

# DIGITALE WASSER SIND TIEF

*SELBSTGEMACHTES VERKAUFEN, STATT IMMER NUR FAMILIE UND FREUNDE ZU BESCHENKEN? DAS INTERNET BIETET EIN MEER AN MÖGLICHKEITEN DAFÜR, ABER IM ONLINE-BUSINESS HERRSCHT HOHER WDWELLENGANG. CUT ZEIGT, WIE MAN IN DER FLUT DIGITALER ANGEBOTE NICHT UNTERGEHT.*

TEXT ANNIKA ZIESKE | ARTWORK I LIKE BIRDS

Manchmal entstehen die besten Ideen, wenn man gar nicht auf der Suche danach ist. So war es zum Beispiel bei Lena. Eigentlich ist sie freiberufliche Grafikdesignerin, doch 2013 fiel sie in ein richtiges Sommerloch: keine Aufträge, nicht viel zu tun. Und genau da entstand die Idee zu dem, was sie heute ihr „Second Business“ nennt. Unter dem Namen „There’s Always Room For Emptiness“ fing sie an, Flohmarktgeschirr mit schwarz-weißen grafischen Mustern zu bemalen. Im Freundeskreis waren alle begeistert, doch Lena wollte mehr. „Ich war stolz auf die Sachen und mir war klar: Das geht an eine breitere Masse.“ Ein eigener Online-Shop musste her.

Ähnlich war es bei Alex. Sie ist gelernte Modedesignerin und entdeckte in einem Assistenzjob, dass ihr das im Studium verhasste Nähen inzwischen doch Spaß machte, vor allem, wenn es um die Herstellung von Lederwaren ging. Sie machte eine Weiterbildung bei einer Taschnerin, arbeitete für verschiedene Unternehmen – und nebenher nähte sie immer wieder schlichte Ledertaschen. Irgendwann begann es in ihrem Kopf zu rattern: Könnte das Nebenbei-Hobby vielleicht zu mehr werden? Auch sie beschloss, einen Online-Shop zu eröffnen.

Sandra schlitterte hingegen regelrecht ins Online-Business hinein. 2008 veröffentlichte sie auf ihrem Blog ein Foto, wie fast jeden Tag. Das Bild zeigte die fingerlosen

Handschuhe, die sie ihrem Freund zum Geburtstag gehäkelt hatte. Ein paar Minuten später hatte sie die ersten Mails im Postfach: „Wo kann ich diese Handschuhe kaufen?“ Heute, sieben Jahre später, hat die Nachfrage nach ihren „Wrist Worms“ noch immer nicht nachgelassen.

Eine gute Idee, ein mit viel Herzblut hergestelltes Produkt – und schon stehen die Käufer Schlange. So einfach ist es natürlich nicht immer. Außerdem fangen hier erst die Probleme an. Wie schafft man es, die Sachen an den Mann und die Frau zu bringen? Im Internet geht ja alles, aber wie eigentlich genau?

## **ALLER ANFANG IST ... GAR NICHT SO SCHWER**

Wie Lena, Alex und Sandra stehen die meisten, die eigene Produkte und Dienstleistungen anbieten, erst mal vor dem Problem, wie man überhaupt einen Shop oder eine Website erstellt. Wie man sich also sozusagen eine eigene Insel im WWW schafft. Immerhin hat nicht jeder den Superprogrammierer im Freundeskreis. Hier kommen Plattformen wie Etsy oder Dawanda ins Spiel. Dort kann man mit wenigen Klicks einen eigenen Shop eröffnen. (Auf Seite 46 gibt’s die wichtigsten Infos, Kosten und Tipps dazu.)

Diese Anbieter nehmen einem die erste Schwierigkeit schon mal ab, nämlich, überhaupt ein Publikum zu finden.

Sie verstehen sich als Marktplatz für selbst gemachte Produkte, der schon die richtigen Leute anzieht. Im unendlichen Meer des Online-Business sind sie sozusagen die Kanaren, also Inseln, die ohnehin schon von vielen Leuten besucht werden.

Auch für unsere drei Designerinnen waren Etsy und Dawanda die ersten Anlaufstellen. Alex eröffnete 2010 ihren Dawanda-Shop, „völlig planlos“, wie sie heute sagt. Trotzdem verkaufte sie gleich im ersten Monat vier Taschen. Lena war als Mitglied bei Etsy aktiv, bevor sie ihren eigenen Shop eröffnete. Ähnlich wie Facebook funktionieren nämlich auch Etsy oder Dawanda als Community, mit Newsfeeds und der Möglichkeit, anderen Mitgliedern oder Verkäufern zu folgen und Kontakte aufzubauen. Und genau das sieht Lena als den großen Vorteil: „Man bekommt nicht nur eine Shoplösung, sondern gleichzeitig auch Kontakt zu vielen Leuten.“

#### VON DER PAUSCHALINSEL RAUS AUF HOHE SEE

Ein Anfang ist mit einem Shop bei einer Plattform also schnell gemacht, selbst wenn man noch keinen Seemannsknoten beherrscht. Allerdings kostet das Verkaufen hier Geld. Sandra hat zwar auf Etsy angefangen, den Shop nach vier Monaten aber schon wieder dichtgemacht und stattdessen bei Bigcartel neu eröffnet. Auch hier bekommt man einen Shop, der einfach zu bedienen ist und bei dem man nicht selbst programmieren können muss – aber man bezahlt nicht pro Verkauf, sondern eine monatliche Grundgebühr. (In den Infokästen auf Seite 46 gibt's die Fakten und noch weitere Shoplösungen.) Das Modell lohnt sich, meint Sandra, und sie muss es wissen, denn als gelernte Webdesignerin hätte sie sich theoretisch auch selbst einen Online-Auftritt bauen können. Was Bigcartel im Vergleich zu Etsy und Dawanda nicht bietet, ist der Marktplatz-Aspekt. „Das funktioniert nur, wenn man schon ein Publikum hat“, sagt Sandra. Womit wir bei einem der wichtigsten Punkte wären: Man muss natürlich wissen, an welche Reisenden man sich in den Weiten des WWW eigentlich richten will. Und das sollte alle Entscheidungen beeinflussen, sowohl was die Präsentation als auch Preise und Sprache anbelangt.

#### AHOI! ODER: WER IST MEINE ZIELGRUPPE?

Aber wie findet man eine eigene Ästhetik und die dazu passende Zielgruppe? Am besten natürlich ganz organisch. Wie bei Sandra. Sie bloggt bereits seit 1998, Hauptinhalt ihrer Posts und ihres Instagram-Feeds sind Fotos von Spaziergängen durch die Stadt, atmosphärische Orte in Berlin, kleine Details, Essen. Und zwar: schön. Damit hat sie sich über die Jahre eine große Gefolgschaft geschaffen, aber sie hat ihren Blog nicht aufgebaut, um

darüber Produkte zu bewerben. Natürlich weiß sie, dass es trotzdem hilft, die schlichten Wrist Worms zu verkaufen. Da sie die Handgelenkwärmer auch selbst trägt, sind sie sowieso oft auf den Bildern zu sehen. Oder sie zeigt ihren Arbeitsplatz, wo die Stücke entstehen. Sonderaktionen wie Sales oder neue Produkte bekommen einen eigenen Post. Überfrachten will sie ihre Web-Kanäle aber nicht, denn dafür gibt es ja den Shop. Auch Alex und Lena führen neben dem eigentlichen Online-Store für ihre Produkte jeweils noch einen Blog und füttern Social-Media-Outlets. Denn werden Facebook, Instagram, Pinterest oder Twitter anständig im Shop eingebunden (und ganz wichtig: auch ordentlich gepflegt!), geben sie Einblicke in ein Label und schaffen damit Kundenbindung, beziehungsweise locken neue Besucher an, ohne plump werben zu müssen. Aber natürlich immer mit der passenden Ästhetik, bitteschön.

#### PIMP YOUR INSEL

Sind der eigene Stil und die Zielgruppe gefunden, sollte sich das natürlich in allen Elementen des Shops widerspiegeln. Genau das war für Sandra auch der Grund, warum sie Etsy verließ. „Dort ist das Grundlayout von jedem Shop vorgegeben, ich wollte meinen aber freier gestalten.“ Aber auch bei Plattformen kann man vieles beeinflussen, zum Beispiel, was die Bildsprache angeht. Lena hat sich lange Gedanken gemacht, wie sie ihr grafisches Geschirr am besten präsentieren kann, aber das Konzept hat nicht so recht funktioniert. Mittlerweile sind ihre Fotos sehr reduziert: Das Geschirr steht auf einer schlichten, verwitterten Holzunterlage. „Das ist eigentlich eine alte Bank, die ich abgebeizt habe, dann aber keine Lust mehr hatte, sie zu streichen.“ Und fertig war das Floß zur Stilrettung.

Konzepte sind schön und gut, trotzdem muss man auch nach einfachen Lösungen suchen, die im Alltag immer wieder gut umzusetzen sind. Für kleine Schmuckstücke ist ein anderer Aufbau sinnvoll als für große Wintermäntel und es sind auch nicht immer große Shootings im Studio und mit ganz viel Requisite nötig. Weniger ist oft mehr, sonst geht das Verkaufsobjekt am Ende sogar unter. Statt Schnickschnack lieber auf Deutlichkeit und viele Bildvarianten setzen. Von vorne, von hinten, oben, unten, innen, außen, Detailaufnahmen und vielleicht sogar ein Video? Das lieben die Touristen daheim. Und dafür, da sind sich alle unsere Online-Business-Frauen einig, sollte man in eine anständige Digitalkamera investieren.

Neben der Ästhetik sind vor allem auch klare Strukturen im Seitenaufbau wichtig. Produkte müssen leicht auffindbar sein, sinnvoll in Kategorien eingeteilt und leicht zu durchstöbern sein. Denn langes Suchen vertreibt potenzielle Kunden. Wer den Strand nicht findet, kauft auch keinen Beach-Cocktail.

WER DEN STRAND NICHT  
FINDET, KAUFT AUCH  
KEINEN BEACH COCKTAIL.  
SOZIALE NETZWERKE  
WEISEN DEN WEG.

BLUBB UND WEG?  
WIE EINE MESSAGE  
IM WWW NICHT  
UNTERGEHT.

#### DO YOU SPEAK WWW?

Wenn das Seiten- und Bildkonzept steht, geht es ans Texten. Generell gilt im Netz: Lange Texte werden eher nicht gelesen, trotzdem sollte man sich genau überlegen, wie man seine Kunden ansprechen will. Für Lena war es zum Beispiel wichtig herauszustellen, dass eine Einzelperson hinter dem Shop steht. „Es sollte natürlich professionell wirken, aber die Käufer sollten wissen: Wenn man mich anschreibt, dann antworte ich selbst.“ So ist es auch bei Sandra. „Es gibt noch mehr Leute, die Stulpen verkaufen – aber die meisten sind gestrickt. Meine sind dagegen gehäkelt, und zwar von Hand, weil man häkeln im Gegensatz zum Stricken nicht mit Maschinen kann. Diesen Punkt muss ich in den Texten auch immer wieder herausstellen.“ Im bösen Marketing-Sprech nennt man das die „Unique Selling Proposition“, also das, was ein Produkt von anderen unterscheidet. Alex hat noch einen weiteren Tipp für die Texte: Wer online verkauft, erreicht oft auch internationale Kunden, Alex hat deshalb ihren ganzen Shop mit einem Englisch-Muttersprachler überarbeitet. „Ich habe zum Beispiel immer ‚Real Leather‘ geschrieben, es heißt aber ‚Genuine Leather‘“, erzählt sie. Seinen Seemannsjargon nicht zu vernachlässigen ist zudem nicht nur für reale Kunden wichtig, sondern auch für Internet-Suchmaschinen. (Auf Seite 47 finden sich noch mehr Tipps zum Thema.)

#### KEINE PANIK AUF DER TITANIC ODER: VERTRAUEN AUFBAUEN

Nachdem man seine eigene kleine Insel erobert, ein wenig aufgehübscht und sichergestellt hat, dass die ersten Gäste an Land gehen können, sollen sie nun natürlich auch fleißig Souvenirs kaufen. Hier liegt die große Schiffsbruchgefahr beim Online-Geschäft: Die meisten Menschen wollen gern anfassen, bevor sie eintüten. Dementsprechend höher ist die Hemmschwelle: Vielleicht ist das potenzielle neue Lieblingsstück in echt gar nicht so schön? Es ist wichtig, den lieben Neukunden durch ein paar rechtliche Regeln, klare Preise und Bezahlmethoden Sicherheit zu vermitteln (Auf Seite 47 gibt's eine Formel zum Berechnen der Preise und die wichtigsten Bezahlmethoden). Kann man Dinge zurückgeben? Wie lauten die AGB? Alex hat ihre zum Beispiel vom Händlerbund ([www.haendlerbund.de](http://www.haendlerbund.de)), dort wird man Mitglied und zahlt einen Jahresbeitrag. (Im Interview auf Seite 48 werden die wichtigsten rechtlichen Voraussetzungen zum Thema online verkaufen erklärt.) Lena, Sandra und Alex sind sich beim Thema Kundenvertrauen einig: Das alte Sprichwort vom Kunden als König gilt immer. „Grundsätzlich können Leute bei mir alles umtauschen“, sagt Lena. Und das zieht sie durch, sogar als eine Kundin mal eine Tasse zurückgab, an der sie offensichtlich mit Stahlwolle die aufgemalten

Muster halb heruntergeschrubbt hatte. Denn der Service zählt und niemand möchte Hasstiraden eines wütenden Kunden im Netz herumschwimmen haben.

Ein weiterer Punkt, der Vertrauen schafft, ist die Art des Versands – und auch gleichzeitig einer der nervigsten im Online-Business. Recherche, welcher Versandanbieter am besten passt, lohnt sich, denn auf Dauer können zu hohe Lieferkosten ganz schön die Gewinne drücken. Sandra verschickt ihre Wrist Worms einfach mit dem Standardversand – bei nicht allzu teuren Produkten völlig okay. Lena setzt dagegen auf versicherten Versand: „Ein Paket in die USA kostet bei mir 18 Euro, da ist der Versand teurer als das Produkt, aber ich habe eher das Gefühl, dass das Sicherheit ausstrahlt“, meint sie. Wichtigste Elemente für den sicheren Versand sind bei Lena Luftpolsterfolie, Kartons und Styropor. „Meine Freunde wissen das schon und sammeln für mich.“ Recycle your packaging – an sich eine super Idee – kommt für Sandra allerdings gar nicht infrage: „Ich finde es beim Online-Verkaufen fast genauso wichtig, eine schöne Verpackung zu haben wie ein schönes Produkt, gerade weil der persönliche Kontakt fehlt“, sagt sie.

#### WO SOLL DIE REISE HINGEHEN, CAPTAIN?

Ganz schön viele Dinge also, die man bedenken muss, bevor man sich auf die stürmische See des Online-Business hinauswagt. Genau deshalb sollte man sich vorher überlegen, wohin man eigentlich will. Das Ziel ist auch bei Alex, Lena und Sandra ganz unterschiedlich. Lena hat nach und nach immer weniger neue Produkte hergestellt – weil andere Aufträge dazwischenkamen. Sie hat die Erfahrung gemacht, dass ihr Second-Business eher zur Visitenkarte geworden ist. „Über den Shop habe ich tatsächlich auch schon viele Aufträge für andere Jobs bekommen.“ Sandra merkt an der Nachfrage, dass sie eigentlich noch viel mehr verkaufen könnte – will es aber gar nicht. „Sonst wird das Häkeln irgendwann vom Vergnügen zur Pflichtarbeit. Alex hingegen hat das Second- irgendwann zum First-Business gemacht. Sie schmiss ihren Tagesjob als Näherin hin und konzentrierte sich nur noch auf ihr Taschenlabel. Und siehe da: Während sie vorher manchmal noch Flauten erlebt hatte, lief es ab dem Punkt, an dem sie voll auf Kurs gegangen war, ziemlich gut. Denn auch wenn der Übergang vom Hobby zum Haupterwerb meist fließend ist, die Online-Seefahrt ist eben doch ganz schön harte Arbeit und kräftig rudern zahlt sich aus. Ahoi!

Die Labels unserer drei Vorzeigematrosinnen findet ihr hier:  
[www.alexbender.de](http://www.alexbender.de)  
[www.sandrajuto.bigcartel.com](http://www.sandrajuto.bigcartel.com)  
[www.room-for-emptiness.com](http://www.room-for-emptiness.com)

**MARKTPLATZ-PLATTFORMEN:  
DIE INSELGRUPPEN IM WWW***So einfach wie ein Pauschalurlaub.***ETSY** ([www.etsy.com](http://www.etsy.com))

- Anmeldung auch ohne Shop
- Einstellen eines Artikels: 0,20 US-Dollar
- Verkaufsprovision: 3,5 % des Produktpreises
- Zielgruppe: international

**DAWANDA** ([www.dawanda.com](http://www.dawanda.com))

- Same same: anmelden, mit oder ohne eigenen Shop
- Einstellen von Artikeln:  
bis 10 Euro Produktpreis: 10 Cent Gebühr pro Stück,  
bis 20 Euro: 20 Cent, ab 20 Euro: 0,30 Cent
- Verkaufsprovision: 5 % des Produktpreises
- Wird hauptsächlich im deutschsprachigen Raum genutzt.

**Für beide gilt:**

- Richtlinien und Guides bieten viele Tipps, wie man einen Shop besser gestalten kann. Durchlesen lohnt sich!
- Beide Plattformen haben einen Blog, der neue Verkäufer vorstellt. Dort anzuklopfen kann nicht schaden.
- Kostenpflichtige Logenplätze auf der Startseite erhöhen die Bekanntheit.

**DER EIGENE WEB-SHOP:  
MEIN STRAND, MEINE INSEL,  
MEINE YACHT, BABY***Wer nicht auf Pauschalurlaub steht, mietet sich sein eigenes Eiland.***BIGCARTEL** ([www.bigcartel.com](http://www.bigcartel.com)) Monatliche Grundgebühr in vier Preisstufen, von Gold (kostenlos, aber nur bis fünf Produkte) bis Titanium (29,90 US-Dollar pro Monat, für bis zu 300 Produkte).**SHOPIFY** ([www.shopify.com](http://www.shopify.com)) Monatliche Grundgebühr und Transaktionsgebühren in drei Stufen, von Basic (29 USD pro Monat, 1 GB Datenspeicher, unbegrenzte Anzahl von Produkten, 2 % Transaktionsgebühr) bis Unlimited (179 USD pro Monat, unbegrenzter Datenspeicher, unbegrenzte Anzahl von Produkten, 0,5 % Transaktionsgebühr).**TICTAIL** ([www.tictail.com](http://www.tictail.com)) Kostenlos, unbegrenzte Anzahl von Produkten einstellbar, kann mit vielen Apps ergänzt werden – die kosten dann allerdings.**KURATIERTER SHOPPINGPLATTFORMEN:  
DIE LUXUSRESSORTS***An diesen exklusiven Inseln dürfen nur ausgewählte Matrosen anlegen. Dafür locken erlesene (und kaufkräftige) Stammgäste.*

- Plattformen wie Monoqi ([www.monoqi.com](http://www.monoqi.com): Design, Mode, Möbel), Fab ([www.fab.com](http://www.fab.com): dito) oder Stilnest ([www.stilnest.com](http://www.stilnest.com): 3D gedruckter Schmuck) beschäftigen Kuratoren, die für sie nach schönem Design Ausschau halten – und verkaufen.
- Selbst bewerben geht bei Selekt ([www.selekt.com](http://www.selekt.com): junges deutsches Produktdesign) – einen Versuch ist es aber auch bei den anderen wert.
- Newniq ([www.newniq.com](http://www.newniq.com)) stellt Ideen vor. Wenn genug Leute ein Produkt kaufen wollen, wird produziert.

**Vorteile:** Ein fester Kundenstamm und clevere Marketingmensen, die das Bewerben übernehmen.**Nachteile:** Meist hohe Abgaben und zum Teil müssen große Liefermengen garantiert werden.**SOS, SEO ODER:  
SPRECHEN SIE INSULANISCH?***Ob eine Insel einsam bleibt oder zum Mallorca des WWW wird, darüber entscheidet auch SEO (Search Engine Optimization). Denn im Gegenteil zum Ladengeschäft spaziert beim Online-Shop keiner einfach mal so vorbei, sondern Suchmaschinen müssen eine Webseite gezielt vorschlagen. Das passiert aufgrund der Keywords und Metatags. Ziel ist es, möglichst weit oben auf der ersten Google-Seite zu landen, denn keiner blättert ewig bei Google. Also:*

- Keywords für die eigene Seite identifizieren (das heißt Schlüsselbegriffe, die die Produkte im Shop oder die Website generell beschreiben. Das können auch Wortkombinationen sein.)
- Professionelle Hilfsmittel nutzen, um die Häufigkeit von Keywords in Suchanfragen zu ermitteln und Ideen zu erhalten: Keyword-Planer von Google AdWords (<https://adwords.google.de>, unter Tools und Analysen), Google Trends ([www.google.de/trends](http://www.google.de/trends)).
- Keywords in der Seitenstruktur verwenden: das heißt im Seitentitel und der Metabeschreibung der Website, in Bildunterschriften, Bildbenennungen und den Alt-Tags sowie in Links und Navigationselementen.
- Keywords in den Texten verwenden: In allen Überschriften und Unterüberschriften (möglichst bereits als erstes Wort), direkt am Textanfang und dann regelmäßig im gesamten Text.

**CHEAP, CHEAP, MY FRIEND: PREIS-  
GESTALTUNG UND BEZAHLWEISEN***Wenn die Inselbesucher fleißig Souvenirs kaufen, sollen die Devisen auch ankommen. Die wichtigsten Bezahlarten und wie man vernünftige Preise festlegt.***PREISGESTALTUNG:**

- Grundregel bei der Preisberechnung: Material + Arbeitsaufwand (Stunden x realistischer, angenommener Stundenlohn) + Ausgaben (Ausgaben/Monat geteilt durch angenommene Anzahl der verkauften Produkte/Monat) + gewünschter Gewinn = Einkaufspreis.  
Einkaufspreis x 2 = Verkaufspreis.
- Wenn die Preise am Ende zu teuer sind: nicht weniger verlangen, sondern alle Teile der Gleichung auf Sparpotenzial prüfen (z. B. Material, Ausgaben, Optimierung der Herstellung)
- Und: vergleichen, was die Konkurrenz verlangt.

**BEZAHLMETHODEN:**

- **PayPal:** Schnell, nachvollziehbar und abgesichert. Unumgänglich bei internationalen Verkäufen, da einfacher und günstiger als Auslandsüberweisungen. Gebühren für den Verkäufer: 1,9 % + Festpreis von 0,35 Euro (bei Verkäufen in die EU. Länder außerhalb der EU: jeweils eigene Festpreise).
- **Kreditkarte oder Sofortüberweisung:** Wird auf allen Plattformen angeboten. Dort keine Gebühren, Abrechnung erfolgt über die jeweilige Plattform. Bei einer eigenen Website zahlt der Verkäufer Gebühren zwischen 3 und 5 % des Verkaufspreises + Pauschale von 10 bis 50 Cent (je nach Branche und Kreditinstitut), über Bezahlschnittstellen wie z. B. Paymill.
- **Überweisung:** Unterschieden in Vorkasse (Käufer überweist vor dem Versand, d. h. das größere Risiko liegt beim Kunden, daher bei ebenjenem nicht so beliebt) und auf Rechnung (Verkäufer verschickt Ware mit Rechnung, bevor er die Zahlung erhalten hat, daher beim Verkäufer nicht so beliebt). Kosten dafür: keine.
- **Nachnahme:** Der Verkäufer beauftragt Versandhändler, den Betrag direkt bei Lieferung abzukassieren und zu überweisen. Kosten je nach Paketdienstleister: zwischen 3 und 6 Euro.

**Generell gilt:** Jeder potenzielle Käufer hat andere Vorlieben in Sachen Bezahlung. Je mehr angebotene Optionen, desto weniger Verkaufsabbrüche.



## RECHTLICHES: VON ABMAHNWELLEN UND EINEM SEEMONSTER NAMENS IMPRESSUM

*In den Tiefen des Online-Meeres lauern furchterregende Kreaturen mit Namen wie Impressum, AGB oder Garantieleistungen. Diese unliebsamen Dinge zu ignorieren kann sich rächen, denn in den Weiten des WWW treten mitunter Abmahnungs-Tsunamis auf. Wir haben beim Berliner Anwalt, IT- und E-Commerce-Spezialisten Sebastian Dramburg nachgefragt:*

### Welche Angaben gehören ins Impressum?

Das lässt sich pauschal nicht beantworten, da dies zum Beispiel davon abhängt, ob eine Person oder ein Unternehmen die Seite betreibt. [www.anbieterkennung.de](http://www.anbieterkennung.de) gibt einen guten Einstieg in das Thema.

### Kann ich meine private Adresse weglassen und nur darauf verweisen, dass man sie per E-Mail erfragen kann?

Das würde nicht ausreichen. Es muss neben zwei unmittelbaren Kontaktmöglichkeiten (wie E-Mail und Fax) auch eine ladungsfähige Anschrift angegeben werden.

### Was kann passieren, wenn ich kein Impressum habe?

Es kann passieren, dass Sie von einem Mitbewerber abgemahnt werden. Ist die Abmahnung berechtigt, muss der Abgemahnte eine Unterlassungserklärung abgeben und die Kosten der Abmahnung übernehmen.

### Man liest immer wieder von Abmahnwellen. Ist das wirklich so häufig? Auch bei kleinen Privatanbietern?

Bei Privatanbietern eher seltener. Aber bei gewerblichen Webseiten kommen derartige Abmahnungen durchaus vor. Vor 1 bis 2 Jahren gab es durchaus eine Abmahnwelle, die sich gegen professionelle Facebook-Seiten gerichtet hat, weil dort kein Impressum vorhanden war.

### Welche Angaben müssen noch in meinen Online-Shop, damit rechtlich alles okay ist?

Verkäuferinformationen, Versandangaben, AGB, Datenschutzhinweis, Widerrufsbelehrung und Muster-Widerrufstext.

### Was muss in meine AGB und wo bekomme ich die her?

In den AGB muss erläutert werden, wie der Vertrag zwischen Käufer und Verkäufer zustande kommt. Daneben gibt es noch eine ganze Reihe von Pflichtinformationen (Haftung, Gewährleistung, Versand, Zahlungsbedingungen etc.). Spezialisierte Rechtsanwälte oder professionelle Anbieter bieten AGB an. Es sollten besser nicht die Texte von anderen Verkäufern genutzt werden, die können zum einen geschützt sein (Urheberrecht!), zum anderen auch schlicht falsch.

KEINE  
KREUZFAHRT  
OHNE  
KLEINGEDRUCKTES.

### Wie oft ändern sich solche Bestimmungen?

Gerichtsurteile und Gesetzesänderungen haben Auswirkungen auf die AGB. Von daher sollte man sie regelmäßig prüfen (lassen).

### Garantie und Rückgaberecht: Muss ich das einräumen oder ist das Kulanz?

Garantie muss man nicht geben. Aber das gesetzlich geregelte Widerrufsrecht ist Pflicht bei (fast) allen Waren, die nicht nach Kundenwünschen angefertigt sind.

### Warum brauche ich eine Datenschutzerklärung?

Weil der Betreiber eines Webshops über die Daten, die er über die Seite und im Rahmen der Verkaufsabwicklung erhebt und verarbeitet, aufklären muss.

### Worauf muss ich bei Preisangaben achten?

Wenn an Verbraucher verkauft wird, muss der Endpreis angegeben werden. Also inkl. Steuer und etwaigen Abgaben. Der Verbraucher muss den Preis sehen, den er auch am Ende zahlt.

**Na dann:  
Segel setzen und los, Matrosen!**



[www.vlieseline.com](http://www.vlieseline.com)



ENTDECKE UNSERE  
NEUE WEBSITE MIT  
TOLLEN EXTRA-FEATURES

Lerne die richtige Verarbeitung unserer Produkte mit Hilfe unserer Anleitungsvideos.

Nähe Deine einzigartigen Kreationen ganz einfach von zu Hause mit Hilfe unserer Schritt für Schritt-Nähanleitungen

Lass Dich von unseren Anwendungskreationen inspirieren und zaubere Deine eigenen selbst genähten Schmuckstücke.

Mit Vlieseline® gelingt Dir alles sicher und leicht – probiere es aus...