

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

Wenn nicht jetzt, wann dann? Warum 2021 das beste Jahr für den Onlinehandel werden könnte

Corona hat die Innenstädte und gesamten stationären Handel mit Ausnahme der wenigen geöffneten Geschäfte weiter massiv im Griff. Eine Entschärfung des Lockdowns ist zwar für März angekündigt. Bei jeder Lockerung verbleibt die Gefahr einer erneuten Verschärfung der Infektionslage. Nutznießer des Lockdowns ist nahezu der gesamte Ecommerce. Lohnt sich jetzt der Einstieg in den Onlinehandel?

Überlebenskampf vs. Umsatzrekorde

Seit dem 02.11.2020 – und damit seit über 3 Monaten – hat der zweite und zuletzt am 16.12.2020 nochmals verschärfte Lockdown die Geschäftswelt in Deutschland fest im Griff. Jedenfalls, soweit es um den stationären Handel abseits der engen Ausnahmen wie den Verkauf von Lebensmitteln geht.

Die Not und Verzweiflung unter den Gewerbetreibenden mit geschlossenen Geschäften in Deutschland, die noch keinen digitalen Vertriebsweg haben, ist inzwischen sehr groß und wächst täglich weiter an.

Staatshilfen kommen nicht (rechtzeitig) an und Handelsverbände sprechen bereits von 50.000 Betrieben, welche die lockdownbedingten Umsatzausfälle wohl nicht überleben und in die Insolvenz rutschen werden.

Verschärft hat die bereits sehr angespannte Situation die jüngst beschlossene Verlängerung des harten Lockdowns bis zum 07.03.2021.

Aber selbst wenn der aktuelle Lockdown endet, wird wohl kaum etwas wie vorher sein.

Zum einen schwebt das ständige Damoklesschwert steigender Infektionszahlen über den Lockerungen. Wie der vergangene Herbst gezeigt hat, kommt es dann schnell zu erneuten Einschränkungen. Zum anderen dürfte sich auch das Käuferverhalten massiv und nachhaltig verändert haben.

Der Onlinehandel dagegen profitiert ungemein von den Einschränkungen im stationären Handel und schreibt in vielen Bereichen Umsatzrekorde.

Gerade in den Sortimenten, in denen Verbraucher ihren Bedarf wegen des geschlossenen stationären Handels vor Ort nicht befriedigen können (etwa im Bereich Elektronikgeräte, Haushaltswaren, Spielzeuge, Möbel, Textilien) kommen Onlinehändler an die Grenze des Machbaren, so hoch ist die Nachfrage.

Prophezeite Zusammenbrüche der Liefer- und Logistikketten sind weitestgehend ausgeblieben. Sogar im Weihnachtsgeschäft 2020 lief der Versand trotz massiver Steigerung der Paketflut grundsätzlich zuverlässig.

Kurzum: Der Onlinehandel brummt.

Massives Wachstum im deutschen Onlinehandel – Potentiale winken

Seit jeher wächst der Ecommerce extrem dynamisch und Umsätze verlagern sich vom stationären Handel kontinuierlich in den Onlinebereich. Die Corona-Pandemie hat dem deutschen Onlinehandel jedoch einen ungeahnten Schub verpasst.

Nach vorläufigen Zahlen des Statistischen Bundesamtes zur Entwicklung des deutschen Einzelhandels stiegen die Umsätze im Internet- und Versandhandel von Januar 2020 bis November 2020 preisbereinigt (real) um 23,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum an.

Analysen gehen davon aus, dass der deutsche Onlinehandel alleine im ersten „Coronajahr“ so stark gewachsen ist, wie er – unter gewöhnlichen Umständen – sonst in etwa 3 Jahren gewachsen wäre.

Dies zeigt auf der einen Seite, welches Potential nach wie vor im Onlinehandel steckt und auf der anderen Seite, wie hart diese Entwicklung Händler bestraft, die den „digitalen Anschluss“ verpassen.

Doppelte Verlierer: Stationärer Handel ohne digitales Standbein

Besonders hart von den coronabedingten Einschränkungen betroffen sind Geschäftsinhaber, die sich bislang noch überhaupt nicht auf das digitale Parkett gewagt haben.

Wer seinen Laden zusperren muss, aber nicht digital (z.B. auf der eigenen Webseite oder in sozialen Medien wie Facebook oder Instagram) Werbung machen kann (etwa für Click & Collect-Angebote oder einen Lieferservice), dem entfällt meist nahezu der gesamte Umsatz.

Hier rächt es sich, wenn das Fußfassen im Digitalbereich bisher nicht erfolgte.

Da nicht absehbar ist, wie weitgehend die Lockerungen verlaufen und jederzeit Rückschritte drohen, sollten betroffene Händler wenigstens jetzt darüber nachdenken, den Schritt in die digitale Handelswelt zu wagen.

Denn die Transformation des rein stationären Handels in ein profitables Onlinegeschäft lässt sich nicht von heute auf morgen vollziehen. Hier sollte daher bereits heute an die Zukunft gedacht werden.

Nie dagewesener Digitalisierungsschub

Auch abseits vom Onlinehandel sorgte die Pandemie für eine gewaltige Beschleunigung der Digitalisierung. Insbesondere bei älteren Leuten, die bislang vor der Nutzung von PC und Smartphone zurückschreckten, ist eine Annäherung an die digitale Welt zu beobachten.

Nachvollziehbar, denn wer seine Liebsten auch in aktuellen Zeiten risikolos als Angehöriger einer Risikogruppe „sehen“ möchte, muss meist auf digitale Techniken, wie Videoanrufe ausweichen und verliert auf diese Weise schnell die Scheu vor der modernen Technik.

Auch bisher weniger computeraffine Personen jüngeren Alters werden zwangsweise durch neue, nun aber alltägliche Ereignisse wie Homeoffice, Videokonferenzen oder digitale Behördengänge wesentlich vertrauter mit der Nutzung von PC und Internet.

Alles in allem dürfte Corona zum einem massiven Digitalisierungsschub geführt haben.

Personen, die bisher vor der Nutzung von PC oder Smartphone und Internet zurückgeschreckt haben müssen sich coronabedingt mit diesen Techniken auseinandersetzen und entsprechende Geräte anschaffen. Diese stellen eine neue Zielgruppe für Online-Händler dar.

Warum der Boom von Dauer sein dürfte

Aller Voraussicht wird der große Boom des Onlinehandels auch nicht auf die Zeit beschränkt bleiben, in der die Pandemie unseren Alltag beherrscht.

Durch die Veränderung des Käuferverhaltens und die „Digitalisierung“ ganz neuer Personengruppen ist davon auszugehen, dass der Onlinehandel dauerhaft von den coronabedingten Einschränkungen des stationären Einzelhandels profitieren wird.

Ein einfaches Beispiel: Jemand, der sich bislang davor scheute, online Mode zu kaufen, etwa weil er die Kleidung zuvor nicht probieren kann, seine Größen nicht genau kennt oder kein Freund möglicher Retouren ist, der wird in Zeiten des Lockdowns gezwungenermaßen zum Internet-Käufer.

Ist die Skepsis erst einmal überwunden und die erste Bestellung schnell und zur Zufriedenheit geliefert worden bzw. sogar eine mögliche Retoure unkompliziert abgewickelt worden, dürfte der bisher skeptische Besteller von den Vorteilen des Online-Kaufs überzeugt sein.

Aufgrund der coronabedingten „Digitalisierung“ älterer Personen, dürfte der Ecommerce auch nachhaltig von der Erschließung solcher „Silver Surfer“ als Zielgruppe profitieren.

Bei jüngeren und technikaffinen Käuferschichten ist schon seit einigen Jahren zu beobachten, dass in vielen Bereichen Waren überhaupt nicht mehr stationär gekauft werden. Die vielen Vorteile, insbesondere die bequeme Art des Kaufs online, dürften nun zunehmend auch von älteren Käuferschichten und bisher technikscheuen Nutzern erkannt und dauerhaft geschätzt werden.

Der Onlinekauf ist in heutigen Zeiten kein Risiko mehr und dürfte aufgrund der vielen Vorteile, insbesondere der bequemen Abwicklung gerade Senioren dauerhaft ansprechen, ist die erste Scheu einmal überwunden.

Diese – vom Einkauf online überzeugten – Kunden werden auch, ist Corona einmal überwunden, dann eher nicht mehr in die Innenstädte zurückkehren, sondern vielmehr dem Ecommerce dauerhaft eine weitere Nachfrage bescheren.

Kettenreaktion droht

Als hätte der stationäre Einzelhandel nicht bereits genug unter der Abwanderung ganzer Käuferschichten in den Ecommerce und den Lockdowns zu leiden, droht nach Ende des Lockdowns eine Kettenreaktion.

Viele überzeugte „Vor-Ort-Käufer“ schätzen die Möglichkeit, in Einkaufsmeilen, Innenstädten oder Shoppingcentern mit einem Besuch diverse Kaufbedürfnisse befriedigen zu können.

Bereits jetzt, trotz deutlicher gelockerter Insolvenzbestimmungen, sind bereits erste Insolvenzen auch größerer Ketten zu verzeichnen bzw. wurde vielfach angekündigt, die Filialnetze massiv auszudünnen.

Schon vor Corona zeichnete sich in teuren Lagen ein steigender Leerstand von Geschäften ab. Diese Situation dürfte sich in der Nach-Corona-Zeit massiv zuspitzen, sei es durch die zu erwartenden Insolvenzen oder Rationalisierungsmaßnahmen angeschlagener Ketten.

Ein solcher Leerstand schreckt überzeugte Vor-Ort-Käufer ab, insbesondere, wenn dadurch nicht mehr wie bisher der Bedarf auf einen Schlag gedeckt werden kann. Dies wiederum dürfte sich nachteilig auf stationäre Geschäfte auswirken, die den Lockdown überstanden haben.

Soll ich nun mit dem Internetverkauf starten?

Darauf lässt sich keine pauschale Antwort geben. Auch online funktioniert der Verkauf langfristig nur, wenn qualitativ gute und nachgefragte Ware zum vernünftigen Preis mit entsprechendem Service verkauft wird.

Ein schlüssiges und nachhaltiges Geschäftskonzept ist auch im Ecommerce eine essentielle Voraussetzung, um dauerhaft Fuß fassen zu können.

Festhalten lässt sich aber jedenfalls, dass die nachfrageseitigen Voraussetzungen nicht besser sein könnten als derzeit. Die Verlagerung ganzer Käuferschichten in den Ecommerce sollte einen idealen Startzeitpunkt für den Neubeginn des Onlineverkaufs bzw. die Transformation des eigenen stationären Handels in das Internet markieren.

Abseits von „Hypes“ wie Dropshipping oder dem Amazon-FBA-Business verspricht die coronabedingte Verlagerung echter Nachfrage in den Ecommerce die Möglichkeit des Etablierens nachhaltiger Geschäftskonzepte im Internet.

Wer ohnehin mit dem Onlinehandel geliebäugelt hat, der hat guten Grund, nun loszulegen.

Wer aus materiellen Gründen gezwungen ist, entweder wegen der Schließung seines Ladengeschäfts oder aufgrund coronabedingter Einbußen als Angestellter, sich Online ein zweites Standbein aufzubauen, der sollte die Chance jetzt nutzen und nicht weitere Zeit verlieren.

Niedrige Eintrittshürden

Nicht nur die Chancen, von einem sehr stark wachsenden Onlinemarkt zu partizipieren stehen derzeit sehr gut. Auch sind die Hürden, technisch in den Ecommerce einzusteigen, inzwischen sehr niedrig.

Die Zeiten, in denen einem Start wochenlange Programmierarbeiten am eigenen Onlineshop vorausgingen, sind zum Glück vorbei. In der heutigen Zeit kann mittels Cloudlösungen für Shops (wie etwa derjenigen von [Shopify](#) oder durch Baukastensysteme (wie etwa der Lösung von [STRATO](#)) meist binnen weniger Tage ein voll funktionsfähiger eigener Onlineshop gestartet werden.

Ohne Server vor Ort und ohne Programmierkenntnisse

Seit jeher einen einfachen und schnellen Einstieg in den Ecommerce bieten die etablierten Verkaufsplattformen wie Amazon, eBay oder etsy. Angebote sind hier schnell eingestellt und eine große Reichweite vorhanden. Der Nachteil: Die Plattformbetreiber verlangen teils erhebliche Gebühren, was die Marge des Händlers schmälert.

Immer mehr Bedeutung gewinnen auch unkonventionellere Vertriebskanäle wie Facebook, Instagram oder eBay-Kleinanzeigen. Auch hier kann schnell Reichweite aufgebaut werden. Da keine Einstell- bzw. Verkaufsgebühren anfallen, bleibt dem Händler mehr.

Wer also als „Anfänger“ im Ecommerce entweder nicht die Zeit oder nicht die nötigen Mittel dafür hat, einen klassischen eigenen Onlineshop programmieren zu lassen, dem stehen zahlreiche schnelle und günstige Alternativen für einen Einstieg in den Online-Markt offen.

Nichts zu verlieren

Der Onlinehandel bietet derzeit auch Neueinsteigern beste Chancen, sich ein profitables (weiteres) Standbein aufzubauen. Insbesondere vom Lockdown gebeutelte Inhaber rein stationärer Geschäfte haben quasi gar keine andere Wahl, als nunmehr auch digital anzubieten.

Die Markteintrittskosten sind überschaubar, ist die zu verkaufende Ware ohnehin bereits verfügbar bzw. am Lager. Die Erstellung eines Shops mittels Cloudlösung bzw. im Baukasten produziert nur geringe Kosten im Vergleich zur komplexen Erstellung selbstprogrammierter und selbst gehosteter Shoplösungen.

Alternative Werbe- und Verkaufskanäle wie Facebook, Instagram oder eBay-Kleinanzeigen sind für eine nahezu kostenfreie Unterstützung des Absatzes sehr interessant.

An die Rechtssicherheit denken

Wer bisher nur stationär handelte, muss sich jedoch mit einem onlinespezifischen Phänomen auseinandersetzen: Einem wahren Dschungel an spezifischen gesetzlichen Regelungen und Informationspflichten speziell für den Onlinehandel und einer Belastung, die es im klassischen Handel kaum gibt: Die Abmahnung.

Wer online handelt und dabei die rechtlichen Belange außer Acht lässt, setzt sich der Gefahr aus, von Mitbewerbern und Abmahnverbänden auf dem Abmahnungswege angegriffen zu werden. Solche Abmahnungen sind nicht nur teuer und lästig, sondern bergen bei Abgabe einer Unterlassungserklärung auch erhebliche Gefahren für die Zukunft.

Wenn Sie über das Internet verkaufen wollen, benötigen Sie zwingend professionelle und abmahnsichere Rechtstexte in Form von

- Impressum
- AGB mit Kundeninformationen
- Datenschutzerklärung
- Widerrufsbelehrung mit Muster-Widerrufsformular

Die rechtlichen Herausforderungen im Bereich des Ecommerce- und IT-Rechts sind inzwischen so komplex, dass hier die Unterstützung durch einen spezialisierten Rechtsanwalt unverzichtbar geworden ist. Wichtig dabei ist zudem, dass diese Rechtsbereiche sehr dynamisch sind und die Händler vor regelmäßige Änderungen der gesetzlichen Lage und neuen Anforderungen seitens der Rechtsprechung gestellt werden. Wer als Händler solche Änderungen nicht umsetzt, gerät schnell ins Visier der Abmahner.

Egal ob eigener Onlineshop, Amazon, eBay, eBay-Kleinanzeigen, etsy, Facebook, Instagram, Präsentationswebseite, Gastro-Lieferservice, Live-Video-Kurse, national oder international: Die IT-Recht Kanzlei stellt Ihnen gerne – wie bereits über 40.000 abgesicherten Unternehmen – [abmahnsichere Rechtstexte](#) zur Verfügung.

Damit Sie dauerhaft rechtssicher handeln, hält die IT-Recht Kanzlei die Rechtstexte im Rahmen des „Update-Service“ für Sie auch dauerhaft aktuell. So handeln Sie immer entsprechende der Vorgaben von Gesetzgebung und Rechtsprechung und vermeiden effektiv Abmahnungen.

Die passenden Schutzpakete der IT-Recht Kanzlei

Sie möchten eine einzelne (Verkaufs-)Präsenz durch Rechtstexte absichern, z.B. einen eigenen Onlineshop, eine Präsentationswebseite oder den Auftritt bei eBay? Dann schaffen Sie mit unserem [Starter-Paket](#) auf einfache Weise Rechtssicherheit.

Ein Verkauf bzw. die Unternehmenspräsentation erfolgt über mehrere Kanäle (z.B. eigener Shop, Amazon.de, eBay.de, Facebook und Instagram)? Dann liegen Sie mit dem [Premium-Paket](#) richtig.

Sie verkaufen über eine Vielzahl von Kanälen bzw. wünschen zudem maximale Rechtssicherheit durch

die anwaltliche Intensivprüfung einer Verkaufspräsenz? Rechtstexte für bis zu 50 (Verkaufs-)Präsenzen sowie die Intensivprüfung einer Verkaufspräsenz durch einen spezialisierten Rechtsanwalt erhalten Sie im Rahmen des [Unlimited-Pakets](#)

Die spezialisierten Rechtsanwälte der IT-Recht Kanzlei freuen sich darauf, Sie künftig beim rechtssicheren Auftreten im Internet zu unterstützen.

Bleiben Sie flexibel!

Die Schutzpakete „Starter“ und „Premium“ sind grundsätzlich monatlich kündbar, außer Sie entscheiden sich für den Treuerabatt (2 kostenfreie Monate bei 12 Monaten Mindestvertragslaufzeit des Pakets). Wenn sich herausstellen sollte, dass Ihr Schritt in den Ecommerce nicht von Erfolg gekrönt ist, müssen Sie also keine lange vertragliche Bindung und damit verbundene Kosten fürchten.

Ferner werden die Kosten für die Schutzpakete monatlich abgerechnet. Sie müssen also nicht für ein ganzes Jahr in Vorleistung gehen.

So sichern Sie sich maximale Flexibilität.

Fazit: Kein Ende des Booms in Sicht!

Das Jahr 2021 wird ein weiteres Rekordjahr für den Onlinehandel werden. Die Wachstumsdynamik und damit einhergehende Potentiale für Neueinsteiger sind so groß wie nie zuvor.

Zugleich wird der technische Einstieg in den Ecommerce immer einfacher. Händler können heute binnen weniger Tag mit einem eigenen Shop live gehen. Auch halten sich die Investitionen in Grenzen. Dies gilt umso mehr, wenn die bereits vorhandene Ware auf Verkaufsplattformen oder über Kanäle wie Facebook oder Instagram angeboten wird.

Für vom Lockdown geplagte Geschäftsinhaber bietet der Ecommerce eine Möglichkeit, den Schaden zu begrenzen und sich langfristig unabhängig vom stationären Geschäft zu machen.

Alles in allem: Tolle Aussichten für den erfolgreichen Einstieg in den Online-Handel.

Sehr gerne begleiten wir Sie als spezialisierte Rechtsanwälte mit unseren [Schutzpaketen](#) beim Einstieg in einen rechtssicheren Ecommerce.

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt