl@muenchen.ihk.de)  
[ihk-akademie-muenchen.de](http://ihk-akademie-muenchen.de)



### IHK Netzblicke

#### Themen aus Internet und E-Commerce

Vorträge von Fachreferenten, Netzwerken und Erfahrungsaustausch.  
IHK Akademie München // Orleansstr. 10-12  
Die genauen Termine und die jeweiligen Referenten finden Sie online.

Weitere Informationen und Anmeldung:  
[netzblicke.net](http://netzblicke.net)  
[netzblicke@muenchen.ihk.de](mailto:netzblicke@muenchen.ihk.de)

### IHK Seminare für Existenzgründer

#### Erstellen Sie Ihren Online-Shop selber – kostenfrei und ohne Programmierkenntnisse

Sie erhalten das nötige Basiswissen, wie Sie Ihre WordPress-Website zum Online-Shop machen.

#### Die rechtssichere Website

Sie erhalten Informationen über die vielfältigen rechtlichen Anforderungen und wertvolle Tipps zur Vermeidung von Rechtsverletzungen.

Weitere Informationen und Anmeldung:  
Ansprechpartnerin: Melek Taskin  
089 5116 1511  
[Taskin@muenchen.ihk.de](mailto:Taskin@muenchen.ihk.de)  
[ihk-akademie-muenchen.de](http://ihk-akademie-muenchen.de)

### Publikationen

Weitere aktuelle Informationen und Artikel zu E-Commerce sind immer wieder in den IHK-Publikationen zu finden.

Auf [ihk-muenchen.de/newsletter](http://ihk-muenchen.de/newsletter) finden Sie eine Übersicht der IHK-Newsletter und der IHK-Spezials, die interessante Informationen zu E-Commerce enthalten.

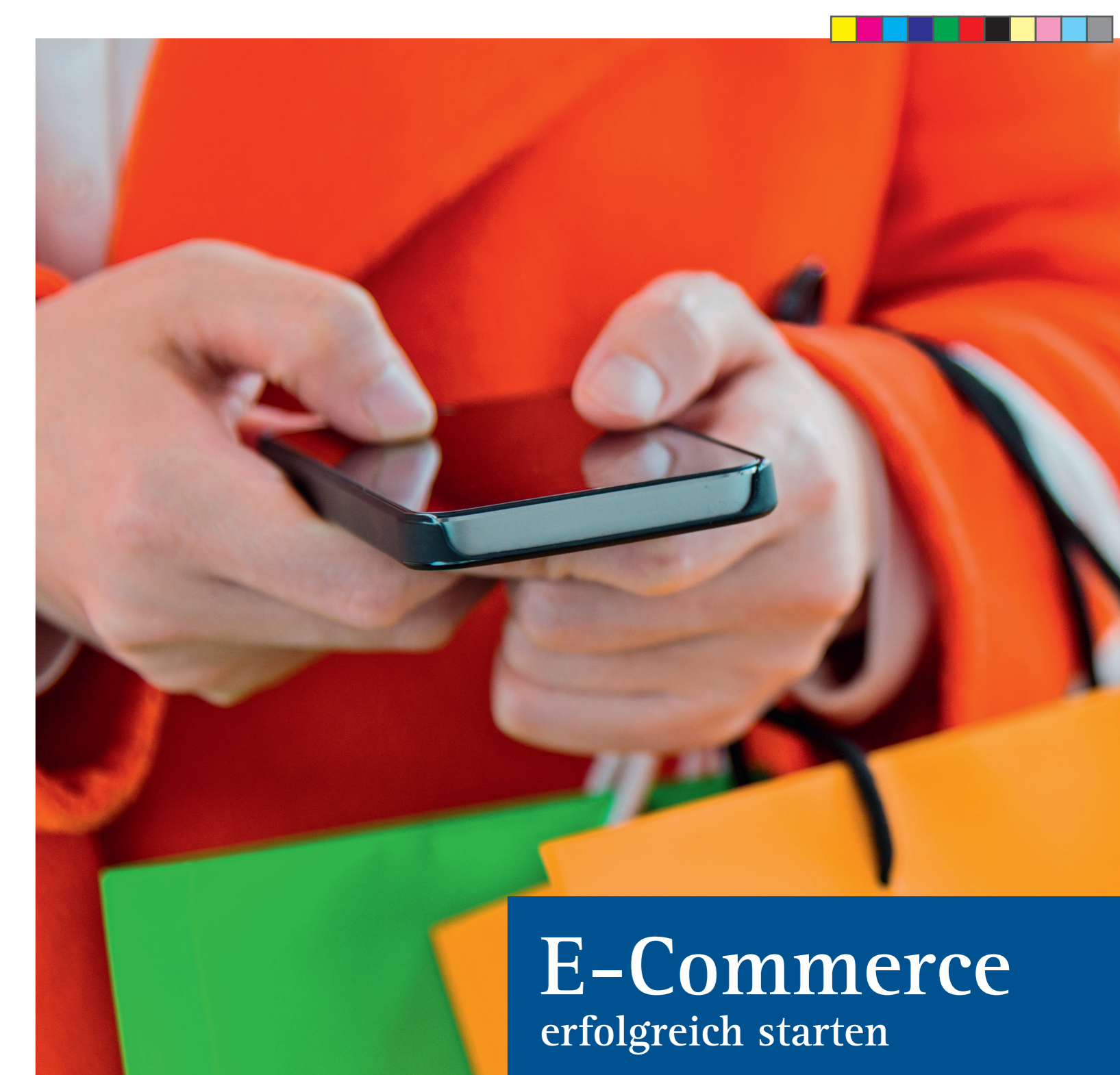
Unter [ihk-muenchen.de/e-commerce](http://ihk-muenchen.de/e-commerce) finden Sie den „E-Commerce Leitfaden für den stationären Einzelhandel“ und die digitale Version dieses gedruckten Canvas.

### Wir unterstützen Sie!

Rufen Sie zu folgenden branchenspezifischen Themen an:

- Tourismuswirtschaft und E-Commerce
- Einzelhandel und Handelsausschuss
- IT-/Marketing-Dienstleister für E-Commerce
- Datenschutzrecht
- Digitalbonus

089 5116-0  
[info@muenchen.ihk.de](mailto:info@muenchen.ihk.de)



## E-Commerce erfolgreich starten

Ein Service Ihrer IHK



Voraus für die Wirtschaft.



Bei der IHK für München und Oberbayern finden Sie vielfältige Unterstützung, Adressen und Ansprechpartner für Neuaufbau oder Weiterentwicklung Ihres E-Commerce-Angebots.

Der „E-Commerce-Canvas“ hilft Ihnen, sich Ihr Geschäftsmodell genauer und strukturierter anzusehen – egal ob Sie schon einen Online-Shop betreiben oder damit durchstarten wollen:

- Was ist das Besondere an meinem Online-Shop?
- Was will ich mit meinem Online-Shop erreichen?
- Welche Kunden adressiert mein Online-Shop?
- Welche Ressourcen habe ich?
- Was werde ich selbst tun? Was sollen Dienstleister/Lieferanten erledigen?
- Kunden finden: Wie werde ich online gefunden?
- Kunden binden: Wie kommuniziere ich mit meinen bestehenden Kunden?
- Finanzen: Einnahmen & Ausgaben

Was kommt auf den E-Commerce-Projektstarter zu?

- Starthilfen für mein E-Commerce-Geschäftsmodell
- Was ist für meinen Online-Shop generell wichtig?
- Dienstleister- und Lieferantensuche
- International: Export, Länder und Märkte
- Finanzierungs- und Förderberatung
- Rechtliche Grundlagen

[ihk-muenchen.de](http://ihk-muenchen.de)  
[ihk-muenchen.de/newsletter](http://ihk-muenchen.de/newsletter)

[ihk-muenchen.oberbayern](http://ihk-muenchen.oberbayern.de)  
[sing.com/net/muenchenihk](http://www.sing.com/net/muenchenihk)

[@IHK\\_MUC](https://www.instagram.com/ihk_muc)  
[fuser/ihkmuemchen](https://www.facebook.com/fuser/ihkmuemchen)



# E-Commerce-Canvas

## Vision & Ziel



- Was ist meine persönliche Motivation, E-Commerce zu betreiben?
- Warum ist E-Commerce für mich sinnvoll?
- Welchen Mehrwert erhalte ich mir von einem Online-Shop?
- Wo sehe ich mögliche Alleinstellungsmerkmale für meinen Online-Handel?
- Was will ich mit meinem Online-Shop erreichen?

## Marktanalyse & Positionierung



- Warum sollte jemand bei mir einkaufen?
- Was ist das Besondere an meinem Online-Shop (Produkte, Service, Beratung, Preise etc.)?
- Garantiere ich eine zuverlässige Bestellmöglichkeit (z. B. garantierte Verfügbarkeit)?
- Erfolgt der Bestellvorgang besonders intuitiv und mit wenigen Klicks?
- Erfolgt die Bestellung besonders schnell und kostenfrei?

### Merke



Handelsplattformen oder ein Miet-Shop statt speziell entwickelter Shop-Software ermöglichen den kostengünstigen Einstieg sowie das Testen der Nachfrage und einzelner Produkte.

## Arbeitsteilung



- Welche Aufgaben kann ich oder können meine Mitarbeiter beim Neuaufbau des Online-Shops effizient einbringen (Technik, Design, Abläufe etc.) und welche können Dritte (Dienstleister, Lieferanten etc.) kostengünstig übernehmen?
- Liegt mein Fokus mehr auf dem operativen Aspekt meines Online-Shops (z. B. technischer Betrieb, Design, Rechtsfragen) oder auf strategischen Fragen (Produktentwicklung, Branchenvernetzung, Marketing etc.)?
- Habe ich wirklich alle Arbeitsschritte beachtet, die durch einen Online-Shop anfallen (Bestellentgegennahme, Einpflegen der Produkte, Versand, Zahlungsbewegungen etc.)?

## Kunden binden



### Wie kommuniziere ich mit Interessenten und Kunden?

- Für welche Kommunikationsformen sind meine Kunden besonders zugänglich?
- Kann ich meine Kunden in die Produktentwicklung einbinden (Crowdsourcing, Shareconomy)?
- Wie bleibe ich online im Kontakt mit den Kunden (E-Mail-Newsletter, Gewinnspiele, nützliche Inhalte etc.) und wie prüfe ich das Nutzerverhalten (Webcontrolling, Usability-Tests etc.)?
- Wie spreche ich mit Interessenten und Kunden: sachlich oder emotional? Soll Exklusivität vermittelt werden?

## Zielgruppe



### An welche Kunden ist mein Online-Shop adressiert?

- Endverbraucher oder Unternehmen (B2C, B2B)?
- Nischen- oder Massenmarkt?
- Regionale oder internationale Kunden?
- (Noch-)Offline oder Online-Shopper?
- Besondere Ausrichtung bezüglich Gender oder Alter?

## Kunden finden



- Wie lotse ich Nutzer auf meinen Online-Shop?
- Warum sollten Blogger, Fachzeitschriften oder andere Websites mein Online-Angebot empfehlen und verlinken (z.B. besondere Produkte oder Inhalte)?
- Wie nutzen meine Wunschkunden Social Media, E-Mail, Newsletter, SMS etc. und wie kann ich dort Aufmerksamkeit erzeugen?
- Welche Suchbegriffe bringen Nutzer auf meinen Online-Shop und ist mein Online-Shop dafür optimiert (SEO)? Kann ich für diese Suchbegriffe in den Suchmaschinen Werbung schalten (SEA)?

### Merke



Wie werde ich online gefunden? – Während im realen Leben die Lage des Ladens feststeht, können Sie im Internet an der Aufmerksamkeit für den Online-Shop arbeiten und damit Ihren Laden quasi zum Kunden bringen. Überlegen Sie sich, wo im Internet Ihre Wunschkunden aktiv sind: Dort müssen Sie Ihre Kunden abholen und für Ihr Angebot gewinnen.

## Tipp



Nutzen Sie diesen Canvas als Pinnwand, um Ihre Gedanken festzuhalten und zu strukturieren. Einfach die Antworten zu unten stehenden Fragen und Stichpunkten auf Post-it-Zettel schreiben und entsprechend anheften. Bei Bedarf können die Post-it-Zettel immer wieder ausgetauscht oder neu zugeordnet werden.

## Ressourcen



### Welche ungenutzten Ressourcen habe ich?

- Besondere Produkte, Restbestände o.Ä.
- Ungenutzte Lagerfläche
- Schutzrechte (Patente, Marken...)
- Interessante Geschichte, Fotos, Videos zu Produkten, zum Shop, zu Menschen etc.
- Kapital

### Gibt es personelle Ressourcen?

- Mitarbeiter mit Online-Shop-Erfahrung
- Spezielle Logistikerfahrung
- Besondere Branchenkenntnisse

## Kostenkalkulation



- Wie viel kostet die Umsetzung des Projekts?
- Wie hoch sind die Startkosten für Aufbau und Entwicklung?
- Wie hoch sind die laufenden Kosten (Betrieb, Personal, Marketing etc.)?
- Ist Crowdfunding eine Option?

### Merke



Die Marge entscheidet. Testen Sie, welche Produkte besonders für den Online-Verkauf geeignet sind (unter Einbeziehung von Marketing-, Versand-, Rücksendekosten etc.).