

# JAHRESBERICHT 2015

J 15

# EINZELHANDEL QUO VADIS ?

---

Immer wieder wird die Frage gestellt, wie hoch der E-Commerce-Anteil im Einzelhandel aktuell ist. Die Antwort lautet: „100 Prozent“!

Denn obwohl der Anteil des Online-Umsatzes am gesamten Einzelhandelsumsatz bei ca. einem Achtel liegt, ist keiner der modernen Handelsprozesse heutzutage ohne Internet mehr denkbar. Sei es die Beschaffung, der Transport, die Bezahlung, das Marketing und vieles mehr – in jedem dieser Schritte spielt das Internet eine entscheidende Rolle.

Und so wie die Kunden heute schon nicht mehr in Kanälen online oder offline denken, entwickelt sich der Handel hin zu einem nahtlosen Geschäftsmodell, in dem das Bestellen und Liefern, sei es über Smartphones, Computer sowie aus oder in die Läden eine immer wichtigere Rolle spielen.

Bei dieser Entwicklung nimmt der bevh eine Schlüsselstellung ein. Als Verband der Versandhändler bereits 1947 gegründet, bieten wir eine nachhaltige, spezifische und wirksame Interessenvertretung auf Basis hervorragender Expertise rund um alle die Themen, die die Zukunft des Handels prägen.

Unsere Mitglieder, sind sie groß- oder eher mittelständisch geprägte Unternehmen, sind sie national oder international tätig, liegt ihr Schwerpunkt im B2B- oder B2C-Geschäft, bilden untereinander und im Verbund mit ihren exzellenten Dienstleistern ein starkes Netzwerk unter dem Dach des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh). Gemeinsam prägen wir die Zukunft des Handels in Deutschland.

# INHALTSVERZEICHNIS

---

## GRUSSWORT

Von Marie-Luise Dött .....4

---

## VORWORT

Von Gero Furchheim ..... 5

---

## DIE GESICHTER HINTER DEM BEVH 2015

Das Team .....6

Mitglieder..... 7

Präsidium/Vorstand.....7

---

## KOOPERATIONEN & MITGLIEDSCHAFTEN

Verbände-Kooperationen ..... 8

Mitgliedschaften.....8

---

## FACHGEMEINSCHAFTEN, ARBEITSKREISE, AUSSCHÜSSE UND NETZWERKE DES BEVH

FORUM Lebensmittel.....9

E-Marketing.....9

Print ..... 10

Business-To-Business..... 10

E-Commerce (Shopmanagement) ..... 11

Logistik ..... 11

Steuern, Finanzen, Controlling..... 12

Datenschutz..... 12

Junioren (Junge Führungskräfte) ..... 13

Database Marketing ..... 13

Multi-Channel ..... 14

Personal..... 14

Customer Service..... 15

Roundtable Wissenschaft und Lehre ..... 15

Marktplätze & Plattformen..... 16

Rechtsausschuss ..... 16

Netzwerk Nachhaltigkeit ..... 17

---

## WAS DIE BRANCHE IM JAHR 2015 BEWEGT HAT

Digitale Transformation ..... 18

Same Day Delivery ..... 18

Arbeitsmarktpolitik ..... 19

Fachkräftemangel..... 20

Rechtsberatung für bevh-Mitglieder..... 20

Im Fokus: Datenschutz im Distanzhandel.....22

Nachhaltigkeit ..... 24

---

## PRESSESCHAU 2015 26

---

## WAS DER BEVH 2015 BEWEGT HAT

Politikfelder/Aktivitäten ..... 28

Initiative des bevh zur Bekämpfung  
des Abmahnwesens in Deutschland..... 36

---

## VERANSTALTUNGEN

.EXE-Konferenz .....37

NEOCOM.....37

B2B-Tag.....37

Datenschutztag..... 38

Informationsveranstaltung zum neuen ElektroG..... 38

Thementag „Lebensmitteldistanzhandel und Recht“ ..... 38

Next-Generation-Food ..... 38

BEVH-ACADEMY ..... 39

bevh International ..... 39

---

## DIE BRANCHE IN ZAHLEN

Verbraucherstudien ..... 40

Händlerstudien ..... 42

---

## IN EIGENER SACHE 44

---

## AUSBLICK: 2016

Meinungsbildung & Interessenbündelung .....47

Ausbildung & Arbeitspolitik.....47

# GRUSSWORT

## VON MARIE-LUISE DÖTT, MDB UND UMWELT- UND BAUPOLITISCHE SPRECHERIN DER CDU/CSU-BUNDESTAGSFRAKTION

### ANSPRÜCHE AN STADTENTWICK- LUNGSPOLITIK FORMULIEREN



**MARIE-LUISE DÖTT**  
MdB und Umwelt- und Baupolitische Sprecherin  
der CDU/CSU-Bundestagsfraktion und stell-  
vertretende Vorsitzende des Parlamentskreises  
Mittelstand (PKM)

Der Versandhandel hat im Leben der Menschen seinen festen Platz gefunden. Damit wird nicht nur die Versorgung des ländlichen Raums mit Konsumgütern gestärkt, sondern auch die Anpassung des Einzelhandels an die Lebensumstände der Menschen ermöglicht. Der Internet-Handel kennt keine Schließzeiten.

Die Zahl der Anbieter sowie die Umsätze steigen stetig. Das Internet hat dem Versandhandel einen grandiosen Aufstieg beschert, und das Ende dieser Entwicklung ist noch nicht erreicht. Auch der klassische Einzelhandel hat sich seinen Anteil am Markt erarbeitet. Fast alle Einzelhandelsketten betreiben heute auch einen Internet-Handel. Im Mittelpunkt der politischen Diskussionen um die Rahmenbedingungen für E-Commerce und Versandhandel stehen bisher in erster Linie Aspekte, die die Warenbestellung und den zugehörigen Zahlungsverkehr betreffen. Daten- und Netzsicherheit sind da zwei wesentliche Schlagworte.

Zur Erfüllung aller Vertragspflichten aus einem Kaufvertrag gehört aber auch die Pflicht des Verkäufers, dem Käufer die Sache zu übergeben und ihm das Eigentum daran zu verschaffen. Die Ware muss also den Kunden erfolgreich erreichen. Die Erwartungshaltung des Kunden ist, dass sie ihm im Regelfall an die Haustür geliefert wird. Noch angenehmer für den Kunden wird es, wenn auch die Retouren am Gartenzaun oder zumindest in räumlicher Nähe abgewickelt werden können. Die Postfiliale um die Ecke ist seltener geworden.

Damit rücken die logistischen Herausforderungen bei einem stark steigenden Lieferumfang auch in den Focus der Stadtentwicklungspolitik. Die logistischen Ansprüche des Versandhandels sind bei der Stadtplanung zu berücksichtigen.

Wachsender Lieferverkehr im Wohngebiet stellt nicht nur die Anwohner und Lieferanten, sondern auch die Stadtplaner vor Herausforderungen. Das Parken in zweiter und dritter Reihe und die Reifenspuren im Vorgarten sind vermeidbar, wenn der Lieferverkehr bei der Wohngebietsplanung besser bedacht wird. Es kostet wenig und reduziert die Probleme, wenn in noch mehr Stadtgebieten Lieferparkplätze vorgehalten werden. Weniger Parkplatzsuchverkehr reduziert die Lärm- und Abgasemissionen.

Hinzu kommt die Suche nach ökonomisch und ökologisch sinnvollen Standorten der Verteil- und Servicezentren. Das muss nicht immer das Gewerbegebiet am Stadtrand sein. Auch gut erreichbare Innenstadtlagen sind bei angemessener Größe denkbar. Die physische Nähe zum Kunden kann auch beim Versandhandel zum Wettbewerbsvorteil ausgebaut und als belebendes Element im urbanen Raum gesehen werden.

Nutzen Sie Ihren Bundesverband, um Ihre branchenspezifischen Ansprüche an die Stadtentwicklungspolitik zu formulieren. Er wird Sie zielgenau im politischen Raum platzieren. Denken Sie dabei kreativ und perspektivisch, und stellen Sie den zufriedenen Kunden in den Mittelpunkt! Dann sind Ihnen auch morgen gute Geschäfte sicher.

# VORWORT

## VON GERO FURCHHEIM, PRÄSIDENT DES BEVH UND VORSTAND DER CAIRO AG

### END-TO-END- COMMERCE



**GERO FURCHHEIM**

Präsident des bevh und Vorstand  
der Cairo AG

Im Jahr 2015 ist der Online- und Versandhandel, getragen von einem hervorragenden Konsumklima, wieder dynamisch durchgestartet. Mit einem Wachstum von 4,4 Prozent für den gesamten Distanzhandel und 9,5 Prozent für das E-Commerce-Geschäft, hat unsere Branche als Lokomotive den Einzelhandel insgesamt auf das höchste Wachstum seit 1994 gezogen.

Drei Effekte überlagern sich hier: Zum einen wächst der Onlinekauf auch in solchen Kategorien, die bisher noch kaum erschlossen waren. Zum anderen nutzen immer mehr Altersgruppen das Internet mit hoher Intensität auch zum Einkauf. Zum dritten schließlich ist das Internet längst zum alltäglichen Begleiter geworden: Zu jeder Zeit und an jedem Ort kann man sich mit Smartphones über Sortimente und Kauforte informieren.

Eigentlich ein idealer Ausgangspunkt für den Multichannel-Handel. Dennoch stehen viele Händler vor der Herausforderung, mit den Technologiesprüngen Schritt zu halten und die bestehenden Geschäftsprozesse und -modelle anzupassen. Dies ist nicht nur eine Frage des Geldes: Es braucht dafür Fachkräfte, regionale Infrastruktur, ein Verständnis für die digitale Wertschöpfungskette und einen verlässlichen, für Verbraucher und Unternehmer zuträglichen Rechtsrahmen.

Stichwort Fachkräfte: Der bevh hat gemeinsam mit dem HDE im vergangenen Jahr den neuen Ausbildungsweg des „E-Commerce-Kaufmann“ auf den Weg gebracht. Das geregelte Einführungsverfahren läuft und wird voraussichtlich ab 2018 erstmals speziell für den Multichannel- und Distanzhandel ein eigenes Berufsbild schaffen.

Stichwort regionale Infrastruktur: Zum einen erfordert flächendeckender Breitbandausbau parallel eine vollständige Abkehr vom Prinzip der Störerhaftung. Nur so können digitale Geschäftsmodelle auf der Fläche realisiert werden. Zum anderen darf der Distanzhandel nicht – z. B. bei der Ansiedlung von Logistikflächen – durch eine Raumplanung behindert werden, die seine Lagerflächen der regionalen Verkaufsfläche zurechnet.

Stichwort digitale Wertschöpfungskette: Die Digitalisierung erreicht inzwischen mit Macht auch die Fertigung und den Großhandel. Die Verdichtung der Handelsstufen erhöht zwar potentiell den Wettbewerb, aber neue effiziente Geschäftsmodelle im Fachhandel sind nur möglich, wenn auch die Lieferanten den Takt des E-Commerce verstehen und die Händler unterstützen. Hier setzen wir Impulse und bringen uns mit Argumenten ein.

Stichwort Rechtsrahmen: Der bevh ist zentral u. a. bei der Umsetzung der EU-Datenschutz-Grundverordnung, aber auch bei Fragen des Arbeitsrechts (u. a. Sonntagsarbeit in Call-Centern), der Steuerpolitik oder der Kreislaufwirtschaft involviert.

Der vorliegende Jahresbericht zeigt: Die Mitgliedschaft im Bundesverband E-Commerce und Versandhandel lohnt sich. Sie profitieren sowohl durch die Interessenvertretung als auch direkt über die vielen Angebote im Netzwerk des Verbandes. Nutzen Sie diese Chance!

# DIE GESICHTER HINTER DEM BEVH 2015



**CHRISTOPH WENK-FISCHER**  
Hauptgeschäftsführer



**MARTIN GROSS-ALBENHAUSEN**  
STELLVERTRETENDER  
HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER



**CHRISTIAN MILSTER,**  
Referent E-Commerce  
Prozessmanagement



**STEPHANIE CLAUDIA SCHMIDT**  
Justiziarin



**JOSEPHINE SCHMITT**  
Referentin Presse- & Öffentlichkeits-  
arbeit, Wirtschaftspolitik & Statistik



**SEBASTIAN SCHULZ**  
Leiter Rechtspolitik & Datenschutz



**KATRIN TRIEBEL**  
Referentin Controlling,  
Finanzen, Steuern & Nachhaltigkeit



**JANA FRANKE**  
Assistentin der Geschäftsführung &  
Mitgliederverwaltung



**JOHANNA VOIGTMANN**  
Team- und Projektassistentin



**PHILIPP FEUERHERM**  
Auszubildender zum Kaufmann  
für Büromanagement

## DAS TEAM

Der bevh steht für die Zukunft des Handels und ist der wichtigste Ansprechpartner rund um den E-Commerce für Medien, Politik, Institutionen und Marktteilnehmer. Wir sind wie die Branche, die wir vertreten: innovativ, neugierig, gewissenhaft.

Bestehend aus einem Team von Experten, das mit großem Engagement die Rahmenbedingungen der Branche politisch mitgestaltet und die Mitglieder zu einem starken Netzwerk verbindet, bildet der bevh eine starke Stimme im Online- und Versandhandel.

---

## MITGLIEDER

Unsere Mitglieder sind starke, unabhängige und nachhaltig erfolgreiche Handelsunternehmen – vom Milliardenkonzern bis zum Mittelständler. Als Verband unterstützen wir sie bei der erfolgreichen Unternehmensentwicklung, indem wir operative Exzellenz im E-Commerce vermitteln und den Austausch von Know-How fördern. Zudem bauen wir auf unsere Fördermitglieder, die die Arbeit des Verbandes unterstützen und geben Startups zu besonderen Konditionen die Möglichkeit, von der Arbeit des bevh zu profitieren. Nicht zuletzt ist dem bevh über das Preferred Business Partner Programm ein Netzwerk wichtiger und besonders exzellenter Dienstleister der Branche angeschlossen.



---

## PRÄSIDIUM/VORSTAND

Der bevh-Vorstand besteht aus dem Vorsitzenden, vier Stellvertretern des Vorsitzenden und aus mindestens fünf, höchstens vierzehn weiteren Vorstandsmitgliedern. Der Vorstand leitet den Verband. Er bestimmt die für die Geschäftsführung verbindlichen Richtlinien der Verbandspolitik.

Der Vorsitzende des Vorstands (Präsident) und seine Stellvertreter bilden das Präsidium. Das Präsidium bereitet die Beschlüsse des Vorstandes vor und überwacht deren Ausführung durch den Hauptgeschäftsführer. Amtierende Mitglieder des Präsidiums sind:

### **GERO FURCHHEIM**

Präsident Bundesverband E-Commerce  
und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)  
Vorstand Cairo AG

### **DR. WERNER CONRAD**

bevh-Vizepräsident,  
Vorsitzender des Verwaltungsrates  
Conrad Electronic SE

### **DR. RAINER HILLEBRAND**

bevh-Vizepräsident,  
Stellvertretender Vorstandsvorsitzender  
Otto (GmbH & Co KG)

### **DIETER JUNGHANS**

bevh-Vizepräsident,  
Geschäftsführender Gesellschafter  
Pro-Idee GmbH & Co. KG

### **DIRK HAUKE**

bevh-Vizepräsident,  
Vorsitzender der Geschäftsführung  
K-Mail Order GmbH & Co. KG

### **WEITERE VORSTANDSMITGLIEDER 2015:**

VIRPY RICHTER (MYTOYS.DE GMBH)  
EVA MARIA ROER (DT&SHOP GMBH)  
HOLGER BELLMANN (TCHIBO GMBH)  
MATTHIAS BORK (QVC HANDEL GMBH)  
CHRISTIAN BUSCH  
(WALBUSCH WALTER BUSCH GMBH & CO. KG)  
TILO DEGENHARDT  
(LOFTY ZWEITFRISUREN GMBH)

NICOLAS DENISSEN  
(PARFÜMERIE DOUGLAS GMBH)  
DIRK LESSING (TAKKT AG)  
THOMAS LIPKE  
(GLOBETROTTER AUSTRÜSTUNG GMBH)  
ERWIN MÜLLER (E.M. GROUP HOLDING AG)  
WERNER NEUNZIG (VERLAG DAS BESTE)  
RENE OTTO (ROCKNSHOP GMBH)

RICHARD REITZNER  
(HSE24 HOME SHOPPING EUROPE GMBH)  
LARS SCHADE (MERCATEO AG)  
ERNST TRAPP  
(E.M.P. MERCHANDISING  
HANDELSGESELLSCHAFT MBH)

# KOOPERATIONEN & MITGLIEDSCHAFTEN

## VERBÄNDE-KOOPERATIONEN

Um die Interessenvertretung für die Verbandsmitglieder noch effektiver zu gestalten, schließt der bevh mit ausgewählten weiteren Verbänden Kooperationsvereinbarungen. Dadurch wird das Netzwerk verbreitert und den Mitgliedern das hohe Innovationspotenzial und die hohen Fachkompetenzen in den jeweiligen Bereichen der Verbände besser zugänglich gemacht. Zu den wesentlichen Kooperationsbereichen gehören die politische Interessenvertretung, Networking-Aktivitäten/Messen/Events und der Austausch zu Marktzahlen. Mit folgende Verbänden ist der bevh eine Kooperation eingegangen:

**Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V. (BVDW)**  
[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)



**Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvd.m.)**  
[www.bvd.m-online.de](http://www.bvd.m-online.de)

**Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)**  
[www.v-i-r.de](http://www.v-i-r.de)



**Bundesverband Deutscher Versandapotheken e.V. (bvdva)**  
[www.bvdva.de](http://www.bvdva.de)

**Bundesverband IT-Sicherheit e.V. (TeleTrust)**  
[www.teletrust.de](http://www.teletrust.de)



**Bundesverband der Deutschen Versandbuchhändler e.V.**  
[www.versandbuchhaendler.de](http://www.versandbuchhaendler.de)

## MITGLIEDSCHAFTEN

**European eCommerce and Omni-ChannelTrade Association (EMOTA)** [www.emota.eu](http://www.emota.eu)

**Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V. (AVE)** [www.ave-international.de](http://www.ave-international.de)

**Beirat des Marktwächters Digitale Welt** [www.marktwaechter.de](http://www.marktwaechter.de)

**Gesellschaft für strukturpolitische Fragen**  
[www.strukturgesellschaft.de](http://www.strukturgesellschaft.de)

**Gutachterausschuss für Wettbewerbsfragen (DIHK) Wettbewerbszentrale** [www.wettbewerbszentrale.de](http://www.wettbewerbszentrale.de)

**Deutsches Institut für Normung e.V. (DIN)** [www.din.de](http://www.din.de)

**media.net Berlin Brandenburg e.V.** [www.medianet-bb.de](http://www.medianet-bb.de)

**hamburg@work e.V.** [www.medianet.hamburg](http://www.medianet.hamburg)

**Engagement des bevh im Beirat der Stiftung Datenschutz**  
[www.stiftungdatenschutz.org](http://www.stiftungdatenschutz.org)

**Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere (AGRAPA)**

**Europäische Bewegung Deutschland e.V. (EBD)**  
[www.netzwerk-ebd.de](http://www.netzwerk-ebd.de)

**GINETEX GERMANY** [www.ginetex.de](http://www.ginetex.de)

**Lenkungskreis SIZEGermany**

**GS1 Germany** [www.gs1-germany.de/gs1-solution-provider/](http://www.gs1-germany.de/gs1-solution-provider/)

# FACHGEMEINSCHAFTEN, ARBEITSKREISE, AUSSCHÜSSE UND NETZWERKE DES BEVH

# 01

## FORUM LEBENSMITTEL

Der Online- und Versandhandel mit Lebensmitteln zählt zu den wichtigsten Zukunftsbranchen in Deutschland. Um diese steigende Relevanz angemessen begleiten zu können, wurde der bereits im Jahr 2013 gegründete bevh-Arbeitskreis Lebensmittelversand nach erfolgter Verschmelzung des bevh mit dem Bundesverband des Lebensmittel-Onlinehandels (bvlo) im August 2015 zur Fachgemeinschaft FORUM Lebensmittel aufgewertet. Gerade der Handel mit Lebensmitteln hat unserer Gesellschaft durch neue Konzepte immer wieder die Möglichkeit gegeben, sich weiter zu entwickeln. E-Food-Commerce wird viele neue Möglichkeiten für breite Gesellschaftsschichten auf ganz neuen Ebenen bringen. Die Fachgemeinschaft soll gemeinsam mit Konsumenten, Händlern und Industrie die Möglichkeiten und Potenziale dieses Zukunftsmarktes aktiv fördern und durch eigene Projekte unterstützen. Das FORUM agiert hierbei über ihre beiden Vorsitzenden sowie ihren Sprecher weitestgehend autonom bei besonderer Fokussierung auf folgende Aufgaben:

### THEMEN U. A.:

- Ansprechpartner für Medien zum Thema Lebensmittelversand/E-Food-Commerce
- Aufnahme der verschiedenen Argumente und Möglichkeiten zur Entwicklung von Gesellschaft und Wirtschaft durch den Lebensmittelversand
- Mitentwicklung von Lösungen für ein konstruktives Miteinander der verschiedenen Kräfte
- Einbringung sachbezogener Positionen und wissenschaftlicher Inhalte in die Diskussion
- Entwicklung eines breiten Verständnisses für die Chancen und Möglichkeiten dieses Wirtschaftszweiges

VORSITZENDER DES FORUMS: **JENS DRUBEL, ALL YOU NEED GMBH**

STELLV. VORSITZENDER DES FORUMS: **BENJAMIN JUNGE, LIEFERELLO GMBH & CO. KG**

SPRECHER: **MAX THINIUS**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **SEBASTIAN SCHULZ**

## E-MARKETING

Im Arbeitskreis E-Marketing tauschen sich die für diverse Disziplinen des Onlinemarketings zuständigen Mitarbeiter der bevh-Mitgliedsunternehmen u. a. über Suchmaschinenmarketing und -optimierung, E-Mail-Kommunikation, Analytics und Budgetallokation auf Grundlage der Customer Journey aus. Die Sitzungen bestehen in der Regel aus den Elementen Vortrag, Workshop und Austausch.

VORSITZENDER DES ARBEITSKREISES: **NORMAN PINTHER, JAKO-O MÖBEL UND**

**SPIELMITTEL FÜR DIE JUNGE FAMILIE GMBH**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **MARTIN GROSS-ALBENHAUSEN**

---

## PRINT

Der im Oktober 2014 konstituierte Arbeitskreis Print diskutiert die neue Rolle von Printwerbung als zusätzlichem, wichtigem Ansprachekanal in wesentlich E-Commerce-getriebenen Multichannel-Handelsunternehmen. Themen der kommenden Sitzungen sind: Ansätze der Relevanzsteigerung in Printkommunikation, Optimierung der Post-Zustellung, Tracking-Systeme zur Analyse der Cross-Channel-Effekte, Benchmarks zur Response, Produktionskosten, KUR, Laufzeiten.



*„Im Arbeitskreis Print engagieren wir uns für die Entwicklung der Branche. Der Austausch mit den Versandhändlern und die gemeinsame Arbeit an Projekten und Herausforderungen hat für uns einen hohen Wert.“*

**CHRISTIAN STÄDTLER**, HEAD OF PRODUCTION EUROPE,  
MDM MÜNZHANDELSGESELLSCHAFT MBH & CO. KG

VORSITZENDER DES ARBEITSKREISES: **CHRISTIAN STÄDTLER**,  
**MDM MÜNZHANDELSGESELLSCHAFT MBH & CO. KG**  
GESCHÄFTSFÜHRUNG: **MARTIN GROSS-ALBENHAUSEN**

---

## BUSINESS-TO-BUSINESS

Der Online- und Versandhandel mit Firmenkunden steht vor einer tiefgreifenden Veränderung durch die „Consumerization“ der klassischen Einkaufsprozesse. Der Arbeitskreis B2B im bevh beschäftigt sich mit neuen Vertriebskanälen, der Veränderung des Wettbewerbs durch kapitalstarke, onlinegetriebene, international aktive Anbieter wie AmazonSupply, Grainger oder Alibaba, und mit spezifischen Rechts- und Vertriebsfragen des B2B.

VORSITZENDER DES ARBEITSKREISES: **MARTIN LEUSMANN**, **KAISER+KRAFT EUROPA GMBH**  
GESCHÄFTSFÜHRER: **MARTIN GROSS-ALBENHAUSEN**

---

## E-COMMERCE (SHOPMANAGEMENT)

Das Thema E-Commerce bringt unweigerlich eine Vielzahl an weitreichenden Marktveränderungen mit sich, wie es sie lange nicht gegeben hat. E-Commerce ist heute hochkomplex und extrem kompetitiv. Im Arbeitskreis E-Commerce können die E-Commerce-Verantwortlichen großer, mittelständischer und kleiner Unternehmen im offenen Dialog intensiv ihre Erfahrungen austauschen und für bestehende Herausforderungen gemeinsam Lösungen erarbeiten.

Bereichert wird die Diskussion um Entwicklungen und Trends im E-Commerce durch Fachvorträge von externen Referenten und Dienstleistern, die den Teilnehmern nicht zuletzt auch spannende Einblicke in die Zukunft gewähren.

### THEMEN U. A.:

- Entwicklungen und Trends: u. a. Seamless Commerce
- Shop-Systeme (Auswahl und permanente Optimierung)
- Wertschöpfungskette im E-Commerce (Beschaffung/Produktion, Produktpräsentation, Online-Marketing, Logistik, Kundenservice)
- Conversion-Optimierung, Webanalytics, Business Intelligence, etc.

VORSITZENDER DES ARBEITSKREISES: **ALBRECHT BETZOLD, ARNULF BETZOLD GMBH**  
GESCHÄFTSFÜHRUNG: **CHRISTIAN MILSTER**

---

## LOGISTIK

Im Arbeitskreis Logistik gibt der bevh den in diesem Bereich Höchstverantwortlichen der Mitgliedsunternehmen ein Forum zum gegenseitigen Gedankenaustausch und zum Dialog mit den führenden Dienstleistern. Dabei gehen die Themen über den Bereich Brief/Fracht hinaus. Im Teilbereich „externe Logistik“ werden Fragen der In- und Outbound-Transporte behandelt. Im Teilbereich der „internen Logistik“ befassen sich die Teilnehmer mit der Organisation und Technik von Logistikzentren.



*„Was ich am bevh so schätze, neben der kollegialen Atmosphäre, die man hier überall antrifft, und des großen Engagements der Mitglieder, ist die Tatsache, dass man zu allen Themen des Distanzhandels/ E-Commerce kompetenten Rat und Informationen von Experten bekommen kann“*

**RISTO PFALZ**

VORSITZENDER DES ARBEITSKREISES: **RISTO PFALZ**  
GESCHÄFTSFÜHRUNG: **CHRISTOPH WENK-FISCHER**

---

## STEUERN, FINANZEN, CONTROLLING

Im Arbeitskreis werden u. a. Erfahrungswerte zu Schwerpunktthemen mit ausgeprägtem Praxisbezug diskutiert, Erkenntnisse vermittelt und best practice Lösungen erarbeitet. Ziel ist es, bei der Einführung neuer gesetzlicher Regelungen und Bestimmungen der Bundes- und Landesfinanzbehörden aktiven Einfluss zu nehmen und die Umsetzbarkeit in die Praxis mit allen Beteiligten zu prüfen.

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **KATRIN TRIEBEL**

---

## DATENSCHUTZ

Die Verarbeitung von personenbezogenen Daten ist seit jeher ein wesentlicher Bestandteil des Online- und Versandhandels. Die zielgerichtete Ansprache bestehender und neuer Kunden gehört damit ebenso zum Pflichtprogramm eines jeden Interaktiven Händlers wie ein sorgsamer Umgang mit den verarbeiteten persönlichen Daten. Die hier zu beachtenden rechtlichen Rahmenbedingungen sind vielfältig und reichen weit über den nationalen Kontext hinaus.

Um allen hiermit verbundenen Fragen ein Forum zu geben, hat sich der Arbeitskreis Datenschutz konstituiert. Hier diskutieren Datenschutzbeauftragte, Datenschutzkoordinatoren und weitere, schwerpunktmäßig mit Fragen des Kunden- und Beschäftigtendatenschutzes betraute Mitarbeiter von bevh-Mitgliedsunternehmen. Neben dem kontinuierlichen Erfahrungs- und Meinungsaustausch werden in diesem Arbeitskreis branchenweite Positionen und Strategien zu neuen Gesetzgebungsverfahren und zu Änderungen in der Rechts- und Verwaltungspraxis im Datenschutz erarbeitet.

### THEMEN U. A.:

- EU-Datenschutzgrundverordnung
- weitere Gesetzgebungsverfahren (Bundesmeldegesetz, IT-Sicherheitsgesetz)
- EuGH und Safe Harbor
- Praxis der Aufsichtsbehörden
- risikobasierte Zahlartensteuerung
- Betrugsprävention
- Digitaler Nachlass
- Entwicklung von best practices



*„Im Arbeitskreis Datenschutz werden aktuelle Entwicklungen aus den Bereichen Gesetzgebung und behördliche Aufsicht detailliert analysiert und praxisgerecht aufbereitet. Die Mitarbeit im Arbeitskreis hilft, sich frühzeitig auf datenschutzrechtliche Neuerungen einzustellen.“*

**DR. BRITTA FÄRBER**, LEITERIN RECHTSABTEILUNG /  
RECHTSANWÄLTIN, 1-2-3.TV GMBH

VORSITZENDER DES ARBEITSKREISES: **RA JOACHIM FAUTH, VERLAG DAS BESTE GMBH**  
GESCHÄFTSFÜHRUNG: **SEBASTIAN SCHULZ**

---

## JUNIOREN (JUNGE FÜHRUNGSKRÄFTE)

Der Juniorenkreis des bevH ist das Studium Generale der Distanzhandelsbranche und bündelt Nachwuchskräfte der Mitgliedsunternehmen. Ziel ist es, dem Nachwuchs der Branche eine eigene Plattform zum Austausch und Networking zu geben sowie das Fachwissen themenübergreifend zu fördern. Außerdem vergeben die Junioren den „Young Business Award“ an den besten Nachwuchs-Versender des Jahres.



*„Den bevH habe ich als kompetenten Ansprechpartner bei allen Fragen zu E-Commerce und Distanzhandel kennengelernt. Im AK-Junioren wird nicht nur der YBA vergeben, sondern wir diskutieren auch über aktuelle Herausforderungen und veranstalten themenübergreifende Workshops. Da die Unternehmen teilweise sehr unterschiedlich, aber die Probleme oft gleich sind, ist der Austausch mit den anderen Mitgliedern extrem spannend und hilfreich.“*

**PATRICK LEE,**  
MARKETING, APONEO APOTHEKE KONSTANTIN PRIMBAS E.K.

VORSITZENDER DES ARBEITSKREISES: **PATRICK LEE, APONEO APOTHEKE KONSTANTIN PRIMBAS E.K.**  
GESCHÄFTSFÜHRUNG: **JOSEPHINE SCHMITT**

---

## DATABASE MARKETING

Der Arbeitskreis befasst sich mit Themen rund um das Dialogmarketing, wie der Segmentierung von Kunden, Softwarelösungen für das Data-Warehousing, Reportingverfahren oder Stammdatenbereinigung.

VORSITZENDER DES ARBEITSKREISES: **FRANK ECKER, OTTO OFFICE**  
GESCHÄFTSFÜHRUNG: **JOSEPHINE SCHMITT**

---

## MULTI-CHANNEL

Kundenansprache über mehrere Kanäle ist für viele Versender der Schlüssel zum Erfolg. Multichannel-Versender nutzen neben dem Katalog das Internet und expandieren teilweise auch in den Stationärhandel. Nicht zuletzt gibt es heute aber auch immer mehr stationäre Händler, die eigene Online-Shops eröffnen und somit Versandhandel betreiben. Der Arbeitskreis Multichannel dient den Entscheidern führender Unternehmen als Austauschplattform zu allen Fragen des Mehrkanalvertriebs.



*„Ich schätze v.a. den regelmäßigen, praxisorientierten Austausch mit Kollegen in den über den Verband organisierten Arbeitskreisen. Sie sind wertvoller Bestandteil unserer Mitgliedschaft und bieten die Möglichkeit aktuelle oder sehr themenspezifische Aspekte unserer Arbeit in einem Geben und Nehmen mit entsprechendem Vertrauensverhältnis zu diskutieren.“*

**SEBASTIAN BÄR**, GESCHÄFTSFÜHRER, BÄR GMBH

VORSITZENDER DES ARBEITSKREISES: **SEBASTIAN BÄR**, BÄR GMBH

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **CHRISTOPH WENK-FISCHER**

---

## PERSONAL

Der bevh ist kein Arbeitgeberverband. Dennoch besteht unter den Personalverantwortlichen der Mitgliedsunternehmen Bedarf, einzelne Themen (betriebliche Altersversorgung, Ausbildung, Arbeitszeitkonten, etc.) im Dialog mit Kollegen oder aber auch mit externen Experten zu diskutieren.



*„Der bevh sollte eine feste Institution für jeden Versandhändler darstellen. So bildet der bevh nicht nur eine Schnittstelle zwischen Politik, Verbänden und Händlern, sondern ermöglicht den Unternehmen einen einfachen Austausch unter den Mitgliedern. Gerade in den verschiedenen Arbeitskreisen des bevh können die Mitgliedsunternehmen aktuelle, spezifische Problemstellungen diskutieren und Lösungen vorantreiben.“*

**ULF BERGJOHANN**, GESCHÄFTSFÜHRER, PRO-IDEE GMBH & CO. KG

---

## CUSTOMER SERVICE

Der Arbeitskreis Customer Services befasst sich mit dem stetig an Bedeutung gewinnenden Themenbereich Kundenorientierung. Neben Fragen der Organisationsstruktur, Vereinheitlichung der Kundenkommunikation im Multichannel und Wissensmanagement werden auch Themen der Evaluation der Kundenzufriedenheit und die veränderten Anforderungen durch die Einbindung der neuen Medien in die Serviceprozesse behandelt.

### THEMEN U. A.:

- Verbot der Sonntagsarbeit im Service Center
- Softwarelösungen für Kundenkommunikation
- Qualitätsmanagementstrukturen
- Live-Chat im Kundenservice
- Self-Service im Kundenservice
- Erfolgsfaktor Customer Centricity



*„Die Mitgliedschaft im Arbeitskreis Customer Services des bevh ist für uns sehr wertvoll, da dieser einen intensiven fachlichen Austausch mit Kollegen aus dem Kundenservice ermöglicht. Als eines der Gründungsmitglieder schätzen wir besonders den offenen, vertrauensvollen Umgang innerhalb dieses einmaligen Netzwerks.“*

**GABRIELE BAUER**, BEREICHSLEITERIN KUNDENSERVICE,  
PETER HAHN GMBH

VORSITZENDER DES ARBEITSKREISES: **AXEL GIESEKE**, SPORT THIEME GMBH  
GESCHÄFTSFÜHRUNG: **STEPHANIE SCHMIDT**

---

## ROUNDTABLE WISSENSCHAFT UND LEHRE

Das Gremium setzt sich aus Professoren, die durch ihre Institute und ihre Themenschwerpunkte die gesamte Wertschöpfungskette der Interaktiven Händler repräsentieren, und bevh-Mitgliedern zusammen. Der Mix aus Vertretern aus Wissenschaft und Wirtschaft bildet eine wichtige Schnittstelle für die Verbandsarbeit.

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **SEBASTIAN SCHULZ**

---

## MARKTPLÄTZE & PLATTFORMEN

Internetplattformen und Marktplätze stellen wichtige Infrastrukturen für den Onlinehandel und bieten vielen Händlern exklusive oder ergänzende Vertriebskanäle. Im Arbeitskreis Marktplätze & Plattformen werden von Plattform- und Marktplatzbetreibern sowie -händlern im Dialog die spezifischen Themen dieses Geschäftszweiges diskutiert.



*„Beim bevh schätze ich die kurzen Wege und die Möglichkeit mich mit Mitgliedern aus der Branche auf Arbeitskreisen und Kongressen auf hohem Niveau auszutauschen. Ich weiß, dass unsere Branche durch den bevh in Berlin und Brüssel bestens repräsentiert ist.“*

JENS WASEL, GESCHÄFTSFÜHRER, KW-COMMERCE GMBH

VORSITZENDER DES ARBEITSKREISES: **JENS WASEL, KW-COMMERCE GMBH**  
GESCHÄFTSFÜHRUNG: **CHRISTOPH WENK-FISCHER**

---

## RECHTSAUSSCHUSS

Der Rechtsausschuss des bevh ist das Verbandsorgan das für alle den Online- und Versandhandel betreffenden Rechtsfragen zuständig ist. Er dient im weitesten Sinne dem Erfahrungs- und Meinungsaustausch zu rechtlichen Fragen. Hierbei stehen Themen wie etwa Aspekte des Fernabsatzes und Verbraucherschutzes, des Werbe- und Lauterkeitsrechts sowie des Datenschutzrechtes, Verpackungsrechtes als auch weiterer Rechtsgebiete im Mittelpunkt. Von zentraler Bedeutung sind dabei stets neue Entwicklungstendenzen im Bereich der Gesetzgebung, sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene, der staatlichen Verwaltung und der Rechtsprechung. Der Rechtsausschuss dient auch der Festlegung gemeinsamer branchenweiter Positionen zu neuen Gesetzgebungsvorhaben sowie der Entwicklung von Strategien bei Änderungen in der Verwaltungs- und Rechtspraxis.

### THEMEN U. A.:

- aktuelle Rechtsprechung
- aktuelle Gesetzgebungsverfahren in Deutschland und Europa, z. B. Reform der kaufrechtlichen Mängelhaftung
- Erfahrungsaustausch zur Umsetzung aktueller Gesetzgebung, z. B. Verbraucherrechtsnovelle 2014, Novelle des Elektro- und Elektronikgerätegesetzes
- Markenverwendung im Onlinehandel

VORSITZENDER DES ARBEITSKREISES: **MARTIN OTTO MILDNER, OTTO GROUP**  
GESCHÄFTSFÜHRUNG: **STEPHANIE SCHMIDT**

---

## NETZWERK NACHHALTIGKEIT

Im Netzwerk Nachhaltigkeit des bevh sind alle jene Unternehmen verbunden, die sich entweder bereits intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigen oder sich damit beschäftigen wollen. Dieses Netzwerk besteht aus einem Kern an Unternehmen, der sich immer wieder trifft und austauscht, sowie einzelnen Unternehmen, die nur zu speziellen Themen dazustoßen. Die Themen sind vielfältig und betrachten sowohl die ökologischen wie auch die sozio-politischen Aspekte von Nachhaltigkeit.

Dazu gehören die Themen und Möglichkeiten der Industrie inklusive Handel, Produktion, Logistik und Wertschöpfungskette. Es geht darum, Nachhaltigkeit vor Ort in den Unternehmen, in den Betriebsabläufen und gemeinsam mit den Mitarbeitern zu schaffen. Es geht aber auch um die Bedürfnisse der Konsumenten zu Information, Transparenz und Potentialen von Nachhaltigkeit für jeden Einzelnen, aber auch in Verbindung mit einer gesamtheitlichen Zivilgesellschaft innerhalb derer unternehmerisches Handeln stattfindet. In diesem Rahmen kommen dann auch Politik, Gesetzgebung und Zertifizierung hinzu. Wir beobachten hier als Verband die Entwicklung und sprechen mit den Fachleuten im Netzwerk über sinnvolle Standards, Vereinbarungen oder sogar Gesetzesentwürfe. Darüber hinaus steht das Netzwerk im ständigen Austausch mit anderen (Umwelt-) Verbänden, NGOs und Stiftungen, die sich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen. Wir sprechen mit weiteren Unternehmen, die Nachhaltigkeit im Alltag praktizieren. Und wir „sprechen“ tatsächlich mit Konsumenten. Immer wieder. Auf diese Weise werden Vision, Inspiration und praktische Umsetzung miteinander verbunden. Das Netzwerk möchte am Ende des Tages nicht nur reden, sondern auch handeln.

Ein wesentliches Ziel ist es dabei, neben der Optimierung von Prozessen, Produkten und dem Aufsetzen nachhaltiger Projekte, die Geschäftsmodelle des Online- und Versandhandels an sich nachhaltig und integral zu gestalten. Integral heißt dabei, dass möglichst alle Geschäftstätigkeiten einen positiven Nutzwert für die Gesellschaft erzielen.

### THEMEN U. A.:

- Studie „Weißbuch Nachhaltigkeit im Interaktiven Handel“
- Integration von Nachhaltigkeit in Geschäftsmodelle
- nachhaltiger Unternehmens-/Handelsalltag
- politische Vertretung und Beobachtung von Entwicklungen in der Nachhaltigkeit

VORSITZENDER DES NETZWERKS: **MAX THINIUS**,

**UNTERNEHMER UND EXPERTE FÜR DISRUPTIVE GESCHÄFTSMODELLE**

STELLV. VORSITZENDER DES NETZWERKS: **SEBASTIAN HEINRICH, CANYON BICYCLES GMBH**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **KATRIN TRIEBEL**

# WAS DIE BRANCHE IM JAHR 2015 BEWEGT HAT

# 02

Der Onlinehandel wächst, aber noch nicht bei allen Warengruppen ist der E-Commerce-Anteil am Einzelhandelsumsatz gleich hoch. Insbesondere im Bereich der Lebensmittel und Güter des täglichen Bedarfs (FMCG) hat der Onlinehandel noch überproportionales Wachstumspotential. So war in 2015 der konsequente Einstieg altbekannter und auch neuer Player in diesem Segment zu beobachten. Diese werden das Einkaufsverhalten insgesamt weiter verändern. Ähnlich sieht es in Bereichen aus, in denen E-Commerce sein Potential hinsichtlich für Kunden und Unternehmen erheblich verbesserter Prozesse ausspielen kann. Möbel und Einrichtung sind hier ein weiteres Feld, in dem großes Online-Wachstumspotential steckt.

## DIGITALE TRANSFORMATION

Die klassische Customer Journey hat auch im Jahr 2015 zunehmend an Relevanz verloren. So gehen Konsumenten nicht mehr explizit online, sondern sind es eigentlich permanent. Das Internet gestaltet den Alltag, und die einzelnen On- und Offline-Kanäle werden dabei immer stärker miteinander verzahnt. User verweilen immer länger auf mobilen Endgeräten und nutzen ihr Smartphone verstärkt als eine Art Alltagsmanager. Smartphones werden zunehmend intelligenter. Sie verstehen Bedeutungszusammenhänge immer besser und liefern stetig relevantere Ergebnisse. Auf diese Entwicklung reagieren (Online-)Händler, indem sie versuchen, ihren Content optimal auf alle mobilen Endgeräte/Devices zugeschnitten auszuspielen und den Verbraucher somit über jeden Kanal und jedes Endgerät optimal und möglichst individuell anzusprechen. Dies erfordert immer mehr die Mobilfähigkeit von Websites und Online-Shops: Responsive Design (respektive Mobile Theme). Die automatische Anpassung der Website an mobile Kanäle/Endgeräte hat mittlerweile so viel Gewicht, dass Google die „Mobilfreundlichkeit“ seit dem 21.04.2015 zu einem Rankingfaktor bei der mobilen Suche gemacht hat. Nicht-mobilfähige Websites und Online-Shops erscheinen somit weiter hinten in Suchergebnissen.

Unter dem Stichwort Connected Commerce erfolgte der nächste Schritt. Websites sollten nicht mehr nur auf die mobilen Bedürfnisse der Konsumenten angepasst sein, sondern zudem mit allen anderen Vertriebskanälen optimal vernetzt sein. Verbraucher greifen beim Einkaufen zunehmend auf immer mehr unterschiedliche

Endgeräte zurück – teilweise bis zu fünf. So erfreuen sich gerade die Marken und Händler zunehmender Beliebtheit, die es digital vernetzten Verbrauchern erlauben, impulsive Entscheidungen zu treffen.

## SAME DAY DELIVERY

### EIN RUCK GING DURCH DIE BRANCHE

Seit November 2015 bietet Amazon seinen Prime-Kunden die taggleiche Lieferung (Same Day Delivery) ohne Zusatzkosten an und hat dieses Thema damit auf ein neues Level gehoben. Dabei ist die taggleiche Lieferung grundsätzlich nichts Neues. Im B2B-Bereich sowie im Versand von z. B. Arzneimitteln ist Same Day Delivery schon längst gängige Praxis.

Doch im B2C-Bereich, also im Endkundengeschäft, hat Same Day Delivery bislang eher ein Nischendasein gefristet, da diese gewöhnlich mit relevanten Zusatzkosten für den Käufer verbunden ist. Amazon Prime-Kunden jedoch können den Service nun im Rahmen ihrer Prime-Mitgliedschaft (derzeit 49,00 € p. a.) ohne zusätzliche Kosten nutzen. Nicht-Prime-Kunden zahlen 9,99 € pro Lieferung.

Andere Unternehmen wie z. B. Zalando oder Media-Saturn haben sehr schnell reagiert. Zalando bspw. liefert seinen Kunden in Berlin

sowie in zehn Städten des Ruhrgebiets die bestellte Ware nun auch am selben Tag - allerdings nicht allen Kunden und zudem bislang nach dem Zufallsprinzip. Dafür aber (noch) kostenfrei. Media-Saturn bietet seinen Kunden zwar schon seit längerem Same Day Delivery der entweder im Online-Shop oder in der Filiale bestellten Ware an. Doch kürzlich wurde aus taggleicher Lieferung die Zustellung innerhalb von drei Stunden. Und das Ganze für aktuell 14,95 €. Auch die Cyberport GmbH kann mit ihrem EILT! Service bestellte Ware innerhalb von nur drei Stunden zustellen.

Die großen (Online-)Player in Deutschland haben diesen Trend also aufgegriffen. Auf diese Weise wird die Same Day Delivery mittelfristig „massentauglich“ werden. Denn Kunden werden den Service schnell schätzen lernen. Beispielsweise die für den Abend geplante Party zu Hause, für die man morgens auf dem Weg zur Arbeit mit dem Smartphone alle benötigten Utensilien bestellt - und pünktlich zur Party ist dann alles da. Oder der vergessene Geburts- oder Hochzeitstag. Morgens bestellt, abends kommt alles nach Hause. Same Day Delivery wird sich am Markt etablieren und damit irgendwann zum Standard werden. Doch die taggleiche Lieferung ist nicht für alle Produktsortimente sinnvoll. Für bestellte Möbel beispielsweise erscheint die Lieferung zu einem bestimmten Wunschtermin (Time Window Delivery – Zeitfensterzustellung), zu dem Freunde und Bekannte da sind, die mit aufbauen helfen können, sehr viel sinnvoller.

Dennoch geht es bei der Zustellung von online bestellten Produkten nicht nur um die Zustellgeschwindigkeit. Viel wichtiger sind derzeit Aspekte wie z. B. die zuverlässige und unversehrte Lieferung der Ware oder die Möglichkeit der Sendungsverfolgung. Insofern sollten Online-Händler, die derzeit noch kein Same Day Delivery anbieten und dies bspw. aus Kostengründen auch zukünftig nicht so schnell umsetzen können, nicht in Panik verfallen. Ein wichtiger erster Schritt ist die eingehende Überprüfung der eigenen Geschäftsprozesse auf Effektivität und auf evtl. Schwachstellen, die es zu verbessern gilt, um den Kunden auch zukünftig zuverlässig und zeitnah beliefern zu können.

---

## ARBEITSMARKTPOLITIK

Arbeitsmarktpolitisch war 2015 ein turbulentes Jahr für den Interaktiven Handel. Was sich nach der Einführung des sogenannten „Tarifautonomiestärkungsgesetzes“ mit seinen bürokratischen Regelungen zum Mindestlohn und der Änderung des Verfahrens der Allgemeinverbindlicherklärung (AVE) von Tarifverträgen und durch öffentliche Äußerungen der ver.di-Spitze in 2014 bereits angekündigt hatte, prägte das erste Halbjahr 2015 für unsere Branche: Harte Tarifverhandlungen, begleitende Streiks im Einzelhandel und die Forderung von ver.di nach einer AVE der neu auszuhandelnden Einzelhandelsstarifverträge für unsere gesamte Branche. Aber nicht nur der Handel hatte mit Tarifaus-

einandersetzungen und Streiks zu tun, sondern besonders auch einer der für unsere Branche maßgeblichen Logistikdienstleister.

Diese Situation erforderte die besondere Aufmerksamkeit und intensive Arbeit des Verbandes, dessen überwiegende Mehrheit der Mitgliedsunternehmen ganz bewusst nicht tarifgebunden ist. Als durch Artikel 9 Absatz 3 des Grundgesetzes sowie Artikel 11 der Europäischen Menschenrechtskonvention grundrechtlich geschützte sogenannte „Negative Koalitionsfreiheit“ bedarf dies eigentlich keiner Rechtfertigung. Teile der Politik sowie Gewerkschaften diffamieren die Inanspruchnahme dieser Grundfreiheit jedoch gerne öffentlich pauschal mit Begriffen wie „Lohndumping“ und „Tarifflucht“.

Tatsächlich geht es unserer Branche dabei jedoch nicht um „billige Arbeitskräfte“, worauf die öffentliche Diskussion das Thema zielgerichtet reduziert. Eigene Umfragen und externe Studien haben klar gezeigt, dass die Vergütung im Interaktiven Handel mindestens gleichauf, in Hinblick auf den Wettbewerb um Fachkräfte eher aber über den vergleichbaren tariflichen Regelungen liegt. Mit dem Wort „vergleichbar“ zeigt sich jedoch schon eines der großen Probleme: Die Einzelhandelsstarifverträge mit ihren darin abgedeckten Tätigkeitsgebieten und der Fokussierung auf die klassischen, aber im E-Commerce nicht mehr vorhandenen Berufsbilder, wie der Kassiererin oder dem Regalverräumer, sowie den dort zugrunde gelegten klassischen Einkaufszeiten passen schon strukturell nicht. Eine primäre Basis und zentrale Orientierung der Gewerkschaften auf eine entsprechende Klientel erschwert auf deren Seite das Verständnis für moderne Online- oder Multichannel-Prozesse im Handel ganz massiv. So ist nicht nur festzustellen, dass selbst in den tarifgebundenen Unternehmen unserer Branche sehr viele sogenannte „außertarifliche“ Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und auch Höchstqualifizierte, wie Hochschulabsolventen oder spezialisierte Quereinsteiger beschäftigt werden. Nach Inkrafttreten des Mindestlohns ebenfalls im letzten Jahr zeigte sich auf der anderen Seite auch, dass dadurch in unserer Branche praktisch überhaupt kein Anpassungsbedarf hinsichtlich der Vergütung bestand. Das erklärt unter vielem anderen, dass Online- und Versandhändler bevorzugt den Weg des direkten Dialoges mit ihren Beschäftigten oder auch Betriebsräten vor Ort wählen, um die für sie spezifischen und zukunftsfähigen Bedingungen „guter Arbeit“ zu definieren und verabreden. Dies begleitet der Verband aktiv und bringt sich dabei z. B. in die politische und öffentliche Diskussion des Projektes „Arbeiten 4.0“ des Bundesarbeitsministeriums ein.

Aufgabe des Verbandes war es also, die Probleme der Tarifpolitik aufzuzeigen und Gründe gegen eine nicht sinnvolle Tarifbindung in vielen Gesprächen zu erläutern und verteidigen. Das ist uns – obwohl wir formal nicht beteiligt waren – in Zusammenarbeit mit den auf Arbeitgeberseite Beteiligten der letztjährigen Tarifrunde gut gelungen. Die Tarifvertragsparteien haben eine Regelung gefunden, die im wesentlichen nur Entgeltfragen festlegt und keine Allgemeinverbindlichkeit einschließt.

Sicher ist aber, dass dieses Thema uns auch in 2016 beschäftigen wird – nicht nur, weil der Wahlkampf zur nächsten Bundestagswahl seine Schatten vorauswirft, sondern auch, weil aufgrund von Äußerungen aus Politik und von Gewerkschaftsseite klar ist, dass im Rahmen zukünftiger Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik das Ziel der Allgemeinverbindlichkeit weiterverfolgt werden wird. Der bevh und seine Mitglieder werden daher gut beraten sein, die arbeits- und tarifpolitische Situation weiter zu beobachten, zu begleiten und zu prüfen, ob und inwieweit der Verband für die zukünftigen Herausforderungen in dem Bereich aufgestellt ist.

---

## FACHKRÄFTEMANGEL

### KAUFLEUTE IM E-COMMERCE

Technologische Innovation treibt den Online- und Versandhandel. Um das Potential dieser Veränderung zu heben, braucht die Branche mehr Fachkräfte, als die Universitäten, Hochschulen und privaten wie öffentlichen Bildungsträger zur Verfügung stellen können. Der Fachkräftemangel wird sich in den kommenden Jahren aufgrund der demographischen Entwicklung verschärfen. Zuwanderung wird hier kurzfristig keine Entlastung schaffen.

Aus diesem Grund setzt sich der bevh seit 2012 intensiv für die Schaffung eines eigenen, durchlässigen kaufmännischen Erstausbildungsberufes für E-Commerce ein. Im Jahr 2015 hat die im Herbst 2014 konstituierte Arbeitsgruppe des bevh ihr Konzept für den neuen Ausbildungsberuf „Kaufleute im E-Commerce“ entwickelt und wesentliche Inhalte für das sogenannte Eckwertepapier geschaffen. Parallel dazu hat der Verband im Dialog mit dem Handelsverband Deutschland (HDE) die Weichen für das Einführungsverfahren gestellt.

Anfang November 2015 haben sich beim Kuratorium der deutschen Wirtschaft für Berufsbildung KWB die drei mit eigenen Ausbildungsberufen aktiven Handelsverbände HDE, Bundesverband Groß- und Außenhandel (BGA) und Deutscher Reiseverband (DRV) sowie der bevh-Partnerverband Internet Reisevertrieb (V-I-R) gemeinsam mit dem bevh-Partnerverband für die Einführung eines neuen Querschnittsberufes ausgesprochen. Ebenfalls haben die anwesenden Vertreter der Chemieindustrie und der Arbeitgebervereinigung BDA nachdrücklich zugestimmt.

Damit konnte der bevh seine Position durchsetzen, einen Handelsstufen-übergreifenden neuen Ausbildungsberuf zu schaffen, der auch der Industrie und dem Großhandel sowie dem Produktionsverbindungshandel dringend benötigte E-Commerce-Fachkräfte zur Verfügung stellen kann. In der Formulierung des gemeinsamen Katalogs der Handlungsfelder zeichnet der bevh für die Aufgaben „Shopmanagementsysteme betreiben“, „Shopmanagement umsetzen“ sowie „Onlinemarketing umsetzen“ verantwortlich. In

dem Gemeinschaftsprojekt übernehmen die anderen wesentlich betroffenen Verbände die Ausformulierung der weiteren von insgesamt 13 Handlungsfeldern wie „Waren- und Dienstleistungssortiment entwickeln“, „Kundenbindung fördern und Kundenservice im Online-Bereich einsetzen“ oder „Retouren- und Stornomanagement unterstützen“.

Geplant ist, nach voriger Abstimmung mit der Gewerkschaft ver.di im Laufe des Frühjahrs das Antragsgespräch beim Bundeswirtschaftsministerium zu führen. Der bevh wird im geregelten Verfahren als Experte ständig beteiligt sein. Der neue Ausbildungsberuf kann bei planmäßigem Verfahrensverlauf im Jahr 2018 eingeführt werden.

Neben dieser maßgeblichen Initiative hat der bevh auch im Jahr 2015 wieder die Fortbildung zum „Zertifizierten E-Commerce-Manager“ begleitet, die von der bayerischen Rid-Stiftung gemeinsam mit der Unternehmensberatung elaboratum angeboten wird. Erstmals hat der bevh aktiv mit Schulungen an der Fortbildung zum „E-Commerce-Manager“ im Rahmen der Digital Business School der Steinbeis Hochschule Berlin teilgenommen. Zusätzlich unterstützt der bevh die Ausbildung zum „Zertifizierten Cross-Channel-Manager“ am Institut für Internationales Handels- und Distributionsmanagement (IIHD) der Hochschule Worms.

Da Qualifizierung aus den o. g. Gründen vor allem auch in den Betrieben selbst erfolgen muss, unterstützt der bevh seine Mitglieder durch die Vermittlung von Knowhow u. a. in den Arbeitskreisen und auf seiner Hamburger Workshop-Konferenz „EXE – E-Commerce Experts Exchange“ (vormals bevh 2.015).

Um den Mitgliedern zudem sehr spezielle Aspekte des Online- und Versandhandels in Seminaren näher zu bringen, hat der Verband die „bevh-Academy“ gegründet. Sie hat im November 2015 mit einem Seminar zu Steuer- und Betriebsprüfungen im Distanzhandel die Arbeit aufgenommen.

---

## RECHTSBERATUNG FÜR BEVH-MITGLIEDER

### RECHTLICHE ERSTBERATUNG

Auch 2015 wurde die rechtliche Erstberatung durch die bevh-Rechtsabteilung wieder von vielen Mitgliedern in Anspruch genommen. Die Volljuristen des bevh beantworten regelmäßig telefonisch oder per E-Mail rechtliche Anfragen und beraten die Mitglieder zu konkreten Rechtsangelegenheiten.

Besonders gerne nutzten die Mitglieder wieder das Angebot, ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen rechtlich prüfen zu lassen.



*„Durch die ausgesprochen guten Kontakte des bevh zu politischen Entscheidungsträgern, Aufsichtsbehörden und Wettbewerbsverbänden ist der Austausch mit der bevh-Rechtsabteilung sehr gewinnbringend.“*

**STEFAN WEHMEYER,**  
BEREICHSLIETER RECHT / DIRECTOR CORPORATE LEGAL, TAKKT AG

tags um 10 Uhr statt, sind kostenfrei und dauern jeweils eine Stunde. Sie werden vorab im bevh-Blog und im Newsflash angekündigt. Die Online-Seminare erfreuen sich großer Beliebtheit.

Themen im ersten Halbjahr 2015 waren zum Beispiel M-Commerce und Mobile Advertising, Agile Softwareprojekte aus rechtlicher Sicht, der Schutz von Handelsmarken und die aktuelle Rechtslage zu Vertriebsbeschränkungen im Online-Handel. Zudem gab es ein Jahr nach Inkrafttreten

Weiterhin zeigten die Rückfragen zum neuen Widerrufsrecht von Juni 2014, dass auch hier noch einige Unsicherheiten bezüglich der Anwendung der neuen Vorschriften bestanden.

des neuen Verbraucherrechts einen Rückblick auf die ersten Urteile und Best Practice-Hinweise. Im zweiten Halbjahr 2015 waren die Webinare u. a. der „Cookie“-Regelung, dem Autocomplete und den

Ein großer Informationsbedarf der Mitglieder bestand zur Umsetzung der neuen Lebensmittelkennzeichnungsvorgaben nach der im Dezember 2014 in Kraft getretenen Lebensmittelinformationsverordnung. Ferner holten viele Mitglieder zu datenschutzrechtlichen Fragen Auskunft ein.

Sehr oft konnte der bevh auch Mitglieder mit einer rechtlichen Einschätzung und Handlungsempfehlungen unterstützen, die im Jahr 2015 eine wettbewerbsrechtliche Abmahnung erhalten hatten. Gegenstand der Abmahnungen waren oft das Fehlen von gesetzlichen Pflichtinformationen im Angebot, unvollständige Produktinformationen, rechtsfehlerhafte Klauseln in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder E-Mail-Werbung ohne die erforderliche Einwilligung des Empfängers.

## WEBINAR-REIHE

Die gemeinsame Webinar-Reihe in Zusammenarbeit mit HÄRTING Rechtsanwälte wurde 2015 mit spannenden Rechtsthemen fortgesetzt. Wie in den Vorjahren stellt in diesen Online-Seminaren ein Kollege von HÄRTING Rechtsanwälte jeweils ein aktuelles rechtliches Thema vor, zu dem es am Ende des Webinars jeweils Gelegenheit für Rückfragen zum Vortrag gibt. Da die Teilnehmer hiervon regen Gebrauch machen, gibt es auch einen Erfahrungsaustausch untereinander. Die Online-Schulungen richten sich nicht nur an Juristen, sondern auch die Geschäftsleitung und Marketingverantwortlichen unserer Mitglieder und Preferred Business Partner.

Die Webinare finden in der Regel in monatlichen Abständen frei-

*„Die Webinarreihe kann ich nur jedem ans Herz legen, der sich mit den vielfältigen juristischen Fragen aus der Praxis des Online-Handels vertraut machen möchte. Uns machen die Webinare großen Spaß. Ganz gleich, ob es z. B. um den grenzüberschreitenden Online-Shop, Rechtsfragen im B2B, AGB, Marken oder Produktfotos geht: Wir verfügen über Wissen und Erfahrungen aus unserer täglichen Beratungspraxis, das wir gerne vermitteln, lebensnah und gut verständlich.“*

**FABIAN REINHOLZ,** HÄRTING RECHTSANWÄLTE



rechtlichen Fragen von Domains gewidmet, sowie den Regelungen zur Lebensmittelkennzeichnung und zum Elektroschrott. Großer Beliebtheit erfreute sich insbesondere ein Webinar zur rechtssicheren Gestaltung von Katalogen.

## MUSTER-AGB

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) sind ein wichtiger Bestandteil jedes Onlineshops. Mit ihrer Hilfe können die Händler den Vertrag mit dem Kunden innerhalb des gesetzlichen Rahmens gestalten und gleichzeitig viele der Informationspflichten erfüllen, die ihnen vom Gesetzgeber auferlegt wurden. Bei der Gestaltung von AGB ist jedoch stets Vorsicht geboten, denn eine unglückliche Formulierung bedeutet leicht einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht und kann zu einer Abmahnung führen.

Seit Mai 2014 bietet der bevh seinen Mitgliedern in Zusammenarbeit mit HÄRTING Rechtsanwälte kostenlose Muster-AGB entsprechend der aktuellen Rechtslage, die auf der Homepage des bevh abgerufen oder auf Nachfrage bezogen werden können. Neben einem Basismuster sind diese auf das spezielle Sortiment zugeschnitten, zum Beispiel für den Handel mit Bekleidung, Elektronik, Dienstleistungen, Lebensmitteln, Arzneimitteln oder Kosmetika. Das Angebot umfasst auch eine einmalige Individualisierung der AGB für den Onlineshop oder Katalog des Mitglieds durch HÄRTING Rechtsanwälte. Ein laufender Update-Service für die individualisierten AGB kann zu günstigen Konditionen hinzugebucht werden.

## IM FOKUS: DATENSCHUTZ IM DISTANZHANDEL

Zu den rechtspolitischen „Dauerbrennern“ zählt für die E-Commerce- und Versandhandelsbranche zweifelsohne das Thema Datenschutz. Rechtsetzungsakte auf nationaler und europäischer Ebene aber auch Impulse von Judikatur und Datenschutzaufsicht machen immer wieder deutlich, von welcher essentieller Bedeutung ein funktionierendes Datenschutzmanagement in den Unternehmen ist. Die Anforderungen an die unternehmensinterne Datenschutzorganisation werden durch die Entwicklungen in diesem Bereich im Jahr 2015 weiter erheblich steigen.

## KOMPROMISSVORSCHLAG FÜR EINE EU-DATENSCHUTZGRUNDVERORDNUNG

Was lange währt ...? Mit ihrem Vorhaben, das europäische Datenschutzrecht erneuern zu wollen, hatte sich die EU-Kommission ein ambitioniertes Ziel gesetzt. Es galt, den Datenschutz fit zu machen für das Informationszeitalter. Verbraucherrechte sollten gestärkt werden, ohne den Datenverkehr und die Möglichkeiten des Handels allzu sehr einzuschränken. Nachdem das Gesetzgebungsverfahren fast vier Jahre in Anspruch genommen hatte, haben sich die an der Novellierung beteiligten Institutionen der EU im Dezember 2015 auf einen Kompromiss verständigt. Nach dem auch formellen Abschluss des Gesetzgebungsverfahrens Anfang 2016 wird die Grundverordnung mit großer Wahrscheinlichkeit im 2. Quartal 2018 wirksam werden. Es wird sich erweisen müssen, ob die seitens der Verfasser vorhergesagten großen Errungenschaften eines dann EU-weit geltenden Datenschutzrechts, wie etwa ein echtes „level playing field“ oder die Reduzierung von Bürokratiekosten in Milliardenhöhe, auch tatsächlich eintreten. Zweifel hieran sind jedenfalls angebracht.

## STUDIE ZU DEN PERSPEKTIVEN FÜR DEN DATENSCHUTZ IN EUROPA

Das Verfahren um die Novellierung des Datenschutzes auf europäischer Ebene wurde durch Interessengruppen aus allen Bereichen der Zivilgesellschaft, der Wirtschaft sowie des Daten- und Verbraucherschutzes intensiv begleitet. Was gleichwohl fehlte, waren belastbare wissenschaftlich-empirische Erhebungen über den Status quo der Umsetzung der Datenschutz-Richtlinie aus dem Jahr 1995 und über die tatsächlichen Bedürfnisse und Erwartungshaltungen der Verbraucherinnen und Verbraucher. Um diesem Missstand zu begegnen, hatte der bevh gemeinsam mit dem Handelsverband Deutschland (HDE) beim Institut für Handelsforschung Köln (IFH) eine Studie in Auftrag gegeben. Zu den Kernaussagen der Studie zählte, dass Verbraucherinnen und Verbraucher einer weiteren Verschärfung des Datenschutzrechts durch den Staat skeptisch gegenüber stehen. Die Studienergebnisse wurden den Verfassern der Datenschutzgrundverordnung zur Verfügung gestellt.

## DER EUGH UND (UN-)SAFE HARBOR

Im Oktober 2015 wartete der Europäische Gerichtshof (EuGH) mit einem erneuten Paukenschlag im Bereich des Datenschutzes auf. Das Gericht hat den Transfer von personenbezogenen Daten hin zu Empfängern mit Sitz in den USA für rechtswidrig erklärt, soweit dieser Transfer auf Basis des sog. Safe-Harbor-Abkommens erfolgt. Safe Harbor ist eine Entscheidung der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2000, aufgrund derer es Unternehmen ermöglicht wurde, personenbezogene Daten in Übereinstimmung mit der geltenden Europäischen Datenschutzrichtlinie aus einem Land der Europäischen Union in die USA zu übermitteln. Das Urteil betrifft nicht allein den zur Entscheidung vorgelegten Sachverhalt. Der EuGH hat in seinem Urteil ganz prinzipiell Datentransfers nach den USA auf Grundlage von Safe Harbor eine Absage erteilt. Datentransfers, die weiterhin auf die Safe-Harbor-Prinzipien gestützt werden, sind als rechtswidrig und damit als unzulässig anzusehen. Unternehmen müssen seither auf eine oder mehrere der verbliebenen Alternativen zurückgreifen. Für die deutsche E-Commerce-Branche ist die Entscheidung des EuGH Herausforderung und Chance zugleich. Einerseits sind in Teilen erhebliche Anstrengungen erforderlich, um die weiterhin erforderlichen Datenflüsse nach den USA rechtlich abzusichern. Andererseits wird das Urteil dazu führen, dass Kundendaten zukünftig vermehrt im EU-Raum verbleiben und darüber ein hohes Maß an Sicherheit und Datenautonomie erhalten bleibt. Der bevh hat unmittelbar nach Verkündung des Urteils den Austausch mit den Aufsichtsbehörden gesucht, um gemeinsam Lösungen für weiterhin konforme Daten-transfers nach den USA zu erarbeiten.

## NEUE ABMAHNGEFAHREN IM DATENSCHUTZ

Seit hierzulande in den 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts die ersten Datenschutzgesetze auf den Weg gebracht wurden, obliegt die Durchsetzung datenschutzrechtlicher Vorgaben den Aufsichtsbehörden des Bundes und der Länder. Auf Betreiben des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) hat der deutsche Gesetzgeber diese, aus guten Gründen allein öffentlich-rechtlichen Stellen zugewiesene Aufsichtsfunktion, durch eine Gesetzesänderung im Dezember 2015 nunmehr auch den Verbraucherzentralen zugewiesen. Wenngleich diese Neuerung absolut systemwidrig daherkommt und schlimmstenfalls gegen europäisches Recht verstößt, müssen sich Unternehmen auf Klagen der Verbraucherzentralen bei vermeintlichen Datenschutzverstößen vorbereiten. Auch vor diesem Hintergrund sind E-Commerce- und Versandhandelsunternehmen gut beraten, für eine funktionierende interne Datenschutzorganisation Sorge zu tragen.

## DATENSCHUTZ-GÜTESIEGEL

Elemente der Selbst- und Eigenkontrolle sind auch nach Einschätzung von Politik und Aufsichtsbehörden dazu geeignet, zu einer Verbesserung des Datenschutzniveaus in den Unternehmen beizutragen. Zur richtigen Einordnung der nicht selten unübersichtlichen gesetzlichen und aufsichtsbehördlichen Anforderungen, gibt die datenschutz cert GmbH Interaktiven Händlern seit August 2015 mit einem speziellen Datenschutzgütesiegel ein neues Instrument an die Hand.



Der an der E-Commerce-Praxis ausgerichtete Kriterienkatalog wurde gemeinsam mit dem bevh entwickelt und gibt Interaktiven Händlern eine Hilfestellung bei der Bestimmung des Reifegrades der internen Datenschutzorganisation. Der zweifache Fokus auf einerseits typische Datenverarbeitungen im E-Commerce und andererseits einen hohen Datenschutzstandard macht das Datenschutzgütesiegel in dieser Form einmalig am Zertifizierungsmarkt.



---

## NACHHALTIGKEIT

Unternehmerisches Handeln geht in unserer Gesellschaft schon immer mit einer besonderen Verantwortung einher. Das ist für Unternehmen im E-Commerce und dem Versandhandel nicht anders. Im Zuge der Digitalisierung unserer Gesellschaft wird es für unsere Branche aber immer wichtiger, diese Verantwortung bewusst zu leben. Denn wesentliche neue Geschäftsmodelle, die unsere Gesellschaft in den nächsten Jahren durch die digitale Revolution erleben wird, werden im Bereich E-Commerce entstehen. Da wäre es doch gut, wenn diese möglichst alle nachhaltig sind. Deshalb freut es uns als bevh, dass sich ein großer Teil unserer Mitgliedsunternehmen aktiv und intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzt. Sie sehen darin eine natürliche unternehmerische Verantwortung. Daher ist es auch nur logisch, dass sie es nicht „ergänzend“ in Umweltprojekten oder ähnlichem leben, sondern oft sogar ihr gesamtes Geschäftsmodell daran ausrichten. Viele von ihnen gehen schon heute davon aus, dass Nachhaltigkeit in Zukunft etwas Normales sein wird, ohne das man ein Unternehmen gar nicht führen kann.

Ganz wichtig sind dabei transparente Unternehmens- und Produktinformationen. Dabei geht es weg von der reinen umweltbezogenen Betrachtung, hin zu einer ethischen Gesamtsicht. Neben den Umweltfaktoren spielen sozialpolitische Themen eine wichtige Rolle. Auch Regionalität ist den Menschen wichtiger geworden. Über den bevh aber auch über unsere Mitgliedsunternehmen sind wir Teil vieler Verbände und Organisationen. Wir arbeiten zusammen mit dem Bundesumweltministerium, mit dem Umweltbundesamt, FoKus, Nabu, B.A.U.M., dem Rat für nachhaltige Entwicklung und vielen weiteren. Wir nutzen aber auch die direkten Möglichkeiten, die der E-Commerce bietet. Wo sonst kann man so schnell und direkt am Produkt ein Video zeigen, welches die gesamte Prozesskette abbildet, die Herstellung zeigt, Menschen interviewt. Wir binden Blogger und Social-Media in das Thema Nachhaltigkeit ein. Und am Ende – und das ist vielleicht am wichtigsten – treten wir im E-Commerce immer näher an die Konsumenten heran, mit denen gemeinsam wir direkt über das Thema Nachhaltigkeit sprechen.

Nachhaltigkeit ist für uns im bevh ein lebendiges Thema, das im Alltag unserer Mitgliedsunternehmen eine wichtige Rolle spielt – und im Alltag all der Menschen mit denen wir in Kontakt treten. Dieser Verantwortung stellen wir uns gerne und gehen sie ganz unternehmerisch miteinander an, indem wir etwas unternehmen.

## INITIATIVE NACHHALTIGKEIT

Das Netzwerk Nachhaltigkeit im bevh hat bereits letztes Jahr erfolgreich die „Initiative für Nachhaltigkeit“ auf den Weg gebracht. Das Ziel ist hier, substantielle Verbesserungen von Nachhaltigkeit im E-Commerce und Versandhandel durch konkrete ökologische, ökonomische und soziale Maßnahmen zu erreichen. Hierzu zählen die Bereiche:

- Beschaffungslogistik
- Lieferkette
- IT-Technik
- Kundenkommunikation
- Retourenvermeidung
- Transparenz
- Sortimentsgestaltung
- Lagerhaltung
- Produktinformation
- Logistik
- Nach-Kauf-Beziehungen

Dabei wird den verschiedenen Ausgangssituationen, Unternehmensstrukturen und Bedürfnissen der Mitglieds- und Dienstleistungsfirmen der E-Commerce-Branche Rechnung getragen. Im Ergebnis des Voneinander-Lernens wird sich jedes Unternehmen der Bedeutung seines eigenen Beitrags zur Nachhaltigkeit und des Mehrwerts für Unternehmensentscheider im E-Commerce, für Kunden und Mitarbeiter bewusst.

Nach der erfolgreichen Einrichtung der Initiative für Nachhaltigkeit konnten wir im vergangenen Jahr den gemeinsamen Austausch intensivieren und viel Know-How über einzelne Ziele, Best-Practices und konkrete Maßnahmen in unseren Mitgliedsunternehmen gewinnen. Das führt dazu, dass der bevh gemeinsam mit seinen Mitgliedern eine faszinierende Fülle an Möglichkeiten und Potentialen, die sich durch E-Commerce für die Gesellschaft ergeben, sammeln und Mitgliedern wie der Öffentlichkeit sukzessive bereit stellen kann. Parallel dazu entwickeln wir mit der langfristigen Studie **Weißbuch Nachhaltigkeit im Interaktiven Handel** viele Szenarien und Potentiale, die hoffentlich langfristig helfen, ein nachhaltiges Miteinander in unserer Gesellschaft zu fördern.



# PRESSESCHAU 2015

## HIGHLIGHTS

**ABMAHNUNWESEN**

IBUSINESS

STERN

FOCUS

FAZ

**VERBÄNDE-FUSION**

ARD

CHANCEN FÜR STATIONÄREN HANDEL

DLF

**INTERNET WORLD BUSINESS**

RBB

ONE-TO-ONE

UNTERNEHMENSJURIST

**ELEKTROGERÄTEGESETZ**

BUSINESSHANDEL

EU-VERBRAUCHER-RECHTERICHTLINIE

**INTERAKTIVER HANDEL IN DEUTSCHLAND 2014**

**HANDELSBLATT**

LEBENSMITTEL ZEITUNG

**E-COMMERCE-KAUFLEUTE**

SONNTAGSARBEIT IN CALLCENTERN

DIE WELT

SPIEGEL

WIRTSCHAFTS WOCHE

SÜDDEUTSCHE ZEITUNG

**EU-DATENSCHUTZ-GRUNDVERORDNUNG**

VERSANDHAUSBERATER

MDR

SAME DAY DELIVERY

**LEBENSMITTEL-ONLINEHANDEL**

N24

**MARKTDATEN 2014**

LOGISTIKHEUTE

BR

NDR

TEXTILWIRTSCHAFT

DER HANDEL

# WAS DER BEVH 2015 BEWEGT HAT

# 03

## POLITIKFELDER/AKTIVITÄTEN

Die Vertretung des Brancheninteresses in Politik und Wirtschaft zählt zu den Kernaufgaben jeder Verbandstätigkeit. Der bevh sieht sich hierbei vor allem in einer beratenden Funktion. Nur wenn die unternehmerische Praxis der E-Commerce- und Versandhandelsbranche bei Regierung, Politik und Wirtschaft verstanden wird, können Entscheidungen getroffen werden, die den Interessen aller Beteiligten angemessen gerecht werden. Wenngleich sich die politische Verbandsarbeit des bevh schwerpunktmäßig den spezifischen Fragen des E-Commerce und Versandhandels zuwendet, macht es die Verzahnung der Rechts- und Politikfelder erforderlich, die Interessen der Branche auch bei Entwicklungen im Umfeld der originären Handelspolitik wahrzunehmen.

Bei all seinen Tätigkeiten verfolgt der bevh dabei stets ein zentrales Leitbild: Solange in Politik und Regierung stationäre Vertriebsformen und solche des Distanzhandels unterschiedlich behandelt werden, treten wir mit Nachdruck gegen jede Form der Diskriminierung der E-Commerce- und Versandhandelsbranche ein.



## In den nachfolgend aufgelisteten Politikfeldern war der bevh im Jahr 2015 schwerpunktmäßig aktiv:

### THEMA

### PROBLEMSTELLUNG/ BETROFFENHEIT DER BRANCHE

### POLITISCHE AKTIVITÄTEN UND ERFOLGE

#### EU-DATEN- SCHUTZ- GRUNDVER- ORDNUNG (EU-DSGVO)

Nach einem fast vier Jahre andauernden Gesetzgebungsprozess hat die Diskussion um die Reform des europäischen Datenschutzrechtsrahmens im Dezember 2015 ihr vorläufiges Ende gefunden. Der bereits im Januar 2012 vorgestellte Entwurf war v. a. von Rechtsunsicherheit und mangelnder Praxistauglichkeit gekennzeichnet. Zudem hätten bei unveränderter Beibehaltung zahlreiche Datenverarbeitungsprozesse in der E-Commerce- und Versandhandelsbranche nicht mehr durchgeführt werden können. Zielgruppenorientiertes Marketing stand genauso vor dem Aus wie etwa die Steuerung von Risiken bei der Auswahl anzubietender Bezahlverfahren oder die Übermittlung von Schuldnerdaten an Auskunftsteilen. Aufgrund überbordender Informations- und Dokumentationspflichten drohte Handelsunternehmen ein enormer bürokratischer Mehraufwand.

Der bevh hat sich über den gesamten Reformzeitraum in ca. zehn schriftlichen Stellungnahmen, unzähligen Gesprächen in Berlin und Brüssel, Abstimmungsruunden, Ministerschreiben – auch gemeinsam mit anderen Verbänden – für die Schaffung und den Erhalt eines Rechtsrahmens eingesetzt, der die Relevanz von Daten für moderne Geschäftsmodelle anerkennt und es E-Commerce-Unternehmen ermöglicht, auch weiterhin im internationalen Wettbewerb zu bestehen. Durch unsere Arbeit konnten wesentlichen Verbesserungen im final abgestimmten Text erreicht werden. Hierzu zählen etwa:

- Anerkennung des Drittinteresses
- Zulässigkeit der zweckändernden Nutzung
- Anerkennung des Marketings als berechtigtes Interesse
- Angemessene Regulierung von Profilen

Über eine durch den bevh beauftragte Studie wurde zudem empirisch belegt, dass auch aus der Sicht des Verbrauchers eine Verschärfung des Datenschutzniveaus durch den Staat nicht angezeigt ist. Die Datenschutzgrundverordnung wird im 2. Quartal 2018 wirksam werden. Der bevh wird sich in die jetzt anstehenden Fragen der Auslegung aktiv und nachdrücklich einbringen.

#### REFORM DES UNTERLAS- SUNGSKLA- GENGESETZES (UKLAG)

Auf Betreiben des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) hat die Bundesregierung eine Gesetzesänderung angeschoben, nach der auch Verbraucherschutzorganisationen die Möglichkeit zur Klage gegen behauptete datenschutzrechtliche Verfehlungen von Unternehmen haben sollen. Die gesamte B2C-Internetwirtschaft, insbesondere E-Commerce-Unternehmen, sind darüber einer neuen Abmahngefahr ausgesetzt.

Der Gesetzentwurf wurde durch den bevh detailliert kommentiert und in Gänze abgelehnt. Über Stellungnahmen, Veröffentlichungen in Fachzeitschriften und in der Funktion als Sachverständige haben wir gemeinsam mit vielen anderen Wirtschaftsvertretern dargelegt, welche negativen Auswirkungen das Gesetz haben wird. Letztlich hat sich die Verbraucherschutzseite durchgesetzt; das Gesetz ist im Dezember 2015 verabschiedet worden.

## THEMA

## PROBLEMSTELLUNG/ BETROFFENHEIT DER BRANCHE

## POLITISCHE AKTIVITÄTEN UND ERFOLGE

### ARBEITS- GRUPPE VERBRAU- CHERVER- TRAGSRECHT BEIM BMJV

Der bevh beteiligte sich 2015 an mehreren Sitzungen der vom Bundesjustizministerium gegründeten Arbeitsgruppe Verbrauchervertragsrecht. Um dem Auftrag aus dem Koalitionsvertrag für die 18. Legislaturperiode nachzukommen, „darauf hinzuwirken, dass das Verbrauchervertragsrecht künftig verständlich, übersichtlich und in sich stimmig ausgestaltet ist sowie effektiver durchgesetzt werden kann“, hatte das Ministerium 2014 diese Arbeitsgruppe ins Leben gerufen. In dem Gremium diskutierten im Zeitraum von November 2014 bis Oktober 2015 Vertreter der betroffenen Interessenverbände von Verbrauchern und Unternehmern mit Experten aus Rechtswissenschaft und Justiz und Vertretern des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz, des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und der Generaldirektion Justiz und Verbraucher der Europäischen Kommission.

Im Rahmen der Arbeitsgruppe Verbrauchervertragsrecht zeigte der bevh die Schwierigkeiten auf, denen sich Online- und Versandhändler seit Juni 2014 bei der Umsetzung der neuen Vorgaben aus der Verbraucherrechte-Richtlinie gegenübersehen. Dies betrifft insbesondere die weitere Zunahme von Informationspflichten, die durch die oft unklaren, widersprüchlichen und praxisfernen formellen Vorgaben der Richtlinie für die Händler eine deutliche Belastung darstellen. Auch bezüglich der Muster-Widerrufsbelehrung und dem mit der Reform eingeführte Musterwiderrufsformular legte der bevh dar, dass diese zu erheblichen Schwierigkeiten in der praktischen Anwendung durch den Unternehmer führen und für den Kunden aufgrund ihrer sprachlichen Komplexität und ihrer mangelnden Klarheit kein Mehr an Verbraucherschutz bedeuten. Das Bundesministerium der Justiz hat die Ergebnisse aus den Sitzungen der Arbeitsgruppe Verbrauchervertragsrecht in einem Bericht zusammengefasst, der u. a. der Europäischen Kommission zur Verfügung gestellt wird.

### REFORM DER KAUF- RECHTLICHEN MÄNGEL- HAFTUNG

Das Bundesjustizministerium hat im September 2015 einen Referentenentwurf vorgelegt, durch den das Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 16.06.2011 (C65/09 und C87/09) in deutsches Recht umgesetzt werden soll. Nach dieser Entscheidung haftet der Verkäufer einer mangelhaften Sache dem Kunden aus Gewährleistungsrecht auch für eventuelle Ein- und Ausbaurkosten, die im Rahmen der Nachbesserung anfallen. Der Entwurf sieht vor, die Rechtslage nach der Entscheidung des EuGH auf alle Kaufverträge, und damit auch auf Kaufverträge zwischen Unternehmen auszudehnen. Hierdurch soll erreicht werden, dass Handwerker und Händler nicht auf den Folgekosten von Produktmängeln sitzen bleiben, die Lieferanten oder Hersteller zu verantworten haben. Diese können dann innerhalb der Lieferkette weitergereicht werden.

Der bevh hat im Rahmen seiner Stellungnahme eine deutliche Beschränkung auf die Fälle gefordert, in denen die Kostenübernahme auch angemessen ist. Daher dürfen z. B. nur solche Ein- oder Ausbaurkosten ersatzpflichtig sein, die dem üblichen Verwendungszweck der gekauften Sache entsprechen. Auch kann keine Ersatzpflicht für Ein- oder Ausbaurkosten bestehen, die der Käufer in Kenntnis des Mangels auslöst. Eine im Referentenentwurf vorgeschlagene Ausdehnung der Rechtslage auf die Verarbeitung einer gekauften Sache hat der bevh vehement abgelehnt, da dies zu unüberschaubaren Risiken für die Verkäufer führen würde. Der bevh wird die weitere Entwicklung des Gesetzgebungsverfahrens intensiv begleiten.

## THEMA

## PROBLEMSTELLUNG/ BETROFFENHEIT DER BRANCHE

## POLITISCHE AKTIVITÄTEN UND ERFOLGE

### REFORM DES ELEKTRO- UND ELEKTRO- NIKGERÄTEGE- SETZES (ELEKTROG)

Zu den handwerklich schlechtesten Gesetzen des Jahres 2015 zählt zweifelsohne das reformierte Elektrogerätegesetz. Wohl auch dem hohen Zeitdruck geschuldet – Deutschland drohte die Einleitung eines Vertragsverletzungsverfahrens – hat das zuständige Bundesumweltministerium eine Gesetzesnovelle durchgesetzt, die in ihrer Praxisuntauglichkeit ihresgleichen sucht. Einziger Lichtblick: Wäre der ursprüngliche Referentenentwurf tatsächlich Gesetz geworden, hätte dies infolge der darin angedachten sog. Zug-um-Zug Rücknahmeverpflichtung den Fernabsatz von Elektrogeräten faktisch unmöglich gemacht.

Das reformierte Elektrogerätegesetz ist im Oktober 2015 in Kraft getreten. Der ursprüngliche Gesetzentwurf hatte zentrale Kritikpunkte des bevh aufgegriffen und umgesetzt. Die Kernprobleme bleiben jedoch bestehen: Von zentraler Bedeutung für den Interaktiven Handel sind erstens die ab Juli 2016 geltende obligatorische Rücknahmeverpflichtung des Handels ab einer Lagerfläche für Elektrogeräte von 400m<sup>2</sup> und zweitens neue Registrierungsvorgaben bei grenzüberschreitendem Versand. Der bevh hat zur ersten Einordnung ein Q&A erarbeitet und zudem am 30.09.2015 in Köln eine Informationsveranstaltung durchgeführt. Gemeinsam mit Vertretern von Aufsicht, Abfallwirtschaft und der Stiftung Elektro-Altgeräte-Register (ear) arbeiten wir weiterhin an Lösungsmöglichkeiten, um den Aufwand für Distanzhändler so gering wie möglich zu halten.

### REFORM DES GESETZES GEGEN DEN UNLAUTEREN WETTBEWERB (UWG)

Mit der Gesetzesnovelle wurden mehrere Regelungen aus der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken in deutsches Recht umgesetzt und einige gesetzessystematische Änderungen vorgenommen. Eine wesentliche Änderung der materiellen Rechtslage dürfte jedoch nicht zu erwarten sein, da die Gerichte bereits zuvor eine Auslegung des UWG nach den Vorgaben der EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (Richtlinie 2005/29/EG) vorgenommen haben. Trotz eines Prüfungsauftrags durch den Bundestag aus der letzten Legislaturperiode und deutlichen Forderungen des bevh und weiterer Wirtschaftsverbände, wurde eine Reform betreffend den sogenannten fliegenden Gerichtsstand für wettbewerbsrechtliche Streitigkeiten, bedeutsam bei wettbewerbsrechtlichen Abmahnungen von Onlineshops, erneut nicht vorgesehen. Die Gesetzesreform wurde am 05.11.2015 vom Bundestag verabschiedet und ist am 10.12.2015 in Kraft getreten.

Der bevh hatte in seiner Stellungnahme zum Referentenentwurf die Aufhebung des sogenannten fliegenden Gerichtsstands für wettbewerbsrechtliche Streitigkeiten gefordert. Da dies im Rahmen des Gesetzgebungsvorhabens keine Berücksichtigung fand, hat der bevh nunmehr eine Initiative zur Bekämpfung des Abmahnwesens gestartet (vgl. hierzu im weiteren Verlauf des Jahresberichts).

## THEMA

### RICHTLINIEN-VORSCHLÄGE DER EU-KOMMISSION ZUM KAUFRECHT

## PROBLEMSTELLUNG/ BETROFFENHEIT DER BRANCHE

Nach dem Scheitern des Gesetzgebungsvorschlags über ein Gemeinsames Europäisches Kaufrecht im Europäischen Gesetzgebungsverfahren und einer öffentlichen Konsultation im Sommer 2015, hat die Europäische Kommission am 09.12.2015 zwei Richtlinienentwürfe vorgelegt, von denen einer das Vertragsrecht im Online- und Versandhandel neu regeln und der andere ein neues Vertragsrecht für die Bereitstellung digitaler Inhalte schaffen soll. Der kaufrechtliche Richtlinienentwurf betreffend die Waren schlägt ein besonderes Gewährleistungsrecht für Online- und Distanzhändler vor und würde damit zu einer realitätsfremden Aufspaltung der Geschäftsprozesse führen. Der Vorschlag diskriminiert einseitig die Branche und ignoriert die Realität des Einkaufens, in der eine Differenzierung der Verkaufskanäle online und offline nicht mehr stattfindet. Zudem würde er böswilligen Kunden ermöglichen, künftig zwei Jahre lang mit der bloßen Behauptung, ein Mangel liege vor, die Rückgabe der Ware oder Reduzierung des Kaufpreises vom Händler zu erreichen. Dies öffnet Missbrauch Tür und Tor, schafft Unsicherheit im Handel und wird zu höheren Verbraucherpreisen führen.

### VERBRAUCHERSTREITBEILEGUNGSGESETZ (VSBG)

Das BMJV hat im November 2014 einen Referentenentwurf eines Verbraucherstreitbeilegungsgesetzes vorgelegt, durch das die EU-Richtlinie über alternative Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten und zur Durchführung der Verordnung über Online-Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten umgesetzt werden sollen. Der Entwurf legt bestimmte Informationspflichten für Unternehmen über zuständige Streitbeilegungsstellen fest, die zukünftig auch von Online- und Versandhändlern zu beachten sind. Einige Regelungen des Referentenentwurfs gingen über die Vorgaben der europäischen ADR-Richtlinie (Europäische Richtlinie über Alternative Streitbeilegung) hinaus und verpflichteten durch zusätzliche Informationspflichten und organisatorische Vorgaben Unternehmen quasi durch die Hintertür zu einer Teilnahme an außergerichtlicher Streitbeilegung. Zudem war eine übermäßige Belastung der Unternehmen mit den Kosten der Schlichtung zu befürchten.

## POLITISCHE AKTIVITÄTEN UND ERFOLGE

Der bevh hat sich bereits in der öffentlichen Konsultation der Kommission zu vertragsrechtlichen Vorschriften für den Online-Erwerb von digitalen Inhalten und Sachgütern im Sommer 2015 deutlich dafür ausgesprochen, ein zukünftiges europäisches Regelungsinstrument zum Kaufrecht technikneutral zu entwickeln und in ihm die Vertriebswege gleich zu behandeln. Insbesondere hat der bevh auf die Gefahr einer systemwidrigen Zersplitterung des Kaufrechts und erheblicher Rechtsunsicherheit durch eine gesetzgeberische Unterscheidung zwischen Online- und stationärem Handel hingewiesen. In seiner Pressemeldung vom 09.12.2015 hat der bevh zudem massive Kritik an dem Kommissionsvorschlag eines solchen Sonder-Vertragsrechts für den Online- und Versandhandel geäußert. In dem europäischen Gesetzgebungsverfahren wird sich der bevh vehement dafür einsetzen, dass die erforderliche Harmonisierung des europäischen Kaufrechts alle Vertriebskanäle gleichermaßen berücksichtigt und zu keiner übermäßigen Belastung des Handels durch vermeintlich verbraucher-schützende Vorschriften führt.

Das Verbraucherstreitbeilegungsgesetz wurde in modifizierter Form am 03.12.2015 durch den Bundestag verabschiedet. Zahlreiche vom bevh in seiner Stellungnahme vehement kritisierte Punkte betreffend die Ausgestaltung der Informationspflichten und die Regelungen zur Belastung der Unternehmen mit den Kosten der Schlichtung wurden deutlich nachgebessert.

## THEMA

## PROBLEMSTELLUNG/ BETROFFENHEIT DER BRANCHE

## POLITISCHE AKTIVITÄTEN UND ERFOLGE

### UMSATZ- STEUERREFORM

Der im Oktober 2015 vorgestellte Aktionsplan der EU-Kommission zur Reform des innereuropäischen Umsatzsteuersystems beinhaltet u. a. die Ankündigung von Reformen im Bereich der Besteuerung von E-Commerce-Umsätzen. Eine solche Reform ist überfällig. Unterschiedliche Steuersätze und weitere steuerliche Regularien (Registrierungspflichten) sorgen für Wettbewerbsverzerrungen im Binnenmarkt und verursachen erhebliche bürokratische Hürden (Registrierung in mehreren Mitgliedstaaten). Darüber hinaus verzeichnen wir zusehends massive Wettbewerbsverzerrungen durch Umsatzsteuerbetrug bei Einfuhr von Waren aus Drittstaaten (v. a. China).

Der bevh hat über seinen europäischen Dachverband EMOTA im Rahmen der in 2015 durchgeführten Konsultation durch die EU-Kommission Kernaspekte der dringend erforderlichen Reform benannt. Bereits im Vorfeld haben wir auf nationaler Ebene mehrere mit der Thematik befasste Bundesministerien auf den Reformbedarf detailliert hingewiesen. Zu den Kernthemen zählen die Schaffung eines One-Stop-Shop für grenzüberschreitenden Handel, die Abschaffung der sog. Versandhandelsregel (§ 3c UStG) und die Absicherung gegen Umsatzsteuerbetrug bei Wareneinfuhr aus Drittstaaten. Die für das Jahr 2016 avisierten Entwürfe der EU-Kommission werden wir im Vorfeld wie auch nach ihrer Vorlage aktiv begleiten.

### IT-SICHER- HEITSGESETZ (ITSIG)

Wäre der ursprünglich bereits im Jahr 2014 vorgelegte Referentenentwurf tatsächlich Gesetz geworden, hätte dies eine Ausweitung der Verantwortlichkeiten von Onlineshop-Betreibern auf bestimmte Rechtsverstöße Dritter im Internet nach sich gezogen. Auch die zunächst geplante Pflicht zur Einhaltung hoher Standards bei Authentifizierungsverfahren hätte die E-Commerce-Branche unverhältnismäßig belastet.

Das IT-Sicherheitsgesetz wurde am 12.06.2015 durch den Bundestag verabschiedet. Nach kritischer Stellungnahme durch den bevh erfolgte eine Präzisierung der Verantwortlichkeit von Onlineshop-Betreibern sowie des erforderlichen Pflichtenkatalogs. Der sich nunmehr ergebende Implementierungsaufwand für E-Commerce-Unternehmen ist vertretbar.

### ARBEITSZEIT- GESETZ (ARBZG)

Im November 2014 hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) die Beschäftigung von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern in Callcentern des Online- und Versandhandels an Sonn- und Feiertagen faktisch für unzulässig erklärt. Seit Verkündung des Urteils ist die Beschäftigung von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern in Callcentern an Sonn- und Feiertagen nicht mehr rechtsicher möglich. Vielmehr droht der bislang gelebten und seit Jahren unwiderrprochenen Praxis der ausnahmsweisen Zulässigkeit von Callcenter-Serviceleistungen an Sonn- und Feiertagen das generelle Aus.

Die anachronistische Haltung des BVerwG hat der bevh in einem Positionspapier massiv kritisiert. Über Gespräche mit Vertretern von Arbeits- und Wirtschaftsministerien zahlreicher Bundesländer, dem Bundesarbeitsministerium (BMAS) sowie der zuständigen Projektgruppe der Länder konnten wir erreichen, dass die Konferenz der Arbeits- und Sozialministerinnen und -minister (ASMK) per Beschluss vom November 2015 das BMAS auffordert, Sonn- und Feiertagsarbeit in Callcentern im vor dem Urteil zulässigen Umfang weiterhin zuzulassen. Der bevh wird die weitere Entwicklung intensiv begleiten.

## THEMA

### SEKTOR- UNTERSUCH- UNG DER EU-KOMMISS- SION ZUM GRENZÜBER- SCHREITENDEN E-COMMERCE

## PROBLEMSTELLUNG/ BETROFFENHEIT DER BRANCHE

Die Europäische Kommission hat am 06.05.2015 eine kartellrechtliche Untersuchung zum Wettbewerb im Bereich des elektronischen Handels in der EU eingeleitet. Mit Hilfe der Sektoruntersuchung sollten Wettbewerbshindernisse im grenzüberschreitenden elektronischen Handel mit Waren und Dienstleistungen auf dem europäischen Markt ermittelt werden. Die in diesem Rahmen gewonnenen Erkenntnisse will die Kommission für eine bessere Durchsetzung des Wettbewerbsrechts im elektronischen Handel heranziehen. Die Kommission hat ab Juli 2015 hierzu mit einem Fragebogen zahlreiche im E-Commerce tätige Unternehmen, d. h. Händler und Hersteller, direkt kontaktiert. Nach europäischem Kartellrecht waren Unternehmen, denen die Kommission im Rahmen dieser Sektoruntersuchung einen Fragebogen zugesandt hatte, verpflichtet, der Kommission die angeforderten Auskünfte, Unterlagen oder Erklärungen zu übermitteln und konnten bei falschen oder unvollständigen Auskünften von der Kommission mit einer Geldbuße belegt werden. Mehr als 500 deutsche Online-Händler haben den Fragebogen der Kommission erhalten, der mehr als 70 Fragen enthielt und über einen Zeitraum von etwa zwei Monaten zu beantworten war.

## POLITISCHE AKTIVITÄTEN UND ERFOLGE

Gemeinsam mit seinem europäischen Dachverband EMOTA und der erfahrenen Kartellrechtsanwältin Susanne Zühle (Willkie Farr & Gallagher LLP) stellte der bevh seinen Mitgliedern umfangreiche Informationen zur Vorbereitung auf die Beantwortung des Fragebogens zur Verfügung. Neben einem FAQ-Papier wurden ein jeweils kostenloses englischsprachiges und deutschsprachiges Webinar angeboten, in dem die Einzelheiten des Fragebogens vorgestellt und erläutert wurden. Ergänzend unterstützte der bevh auch diejenigen Mitglieder, die den Fragebogen erhalten hatten, bei eventuellen Rückfragen und vermittelte bei Bedarf den Kontakt zum zuständigen Referat der Europäischen Kommission.



*„Die Sektoruntersuchung der EU Kommission ist für die Mitglieder des bevh von großer Bedeutung, da ihre Ergebnisse die kartellrechtlichen Parameter für den Online-Handel in der Zukunft stark beeinflussen werden. Wir freuen uns, dass wir die Mitglieder des bevh mit unserem Seminarangebot bei der effizienten und effektiven Beantwortung der Fragen der Kommission unterstützen konnten.“*

SUSANNE ZÜHLKE, RECHTSANWÄLTIN, WILLKIE FARR & GALLAGER LLP

## THEMA

## PROBLEMSTELLUNG/ BETROFFENHEIT DER BRANCHE

## POLITISCHE AKTIVITÄTEN UND ERFOLGE

### GEOBLOCKING

Die EU-Kommission hat in 2015 eine öffentliche Konsultation zum sog. Geoblocking durchgeführt. Verkürzt dargestellt versteht man darunter den aufgrund der Nationalität des Verbrauchers beschränkten Zugang zu Waren und Dienstleistungen, die über das Internet angeboten werden. Eine solche gegenwärtig nach der EU-Dienstleistungsrichtlinie zulässige Beschränkung soll nach dem Wunsch der EU-Kommission künftig nicht mehr zulässig sein. Im Ernstfall droht deutschen E-Commerce-Unternehmen die Verpflichtung, den gesamten EU-Binnenmarkt beliefern zu müssen.

Bereits im Rahmen der öffentlichen Konsultation hat der bevh über den europäischen Dachverband EMOTA deutlich gegen die Abschaffung des heute zulässigen Geoblockings Position bezogen. Ein solch massiver Eingriff in die Vertragsfreiheit der Händler wäre beispiellos und völlig außer Verhältnis. Lieferbeschränkungen sind kein Ausdruck von Diskriminierung, sondern Ergebnis wirtschaftlicher Überlegungen. Die Möglichkeit des Re-Routings ist essentiell, damit E-Commerce-Händler auf unterschiedliche Rahmenbedingungen (u. a. Recht, Logistik) in den einzelnen Mitgliedsstaaten reagieren können. In weiteren Gesprächen mit der zuständigen Generaldirektion der EU-Kommission werden wir das Vorhaben weiterhin energisch angreifen.

### INVESTMENT- STEUERRE- FORM | KÖRPER- SCHAFTS- STEUER- GESETZ (KSTG)

Eine ganzheitliche Startup-Politik, die einerseits einen unbürokratischen Rechtsrahmen für neue Geschäftsideen bereitet und andererseits gerade im Bereich der Risikofinanzierung Impulse für eine funktionierende Gründerkultur in Deutschland schafft, ist weiterhin nicht in Sicht. So wurde im Rahmen der Überlegungen zur Investmentsteuerreform auch eine erhöhte Besteuerung der Gewinne aus der Veräußerung von Streubesitzbeteiligungen diskutiert. Als Folge dessen wäre es zu steuerlichen Mehrfachbelastungen für Wagniskapitalgeber gekommen, die den Investitionsstandort Deutschland nachhaltig geschädigt hätten.

Der bevh hat sich gemeinsam mit anderen Verbänden aus den Bereichen Startup, Technologie und Kapitalbeteiligung erfolgreich gegen eine entsprechende Änderung des Körperschaftssteuergesetzes ausgesprochen. Die umstrittene Passage wurde ersatzlos gestrichen. Stattdessen hat die Bundesregierung in ihrem im September 2015 vorgestellten Eckpunktepapier „Wagniskapital“ die besondere Bedeutung von Wagniskapital unterstrichen.

### KAPITALAN- LAGEGESETZ- BUCH (KAGB)

Im Rahmen der geplanten Reform des KAGB erfolgt das sog. OGAW (Organismen für gemeinsame Anlage in Wertpapiere)-V-Umsetzungsverfahren. Nach dem Regierungsentwurf sollen künftig an die Vergabe von Gesellschafterdarlehen neue zusätzliche Verhaltens- und Organisationspflichten geknüpft werden. Die vorgeschlagenen neuen Pflichten verursachen für die Vergabe von Gesellschafterdarlehen einen enormen bürokratischen Mehraufwand, insbesondere im europäischen Vergleich. Die Gründungsfinanzierung wird darüber in Deutschland unnötig geschwächt.

Gemeinsam mit anderen Verbänden aus den Bereichen Industrie, Kapitalbeteiligung und der Internetwirtschaft hat sich der bevh gegen die Einführung neuer Hürden für die Vergabe von Gesellschafterdarlehen ausgesprochen. Insbesondere die durch die Bundesregierung angestrebte Übererfüllung europäischer Vorgaben ist absolut inakzeptabel. Der bevh wird die weitere Entwicklung begleiten und an seiner grundsätzlichen Kritik festhalten.

## THEMA

### VECTORING | BUNDESNETZ- AGENTUR

## PROBLEMSTELLUNG/ BETROFFENHEIT DER BRANCHE

Nach fast 20 Jahren erfolgreichen Wettbewerbs soll erstmals wieder einem Unternehmen, der Deutschen Telekom, ein faktisches Monopol beim Ausbau der Glasfaserinfrastruktur übertragen werden. Die negativen Folgen für den Infrastrukturwettbewerb sind enorm und erschweren und verteuern den Ausbau außerhalb lukrativer Gebiete. Gerade aber den bislang nicht erschlossenen Regionen Deutschlands muss unverzüglich breitbandiges Internet zur Verfügung gestellt werden. Anderenfalls entsteht auch in puncto interaktives Surf- und Einkaufserlebnis eine Zwei-Klassen-Gesellschaft.

## POLITISCHE AKTIVITÄTEN UND ERFOLGE

Im Rahmen einer Verbändeallianz mit Verbänden wie bspw. dem DIHK und kommunalen Spitzenverbänden hat sich der bevh entschieden gegen eine Übertragung des Vectoring-Monopols auf die Deutsche Telekom ausgesprochen. Gefordert wurde eine an den Grundsätzen des Wettbewerbs orientierte politische Grundsatzenscheidung, über die die Politik ihrer ordnungspolitischen wie infrastrukturpolitischen Verantwortung auch tatsächlich gerecht wird. Die Bundesnetzagentur hat auf die geäußerte Kritik hin im November einen Kompromissvorschlag vorgelegt, der erste Verbesserungen erkennen lässt.

## INITIATIVE DES BEVH ZUR BEKÄMPFUNG DES ABMAHNUNWESENS IN DEUTSCHLAND

**Bereits seit Jahren beobachtet der bevh als Vertretung der Online- und Versandhandelsbranche in Deutschland deutlich die große Belastung deutscher Onlinehändler in der täglichen Praxis durch das allgegenwärtige Damoklesschwert der wettbewerbsrechtlichen Abmahnung.**

Wiederholt hat der bevh im Rahmen verschiedener Gesetzgebungsverfahren den Gesetzgeber aufgefordert, der Abmahnindustrie entgegenzuwirken. Konkrete Maßnahmen zur Eindämmung des Abmahnwesens im Onlinehandel wurden jedoch vom Gesetzgeber immer wieder auf später verschoben – zuletzt geschehen im Rahmen des der aktuellen UWG-Reform.

Um die Belastung des Online- und Versandhandels durch wettbewerbsrechtliche Abmahnungen deutlich zu machen, hat der bevh 2015 eine Initiative zur Bekämpfung des Abmahnwesens in Deutschland eingeleitet:

Im Spätsommer 2015 startete der bevh für seine Mitglieder ein Abmahn-Frühwarnsystem, über das dessen Teilnehmer frühzeitig über wettbewerbsrechtliche Abmahnungen informiert werden. Das Frühwarnsystem beruht auf einem gegenseitigen Austausch und erfreut sich im Mitgliederkreis außerordentlicher Beliebtheit.

In einem Forderungspapier für eine Reform des Rechts der wettbewerbsrechtlichen Abmahnungen hat der bevh verschiedene Ansätze entwickelt, die zu einer Reduzierung der Belastung des Handels durch unangemessene wettbewerbsrechtliche Abmahnungen führen würden: Der wohl wichtigste Ansatz besteht in der Reduzierung des finanziellen Anreizes für den Abmahnenden, z. B. durch eine Deckelung der Anwaltsgebühren. Daneben fordert der bevh eine Aufhebung des sogenannten fliegenden Gerichtsstandes im Wettbewerbsrecht, durch den Abmahnende den Onlinehändler an jedem Ort in Deutschland verklagen können, an dem der Onlineshop aufgerufen werden kann. Erforderlich ist zudem eine klarere Definition der missbräuchlichen Abmahnung durch den Gesetzgeber. Diese bleibt aktuell nahezu ausschließlich den Gerichten überlassen.

In zahlreichen politischen Gesprächen und Terminen hat der bevh bereits 2015 seine Forderungen zur Bekämpfung des Abmahnwesens vorgebracht. Auch 2016 wird der Verband dieses Thema intensiv gegenüber der Politik und den Medien weiterverfolgen.

# VERANSTALTUNGEN



Mit eigenen Veranstaltungen vermittelt der bevh seinen Mitgliedern operatives Fachwissen, gibt Orientierung und trägt zur Entwicklung einer fundierten Unternehmensstrategie bei. Praxis-Konferenzen, Themen- und Ländertage, der führende Branchenkongress des Interaktiven Handels NEOCOM sowie die Fachseminare in der bevh-Academy decken alle Themen des E-Commerce und Versandhandels ab.

## .EXE-KONFERENZ

Seit 2012 veranstaltet der bevh in Hamburg eine Workshop-Konferenz, die die operativ Verantwortlichen aus Onlinemarketing, IT, Shopmanagement und Business Development zusammenbringt. Ihre besonderen Formate, die inhaltlich auf die in Arbeitskreisen diskutierten Herausforderungen eingehen, haben der zweitägigen Konferenz eine unique Stellung unter den vielen Angeboten im Markt verliehen:

- Masterclasses fassen den aktuellen Wissensstand eines übergreifenden Themas wie Conversion-Optimierung, Suchmaschinen-Marketing, E-Mail oder Targeting zusammen. In einstündigen Fachvorträgen geben ausgewiesene Fachleute mit Handlungsexpertise ihr Knowhow weiter.
- An die Vorträge schließen sich Workshops mit interaktiven Arbeitsphasen an, in denen das Detailwissen zu unterschiedlichsten Themen wie Produktdatenmarketing, Marktplatz-Steuerung, Pricing oder Community-Management geschärft wird.
- Um maximale Umsetzbarkeit zu ermöglichen, gehen die Referenten in sog. Clinics auf die Projekte, Webshops oder Kampagnen der Teilnehmer ein. Hier geht es z. B. um Facebook
- Kampagnen, Suchmaschinen-Marketing oder Analytics.

Die .EXE-Konferenz bietet stets auch Einführungen in Methoden und Verfahren des Business Development, z. B. Business Canvas, Customer Journey Mapping oder Design Thinking.

## NEOCOM

Seit 2015 kooperiert der bevh mit der NEOCOM, die aus dem vom Verband jahrelang begleiteten Deutschen Versandhandelskongress hervorgegangen ist. Der bevh gestaltet das Programm mit und nimmt durch Jury und Beirat wesentlichen Einfluss auf die dort diskutierten strategischen Fragen. Die Kooperation mit dem HDE erlaubt es, Multichannel-Handel auf der NEOCOM aus der Perspektive des Distanzhandels und des stationären Handels zu reflektieren und damit den gesamten Handel in allen Formen und Wertschöpfungsstufen in die Diskussion einzubinden.

Die NEOCOM ist dadurch der Branchentreff, auf dem sich die Händler und ihre Businesspartner begegnen. Die parallel stattfindende Fachmesse bietet den Tagesbesuchern auf eigenen Bühnen Praxis-Wissen im E-Commerce und Versandhandel. Im Rahmen der NEOCOM werden die wesentlichen Preise für Nachwuchs-Unternehmen, Händler und Persönlichkeiten der Branche verliehen. Damit wird die Konferenz ihrer Rolle als Leuchtturm-Event für den gesamten Interaktiven Handel gerecht.

## B2B-TAG

Seit mehr als 10 Jahren veranstaltet der bevh eine Fachkonferenz für die wichtige Gruppe der Business-to-Business-Versender. Heute ist dies der Ort, wo auch die Veränderungen in der Wertschöpfungskette vom Hersteller bis zum Endkunden diskutiert werden. Neben neuen technischen Lösungen für das klassische Versandhandelsgeschäft geht es auch um die Rollenverteilung und Modelle im mehrstufigen Vertrieb, um Vertikalisierung einerseits und die verschiedenen Plattform-Modelle andererseits. Der B2B-Tag reißt Themen an, die bers Jahr im B2B-Arbeitskreis vertieft werden.

## DATENSCHUTZTAG

Zum dritten Mal sind in 2015 Datenschutzverantwortliche aus Handelsunternehmen und der Internetwirtschaft zusammengekommen, um sich über aktuelle Entwicklungen auf gesetzlicher Ebene, aber auch über ganz praktische Herausforderungen bei der Umsetzung datenschutzrechtlicher Vorgaben zu informieren und auszutauschen. Die Möglichkeit zum direkten Dialog mit Vertretern der Bundesregierung und der Aufsichtsbehörden wurde von über 60 Teilnehmern wahrgenommen. Wenngleich auch in diesem Jahr die Entwicklungen rund um die EU-Datenschutzgrundverordnung von zentralem Interesse waren, sorgten auch aktuelle Themen wie etwa die aktuelle Prüfpraxis der Aufsichtsbehörden, das Bundesmeldegesetz oder internationale Datentransfers für angeregte Diskussionen. Der Datenschutztag 2016 wird im Juni wieder in Berlin stattfinden.

## INFORMATIONSVORANSTALTUNG ZUM NEUEN ELEKTROG

Zweifellos zählte in 2015 das reformierte Elektrogerätegesetz zu den gesetzlichen Neuerungen mit der höchsten praktischen Relevanz. Die damit verbundenen neuen Herausforderungen für den Interaktiven Handel mit Elektrogeräten sind nicht zuletzt aufgrund der erschreckend praxisfernen, in Teilen völlig unklar formulierten gesetzlichen Vorgaben enorm. Zur ersten Einordnung der neuen gesetzlichen Vorgaben hat der bevh im Austausch mit dem Bundesumweltministerium ein Q&A erarbeitet und im September 2015 zudem zu einer Informationsveranstaltung nach Köln eingeladen. Nachdem in Keynotes hochkarätige Referenten im Detail über das neue Recht informiert hatten, stellten Anbieter von Rücknahmeinfrastrukturen ihre Konzepte für eine praxisgerechte Ausgestaltung der Handelsrücknahme vor. Einige waren sich Referenten und Teilnehmer, dass die Frist zur Umsetzung des Gesetzes vor allem für eine Konkretisierung der gesetzlichen Vorgaben durch die behördliche Aufsicht genutzt werden müsse. Eine Follow-Up-Veranstaltung ist für April 2016 geplant.

## THEMENTAG „LEBENSMITTEL- DISTANZHANDEL UND RECHT“

Aus nachvollziehbaren Gründen zählt das Lebensmittelrecht seit jeher zu den am stärksten regulierten Rechtsgebieten. Auch und gerade der Interaktive Handel mit Lebensmitteln sieht sich einer Vielzahl von Vorschriften von Hygiene über Kennzeichnung bis hin zu Besonderheiten im Marketing ausgesetzt. Solche und andere spezifischen Vorgaben waren Gegenstand des im Mai 2015 erstmals ausgerichteten bevh-Thementages Lebensmittel-Distanzhandel und Recht. Neben auf das Lebensmittelrecht spezialisierten Rechtsanwälten berichteten Vertreter von Bundesministerien und Aufsichtsbehörden aus ihrer Arbeit und gaben Hilfestellungen für

rechtskonformes Handeln in der Praxis. Besonders in Erinnerung bleiben sicher die Ausführungen einer Vertreterin der Hygieneaufsicht, die anhand aussagekräftigen Bildmaterials über Unregelmäßigkeiten in diesem Bereich informierte.

## NEXT-GENERATION-FOOD

Die erste „Berlin Food Week“ wurde in 2015 mit einem Event der Extraklasse eingeleitet: Die „Next Generation Food“ am 29.09.2015 war Treffpunkt für das Who is Who der E-Food-Branche. Dort wurden Trends, Visionen und Ideen rund um das Thema Onlinehandel mit Lebensmitteln diskutiert. Dabei als Partner und mit vier Vertretern vor Ort hat der bevh in Vorträgen, Präsentationen sowie im direkten Schlagabtausch überraschende Zahlen, harte Fakten und kulinarische Entwicklungen präsentiert.

Das Veranstaltungsprogramm war in fünf Themenblöcke aufgeteilt, u. a. „Food Concepts“ und „Food Trends“, in denen Experten Studienergebnisse im Online-Lebensmittelhandel präsentierten, neue Wege in der Logistik vorstellten und die Bedeutung von Social Media für die Lebensmittelindustrie diskutierten. Lebensmittel und gutes Essen sind längst mehr als das reine Stillen des Hungers. Geschmack, Genuss und Gaumenschmeichler, und das am besten mit einem guten sozio-ökologischen Gewissen – das sind die Konsumentenansprüche von morgen. Doch was macht die erfolgreichen Geschäftsmodelle der Zukunft aus? Wie sieht es mit der Lebensmittelbeschaffung aus und wie wappnet sich die Branche für die Turbulenzen einer Food-Landschaft, die sich derzeit wandelt wie nie zuvor? Auf diese und noch viele weitere Fragen wurden auf der „Next Generation Food“ Antworten gesucht und diskutiert.

Auftaktgeber des Events war Max Thinius, Vorsitzender und Sprecher des FORUM Lebensmittel im bevh, der die Teilnehmer mit einem „Wake-Up Call“ zum Thema „Wie die Digitalisierung unsere Gesellschaft verändern wird“ in den Veranstaltungstag einführte. Darin erläuterte Thinius, in welche Richtung sich die Wünsche von Konsumenten in den kommenden Jahren entwickeln werden und welchen Auftrag er darin für die E-Food-Branche sieht. Weitere Highlights der Veranstaltung lieferte der bevh mit überraschenden Zahlen und Fakten aus der Welt des Lebensmittel-Onlinehandels und im Power-Talk zur Zukunft des Lebensmittelhandels im Austausch mit Branchenexperten und der Vorsitzenden des Ausschusses für Recht und Verbraucherschutz, Renate Künast.

Diese spannende Veranstaltung wurde seitens des bevh im letzten Jahr erstmals breit unterstützt. Der Erfolg und die Nachhaltigkeit in der Kommunikation und gesamten Präsenz des Themas im Markt wird auch in diesem Jahr wieder spannend diskutiert. Der bevh ist mit dem FORUM Lebensmittel als Co-Veranstalter wieder mit dabei.

## BEVH-ACADEMY

Der Online- und Versandhandel verlangt in der Unternehmenssteuerung und Geschäftsabwicklung Spezialkenntnisse, die in branchenübergreifenden Fachseminaren nicht ausreichend behandelt werden können. Hier setzt die bevh-Academy an, die beispielsweise Fragen des Finanzcontrollings und Steuerwesens, aber auch in Operations und Fulfillment, der Arbeitsorganisation oder besonderer Rechtsfälle ausführlich vermittelt.

## BEVH INTERNATIONAL

Unsere Mitgliedsstruktur, aber auch unser Verbandssitz in Berlin, der sich gerne selbst so bezeichnenden E-Commerce- und auch Startup-Hauptstadt Deutschlands, garantieren uns und unseren Mitgliedern, eng am Puls der Zeit in Sachen Trends und Entwicklungen unserer Branche zu sein. Aber das reicht uns nicht, so dass der regelmäßige Blick über den Tellerrand Pflicht, aber auch Vergnügen für den bevh und seine Mitglieder ist.

Dazu empfangen wir einerseits regelmäßig zum Austausch untereinander ausländische Delegationen aus Wirtschaft und Politik – im letzten Jahr ganz verstärkt aus dem asiatischen Raum, wie China und Indonesien. Andererseits reisen die Mitarbeiter des bevh selbst sehr viel und oft auch in Begleitung unserer Mitglieder und Partner.

Die letztjährige E-Commerce Studienreise des bevh führte rund 20 Teilnehmer aus 18 Unternehmen in die USA. Wenn zwei Städte quasi als Synonyme für E-Commerce stehen, sind dies San Francisco mit seinem „Silicon Valley“ und Seattle mit seinen Branchenriesen Amazon und Microsoft. Damit ist schon ohne weitere Erklärung klar, warum diese Orte Ziel der letztjährigen Studienreise des bevh waren. Die eben genannten Branchenriesen sowie Google, Facebook und viele andere öffneten uns ihre Türen und boten exklusive Einblicke, wichtiges Networking sowie vertiefte Information. Die Reisepläne des bevh für das Jahr 2016 werden dann wieder auf den Schwerpunkt Logistik zugeschnitten sein und uns und unsere Mitglieder zu innovativen Standorten innerhalb Europas bringen.

Auf europäischer Ebene ist der Verband ganz hervorragend vernetzt und eingebunden über seinen Brüsseler Dachverband EMOTA. Regelmäßiger Austausch unter dessen Mitgliedsverbänden, spezifisches Monitoring, konstruktive Zusammenarbeit in Arbeitsgruppen und hochkarätigen Gremien sowie regelmäßiges Networking ermöglichen auf europäischer Ebene die sachgerechte Vertretung und Beratung des Interaktiven Handels im politischen Bereich der Europäischen Union.

# DIE BRANCHE IN ZAHLEN

# 05

Eine zentrale Aufgabe des bevh ist die Bereitstellung verschiedenster Marktdaten für die Distanzhandelsbranche. Ziel ist es dabei, ein differenziertes und umfassendes Bild der Branche zu zeichnen und auf möglichst viele Fragen zahlenbasierte Antworten zu liefern – sowohl aus Unternehmens- als auch aus Konsumentenperspektive. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, hat der Verband im Jahr 2015 u. a. gemeinsam mit seinen Partnern und verschiedenen Marktforschungsinstituten zahlreiche Studien durchgeführt. Diese größeren und kleineren Studien bilden sowohl die Konsumenten- als auch Händlersicht ab und werden von Forschung, Lehre und Wirtschaft gleichermaßen geschätzt.

## MILLIARDEN

# 52,4 €

BETRÄGT DER UMSATZ  
(BRUTTO) DES INTERAKTIVEN  
HANDELS 2015

## VERBRAUCHERSTUDIEN

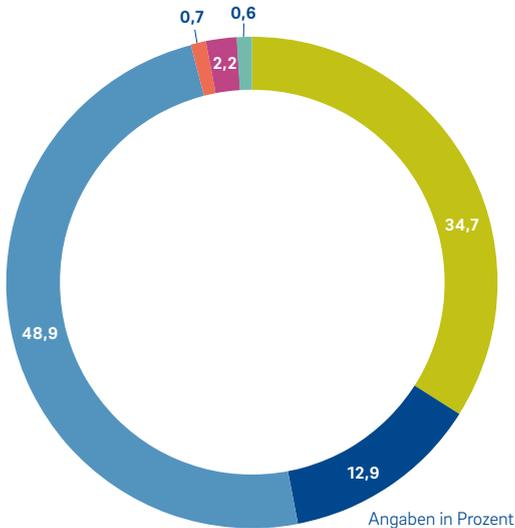
Die ganzjährig laufende Verbraucherstudie **Interaktiver Handel in Deutschland 2015** ist die aufwendigste und umfassendste Studie des bevh. Basierend auf der ganzjährig laufenden Befragung von insgesamt 40.000 Privatpersonen in Deutschland werden seit 2006 nicht nur Branchenumsätze ermittelt, sondern auch das Endkundengeschäft in verschiedenen Dimensionen dargestellt. In Zusammenarbeit mit den Marktforschungsexperten von GIM – Gesellschaft für Innovative Marktforschung – erhebt der bevh in dieser Studie alle Größen entlang des Kaufprozesses: bestellte

Waren, genutzte Informationsquellen, Bestellweg, Bestellhäufigkeit, genutzte Anbieter und Zahlweisen. Doch werden nicht nur ausschließlich Daten für den Handel mit Waren erfasst, sondern auch für digitale Güter und Dienstleistungen wie beispielsweise Ticketbuchungen. Zudem ermöglicht die Differenzierung der verschiedenen Messgrößen nach soziodemografischen Variablen eine umfassende Analyse der Kundenpräferenzen. Die Studie ist inklusive aller Tabellenbände für bevh-Mitglieder zum Preis von 500 Euro zzgl. Mehrwertsteuer zu beziehen. Für Nicht-Mitglieder beträgt der Preis 2.500 Euro zzgl. Mehrwertsteuer.

# 89,6 %

BETRÄGT DER ANTEIL  
DES E-COMMERCE AM  
UMSATZ DES INTERAKTIVEN  
HANDELS 2015

**VOLUMINA IM DISTANZHANDEL 2015**  
 VERTEILUNG DES GESAMTVOLUMENS VON  
 52,4 MRD. EURO AUF DIE VERSENDERTYPEN



- Multichannel-Versender
- Internet-Pure-Player
- Online-Marktplätze (Ebay, Amazon, etc.)
- Shopping Clubs
- Hersteller-Versender
- Sonstige

Auf Grundlage der erhobenen Zahlen aus der Verbraucherbefragung, untersuchen der bevh und die MRU GmbH aktuelle Entwicklungen und Veränderungen im Hinblick auf Lieferkonzepte und -services. Das Wachstum des Interaktiven Handels stellt Paketdienste, insbesondere im B2C-Sektor, vor neue Herausforderungen. Es gilt das Mengenwachstum zu bewältigen und veränderten Kundenanforderungen im Hinblick auf Flexibilität und Termingenaugigkeit gerecht zu werden. Die Studie **Die letzte Meile im E-Commerce** liefert spezifische Aussagen über den Markt der Kurier-, Express- und Paktdienste in Deutschland. Sie fasst aktuelle Informationen zu B2C-Sendungsmengen - gegliedert nach Waren und Regionen - zusammen und zeigt Möglichkeiten neuer Liefermodelle auf.

Die **KauFRAU**sch-Studie 2015 widmet sich dem Female Commerce. In Zusammenarbeit mit der GIM – Gesellschaft für Innovative Marktforschung und der Rascasse GmbH geht der bevh seit nunmehr drei Jahren der Frage nach, wie Frauen in Deutschland online shoppen. Die Studie liefert Antworten auf die Bedürfnisse, Interessen

und Verhaltensmuster der weiblichen Kundschaft und zeigt auf: Online-Shopping ist auch für Frauen mittlerweile zur Regel geworden.

Gemeinsam mit der Boniversum GmbH führt der bevh seit mehreren Jahren vier Mal im Jahr Verbraucherbefragungen mit unterschiedlichen Schwerpunkten durch. Diese Kontinuität ermöglicht eine Zeitreihenbetrachtung und bildet die Basis aussagefähiger Entwicklungen sowie Zielgruppenanalysen. Die Berichtsbände zu den Umfragen **genutzte Bezahlverfahren, Mobiler Einkauf, Einkaufspräferenzen und Weihnachtseinkäufe** stehen im Downloadbereich auf [www.bevh.org](http://www.bevh.org) kostenfrei zur Verfügung.



**2 VON 3 SMART DEVICE NUTZERN KAUFEN MOBIL EIN – MÄNNER MEHR ALS FRAUEN**

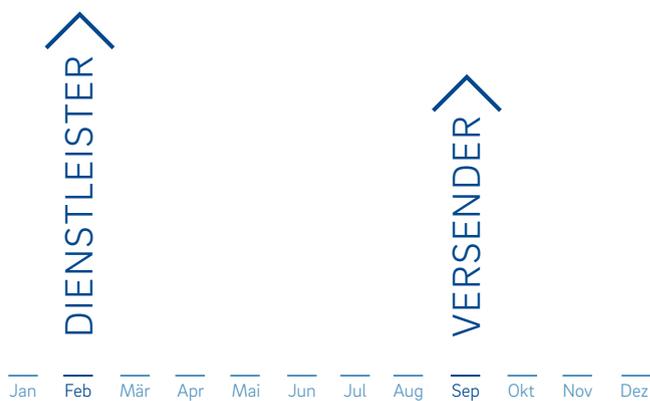
## HÄNDLERSTUDIEN

Neben den quartalsweisen Verbraucherbefragungen führt der bevh gemeinsam mit der Boniversum eine Händlerstudie zur **Wirtschaftslage im deutschen Interaktiven Handel B2C** durch. Diese spiegelt die aktuelle Geschäftslage und -erwartungen wieder und setzt verschiedene Schwerpunktthemen. 2015 wurde zum wiederholten Mal die Social Media Nutzung beleuchtet. Auch die Bedeutung des Mobile Commerce für Händler und damit einhergehende Notwendigkeiten wie die Webshop-Optimierung, Abbruchquoten und Optimierungsmöglichkeiten im Check-Out-Prozess oder genutzte Bezahlverfahren wurden dargestellt. Die Studie ist in elektronischer Form zum Preis von 99 Euro zzgl. Mehrwertsteuer für Mitglieder und Preferred Business Partner des bevh erhältlich. Nicht-Mitglieder können die Publikation für 249 Euro zzgl. Mehrwertsteuer beziehen.

Der B2B-Markt im Interaktiven Handel steht im Zentrum einer gemeinsamen Untersuchung von bevh und der Creditreform AG. In der Analyse der Wirtschaftslage im B2B-Versandhandel werden Geschäftsaussichten und Finanzierungsbedingungen der Versender beleuchtet. Das Schwerpunktthema der Studie im Jahr 2015 war der Fachkräftebedarf im B2B-Segment. Die Studie ist kostenlos in digitaler Form erhältlich.

Nicht zuletzt zeichnet auch der monatliche **bevh-Index** der Versender und Dienstleister ein Stimmungsbild der Branche. Dieser bildet seit 2013 die kurzfristige wirtschaftliche Entwicklung im Interaktiven Handel ab.

## STIMMUNG



Im Monat September war die Stimmung bei den Versendern am Besten, bei den Dienstleistern hingegen im Monat Februar



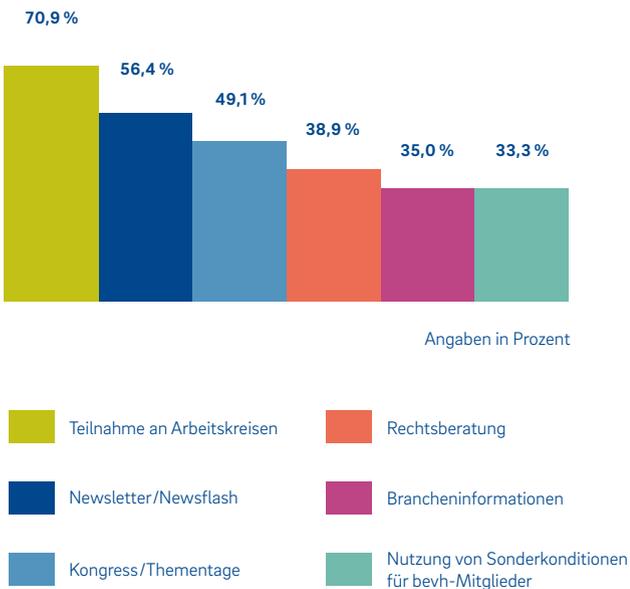
# IN EIGENER SACHE

# 006

Am 08.06.2015 hatte der bevh eine Mitgliederumfrage an alle seine Mitgliedsunternehmen versendet. Aktiv an der Umfrage teilgenommen hatten 234 Personen, darunter reguläre Mitglieder, Preferred Business Partner und auch Fördermitglieder. Ziel der Umfrage war es, dem bevh die Möglichkeit zu geben, zielgerichteter zu handeln sowie seine Strategien und Leistungen effektiver und effizienter einzusetzen. Zu diesem Zweck wurden den Mitgliedern 12 verschiedene Fragen in Bezug zu ihrer Mitgliedschaft, zu den Leistungen sowie zu ihrer Zufriedenheit mit dem bevh gestellt.

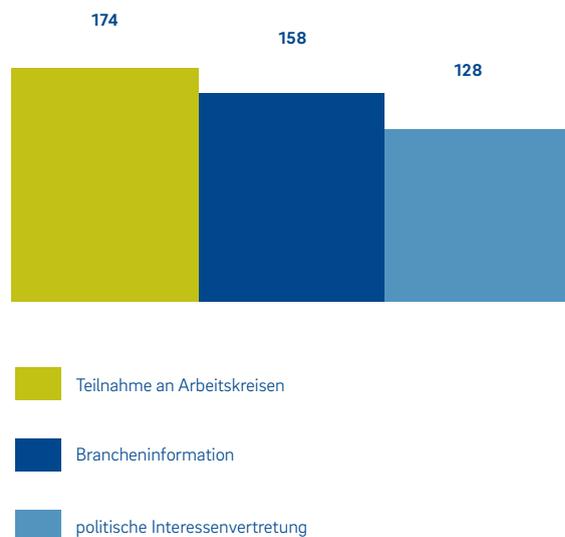
Dabei ergab sich, dass besonders die Teilnahme an Arbeitskreisen, Kongressen und Thementagen, der Bezug des Verbands-Newsflashes und Brancheninformationen sowie die Rechtsberatung die am meistgenutzten Leistungen sind.

**MEISTGENUTZTE LEISTUNGEN**  
FOLGENDE LEISTUNGEN WURDEN VON DEN BEFRAGTEN AM MEISTEN GENUTZT.



Zudem wurde festgestellt, dass die Teilnahme an Arbeitskreisen, der Bezug von Brancheninformationen und die politische Interessenvertretung für die Mitglieder besonders wichtige Leistungen sind. Diese Leistungen wurden von den Befragten (234 Pers.) mit der Note 1 und 2 bewertet.

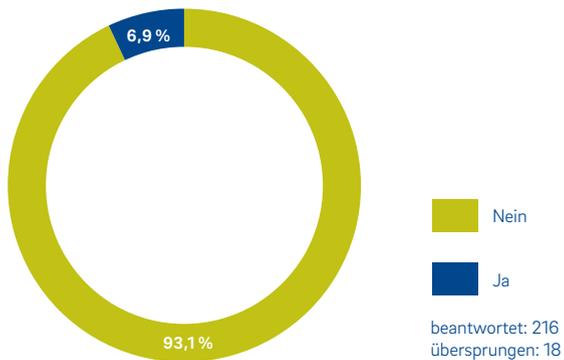
**WICHTIGE LEISTUNGEN**  
FOLGENDE LEISTUNGEN WURDEN VON DEN BEFRAGTEN AM HÄUFIGSTEN ALS WICHTIG (NOTE 1+2) BEWERTET.



Der bevh ist der renommierteste und kompetenteste Interessensvertreter der Branche, ebenso ist der know-how-Zuwachs, den man als Mitglied erlangt, jeden Cent wert.

#### ZUSÄTZLICHE LEISTUNGEN

93,1% DER BEFRAGTEN PERSONEN WÜNSCHEN SICH KEINE ZUSÄTZLICHEN LEISTUNGEN.



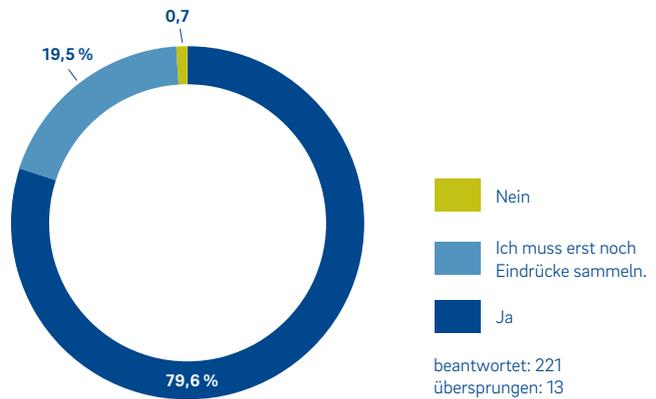
Außerdem konnte festgestellt werden, dass die Mehrheit der Mitglieder sehr zufrieden mit dem Leistungsangebot des Verbandes ist.

Der bevh bündelt die Interessen unserer Branche und vertritt sie insbesondere gegenüber der Politik glaubhaft und kenntnisreich

wichtige Vertretung in der Öffentlichkeit und gegenüber Politik

#### WEITEREMPFEHLUNG

79,6% DER BEFRAGTEN PERSONEN WÜRDEN DEN BEVH UNEINGESCHRÄNKT WEITEREMPFEHLEN.



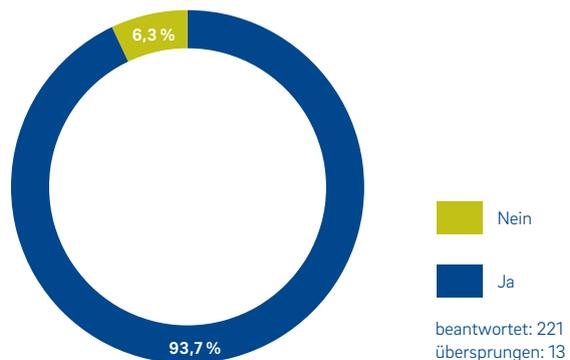
Des Weiteren wurde erkannt, dass die meisten Mitglieder sowohl durch Empfehlungen zum Verband gekommen sind, als auch den Verband fast ausschließlich uneingeschränkt weiterempfehlen würden.

Mitgliedschaft lohnt sich und ist zu empfehlen

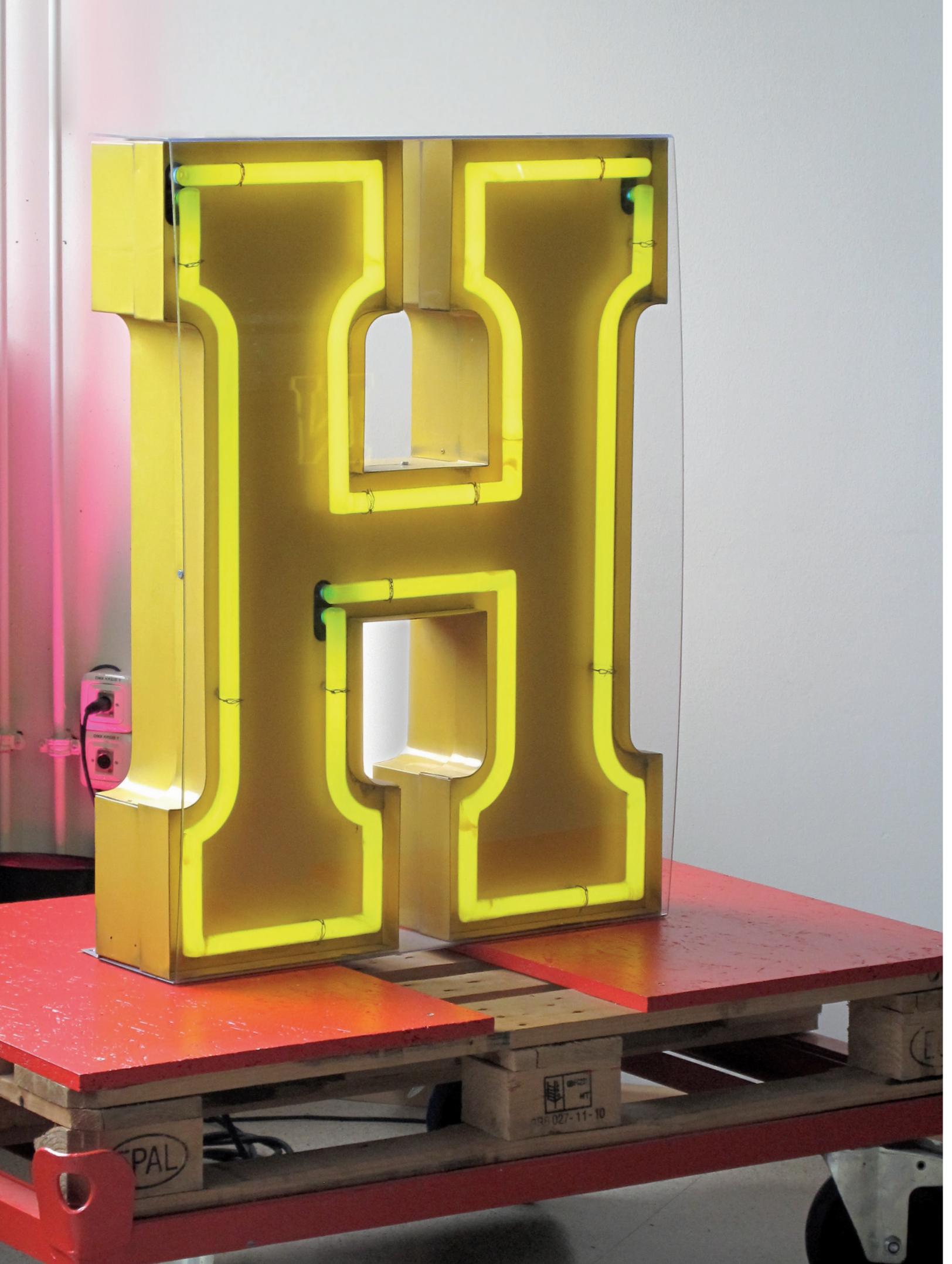
tolle Kongresse und viel Input

#### BETREUUNG

93,7% DER BEFRAGTEN PERSONEN FÜHLEN SICH VOM BEVH GUT BETREUT.



Hinzukommt, dass sich von 221 Befragten 93,7% (207 Pers.) gut vom bevh betreut fühlen.



# AUSBLICK: WAS 2016 AKTUELL WIRD UND BLEIBT

# 07

Die Branche des Interaktiven Handels verzeichnete im Jahr 2015 eine gesunde Entwicklung und traf die Erwartungen an das Umsatzwachstum nahezu auf den Punkt. Der Dynamiker dieser Entwicklung ist und bleibt der E-Commerce mit einem Wachstum von 9,5 Prozent. Der Interaktive Handel konnte im vergangenen Jahr nochmals um 4,4 Prozent zulegen. So können Online- und Versandhändler optimistisch in eine Zukunft blicken, die weiterhin von einem überproportionalen Wachstum im Vergleich zum stationären Einzelhandel geprägt ist. Für das Jahr 2016 stehen für den bevh wieder viele Themen auf der Agenda, die für die zukünftigen Rahmenbedingungen der Branche entscheidend sind.

## MEINUNGSBILDUNG

Unsere Kernaufgabe ist es, die Rahmenbedingungen für unsere Branche in Politik und Öffentlichkeit positiv zu beeinflussen. Dies bedeutet konkret, Entscheidungsträgern und Journalisten mit Sachverstand und validen Informationen ein zutreffendes und verlässliches Bild der Branche und ihres Einflusses auf gesellschaftliche Entwicklungen zu vermitteln. Ist der Einkauf im Netz nicht viel umweltschädlicher? Lässt E-Commerce Innenstädte veröden? Hat Printwerbung noch eine Zukunft? Sind Kundendaten der Treibstoff des 21. Jahrhunderts? Wie sind die Arbeitsbedingungen in unserer Branche? Dies sind einige der Fragen, die wir mit Medien und Politik diskutieren – anlassbezogen oder kontinuierlich. So vertraten wir z. B. auch in der „Dialogplattform Einzelhandel“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie die Interessen des Online- und Versandhandels.

## INTERESSENBÜNDELUNG

Die Zukunft des Einkaufens kommt aus dem Netz. Die Stimme der Branche kommt von uns. Durch die Zusammenschlüsse des bevh mit dem Bundesverband Lebensmittel Online-Handel und dem Bundesverband der Deutschen Versandbuchhändler im Jahr 2015 gilt diese Aussage mehr denn je. Der Verband ist dadurch nicht nur an Mitgliedern gewachsen, sondern konnte seine Wahrnehmbarkeit und Expertise zugunsten aller Mitglieder – alt, wie neu – erheblich steigern. Die beiden Spezialverbände sind nunmehr als Fachgemeinschaften „FORUM Lebensmittel“ und „buch.netz“ in die Struktur des bevh integriert.

## AUSBILDUNG

Im Jahresverlauf werden die Verbände bevh, HDE, BGA, DRV und V-I-R gemeinsam beim Bundeswirtschaftsministerium den Antrag für die Einführung eines neuen kaufmännischen Erstausbildungsbereiches „Kaufrau/mann im E-Commerce“ stellen. Das geregelte Verfahren wird planmäßig zu einer Einführung des neuen Berufes im Jahr 2018 führen.

Der Arbeitskreis Personal und der Roundtable „Forschung und Lehre“ im bevh werden einen Abgleich der diversen Zertifizierungen und Hochschul-Lehrgänge mit einem Anforderungsprofil für Absolventen im E-Commerce vornehmen. Damit sollen die Mitglieder besser in der Lage sein, eigene Mitarbeiter gezielt fortzubilden und die Qualifikation von Bewerbern aus entsprechenden Lehrgängen zu beurteilen.

## ARBEITSPOLITIK

Der bevh vertritt die Interessen seiner Mitglieder, die zum weit überwiegenden Teil bewusst nicht tarifgebunden sind und aus unternehmerischer Verantwortung arbeitspolitisch nachhaltig agieren. Darum beobachtet der Verband gemäß Vorstandsbeschluss vom Februar 2015 weiterhin die Tarifpolitik im Handel und wirkt darauf hin, dass Tarifautonomie gewahrt bleibt und keine Regelwerke für allgemeinverbindlich erklärt werden.

Diesen Jahresbericht hat der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. bei seinem Mitglied der Onlineprinters GmbH gedruckt.



**ClimatePartner**  
**klimateutral**

Druck | ID 50040-1601-1001

---

Bundesverband E-Commerce und  
Versandhandel Deutschland e.V.

Christoph Wenk-Fischer  
Hauptgeschäftsführer

Friedrichstraße 60  
10117 Berlin

Tel.: +49-30-20 61 38 5-0  
Fax: +49-30-20 61 38 5-20  
E-Mail: [info@bevh.org](mailto:info@bevh.org)

[www.bevh.org](http://www.bevh.org)