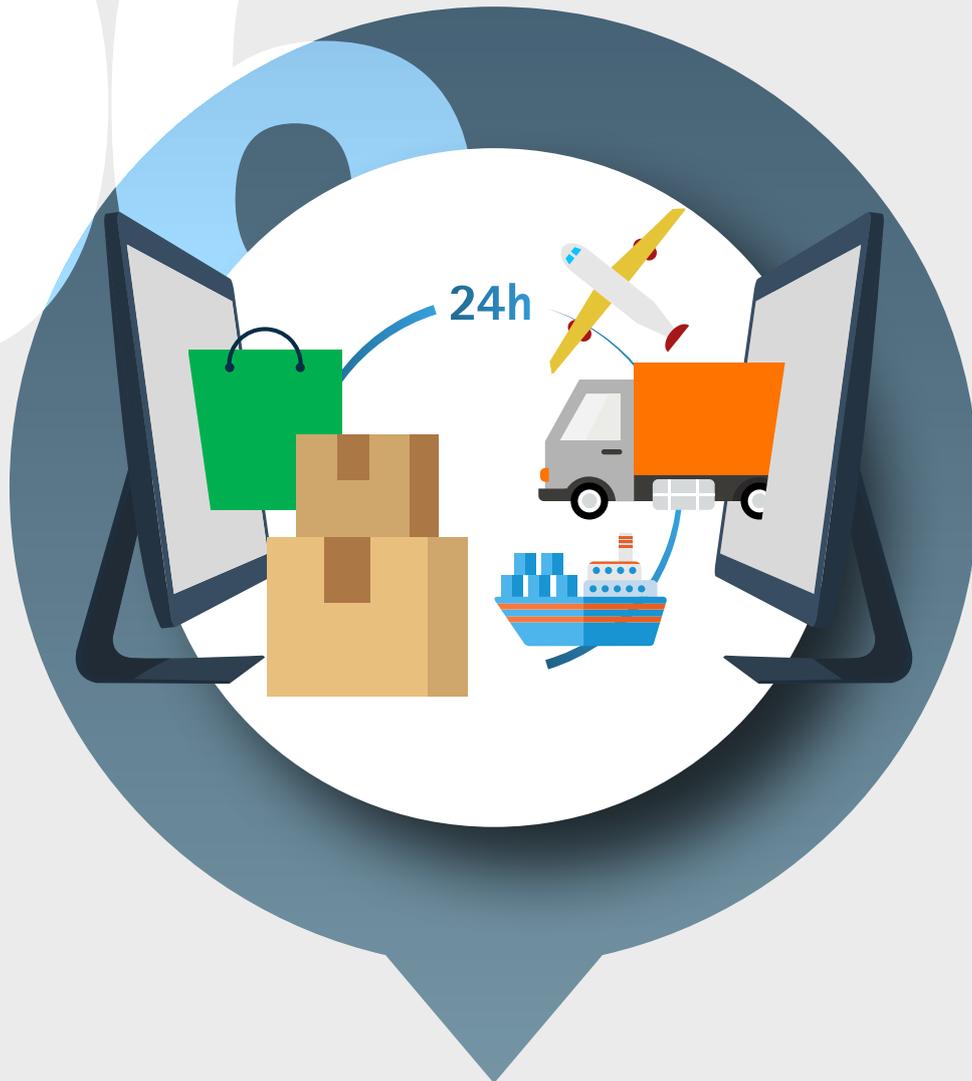




HANDELS-, INDUSTRIE-,  
HANDWERKS- UND LAND-  
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

PARTNER DER WIRTSCHAFT

pd punto  
impresa  
digitale



# LOGISTIK IM ONLINEHANDEL

Leitfaden für den Einstieg in die Welt des E-Commerce

# IMPRESSUM

**Herausgeber:**

Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammer Bozen  
PID-Digitales Unternehmen  
Südtiroler Straße 60  
I – 39100 Bozen  
Tel. +39 0471 945 -691, -531, -692  
digital@handelskammer.bz.it  
www.handelskammer.bz.it

**Mit fachlicher Unterstützung von:**

PID - Digitales Unternehmen, Handelskammer Bozen

**Grafik:**

Thaler Design d. Dietmar Thaler

**1. Ausgabe:** Januar 2021

Dieser Leitfaden wendet sich gleichermaßen an Unternehmerinnen als auch an Unternehmer. Der besseren Lesbarkeit wegen wurde auf die Angabe beider Formen verzichtet.

Nachdrucke und sonstige Verbreitung – auch auszugsweise – sind nur unter Angabe der Quelle (Herausgeber und Titel) gestattet.

# LOGISTIK IM ONLINEHANDEL

## Leitfaden für den Einstieg in die Welt des E-Commerce

### 1 EINLEITUNG

Der Erfolg eines Onlineshops hängt nicht nur von der Benutzerfreundlichkeit des Shops oder vom gut durchdachten Onlinemarketing ab, auch der Versand der Ware ist ein ausschlaggebender Faktor.

Für Kunden ist es mittlerweile selbstverständlich, die gewünschte Ware innerhalb kürzester Zeit und mit geringen Lieferkosten zu erhalten. Noch vor dem Kauf der Ware sollte der Kunde über die Verfügbarkeit der Produkte bzw. die Lieferzeit informiert werden. Um ein positives Feedback zu erhalten, sollte die Zustellung der Ware möglichst zeitgerecht erfolgen und die Möglichkeit bestehen, das Paket in Echtzeit verfolgen zu können. Hierzu kommen noch rechtliche Erfordernisse und länderspezifische Gewohnheiten beim Kaufverhalten der Kunden, die man als Onlineshop-Betreiber im Hinterkopf behalten sollte.

Um eine möglichst reibungslose Versandabwicklung im E-Commerce und somit eine hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen, sollte jeder Schritt gut durchdacht sein. Auch im Falle von Retouren sollte die Ware problemlos und mit wenig Aufwand zurückgeschickt werden können.

In diesem Modul werden folgende Themenbereiche erklärt:

- |   |                                   |         |
|---|-----------------------------------|---------|
| 2 | VERSANDPROZESS                    | Seite 4 |
| 3 | VERPACKUNG                        | Seite 5 |
| 4 | RETOURENMANAGEMENT                | Seite 6 |
| 5 | MODELLE FÜR DIE VERSANDABWICKLUNG | Seite 6 |
|   | <b>PAKETDIENSTLEISTER</b>         | Seite 6 |
|   | <b>FULLFILLMENT</b>               | Seite 7 |
|   | <b>DROPSHIPPING</b>               | Seite 8 |
| 6 | HERAUSFORDERUNGEN UND TRENDS      | Seite 8 |
| 7 | CHECKLISTE                        | Seite 9 |

## 2 VERSANDPROZESS

Der Versandprozess kann in mehrere aufeinander folgenden Phasen eingeteilt werden. Der erste Schritt erfolgt mit dem Abschluss des Kaufvertrages. Daraufhin muss unverzüglich, am besten automatisch, eine Bestellbestätigung via E-Mail an den Konsumenten geschickt werden. Üblicherweise enthält diese neben den Produktdetails und Preisinformationen, sowie Lieferadresse, auch die Lieferzeit und eventuell einen Tracking Code. Zudem sollten mit dieser Bestätigungsmail die AGBs in PDF-Form dem Kunden geschickt werden.



Abb.: Phasen des Versandprozesses

Gemäß Artikel 61 ff. des VGB<sup>1</sup> ist der Verkäufer verpflichtet, die Ware oder Dienstleistung innerhalb von 30 Tagen ab der Bestellung dem Kunden zu liefern, außer es wurde ein anderer Liefertermin vereinbart. Sollte der Shop-Betreiber seiner Verpflichtung nicht nachkommen, kann der Verbraucher ihn auffordern, innerhalb einer angemessenen Frist zu liefern. Sollte der Unternehmer der Aufforderung des Käufers nicht nachkommen, steht dem Konsumenten das Recht zu, den Vertrag aufzulösen und eventuell Schadenersatz einzufordern.

### Tipps für UnternehmerInnen:

- Beginnen Sie schon mit der Vorbereitung sämtlicher erforderlichen Unterlagen und Dokumente, wie Packliste, Lieferschein, Rechnung (falls erforderlich), Adressaufkleber und eventuell Rücksendeschein.
- Um und Auf ist und bleibt die schnelle und transparente Auftragsbearbeitung sowohl im Sinne des Händlers als auch des Endkunden. Verfügbarkeit und Informationen über den Auftragsstatus sind den Kunden sehr wichtig.

<sup>1</sup> VGB, GvD Nr. 206/2005

Die meisten Warenwirtschaftssysteme oder auch Shopsysteme wickeln bereits nach der Bestellbestätigung automatisch diverse Schritte ab, wie die Erstellung der Pack- oder auch Kommissionierungsliste, der Adressetiketten oder der Rücksendescheine.

Sollte der Versand nicht vom eigenen Unternehmen durchgeführt werden, bieten die meisten Onlineshop-Systeme die Möglichkeit einer Schnittstelle zum Paketdienstleister an, über welche alle notwendigen Informationen automatisch übermittelt werden. So können der zeitliche Aufwand optimiert und die Fehlerquelle reduziert werden.

## VERPACKUNG

Achten Sie auf eine angemessene Verpackung für Ihre Ware. Je nach Produkt kann es erforderlich sein, verschiedenste Verpackungen zu verwenden. Die Verpackung hat nicht nur die Funktion, das Produkt heil zum Kunden nach Hause zu liefern, sondern kann auch zu Marketingzwecken optimal genutzt werden. Überlegen Sie sich, welche Wirkung Ihre Verpackung auf den Kunden haben soll. Generell sollte auch die äußere Hülle das Unternehmen (Logo, Philosophie, etc.) widerspiegeln. Unbedingt erforderlich ist auch, dem Produkt eine Beschreibung beizulegen. Dies kann beispielsweise bei der ersten Nutzung von Elektronikgeräten sehr hilfreich sein oder als Empfehlung dienen, wie die Kleidungsstücke am besten getragen oder kombiniert werden können. Nicht selten werden zusätzlich Produktproben mitgeschickt, um auf ein neues Produkt im Sortiment aufmerksam zu machen.

### **Tipp für UnternehmerInnen:**

Nachdem der Händler zur artgerechten Entsorgung der Verpackung verpflichtet ist, informieren Sie sich über die geltende Verpackungsverordnung in den verschiedenen Ländern und kommen Sie ihren Verpflichtungen nach. Immer mehr Kunden legen zudem Wert auf eine umweltfreundliche Verpackung, seien Sie deswegen bei der Wahl aufmerksam.

## 4 RETOURENMANAGEMENT

Ein wichtiger Aspekt im Versand, welcher oft etwas vernachlässigt wird, ist die Abwicklung der **Rücksendungen**, auch **Retourenmanagement** genannt. Diese ist nach wie vor ein erheblicher Kostenfaktor. Wie bereits im Modul „Rechtliche Grundlagen“ erläutert wurde, hat der Konsument laut VGB die Möglichkeit, vom Rückgaberecht Gebrauch zu machen. Unternehmen in der Bekleidungs- und Schuhbranche sind besonders davon betroffen. Genaue Produktbeschreibungen und professionelle Produktfotos helfen, die Retourenquote zu reduzieren. In verschiedenen Bereichen ist es sogar möglich, mit dem Upload eigener Fotos die Produkte virtuell an- bzw. auszuprobieren. Im Modebereich können so Kleidungsstücke noch anschaulicher und kundenbezogen dargestellt werden. Schließlich sind es auch Produktbewertungen, Anwendungsberichte und Blogs, welche vorbeugend gegen Retouren wirken können.

Es gibt verschiedene Maßnahmen zur Reduzierung von Rückgaben:

- Die **Produktdarstellung und -beschreibung** sollte so genau und detailliert wie möglich sein. Angaben über Größe, Gewicht, Farbe sowie notwendiges Zubehör sind dabei sehr hilfreich.
- Es sollte **Versandmaterial** verwendet werden, welches das Produkt auch optimal schützt.
- Die **Lieferung** sollte möglichst schnell erfolgen, damit der Kunde wenig Zeit hat, seine Meinung zu ändern.
- Es ist von Vorteil zu wissen, **wieso der Kunde das Produkt wieder zurücksendet**. Sehen Sie daher ein eigenes Feld auf dem Rücksendeformular vor, wo der Kunde erklären kann, wieso er die Ware nicht behalten will.

## 5 MODELLE FÜR DIE VERSANDABWICKLUNG

Es ist nicht unbedingt erforderlich, dass Sie sich selbst um die Lagerung und den Versand kümmern. Es gibt eine Reihe von Alternativen zur eigenen Logistik. Am besten erstellen Sie einen Kosten-Nutzenplan. Vergessen Sie nicht, dass der Versand der Ware vor allem über Kundenzufriedenheit entscheidet. Eine reibungslose Logistik, sei es mit eigenen Ressourcen oder mit Hilfe eines Dienstleisters, ist Aufgabe mit höchster Priorität und soll unbedingt ganz genau durchgedacht und vorbereitet werden. Setzen Sie auf eine innovative Logistik.

Bevor Sie nun entscheiden, sich um die Logistik selbst zu kümmern oder den gesamten Prozess auszulagern, ermitteln Sie zuerst Ihre konkrete Bedarfssituation. Machen Sie vorerst ausfindig, welche Bedürfnisse erfüllt werden müssen, um Ihre Waren gerecht zu lagern. Es ist notwendig, dass Sie von Anfang an professionelle Logistik-Strukturen aufbauen.

Im Folgenden werden Ihnen einige interessante Modelle aufgezeigt.

### PAKETDIENSTLEISTER

Die wohl bekannteste Art, Ware an den Kunden zu bringen, ist durch den Einsatz von Paketdienstleistern. Gerade beim Einstieg in den Onlinehandel, wo Anbieter viele Prozesse noch manuell abwickeln und die Stückzahl gering ist, erfolgt der Versand der Ware oft auf diesem Weg. Unternehmen mit mehr E-Commerce-Erfahrung und einer höheren Stückzahl arbeiten meist mit mehreren Paketdienstleistern, sowie Kurier- und Expressdiensten zusammen und optimieren somit den Kundenservice und die Versandkosten.

### Paketdienstleister unterscheiden sich in ihrem Angebot:

	JA	NEIN
Gibt es die Möglichkeit einer Schnittstelle zur automatischen Übermittlung der Daten zwischen Onlineshop und Paketdienstleister oder ist eine Online-Beauftragung der Abholung möglich?		
Bietet der Paketdienstleister flexible Abhol- und Zustellzeiten?		
Werden mehrere Zustellversuche geboten?		
Wickelt der Paketdienstleister auch Retouren ab?		
Ist ein Online-Tracking-System vorhanden?		
Wie hoch ist die Paketversicherung? Kann diese durch einen Aufpreis erhöht werden?		
In welche Länder ist der Versand möglich?		
Welche Bezahlarten (z. B. Kreditkarte, Barzahlung, etc.) bietet er bei Nachnahme an?		
Wie hoch sind die Kosten nach Gewichtsklasse?		

## FULFILLMENT

Unter Fulfillment versteht man die Auslagerung des gesamten Auftragsabwicklungs- und Versandprozesses. Diese Aufgaben werden hierbei von einem Logistikdienstleister übernommen, u. a.:

- Annahme der Bestellungen
- Kommissionierung
- Artikelstammdatenpflege
- Verpackung von Waren und Produkten
- Frankierung von Sendungen
- Versand
- Mitteilung an den Käufer
- Retourenmanagement

Die Entscheidung, diese Prozesse auszulagern, wird von Onlinehändlern meist aufgrund ihrer zeitlichen und räumlichen Ressourcen getroffen, sowie deren Effizienz. Eine schnelle und reibungslose Auftragsabwicklung sowie Versand erhöhen die Kundenzufriedenheit und somit den Umsatz. Der Onlineshop profitiert vom wertvollen Knowhow des Logistikdienstleisters.

## DROPSHIPPING

Dropshipping wird auch „Streckengeschäft“ genannt und bezeichnet ein Modell, in dem die Ware direkt vom Hersteller bzw. Großhändler gelagert und anschließend, nach dem abgeschlossenen Kauf, an den Konsumenten verschickt wird. Der Onlinehändler bietet somit die Produkte im eigenen Shop an, hat aber nie physischen Kontakt mit der Ware. Der Kunde selbst bemerkt nichts vom Dropshipping, da er nur Kontakt zum Onlinehändler hat.

Diese Variante wird meist von Onlinehändlern ohne eigene Produktion und räumlichen Ressourcen zur Lagerung der Ware verwendet. Hierbei wickelt der Anbieter aber selbst die Auftragsbearbeitung ab. Es gibt verschiedene Arten von Dropshipping-Abkommen. Sie sollten dabei den Lieferanten bzw. Großhändler mit Bedacht wählen, vorab jedes mögliche Lieferszenario besprechen und auch die rechtlichen sowie steuerrechtlichen Aspekte abklären.

### Tipp für UnternehmerInnen:

Klären Sie mit Experten ab, welche Variante steuerlich und rechtlich möglich und wie sie abzuwickeln ist.

## 6 HERAUSFORDERUNGEN UND TRENDS

Nach wie vor stellen die Versandkosten die Onlineshop-Betreiber vor große Herausforderungen. Kunden werden von den Riesen auf dem Markt dahin erzogen, dass sie ihre Produkte kostenlos nach Hause geliefert bekommen. Die **Verringerung der Logistikkosten** bleibt daher auch weiterhin ein wichtiges Ziel.

In den letzten Jahren hat sich die Sensibilität der Kunden bezüglich **Nachhaltigkeit** stark verändert. Viele Unternehmen möchten Verantwortung übernehmen und verwenden daher umweltfreundliche Verpackungsvarianten, um die Belastung für die Umwelt zu minimieren. Grundsätzlich gilt es, den gesamten Prozess des E-Commerce zu optimieren und Verpackungsmaterial auch bei **Retouren** zu vermeiden.

Die neuesten Trends im E-Commerce sind vor allem die künstliche Intelligenz, aber auch Roboter, wie beispielsweise **Logistikroboter**. Anhand dieser können Lager- und Logistikkosten reduziert werden. Wenn man heute über die Zustellung anhand von Drohnen spricht, ist das zwar futuristisch, aber keineswegs realitätsfern. In die Forschung und Entwicklung für eine automatisierte Zustellung wird derzeit besonders viel Geld investiert.

# 7 CHECKLISTE LOGISTIK

AUFTRAGSANNAHME	JA	NEIN	TO DO
Bestelldaten erfasst			
Adressen geprüft			
Bestellbestätigung via E-Mail			

VERSANDABWICKLUNG	JA	NEIN	TO DO
Packliste			
Geeignete Verpackung, auch für die einzelnen Märkte angepasst			
Versandetiketten			
Aufkleber und Dokumente für die Rückgabe			

WARENVERSAND	JA	NEIN	TO DO
Wird selbst durchgeführt			
Produkte werden von einem Versanddienstleister ausgeliefert			

RETOURENMANAGEMENT	JA	NEIN	TO DO
Die Informationen für die Rücksendung sind für den Kunden leicht zugänglich.			
Für die Rücksendung werden dem Kunden die nötigen Unterlagen und Aufkleber mitgeschickt.			
Dem Kunden wird vor dem Einkauf mitgeteilt (AGB's), dass er gegebenenfalls für die Rücksendekosten selbst aufkommen muss (Entscheidung des Unternehmers).			
Der Grund für die Rücksendung wird erfasst.			