

# BEURTEILUNGSSCHEMA

## für Online-Shops

### Was ist ein Online-Shop?

Ein Online-Shop (E-Commerce-Shop) ist ein digitales Verkaufsportal, über das Produkte oder Dienstleistungen direkt über das Internet angeboten, bestellt und bezahlt werden können.

## 1. Rechtliche Pflichten & Impressumspflicht

Online-Shops in Österreich (und der EU) unterliegen strengen gesetzlichen Vorschriften. Die Nichteinhaltung kann zu Abmahnungen, Bußgeldern oder Betriebsverboten führen.

### 1.1 Impressumspflicht (§ 5 E-Commerce-Gesetz)

Jeder kommerzielle Online-Shop muss folgende Angaben gut sichtbar (meist im Footer) bereitstellen:

Pflichtangabe	Erklärung
<b>Firmenname / Name</b>	Vollständiger rechtlicher Name des Betreibers
<b>Adresse</b>	Vollständige Geschäftsadresse (kein Postfach!)
<b>Kontaktdaten</b>	E-Mail-Adresse + Telefonnummer
<b>UID-Nummer</b>	Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (falls vorhanden)
<b>Firmenbuchnummer</b>	Bei GmbH, AG etc. Pflicht
<b>Aufsichtsbehörde</b>	Zuständige Behörde (z.B. Gewerbebehörde)
<b>Zuständiges Gericht</b>	Handelsgericht oder Bezirksgericht

### 1.2 Datenschutz (DSGVO)

- Datenschutzerklärung muss vorhanden und verständlich sein
- Cookie-Consent-Banner mit echtem Opt-in (kein vorausgewähltes Häkchen!)
- Recht auf Auskunft, Löschung und Datenportabilität muss gewährt werden
- Auftragsverarbeitungsvertrag (AVV) mit Tools wie Google Analytics
- Keine Weitergabe von Kundendaten ohne ausdrückliche Zustimmung

### 1.3 AGB & Widerrufsrecht

- Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) müssen vor dem Kauf einsehbar sein
- 14-tägiges Widerrufsrecht ist in der EU gesetzlich vorgeschrieben
- Widerrufsbelehrung muss klar und deutlich sichtbar sein
- Ausnahmen vom Widerrufsrecht müssen klar kommuniziert werden (z.B. individuelle Produkte)

### 1.4 Preistransparenz

- Alle Preise müssen inkl. MwSt. ausgewiesen sein
- Versandkosten müssen spätestens beim Checkout sichtbar sein
- Keine versteckten Kosten – alles muss vorher kommuniziert werden

## 2. Design & Benutzerfreundlichkeit (Usability)

---

Ein gutes Design schafft Vertrauen, reduziert Kaufabbrüche und verbessert die Conversion Rate (= Anteil der Besucher, die tatsächlich kaufen).

### 2.1 Optisches Erscheinungsbild

Kriterium	Max.	Beschreibung
<b>Professionelles Design</b>	/10	<i>Klares Layout, konsistente Farben, hohe Bildqualität</i>
<b>Corporate Identity</b>	/8	<i>Logo, Farben und Schrift einheitlich</i>
<b>Mobile Responsiveness</b>	/10	<i>Shop funktioniert auf Handy und Tablet einwandfrei</i>
<b>Ladegeschwindigkeit</b>	/8	<i>Seiten laden schnell (unter 3 Sekunden)</i>
<b>Barrierefreiheit</b>	/4	<i>Lesbare Schrift, ausreichende Kontraste</i>

### 2.2 Navigation & Struktur

- Klare Hauptnavigation mit logischer Kategorienstruktur
- Suchfunktion mit Autocomplete und Filtermöglichkeiten
- Breadcrumb-Navigation (Orientierung, wo man sich befindet)  
Beispiel:  
`Home > Damen > Schuhe > Sneaker`
- Maximal 3 Klicks bis zum gewünschten Produkt (3-Click-Regel)
- 404-Fehlerseite vorhanden und hilfreich gestaltet

### 2.3 Produktdarstellung

- Hochwertige Produktfotos aus mehreren Perspektiven
- Detaillierte Produktbeschreibungen (Maße, Material, Herkunft)
- Kundenrezensionen und Bewertungen sichtbar
- "Ähnliche Produkte" / "Kunden kauften auch" Empfehlungen
- Lagerbestand / Verfügbarkeit klar angezeigt

## 3. Kaufprozess & Checkout

---

Der Checkout ist der kritischste Moment im Online-Shopping. Studien zeigen: Über 70% der Warenkörbe werden abgebrochen – oft wegen eines schlechten Checkout-Prozesses.

### 3.1 Warenkorbfunktion

- Produkte können einfach hinzugefügt und entfernt werden
- Warenkorb bleibt gespeichert (auch nach Browser-Schließen)
- Preis-Übersicht inkl. Rabatte und Versandkosten im Warenkorb
- Mengenänderung direkt im Warenkorb möglich

### 3.2 Checkout-Prozess

- Gastbestellung möglich (kein Zwang zur Registrierung!)
- Wenige Schritte bis zur Bestellung (max. 3–4 Schritte)
- Fortschrittsanzeige beim Checkout
- Adresse und Daten leicht eingeb- und korrigierbar
- Bestellübersicht vor dem finalen Kauf

### 3.3 Zahlungsmethoden

Zahlungsart	Verbreitung	Wichtig für Österreich?
Kreditkarte (Visa/MC)	Sehr hoch	Ja – unverzichtbar
PayPal	Sehr hoch	Ja – sehr beliebt
Klarna / Ratenzahlung	Hoch	Ja – wächst stark
Banküberweisung	Mittel	Ja – traditionell
Kauf auf Rechnung	Hoch (DACH)	Sehr beliebt in AT

## 4. Vertrauen & Sicherheit

Vertrauen ist die wichtigste Währung im E-Commerce. Ohne Vertrauen kein Kauf.

### 4.1 Technische Sicherheit

- SSL-Zertifikat (HTTPS) – erkennbar am Schloss-Symbol im Browser
- Sichere Zahlungsabwicklung (PCI-DSS konform)
- Zwei-Faktor-Authentifizierung für Kundenkonten
- Regelmäßige Sicherheitsupdates des Shopsystems



### 4.2 Gütesiegel & Zertifikate

- Österreichisches E-Commerce-Gütezeichen (Handelsverband)
- Trusted Shops Zertifikat mit Käuferschutz
- TÜV-Zertifikat für geprüfte Onlineshops
- Zahlungspartner-Logos (Visa, MasterCard, PayPal) sichtbar platzieren



**TRUSTED SHOPS®**  
Das Gütesiegel mit Käuferschutz

### 4.3 Kundenbewertungen & Rezensionen

- Verifizierte Kundenbewertungen (z.B. über Trusted Shops, Google)
- Antworten auf negative Bewertungen professionell und zeitnah
- Durchschnittliche Sternebewertung gut sichtbar
- Anzahl der Bewertungen angegeben (erhöht Glaubwürdigkeit)

## 5. Vorteile & Nachteile von Online-Shops

---

Bei der Beurteilung eines Online-Shops sollten sowohl die Chancen als auch die Risiken dieser Verkaufsform berücksichtigt werden.

### 5.1 Aus Käufersicht

✓ VORTEILE	✗ NACHTEILE
Rund um die Uhr verfügbar (24/7)	Produkt kann vor dem Kauf nicht angefasst werden
Weltweite Auswahl an Produkten	Wartezeit bis zur Lieferung
Einfacher Preisvergleich möglich	Rückgabe aufwändig (Retoure)
Bequemes Einkaufen von zu Hause	Gefahr von Betrug & unseriösen Shops
Oft günstigere Preise als im stationären Handel	Datenschutzbedenken
Detaillierte Produktinfos & Bewertungen	Kein persönlicher Kontakt / Beratung
Lieferung direkt nach Hause	Versandkosten können Preisvorteile aufheben

### 5.2 Aus Betreibersicht

✓ VORTEILE	✗ NACHTEILE
Keine Miete für Ladenlokal	Hohe Konkurrenz (auch international)
Kunden weltweit erreichbar	Technischer Aufwand & Kosten
Günstigere Personalkosten	Logistik & Lagerhaltung komplex
Automatisierte Prozesse möglich	Retouren verursachen hohe Kosten
Detaillierte Daten über Kundenverhalten	Rechtliche Anforderungen (DSGVO, ECG...)
Skalierbar (schnelles Wachstum möglich)	Abhängigkeit von Shopsystem-Anbietern
Marketing über Google, Social Media etc.	Kundenbewertungen können negativ sein

## 6. Marketing & Sichtbarkeit

---

Ein Online-Shop, der nicht gefunden wird, kann nicht verkaufen. Marketing ist daher essenziell.

### 6.1 Suchmaschinenoptimierung (SEO)

- Sinnvolle Keywords in Produkttiteln und Beschreibungen
- Schnelle Ladezeiten (wichtig für Google-Ranking)
- Mobile-First Design (Google bewertet mobile Version)
- Einzigartige Produktbeschreibungen (keine Copy-Paste)
- Strukturierte Daten (für Google Shopping-Anzeigen)

## 6.2 Google Tools für Webshops

Tool	Funktion	Kosten
<b>Google Analytics 4</b>	Besucher analysieren, Kaufverhalten messen	<b>Kostenlos</b>
<b>Google Ads</b>	Bezahlte Werbung schalten (Shopping, Suche)	Bezahlt (CPC)
<b>Google AdSense</b>	Einnahmen durch Anzeigen (eher für Blogs)	Einnahmen für Betreiber
<b>Google Search Console</b>	SEO-Performance überwachen, Fehler erkennen	<b>Kostenlos</b>

## 7. Bewertungsbogen

Wähle einen Online-Shop deiner Wahl und beurteile ihn anhand des folgenden Schemas. Vergib Punkte und begründe deine Bewertung.

Bereich / Kriterium	Max.	Punkte	Anmerkung / Begründung
<b>1. RECHTLICHES</b>			
Impressum vollständig	10	___	
Datenschutzerklärung vorhanden	10	___	
Cookie-Banner korrekt	10	___	
AGB & Widerrufsrecht	10	___	
Preisangaben korrekt	10	___	
<b>2. DESIGN &amp; USABILITY</b>			
Optisches Erscheinungsbild	10	___	
Mobile Responsiveness	10	___	
Navigation & Struktur	10	___	
Produktdarstellung	10	___	
Ladegeschwindigkeit	10	___	
<b>3. KAUFPROZESS &amp; ZAHLUNG</b>			
Warenkorbfunktion	10	___	
Checkout-Prozess	10	___	
Zahlungsmethoden (Vielfalt)	10	___	
Gastbestellung möglich	10	___	
Versandinfos klar	10	___	
<b>4. VERTRAUEN &amp; SICHERHEIT</b>			
SSL-Verschlüsselung (HTTPS)	10	___	
Gütesiegel vorhanden	10	___	

Kundenbewertungen	10	—	
Kontaktmöglichkeiten	10	—	
Social Media Präsenz	10	—	
<b>GESAMTPUNKTE</b>	<b>200</b>	—	

## Notenspiegel

Sehr Gut (1)	Gut (2)	Befriedigend (3)	Genügend (4)	Nicht Gen. (5)
180–200 Pkt.	150–179 Pkt.	120–149 Pkt.	90–119 Pkt.	0–89 Pkt.

## 8. Diskussionsfragen für den Unterricht

Diese Fragen eignen sich als Einstieg, Vertiefung oder Abschluss der Unterrichtseinheit:

### Zum Einstieg

- Kaufst du selbst in Online-Shops ein? Welche nutzt du am häufigsten und warum?
- Was war deine bisher beste oder schlechteste Erfahrung mit einem Online-Shop?
- Worauf achtest du beim Einkaufen im Internet besonders?

### Zur Vertiefung

- Warum ist das Impressum im Internet Pflicht? Was könnte passieren, wenn es fehlt?
- Ein Händler verkauft auf seinem Shop teure Elektronik, hat aber kein Gütesiegel. Würdest du dort kaufen?
- Was ist der Unterschied zwischen Google Ads und SEO? Was ist langfristig besser?
- Warum geben Kunden manchmal Produkte zurück, obwohl sie ihnen eigentlich gefallen?
- Wie kann ein kleiner lokaler Shop mit Amazon konkurrieren?

### Zur kritischen Reflexion

- Ist es fair, dass große Online-Shops wie Amazon lokale Geschäfte verdrängen?
- Was sind die gesellschaftlichen Folgen des Online-Shopping-Booms?
- Wie viel Datenschutz verzichtest du bewusst, wenn du online einkaufst?
- Würdest du einem Shop mit vielen guten Bewertungen immer vertrauen? Können Bewertungen gefälscht sein?

### Zusammenfassung: Was macht einen guten Online-Shop aus?

#### Ein professioneller Online-Shop erfüllt vier Grundvoraussetzungen:

1. Rechtssicherheit: Impressum, DSGVO, AGB und Widerrufsrecht sind vollständig und korrekt.
2. Vertrauen: Gütesiegel, Kundenbewertungen und SSL-Verschlüsselung schaffen Sicherheit.
3. Benutzerfreundlichkeit: Einfache Navigation, schneller Checkout, mobile Optimierung.
4. Sichtbarkeit: SEO, Google Ads und Social Media bringen Kunden auf den Shop.

(Erstellt mit Google Claude) – 31.3.2026