

Mit 19 Checklisten

Zahlung und Versand <

SEO und Marketing <

Rechtssicherheit <

Shopkonzept <

Marketing <

Security <

Bernd Schmitt

# Onlineshops mit WordPress

– das große Praxishandbuch

Alles, was Sie für ein erfolgreiches Start-up wissen müssen

- Onlineshops konzeptionieren, installieren, konfigurieren und erweitern
- Entscheidungshilfe für das richtige Shop- und Marketingkonzept
- So punkten Sie bei Information, Beratung und Service

Bernd Schmitt

**Onlineshops mit WordPress –  
das große Praxishandbuch**

## **Über den Autor:**

Bernd Schmitt ist Webdesigner, Audioproducer und Fachbuchautor. Für Word-Press begeistert er sich seit den Anfängen vor über 10 Jahren. Als Dienstleister bietet er auch die Erstellung von Webshops, E-Books und Audiobooks an.

## Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Alle Angaben in diesem Buch wurden vom Autor mit größter Sorgfalt erarbeitet bzw. zusammengestellt und unter Einschaltung wirksamer Kontrollmaßnahmen reproduziert. Trotzdem sind Fehler nicht ganz auszuschließen. Der Verlag und der Autor sehen sich deshalb gezwungen, darauf hinzuweisen, dass sie weder eine Garantie noch die juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für Folgen, die auf fehlerhafte Angaben zurückgehen, übernehmen können. Für die Mitteilung etwaiger Fehler sind Verlag und Autor jederzeit dankbar. Internetadressen oder Versionsnummern stellen den bei Redaktionsschluss verfügbaren Informationsstand dar. Verlag und Autor übernehmen keinerlei Verantwortung oder Haftung für Veränderungen, die sich aus nicht von ihnen zu vertretenden Umständen ergeben. Evtl. beigefügte oder zum Download angebotene Dateien und Informationen dienen ausschließlich der nicht gewerblichen Nutzung. Eine gewerbliche Nutzung ist nur mit Zustimmung des Lizenzinhabers möglich.

© 2016 Franzis Verlag GmbH, 85540 Haar bei München

Alle Rechte vorbehalten, auch die der fotomechanischen Wiedergabe und der Speicherung in elektronischen Medien. Das Erstellen und Verbreiten von Kopien auf Papier, auf Datenträgern oder im Internet, insbesondere als PDF, ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlags gestattet und wird widrigenfalls strafrechtlich verfolgt.

Die meisten Produktbezeichnungen von Hard- und Software sowie Firmennamen und Firmenlogos, die in diesem Werk genannt werden, sind in der Regel gleichzeitig auch eingetragene Warenzeichen und sollten als solche betrachtet werden. Der Verlag folgt bei den Produktbezeichnungen im Wesentlichen den Schreibweisen der Hersteller.

**Autor:** Bernd Schmitt

**Programmleitung:** Dr. Markus Stäuble

**Satz:** DTP-Satz A. Kugge, München

ISBN 978-3-645-20492-7

Jeder kann ein Händler sein.  
Mit 5 Euro im Monat.  
Für eine neue Marktwirtschaft.  
Mit WordPress.



# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Von der Idee zur Domain .....</b>	<b>22</b>
1.1	<b>Willkommen bei WordPress .....</b>	<b>25</b>
1.1.1	Tante Emmas Rache .....	25
1.1.2	Am Puls der Zeit .....	26
1.1.3	Onlineshops und stationärer Handel im Tandem .....	27
1.1.4	WordPress ist Trumpf .....	27
1.2	<b>Alles ist käuflich .....</b>	<b>28</b>
1.2.1	Physische Produkte.....	28
1.2.2	Downloadprodukte und Dienstleistungen.....	28
1.3	<b>Der Onlineshop im Überblick .....</b>	<b>29</b>
1.3.1	Kauf, Zahlung und Warenübergabe.....	29
1.3.2	Andere Länder, andere Sitten .....	30
1.3.3	Andere Länder, andere Währungen .....	31
1.4	<b>Ladenmiete für den WordPress-Shop .....</b>	<b>32</b>
1.4.1	Die Grundausstattung .....	32
1.4.2	Die Extras.....	33
1.4.3	Mit oder ohne Anwalt?.....	33
1.5	<b>Die beste Adresse .....</b>	<b>35</b>
1.5.1	Mehr als Schall und Rauch .....	36
1.5.2	In der Kürze liegt die Würze .....	36
1.5.3	Umlaute vermeiden.....	37
1.5.4	Invasion der Domainendungen.....	37
1.5.5	Juristische Aspekte .....	38
1.5.6	Trittbrettfahrer abwehren .....	40
1.6	<b>Domain und DPMA.....</b>	<b>41</b>
1.6.1	Deutsches Patent- und Markenamt.....	42
1.6.2	Markenschutz für den Shopnamen .....	42
1.6.3	Markenrecherche .....	43
1.6.4	Die Nizza-Klassen .....	45
1.6.5	Marke beim DPMA anmelden .....	49
1.6.6	Markenkollisionen .....	50
	<b>Checkliste Domain und Marken .....</b>	<b>50</b>
<b>2</b>	<b>WordPress installieren .....</b>	<b>52</b>
2.1	<b>Wichtige Systemvoraussetzungen .....</b>	<b>54</b>
2.1.1	PHP.....	55
2.1.2	MySQL .....	55
2.1.3	Mod Rewrite.....	56
2.1.4	PHP Memory Limit .....	56
2.1.5	SSL .....	57

2.2	<b>Provider für Onlineshops .....</b>	<b>57</b>
2.2.1	Die inneren Werte .....	58
2.2.2	Support auf allen Ebenen .....	58
2.2.3	Checkliste Provider .....	59
2.2.4	Webspace anmieten .....	60
2.3	<b>Download und Datenbank.....</b>	<b>61</b>
2.3.1	Deutsche Bezugsquelle.....	61
2.3.2	MySQL-Datenbank anlegen .....	64
2.4	<b>Die Konfigurationsdatei .....</b>	<b>65</b>
2.4.1	Zugangsdaten eintragen .....	65
2.4.2	Tabellenpräfix ändern .....	67
2.4.3	Konfigurationsdatei speichern.....	67
2.5	<b>Upload via FTP .....</b>	<b>67</b>
2.5.1	Crashkurs FTP-Programm.....	68
2.5.2	FileZilla oder FireFTP? .....	68
2.5.3	Mit dem Server verbinden .....	69
2.5.4	WordPress hochladen .....	70
2.6	<b>Die Installation .....</b>	<b>71</b>
2.6.1	Installation starten.....	71
2.6.2	Installation abschließen.....	72
2.6.3	Bei WordPress anmelden .....	72
	<b>Checkliste Installation .....</b>	<b>73</b>
3	<b>WordPress konfigurieren.....</b>	<b>74</b>
3.1	<b>Das Basissystem im Überblick .....</b>	<b>76</b>
3.1.1	Willkommen auf der Kommando­brücke .....	77
3.1.2	Beiträge, Seiten und Produkte.....	78
3.1.3	Beiträge und Seiten erstellen .....	78
3.1.4	Der Editor.....	80
3.1.5	Links einfügen .....	80
3.1.6	Weiterlesen ... wir bauen einen Teaser.....	81
3.1.7	In die Codeansicht umschalten .....	82
3.2	<b>Themes.....</b>	<b>82</b>
3.2.1	Themes verwalten .....	82
3.2.2	Die Live-Vorschau .....	83
3.2.3	Themes aus dem WordPress-Directory.....	84
3.2.4	Externe Themes.....	85
3.2.5	Download und Installation externer Themes .....	88
3.2.6	Themes anpassen über Schaltflächen .....	89
3.2.7	Themes anpassen über den Editor.....	92
3.2.8	Crashkurs HTML und PHP .....	92
3.2.9	Die CSS-Datei anpassen.....	93
3.2.10	Workshop: Child-Themes .....	96
3.2.11	Themes aktualisieren .....	98
3.2.12	Themes löschen .....	99
3.3	<b>Mit Plug-ins Funktionen erweitern .....</b>	<b>99</b>
3.3.1	Plug-ins finden.....	100



3.3.2	Plug-ins direkt installieren.....	101
3.3.3	Plug-ins alternativ installieren.....	101
3.3.4	Plug-ins aktivieren und konfigurieren .....	101
3.3.5	Plug-ins aktualisieren.....	102
3.3.6	Antispam Bee .....	102
3.3.7	Contact Form 7.....	103
3.3.8	Shop-Plug-ins .....	105
3.3.9	Broken Link Checker .....	106
<b>3.4</b>	<b>Widgets .....</b>	<b>106</b>
3.4.1	Themes definieren Widget-Bereiche .....	107
3.4.2	Widgets verwalten.....	107
3.4.3	Die wichtigsten Widgets .....	108
3.4.4	Das Meta-Widget.....	108
3.4.5	Helfer in der Not: Text-Widget .....	109
3.4.6	Inaktive Widgets zwischenlagern.....	109
<b>3.5</b>	<b>Menü(s) bitte .....</b>	<b>110</b>
3.5.1	Menüs erstellen .....	110
3.5.2	Menüpositionen verwalten .....	111
3.5.3	Punkte und Unterpunkte erstellen .....	111
<b>3.6</b>	<b>Das Kommentarsystem .....</b>	<b>112</b>
3.6.1	Kommentarfunktion einstellen .....	112
3.6.2	Kommentare bearbeiten und löschen .....	113
3.6.3	Kommentare beantworten .....	114
3.6.4	Diskussionen schließen .....	115
3.6.5	Avatare .....	116
<b>3.7</b>	<b>Kategorien und Schlagwörter.....</b>	<b>116</b>
3.7.1	Kategorien vergeben .....	116
3.7.2	Schlagwörter vergeben.....	117
<b>3.8</b>	<b>Die Mediathek .....</b>	<b>118</b>
3.8.1	Medien hochladen .....	118
3.8.2	Bildinformationen hinzufügen .....	119
3.8.3	Bilder einfügen und ausrichten .....	120
<b>3.9</b>	<b>Arbeiten im Team.....</b>	<b>121</b>
3.9.1	Sicherheitshinweis für Shopbetreiber.....	121
3.9.2	Das Rollensystem.....	121
<b>3.10</b>	<b>WordPress aktualisieren .....</b>	<b>122</b>
3.10.1	WordPress-Kern aktualisieren .....	123
3.10.2	Themes und Plug-ins aktualisieren .....	123
<b>3.11</b>	<b>Permalinks und Startseite einstellen .....</b>	<b>124</b>
3.11.1	Permalinks einstellen.....	125
3.11.2	Basis für Kategorien und Schlagwörter umstellen .....	126
3.11.3	Startseite festlegen .....	127
	<b>Checkliste Konfiguration .....</b>	<b>129</b>
<b>4</b>	<b>Shopkonzepte.....</b>	<b>130</b>
<b>4.1</b>	<b>Rechtsfallen im Onlineshop .....</b>	<b>133</b>
4.1.1	Der Bestellbutton .....	133

4.1.2	Wesentliche Eigenschaften einer Ware .....	133
4.1.3	Link auf die Widerrufsbelehrung.....	133
4.1.4	Darstellung der Versandkosten .....	133
4.1.5	Preisauszeichnung.....	134
4.1.6	Angabe des Grundpreises .....	134
4.1.7	Mehrwertsteuersätze für digitale Produkte .....	134
4.1.8	Kleinunternehmerregelung.....	134
4.1.9	Kostenlose geläufige Zahlungsmethode .....	134
4.1.10	Hinweise zur Lieferzeit .....	134
4.1.11	Verlinkung auf das Impressum .....	134
4.1.12	Zustimmung zu den AGB .....	135
4.1.13	Verlinkung auf die Onlineschlichtungsstelle .....	135
4.1.14	Double-Opt-in-Verfahren .....	135
4.2	<b>WooCommerce plus WooCommerce Germanized.....</b>	<b>135</b>
4.3	<b>WooCommerce plus WooCommerce German Market .....</b>	<b>137</b>
4.4	<b>wpShopGermany .....</b>	<b>139</b>
4.5	<b>Informieren und ausprobieren .....</b>	<b>140</b>
	<b>Checkliste Shopkonzept.....</b>	<b>140</b>
5	<b>Zahlungsarten und Versand .....</b>	<b>142</b>
5.1	<b>PayPal .....</b>	<b>145</b>
5.1.1	PayPal im Überblick .....	145
5.1.2	PayPal auf Käuferseite.....	146
5.1.3	PayPal auf Händlerseite .....	147
5.1.4	Von der PayPal-Sandbox zum Live-Betrieb.....	150
5.1.5	PayPal-Tipps .....	156
5.2	<b>Die Lastschrift .....</b>	<b>159</b>
5.2.1	Die Lastschrift im Überblick.....	159
5.2.2	Die Lastschrift auf Käuferseite .....	159
5.2.3	Die Lastschrift auf Händlerseite.....	160
5.2.4	Einbindung in WordPress .....	162
5.2.5	IBAN-Fehler vermeiden.....	163
5.3	<b>Die Kreditkarte.....</b>	<b>165</b>
5.3.1	Stärken dieser Zahlungsmethode .....	165
5.3.2	Kreditkarte auf Käuferseite .....	165
5.3.3	Kreditkarte auf Händlerseite.....	165
5.3.4	Der Kreditkarten-Akzeptanzvertrag .....	166
5.3.5	Integration in WordPress .....	167
5.3.6	Tipps für die Kreditkarte als Zahlungsmittel.....	167
5.3.7	Pro und kontra Kreditkarte .....	168
5.4	<b>Kauf auf Rechnung.....</b>	<b>168</b>
5.4.1	Überblick .....	169
5.4.2	Auf Käuferseite .....	169
5.4.3	Auf Händlerseite .....	169
5.4.4	Integration in WordPress .....	169
5.4.5	Tipps für die Zahlungsart Rechnung.....	170
5.4.6	Zahlungserinnerungen und Mahnungen .....	171

5.4.7	Pro und kontra Kauf auf Rechnung.....	174
<b>5.5</b>	<b>Sonstige Zahlungsmethoden .....</b>	<b>174</b>
5.5.1	Paydirekt .....	174
5.5.2	Sofortüberweisung.....	175
<b>5.6</b>	<b>Die Sicht des Kunden.....</b>	<b>177</b>
5.6.1	Zahlungsart und Produkt.....	177
5.6.2	Zahlungsart und Endgerät .....	177
5.6.3	Zahlungsart und Image .....	177
<b>5.7</b>	<b>Der richtige Mix .....</b>	<b>178</b>
5.7.1	Retouren vermeiden .....	178
5.7.2	Keinen Kunden verprellen .....	179
5.7.3	Abbruchquote beim Bestellvorgang minimieren .....	179
5.7.4	Aufwand für den Händler minimieren .....	179
5.7.5	Technische Sicherheit .....	179
5.7.6	Rechtssicherheit .....	180
5.7.7	Kosten einsparen .....	180
<b>5.8</b>	<b>Zahlungsarten kommunizieren .....</b>	<b>181</b>
5.8.1	Textbausteine aus der Hölle .....	181
5.8.2	Mustertexte.....	181
<b>5.9</b>	<b>Der Versand .....</b>	<b>182</b>
5.9.1	Verpackungsverordnung und Duales System .....	182
5.9.2	Paketversand .....	183
5.9.3	Bücher versenden .....	184
5.9.4	Versand per Nachnahme .....	186
5.9.5	Abholung im Laden .....	186
	<b>Checkliste Zahlung und Versand .....</b>	<b>186</b>
<b>6</b>	<b>WooCommerce .....</b>	<b>188</b>
<b>6.1</b>	<b>WordPress und WooCommerce .....</b>	<b>190</b>
6.1.1	Mindestanforderungen an den Server.....	190
6.1.2	Installation und Aktivierung .....	191
<b>6.2</b>	<b>Grundeinstellungen vornehmen.....</b>	<b>192</b>
6.2.1	Seiten einrichten.....	193
6.2.2	Shop-Standorteinstellungen .....	194
6.2.3	Versand und Steuer einrichten .....	195
6.2.4	Zahlungsmethoden .....	197
6.2.5	Grundkonfiguration abschließen .....	197
<b>6.3</b>	<b>Integration im Backend.....</b>	<b>198</b>
6.3.1	Neue Seiten .....	199
6.3.2	Neue Menüpunkte .....	199
<b>6.4</b>	<b>Demoprodukte installieren .....</b>	<b>200</b>
6.4.1	Dummy Data installieren .....	201
6.4.2	Überblick im Backend .....	204
6.4.3	Der Shop als Startseite.....	206
6.4.4	Überblick im Frontend .....	208
<b>6.5</b>	<b>WooCommerce einstellen .....</b>	<b>208</b>
6.5.1	Allgemein .....	209

6.5.2	Produkte.....	210
6.5.3	Mehrwertsteuer.....	212
6.5.4	Kasse.....	215
6.5.5	Versand.....	217
6.5.6	Kundenkonten.....	223
6.5.7	E-Mails.....	226
6.5.8	API-Schnittstelle.....	233
<b>6.6</b>	<b>Produkte einstellen.....</b>	<b>233</b>
6.6.1	Produkt hinzufügen.....	233
6.6.2	Produktkategorien.....	235
6.6.3	Produktschlagwörter.....	236
6.6.4	Produktbilder und Produktgalerie.....	236
6.6.5	Produktdaten.....	238
<b>6.7</b>	<b>Variable Produkte einstellen.....</b>	<b>244</b>
6.7.1	Eigenschaften anlegen.....	245
6.7.2	Eigenschaften befüllen.....	247
6.7.3	Weitere Eigenschaft erstellen und befüllen.....	248
6.7.4	Variables Produkt anlegen.....	249
6.7.5	Im Eigenschaften-Tab Variablen freigeben.....	250
6.7.6	Varianten erstellen.....	252
6.7.7	Varianten aufklappen.....	253
6.7.8	Preise für Varianten zuweisen.....	253
6.7.9	Kontrolle im Frontend.....	254
<b>6.8</b>	<b>Produktbundles und externe Produkte.....</b>	<b>254</b>
6.8.1	Gruppierte Produkte.....	254
6.8.2	Externe und Affiliate-Produkte.....	256
<b>6.9</b>	<b>Gutscheine einsetzen.....</b>	<b>257</b>
6.9.1	Gutscheine erstellen.....	257
6.9.2	Darstellung und Berechnung.....	259
<b>6.10</b>	<b>Bestellungen abwickeln.....</b>	<b>260</b>
6.10.1	Die Bestellverwaltung.....	261
6.10.2	Einzelne Bestellung.....	261
6.10.3	Der Bestellstatus.....	262
6.10.4	Bestellungen kontrollieren und editieren.....	263
	<b>Checkliste WooCommerce.....</b>	<b>264</b>
<b>7</b>	<b>Deutsche Erweiterungen für WooCommerce.....</b>	<b>266</b>
<b>7.1</b>	<b>WooCommerce Germanized.....</b>	<b>268</b>
7.1.1	WooCommerce Germanized installieren.....	268
7.1.2	Rundgang durch WooCommerce Germanized.....	269
7.1.3	Allgemeine Konfiguration.....	270
7.1.4	Konfiguration der Anzeige im Shop.....	275
7.1.5	E-Mail-Konfiguration.....	275
7.1.6	Trusted Shops.....	276
7.1.7	Themes und Upgrades.....	276
<b>7.2</b>	<b>WooCommerce German Market.....</b>	<b>277</b>
7.2.1	Erwerb.....	277

7.2.2	Installieren und aktivieren.....	279
7.2.3	Plug-in lizenzieren.....	282
7.2.4	Rundgang durch WooCommerce German Market .....	282
7.2.5	Konfiguration .....	284
	<b>Checkliste Deutsche Erweiterungen für WooCommerce .....</b>	<b>290</b>
<b>8</b>	<b>wpShopGermany.....</b>	<b>292</b>
<b>8.1</b>	<b>Die Alternative zu WooCommerce .....</b>	<b>295</b>
<b>8.2</b>	<b>Demoshop testen .....</b>	<b>295</b>
8.2.1	TestShopGermany.....	296
8.2.2	Testversion installieren .....	299
<b>8.3</b>	<b>Erste Schritte mit wpShopGermany.....</b>	<b>302</b>
8.3.1	Das neue Menü.....	302
8.3.2	Neue Seiten und Beiträge.....	302
8.3.3	Demoprodukt im Frontend.....	304
<b>8.4</b>	<b>Das Warenkorb-Widget .....</b>	<b>304</b>
8.4.1	Warenkorb-Widget einfügen .....	305
8.4.2	Links zu den Pflichtseiten aktivieren.....	305
<b>8.5</b>	<b>Die neuen Seiten .....</b>	<b>307</b>
8.5.1	Seiten befüllen.....	307
8.5.2	Seiten über ein Menü verlinken .....	307
<b>8.6</b>	<b>Konfiguration.....</b>	<b>308</b>
8.6.1	Einstellungen .....	309
8.6.2	Module .....	319
8.6.3	Lizenzverwaltung .....	324
8.6.4	Aktuelles.....	324
8.6.5	Hilfe.....	325
8.6.6	Über.....	326
<b>8.7</b>	<b>Produktverwaltung .....</b>	<b>326</b>
8.7.1	Produkt anlegen.....	327
8.7.2	Einzelne Produktseite anlegen .....	328
8.7.3	Produktübersichtsseite anlegen .....	330
<b>8.8</b>	<b>Bestellverwaltung.....</b>	<b>332</b>
8.8.1	Bestellungen in der Übersicht .....	332
8.8.2	Bestellung bearbeiten .....	332
8.8.3	Status ändern und Kunden informieren .....	333
<b>8.9</b>	<b>Support .....</b>	<b>334</b>
8.9.1	Das Supportforum.....	334
8.9.2	Support-Tickets.....	335
	<b>Checkliste wpShopGermany.....</b>	<b>337</b>
<b>9</b>	<b>Verschlüsselung mit SSL und HTTPS.....</b>	<b>338</b>
<b>9.1</b>	<b>Warum verschlüsseln? .....</b>	<b>340</b>
9.1.1	Worum geht es bei HTTPS? .....	341
9.1.2	Die Akteure der Verschlüsselung .....	341
<b>9.2</b>	<b>Das richtige Zertifikat .....</b>	<b>342</b>
9.2.1	Klasse 1: Domainvalidiertes SSL-Zertifikat.....	342

9.2.2	Klasse 2: Unternehmensvalidiertes SSL-Zertifikat.....	343
9.2.3	Klasse 3: Extended Validation .....	344
9.2.4	Als Onlinehändler im Klassenkampf .....	344
9.2.5	Let's Encrypt oder nicht? .....	346
<b>9.3</b>	<b>Zertifikat erwerben und URL umstellen .....</b>	<b>347</b>
9.3.1	Zertifikat erwerben .....	347
9.3.2	URL-Basis von HTTP auf HTTPS umstellen .....	347
9.3.3	Alle URLs umstellen .....	348
9.3.4	Weiterleitung auf HTTPS via HT-Access erzwingen.....	350
	<b>Checkliste Verschlüsselung.....</b>	<b>352</b>
<b>10</b>	<b>Rechtssicherheit als Shopbetreiber.....</b>	<b>354</b>
<b>10.1</b>	<b>Gesetze für alle Websites.....</b>	<b>359</b>
10.1.1	Das Grundgesetz (GG) .....	359
10.1.2	Das Strafrecht (StGB) .....	360
10.1.3	Das Telemediengesetz (TMG) .....	361
10.1.4	Das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG).....	365
10.1.5	Der Rundfunkstaatsvertrag (RStV).....	366
10.1.6	Das Urheberrechtsgesetz (UrhG).....	368
10.1.7	Das Markengesetz (MarkenG).....	368
<b>10.2</b>	<b>Gesetze für Shopbetreiber .....</b>	<b>369</b>
10.2.1	Das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB) .....	369
10.2.2	Das Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB).....	371
10.2.3	Das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) .....	372
10.2.4	Preisangabenverordnung (PangV) .....	375
10.2.5	Die Streitschlichtungs-Verordnung .....	377
10.2.6	Die Verpackungsverordnung (VerpackV).....	378
<b>10.3</b>	<b>Gesetze für spezielle Shops.....</b>	<b>379</b>
10.3.1	Das Buchpreisbindungsgesetz .....	379
10.3.2	Das Textilkennzeichnungsgesetz.....	379
10.3.3	Das Elektro- und Elektronikgerätegesetz (ElektroG).....	380
<b>10.4</b>	<b>Abmahnungen vermeiden .....</b>	<b>381</b>
10.4.1	Wer mahnt ab? .....	382
10.4.2	Notice and take down .....	382
10.4.3	Folgen einer Abmahnung.....	383
10.4.4	Die Pflichten im Überblick .....	383
<b>10.5</b>	<b>Praktische Umsetzung: Impressum .....</b>	<b>384</b>
10.5.1	Impressumpflicht – für wen und wo? .....	385
10.5.2	Die Formalien des Impressums.....	385
10.5.3	Musterimpressum .....	390
<b>10.6</b>	<b>Praktische Umsetzung: Widerruf .....</b>	<b>392</b>
10.6.1	Rechtliche Problematik .....	393
10.6.2	Best-Practice-Widerrufsbelehrung .....	393
10.6.3	Widerrufsbelehrung aus Rechtsquelle selbst erstellen .....	395
10.6.4	Ausschlüsse vom Widerrufsrecht hinzufügen.....	397
10.6.5	Das Widerrufsformular .....	399

<b>10.7</b>	<b>Praktische Umsetzung: Versandgebühren und Lieferzeitangabe</b> .....	<b>399</b>
10.7.1	Versandgebühren .....	399
10.7.2	Lieferzeitangaben .....	400
<b>10.8</b>	<b>Praktische Umsetzung: Datenschutzerklärung</b> .....	<b>401</b>
10.8.1	Allgemeiner Teil .....	403
10.8.2	Social-Media-Teil .....	404
10.8.3	Tracking-Teil .....	406
10.8.4	Partnerprogramme .....	407
10.8.5	Datenschutz bei aktivierter Kommentarfunktion .....	409
10.8.6	Datenschutzteil Newsletter.....	409
10.8.7	Datenschutzteil Cookies.....	410
10.8.8	Abschluss der Datenschutzerklärung.....	411
10.8.9	Tipps für die Datenschutzerklärung .....	411
<b>10.9</b>	<b>Praktische Umsetzung: AGB</b> .....	<b>411</b>
10.9.1	Mit oder ohne – AGB .....	411
10.9.2	Platzierung und Zustimmung.....	412
10.9.3	Gültige und ungültige Klauseln.....	412
<b>10.10</b>	<b>Praktische Umsetzung: Preisauszeichnung</b> .....	<b>413</b>
10.10.1	Die Angaben am Preis .....	413
10.10.2	Platzierung und Beschriftung des Bestellbuttons.....	414
<b>10.11</b>	<b>Praktische Umsetzung: Urheber-, Marken- und Persönlichkeitsrecht</b> .....	<b>415</b>
10.11.1	Urheberrecht beachten .....	415
10.11.2	Markenrechte beachten .....	415
10.11.3	Persönlichkeitsrechte beachten .....	416
	<b>Checkliste Rechtssicherheit</b> .....	<b>416</b>
<b>11</b>	<b>Gewerbeanmeldung und Steuern</b> .....	<b>418</b>
<b>11.1</b>	<b>Gewerbe anmelden</b> .....	<b>421</b>
<b>11.2</b>	<b>Gründungszuschuss nutzen</b> .....	<b>422</b>
11.2.1	Voraussetzung und Antragstellung .....	422
11.2.2	Dauer und Höhe .....	423
<b>11.3</b>	<b>Freiwillige Weiterversicherung</b> .....	<b>424</b>
11.3.1	Als Selbstständiger in der Arbeitslosenversicherung.....	424
11.3.2	Voraussetzungen .....	424
11.3.3	Beiträge für die freiwillige Weiterversicherung .....	425
11.3.4	Den Aufnahmeantrag stellen .....	426
<b>11.4</b>	<b>Kleinunternehmerregelung</b> .....	<b>426</b>
11.4.1	Höchstgrenzen für die Kleinunternehmerregelung .....	427
11.4.2	Der Moment der Entscheidung .....	427
<b>11.5</b>	<b>Crashkurs Umsatzsteuer</b> .....	<b>427</b>
11.5.1	Die Umsatzsteuer-Voranmeldung .....	428
11.5.2	Die Steuersätze.....	430
<b>11.6</b>	<b>Tipps für Gründer</b> .....	<b>430</b>
11.6.1	Soll- oder Ist-Besteuerung .....	430
11.6.2	Das Geschäftskonto .....	431

11.6.3	Zwei Jahre Anlaufzeit.....	431
	<b>Checkliste Gründung und Gewerbeanmeldung .....</b>	<b>431</b>
<b>12</b>	<b>Marketing .....</b>	<b>432</b>
<b>12.1</b>	<b>Marketing-Basics.....</b>	<b>435</b>
12.1.1	Praktische Übungen .....	435
12.1.2	Corporate Design .....	436
12.1.3	Das AIDA-Prinzip in der Theorie .....	438
12.1.4	Das AIDA-Prinzip in der Praxis .....	439
12.1.5	Die richtigen Knöpfe.....	440
<b>12.2</b>	<b>Angebote und Aktionen .....</b>	<b>442</b>
12.2.1	Der Mindestbestellwert .....	442
12.2.2	Prozente und Rabatte.....	443
12.2.3	Rabatte bei Büchern.....	445
12.2.4	Rabatte bei Heilmitteln.....	445
12.2.5	Die Tiefpreisgarantie .....	446
12.2.6	Cross- und Up-Selling.....	446
<b>12.3</b>	<b>Plug-ins und Module nutzen .....</b>	<b>448</b>
12.3.1	Plug-ins für WooCommerce .....	449
12.3.2	Module für wpShopGermany .....	450
<b>12.4</b>	<b>Die Kraft der Bilder .....</b>	<b>451</b>
12.4.1	Bilder für Produktseiten .....	451
12.4.2	Bilder im Header und auf Serviceseiten .....	453
12.4.3	Bilder für das Firmenblog und Informationseiten.....	455
12.4.4	Bilder für Social-Media-Netzwerke.....	456
12.4.5	Gutes Bildmaterial erhalten.....	456
12.4.6	Bilder vom Hersteller.....	456
12.4.7	Stockfotos .....	457
12.4.8	Bilder vom Fotografen .....	459
12.4.9	Eigene Bilder.....	459
12.4.10	Kostenlose Bilder.....	461
<b>12.5</b>	<b>Händlerorganisationen .....</b>	<b>461</b>
12.5.1	Geprüfter Webshop .....	463
12.5.2	Der Händlerbund.....	464
12.5.3	Trusted Shops.....	467
12.5.4	Bundesverband Onlinehandel (BVOH).....	468
<b>12.6</b>	<b>Das Firmenblog.....</b>	<b>469</b>
12.6.1	Gründe für das Blog zum Shop .....	470
12.6.2	Platzierung des Firmenblogs .....	471
12.6.3	Ziele und Themen des Firmenblogs .....	472
12.6.4	Kategorien eines Firmenblogs .....	474
12.6.5	Beiträge streuen.....	474
12.6.6	Firmenblog-Knigge .....	476
12.6.7	Kommentare auf dem Firmenblog.....	477
12.6.8	Blogvernetzung mit Gastbeiträgen und Interviews .....	477
12.6.9	Die richtigen Ansprechpartner finden .....	478
<b>12.7</b>	<b>Newsletter-Marketing .....</b>	<b>478</b>



12.7.1	Newsletter-Plug-ins nutzen.....	479
12.7.2	Der externe Anbieter MailChimp .....	479
12.7.3	Rechtskonforme Verwendung.....	480
12.7.4	Opt-in und Opt-out.....	480
12.7.5	Newsletter-Knigge .....	481
<b>12.8</b>	<b>Offlinemarketing.....</b>	<b>484</b>
12.8.1	Events nutzen .....	485
12.8.2	Ladenwerbung .....	485
12.8.3	Werbung auf dem Versandpaket .....	485
12.8.4	Werbung im Versandpaket .....	486
12.8.5	Mit anderen Händlern real vernetzen .....	487
	<b>Checkliste Marketing .....</b>	<b>487</b>
<b>13</b>	<b>Information, Beratung und Service .....</b>	<b>488</b>
<b>13.1</b>	<b>Information.....</b>	<b>490</b>
13.1.1	Nummer gefällig? .....	490
13.1.2	Mehr, als das Gesetz vorsieht.....	491
13.1.3	Der FAQ-Bereich .....	492
13.1.4	Informationen zu den Produkten .....	493
13.1.5	Von der Wikipedia lernen .....	493
<b>13.2</b>	<b>Beratung.....</b>	<b>494</b>
13.2.1	Mit Beratung Sympathie gewinnen .....	495
13.2.2	Die fachliche Komponente .....	495
<b>13.3</b>	<b>Service .....</b>	<b>495</b>
13.3.1	Service für gewöhnliche Kunden.....	496
13.3.2	Service für unzufriedene Kunden.....	496
13.3.3	Service für Stammkunden .....	497
<b>13.4</b>	<b>Der Servicefooter .....</b>	<b>497</b>
13.4.1	Servicefooter mit Text-Widgets .....	498
13.4.2	Servicefooter mit Bildern und Texten .....	502
	<b>Checkliste Information, Beratung und Service .....</b>	<b>505</b>
<b>14</b>	<b>Social Media .....</b>	<b>506</b>
<b>14.1</b>	<b>Social-Media-Basics .....</b>	<b>509</b>
14.1.1	Das klassische Theater.....	509
14.1.2	Das Social-Media-Theater .....	509
14.1.3	Die Macht der Netzwerke.....	509
<b>14.2</b>	<b>Social-Media-Ziele.....</b>	<b>510</b>
14.2.1	Follower gewinnen .....	510
14.2.2	Usergeneriertes Content erzeugen.....	511
14.2.3	Von Social Media zum Shop.....	511
<b>14.3</b>	<b>Kanäle und Accounts .....</b>	<b>512</b>
14.3.1	Die wichtigsten Kanäle.....	512
14.3.2	Accounts anlegen.....	513
<b>14.4</b>	<b>Facebook .....</b>	<b>513</b>
14.4.1	Facebook-Seite anlegen .....	515
14.4.2	Die ersten 30 Fans .....	518

14.4.3	Veranstaltungen erstellen .....	518
<b>14.5</b>	<b>Twitter .....</b>	<b>519</b>
14.5.1	Twitter-Instrumente .....	520
14.5.2	Der Einstieg bei Twitter.....	521
14.5.3	Kundendialog auf Twitter.....	521
<b>14.6</b>	<b>Sonstige Netzwerke .....</b>	<b>522</b>
14.6.1	Pinterest .....	522
14.6.2	Google Plus.....	523
14.6.3	YouTube.....	523
14.6.4	SoundCloud.....	524
14.6.5	XING und LinkedIn .....	524
<b>14.7</b>	<b>Strategie und Planung .....</b>	<b>525</b>
14.7.1	Der Redaktionsplan.....	525
14.7.2	Die Followerkampagne.....	526
14.7.3	Die Produktkampagne.....	528
14.7.4	Social Media als Teamarbeit .....	528
14.7.5	Haftung für Social-Media-Inhalte.....	529
14.7.6	Social-Media-Agentur beauftragen .....	530
14.7.7	Haftung für nutzergenerierte Inhalte .....	531
<b>14.8</b>	<b>Der Social-Media-Knigge .....</b>	<b>532</b>
14.8.1	Geben und nehmen.....	532
14.8.2	Auf Äußerlichkeiten achten .....	532
14.8.3	Persönlich werden .....	532
14.8.4	Eine einfache Sprache verwenden .....	532
14.8.5	Nicht mit fremden Federn schmücken.....	533
	<b>Checkliste Social Media .....</b>	<b>533</b>
<b>15</b>	<b>Suchmaschinenoptimierung (SEO) .....</b>	<b>534</b>
<b>15.1</b>	<b>SEO-Basics .....</b>	<b>536</b>
15.1.1	Wie Suchmaschinen funktionieren .....	536
15.1.2	WordPress-Grundeinstellungen .....	537
15.1.3	Keywords optimieren .....	539
15.1.4	Suchmaschinen gerechte Texte.....	541
15.1.5	Bilder-SEO .....	542
<b>15.2</b>	<b>SEO für Produkte .....</b>	<b>544</b>
15.2.1	Titel und URL.....	544
15.2.2	Produktbeschreibungen optimieren .....	545
15.2.3	Internationale Artikelnummern nutzen .....	547
15.2.4	Das SEO-Plug-in Yoast.....	547
<b>15.3</b>	<b>Optimale Seitenstruktur .....</b>	<b>548</b>
15.3.1	Ebenen und Menüs .....	549
15.3.2	Interne Verlinkungen.....	550
<b>15.4</b>	<b>Aufbau von Backlinks .....</b>	<b>550</b>
15.4.1	Links von anderen Seiten .....	550
	<b>Checkliste Suchmaschinenoptimierung .....</b>	<b>551</b>

<b>16</b>	<b>Tracking und Auswertung</b> .....	<b>552</b>
<b>16.1</b>	<b>Statistiktools der Provider nutzen</b> .....	<b>555</b>
16.1.1	Tracking ohne Installation .....	555
16.1.2	Grenzen der Providertools .....	555
<b>16.2</b>	<b>WordPress-Statistiken</b> .....	<b>556</b>
16.2.1	Statistik-Plug-ins.....	556
16.2.2	Das Jetpack-Plug-in .....	556
<b>16.3</b>	<b>Piwik</b> .....	<b>557</b>
16.3.1	Piwik herunterladen .....	557
16.3.2	Piwik installieren.....	559
16.3.3	Tracking-Code einfügen.....	564
16.3.4	Opt-out-Link einfügen .....	568
16.3.5	Auswertungen mit Piwik.....	569
<b>16.4</b>	<b>Google Analytics</b> .....	<b>570</b>
16.4.1	Google Analytics einrichten.....	571
16.4.2	Tracking-Code erzeugen lassen und einfügen .....	572
16.4.3	Die Besucherströme analysieren .....	574
16.4.4	Datenschutzgerechter Einsatz .....	579
	<b>Checkliste Tracking und Auswertung</b> .....	<b>580</b>
<b>17</b>	<b>WordPress-Security</b> .....	<b>582</b>
<b>17.1</b>	<b>Vorbeugung</b> .....	<b>584</b>
17.1.1	Sichere Namen.....	585
17.1.2	Sichere Passwörter.....	585
17.1.3	Log-in-Versuche begrenzen .....	586
17.1.4	Tabellenpräfix ändern .....	587
17.1.5	Administrator Nummer 2 ersetzt Nummer 1 .....	587
17.1.6	Adminbereich via HT-Access schützen.....	589
17.1.7	Regelmäßige Updates .....	590
17.1.8	Information ist alles .....	591
17.1.9	Technik ist nicht alles.....	592
17.1.10	Ausführung von PHP im Uploadordner deaktivieren .....	593
17.1.11	Externe Überprüfung .....	593
17.1.12	Weniger ist mehr Sicherheit .....	594
17.1.13	Umfangreiche Security-Plug-ins.....	594
<b>17.2</b>	<b>Datensicherung</b> .....	<b>597</b>
17.2.1	Schnelle Sicherung .....	597
17.2.2	Gründliche Sicherung.....	598
17.2.3	Automatische Sicherungen .....	599
<b>17.3</b>	<b>Spiegelung auf XAMPP</b> .....	<b>602</b>
17.3.1	XAMPP herunterladen .....	603
17.3.2	XAMPP installieren .....	605
17.3.3	WordPress lokal installieren .....	609
17.3.4	WordPress lokal spiegeln .....	611
<b>17.4</b>	<b>Keine Panik bei Kompromittierung</b> .....	<b>616</b>
17.4.1	Was ist eine Kompromittierung? .....	616
17.4.2	Wie wird eine Kompromittierung festgestellt? .....	616

17.4.3	Warum Sie die Ruhe bewahren sollten.....	616
17.4.4	Was jetzt zu tun ist.....	616
	Checkliste Security .....	618
18	Fehlermeldungen .....	620
18.1	Error Establishing a Database Connection.....	622
18.2	Weißer Bildschirm zeigt Fatal Error .....	623
18.3	Weiße Seiten nach Umstellung der Permalinks .....	624
18.4	Nach Update kein Zugriff auf das Backend .....	626
18.5	Datei nicht beschreibbar.....	626
18.6	Verzeichnis nicht beschreibbar.....	627
18.7	Das System der Dateirechte .....	627
	Checkliste Fehlermeldungen .....	630
A	Anhang: Nützliche Ressourcen .....	632
A.1	WordPress allgemein .....	632
A.2	WordPress-Shops .....	632
A.3	Händlerorganisationen .....	632
A.4	Existenzgründung und Steuern .....	632
A.5	Recht allgemein .....	633
A.6	Recht für bestimmte Waren und Dienstleistungen.....	633
A.7	Zahlung und Mahnung.....	633
A.8	Sicherheit.....	634
A.9	Tools .....	634
	Stichwortverzeichnis.....	635



# **1 Von der Idee zur Domain**

<b>1.1</b>	<b>Willkommen bei WordPress .....</b>	<b>25</b>
1.1.1	Tante Emmas Rache .....	25
1.1.2	Am Puls der Zeit .....	26
1.1.3	Onlineshops und stationärer Handel im Tandem .....	27
1.1.4	WordPress ist Trumpf .....	27
<b>1.2</b>	<b>Alles ist käuflich .....</b>	<b>28</b>
1.2.1	Physische Produkte.....	28
1.2.2	Downloadprodukte und Dienstleistungen.....	28
<b>1.3</b>	<b>Der Onlineshop im Überblick .....</b>	<b>29</b>
1.3.1	Kauf, Zahlung und Warenübergabe.....	29
1.3.2	Andere Länder, andere Sitten .....	30
1.3.3	Andere Länder, andere Währungen .....	31
<b>1.4</b>	<b>Ladenmiete für den WordPress-Shop .....</b>	<b>32</b>
1.4.1	Die Grundausstattung .....	32
1.4.2	Die Extras.....	33
1.4.3	Mit oder ohne Anwalt?.....	33
<b>1.5</b>	<b>Die beste Adresse .....</b>	<b>35</b>
1.5.1	Mehr als Schall und Rauch .....	36
1.5.2	In der Kürze liegt die Würze .....	36
1.5.3	Umlaute vermeiden.....	37
1.5.4	Invasion der Domainendungen.....	37
1.5.5	Juristische Aspekte .....	38
1.5.6	Trittbrettfahrer abwehren .....	40
<b>1.6</b>	<b>Domain und DPMA .....</b>	<b>41</b>
1.6.1	Deutsches Patent- und Markenamt.....	42
1.6.2	Markenschutz für den Shopnamen .....	42
1.6.3	Markenrecherche .....	43
1.6.4	Die Nizza-Klassen .....	45
1.6.5	Marke beim DPMA anmelden .....	49
1.6.6	Markenkollisionen .....	50
	<b>Checkliste Domain und Marken .....</b>	<b>50</b>

Schon jede vierte Website läuft heute mit WordPress – und jeder dritte Onlineshop. WordPress bietet die einfachste und schnellste Möglichkeit, Ihre Shopidee zu realisieren. Alles, was Sie dafür tun müssen, ist in diesem Buch Schritt für Schritt beschrieben. Programmierkenntnisse sind nicht nötig.

### Die Fakten

Für den Betrieb eines Shops auf WordPress-Basis bezahlen Sie in der Grundausstattung nur die Gebühren für Ihren Webspace und ein SSL-Zertifikat. Beides zusammen ist bei den gängigen Providern für 5 bis 10 Euro im Monat erhältlich. Und auch nach der Ergänzung mit kostenpflichtigen Bauteilen braucht WordPress keinen Vergleich zu scheuen – weder mit anderen Onlineshopsystemen noch dem stationären Handel.

Sie kommen pro Jahr mit maximal 300 Euro Gesamtkosten locker über die Runden – einem Bruchteil der monatlichen Ladenmiete in einer beliebigen deutschen Stadt. Trotz der niedrigen Kosten sind die Möglichkeiten zur Gestaltung und Vernetzung gigantisch. Schöpfen Sie aus dem Vollen. WordPress hat vieles an Bord, was Sie bei anderen Onlineshopsystemen erst mühsam anbauen müssen:

- Shop-Plug-ins
- Shop-Themes
- alle Möglichkeiten zur Suchmaschinenoptimierung
- Verknüpfungen zu Social-Media-Netzwerken
- ein Firmenblog
- ein Kunden-Bewertungssystem

### Die Grundbegriffe

Jedes der 18 Kapitel dieses Buchs beginnt mit einem kleinen Glossar und endet mit einer Checkliste. Los geht es mit den Grundbegriffen zu WordPress:

- **Domain** – Ihre Shopadresse, zum Beispiel *www.mustershop-online.de*.
- **DPMA** – Deutsches Patent- und Markenamt. Hier werden Markennamen gesichert.
- **Provider** – Ein Anbieter von Webspace. Hier wird Ihre Website »gelagert«.
- **Server** – Auf dem Server Ihres Providers installieren Sie WordPress samt Onlineshop.
- **Stationärer Handel** – Die traditionellen Ladengeschäfte in den Städten oder auf der grünen Wiese.
- **URL** – Die genaue Internetadresse einer einzelnen Webseite, zum Beispiel *www.mustershop-online.de/zahlungsarten*.
- **WooCommerce** – Das beliebteste Shopsystem auf der Basis von WordPress.

Bevor es mit der Providerwahl und der Installation von WordPress und WooCommerce losgeht, sei noch eine kritische Betrachtung über die Rolle der Onlineshops erlaubt. Nehmen sie dem kleinen Ladenbesitzer etwas weg? Ist der Betrieb eines Onlineshops gar moralisch verwerflich? Lesen Sie dazu den Folgenden Abschnitt.



### Seite oder Site?

Weil sich die Begriffe in der Welt des Internets oft überschneiden, sei für WordPress und für dieses Buch in Stein gemeißelt: Eine *Site* bezeichnet immer die gesamte Internetpräsenz. Denken Sie dabei an eine Landschaft mit Bäumen und Kühen. Eine *Seite* steht dagegen für etwas Einzelnes, also den Baum oder die Kuh. Als Beispiel für dieses Buch dient die Website *www.mustershop-online.de*.

## 1.1 Willkommen bei WordPress

**Vorübung:** Gehen Sie auf YouTube und lauschen Sie dem Lied »Tante Emma« von Udo Jürgens. Für die jüngere Generation: Diesen Oldie kann man auf Feten zu fortgeschrittener Stunde gut hören und mitsingen. Und das hat uns der gute Udo damit sagen wollen:

Vor 50 Jahren war die Welt des Handels noch auf viele Schultern verteilt. In den »Tante-Emma-Läden« herrschten die Ladeninhaber über ihr eigenes Reich. Sie waren mitunter etwas knorrig, so wie das in Familienbetrieben eben der Fall ist, aber in den wesentlichen Entscheidungen frei und unabhängig:

- **Ladengestaltung** – Ob Regale, Kassentheke oder Farbe der Tapete, der unabhängige Ladenbesitzer hatte freie Hand bei der Einrichtung.
- **Preisgestaltung** – Bei der Preisgestaltung musste Tante Emma niemanden um Erlaubnis fragen.
- **Sortimentauswahl** – Verkauft wurde, was gefiel – dem Ladenbesitzer und der Kundschaft.

Und der Umgang mit der Kundschaft? Anschreiben lassen war kein Problem. Ein kleiner Tratsch an der Kasse? Immer gern. Tante Emma bot nicht nur individuellen Service, sie hatte Kuschelqualitäten. Und ein Herz für Kinder. Die durften sich ein Bonbon aus dem Glas holen und in den Mund stecken.

Solche kleinen und sympathischen Läden gab es früher an jeder Ecke. Dann kamen die Discounter und verdrängten die unabhängigen Besitzer samt ihrer helfenden Familienangehörigen. Tochter und Sohn mussten sich bei Aldi und Konsorten unter Vormundschaft stellen lassen. Sie wurden zu Lakaien zwischen Regal und Kasse.

Und der Patriarch, der den Laden einst vom Vater übernommen hatte, der den Laden ebenfalls vom Vater übernommen hatte? Er wurde entweder in den Ruhestand geschickt oder zum Filialleiter bei irgendeiner Kette. Dann aber weisungsgebunden und mit sehr eingeschränktem Handlungsspielraum. Er litt wie ein Hund, ein Kettenhund.

### 1.1.1 Tante Emmas Rache

Willkommen im Jetzt und Hier. Mit dem Aufstieg des Onlinehandels wendet sich das Blatt wieder. Tante Emma ist zurück und stark wie zu Zeiten des Wirtschaftswunders.

Sie mietet günstigen Raum an, tapeziert ihn und installiert eine Verkaufstheke. Dieser Raum heißt *WordPress*, die Tapete *Theme* und die Verkaufstheke *WooCommerce*.

Tante Emma holt sich ein Stück von der Welt zurück, auch gern ein großes. Ausgebaut ist ein Onlineshop nämlich ganz fix. Mit WordPress lassen sich 10, 100 oder auch 1.000 Waren am Tag verkaufen.

Kleine und mittlere Onlinehändler tragen dazu bei, den von großen Ketten dominierten Handel wieder zu demokratisieren. Und ihre Chancen stehen gut, denn sie spüren den Puls der Zeit.

### 1.1.2 Am Puls der Zeit

Die Älteren erinnern sich noch an das meistgelesene Buch des 20. Jahrhunderts, gehörte es doch zum Haushalt wie Herd und Bett. Stets griffbereit lag es auf jedem deutschen Wohnzimmertisch, während Schiller und Goethe im Regal Staub ansetzten. Vater, Mutter, Kinder und Großeltern – alle erwarteten freudig jede neue Auflage, die stets mehrere Hundert Seiten umfasste. Richtig, die Rede ist vom Quelle-Katalog.

#### Die Website ersetzt den Katalog

Der letzte Quelle-Katalog, er hat heute Sammlerwert, erschien im Jahr 2009. Stetig wandelt sich die Welt der Wirtschaft. Wer sich nicht anpasst, muss den Platz räumen. Mit dem Siegeszug der Onlineshops wurden die Kataloge unattraktiv. An ihre Stelle getreten sind PCs, Laptops, Tablets und Smartphones. Davor sitzen nun die Familienmitglieder, stöbern in den Shops und kaufen ein. Für Sie als Händler bietet der digitale Wandel nur Vorteile. Die Erstellung und Versendung eines gedruckten Katalogs war mit einem gewaltigen logistischen Aufwand und mit hohen finanziellen Risiken verbunden. Als Onlinehändler müssen Sie weder Kataloge versenden noch Ladenhüter horten. Alle Waren können flexibel angeboten und schnell wieder aus dem Sortiment genommen werden.

#### Einkaufen ohne Ladenschluss

In den USA gibt es sie in jeder Kleinstadt: stationäre Shops, die rund um die Uhr geöffnet sind. In Deutschland sorgt das Ladenschlussgesetz dafür, dass in der Nacht und an Sonntagen nur an ausgesuchten Orten wie Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen verkauft werden darf. Angeblich dienen diese Sonderregelungen der Versorgung von Reisenden, aber mal ehrlich: Hier kauft längst die Nachbarschaft ein. Weil sich der Kunde die Uhrzeit seines Einkaufs nicht vorschreiben lassen will, geht er dahin, wo offen ist. Als Onlinehändler dürfen Sie sich darüber freuen, denn Ihr Geschäft kennt keine Schließzeiten. Indirekt trägt das Ladenschlussgesetz dazu bei, dass der Onlinehandel in Deutschland einen höheren Anteil am Einzelhandel genießt als in den USA. Man muss die Regulierungswut auch mal loben.

### 1.1.3 Onlineshops und stationärer Handel im Tandem

Falls Sie bereits im stationären Handel tätig sind: Eine einfache Webpräsenz genügt heute nicht mehr. Früher oder später werden Sie sie mit einem Onlineshop erweitern müssen. Es spricht nichts dagegen, beide Kanäle parallel zu nutzen und Ihren Kunden die Auswahlmöglichkeit zu bieten. Die Vorteile im Vergleich:

#### Stationärer Handel:

- Waren zum Abschauen und Anfassen.
- Persönlicher Kontakt.
- Im Laden Bekannte treffen.
- Ware kann sofort mitgenommen werden.

#### Onlinehandel:

- An 7 Tagen 24 Stunden geöffnet.
- Kunde braucht das Haus nicht zu verlassen.
- Keine verstopften Städte.
- Günstiger Preis.
- Stöbern, ohne sich beobachtet zu fühlen.
- Verkauf von Downloadprodukten und Dienstleistungen.

#### Das Beste aus beiden Welten

Falls Sie sich für eine Tandemlösung entscheiden: Nutzen Sie das Beste aus beiden Welten. Der Mensch geht heute nicht mehr ohne Smartphone aus dem Haus. Am Abend und am Sonntag bummelt er auch zu Ihrem Schaufenster. Mit QR-Codes neben der Ware lotsen Sie ihn auf Ihren Onlineshop, wo er den Kauf gleich abschließt. Als Versandart bieten Sie auch die Selbstabholung im Laden an. Am nächsten Tag holt der Kunde die Bestellung bei Ihnen vor Ort ab.

### 1.1.4 WordPress ist Trumpf

Mehrere technische Möglichkeiten stehen zur Verfügung, um einen Onlineshop zu realisieren. Statt auf WordPress können Sie auch auf vorgefertigte Lösungen diverser Anbieter zurückgreifen. Zugegeben, bei einigen Baukastensystemen müssen Sie sich auf technischer Seite zu Beginn etwas weniger einarbeiten. Bei näherer Betrachtung hat WordPress aber die Nase klar vorne. Ein kleiner Vergleich:

	<i>Baukastensystem</i>	<i>WordPress</i>
Einarbeitungszeit	einige Tage	einige Wochen
Domain	oft nur Subdomain	eigene Domain
Schnittstellen	eingeschränkt	API-Schnittstelle

	<i>Baukastensystem</i>	<i>WordPress</i>
Design	eingeschränkt	Themes können bearbeitet werden
Erweiterungen	abhängig vom Anbieter	Auswahl aus 50.000 Plug-ins
Rechtskonformität	abhängig vom Anbieter	Rechtstexte können selbst eingefügt werden
Shopausbau	limitiert	nahezu unbegrenzt

Mit einem WordPress-Shop halten Sie sich alle Möglichkeiten offen. Sie zahlen keine Extragebühren, zum Beispiel für den Anbau eines Firmenblogs oder die Suchmaschinenoptimierung. Die Preise für Premium-Themes und Plug-ins sind sowohl bei der Anschaffung wie auch während des in der Regel halbjährigen oder einjährigen Supportzeitraums sehr moderat. Kein Vergleich zu Mietshops. Dort werden Sie monatlich mit einem spürbaren Betrag zur Kasse gebeten.

#### Und auf diversen Handelsplattformen?

Bei Amazon und eBay müssen Sie ständig Zeit und Geld dafür verplempern, überhaupt in den für die Kundschaft sichtbaren Bereich zu gelangen. Mit einer eigenen WordPress-Installation halten Sie dagegen die Fäden in der Hand.

## 1.2 Alles ist käuflich

Im Gegensatz zum stationären Handel verkauft ein Onlineshop nicht nur Waren zum Anfassen. Ganz grob lassen sich physische und nicht physische Produkte unterscheiden. Zu Letzteren gehören Downloadprodukte und Dienstleistungen.

### 1.2.1 Physische Produkte

**Physische Produkte** sind Kleidung, Elektronik, Bierkrüge, Bücher, CDs und alles andere, was auch der stationäre Handel anbietet. Die Waren lagern bei Ihnen im Regal. Nach einer Bestellung müssen Sie die Ware verpacken, adressieren, frankieren und zur Post oder einem anderen Versender bringen.

### 1.2.2 Downloadprodukte und Dienstleistungen

Zu den **Downloadprodukten** gehören E-Books, MP3s, Bilder, Videos und Software. Diese digitalen Produkte können Sie auf dem Server Ihres Webpace-Providers lagern. In den Shop-Plug-ins für WordPress ist die Möglichkeit zur Auslieferung via Download schon integriert. In WooCommerce aktivieren Sie beim Anlegen eines neuen Produkts einfach die Checkboxen für *Virtuell* und *Herunterladbar*. Anschließend laden Sie Ihr digitales Produkt hoch und bestimmen, wie oft und in welchem Zeitraum der Kunde das Produkt herunterladen darf. Nach dem Bezahlen erhält der Käufer eine Mail mit einer Download-URL. Fertig.

Es gibt aber auch Dinge, die ohne Download angeboten werden können, zum Beispiel **Dienstleistungen**. In diesem Fall versendet der WordPress-Shop lediglich eine Bestätigung, zum Beispiel über die Buchung eines Hotelzimmers oder einer Klavierstunde.

## 1.3 Der Onlineshop im Überblick

Die wesentlichen Elemente eines stationären Ladens finden sich auch im Onlineshop, jedoch mit etwas anderen Bezeichnungen:

- Das Schaufenster wird zur **Startseite** des Shops.
- Das komplette Warensortiment ist auf vielen einzelnen **Produktseiten** zu sehen.
- Der Einkaufswagen nennt sich **Warenkorb**.
- Die Kasse wird zur **Kassenseite**, in WooCommerce auch Checkout-Page genannt.

Mit dem Abschluss einer Bestellung führen Kunde und Händler ein Rechtsgeschäft durch, sie schließen einen Kaufvertrag nach dem Bürgerlichen Gesetzbuch, dem BGB, ab. In Kurzform:

1. Einigung über Produkt und Preis.
2. Zahlung des Kaufpreises und Übergabe der Ware oder Erfüllung der Dienstleistung.

### 1.3.1 Kauf, Zahlung und Warenübergabe

Das Grundprinzip ist also überall gleich. Unterschiede bestehen aber bei diesen Details:

- Formale Erklärung des Kaufvertrags.
- Möglichkeiten des Rücktritts vom Kauf.
- Bandbreite an Zahlungssystemen.
- Warenübergabe.

#### Formalität des Kaufvertrags

Im stationären Handel werden fast alle Verträge stillschweigend abgeschlossen. Denken Sie beispielsweise an den Einkauf im Supermarkt. Der Kunde legt die Ware nur aufs Band. Er muss kein spezielles Sprüchlein dazu aufsagen oder der Kassiererin die Hand schütteln. Im Onlinehandel gelten andere Formalitäten. Ein Kaufvertrag kommt nach dem Klick auf den Kaufbutton zustande. Der Gesetzgeber hat dazu genaue Regeln festgeschrieben, um zu verhindern, dass Käufe aus Versehen getätigt werden.

#### Rücktritt vom Kauf

Der Kunde kann heute in den meisten Geschäften des stationären Handels auch Waren ohne Mängel relativ problemlos zurückgeben, allerdings muss er dabei auf Kulanz hoffen. Juristisch gesehen gilt: Vertrag ist Vertrag und ein Rücktritt nach Lust und Laune gesetzlich nicht vorgesehen. Im Onlinehandel gelten andere Spielregeln. Mit dem Erhalt der Ware beginnt für den Kunden eine gesetzlich verbrieftete Widerrufsfrist von 14

Tagen. In dieser darf er ohne Begründung vom Vertrag zurücktreten. Es genügt, wenn er den Widerruf erklärt und die Ware zurückschickt.

### **Bandbreite an Zahlungssystemen**

Im stationären Handel wird mit Bargeld oder Kreditkarte bezahlt und in absehbarer Zeit auch mit dem Smartphone. Im Onlinehandel ist die Bandbreite an Zahlungsmitteln größer. Durchgesetzt haben sich vor allem diese vier Zahlungssysteme:

- PayPal
- Lastschrift
- Kauf auf Rechnung
- Kreditkarte

Beachtlich sind die regionalen Unterschiede. In den USA war die Lastschrift noch nie sehr populär. In Europa hat sie dagegen einen festen Platz und ist dank des einheitlichen SEPA-Systems (*Single Euro Payments Area*) auch im grenzüberschreitenden Handel verfügbar. 34 Staaten mit über 500 Millionen Einwohnern gehören zum SEPA-Zahlungsraum.

### **Die Warenübergabe**

Auch hier ist die Bandbreite im Vergleich zum stationären Handel größer. Drei Möglichkeiten stehen zur Verfügung:

1. Versendung
2. Download
3. Abholung im Laden

## **1.3.2 Andere Länder, andere Sitten**

In anderen Ländern pflegen die Verbraucher auch eine andere Kultur des Einkaufens. Vielleicht kommen Ihnen einige Traditionen aus dem Urlaub bekannt vor:

- Im traditionellen Basar geht dem Vertragsabschluss ein langes Feilschen voran.
- In Südeuropa pflegt man im Leben und auch beim Einkaufen eine gewisse Lässigkeit. Viele Vorschriften werden dort nicht so ganz genau eingehalten.
- In den USA spielen Preisaktionen eine große Rolle. Besondere Rabatte erwarten die Verbraucher zum Beispiel im November. Höhepunkte sind der Black Friday und der für den Onlinehandel ins Leben gerufenen Cyber Monday. Diese Termine bilden den Auftakt der heißen Phase des Weihnachtsgeschäfts. Weitere Anlässe zu Rabatten sind der Valentinstag oder der amerikanische Nationalfeiertag am 4. Juli. Oder irgendein anderer Tag. Die amerikanischen Händler sind sehr kreativ darin, Preisnachlässe mit besonderen Tagen zu begründen.

Und wir? Wir haben die deutsche Gründlichkeit: im Fußball, im Maschinenbau und beim Erlass von Vorschriften. Ob ganze Wälder gerodet werden müssen, um all die

dicken Gesetzbücher zu drucken? Man hat es noch nicht erforscht. Sicher ist jedoch, dass die Argusaugen der Behörden und Verbraucherschutzverbände über die sorgfältige Einhaltung der Vorschriften und Gesetze wachen.

Damit müssen Sie sich herumschlagen, um Ärger mit den Ämtern und der Konkurrenz zu entgehen:

- Impressum
- AGB (Allgemeine Geschäftsbedingungen)
- Datenschutz und Datenschutzerklärung
- Widerrufsbelehrung und Widerrufsformular
- Versandkostengestaltung und Platzierung
- Verpackungsverordnung
- Produktbeschreibung
- Beschriftung und Darstellung des Kaufbuttons
- Produktbilder, Urheberrecht und Markenrecht
- Double-Opt-in-Verfahren für das Newsletter-Abonnement und die Anlage von Kundenkonten

Es ist also eine Menge an Hausaufgaben zu erledigen. Hierzu zwei gute Nachrichten und eine schlechte:

1. Die gute Nachricht: Als Shopbetreiber müssen Sie nichts davon auswendig lernen und auf Befehl aufsagen.

Noch eine gute Nachricht: Mit dem Einsatz zusätzlicher Plug-ins hält sich der Aufwand für die »Eindeutschung« von WooCommerce in Grenzen. Alternativ steht Ihnen das deutsche Shopsystem wpShopGermany zur Verfügung.

2. Die schlechte Nachricht: WooCommerce ist in der Basisversion auf den amerikanischen Markt ausgelegt. Für den Betrieb eines Onlineshops gelten dort nicht so eng gefasste rechtliche Standards wie in Deutschland.

### 1.3.3 Andere Länder, andere Währungen

Im Euro-Raum sind derzeit immerhin 19 Staaten vertreten, aber es fehlt schon ein deutschsprachiges Land, nämlich die Schweiz. Nun ist der Vorteil eines Onlineshops ja das fast unbegrenzte Einzugsgebiet. Da wäre es schade, wenn das Währungsproblem Verkäufe verhinderte. Unkompliziert lässt sich das Problem der Konvertierung von Fremdwährung mit PayPal, der Zahlung per Kreditkarte oder innerhalb der SEPA-Zone mit Lastschrift und Überweisung lösen.

**Beispiel:** Sie verkaufen ein Produkt an einen Kunden aus der Schweiz. Die Umrechnung von Schweizer Franken in Euro übernimmt PayPal oder ein anderer Zahlungsdienstleister für Sie. Der Kunde zahlt in der Währung seines Landes, Sie erhalten den Betrag in Euro. Sie können Ihren Shop aber auch grundsätzlich mit einer anderen Währung betreiben.

### Ein Shop – eine Währung

WooCommerce ist nicht auf den Dollar oder den Euro beschränkt. Die jeweilige Währung lässt sich in WooCommerce problemlos einstellen. Eine Mischung unterschiedlicher Währungen in einem einzigen Shop ist allerdings nicht vorgesehen.

### Klonen kann sich lohnen

Als Lösung bietet sich die Einrichtung separater Shops für unterschiedliche Landeswährungen an. Mit etwas Einarbeitung ist das gar nicht so schwer. Eine WordPress-Installation lässt sich nämlich eins zu eins kopieren und auf eine neue Domain übertragen. Führen Sie dazu diese Schritte durch:

1. Installation des Onlineshops auf Euro-Basis.
2. Spiegelung des Shops auf ein lokales System, z. B. einen XAMPP-Server. Eine Einführung in XAMPP finden Sie in diesem Buch in Kapitel 17.3.
3. Aufspielen der Spiegelung auf einen neuen Server und unter einer neuen Domain.

#### **Achtung! Lizenzbedingungen**

Falls Sie zahlungspflichtige Themes und Plug-ins verwenden, müssen Sie die Lizenzbedingungen genau studieren. Nicht in jedem Fall erlaubt der Hersteller den Betrieb in mehreren Shops.

## 1.4 Ladenmiete für den WordPress-Shop

Einen ordentlichen Batzen Geld bezahlen Sie für die Ladenmiete im stationären Handel. Dazu kommen die Nebenkosten: Strom, Heizung, Wasser, Müllentsorgung. Außerdem müssen Sie sich bei einer Neuanmietung von Geschäftsräumen für einige Jahre binden, üblich sind zwei oder fünf Jahre. Und wenn der Laden brummt, bleibt trotzdem ein unsicheres Gefühl. Auf einen Mieterschutz können Sie bei Gewerbeimmobilien nämlich nicht pochen. Setzt Sie der Vermieter nach fünf Jahren vor die Tür, haben Sie einfach Pech gehabt. Wie viel günstiger und finanziell weniger riskant ist da doch die Eröffnung eines Onlineshops.

### 1.4.1 Die Grundausrattung

Was kommt bei einem Onlineshop auf der Basis von WordPress an Ladenmiete zusammen? Weniger, als Sie denken. Absolut unvermeidbar sind nur diese beiden Posten:

- Providergebuhren – ab ca. 5 Euro monatlich.
- Gebühren für das SSL-Zertifikat – ab ca. 3 Euro monatlich.



### SSL-Zertifikat

Das SSL-Zertifikat dient der Verschlüsselung sensibler Kundendaten. Sie benötigen es, um Zahlungen über PayPal, Kreditkarten und SEPA-Lastschrift sicher abwickeln zu können. Alles Weitere hierzu finden Sie in Kapitel 9 dieses Buchs.

## 1.4.2 Die Extras

Weitere Posten fallen an, wenn Sie kostenpflichtige Themes und Plug-ins oder juristische Dienstleistungen benötigen. Geld ausgeben können Sie auch noch für Werbung, zum Beispiel bei Google AdSense. Das muss aber nicht sein, wenn der Shop suchmaschinengerecht aufgesetzt wurde. Von diesen Extras wählen Sie aus, was Sie benötigen:

- Kostenpflichtige WordPress-Shop-Themes: ca. 60 bis 120 Euro jährlich.
- Kostenpflichtige WordPress-Plug-ins: ca. 60 bis 120 Euro jährlich.
- Mitgliedschaft in Händlerorganisationen: ca. 10 bis 70 Euro monatlich.
- Anwaltskosten und Betriebshaftpflicht: sehr unterschiedlich.
- Kosten für Google AdSense, Facebook und andere Werbemaßnahmen: Höhe beliebig.
- Kosten für die Sicherung Ihres Markennamens beim DPMA: 280 Euro insgesamt für die ersten zehn Jahre.

### Übertreibungen und Überschneidungen vermeiden

Vermeiden Sie dabei Übertreibungen und Überschneidungen. Rechtsschutz und rechtliche Dienstleistungen erhalten Sie sowohl von Händlerorganisationen als auch direkt von einem Anwalt. Beides zusammen brauchen Sie in der Regel nicht. Sie tragen ja auch nicht Gürtel und Hosenträger gleichzeitig.

## 1.4.3 Mit oder ohne Anwalt?

»Brauche ich nicht doch einen Anwalt?« Diese Frage sollten Sie unter der Berücksichtigung zweier Aspekte beantworten:

1. Welches Sortiment verkaufe ich in meinem Shop?
2. Welcher Persönlichkeitstyp bin ich?

### Das Shopsortiment

Handeln Sie mit Büchern? Dann gilt für Sie das überschaubare Buchpreisbindungsgesetz. Der Kern in einem einzigen Satz: Sie dürfen ein Buch nur zum einheitlichen vom Verlag festgelegten Preis verkaufen.

Oder handeln Sie mit Textilien? Dann müssen Sie sich durch eine komplexere Materie wühlen. Es lauern das Textilkennzeichnungsgesetz und die europäische Textilkennzeich-

nungsverordnung. Mit einem einzigen Satz lässt sich da nichts zusammenfassen. Textprobe der EU-Verordnung gefällig? Bitte schön, ein Zitat:

»Wenn bei Büstenhaltern und Korseletts die einzelnen Teile bezeichnet werden, muss das äußere und innere Gewebe der Oberfläche der Schalen nun angegeben werden.«

Tja, der Umgang mit gewissen Waren erfordert Fingerspitzengefühl und Liebe zum Detail. Aber nicht nur Dessous und Oberbekleidung fallen unter die Kontrollpflicht der Aufsichtsbehörden für den Textilhandel. Die genannten Gesetze betreffen beispielsweise auch mit Stoffen bezogene Möbel und Segeltücher.

#### **Hilfe von Fachverbänden**

Kleiner Tipp: Hilfe finden Sie immer bei Fachverbänden, im Beispiel wäre das der Gesamtverband Textil und Mode. Den Leitfaden zur Textilkennzeichnungsverordnung können Sie auch im Internet unter der Adresse [www.textil-mode.de/service/a-z/glossar/textilkennzeichnungsverordnung](http://www.textil-mode.de/service/a-z/glossar/textilkennzeichnungsverordnung) abrufen.

Noch brisanter wird es, wenn diese Produkte zu Ihrem Sortiment gehören:

- alkoholische Getränke
- Arzneimittel
- Batterien und Akkus
- Elektrogeräte
- Fahrzeuge und Fahrzeugteile
- Lebensmittel
- medizinische Produkte und Dienstleistungen
- nicht jugendfreie Waren
- Versicherungs- und Finanzprodukte
- Waffen

**Fazit:** Beim Handel mit bestimmten Warengruppen ist eine Vielzahl von Gesetzen und Verordnungen zu beachten. Es lauern juristische Fallstricke und Grauzonen. Ärger kann sich ersparen, wer zumindest für die Erstellung der AGB auf anwaltliche Beratung zurückgreift.

#### **Berufliche Haftpflichtversicherung**

Eine weitere Minimierung finanzieller Risiken lässt sich mit dem Abschluss einer passenden Betriebshaftpflichtversicherung erzielen. Schauen Sie aber genau hin, denn der Teufel liegt wie immer im Detail. Was im Schadensfall viel helfen soll, nagt am monatlichen Budget. Auch hier spielt es natürlich eine große Rolle, mit welchen Produkten Sie handeln. Ein Versandfehler kann immer passieren. Es macht aber einen großen Unterschied, ob es sich dabei um einen Sonnenschirm oder um ein Arzneimittel handelt.

## **2 WordPress installieren**

<b>2.1</b>	<b>Wichtige Systemvoraussetzungen .....</b>	<b>54</b>
2.1.1	PHP.....	55
2.1.2	MySQL .....	55
2.1.3	Mod Rewrite.....	56
2.1.4	PHP Memory Limit .....	56
2.1.5	SSL .....	57
<b>2.2</b>	<b>Provider für Onlineshops .....</b>	<b>57</b>
2.2.1	Die inneren Werte .....	58
2.2.2	Support auf allen Ebenen.....	58
2.2.3	Checkliste Provider .....	59
2.2.4	Webspace anmieten .....	60
<b>2.3</b>	<b>Download und Datenbank.....</b>	<b>61</b>
2.3.1	Deutsche Bezugsquelle.....	61
2.3.2	MySQL-Datenbank anlegen .....	64
<b>2.4</b>	<b>Die Konfigurationsdatei .....</b>	<b>65</b>
2.4.1	Zugangsdaten eintragen .....	65
2.4.2	Tabellenpräfix ändern .....	67
2.4.3	Konfigurationsdatei speichern.....	67
<b>2.5</b>	<b>Upload via FTP .....</b>	<b>67</b>
2.5.1	Crashkurs FTP-Programm.....	68
2.5.2	FileZilla oder FireFTP? .....	68
2.5.3	Mit dem Server verbinden .....	69
2.5.4	WordPress hochladen .....	70
<b>2.6</b>	<b>Die Installation .....</b>	<b>71</b>
2.6.1	Installation starten.....	71
2.6.2	Installation abschließen.....	72
2.6.3	Bei WordPress anmelden .....	72
	<b>Checkliste Installation .....</b>	<b>73</b>

Die Domain ist frei? Keine Umlaute im Domainnamen und markenrechtlich alles im grünen Bereich? Dann geht es weiter mit der Bestellung von Webspaces und der WordPress-Installation. Mit dem Wissen um folgende Begriffe verstehen Sie das Kauderwelsch auf den Seiten der Provider und meistern die Tücken der Installation:

- **Datenbank** – Die Inhalte einer WordPress-Site werden in einer MySQL-Datenbank unabhängig vom Design separat gespeichert. Der Vorteil: Die Optik einer WordPress-Site lässt sich ohne Gefährdung der Inhalte ändern.
- **FTP** – Mit einem FTP-Programm (*File Transfer Program*) laden Sie WordPress von Ihrem lokalen PC auf den Server des Providers hoch.
- **Konfigurationsdatei** – Mit dieser speziellen Datei wird WordPress mit der Datenbank verbunden.
- **Kundencenter** – Das Backend des Providers. Hier verwalten Sie Ihre Domains und legen die Datenbank für WordPress an.
- **PHP** – Eine Skriptsprache, die dynamische Seiten generiert. Nicht nur der Shop ist auf PHP angewiesen, sondern auch WordPress selbst.
- **Systemvoraussetzungen** – Das Minimum, damit WordPress überhaupt auf einem Server installiert werden kann. Aber wirklich nur das Minimum.

### **Shoptaugliches WordPress**

Die Installation von WordPress ist nicht besonders schwierig. Vielleicht haben Sie auch schon einige Gehversuche mit WordPress als Blog oder CMS (*Content Management System*) unternommen? Für eines soliden und shoptauglichen WordPress gilt es allerdings, zwei Besonderheiten zu beachten:

1. **Serverumgebung und Providerwahl** – Die Anforderungen an ein Shopsystem sind höher als gewohnt. Machen Sie WordPress eine Freude und zeigen Sie sich bei der Wahl von Webspaces generös.
2. **Sicherheit vor Hackerangriffen** – Die Welt ist voller Schurken. Am besten ist es, schon bei der Installation sicherheitsrelevante Einstellungen vorzunehmen. Schützen Sie die Daten, die Ihnen von Ihren Kunden anvertraut werden.

## **2.1 Wichtige Systemvoraussetzungen**

Für WordPress wird mindestens PHP 5.6 empfohlen. Aus diesen wichtigen Gründen sollten Sie hier keine Kompromisse eingehen:

- Ältere PHP-Versionen stellen ein Sicherheitsrisiko dar.
- Einige Shop-Plug-ins und Erweiterungen verlangen höhere PHP-Versionen als WordPress selbst. Nähen Sie an dieser Stelle nicht auf Kante.

### 2.1.1 PHP

Am besten installieren Sie WordPress gleich bei einem Provider, der PHP 7 zur Verfügung stellt – vor allem, aber nicht nur, aus Sicherheitsgründen. Es geht ja auch darum, dass Ihre Seiten schnell aufgerufen werden. Der Besucher wartet nicht ewig, bis sich eine Website aufgebaut hat, und die Konkurrenz ist nur einen Klick entfernt.

#### High Speed mit PHP 7

Ende 2015 hat PHP 7 das letzte Release der 5er-Reihe abgelöst, nämlich PHP 5.6. Falls Sie sich fragen, wo PHP 6 geblieben ist: Hat es nie gegeben. Die Entwicklung wurde wieder eingestellt, weil viele Features schon in den Versionen 5.3 und 5.6 eingebaut waren.

Spürbar verbessert wurde mit PHP 7 die Performance. Die Anfragen an den Server werden deutlich schneller ausgeliefert als bei der Vorgängerversion. Das heißt: Ihr Shop wird schneller geladen und besser gefunden. Auch die Ladezeit gehört nämlich zu den Kriterien für das Ranking bei Google.

Dieser Vorteil macht sich in der Startphase von PHP 7 bemerkbar. Weil die Provider noch nicht alle Server umgestellt haben, profitieren die »First Mover«. Aber nicht mehr lange, wie die Tabelle zeigt: Das Ende ist nah – für veraltetes PHP.

<i>PHP-Version</i>	<i>Release</i>	<i>Ende des aktiven Supports</i>	<i>Ende des Security-Supports</i>
5.6	August 2014	August 2016	August 2017
7.0	Dezember 2015	Dezember 2017	Dezember 2018

Die PHP-Überholspur steht maximal bis August 2017 zur Verfügung, dem Abschaltungstermin für die letzten Server, die mit PHP 5.6 bestückt sind.

Alles spricht dafür, ein neues Projekt sofort mit PHP 7 zu starten. Biblisch gesprochen: Man füllt nicht neuen Wein in alte Schläuche.

#### PHP umschalten

Nicht jedes Plug-in und jedes Theme läuft auf allen Versionen. Zu 98 % liegt das Problem bei veraltetem PHP. Doch in einzelnen Fällen arbeitet ein Plug-in ausgerechnet mit der neuesten PHP-Version nicht zusammen. In diesem Fall ist es hilfreich, wenn der Provider einen Wechsel zwischen unterschiedlichen PHP-Versionen ermöglicht.

### 2.1.2 MySQL

Für WordPress 4.5 wird MySQL 5.6 oder höher empfohlen. Eine Installation lässt sich zwar schon ab MySQL 5.0 durchführen, ist dann aber für Angriffe von Hackern ein leichteres Ziel. Es ist allerdings unwahrscheinlich, dass ein Provider PHP 7 in Kom-

bination mit veraltetem MySQL einsetzt. Faustregel: Ist PHP aktuell, dann ist es auch MySQL.

### **MariaDB**

Als alternatives Datenbanksystem können Sie MariaDB verwenden, WordPress empfiehlt Version 10.0 oder höher. Allerdings hat die Abkehr von MySQL zwei Haken:

- MariaDB wird zurzeit noch nicht bei allen Providern angeboten.
- Mit Version 10.0 wurde die Kompatibilität zu MySQL eingeschränkt. Ein Wechsel von MySQL zu MariaDB ist zwar relativ einfach möglich, aber die Rückkehr nicht. Einmal Maria, immer Maria.

**Fazit:** Es bleibt abzuwarten, welches Datenbanksystem sich in der Zukunft durchsetzt. Wer auf höchste Performance spekuliert, kann mit MariaDB möglicherweise einen Vorsprung erzielen. Allerdings ist MySQL weiter verbreitet und besser dokumentiert. Für Otto Normalanwender ist MySQL aktuell das geeignete System.

### **2.1.3 Mod Rewrite**

Um von Google komfortabel eingesaugt und auf den Trefferlisten gut platziert zu werden, muss Ihre Website URLs in dieser Form erzeugen können:

*www.mustershop-online.de/damen-winterjacke*

Diese suchmaschinenfreundlichen URLs funktionieren in WordPress aber nur, wenn der Provider seine Hausaufgaben gemacht hat. Es muss das Modul *Mod Rewrite* aktiviert haben. Es gehört zur Grundausstattung eines Apache-Webserver, und die meisten Webserver laufen unter diesem System.

Und wenn nicht? Ohne *Mod Rewrite* werden nur sehr kryptische URLs erzeugt, etwa in dieser Art:

*www.mustershop.online.de/?ID=12*

Die Suchmaschinen können mit so einem Wirrwarr wenig anfangen und platzieren die betreffenden Seiten schlechter. Gehen Sie keine Kompromisse ein. Ohne *Mod Rewrite* stehen Sie mit Ihrem Shop von Beginn an auf verlorenem Posten.

### **2.1.4 PHP Memory Limit**

Beim PHP Memory Limit benötigen Onlineshops im Vergleich zu einer statischen Site oder einem Blog prinzipiell höhere Werte. Je nach Provider wird der Wert unterschiedlich abgekürzt, zumeist in der Einheit M, seltener auch in MB, was zu Verwechslungen mit dem physischen Arbeitsspeicher des Servers führen kann. Für einen Onlineshop mit WordPress dürfen es 256 M oder besser 512 M sein – für das PHP Memory Limit und nichts anderes.

### 2.1.5 SSL

Machen Sie es nicht ohne – vor allem da nicht, wo es kritisch ist. Bei einem Webshop sind das zumindest die Seiten, auf denen der Kunde seine Bankverbindung oder eine Kreditkartennummer eingibt. Es spricht aber nichts dagegen, die komplette Website via SSL abzusichern. Was Sie dafür brauchen, ist neben dem geeigneten Webspaces ein sogenanntes SSL-Zertifikat. Die meisten Provider bieten an, die Bestellung dieses Zertifikats für Sie zu erledigen.

#### SSL-Verschlüsselung

Zwingende Voraussetzung für die Installation und den Probetrieb ist eine SSL-Verschlüsselung nicht. Sie können also WordPress zunächst ganz normal installieren und den Einbau des Zertifikats nachholen. Es spart Ihnen aber eine Menge Arbeit, wenn Sie WordPress gleich auf eine mit SSL verschlüsselte URL aufspielen. Sie müssen dann keine Weiterleitungen von HTTP auf HTTPS anlegen.

## 2.2 Provider für Onlineshops

Zuständige Registrierungsstelle für eine Domain mit der Endung *.de* ist die DENIC. Die Abkürzung steht für *Deutsches Network Information Center*, der Sitz ist Frankfurt. Sie selbst müssen allerdings keinen direkten Kontakt mit der Registrierungsstelle aufnehmen, das erledigt Ihr Provider.

Die Prozedur: Mit der Bestellung der Domain meldet Sie der Provider auch als Domain-eigentümer an. Er wickelt also das Organisatorische in Ihrem Auftrag ab. Bei einem Providerwechsel dürfen Sie Ihren Domainnamen mitnehmen. Allerdings ist ein Wechsel bei einem laufenden Projekt immer mit Aufwand und Stress verbunden. Wählen Sie Ihren Provider zu Projektstart sorgfältig aus, um dieses ärgerliche Szenario zu vermeiden:

1. WordPress bei Provider A installieren.
2. Den Shop aufbauen und sich mit A herumärgern.
3. Hektisch zu Provider B umziehen, während die Bestellungen schon laufen.

Um gleich auf das richtige Pferd zu setzen, ist etwas Forschungsarbeit angesagt, und zwar hier:

- Bei den Providern selbst.
- Bei externen Quellen.

Ein klassische Quelle ist das Vergleichsportal *www.webhostlist.de*. Mit Sicherheit fündig werden Sie auch auf *forum.wpde.org* und *forum.maennchen1.de*. Dort tauschen sich Händler aus, die ihren Shop auf WordPress-Basis aufgesetzt haben.



### 2.2.1 Die inneren Werte

Als Shopbetreiber sollten Sie sich nicht mit Äußerlichkeiten zufriedengeben. Sicher, leicht bekleidete Damen auf Werbeseiten sind schön anzusehen, aber die Models wollen ja auch bezahlt werden. Bei allzu viel nackter Haut stellt sich die Frage, an welcher Stelle der Provider seine Prioritäten setzt: Körbchen am Model oder Service am Kunden?

#### Vorsicht bei Dumpingpreisen

Einige Provider locken mit extrem günstigen Konditionen.

**Beispiel:** Webspaces inklusive eines Zehnerpacks Domains für 2,99 Euro. So ein Deal ist aber nur für kleinere Projekte oder zum Horten billiger Domains geeignet. Billig-Webspaces wird nämlich zumeist auf Servern mit einer veralteten PHP-Version veramscht.

Zur Not lässt sich WordPress auch auf einer alten Kiste zum Laufen bringen, aber schon bei der Installation von WooCommerce oder wpShopGermany tauchen dann die ersten Probleme auf. Typisches Anzeichen für einen unterdimensionierten Webspaces: Der Demo-Content von WooCommerce lässt sich nicht laden. Später folgen Fehlermeldungen während der Installation speicherhungriger Themes und Plug-ins.

Zudem stellen einige Programme im Umfeld von WordPress relativ hohe Ansprüche. Vielleicht möchten Sie später das Tracking-Tool *Piwik* oder das Kundenmanagement- und Warenwirtschaftssystem *vTiger* installieren? Faustregel: Auf einem Server, der schon bei WordPress zickt, versagen diese beiden Hilfsprogramme den Dienst komplett.

### 2.2.2 Support auf allen Ebenen

Falls Fragen auftauchen, ist ein kompetenter Provider Gold wert. Das gilt umso mehr für den Betrieb eines Onlineshops, wo jeder verlorene Tag den Umsatz schmälert und bei den Kunden Vertrauen zerstört. Es sind drei Ebenen, auf denen Sie im Falle des Falles Support benötigen:

- **Website-Ebene** – Fragen zu Installation und Betrieb der Website. Zuweisung von Domain und Webspaces. Einrichtung von Datenbanken und E-Mail-Adressen.
- **WordPress-Ebene** – Hilfe zur WordPress-Installation und bei Problemen im laufenden Betrieb.
- **Shop-Ebene** – Support für spezielle Shop-Themes und -Plug-ins.

Streng genommen ist der Provider nur für den Support auf der ersten Ebene zuständig. Weil sich WordPress aber zu einem Standard für Websites etabliert hat, finden Sie bei besseren Anbietern auch Hilfen zu WordPress allgemein und in einigen Fällen sogar zu dem WordPress-Shop. Ein freundlicher und kompetenter Support hat nicht nur viel praxisrelevantes Wissen gesammelt, er hilft auch weiter, ohne sich einen Zacken aus der Krone zu brechen. Sogar dann, wenn die Frage nicht ganz genau in einen umrissenen Bereich passt.

### 2.2.3 Checkliste Provider

Haben Sie drei oder vier Provider in der engeren Auswahl? Dann geht es jetzt darum, den besten herauszufiltern. Die Plus- und Minuspunkte:

#### Pluspunkte

- Klare Darstellung der unterschiedlichen Leistungen. Schwerpunkte sollten Hostingpakete und Server einnehmen. Achten Sie darauf, dass beides vorhanden ist, denn dann können Sie mit dem Wachstum des Shops vom Hostingpaket auf einen Server upgraden.
- Detailangaben zum Webspaced. Achten Sie auf transparente Angaben. Beim PHP Memory Limit ist ein Wert von 256 MB das Minimum, besser sind 512 MB.
- Informationen darüber, mit wie vielen Sie einen Server teilen müssen. 100 Kunden pro Server sind zu viel. 20 Kunden pro Server sind annehmbar.
- PHP 7 inbegriffen. Sehr praktisch sind Auswahlmöglichkeiten zwischen unterschiedlichen PHP-Versionen.
- Ein SSL-Zertifikat sollte entweder schon integriert oder über den Provider bestellbar sein.
- Verständliche FAQs und Tutorials, in denen auch spezielle Fragen zu WordPress beantwortet werden.
- Klare Kostenstruktur. Es ist ja schön und gut, wenn für die ersten Monate nichts bezahlt werden muss. Aussagekräftiger ist aber der Preis danach.

#### Minuspunkte

- Im Vordergrund stehen Baukastensysteme und »Managed WordPress«, aber keine echten Webspaced-Angebote? Für diese Prioritätensetzung gibt es einen Minuspunkt.
- Ein schlechtes Omen ist es, wenn der Provider aggressiv für einen hauseigenen Mietshop wirbt. Dann haben Sie wenig Aussicht auf einen guten Support für Ihren WordPress-Shop.
- Der Provider hat sich auf andere Systeme wie Joomla!, Drupal oder TYPO3 spezialisiert. Zugegeben, damit lassen sich auch prima Sachen machen. Es ist aber beim Support von Vorteil, wenn sich Provider und Website-Betreiber auf einer Wellenlänge befinden. Sie unterhalten sich ja auch nicht mit Schlagerfans über Punkrock.

Wenn Sie dem Provider ordentlich auf den Zahn fühlen wollen, dann rufen Sie vor Abschluss eines Vertrags dort an oder schicken eine E-Mail an den Support. Schildern Sie Ihr Shopprojekt und fragen Sie auch nach Details wie dem PHP Memory Limit und dem SSL-Zertifikat. Bewerten Sie dann die Reaktion. Hatte man ein offenes Ohr für Sie, und wurden die Detailfragen kompetent antwortet? Oder wurden Sie schon vor Vertragsabschluss nach Schema F abgefertigt? Dann ist Vorsicht geboten. Erfahrungsgemäß wird der Service nach dem Anmieten von Webspaced nicht besser.

### 2.2.4 Webspaces anmieten

Der Provider steht fest? Gut, aber er hat unterschiedliche Produkte im Angebot. Beim Anmieten von Webspaces müssen Sie höllisch aufpassen, sich keinen überflüssigen Schnickschnack andrehen zu lassen. Besonders die großen Anbieter haben da so ihre Tricks auf Lager:

- **1-Klick-Installationen** – Für einen Shop sind 1-Klick-Installationen ungeeignet. Als Spielweise zum Ausprobieren von WordPress ist so etwas in Ordnung, aber diese Möglichkeit haben Sie auch immer über das Anlegen eines Accounts bei *wordpress.com*. Bei der Entscheidung für oder gegen ein bestimmtes Hostingpaket sind 1-Klick-Installationen irrelevant.
- **Managed WordPress** – Der Popularität von WordPress ist es zu verdanken, dass einige Provider auch ein Mittelding zwischen 1-Klick-Installation und echter Installation anbieten, zum Beispiel unter dem Namen »Managed WordPress«. Der Deal: Sie zahlen etwas mehr, dafür kümmert sich der Provider um die Details. Er stellt eine optimale Serverumgebung zur Verfügung und kümmert sich um die Updates. Das klingt verlockend und kann für eine Standard-Website durchaus eine Alternative sein.  
Garantiert nicht geeignet ist Managed WordPress allerdings für einen Shop mit all seinen Anforderungen bezüglich Erweiterbarkeit, Integration von Zahlungsmethoden, SEO und Social-Media-Integration. Halten Sie die Fäden lieber selbst in der Hand.
- **Vorgefertigter Shop** – Hände weg, wenn Sie nicht am Gängelband des Providers hängen wollen. Und überhaupt: Sie wollen doch WordPress nicht etwa untreu werden?

Was Sie am Anfang brauchen: Webspaces ohne Schnickschnack in der mittleren bis gehobenen Preislage. Für so ein Paket bezahlen Sie 5 Euro aufwärts im Monat inklusive einer oder mehrerer Domains.

#### Der eigene Server

Mit PHP 7 lassen sich auch auf gewöhnlichem Webspaces sehr kurze Ladezeiten erreichen. Noch schneller geht es mit einem eigenen Server, die Provider nennen dieses Angebot auch »Dedicated Server«. Aber ab wann lohnt sich der Aufwand? Die Anzahl der Produkte im Shop spielt dafür kaum eine Rolle, wichtiger ist die Besucherfrequenz. Die Serverbelastung steigt insbesondere mit der Anzahl gleichzeitiger Zugriffe. Hier einige Zahlen zur Orientierung:

- **Bis 500 Besucher am Tag:** Hier genügt ganz normaler Webspaces. Eigener Server: nein.
- **Mehr als 500 Besucher täglich:** Glückwunsch, das ist schon recht ordentlich. Einen eigenen Server können Sie in Betracht ziehen.
- **Mehr als 5.000 Besucher:** Sie brauchen einen eigenen Server, um keine Einbußen durch lange Ladezeiten zu erleiden. Zur Verfügung stehen Rootserver und Managed Server.

## Der Rootserver

Die Angebote vieler Provider klingen verlockend: für wenig Geld einen eigenen Server anmieten, die gewünschten Versionen von PHP und MySQL selbst aufspielen und die Servereinstellungen optimieren. Beim Rootserver sind Sie der Boss und dürfen alle Register ziehen.

Allerdings setzt der Betrieb eines Rootservers ein hohes Fachwissen voraus. Wer keinen erfahrenen Administrator zur Hand hat, der mit sicherheitskritischen Einstellungen und Updates umzugehen weiß, ist des Hackers leichte Beute. So richtig ins Geld geht es, sobald Rootserver-Support benötigt wird. Der lässt sich fürstlich entlohnen, und viele Handgriffe kosten extra. Hinzu kommt die rechtliche Seite. Sollten von einem Rootserver verbotene Aktivitäten ausgehen, haftet er in vollem Umfang. Der Provider hält sich dagegen schadlos.

**Fazit:** Schmücken Sie sich nicht mit dem Titel eines Rootserver-Admins, wenn Sie oder ein Mitglied Ihres Teams das Handwerk nicht sicher beherrschen. Im Zweifelsfall bleiben Sie beim normalen Webspaces oder mieten einen Managed Server.

## Der Managed Server

Managed WordPress ist Käse, Managed Server aber nicht. Was steckt da genau dahinter? Das hier:

- Der Managed Server ist etwas teurer als der Rootserver.
- Der Managed Server bietet die gleichen Geschwindigkeitsvorteile wie ein Rootserver.
- Die Möglichkeiten zur Konfiguration sind geringer als beim Rootserver.
- Der Provider übernimmt Wartung und Sicherung des Servers, was beim Shopbetreiber für einen besseren Schlaf sorgt. Er ist ein Stück weit aus der Schusslinie, falls Hacker eingedrungen sind.

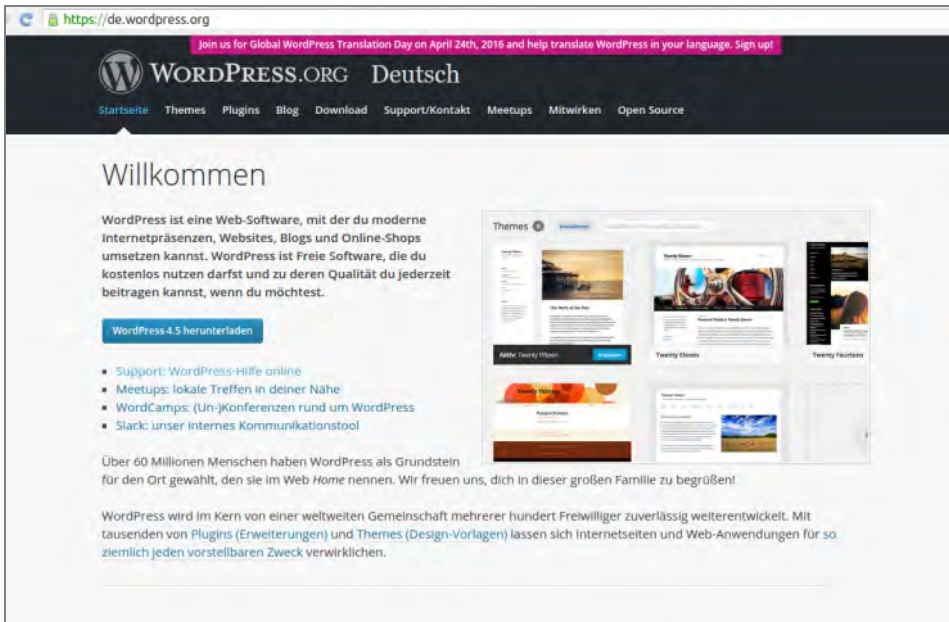
## 2.3 Download und Datenbank

Der Webspaces ist bestellt und die Domain zugeordnet? Dann erscheint jetzt wahrscheinlich irgendein Baustellenschild, wenn Sie Ihre Shopadresse ansurfen. Also dann, in die Hände gespuckt und erst mal das Basissystem installiert. Erster Schritt: WordPress herunterladen, und zwar:

- von der richtigen Quelle,
- in der richtigen Version sowie
- in der richtigen Sprache.

### 2.3.1 Deutsche Bezugsquelle

WordPress ist kostenlos. Sie dürfen das Programm beliebig oft herunterladen und installieren. Weder für einen Download noch für eine Installation ist eine Registrierung notwendig. Bezahlen müssen Sie lediglich für besonders hochwertige Themes und Plug-ins.



**Bild 2.1:** Bezugsquelle für die deutsche WordPress-Version: <https://de.wordpress.org>.

Für den Download von WordPress standen früher zwei Quellen zur Verfügung, nämlich [de.wordpress.org](https://de.wordpress.org) und [wpde.org](https://wpde.org).

Die Präsenz [wpde.org](https://wpde.org) wurde 2016 von der Agentur Inpsyde übernommen. WordPress selbst ist dort nun nicht mehr erhältlich. Für den Download einer deutschen Version gehen Sie deshalb auf [de.wordpress.org](https://de.wordpress.org).

Nichts zu übersehen ist der Downloadbutton, der zur jeweils aktuellen Version führt. Diese steht entweder als *latest-de\_DE.zip* zur Verfügung oder mit einem Versionshinweis im Namen, beispielsweise als *wordpress-4.5-de\_DE.zip*. In jedem Fall ist es eine Produktiv- und keine Beta-version. Sie dürfen sie mit gutem Gefühl herunterladen.

### Man spricht Deutsch

Sie sollten auf jeden Fall die deutsche Version installieren. Haben Sie aus Versehen eine andere Ausgabe erwischt? Dann starten Sie einen zweiten Download und prüfen noch einmal die Quelle. Der Einsatz der passenden Sprachversion hat eine Menge Vorteile:

- Die Hinweise für die Bearbeitung der Konfigurationsdatei *config-sample.php* erscheinen auf Deutsch.
- WooCommerce erkennt bei der Installation, in welcher Sprache WordPress läuft, und passt sich dieser an. Der Euro wird als Währungseinheit eingetragen, Kilogramm und Zentimeter als Maßeinheiten und 19 % als der übliche Mehrwertsteuersatz.

## WordPress öffne dich

Nach dem Anklicken des Downloadbuttons werden 8,5 MB auf Ihren Computer heruntergeladen. Die Dateieendung *.zip* verrät, dass WordPress nicht als ausführbare Datei, sondern als Archiv vorliegt.



**Bild 2.2:** Das WordPress-Archiv nach dem Download. Das *DE* im Dateinamen weist auf die deutsche Version hin.

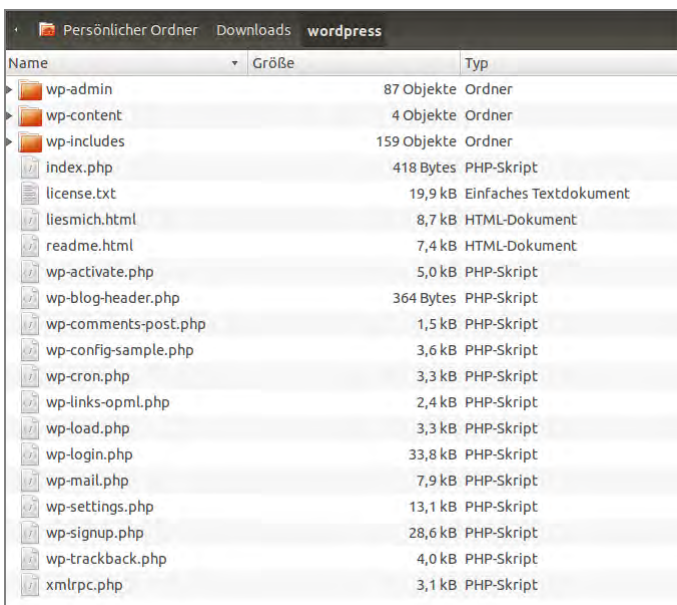
Vor dem Hochladen auf den Server müssen Sie es entpacken. Kein Problem, denn die meisten Betriebssysteme können eine ZIP-Datei heute ohne Zusatzprogramme öffnen. Im Windows-Explorer genügt ein Rechtsklick auf das Archiv. Wählen Sie dann aus dem aufklappenden Kontextmenü die Option, alles zu extrahieren oder zu entpacken.



**Bild 2.3:** Nach dem Entpacken trägt der Ordner den schlichten Namen *wordpress*.

## Wichtige Verzeichnisse und Dateien

Haben Sie das Archiv entpackt, finden Sie neben dem ursprünglichen ZIP-Ordner ein neues Verzeichnis mit dem simplen Namen *wordpress*. Die Größe beträgt nun über 24 MB, im Vergleich zu anderen Programmen wie Joomla!, Drupal oder TYPO3 immer noch beeindruckend wenig.



**Bild 2.4:** Der Inhalt des entpackten WordPress-Ordners. Die Datei *wp-config-sample.php* ist auch als Konfigurationsdatei bekannt. In dieser Datei werden die Zugangsdaten für die MySQL-Datenbank eingetragen.

**Die Datei .htaccess**

Früher oder später muss sich jeder Webmaster mit der Datei *.htaccess* herumschlagen. Mitgeliefert wird sie von WordPress allerdings noch nicht. Erst während der Konfiguration, und zwar bei der Einstellung der suchmaschinenerechten Permalinks, wird sie heimlich, still und leise erzeugt.

Öffnen Sie nun den WordPress-Ordner. Sie finden darin die drei Unterverzeichnisse *\wp-admin*, *\wp-content* und *\wp-includes*. Diese kommen aber erst später ins Spiel. Wichtiger sind drei der einzelnen Dateien. Die Lizenz- und die Liesmich-Datei sollten Sie einmal grob überfliegen. Genau unter die Lupe nehmen müssen Sie dagegen die Datei *wp-config-sample.php*, die Konfigurationsdatei. Hier werden nämlich die Zugangsdaten der Datenbank eingetragen – die vor der Installation angelegt sein muss.

**2.3.2 MySQL-Datenbank anlegen**

WordPress funktioniert nicht ohne Datenbank, und es legt auch keine für Sie an. Das müssen Sie selbst in die Hand nehmen. Leider ticken hier alle Provider ein bisschen anders. Loggen Sie sich deshalb in das Kundencenter Ihres Providers ein und erforschen Sie Tutorials und FAQs zur Anlage von MySQL-Datenbanken. Einige Provider bieten die Möglichkeit, den Datenbanknamen selbst zu wählen. Aus Sicherheitsgründen sind leicht zu erratende Namen wie »wordpress« oder »shop« nicht empfehlenswert. Wählen Sie eine für Hacker nicht zu erratende Mischung aus Buchstaben und Zahlen.

**Sonderzeichen**

Bei Namen und Passwörtern von Accounts dürfen und sollen Sie Sonderzeichen wie »@« oder »;« verwenden. Bei Datenbank- und Verzeichnisnamen gelten andere Spielregeln. Um die Funktionalität nicht zu gefährden, verwenden Sie nur Buchstaben und Zahlen.

Notieren Sie sich gleich beim Anlegen der Datenbank die folgenden vier Zugangsdaten. Sie benötigen sie später für die Konfigurationsdatei:

- den Namen der Datenbank,
- Ihren MySQL-Datenbankbenutzernamen,
- Ihr MySQL-Passwort sowie
- die MySQL-Serveradresse.

**Administration mit phpMyAdmin**

MySQL-Datenbanken werden über die grafische Oberfläche *phpMyAdmin* verwaltet. Die meisten Provider haben dieses Tool vorinstalliert. Auf den Hilfeseiten des Providers ist auch die URL für den phpMyAdmin-Zugang angegeben. Für die Installation von WordPress ist es zwar nicht in jedem Fall notwendig, phpMyAdmin aufzurufen, trotz-

dem ist es ratsam, sich frühzeitig damit auseinanderzusetzen. Früher oder später greift jeder WordPress-Webmaster auf phpMyAdmin zurück. Wirklich jeder.

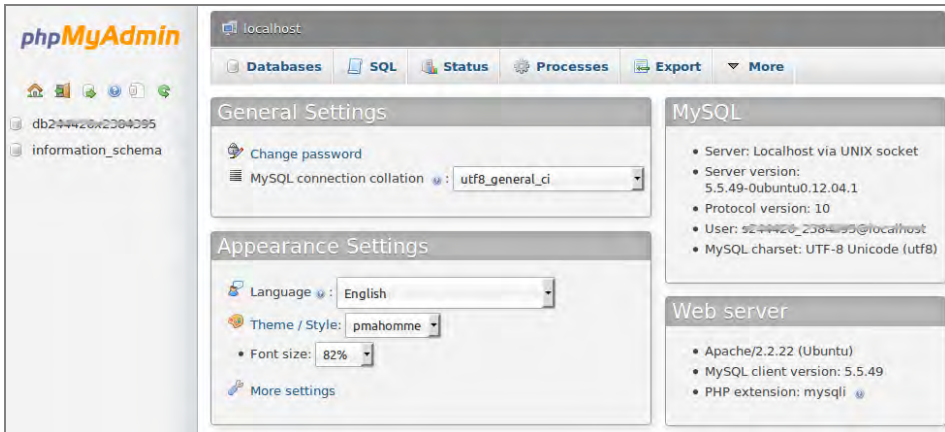


Bild 2.5: Die MySQL-Datenbank lässt sich über phpMyAdmin verwalten.

## 2.4 Die Konfigurationsdatei

Die Konfigurationsdatei *wp-config-sample.php* ist dazu da, die Verbindung mit der Datenbank herzustellen und nicht etwa um die Admins zu ärgern. Trotzdem ist sie ein häufiger Stolperstein bei der WordPress-Installation. Beim ersten Mal geht immer etwas schief. Rechnen Sie mit Vertippern – die sich aber leicht beheben lassen.

### 2.4.1 Zugangsdaten eintragen

Öffnen Sie die Konfigurationsdatei. Weil sie Formatierungen hinterlassen, sind umfangreiche Textverarbeitungsprogramme wie Word oder OpenOffice für das Arbeiten mit der Konfigurationsdatei nicht geeignet. Benutzen Sie stattdessen einen möglichst einfachen Editor. In Windows finden Sie ein geeignetes Programm unter *Start/Zubehör/Editor*. Auf dem Mac können Sie das Programm TextEdit verwenden. Speichern Sie damit aber nur reinen Text ab.



```

// ** MySQL-Einstellungen ** //
/** Diese Zugangsdaten bekommst du von deinem Webhoster. **/

/**
 * Ersetze datenbankname_hier_einfuegen
 * mit dem Namen der Datenbank, die du verwenden moechtest.
 */
define('DB_NAME', 'datenbankname_hier_einfuegen');

/**
 * Ersetze benutzername_hier_einfuegen
 * mit deinem MySQL-Datenbank-Benutzernamen.
 */
define('DB_USER', 'benutzername_hier_einfuegen');

/**
 * Ersetze passwort_hier_einfuegen mit deinem MySQL-Passwort.
 */
define('DB_PASSWORD', 'passwort_hier_einfuegen');

/**
 * Ersetze localhost mit der MySQL-Serveradresse.
 */
define('DB_HOST', 'localhost');

```

**Bild 2.6:**

Die Zugangsdaten für die Datenbank werden in der Datei *wp-config-sample.php* eingegeben.

Nach dem Starten Ihres Editors öffnen Sie die Datei und bewegen den Cursor bis zur im obigen Bild gezeigten Stelle.

### Zugangsdaten eintragen

Die Zugangsdaten für die Datenbank haben Sie beim Anlegen vom Provider erhalten. Falls Sie sie nicht mehr parat haben oder sich unsicher sind, gehen Sie noch einmal in den Kundenbereich. Alles beisammen? Geändert wird die Konfigurationsdatei an vier Stellen:

Name der Datenbank: 'datenbankname\_hier\_einfuegen'

Ihr MySQL-Datenbankbenutzername: 'datenbankname\_hier\_einfuegen'

Ihr MySQL-Passwort: 'passwort\_hier\_einfuegen'

Die MySQL-Serveradresse: 'localhost'

Dabei ersetzen Sie exakt das, was zwischen den beiden einfachen Anführungszeichen steht, nicht aber die einfachen Anführungszeichen selbst. Ob der Wert 'localhost' geändert werden muss, hängt von Ihrem Provider ab. Wenn alles erledigt ist, haben Sie zwei Möglichkeiten:

1. In Kapitel 2.4.3 weiterlesen, um die Installation eilig fortzusetzen.
2. Noch eine kleine Sicherheitsmaßnahme ergreifen, und zwar durch die Änderung des Tabellenpräfixes.

He, Sie überspringen doch nicht wirklich ein sicherheitsrelevantes Kapitel? Ändern Sie das Tabellenpräfix jetzt gleich, der Eingriff ist unproblematisch, wenn er vor der Installation durchgeführt wird.

## 2.4.2 Tabellenpräfix ändern

Zunächst ein bisschen Theorie: Eine MySQL-Datenbank besteht aus einer Reihe von einzelnen Tabellen. Theoretisch könnte man neben den WordPress-Tabellen noch irgendwelche anderen Tabellen in derselben Datenbank einfügen. Das macht zwar niemand, aber WordPress ist wie nahezu jedes CMS für diesen Fall eingerichtet.

```
/**
 * WordPress Datenbanktabellen-Präfix
 *
 * Wenn du verschiedene Präfixe benutzt, kannst du innerhalb einer Datenbank
 * verschiedene WordPress-Installationen betreiben.
 * Bitte verwende nur Zahlen, Buchstaben und Unterstriche!
 */
$table_prefix = 'wp_';
```

**Bild 2.7:**

Die Änderung des Datenbanktabellenpräfixes erhöht die Sicherheit.

Damit nichts durcheinandergerät, versteht WordPress alle eigenen Tabellen mit einer Vorsilbe, dem Präfix `wp_`. Der Name spielt später im laufenden Betrieb keine Rolle mehr. Da könnte auch `fassbier_` stehen. Ändern Sie das Präfix, um die Sicherheit ein kleines bisschen zu erhöhen. Die Skripte der Hacker setzen nämlich ganz gern bei Standardnamen an.

Gehen Sie wie bei der Eingabe der Zugangsdaten vor. Ändern Sie, was zwischen den beiden einfachen Anführungszeichen steht, nicht aber die einfachen Anführungszeichen selbst. Ersetzen Sie `'wp_'` zum Beispiel durch `'w42p_'`, um den Bösewichten weniger Angriffsfläche zu bieten.

## 2.4.3 Konfigurationsdatei speichern

Das Wörtchen *sample* innerhalb von *wp-config-sample.php* steht für die Vorläufigkeit der Datei. Nach der Eingabe der Zugangsdaten und der Änderung des Präfixes speichern Sie sie unter dem neuen und endgültigen Namen *wp-config.php*. Achten Sie darauf, den Speicherort beizubehalten. Die *wp-config.php* befindet sich nun neben der *wp-config-sample.php* im Ordner `\wordpress`.

Jetzt können alle WordPress-Dateien auf den Server hochgeladen werden, natürlich ohne die alte Datei *wp-config-sample.php*. Werfen Sie sie aber nicht weg, sondern behalten Sie sie auf Ihrem Computer. Es kann sein, dass Sie zur Problemlösung noch einmal auf eine unveränderte Konfigurationsdatei zurückgreifen müssen.

## 2.5 Upload via FTP

Okay, WordPress ist nun bereit für die Installation auf Ihrem Webspac. Weil die Dateien aber nicht von allein dorthin gelangen, benötigen Sie ein FTP-Programm, genauer genommen einen FTP-Client.

# 14 Social Media

<b>14.1</b>	<b>Social-Media-Basics .....</b>	<b>509</b>
14.1.1	Das klassische Theater.....	509
14.1.2	Das Social-Media-Theater .....	509
14.1.3	Die Macht der Netzwerke.....	509
<b>14.2</b>	<b>Social-Media-Ziele.....</b>	<b>510</b>
14.2.1	Follower gewinnen .....	510
14.2.2	Usergeneriertes Content erzeugung.....	511
14.2.3	Von Social Media zum Shop.....	511
<b>14.3</b>	<b>Kanäle und Accounts .....</b>	<b>512</b>
14.3.1	Die wichtigsten Kanäle.....	512
14.3.2	Accounts anlegen.....	513
<b>14.4</b>	<b>Facebook .....</b>	<b>513</b>
14.4.1	Facebook-Seite anlegen .....	515
14.4.2	Die ersten 30 Fans .....	518
14.4.3	Veranstaltungen erstellen .....	518
<b>14.5</b>	<b>Twitter .....</b>	<b>519</b>
14.5.1	Twitter-Instrumente.....	520
14.5.2	Der Einstieg bei Twitter.....	521
14.5.3	Kundendialog auf Twitter.....	521
<b>14.6</b>	<b>Sonstige Netzwerke .....</b>	<b>522</b>
14.6.1	Pinterest .....	522
14.6.2	Google Plus.....	523
14.6.3	YouTube.....	523
14.6.4	SoundCloud.....	524
14.6.5	XING und LinkedIn .....	524
<b>14.7</b>	<b>Strategie und Planung .....</b>	<b>525</b>
14.7.1	Der Redaktionsplan.....	525
14.7.2	Die Followerkampagne.....	526
14.7.3	Die Produktkampagne.....	528
14.7.4	Social Media als Teamarbeit .....	528
14.7.5	Haftung für Social-Media-Inhalte .....	529
14.7.6	Social-Media-Agentur beauftragen .....	530
14.7.7	Haftung für nutzergenerierte Inhalte .....	531
<b>14.8</b>	<b>Der Social-Media-Knigge .....</b>	<b>532</b>
14.8.1	Geben und nehmen.....	532
14.8.2	Auf Äußerlichkeiten achten .....	532
14.8.3	Persönlich werden .....	532
14.8.4	Eine einfache Sprache verwenden .....	532
14.8.5	Nicht mit fremden Federn schmücken.....	533
	<b>Checkliste Social Media .....</b>	<b>533</b>

Aus der Welt des Internets nicht mehr wegzudenken sind die Social-Media-Netzwerke. Ursprünglich dienten sie der privaten Kommunikation, doch die Wirtschaft hat das Potenzial längst erkannt. Heerscharen von Marketingspezialisten umgarnen die Teilnehmer von Facebook, Twitter & Co. Wer die Netzwerke als Kundenquelle nutzen möchte, muss ihre Sprache sprechen.

Die wichtigsten Begriffe:

- **Social-Media-Netzwerk** – Facebook, Twitter, Google Plus, Pinterest und andere.
- **Social-Media-Präsenz** – Der Auftritt Ihres Unternehmens auf einem dieser Netzwerke.
- **Posting** – Die Veröffentlichung einer Nachricht auf einem Netzwerk.
- **Follower** – Die Anhänger- und Leserschaft einer Social-Media-Präsenz.
- **Teilen** – Das Weitergeben von Postings.
- **Liken** – Die positive Bewertung eines Postings oder einer Social-Media-Präsenz.
- **Stream** – Der bei jedem Teilnehmer unterschiedliche Nachrichtenstrom. Ihre Postings erscheinen erst dann direkt im Stream eines Teilnehmers, wenn er Ihr Follower geworden ist.
- **Hashtag** – Wenn Wörter innerhalb eines Postings mit einem »Lattenzaun«, also dem Zeichen #, versehen sind, können thematisch ähnliche Nachrichten leichter gefunden werden. Populär wurden die Hashtags durch Twitter, inzwischen haben sie auf allen Netzwerken eine große Bedeutung.

Das war der allgemeine Teil. Allerdings variiert die Sprache von Netzwerk zu Netzwerk ein wenig. Die wichtigsten »Dialektwörter«:

- Auf Facebook heißt der Follower einer privaten Präsenz »Freund«, einer geschäftlichen »Fan«.
- Auf Twitter heißt ein Posting »Tweet«, das Teilen »Retweeten« und der Stream »Timeline«.

Verwechseln Sie das bloß nicht. Der Autor dieses Buchs hat es einmal und nie wieder gewagt, bei Twitter mit Facebook-Vokabular um sich zu werfen. Waren Sie schon mal mit einem FC-Bayern-Outfit im Fanblock von Borussia Dortmund? Die Reaktion dürfte ähnlich sein. Wenn Sie auf Teufel komm raus bei Twitter provozieren wollen, beginnen Sie Ihren ersten Tweet so:

»Hallo Facebook ...«

Aber sagen Sie nicht, Sie wären nicht gewarnt worden.

## 14.1 Social-Media-Basics

Seit der Antike besteht das Theater aus zwei Bereichen: Bühne und Zuschauerplätzen. Auf der Bühne agieren die Schauspieler, auf den Rängen applaudieren die Zuschauer. Oder verteilen Buhrufe, falls die Schauspieler ihre Rollen nur herunterleiern.

### 14.1.1 Das klassische Theater

In Athen war das Theater eine echte Massenbewegung. Ein Bürger, der nicht ins Theater ging, musste sich fürs Fernbleiben rechtfertigen. Schließlich wurde im Theater alles auf die Bühne gebracht, was die Menschen bewegte: Liebe und Krieg, Entscheidungen und Schicksal. Nur ein völlig uninteressierter Eigenbrötler konnte sich diesem Geschehen entziehen. Nun gibt es Theater ja immer noch, aber welche gesellschaftliche Relevanz hat es? Mal ehrlich, im Theater von heute sitzt nur ein verschwindend geringer Teil der Bevölkerung. Und was macht dieser bildungsbürgerliche Rest in der Pause oder gar heimlich während der Vorstellung? Sie haben es erraten: Er treibt sich auf Facebook und Twitter herum. Was gibt es da zu sehen, etwa auch Schauspieler?

### 14.1.2 Das Social-Media-Theater

Ja, Schauspieler gibt es da auch, allerdings wurde die klassische Form des Theaters auf den Kopf gestellt. Fast leer ist der Zuschauerraum und überfüllt die Bühne des Social-Media-Theaters. Und auf dieser Bühne, auf der alle wild durcheinander um Aufmerksamkeit buhlen, müssen Sie Ihre Rolle so überzeugend spielen, dass Sie Zuschauer gewinnen – im Jargon der Social-Media-Netzwerke werden sie Follower genannt.

### 14.1.3 Die Macht der Netzwerke

Facebook und andere Social-Media-Netzwerke haben einen Teil des freien und vielfältigen Internets gekapert und eingezäunt. Innerhalb dieses Zauns bestimmen sie ihre Regeln selbst, und sie streben danach, ihre Macht immer weiter auszudehnen. Mit beachtlichem Erfolg. Nicht wenige Betreiber einer Website vernachlässigen ihre eigene Präsenz und verlagern ihre Aktivitäten zunehmend auf Facebook, Twitter und Konsorten. Nicht ohne Risiko.

#### Unterschied zwischen Domain und Social-Media-Präsenz

Bei Erwerb und Betrieb einer gewöhnlichen Domain gelten für alle die gleichen Spielregeln. Den Umgang der Provider mit den ihnen anvertrauten Domains regelt unter anderem das TKG, das Telekommunikationsgesetz. Eine Sperrung, Löschung oder gar Weitergabe nach Lust und Laune bliebe nicht ohne Folgen. Bei Verstößen seitens eines Providers hätte der Kunde vor dem Kadi gute Aussichten auf Schadensersatz. Die Anbieter der Social-Media-Netzwerke dürfen sich dagegen wie ein Kneipenbesitzer gebärden. Kein Wirt ist ja dazu verpflichtet, allen ein Bier einzuschenken. Er genießt Hausrecht und darf einen Gast rausschmeißen, wenn ihm dessen Nase nicht passt.

Nach der Sperrung eines Accounts bei Facebook oder Twitter hat der Betroffene auf dem Rechtsweg keine Chance. Ihm bleibt nur übrig, sich ein Büßerhemd überzustreifen und auf Knien um eine Aufhebung der Sperrung zu betteln. Wer eine Social-Media-Präsenz anlegt, muss wissen, was er tut: sich den Nutzungsbedingungen unterwerfen und nach der Pfeife des Anbieters tanzen. Der gewöhnliche User macht sich über diese Bedingungen wenig Gedanken. Er ist auf Facebook, weil da auch die anderen sind. Punkt.

Und Sie als Shopbetreiber? Sie können die sozialen Netzwerke privat ganz wunderbar finden oder hassen. Aber wenn Sie mit Erfolg einen Onlineshop aufbauen und betreiben möchten, muss eine Social-Media-Präsenz her. Und mindestens noch eine, denn Facebook und Twitter sind das Minimum. Ihre Kunden sind nämlich schon da und lassen sich dort positiv oder negativ über Sie aus. Sie können sich den sozialen Netzwerken auch dann nicht entziehen, wenn Sie draußen bleiben und bocken.

#### **Der Niedergang der deutschen Netzwerke**

Die deutschen Netzwerke spielen mit Ausnahme von XING und SoundCloud, das mittlerweile von Twitter unterstützt wird, nur noch eine sehr untergeordnete Rolle. Untergegangen sind StudiVZ, Wer-kennt-wen und andere. Über die Gründe lässt sich viel spekulieren. Vielleicht liegt es auch daran, dass sie sich im Gegensatz zu den anderen an die deutschen Datenschutzgesetze gehalten haben – zulasten der Benutzerfreundlichkeit.

## **14.2 Social-Media-Ziele**

Der Aufbau von Social-Media-Präsenzen ist für Shopbetreiber kein Selbstzweck. Oberstes Ziel ist es, den eigenen Shop voranzubringen. Stürmen Sie aber nicht einfach los, sondern schonen Sie Ihre Kräfte, und achten Sie auf die richtige Reihenfolge:

1. Ziel: Gewinn von Followern.
2. Ziel: Erzeugung von usergeneriertem Content auf den Social-Media-Präsenzen.
3. Ziel: Umleitung der Besucher von Facebook & Co. auf die eigene Shopsite.

### **14.2.1 Follower gewinnen**

Ein Verbraucher, der einen Account bei Facebook, Twitter oder Google Plus hat, erwartet dort auch Firmenpräsenzen. Zufriedene Kunden sind das Reservoir, aus dem bereits am Markt etablierte Unternehmen ihre Follower schöpfen können. Neue Unternehmen stehen dagegen vor einer gewaltigen Herausforderung, denn sie müssen den Spieß umdrehen: Follower gewinnen, die später zu Kunden werden.

## 14.2.2 Usergeneriertes Content erzeugen

Am Anfang haben Sie keine andere Wahl: Sie müssen Inhalte in die Social-Media-Netzwerke einspeisen. Dieses Vorgehen kostet Mühe und Zeit, ohne dass Sie sofort einen Nutzen davon haben – im Gegenteil. Der Betreiber des Netzwerks vermarktet Ihren Content, und Sie erhalten davon keinen Cent. In der Startphase ist der Betrieb einer Social-Media-Präsenz also immer ein Minusgeschäft. Das Blatt wendet sich erst, wenn andere User zu Ihrem Content beitragen, Ihnen also einen Teil der Arbeit abnehmen. In der Regel funktioniert das über Fragen, Antworten und Kommentare. Beispiele:

- **Twitter** – Ein Follower stellt Ihnen eine Frage zu einem Produkt.
- **Facebook** – Ein Fan antwortet auf Ihr Posting.
- **YouTube** – Ein User hinterlässt einen Kommentar unter Ihrem Video.

## 14.2.3 Von Social Media zum Shop

Eine erfolgreiche Social-Media-Präsenz ist für einen Onlineshop ganz nützlich zur Imagepflege, aber dabei soll es natürlich nicht bleiben. Sie wollen ja mit Ihrem Shop Geld verdienen und nicht nur den Entertainer auf Twitter geben und Facebook selbstlos mit interessanten Postings füttern. Moralisch brauchen Sie da nicht ins Grübeln zu kommen. Der Facebook-Gründer Mark Zuckerberg leidet keine Not, er ist auf Ihre Content-Spende nicht angewiesen. Legen Sie sich also ins Zeug, um den Traffic umzuleiten – von Social Media zu Ihrem Shop. Von allein wechseln Ihre Follower allerdings nicht. Da müssen Sie schon etwas nachhelfen – mit halben Sachen.

### Halbe Sachen machen

Wie vereinen Sie beide Welten – Shop und Social Media? Zum Beispiel, indem Sie bei Supportanfragen auf Informationen verweisen, die im FAQ-Teil Ihrer Website enthalten sind. Machen Sie halbe-halbe.

**Beispiel 1:** Ein User erkundigt sich auf Facebook, ob er ein Produkt aus Ihrem Shop an eine USB-Buchse anschließen kann. Beantworten Sie die Frage zunächst in groben Zügen, setzen Sie dann aber einen Link auf Ihre FAQ-Seite oder auf einen passenden Beitrag auf dem Firmenblog.

**Beispiel 2:** Eine Userin fragt auf Twitter nach den Produktionsbedingungen für die von Ihnen verkaufte Kleidung. Auf Twitter ist wenig Platz. Beantworten Sie den Tweet und spielen Sie den Ball mit Rückfragen einige Male hin und her, bevor Sie dann auf fundierte Informationen verweisen, die Ihre Website bietet.

Im Idealfall wird das Frage-Antwort-Spiel zwischen Kunden und Support über die Kommentarfunktion auf dem Firmenblog weitergeführt. Usergenerierter Content auf Social-Media-Präsenzen ist gut – auf dem Firmenblog aber besser.



# Stichwortverzeichnis

## Symbole

.de-Domains 38  
 .htaccess 64, 622

## A

Abholung 30  
 Abmahnung 356  
 Abonnent 122  
 Absprungrate 536  
 Acquirer 144  
 Adminbereich schützen 589  
 Administration 108  
 Administrator 121  
 AGB 31, 135, 356  
 AIDA-Prinzip 438  
 Akkus 34  
 Aktualisierungen 122  
 Alkoholische Getränke 34  
 Allgemeine  
   Geschäftsbedingungen 31  
 Amazon 28  
 Anbieterkennzeichnung 356  
 Anmeldebildschirm 108  
 Anmeldefenster 73  
 Anmelden 72  
 Antispam Bee 102  
 Anwalt 33  
 Apache-Server 607  
 Apache-Webserver 56  
 Arzneimittel 34  
 Auftragsdatenverarbeitung 554  
 Autor 122  
 Avatar 116

## B

Backend 73, 76  
 Backlink 37, 536  
 Batterien 34  
 Baukastensystem 27, 28  
 Beitrag 76  
   erstellen 78  
   veröffentlichen 79  
 Benutzer 587

Beratung 494  
 Bestellbutton 133  
 Bewertungssystem 24  
 Bilder  
   ausrichten 120  
   einfügen 120  
   kostenlose 461  
 Bildformate 119  
 Bildmarke 44  
 Bildmaterial, Quellen 456  
 Bindestrich 37  
 Black Friday 30  
 Blog 54, 76  
 Blogger 41  
 Botnetze 584  
 Bounce-Rate 536  
 Broken Link Checker 106  
 Brute Force 584  
 Bücher 357  
   Rabatte 445  
 Büchersendung 184  
 Buchpreisbindungsgesetz 33,  
   379  
 Bundesdatenschutzgesetz 365  
 Bürgerliches Gesetzbuch 369  
 Businessplan 420  
 BVOH 468

## C

Checkliste 352  
 deutsche Erweiterungen für  
   WooCommerce 290  
 Domain und Marken 50  
 Fehlermeldungen 630  
 Gründung und  
   Gewerbeanmeldung 431  
 Information, Beratung und  
   Service 505  
 Installation 73  
 Konfiguration 129  
 Marketing 487  
 Provider 59  
 Rechtssicherheit 416

Security 618  
 Shopkonzept 140  
 Social Media 533  
 Suchmaschinenoptimierung  
   551  
 Tracking und Auswertung  
   580  
 Verschlüsselung 352  
 WooCommerce 264  
 wpShopGermany 337  
 Zahlung und Versand 186  
 Checkout-Page 29, 190  
 Child-Theme 85, 96  
 Clickandbuy 144  
 CMS 54  
 Codeansicht 82  
 config.php 622  
 config-sample.php 62  
 Contact Form 7 103  
 Content, usergeneriert 511  
 Copyright 119  
 Corporate Design 434, 436  
 Crashkurs HTML 92  
 Crawler 536  
 Cross-Selling 434, 446  
 Cross-Site-Scripting 584  
 CSS-Datei 93  
   anlegen 97  
   anpassen 93  
 CTA 434  
 Customizer 89  
 Cyber Monday 30

## D

Dashboard 76  
 Dateien 63  
 Datenbank 54  
 Datenbanksystem  
   MariaDB 56  
   MySQL 56  
 Datenbanktabellenpräfix 67  
 Datenschutzerklärung 31, 401  
 Deep Link 536

DENIC 57  
 Deutsche Erweiterungen für  
   WooCommerce 290  
 Diensteanbieter 356  
 Dienstleistungen 28, 29, 34  
 Disagio 144  
 Discounter 25  
 Diskussion 115  
 Diskussionseinstellungen 112  
 Domain 24, 509  
 Domain und Marken 50  
 Domainendungen 37  
   regionale 38  
 Domainname 35, 36  
 Double-Opt-in-Verfahren 31,  
   135  
 Download 30  
 Downloadprodukte 28  
 DPMA 24, 40, 42  
 Dummy Data 190

**E**

EAN 547  
 eBay 28  
 Editor 76, 80, 92  
 Eigenname 40  
 Einzelhandel 26  
 ElektroG 380  
 Elektrogeräte 34, 357  
 Elektronische Post 356  
 E-Mail-Einstellungen 105  
 E-Mail-Marketing 478  
 Ereignisse 554  
 Events 484  
 Extended Validation 344  
 Extension 190  
 Eyecatcher 434

**F**

Facebook 512, 513  
 Fahrzeuge 34  
 Fahrzeugteile 34  
 FAQ-Bereich 492  
 FAQ-Seite 490  
 Fehlermeldungen 622, 630  
   Database Connection 622  
   Datei nicht beschreibbar 626  
   Fatal Error 623  
   kein Zugriff auf Backend 626  
   Not Found 624

Verzeichnis nicht  
   beschreibbar 627  
 FileZilla 68  
   installieren 68  
 Finanzprodukte 34  
 FireFTP 68  
 Firmenblog 24, 469  
 Firmenname 40  
 Follower 508  
   gewinnen 510  
 Followerkampagne 526  
 forum.maennchen1.de 57  
 forum.wpde.org 57  
 Freiwillige Weiterversicherung  
   ALG 420, 424  
 Fremdwährung 31  
 Frontend 73, 76  
 FTP, Upload 69  
 FTP-Client 67  
   FileZilla 68  
   FireFTP 68  
 FTP-Zugangsdaten 69  
 functions.php 97

**G**

Garantie 356, 490  
 Gebühren 24  
 Generische Begriffe 39  
 Geprüfter Webshop 463  
 Gesamtkosten, Jahr 24  
 Geschäftskonto 147, 431  
 Geschäftskunden 173  
 Gesetze 356  
   für Onlinehändler 358  
   für Website-Betreiber 357  
   vom Sortiment abhängig 358  
 Gewährleistung 356, 490  
 Gewerbe 420  
 Gewerbeanmeldung 420  
   Gründungszuschuss 422  
 Giropay 145  
 Gläubiger-ID 144, 160, 161  
 Google AdSense 33  
 Google Analytics 570  
 Google Plus 512, 523  
 Grundgesetz 359  
 Gründung und  
   Gewerbeanmeldung 431  
 Gründungszuschuss 420, 422  
 Gruppiertes Produkt 190  
 GTIN 547

**H**

Händlerbund 464  
 Händlerorganisationen 35, 461  
 Hashtag 508, 521  
 Hausbank 166  
 Header-Bild 91  
 Hochladen 71  
 HT-Access 350  
 HTML 92  
 HTTPS 340

**I**

IBAN 163  
   Prüfziffer 163  
 Impressum 31, 134  
   Musterimpressum 390  
 Impressumspflicht 385  
 Information, Beratung und  
   Service 490, 505  
 Inkassounternehmen 173  
 install.php 71  
 Installation 71, 73  
   WordPress 54  
 Installation erfolgreich 72  
 IP-Adresse 554  
 ISBN 547

**J**

Jetpack 556  
 Juristische Dienstleistungen 33

**K**

Kassenseite 29  
 Kataloge 26  
 Kategorien 116  
   vergeben 116  
 Kauf auf Rechnung 174  
 Kaufbutton 31  
 Kaufvertrag 29  
 Keyword-Optimierung 539  
 Keywords 536, 539  
 Kleidung 357  
 Kleinunternehmerregelung  
   134, 286, 426  
 Kombinierte Namen 39  
 Kommentare 76, 112  
   beantworten 114  
   bearbeiten 113  
   einschalten 115  
   löschen 113

- Kommerzielle Kommunikation 356
- Kompromittierung 616
- Konfiguration 129
- Konfigurationsdatei 54, 65, 622  
speichern 67
- Konversion 434
- Konversionsrate 434
- Kostenfrage 132
- Kostenloser Versand 442
- Kreditkarte 30, 165  
Händlerseite 165  
Käuferseite 165  
Pro und Kontra 168
- Kreditkarten-Akzeptanzvertrag 144, 166
- Kundenbewertungstool 464
- Kundenbindung 490
- Kundencenter 54
- Kundenkonten 31, 135
- Kundenmanagementsystem 58
- L**
- Ladengestaltung 25
- Ladenhüter 26
- Ladenmiete 32
- Ladenschlussgesetz 26
- Ladenwerbung 485
- Lastschrift 30, 159  
einziehen 161  
Händlerseite 160  
Käuferseite 159
- Lead 434
- Lebensmittel 34
- Let's Encrypt 346
- Lieferzeit 134
- Liken 508, 520
- LinkedIn 512, 524
- Links  
einfügen 80  
löschen 81
- Live-Vorschau 83
- Logfile 554
- Login Security Solution 586
- M**
- Mahnung 172
- Managed Server 61
- Man-in-the-Middle 584
- Man-in-the-Middle-Angriff 340
- MariaDB 56
- Marken 42  
eintragen 49
- Markengesetz 368
- Markenkollision 50
- Markenrecherche 43
- Markenrecht 31, 38
- Markenverlängerung 49
- Marketing 434, 487  
Basics 435  
Firmenblog 469  
Händlerorganisationen 461  
Module 450  
Newsletter-Marketing 478  
Offlinemarketing 484  
Plug-ins 448  
Produktbilder 451
- Mediathek 76, 118  
Bildinformationen 119  
Datei hinzufügen 118
- Mehrwertsteuersatz,  
Empfängerland 134
- Menü 89  
erstellen 110  
Menü-Einstellungen 111
- Messen 484
- Meta-Widget 108
- Mindestbestellwert 442
- Mitarbeiter 122
- MITM 584
- Mod Rewrite 56, 622
- Musterimpresum 390
- MySQL 55
- MySQL-Datenbank 64, 67  
anlegen 608
- MySQL-  
Datenbankbenutzername 64
- MySQL-Passwort 64
- MySQL-Serveradresse 64
- MySQL-Zugangsdaten,  
Datenbank 66
- N**
- namecheck.com 36
- Namen 36
- Neuen Beitrag erstellen 78
- Newsletter-Abonnement 31
- Newsletter-Marketing 478
- Nizza-Klasse 35 48
- Onlineshop 48
- Nizza-Klassen 45
- Nutzungsbedingungen 356
- O**
- Onlinehandel 26, 27
- Onlineshop  
Baukastensystem 27  
realisieren 27
- Onlineshop-Nizza-Klasse 48
- Opt-in-Verfahren 480
- Opt-out-Verfahren 481
- P**
- PageRank 536
- Paketbeilage 486
- Pakete tracken 183
- Paketversand 183
- Passwörter 585
- Patente 42
- Paydirekt 175
- Payment-Service-Provider 144
- PayMill 145
- PayPal 30, 31, 144, 145, 175,  
180  
Gerichtsstand 159  
Geschäftskonto 147  
Händlerseite 147  
Käuferseite 146  
Phishing-Mails 158  
Probekauf 153  
Rechtssystem 159  
Sandbox 150  
Tipps 156
- PayPal Express 146
- PayPal Plus 146  
freischalten 149
- PayPal-Konto 146
- PayPal-Logo 157
- Permalinks 124, 538
- Persönlichkeitstyp 35
- PHP 54, 92
- PHP 5.6 54
- PHP 7 55
- PHP Memory Limit 56
- phpMyAdmin 64
- Physische Produkte 28
- Pinterest 512, 522
- Piwik 58, 557  
installieren 559
- Tracking-Code 564
- Plug-ins 28, 33, 76, 99  
aktivieren 101

aktualisieren 102, 124  
finden 100  
installieren 101  
Positionen verwalten 111  
Posting 508  
Preisaktionen 30  
Preisangabenverordnung 375  
Preisauszeichnung 134  
Preisgestaltung 25  
Preisnachlässe 443  
Premium-Themes 28  
Primäres Menü 111  
Privatkonto 431  
Privatkunden 173  
Produkt 190  
Produktbeschreibungen 31, 545  
Produktbilder 31, 190  
  rechtliche Aspekte 452  
  vom Fotografen 459  
  vom Hersteller 456  
Produktdaten 190  
Produkte 78  
  nicht physische 28  
  physische 28  
Produktkampagne 528  
Produktkategorien 116  
Produktschlagwörter 116  
Produktseiten 29  
Provider 24, 59  
  DENIC 57  
Prozente 443  
Prüfziffern 164  
Pseudodienstleister 49

**Q**

QR-Codes 27  
Quelle-Katalog 26

**R**

Rabatt 30, 434, 443  
  Bücher 445  
Radarereignisse 554  
Rechnung 30, 168, 170, 177  
  Händlerseite 169  
  Käuferseite 169  
Rechte 622  
Rechtsfallen 133  
Rechtssicherheit 180, 356, 416  
  Abmahnungen 381  
  AGB 411

Bestellbutton 413  
Datenschutzerklärung 401  
Gesetze für Shopbetreiber 369  
Gesetze für Websites 359  
Impressum 384  
Lieferzeitangaben 400  
Markenrecht 415  
Persönlichkeitsrechte 416  
Preisauszeichnung 413  
Urheberrecht 415  
Versandgebühren 399  
Widerruf 392  
Redakteur 122  
Responsive Webdesign 84  
Retouren 178  
Retweet 520  
ROI 434  
Rollen 121  
Rootserver 61  
Rücktritt 29  
Rundfunkstaatsvertrag 366

**S**

Sandbox 144  
Sandbox-Account 151  
Schlagwörter 116  
Schlagwortwolke 117  
Schlichtungsstelle 135  
Security 584, 618  
  Daten sichern 597  
  Kompromittierung 616  
  Vorbeugung 584  
  XAMPP-Spiegelung 602  
Security-Plug-ins 594  
sedo.de 36  
Seite 76  
  erstellen 79  
Seitenaufrufe 554  
SEO 536  
SEO-Plug-in Yoast 547  
SEPA 144  
SEPA-Lastschrift 162  
SEPA-System 30  
Server 24  
Service 495  
Servicefooter 490, 497  
SFTP-Modus 70  
Shopkonzept 132, 140  
Shop-Plug-ins 24, 105  
Shopsystem WooCommerce 190  
Shop-Themes 24, 82  
SMM 434  
Social Engineering 584  
Social Media 41, 508, 533  
  Accounts 513  
  Basics 509  
  Guidelines 529  
  Haftung 529  
  Haftung 531  
  Kanäle 512  
  Redaktionsplan 525  
  Strategie 525  
  Ziele 510  
Social-Links-Menü 111  
Social-Media-Agentur 530  
Social-Media-Knigge 532  
Social-Media-Marketing 434  
Social-Media-Netzwerk 508  
Social-Media-Präsenz 508, 510  
Social-Media-Verknüpfungen 24  
Sofortüberweisung 175  
Sonderzeichen 585  
Sortiment 33  
Sortimentauswahl 25  
SoundCloud 513, 524  
SSL 57, 340  
SSL-Zertifikat 24, 33, 340, 342  
Standard-Theme 82  
Startseite 29, 124  
Stationärer Handel 24, 27  
Statistik-Plug-ins 556  
Statistiktools 555  
Steuern 420  
Stockfotos 434, 457  
Storefront 85  
Strafrecht 360  
Stream 508  
Streitschlichtungs-Verordnung 377  
style.css 93, 97  
Stylesheet 93  
  Aufbau 94  
  Font ändern 95  
  öffnen 94  
Suchbegriffe 536  
Suchmaschinenresultatsseite 536

Suchmaschinenoptimierung  
 24, 536, 551  
 Artikelnummern 547  
 Backlink 550  
 Bilder 542  
 für Produkte 544  
 Keywords 539  
 Seitenstruktur 548  
 SEO-Basics 536  
 Texte 541  
 Verlinkungen 550  
 Support 58  
 Systemvoraussetzungen 54

**T**

Tabellenpräfix 587  
 Teaser 81  
 Teilen 508  
 Telemedien 356  
 Telemediengesetz 361  
 Text 82  
 Textilkennzeichnungsgesetz  
 33, 379  
 Text-Widget 109  
 Theme-Details 82  
 Themes 26, 28, 33, 76, 82  
 aktualisieren 98, 123  
 anpassen 89  
 Child-Theme 85, 96  
 externe 85  
 Farben 90  
 installieren 84  
 kostenpflichtig 85  
 löschen 99  
 Themes-Verwaltung 82  
 Theme-Wechsel 83  
 Tiefpreisgarantie 446  
 Tippfehlerdomains 341  
 Tracking und Auswertung 554,  
 580  
 Google Analytics 570  
 Piwik 557  
 Statistiktools 555  
 Tracking-Code 554  
 Tracking-Tool 58  
 Trolle 115  
 Trust Signals 434  
 Trusted Shops 467  
 Tweet 520  
 Twenty Fifteen 82  
 Twitter 512, 519

**U**

Umlautdomains 37  
 Umlaute 37  
 Umsatzsteuer  
 Crashkurs 427  
 Steuersätze 430  
 Umsatzsteuer-Voranmeldung  
 428  
 Unique Selling Proposition 434  
 Unlauterer Wettbewerb 372  
 Unternehmensvalidiertes SSL-  
 Zertifikat 343  
 Update 590  
 Upload 71  
 Uploadordner 593  
 Up-Selling 434, 446  
 Urheberrecht 31  
 Urheberrechtsgesetz 368  
 URL 24  
 USP 434  
 UWG 372

**V**

Variables Produkt 190  
 Vereinsname 40  
 Veröffentlichen 79  
 Verordnung 357  
 Verpackungsverordnung 31,  
 378  
 Versand 182  
 per Nachnahme 186  
 Versandarten 27, 144  
 Versandkosten 133  
 Versandkostengestaltung 31  
 Versandzone 190  
 Verschlüsselung 340  
 Akteure 341  
 CA 340  
 HTTPS 341  
 Protokoll 340  
 Schlüssel 340  
 SSL 340  
 SSL-Zertifikat 342  
 Vertipperdomain 341  
 Zertifikat 342  
 Versendung 30  
 Versicherungsprodukte 34  
 Verweildauer 536  
 Verzeichnisse 63  
 Visits 554

Visuell 82  
 vTiger 58

**W**

Waffen 34  
 Wareneigenschaften 133  
 Warenkorb 29  
 Warenübergabe 30  
 Warenwirtschaftssystem 58  
 webhostlist.de 57  
 Wordpress 24, 60  
 anmieten 60  
 WEEE-Richtlinie 380  
 Weiterlesen 81  
 Wettbewerbsrecht 357  
 Widerrufsbelehrung 31, 133  
 Widerrufsrecht 133  
 Widget-Bereiche 107  
 Widgets 76, 89, 106  
 wichtige 108  
 Widget-Verwaltung 107  
 WooCommerce 24, 26, 58,  
 132, 190, 264  
 Affiliate-Produkte 256  
 Aktivierung 191  
 API-Schnittstelle 233  
 Backend 204  
 Bestellung abwickeln 260  
 Demoprojekte 200  
 Deutsch 193  
 deutsche Erweiterungen 268  
 Dummy Data 201  
 Eigenschaften befüllen 247  
 einstellen 208  
 externe Produkte 254  
 Frontend 206, 208  
 Grundeinstellungen 192  
 Gutscheine 257  
 im Backend 198  
 Installation 191  
 Kundenkonten 223  
 Mindestanforderungen 190  
 PayPal 150  
 Plug-in 190  
 Produktbilder 236  
 Produktbundles 254  
 Produktdaten 238  
 Produkte einstellen 233  
 Produktkategorien 235  
 Seiten einrichten 193

- Shop-Standorteinstellungen
    - 194
  - Steuer 195
  - variable Produkte 244
  - Versand 195
  - Zahlungsmethoden 197
  - WooCommerce German
    - Market 137, 277
    - aktivieren 279
    - installieren 279
    - Konfiguration 284
    - Plug-in lizenzieren 282
  - WooCommerce Germanized
    - 135, 268
    - E-Mail-Konfiguration 275
    - installieren 268
    - Konfiguration 270
    - Pro-Version 136
    - Themes 276
    - Trusted Shops 276
    - Upgrades 276
    - VendiPro 136
  - WooCommerce-E-Mails 226
  - WordPress 24, 26
    - aktualisieren 122
    - Anmeldefenster 73
    - anmelden 72
    - deutsche Version 62
    - Download 62
    - hochladen 70
    - Installation 54
    - konfigurieren 76
    - lokal installieren 609
    - lokal spiegeln 611
    - PHP 5.6 54
    - PHP 7 55
    - shoptauglich 54
  - WordPress-Kern aktualisieren
    - 123
  - WordPress-Ordner 63
  - WordPress-Security 584
  - WordPress-Shop 27, 28
  - Wortmarke 44
  - wp-config-sample.php 64, 65
  - wp-includes 64
  - wpShopGermany 58, 139, 162, 294, 337
    - Bestellverwaltung 294, 332
    - erste Schritte 302
    - Konfiguration 308
    - Modul 294
    - neue Seiten 307
    - Produktverwaltung 294, 326
    - Shortcode 294
    - Sidebar 294
    - Support 334
  - Testaccount 297
  - TestShopGermany 295
  - Testversion installieren 299
  - Themes 295
  - Warenkorb-Widget 294, 304
  - Wurzelverzeichnis 622
- X**
- XAMPP 603, 609
    - installieren 605
    - Server 32
  - XING 512, 524
  - XSS 584
- Y**
- YouTube 512, 523
- Z**
- Zahlung und Versand 186
  - Zahlungen, entgangene 173
  - Zahlungsarten 144
  - Zahlungserinnerung 171
  - Zahlungsmethode 134
  - Zahlungssysteme 30
  - Zertifikat erwerben 347
  - Zivilrecht 357
  - Zugangsdaten eintragen 65



# Onlineshops mit WordPress

WordPress ist nicht nur eine der führenden Blogging-Plattformen, jede vierte Website und jeder dritte Onlineshop stehen auf einem WordPress-Fundament. Niedrige Kosten und gigantische Möglichkeiten zur Gestaltung und Vernetzung laden sowohl Profis als auch weniger technisch versierte Anwender ein, aus dem Vollen zu schöpfen.

WordPress hat alles an Bord, was man bei anderen Onlineshopsystemen erst mühsam implementieren muss: Shop-Plug-ins, Shop-Themes, Möglichkeiten zur Suchmaschinenoptimierung, Social-Media-Verknüpfungen, Firmenblogs, Kunden-Bewertungssysteme und vieles mehr.

## Installieren und konfigurieren

WordPress ist schnell installiert, dennoch muss man an einigen Schrauben drehen, damit der neue Onlineshop auch läuft wie geschmiert. Einstellungen im Dashboard, neue Themes und Widgets installieren, Funktionen mit Plug-ins erweitern, Permalinks einstellen, Kommentare moderieren u. m. Schnell werden Sie sich im Dashboard, der Kommandozentrale, zurechtfinden - nur wie geht es dann weiter?

## Fragen und Antworten

Wie funktionieren Kauf, Zahlung und Warenübergabe? Was ist bei Verkäufen ins Ausland zu beachten? Welche juristischen Aspekte sind für Sie als Online-Händler relevant? Wie vermeiden Sie Markenkollisionen und wie bekommen Sie Markenschutz für den Shopnamen? Wie bekommt Ihr Shop bei Google einen Platz in der ersten Reihe?

## Shopkonzepte und Marketing

Verschiedene Bausteine stehen für die Errichtung eines Onlineshops zur Verfügung. Welche das sind, erfahren Sie hier. Gewerbeanmeldung und Steuern, Zahlungsarten und Versand, WooCommerce, Marketing, Social Media, Suchmaschinenoptimierung u. m.

Bernd Schmitt lässt in diesem Buch keine Frage, die sich im Praxiseinsatz bei der Nutzung von WordPress als Onlineshop-Plattform stellt, unbeantwortet.

## Aus dem Inhalt:

- Von der Idee zur Domain
- Leichten Schrittes durch die WordPress-Installation
- Konfigurieren und administrieren im Dashboard
- Waren, Produkte und Zahlungsmethoden
- PayPal, Lastschrift, Kreditkarte oder Kauf auf Rechnung?
- Zahlungsarten aus Sicht des Kunden
- Aufwand für den Händler minimieren
- Verpackungsverordnung und Duales System
- WooCommerce installieren und einrichten
- Variable Produkte, Produktbundles, externe Produkte
- Rund um die Bestellabwicklung
- wpShopGermany, die Alternative zu WooCommerce
- Verschlüsselung mit SSL und HTTPS
- Gründer-Tipps und Rechtssicherheit für Shopbetreiber
- Gewerbeanmeldung und Steuern
- Marketing-Spezialitäten auf den Punkt gebracht
- Rund um Information, Beratung und Service
- Social-Media-Aktivitäten gezielt durchführen
- SEO – damit Sie bei Google auch gefunden werden
- Statistiken auswerten: Piwik und Google Analytics
- Security-How-tos für einen sicheren Onlineshop
- Fehlermeldungen verstehen und Probleme beheben
- Nützliche Checklisten und Ressourcen
- und vieles andere mehr