

von Rechtsanwalt Nicolai Amereller

## Corona-Krise als Chance für den Onlinehandel? Soll ich jetzt einen eigenen Onlineshop eröffnen?

**Wer am Wochenende stationär einkaufen ging, erlebte fast schon apokalyptische Zustände: Überfüllte Parkplätze und Märkte, rücksichtslos durch den Laden hetzende "Hamsterkäufer", viele leere Regale und (zu Recht) genervte Verkäufer und Mitarbeiter. So tragisch die aktuellen Entwicklungen rund um das Coronavirus sind: Liegt in dieser Krisensituation die Chance für weiteres Wachstum des Onlinehandels?**

### Worum geht es?

Die aktuelle Corona-Krise ist nicht nur in gesundheitlicher Hinsicht dramatisch, sondern dürfte auch zu enormen wirtschaftlichen Verwerfungen führen.

Entscheidend für den Umfang der Krise in wirtschaftlicher Hinsicht dürfte dabei gar nicht so sehr die Faktenlage sein, sondern die Szenarien, die sich in den Köpfen der Verbraucher abspielen. Es geht also in erster Linie um Sorgen und Ängste der Kunden, die deren Kaufverhalten aktuell beeinflussen.

Wer als Händler den Kunden diese Sorgen und Ängste (etwa in Bezug auf Warenverfügbarkeit und Infektionsrisiko) zu nehmen weiß, der könnte letztlich von der aktuellen Krise wirtschaftlich sogar noch erheblich profitieren.

Längst ist der Onlinehandel kein reiner "Spezialhandel" für bestimmte Nischenprodukte mehr. Viele Kunden decken sich online auch regelmäßig mit Alltagsprodukten (wie etwa Lebensmitteln oder Hygieneartikeln) ein.

Auf den ersten Blick wirkt der Onlinehandel in Krisenzeiten sogar anfälliger als der stationäre Handel, muss die Distanz zwischen Verkäufer und Käufer doch noch durch eine Logistikkette überbrückt werden. Diese funktioniert in der aktuellen Krise doch erstaunlich gut, anders als die Warenverfügbarkeit im stationären Lebensmittelhandel.

Viele stationäre Händler bzw. Gründer stellen sich aktuell daher die Frage: "Soll ich wegen der Coronakrise einen Onlineshop eröffnen?" In der Tat gibt es aktuell viele Vorteile, warum die Verbraucher den Onlinekauf gegenüber dem stationären Einkauf bevorzugen könnten.

## Vorteil 1: Onlinekauf vermittelt dem Kunden in Krisensituationen ein Sicherheitsgefühl

Die größte Angst der Verbraucher dürfte derzeit darin bestehen, sich mit dem Virus etwa beim Einkaufen zu infizieren, sei es durch "verseuchte" Einkaufswagen, durch andere Marktbesucher oder durch den Kontakt mit dem anwesenden Personal.

Ist das Onlineshopping schon seit jeher die bequemere Lösung, ist es in der aktuellen Situation aus Sicht vieler Kunden zudem auch die sicherere Lösung.

Aktuell dürften sich viele Verbrauchern auf ein "Einigeln" in der nächsten Zeit einstellen. Umso besser, wenn für den Einkauf das Haus nicht verlassen werden muss.

Gerade bei der Risikogruppe der Älteren, die bisher eher weniger affin für das Onlineshopping sind dürfte dies ein gutes Argument sein, zum ersten Mal online zu bestellen bzw. auch Waren des täglichen Bedarfs vermehrt online einzukaufen.

Diese Umstände könnten dazu führen, dass eine Vielzahl bisher nicht onlineshoppingaffiner Interessenten künftig erstmals online bestellen wird bzw. bereits aktive Onlinebesteller künftig vermehrt Waren auch des täglichen Bedarfs online einkaufen werden.

## Vorteil 2: Verfügbarkeit quasi in Echtzeit überprüfbar

Während der typische "Hamsterkäufer" bei seinem stationären Einkauf u.U. gleich mehrere Märkte auf der Suche nach seinem bevorzugten Waren anfahren muss und dennoch Gefahr läuft, am Ende gar erfolglos zu bleiben oder zumindest nicht die gewünschte Menge bzw. die Wunschmarke zu bekommen, hätte er es online wesentlich einfacher.

Dort kann er gezielt nach Händlern suchen, welche die begehrte Ware derzeit noch liefern können, verliert keine Zeit und kein Geld für das Zurücklegen langer Wege bzw. kann sich vorab schon über Alternativprodukte informieren.

Aufgrund des langen Produktionsstillstands in China im Januar und Februar 2020 wird sich in einigen Wochen vermutlich auch im Bereich ganz anderer Sortimente als dem täglichen Bedarf ein Verfügbarkeitsengpass einstellen (etwa bei Verbraucherelektronik), da die Unterbrechung der Lieferkette bei Importware erst sehr viel später durchschlägt als etwa bei heimischen Klopapier.

Wer also Onlinehändler dann liefern kann und damit wirbt, gewinnt schnell einen Kunden, der andernfalls

eher offline gekauft hätte.

Auch dieser Umstand macht eine Onlinebestellung in Krisenzeiten noch attraktiver, als diese ohnehin bereits seit jeher ist.

### Vorteil 3: Belohnungsfaktor in Krisenzeiten online größer

Die geballten und andauernden Negativmeldungen könnten bei vielen Verbrauchern früher oder später den Wunsch nach einer "Belohnung" triggern.

Wer so viele schlechte Nachrichten verdauen muss, will sich früher oder später wieder etwas gönnen. Da das Thema Urlaub wohl für einige Zeit ebenfalls gestrichen werden muss, stehen die entsprechenden Mittel dann eher für Anschaffungen zur Verfügung.

Darüber hinaus werden in den kommenden Wochen und Monaten viele Arbeitnehmer vom Homeoffice aus arbeiten. Da hier kein Chef wacht und auch die Arbeitshaltung vermutlich nicht ganz so streng gesehen wird, wie im normalen Büro, dürfte auch deswegen eher Bestellaune aufkommen als im klassischen Büroalltag.

Auch hier wird also davon auszugehen sein, dass eine vermehrte Kaufbereitschaft vorhanden ist und ein solcher "Belohnungskauf" dann bei unklarer Sicherheitslage lieber online als stationär getätigt werden wird. Hier schlummert Potential.

### Vorteil 4: Onlinehandel als zusätzliches Standbein publikumsabhängiger Unternehmen

Selbst wenn derzeit (noch) keine flächendeckenden staatlichen Maßnahmen wie Geschäftsschließungen oder Ausgangssperren zum Tragen kommen, leiden bereits aktuell viele stationäre Händler unter einem erheblichen Publikums- und damit auch Umsatzrückgang.

Angesichts der permanenten Negativschlagzeilen dürfte vielen Shoppingwilligen die Lust vergangen sein, den Fuß vor die Türe zu setzen, um in stationären Geschäften einzukaufen. Es steht zu befürchten, dass dieser Trend anhalten wird, selbst wenn sich die Krisenlage entspannt. Im Zweifel bleibt man in aktuellen Zeiten lieber zu Hause.

Rein stationäre Händler leiden bereits seit Jahren unter dem stark zurückgehenden Publikumsverkehr, insbesondere in zuvor stark frequentierten innerstädtischen Lagen. Gerade in Kombination mit den seit Jahren steigenden Gewerbemieten ein ernsthaftes Problem.

Bevor sich diese Situation angesichts der bereits vorherrschenden Verunsicherung der Kunden verschärft bzw. zu erwartende staatliche Maßnahmen wie Ausgangssperren den stationären Handel noch massivere Probleme bereiten, ist es für betroffene Geschäftsinhaber eine Überlegung wert, nunmehr ein zweites Standbein im Ecommerce aufzutun.

Wer bereits im stationären Handel etabliert ist, hat es sogar leichter als jeder Gründer, sich im Onlinehandel zu betätigen. Die Waren und das nötige Know-how sind bereits vorhanden, ebenso Gewerbeanmeldung und eine grundsätzliche Logistik.

Auch dies verdeutlicht, dass der Onlineverkauf in diesen Krisenzeiten gerade für die besonders betroffenen stationären Händler eine Chance aus der (wirtschaftlichen) Krise sein kann.

## Der eigene Onlineshop ist schnell erstellt

In Zeiten von cloudbasierten Shoplösungen wie etwa von Shopify ist die Erstellung und Einrichtung eines eigenen Onlineshops kein Hexenwerk mehr und schnell realisiert.

Damit besteht die Möglichkeit, rasch vom nunmehr wohl deutlich stärker steigenden Bedarf im Onlinehandel zu profitieren bzw. Umsatzverluste im stationären Handel abzufedern.

Die IT-Recht Kanzlei unterstützt Sie gerne genauso rasch bei der rechtssicheren Realisierung Ihres Onlineshops. So können Sie Ihr Vorhaben zeitnah und rechtssicher angehen.

## Verkauf über Plattformen noch schneller realisierbar

Wer sich einen eigenen Onlineshop zunächst nicht zutraut bzw. noch schneller mit dem Verkauf im Ecommerce starten möchte, für den ist der Verkauf über etablierte Verkaufsplattformen wie Amazon oder eBay ein gangbarer Weg.

Hier muss in Sachen der Onlinepräsentation der Waren keine eigene Infrastruktur geschaffen werden - mit dem Verkauf kann also sehr schnell begonnen werden. Auch auf Verkaufsplattformen sollte auf eine rechtssichere Angebotsgestaltung geachtet werden, um keine teuren Abmahnungen zu riskieren.

## Fazit

Bei aller Dramatik des aktuellen Geschehens und dem enormen wirtschaftlichen Schadpotential der Corona-Krise dürfte sich wieder einmal zeigen, dass dem Onlinehandel in vielen Bereichen die Zukunft gehört.

Verunsicherte Konsumenten haben gute Gründe, aufgrund der derzeitigen Krisensituation ihr Einkaufsverhalten (noch mehr) auf den Onlinehandel zu verlagern, so dass dem Onlinehandel wohl weiteres Wachstum beschert wird.

Auf der anderen Seite schafft der Onlineverkauf für vom aktuellen Krisengeschehen gebeutelte, bisher rein stationär agierende Händler einen möglichen Ausgleich für stationär erlittene Umsatzverluste.

Damit lässt sich feststellen, dass der Zeitpunkt für einen Einstieg in den Onlinehandel derzeit eher günstig als riskant erscheint.

Folglich kann die Frage "Soll ich jetzt einen eigenen Onlineshop eröffnen?" mit einem eindeutigen "Ja" beantwortet werden.

Allerdings wird abzuwarten bleiben, wie sich Liefer- und Logistikketten entwickeln werden. Insbesondere massive Störungen bei der Lieferung an die Verbraucher durch die Paketdienste könnten auch im Bereich des Onlinehandels zu Verzerrungen führen.

Wir begleiten Sie gerne bei Ihrem Start im Onlinehandel in rechtlicher Hinsicht, damit Sie Ihren Ecommerce-Auftritt von Beginn an auf rechtssichere Füße stellen.

Autor:

**RA Nicolai Amereller**

Rechtsanwalt