

von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

Dropshipping für Online-Händler – rechtliche Hürden?

Dropshipping breitet sich aus, so dass man sich mit den rechtlichen Besonderheiten des wachsenden Geschäftsmodells auseinandersetzen sollte. Insbesondere wettbewerbs- und datenschutzrechtliche Vorgaben gibt es für Lieferanten und Online-Händler zu beachten. Aber auch die Verpackungsverordnung und das Verbraucherschutzrecht sollten bei der Entscheidung für oder gegen das Dropshipping-Geschäftsmodell Berücksichtigung finden. Die IT-Recht Kanzlei erklärt die Funktionsweise des Dropshipping, bietet einen Überblick über die damit verbundenen drängendsten rechtlichen Fragen und stellt mögliche Lösungen vor.

I. Dropshipping – Was ist das?

Dropshipping (teilweise auch als Fulfillment oder auf Deutsch Streckengeschäft, Streckenhandel oder Direktversand bezeichnet) ist ein sich im Online-Handel gegenwärtig ausbreitendes Geschäftsmodell, bei dem die Ware nicht vom Online-Händler, sondern direkt vom (Groß-)Lieferanten oder sogar Hersteller im Namen des Online-Händlers an den (End-)Kunden versendet wird. Geht eine Bestellung bei einem nach diesem Prinzip operierenden Webshop ein, leitet der Webshop-Betreiber diese weiter an seine(n) Lieferanten, der die Ware für ihn lagert, verpackt und direkt an den Käufer verschickt, ohne dass der Webshop-Betreiber mit der Ware zu irgendeinem Zeitpunkt in Berührung kommt. Der Käufer bekommt von alledem in der Regel gar nichts mit: Er bestellt ganz normal im Webshop des Online-Händlers, schließt den Kaufvertrag also mit dem Online-Händler und erhält schließlich die Ware – dass diese von einem ganz anderen Unternehmen und somit nicht von der „eigenen“ Versandabteilung des Webshops verschickt worden ist, kümmert den Käufer nicht. Letztlich handelt es sich bei Dropshipping somit um einen Logistik-Service des jeweiligen Dropshipping-Lieferanten.

Allerdings erzeugt die Aufspaltung auf Verkäuferseite in Verkauf (Online-Händler) und Versand (Lieferant oder Hersteller) mögliche zusätzliche rechtliche Probleme, die es im Blick zu behalten gilt. Die IT-Recht Kanzlei gibt über die drängendsten rechtlichen Fragen im Folgenden einen Überblick.

II. Welche Vor- und Nachteile bietet das Dropshipping?

Für Online-Händler und ihre Lieferanten bietet Dropshipping sowohl Vor- als auch Nachteile.

Vorteil für Webshop-Betreiber ist zum einen die im Vergleich zur herkömmlichen Verkaufsweise geringere Kapitalbindung, da die Ware nicht selbst im Vorhinein eingekauft werden muss, sondern erst dann vom Lieferanten per Kaufvertrag erworben wird, wenn sie seinerseits vom Kunden im Webshop bestellt worden ist. Zudem benötigen Online-Händler beim Dropshipping keine oder jedenfalls nur geringere Lagerkapazitäten und es entfallen Zeit und Aufwand für die Versandabwicklung. Schließlich lassen sich Erweiterungen des Sortiments risikoärmer stemmen, weil es keine Ladenhüter gibt, auf

denen die Online-Händler sitzen bleiben könnten.

Die Nachteile des Dropshipping sind jedoch nicht zu vernachlässigen. Immerhin geben Online-Händler dadurch einen Teil ihres Geschäfts aus der Hand und haben somit keine oder nur noch geringe Kontrolle über die Qualität der fremdversandten Ware und des Versandes an sich, insbesondere in Bezug auf Versanddauer und -kosten. Freilich minimiert das Dropshipping zudem die Gewinnmargen, weil sich der Dropshipping-Anbieter (Lieferant) seine Organisations-, Verpackungs- und Versandleistungen (gut) bezahlen lässt. Schließlich sind – je nach Absprache mit dem Dropshipping-Anbieter – Retouren, seien es mangelbedingte Reklamationen oder Rücksendungen nach Verbraucherwiderrufen, nicht unproblematisch: Diese erfolgen zumeist an den Händler, der diese dann bearbeiten, ggf. einlagern, wiederverkaufen und dann selbstständig versenden muss, wenn er keine anderslautende Vereinbarung mit seinem Dropshipping-Lieferanten getroffen hat, dass dieser die Retouren bearbeitet. Letztlich müssen Händler also dennoch eine – wenn auch kleiner gehaltene – Versandabteilung unterhalten.

Für Lieferanten, also Großhändler und ggf. je nach eigenem Geschäftsmodell auch Hersteller ist das Dropshipping deshalb attraktiv, weil es ein neues Geschäftsfeld samt zusätzlicher Absatzmöglichkeiten bietet. Zwingende Nachteile gibt es nicht, weil man meist der im Vergleich zu den häufig kleineren und mittelgroßen Online-Händlern der größere Player ist und daher einen Großteil der Spielregeln bestimmen kann.

III. Das Wettbewerbsrecht bremst Vertriebsbeschränkungen aus

Für Lieferanten und Hersteller wäre Dropshipping besonders attraktiv, wenn sie mit den „Vertragshändlern“ bestimmte Vertriebsabsprachen treffen könnten, etwa eine Preisbindung für bestimmte Produkte. Allerdings gibt es dabei wettbewerbsrechtliche Hürden, die nicht allesamt überwunden werden können.

Vertikale Preisbindungen, also solche zwischen Unternehmen unterschiedlicher Handelsstufen, sind nach § 1 GWB verboten, da sie unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen darstellen. Somit sind feste Preisvorgaben des Lieferanten an den Letztverkäufer nicht möglich. Zulässig sind jedoch die Vorgabe von Höchstverkaufspreisen sowie die vertragliche Verpflichtung des Online-Händlers zur Angabe einer unverbindlichen Preisempfehlung beim Weiterverkauf an die Endkunden. Weitere Vertriebsbeschränkungen sind ebenfalls nur in den teils engen Grenzen des Kartellrechts erlaubt.

IV. Die Pflichten der Verpackungsverordnung

Vertreiber von Verpackungen unterliegen nach der deutschen Verpackungsverordnung (kurz: VerpackV) einer Reihe von Pflichten, insbesondere Rücknahmepflichten bezüglich der in Verkehr gebrachten Verpackungen. Versendet ein Online-Händler Waren aus dem eigenen Lager an seine Kunden, so gilt er im rechtlichen Sinne als Vertreiber der entsprechenden Um- und Versandverpackungen und unterliegt deshalb den entsprechenden Pflichten. Wie liegt der Fall jedoch, wenn statt ihm nun der Dropshipping-Anbieter für ihn und in seinem Namen die Waren an die Kunden versendet? Wer von beiden gilt im Rechtssinne als Vertreiber und ist daher ggf. zur Rücknahme der Verpackungen verpflichtet?

Nach § 3 Absatz 9 Satz 1 VerpackV ist Vertreiber im Sinne der Verpackungsverordnung, wer Verpackungen, Packstoffe oder Erzeugnisse, aus denen unmittelbar Verpackungen hergestellt werden, oder Waren in Verpackungen, gleichgültig auf welcher Handelsstufe, in Verkehr bringt. Gemäß § 3 Absatz 9 Satz 2 VerpackV ist Vertreiber in diesem Sinne auch der Versandhandel. Entscheidend ist in Bezug auf das Dropshipping, ob der Online-Händler oder der Lieferant die betroffenen Verpackungen in diesem Sinne „in Verkehr bringt“. Die Rechtsprechung hat diesen konkreten Fall bislang noch nicht entschieden. Allerdings ist sich die juristische Kommentarliteratur insoweit einig, dass ein Inverkehrbringen bei Verpackungen erst dann vorliegt, wenn jemand eine verpackte Ware aus seiner Verfügungsgewalt in diejenige eines Erwerbers hat übergeben lassen (so etwa Steindorf/Häberle, in: Erbs/Kohlhaas, Strafrechtliche Nebengesetze, 205. EL Oktober 2015, VerpackV § 3 Rn. 28; Elsner/Rummler, NVwZ 1992, 243 (244); Hender/Belz, GewA 2009, 5 (7)). Verfügungsgewalt über die Verpackungen hatte jedoch nie der Händler, sondern stets nur der Lieferant, der die Ware direkt aus seinem Lager nimmt, verpackt und an die (End-)Kunden verschickt. Von daher spricht Vieles dafür, dass den Dropshipping-Lieferanten die Pflichten aus der Verpackungsverordnung treffen. Allerdings bleibt ein Rest Rechtsunsicherheit, solange die Rechtsprechung den Fall noch nicht abschließend entschieden hat.

V. Datenschutzrechtliche Aspekte

Beim Dropshipping-Vertriebsmodell ist erforderlich, dass der Online-Händler die Adressdaten des Kunden an den Lieferanten weitergibt, damit dieser die Ware absprachegemäß an den Kunden senden kann. Die Postanschrift einer natürlichen Person stellt jedoch ein personenbezogenes Datum i.S.d § 3 Absatz 1 des Bundesdatenschutzgesetzes (kurz: BDSG) dar, das somit dem besonderen gesetzlichen Datenschutz unterliegt. Die Weitergabe („Übermittlung“) von Adressdaten ist datenschutzrechtlich deshalb nicht unproblematisch und bedarf einer hinreichenden gesetzlichen Legitimationsgrundlage.

Zwei Wege sind nach dem BDSG denkbar, damit die Datenweitergabe als gesetzlich zulässig angesehen wird.

- Zum einen könnte der Online-Händler mit seinem Dropshipping-Lieferanten eine sog. Auftragsdatenverarbeitung gemäß der gesetzlichen Vorgaben aus § 11 BDSG schließen. Tut er dies, gilt der Lieferant rechtlich gesehen in Bezug auf das Datenschutzrecht nicht mehr als ein anderes Unternehmen, sondern quasi als ein Teil („Abteilung“) des Unternehmens des Online-Händlers, so dass eine Datenübermittlung an Dritte im Rechtssinne gar nicht mehr stattfindet und somit keine datenschutzrechtlichen Probleme diesbezüglich bestehen.
- Zum anderen erlaubt § 28 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 BDSG das Übermitteln personenbezogener Daten als Mittel für die Erfüllung eigener Geschäftszwecke, wenn dies für die Durchführung eines rechtsgeschäftlichen Schuldverhältnisses mit dem Betroffenen erforderlich ist. Dies ist zur Erfüllung der Lieferverpflichtung des Online-Händlers gegenüber seinem Kunden aus dem Kaufvertrag mit diesem der Fall; denn nur durch Übermittlung der Adressdaten des Kunden an den Lieferanten kann der Händler seiner Lieferverpflichtung beim Dropshipping überhaupt nachkommen.

Wichtig ist sowohl bei der Auftragsdatenverarbeitung nach § 11 BDSG als auch bei der gesetzlich nach § 28 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 BDSG gestatteten Übermittlung personenbezogener Daten in jedem Fall, dass der (End-)Kunde in der Datenschutzerklärung bzw. in den AGB des Online-Händlers, also seines Vertragspartners, darüber informiert wird, was mit welchen seiner personenbezogenen Daten geschieht. Eine solch umfassende Informationspflicht ist gesetzlich in § 4 Absatz 3 Nr. 3 BDSG vorgeschrieben.

VI. Dropshipping und Verbraucherschutz

Zwei weitere rechtliche Probleme treten beim Dropshipping auf, wenn – was der häufigste Fall sein dürfte – Online-Händler ihre Waren an Verbraucher verkaufen.

Zum einen können Retouren nach Ausübung eines Verbraucherwiderrufsrechts oder aufgrund von Gewährleistungsrechten praktische Probleme bereiten. Zum anderen kann sich die sog. Rügeobliegenheit nach § 377 HGB nachteilig für Online-Händler auswirken.

1. Ärgerliche Retouren zum Händler

Gefällt dem Endverbraucher die Ware nicht, so kann er den Kaufvertrag mit dem Online-Händler fristgemäß und ohne Vorliegen und Angabe von Gründen bekanntlich widerrufen und erhält das Geld gegen Rücksendung der Ware zurück. Zur Rücksendung der Ware kann es zudem auch dann kommen, wenn die Ware defekt ist, und gegen eine mangelfreie Ware ausgetauscht werden soll. In beiden Fällen ist der Online-Händler auch von Gesetzes wegen der Adressat für die zurückgesandten Waren. Dies bedeutet, dass die Verbraucher die Ware grundsätzlich an den Online-Händler und nicht an den Dropshipping-Lieferanten zurückschicken, was dazu führt, dass sich mangelfreie und mangelhafte Retouren beim Online-Händler ansammeln, obwohl sie im Rahmen des Dropshipping-Modells an sich gar keine Versandabteilung mehr unterhalten wollen. Mitunter müssen solche Retouren dann nicht nur selbstständig verkauft, sondern auch verpackt und verschickt werden. Eine Möglichkeit besteht freilich auch darin, mit dem Dropshipping-Lieferanten zu vereinbaren, dass er Retouren direkt vom

Endverbraucher entgegennimmt oder zumindest der Online-Händler die an ihn zurückgeschickten Retouren gegen Erstattung eines bestimmten Geldbetrags an den Lieferanten weiterreichen kann. Ist dies allerdings nicht ausdrücklich vereinbart worden, besteht häufig kein Anspruch darauf.

2. Nachteile für Händler wegen gesetzlicher Rügeobliegenheit

Ein weiteres Problem liegt in der gesetzlichen Rügeobliegenheit unter Kaufleuten nach § 377 HGB. Bemerkt ein Kaufmann, dass die Ware (teilweise) mangelhaft ist, muss er den Mangel unverzüglich gegenüber seinem Lieferanten rügen, damit er nicht seine Gewährleistungsansprüche gegenüber diesem verliert. Nicht-Kaufleute, also Verbraucher, sind gesetzlich nicht zu einer solchen Rüge verpflichtet. Liefert nun der Dropshipping-Lieferant die Ware stets direkt an den Endverbraucher, ohne dass der Online-Händler die Ware zwischendurch zu Gesicht bekommt, hat der Händler keine Möglichkeit, seiner gesetzlichen Rügeobliegenheit gegenüber dem Lieferanten nachzukommen. Dies kann zur Folge haben, dass er mangelhafte Ware vom Endverbraucher zurücknehmen muss, ohne dass er den Schaden an seinen Lieferanten weiterreichen kann. Jedenfalls müssen die Kunden als Verbraucher die Rügeobliegenheit nicht für den Online-Händler gegenüber dem Lieferanten ausüben, wenn dies nicht wirksam zwischen ihnen und dem Online-Händler vereinbart worden ist (so auch BGH, Urteil vom 24.1.1990, Az. VIII ZR 22/89; zuletzt auch wieder bestätigt in einem Beschluss des OLG Köln vom 13.4.2015, Az. 11 U 183/14).

Mit anderen Worten kann Dropshipping dazu führen, dass Online-Händler auf dem finanziellen Schaden, der durch mangelhafte Waren entstanden ist, am Ende sitzen bleiben.

VII. Fazit

Dropshipping ist insgesamt kein neuer Trend, sondern gab es zumindest im B2B-Bereich aufgrund seiner situationsbezogenen Vorteile schon länger. Im B2C-Bereich lassen sich mit dem Dropshipping-Modell wirtschaftliche Risiken insbesondere für kleinere und mittelgroße reduzieren, auch wenn dies auf der anderen Seite ebenso mit wirtschaftlichen Nachteilen verbunden ist.

In rechtlicher Hinsicht bestehen einige Hürden, die allerdings ohne allzu großen Aufwand genommen werden können. Insbesondere die Datenschutzproblematik ist im Ergebnis geringer als auf den ersten Blick gedacht. Die Pflichten aus der Verpackungsverordnung treffen den Vertreiber und damit wohl denjenigen, der die Waren tatsächlich verpackt und verschickt, also den Lieferanten und nicht den Online-Händler. Strategisch überlegen müssen sich Online-Händler, wie sie mit widerrufs- und mangelbedingten Retouren von Verbrauchern umgehen. Allzu strikte und wettbewerbsbeschränkende Vertriebsbeschränkungen wie Preisvorgaben von Dropshipping-Lieferanten an die Online-Händler sind nach den Vorgaben des Kartellrechts verboten, so dass Online-Händler weitestgehend frei in ihrem unternehmerischen Handeln bleiben.

Bei Problemen, Rückfragen und weiteren Fragen zu diesem Thema hilft Ihnen das Team der IT-Recht Kanzlei selbstverständlich gerne auch persönlich und im Einzelfall weiter.

Autor:

RA Dr. Daniel S. Huber

Rechtsanwalt