

Auf Nummer sicher: Logistik und Recht für Onlineshops

Martina Dalla Vecchia und Lukas Fässler

Welche Hürden gibt es bei der Logistik und welche rechtlichen Aspekte müssen beim Aufsetzen und Arbeiten mit Onlineshops berücksichtigt werden?

Dank neuer Softwarelösungen ist es heute relativ einfach, einen Webshop zu erstellen. Die aktuellen Webshoplösungen unterstützen den gesamten Verkaufsprozess vom Anbieten der Ware über die Bezahlung, die Logistik und Warenbewirtschaftung bis zu Auswertungen und Möglichkeiten zur Kundenpflege. Die Schwierigkeiten beginnen meist mit der ersten Bestellung. Dann gilt es, die Ware ansprechend zu verpacken und sicher zu versenden. Und: Was passiert, wenn der Kunde die Ware nicht erhält oder zurückschickt? Was tun, wenn die Bestellungen deutlich über dem erwarteten Volumen liegen? Was ist zu beachten, wenn der Käufer im europäischen Ausland lebt? All diese Fragen gilt es vorab zu klären, um sich nicht ein logistisches oder rechtliches Problem einzuhandeln.

Logistik neu aufbauen. Hat ein Unternehmen bisher alle Produkte in einem Ladengeschäft verkauft, stellt der Verkauf über das Internet eine grosse Herausforderung dar: Der gesamte Logistikprozess muss neu aufgebaut werden. Dies reicht von der Frage der Verpackung über den Transport bis hin zum Kundenerlebnis beim Auspacken und dem Umgang mit Retouren. Unternehmen laufen Gefahr, dass die kalkulierten Margen nicht ausreichen, die Kosten des Logistikprozesses abzudecken, oder dass sie vom Erfolg überrannt werden und die eingehenden Bestellungen nicht bewältigen können.

Logistik-Szenarien durchspielen

Aus diesem Grund ist es wichtig, in der Planungsphase verschiedene Szenarien durchzuspielen. Was passiert, wenn nur wenige Bestellungen eingehen? Macht man dann alles selbst? Welches Bestellvolumen ist bewältigbar? Ab wann braucht es externe Unterstützung? Wann entstehen sprungfixe Kosten? Und: In welcher Zeit können weitere Kapazitäten aufgebaut werden? Wann sollten die Warnblinklichter angehen, damit das Kleinunternehmen noch schnell genug reagieren kann (siehe Abbildung 12)?

Grundsätzlich verfügen fast alle Onlineshoplösungen über ein integriertes **Warenwirtschaftssystem** oder eine Schnittstelle zu einem der Standardsysteme. Beim Eingeben der Stamm- und Produktdaten werden Mindestlagerbestände aufgenommen und mit jedem Verkauf aktualisiert. Vom Backend der Onlineshoplösung können Lieferscheine und Rechnungen gedruckt oder an den Logistikpartner gesandt werden.

Logistik-Schnittstelle integriert. Viele Webshops arbeiten mit einer automatisierten Schnittstelle zu einem Paketdienst. Dies ermöglicht die automatische Übermittlung der Lieferdaten an die Logistikpartner. Als wertvollen Zusatznutzen für die Kundinnen und Kunden bieten diese dann oft die Möglichkeit, die Lieferung via **Track & Trace** online zu verfolgen. Auf diese Weise sinkt die Zahl der Anfragen nach dem Verbleib der Ware und damit der Aufwand für den Shopbetreiber.

Fulfillment-Anbieter und Logistikpartner. Damit sich Onlineshopbetreiber auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können, lagern viele die Logistik an

exkurs




Das Button-Gesetz ↓

In Deutschland gilt das Button-Gesetz. Dieses regelt, wie der Bestellvorgang auf Verkaufswebseiten gestaltet sein muss und betrifft auch Schweizer Unternehmen, die auf den deutschen Markt ausgerichtet sind. Es enthält Vorgaben für die Schaltfläche, die angeklickt werden muss, um den Kauf abzuschliessen. Während etwa «kostenpflichtig bestellen» oder «kaufen» zulässige Formulierungen sind, ist «Bestellung abschicken» verboten. Ausserdem müssen folgende Infos klar angegeben werden:

- wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung
- Gesamtpreis
- zusätzlich anfallende Versandkosten
- Mindestlaufzeit des Vertrags

Die **markierten** Begriffe sind im Glossar am Ende dieser Nummer kurz erklärt.

Abbildung 12 Bestellszenarien anhand eines fiktiven Beispiels

	 Szenario 1: Flaute	 Szenario 2: Busy	 Szenario 3: Boom
Bestellvolumen	0–5 pro Tag	20–30 pro Tag	> 50 pro Tag
Marge	4 %	5 %	6 %
Lieferkosten pro Bestellung	9 CHF + Transport	9 CHF	9 CHF
Logistik (selbst/extern)	selbst (zur Post bringen)	extern (Post holt ab)	extern (Post holt 2x täglich ab)
Tracking	nein	ja	ja
Lieferzeit	3–5 Tage	2–3 Tage	10–15 Tage (Engpass!)

Beim Szenario einer Flaute sind die Einkaufsbedingungen nicht ideal und die Prozesse noch nicht optimiert. Gehen regelmässig Bestellungen ein, verbessert sich der Einkauf und die Transportprozesse sind aufeinander abgestimmt. Beim Szenario eines Booms muss das Unternehmen Lösungen finden, um Engpässe bei Einkauf und Lieferung zu umgehen.

Fulfillment-Anbieter aus. Der Leistungsumfang kann vom Versand über die Zwischenlagerung bis zu Warenlager und Inkasso reichen. Der Vorteil ist in erster Linie die Kostentransparenz.

Es gibt zahlreiche Logistikpartner auf dem Schweizer Markt: Die Post, DHL, UPS, FedEx, DPD sowie kleinere Anbieter. Problematisch sind die Erreichbarkeit und Übergabe der Ware an den Kunden. Zunehmend entstehen Paketstationen für die Zustellung der Waren (Goodbox bei der SBB und PickPost). Die Messlatte für Logistikleistungen liegt hoch. Bei den grossen Playern geht alles, was vor 17 Uhr bestellt wird, am selben Tag auf die Post. An diesen Leistungen müssen sich auch kleinere Webshops messen lassen.

Retouren – ein heisses Eisen. Lange vor dem ersten Verkauf sollte sich ein Shopbetreiber auch Gedanken zum professionellen Umgang mit Retouren machen. Retouren sind ein häufiger Grund für Reklamationen. Es ist empfehlenswert, im Shop zumindest eine einfache Kontaktfunktion zu integrieren, damit Kunden ihre Retouren direkt melden können. Im Zweifel kann das Unternehmen dann telefonisch mit dem Kunden in Kontakt treten und die Situation zur Kundenpflege nutzen.

Gesetzliche Grundlagen

Wer im Internet Waren verkauft, muss sich an gewisse gesetzliche Richtlinien halten wie:

- **Datenschutzrichtlinien**
- Vorschriften für Vertragsabschlüsse im Internet
- Widerrufsrechte
- Vorschriften in Bezug auf Angaben in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB)
- **Impressumpflicht**

In der Schweiz regeln nur wenige Bestimmungen den E-Commerce direkt. Es kommen aber Regelwerke aus verschiedenen Rechtsbereichen zur Anwendung: Datenschutzgesetz (DSG), Obligationenrecht (OR), Bundesgesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG), Urheberrechtsgesetz (URG), Markenschutzgesetz (MSchG), Bundesgesetz über die elektronische Signatur (ZertEs) oder die Preisbekanntgabeverordnung des SECO.

Datenschutzrichtlinien. Um bei Datenschutz und -sicherheit auf Nummer sicher zu gehen, muss das Unternehmen nicht nur die Daten der Kundinnen und Kunden schützen, sondern diese auch über deren Weiterverwendung informieren (siehe Checkliste Seite 28).

Widerrufsrecht. Derzeit diskutiert wird die Einführung eines Widerrufsrechts für Versandhandelsgeschäfte. Die Widerrufsfrist soll analog zu Deutschland 14 Tage betragen. Gewährt der Webshopbetreiber dieses Recht schon heute, müssen das Bestehen des Widerrufsrechts, die Rücktrittsfristen und die Modalitäten des Widerrufsrechts in den AGB festgeschrieben sein.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB). Unter den AGB versteht man vorformulierte Vertragsbestimmungen für eine Vielzahl von Verträgen einer bestimmten Art, zum Beispiel bezüglich Liefergebiet, Lieferzeit, Mindestbestellwert, Versandkosten, Zahlungskonditionen, Beanstandungen oder Rückgaberecht.

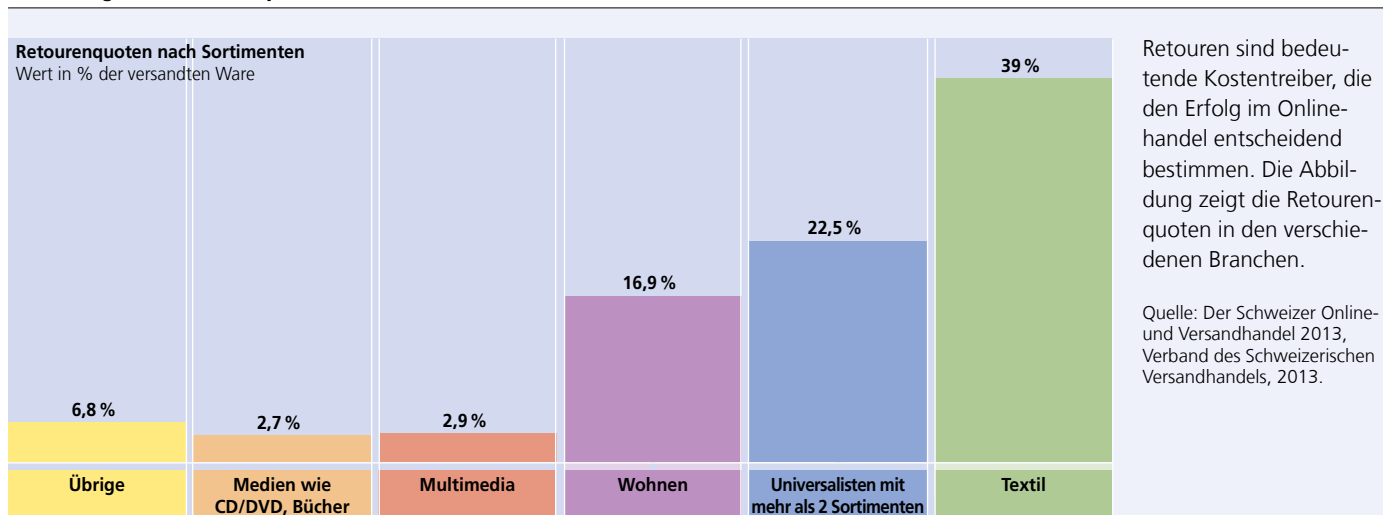
Im Onlinegeschäft ist eine gut sichtbare Verlinkung zwingend, da die AGB nur gelten, wenn der Benutzer die Möglichkeit hat, auf zumutbare Art und Weise Kenntnis von den AGB zu nehmen.

exkurs

Das gilt in der EU

- ↓
1. Geregelte Widerrufsfrist (z. B. 14 Tage in Deutschland)
 2. Button-Gesetz
 3. Bei zusätzlichen Zahlungsarten sind nur tatsächliche Mehrkosten verrechenbar
 4. Info zu Beginn der Bestellung, wohin geliefert wird / wohin nicht
 5. Ein Onlinevertrag muss ausdrücklich widerrufen werden (z. B. durch E-Mail), nicht nur durch Warenrücksendung
 6. Pflicht, auf Ausnahmen vom Widerrufsrecht für bestimmte Produkte hinzuweisen
 7. Hinweis in den AGB, wenn Rücksendekosten nicht freiwillig übernommen werden
 8. Lieferdauer max. 30 Tage ab Bestellung, ansonsten Rücktritt vom Vertrag ohne Kosten
 9. Transportversicherungskosten als Nebenkosten sind unzulässig
- Infos: muenchen.ihk.de/de/recht/Internetrecht/

Abbildung 13 **Retourenquoten 2013 in den verschiedenen Branchen**



Empfehlenswert ist es, die AGB und die Datenbearbeitungserklärung durch «Häkchensetzen» vom Benutzer akzeptieren zu lassen.

Impressumpflichten. Dies ist die Pflicht, sich gegenüber den Webseitenutzern erkennbar zu machen und gewisse Informationen über sich zu veröffentlichen. Folgende Informationen sind zwingend und verbindlich anzugeben: Vorname und Name respektive Firmenbezeichnung, Post- sowie E-Mail-Adresse. Zusätzlich sind empfehlenswert: Telefonnummer, Faxnummer, Link auf Handelsregistereintrag und UID-Nummer (falls vorhanden).

EU-konforme Shops. Für Schweizer Onlineshopbetreiber empfiehlt es sich, ihren Shop an die Standards im europäischen Ausland anzupassen. Es ist zu erwarten, dass diese Regelungen auch in der Schweiz gelten werden. Verkauft ein Webshopbetreiber Waren in die EU, sind die Besonderheiten des EU-Rechts zu berücksichtigen (siehe Exkurs Seite 27).

Fazit

Kleinunternehmer sollten bei den logistischen und rechtlichen Herausforderungen auf Nummer sicher gehen. Spielen Sie die verschiedenen Bestellszenarien durch und planen Sie entsprechende Massnahmen mit ein. Und: Setzen Sie von Anfang an auf die Umsetzung eines EU-konformen Shops, besonders wenn bereits klar ist, dass Sie Kunden im Ausland ansprechen werden.

Quellen:
Checkliste Onlineshop: «Recht und Vertrauensbildung»;
Die Schweizerische Post, Bern, post.ch

Checkliste: Logistik und Recht im Onlineshop

Welche Fragen müssen Onlineshopbetreiber in Bezug auf Logistik und Recht beachten?

Logistik	
<input type="checkbox"/>	Ist der Umgang mit Retouren und Reklamationen definiert?
<input type="checkbox"/>	Wurde der Bestellprozess mehrfach getestet, auch für Retouren und für Kunden im Ausland?
<input type="checkbox"/>	Sind die nötigen Ressourcen vorhanden, um Bestellungen effizient abzuwickeln?
<input type="checkbox"/>	Ist klar definiert, wie die Bestellung zusammengestellt, verpackt und geliefert wird?
<input type="checkbox"/>	Was wird intern erledigt, was mit externen Partnern? Tipp: Die Schweizerische Post bietet integrierte Lösungen für E-Commerce aus einer Hand (post.ch/e-commerce).
<input type="checkbox"/>	Welches Erlebnis/Gefühl soll der Kunde haben, wenn er sein Paket öffnet?
<input type="checkbox"/>	Wie sind die Logistikprozesse der Mitbewerber?
<input type="checkbox"/>	Ist die Nachverfolgbarkeit der Pakete durch die Kunden gewährleistet?
<input type="checkbox"/>	Soll an Paketstationen geliefert werden?
<input type="checkbox"/>	Sofern ins Ausland geliefert wird: Sind alle Rahmenbedingungen für Zoll und Transportgebühren abgeklärt? Werden diese Kosten transparent auf der Website ausgewiesen?
Recht	
<input type="checkbox"/>	Datenschutzrichtlinien: Gibt es eine klare Regelung, wie mit persönlichen Daten von Kunden umgegangen wird?
<input type="checkbox"/>	Ist die Datenschutzerklärung vollständig (z. B. Hinweis auf Newsletterversand, Bonitätsprüfung, Cookies usw.)?
<input type="checkbox"/>	Ist die Datenschutzerklärung mit Seiten, auf denen Daten erhoben werden, deutlich verlinkt?
<input type="checkbox"/>	Erfolgt vor der Nutzung von Kundendaten über den Bestellprozess hinaus eine explizite Einwilligung der Kunden?
<input type="checkbox"/>	Wurden datenschutzrechtliche Einwilligungen eingeholt (z. B. «Opt-In» zur Newsletterwerbung im Bestellablauf)?
<input type="checkbox"/>	Rückgaberecht: Ist es für den Kunden ersichtlich, bis zu welchem Zeitpunkt er die Ware zurückgeben kann? Ist diese Frist Europa-konform?
<input type="checkbox"/>	Werden etwaige Kosten für Zoll und Lieferung klar ausgewiesen?
<input type="checkbox"/>	AGB: Sind die Allgemeinen Geschäftsbedingungen auf jeder Seite des Webshops gut sichtbar, mit einer Gültigkeitsdauer versehen und druckfähig?
<input type="checkbox"/>	Impressumpflicht: Sind die gesetzlich erforderlichen Angaben des Verkäufers detailliert aufgeführt und gut sichtbar?
<input type="checkbox"/>	Werden folgende Informationspflichten gemäss UWG eingehalten? – Onlinevertragsabschluss: Wird auf die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsabschluss führen, hingewiesen? – Erkennung und Korrektur von Eingabefehlern: Werden angemessene technische Mittel zur Verfügung gestellt, mit denen Eingabefehler vor Abgabe der Bestellung erkannt und korrigiert werden können? – Bestellbestätigung: Wird die Bestellung dem Kunden unverzüglich auf elektronischen Wege bestätigt?
<input type="checkbox"/>	Werden Kunden über die Möglichkeit des Widerrufs ihrer Einwilligung informiert?
<input type="checkbox"/>	Wird auf die Abfrage überflüssiger Informationen verzichtet?
<input type="checkbox"/>	Ist die Datensicherheit gewährleistet (SSL-Verschlüsselung bei Übertragung von Zahlungsarten, sichere Passwortvergabe, falls es einen Login-Bereich gibt) und werden die Massnahmen zur Sicherung der Kundendaten auch kommuniziert?

Diese Checkliste steht Ihnen unter postfinance.ch/ku zur Verfügung.