

# E-Commerce

Electronic Commerce (kurz: E-Commerce) ist ein Teil des Electronic Business und bezeichnet den Kauf und Verkauf von Waren und Leistungen über das Internet oder andere elektronische Verbindungen. Dabei können alle Arten von geschäftlichen Transaktionen abgewickelt werden, wie beispielsweise der Verkauf oder Kauf von Waren und Dienstleistungen oder die Abwicklung von Online-Banking oder After-Sales-Services. Der Austausch von Informationen zwischen den beteiligten Parteien erfolgt dabei elektronisch und nicht durch physischen Kontakt.

Um die Geschäftsprozesse und -beziehungen in einem Unternehmen zu managen, werden spezielle Informations- und Kommunikationstechnologien eingesetzt, um eine elektronische Integration und Verzahnung der Wertschöpfungsketten zu erreichen. Hierbei ist vor allem die Eliminierung von Medienbrüchen und Organisationsgrenzen in den Geschäftsprozessen von Bedeutung.

**Der E-Commerce hat sowohl Vor- als auch Nachteile.** Zu den Vorteilen gehören unter anderem die schnelle und unkomplizierte Abwicklung von Geschäftsprozessen, die 24-Stunden-Erreichbarkeit sowie die hohe Kundenzufriedenheit. Der Kaufprozess kann ohne Verzögerung getätigt werden, der Kunde kann bequem von zu Hause aus online bestellen und die Ware wird zeitnah verschickt. Auch die Möglichkeit des Online-Marketings und der gezielten Kundenansprache wird als Vorteil genannt.

## **Nachteile des E-Commerce**

Zu den Nachteilen des E-Commerce gehört unter anderem der Verzicht auf eine persönliche Kundenansprache sowie der ausschließliche Kontakt über das Internet. Außerdem kann der Aufbau einer digitalen Infrastruktur zeit- und kostenintensiv sein. E-Commerce trägt zudem zum Aussterben lokaler Geschäfte bei und erhöht das Verkehrsaufkommen durch die zunehmende Anzahl von Paketlieferdiensten. Auch die Daten- und Zahlungssicherheit sowie die Einhaltung von Datenschutznormen können als Nachteil genannt werden.

*E-Commerce ist ein wichtiges Thema im Bereich des Online-Handels und bietet zahlreiche Möglichkeiten, um Absatzzahlen zu steigern und Kundenbeziehungen zu pflegen. Ein cleverer Online-Händler setzt auf einen*

*gesunden Mix verschiedener Verkaufsplattformen und Absatzkanäle, die optimal aufeinander abgestimmt werden sollten.*

## **Risiken und rechtliche Aspekte des E-Commerce**

Beim E-Commerce gibt es verschiedene Risiken, die beachtet werden müssen. Eines der größten Risiken ist die Datensicherheit und der Schutz personenbezogener Daten. Es ist wichtig, dass alle Kunden- und Transaktionsdaten verschlüsselt und sicher gespeichert werden, um Cyberangriffe und Datenschutzverletzungen zu vermeiden. Ebenso müssen Betreiber von E-Commerce-Websites sicherstellen, dass ihre Websites vollständig konform mit den geltenden Datenschutzgesetzen sind, wie beispielsweise der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der EU.

Ein weiteres Risiko beim E-Commerce ist der Betrug durch Kreditkartenbetrug oder andere Arten von Zahlungsbetrug. Um solche Risiken zu minimieren, sollten Betreiber von E-Commerce-Websites die nötigen Sicherheitsmaßnahmen wie 2-Faktor-Authentifizierung, SSL-Verschlüsselung und Betrugspräventions-Tools einsetzen.

Rechtlich müssen E-Commerce-Betreiber sicherstellen, dass sie alle geltenden Gesetze und Vorschriften einhalten. Dazu gehören die Angabe von Informationen über das Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen sowie die gesetzlich vorgeschriebenen Widerrufs- und Rückgaberechte für Kunden. Auch die Umsatzsteuer und die Verbrauchsteuer sind wichtige Aspekte, die bei E-Commerce-Transaktionen berücksichtigt werden müssen.

Zusammenfassend ist es wichtig, bei der Planung und Umsetzung von E-Commerce-Strategien sorgfältig auf alle rechtlichen und sicherheitsrelevanten Aspekte zu achten, um Risiken zu minimieren und einen erfolgreichen Online-Handel zu gewährleisten.

## **E-commerce und die richtige Wahl des**

# Shop Systems.

Die Wahl des passenden Shop-Systems ist ein wichtiger Aspekt im E-Commerce. Hierbei gibt es verschiedene Anbieter mit unterschiedlichen Funktionen und Preismodellen wie Shopify, WooCommerce und Magento. Unternehmen können entweder auf Open-Source-Shop-Systeme wie Magento, WooCommerce und PrestaShop zurückgreifen oder auf SaaS-Shop-Systeme wie Shopify, Wix oder BigCommerce setzen. Die Open-Source-Systeme bieten eine hohe Flexibilität, erfordern jedoch ein gewisses technisches Know-how und können kostenintensiv sein. SaaS-Systeme bieten hingegen eine schnelle Einrichtung, sind jedoch in der Regel weniger flexibel und können höhere monatliche Kosten verursachen.

<b>Art von Shop-System</b>	<b>Beispiele</b>	<b>Vorteile</b>	<b>Nachteile</b>
Open-Source-Shop-Systeme	Magento, WooCommerce, PrestaShop	Sehr flexibel, individuelle Anpassung möglich	Einrichtung und Pflege erfordern technisches Know- how und können kostenintensiv sein
SaaS-Shop-Systeme	Shopify, Wix, BigCommerce	Schnelle und einfache Einrichtung, vorkonfiguriert und optimiert	Weniger flexibel als Open-Source-Systeme, höhere monatliche Kosten je nach gewähltem Leistungsumfang