

JAHRES- BERICHT 2019

HERAUSGEGEBEN VOM
BUNDESVERBAND E-COMMERCE UND
VERSANDHANDEL

20
19

WERNBERGER ERKLÄRUNG DES BEVH

Handel hat seinen Ursprung im Überwinden von Grenzen. Handelswege sind die Pulsadern des internationalen Austauschs und der Begegnung. Erfolgreiche Kaufleute müssen offen sein für Neues und bisher Fremdes. Ihre Aufgabe ist es, das Neue und Fremde ganz gezielt zu suchen, um es in der Heimat und darüber hinaus für alle anderen verfügbar zu machen. Damit öffnen sie den Menschen die Augen für die Vielfalt, die unsere ganze Welt mit ihren unterschiedlichen Kulturen und Produkten zu bieten hat. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V. (bevh) sieht sich in dieser Tradition des offenen, die Welt verbindenden Handels. Seine Mitgliedsunternehmen sind Vermittler zwischen Menschen, Ländern und Kulturen. Ihr Arbeitsfeld ist die ganze Welt. Innovationen aus der ganzen Welt spiegeln sich in ihrer Tätigkeit wider.

Der Vorstand und die Geschäftsführung des bevh

- › sehen die regelbasierte internationale Zusammenarbeit und den offenen Handel als Grundlage für erfolgreiches Wirtschaften und lehnen Unilateralismus und nationale Abgrenzung ab;
- › sehen die europäische Einigung als Garanten für ein friedliches Europa und gestalten deshalb die mitunter schwierigen Schritte hin zu einem erfolgreichen Binnenmarkt und einer europäischen Wertegemeinschaft in einem konstruktiv- kritischen Dialog mit, ohne die europäischen Institutionen pauschal zu diskreditieren;
- › sehen die Vielfalt und Offenheit innerhalb der eigenen Unternehmen als grundlegende Voraussetzung für unternehmerischen Erfolg. Deshalb zeichnet der bevh die „Charta der Vielfalt“, unterstützt Initiativen wie Total E-Quality und ermuntert seine Mitgliedsunternehmen, dem Beispiel des Verbands und der bereits zum Kreis der Unterzeichner zählenden Mitgliedsunternehmen zu folgen;
- › setzen sich für einen demokratischen und friedlichen Wettstreit der Meinungen und Interessen sowie das humanistische Menschenbild des deutschen Grundgesetzes, der Grundrechtecharta der Europäischen Union sowie der UN- Menschenrechtscharta ein. Sie lehnen politischen Extremismus, eindimensionale und populistische Erklärungsmuster in einer komplexen Welt sowie Fremdenfeindlichkeit und den Missbrauch von Minderheiten als Sündenböcke ab.

Burg Wernberg, den 6. November 2018
Vorstand und Geschäftsführung des bevh

Diese Erklärung haben Vorstand und Geschäftsführung des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) einstimmig auf der Vorstandssitzung am 06.11.2018 auf Burg Wernberg in Wernberg- Köblitz verabschiedet.

INHALTSVERZEICHNIS

WERNBERGER ERKLÄRUNG DES BEVH	2
INHALTSVERZEICHNIS	3
E-COMMERCE ALS MOTOR DES HANDELS UND DER DIGITALISIERUNG	4
Grußwort von Dorothee Bär, Staatsministerin für Digitalisierung	4
E-COMMERCE, NACHHALTIGKEIT UND NEUE WERTSCHÖPFUNG	5
Vorwort von Gero Furchheim, bevh-Präsident und Sprecher des Vorstands Cairo AG	5
ECOMMERCE EUROPE: A STRONGER, SINGLE VOICE FOR DIGITAL COMMERCE IN EUROPE	6
Vorwort Marlene Ten Ham, Secretary General, ECE	6
DIE GESICHTER HINTER DEM BEVH	7
Das Team	7
Mitglieder	8
Präsidium / Vorstand	8
KOOPERATIONEN & MITGLIEDSCHAFTEN	9
Verbände-Kooperationen	9
Mitgliedschaften	9
FACHGEMEINSCHAFTEN, ARBEITSKREISE, AUSSCHÜSSE UND NETZWERKE	11
Fachgemeinschaft buch.netz	11
Fachgemeinschaft Forum Lebensmittel	11
Fachgemeinschaft Marktplätze & Plattformen	12
B2B-Produktdaten	12
Business-to-Business	13
Customer Service	13
Datenschutz	13
E-Commerce-Management	14
E-Marketing	14
Executive Roundtable	14
Finanzen, Steuern, Controlling	15
International Arbeitskreis	15
Logistik	15
Personal Arbeitskreis	16
Print	16
Rechtsausschuss	16

Seamless Commerce	17
Netzwerk Nachhaltigkeit	17
Young Leadership	17
WAS DER BEVH IM JAHR 2019 BEWEGT HAT	19
Rechtliche Erstberatung Rechtsinfos & Abmahnradar	19
Kampf gegen den Abmahnmissbrauch – die Ziellinie ist in Sicht	20
Omnibus-Richtlinie	20
Novellierung des Kreislaufwirtschaftsgesetzes	20
Digital Service Tax	21
E-Privacy-Verordnung/ Cookie-Urteil (EuGH)	21
Umsatzsteuer-Plattformhaftung	22
Quellensteuer auf Online-Werbung	22
Sichere Internetzahlungen – Umsetzung der Zweiten Zahlungsdiensterichtlinie (PSD2)	23
Mehrwertsteuersenkung auf E-BOOKS	23
Gaia-X und die Digitalisierung der B2B-Wertschöpfung	23
Verordnung über die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss Geprüfter Fachwirt im E-Commerce und Geprüfte Fachwirtin im E-Commerce	24
Zukunftsdialog „Handel, Logistik, E-Commerce“	24
VERANSTALTUNGEN	25
Berufsschullehrertage 2019	25
bevh@Google-Day	25
bevh-Produkttag	25
Logistikexkursion	25
Online-Mitgliederversammlung	26
2. bevh Merchandising Tag	26
Facebook Tag	26
Executive Workout @OMR	26
K5	26
buch.netz-Tage	26
2. bevh-Verpackungstag	27
Datenschutztag	28
Webinar Reihe	28
Internet world	28
Shop usability award	28
Ausblick	29
DIE BRANCHE IN ZAHLEN	31
Verbraucherstudien	31
Publikationen (Auszug)	32

E-COMMERCE ALS MOTOR DES HANDELS UND DER DIGITALISIERUNG

GRUSSWORT VON DOROTHEE BÄR, STAATSMINISTERIN FÜR DIGITALISIERUNG

„Digitalisierung ist überall – im privaten wie im beruflichen Leben, in Wirtschaft, Politik und Kultur. Gerade im Handel wird für den Einzelnen Digitalisierung aber im Alltag spürbar. Online einkaufen ist für immer mehr Menschen selbstverständlich geworden – Studien gehen davon aus, dass fast 30 Prozent mindestens einmal in der Woche online shoppen. Genauso eröffnet sich dem Einzelhändler mit der Digitalisierung ein vielfach größerer Kundenkreis. Digitalisierung und Handel – das geht Hand in Hand.“

E-Commerce hat das moderne Einkaufen grundlegend verändert. Ich bin immer wieder beeindruckt, welche Innovationskraft die Anbieter an den Tag legen, damit ihre Kunden einfach, bequem, individuell und sicher einkaufen können. Und das wird honoriert: Auch 2019 ist der Online-Handel wieder kräftig gewachsen.

Mit ihrem Einfallsreichtum kann die Branche auch dazu beitragen, den drängenden Herausforderungen unserer Zeit zu begegnen. Wenn die Einwohnerzahlen in manchen Regionen zurückgehen und klassischer stationärer Handel sich dort nicht (mehr) mit der gewünschten Vielfalt wirtschaftlich betreiben lässt, dann kann E-Commerce dazu beitragen, dies auszugleichen. Und angesichts des Klimawandels ist der E-Commerce gefordert, seine Lieferketten noch nachhaltiger auszurichten – denn wenn das Paket zwar schnell und kostengünstig beim Kunden ist, aber vermeidbarer Verpackungsmüll und Verkehrsstaus die ungewollte Begleiterscheinung sind, dann braucht es neue Ideen. Es ist richtig, dass der bevh und seine Mitgliedsunternehmen sich diesen und weiteren gesellschaftlichen Themen so engagiert widmen.

Wandel wird von Menschen gemacht. Darum braucht der E-Commerce gut ausgebildete und motivierte Fachkräfte. Es freut mich daher, dass der bevh sich zusammen mit anderen dafür engagiert hat, den neuen Ausbildungsberuf „Kaufmann/ frau im E-Commerce“ ins Leben zu rufen, in dem seit über einem Jahr bereits die ersten Auszubildenden lernen. Künftig wird auch eine Fortbildung zum „Fachwirt/in im E-Commerce“ möglich sein.

Als Staatsministerin für Digitalisierung will ich dazu beitragen, dass Deutschland bestmöglich auf die digitale Zukunft vorbereitet ist. Deswegen setze ich mich dafür ein, dass die Rahmenbedingungen stimmen – vom Ausbau der technischen Infrastruktur, über die faire und transparente Nutzung von Online-Vermittlungsdiensten bis zur Digitalisierung der Verwaltungsverfahren. Die Bundesregierung hat die digitalpolitischen Maßnahmen, wie sie in der Umsetzungsstrategie „Digitalisierung gestalten“ zusammengefasst sind, 2019 weiter vorangetrieben. Auf unseren bisherigen Erfolgen werden wir uns aber nicht ausruhen. Es liegt noch einiges an Arbeit vor uns. Der enge Dialog von Politik und Wirtschaft liegt mir dabei sehr am Herzen.

Ich bin überzeugt, dass der E-Commerce sein Potenzial noch längst nicht ausgeschöpft hat. In diesem Sinne wünsche ich dem bevh und seinen Mitgliedsunternehmen weiterhin viel Erfolg und Schaffenskraft.“



DOROTHEE BÄR, MdB
Staatsministerin für Digitalisierung

E-COMMERCE, NACHHALTIGKEIT UND NEUE WERTSCHÖPFUNG

VORWORT VON GERO FURCHHEIM, BEVH-PRÄSIDENT UND SPRECHER DES VORSTANDS CAIRO AG

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,

hinter dem Online- und Versandhandel liegt ein weiteres Jahr überdurchschnittlichen Wachstums. Ein Wachstum, das nicht auf Preismaßnahmen basiert, sondern ein Wachstum in Menge und Vielfalt der auf Distanz bestellten Waren und Dienstleistungen spiegelt. Erstmals hat die Branche allein im E-Commerce das Volumen von 70 Mrd. Euro übersprungen.

Dieses Wachstum im Handel mit privaten und gewerblichen Kunden verändert mehr als nur das individuelle Käuferlebnis. E-Commerce wirkt entlang der gesamten Wertschöpfungskette, von Ende zu Ende, von der herstellenden Industrie über den Groß-, Fach- und Einzelhandel bis zum Endkunden. Und nur gemeinsam kann der in Gang gesetzte Prozess der digitalen Transformation positiv gestaltet werden.

Wir haben dies im Jahr 2019 insbesondere im Hinblick auf Fragen der Nachhaltigkeit erlebt. Das vom Gesetzgeber dem Verbraucher eingeräumte Recht, von Bestellungen zurückzutreten und Waren nach Probe zurückzusenden, wird nicht länger als kunden- und verbraucherfreundliche Praxis akzeptiert. Der Konsum an sich steht in der Kritik, die Retouren werden als Klimafaktor hinterfragt, Verpackung, Verschrottung und Verstopfung als unbillige Folgen unterstellt. Ob Zahlen und Fakten solche Wahrnehmungen stützen oder widerlegen, folgt erst im zweiten oder dritten Rang.

Hier zu Nüchternheit und Objektivität beizutragen war eine besondere Herausforderung, der sich der bevh mit seinen hauptamtlichen Mitarbeitern, aber auch ich als Präsident im Ehrenamt uns gerne und immer wieder gestellt haben. Denn klar ist: Auch wenn die Retouren zum Distanzhandel dazu gehört, ist jede vermiedene Rücksendung bares Geld. Und jedes Produkt, das wir wieder in Verkehr bringen können, verbessert dem Kaufmann den Ertrag.

Wir konnten daher belegen, dass nicht Retouren, sondern Warenüberhänge im Handel das Problem sind. Wir konnten darstellen, wie durch mehr statt weniger Digitalisierung entlang der Wertschöpfungskette solche Fehlallokationen von Zeit, Geld und Ware besser vermieden werden können.

Und wir konnten darauf hinweisen, dass hier die oft ebenso kritisch wahrgenommenen Datensammlung und -bewertung einen wichtigen Hebel bilden, um die Probleme ursächlich zu vermeiden.

Es ist mir ein Anliegen, darauf hinzuweisen, dass wir als Verband ausdrücklich begrüßen, dass der Nachhaltigkeit im ökologischen und ökonomischen Sinn endlich der Stellenwert eingeräumt wird, den sie braucht. Jeder Vertriebsweg hat hier Aufgaben zu lösen. Wir können Wege zeigen, wie digitale Wertschöpfungsprozesse hier positiv wirken. Deshalb ist die Nachhaltigkeit auch explizites Ziel im neuen Fortbildungsberuf „Fachwirt/in im E-Commerce“ den wir im laufenden Jahr mit gestalten und in den Markt einführen durften.

Nachhaltigkeit muss und wird für uns 2020 weiter ein Kernthema der Tätigkeit sein. Damit werden wir uns auch in den zwei Dachorganisationen intensiv einbringen, in denen wir aktiv und gestaltend mitarbeiten: Im europäischen Dachverband Ecommerce Europe, mit dem sich unsere Europaorganisation EMOTA 2019 zusammengeschlossen hat. Und im Bundesverband Großhandel, Außenhandel und Dienstleistungen e.V., dem wir 2019 beigetreten sind, um hier die Digitalisierung der nationalen und internationalen Wertschöpfungsnetze stärker voranzutreiben.

E-Commerce, Nachhaltigkeit und neue Wertschöpfung: Dieser Dreiklang führt den Handel in die Zukunft. Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten!

Ihr Gero Furchheim



GERO FURCHHEIM
bevh-Präsident und Sprecher des Vorstands Cairo AG

ECOMMERCE EUROPE: A STRONGER, SINGLE VOICE FOR DIGITAL COMMERCE IN EUROPE

VORWORT MARLENE TEN HAM, SECRETARY GENERAL, ECE

Ecommerce Europe is the sole voice of the European Digital Commerce sector. As a result of joining forces with EMOTA, Ecommerce Europe now represents, via its 23 national associations, more than 100,000 companies selling goods and services online to consumers in Europe. Together, the two associations unified under the umbrella of Ecommerce Europe, will be able to offer their members extended and more efficient services to support the development of digital shopping in Europe and beyond, by helping legislators create a better framework for online merchants, so that their sales can grow further.

Ecommerce Europe acts at European level to help legislators build a European framework fit for the challenges of our time, that strengthens and fosters digital commerce in Europe. Ecommerce Europe offers a platform for the European digital commerce sector and other stakeholders and provides in-depth research data about European markets. Ecommerce Europe has also developed the European Trustmark Scheme, that stimulates cross-border e-commerce through better protection for consumers and merchants by establishing one European set of rules and by ensuring clear communication of these rules.

To allow the digital commerce industry the necessary to thrive in this ever-changing and challenging environment and to unlock the growth potential of this sector, the two associations are now speaking with one single voice, and are fully dedicated to the development of digital shopping in Europe, by working hand-in-hand with EU policymakers.

Representing the interest of the digital commerce sector will be crucial within the new political and institutional context, where issues such as platform economy, consumer rights, new technologies and sustainability will be particularly high on the agenda of the new policymakers. Ecommerce Europe will continue to advocate for ambitious, yet achievable actions in key areas such as better enforcement, harmonization and fair competition, to ensure that the digital commerce sector in Europe continues to flourish.



MARLENE TEN HAM
Secretary General, ECE

DIE GESICHTER HINTER DEM BEVH

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.

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.

Wir sind wie die Branche, die wir vertreten: innovativ, neugierig, gewissenhaft.



CHRISTOPH WENK-FISCHER
Hauptgeschäftsführer



MARTIN GROSS-ALBENHAUSEN
Stellvertretender Hauptgeschäftsführer



SUSAN SASS
Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit | Statistik



EVA BEHLING
Rechtsanwältin (Syndikusrechtsanwältin)



DANIELA BLEIMAIER
Referentin Public Affairs



ALIÉN MULYK
Referentin Public Affairs



DANA SEIPELT
Referentin Mitglieder-
management & Verbandsentwicklung



BIRGIT JANIK
Referentin Steuern, Finanzen & Controlling



MONIQUE WUNDERLICH
Team- und Projektassistentin



DANA SEIPELT
Team- und Projektassistentin
& Veranstaltungsmanagement



DARJA DOBERSTEIN
Team- und Projektassistentin



ROBERT KRUMBEIN
Teamassistent PA Nachhaltigkeit und
Steuern, Finanzen, Controlling



SEBASTIAN SCHULZ
externer Berater Datenschutz,
HÄRTING Rechtsanwälte PartGmbH

MITGLIEDER

Das bevh Netzwerk ist mittlerweile auf knapp 600 Mitglieder angewachsen. Die Heterogenität der Mitgliedsunternehmen in Größe und Branchenfokus kennzeichnet das Netzwerk des bevh und spiegelt die Diversität der Branche insgesamt wider. Der Großteil der Mitglieder sind mit 450 Unternehmen die Online- und Versandhändler, die die regulären Mitglieder des Verbandes mit Stimmrecht repräsentieren und damit einen direkten Einfluss auf die Strategie und Interessens-

wahrnehmung des Verbandes geltend machen können. Um die Interessen der Branche bei politischen Akteuren auf nationaler und EU-Ebene sowie in der Öffentlichkeit vertreten zu können, ist eine stabile Mitgliederbasis unabdingbar. Deshalb freuen wir uns, wenn Mitgliedsunternehmen uns beim Wachstum unterstützen und weiterempfehlen.



PRÄSIDIUM / VORSTAND

Der Vorstand besteht aus dem Vorsitzenden, bis zu fünf weiteren Stellvertretern des Vorsitzenden – darunter der Sprecher der bevh-Fachgemeinschaft buch.netz – und aus mindestens fünf 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 Vorstands vor und überwacht deren Ausführung durch den Hauptgeschäftsführer. Amtierende Mitglieder des Präsidiums sind:

PRÄSIDIUM:

GERO FURCHHEIM

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

DIETER JUNGHANS

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

INES VON JAGEMANN

bevh-Vizepräsidentin, Tchibo GmbH

DR. MARKUS ACKERMANN

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

ARMIN BISCHOFF

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

FREDERIK PALM

Sprecher Fachgemeinschaft buch.netz

WEITERE VORSTANDSMITGLIEDER WAREN IN 2019:

Gudrun Aydt (Westfalia Werkzeugcompany GmbH & Co. KG)

Ulrich Betzold (Arnulf Betzold GmbH)

Dr. Holger Bingmann (Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen)

Matthias Bork (QVC International Management LLC & Co. KG)

Tilo Degenhardt (Lofty Zweitfrisuren GmbH)

Joachim Fauth (Readers Digest: Verlag Das Beste GmbH)

Dirk Lessing (Kaiser+Kraft GmbH)

Erwin Müller (E.M. Group Holding AG)

Max Müller (Doc Morris N.V.)

René Otto (Rock N Shop GmbH)

Eva Maria Roer (DT&Shop GmbH)

Jan-Dieter Schaap (Galeria Kaufhof GmbH)

Lars Schade (Mercateo Services GmbH)

Jan Schulze (HSE24 Home Shopping Europe GmbH)

Ernst Trapp (E.M.P. Merchandising HGmbH)

Jens Wasel (KW-Commerce GmbH)

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 folgenden Verbänden ist der bevh eine Kooperation eingegangen:

BUNDESVERBAND DIGITALE WIRTSCHAFT E.V. (BVDW)
www.bvdw.org

BUNDESVERBAND DRUCK UND MEDIEN E.V. (BVDM)
www.bvdm-online.de

VERBAND INTERNET REISEVERTRIEB E.V. (VIR)
www.v-i-r.de

BUNDESVERBAND ONLINEHANDEL E.V. (BVOH)
www.bvoh.de

BUNDESVERBAND DEUTSCHER VERSANDAPOTHEKEN E.V. (BVDVA)
www.bvdva.de

BUNDESVERBAND IT-SICHERHEIT E.V. (TELETRUST)
www.teletrust.de

BÜNDNIS FÜR NACHHALTIGE TEXTILIEN
www.textilbuendnis.com



MITGLIEDSCHAFTEN

Seit Sommer 2019 ist der bevh neues Mitglied im Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. (BGA). Damit erweitert der BGA sein Netzwerk um einen Verband, der in den Themen E-Commerce-Strategie, Plattform-Ökonomie, Online-Marktplätze, Multichannel-Handel, Logistik sowie „Letzte Meile“ zu Hause ist. Der bevh wiederum profitiert

von der hervorragenden politischen Vernetzung und der Schlagkraft des Spitzenverbandes sowie dessen spezifischer Expertise unter anderem in Fragen des Im- und Exports. Diese werden in Hinblick auf den wachsenden grenzüberschreitenden Handel über das Internet immer wichtiger. Wir freuen uns auf die enge Zusammenarbeit!

EUROPEAN ECOMMERCE ASSOCIATION (EMOTA)
www.emota.eu

BEIRAT DES MARKTWÄCHTERS DIGITALE WELT
www.marktwaechter.de

GESELLSCHAFT FÜR STRUKTURPOLITISCHE FRAGEN
www.strukturgesellschaft.de

GUTACHTERAUSSCHUSS FÜR WETTBEWERBSFRAGEN (DIHK) WETTBEWERBSZENTRALE
www.wettbewerbszentrale.de

DEUTSCHES INSTITUT FÜR NORMUNG E.V. (DIN)
www.din.de

MEDIA.NET BERLIN BRANDENBURG E.V.
www.medianet-bb.de

HAMBURG@WORK E.V.
www.medianet.hamburg

BEIRAT DER STIFTUNG DATENSCHUTZ
www.stiftungdatenschutz.org

ARBEITSGEMEINSCHAFT GRAPHISCHE PAPIERE (AGRAPA)
www.agrapa.de

GINETEX GERMANY
www.ginetex.de

LENKUNGSKREIS SIZEGERMANY

GS1 GERMANY
www.gs1-germany.de/gs1-solution-provider/

TOTAL E-QUALITY E.V.
www.total-e-quality.de

BUNDESVERBAND GROSSHANDEL, AUSSENHANDEL, DIENSTLEISTUNGEN E.V. (BGA)
www.bga.de

FEDERATION OF INTERNATIONAL RETAIL ASSOCIATIONS (FIRA)
www.nrf.com

01

FACHGEMEINSCHAFTEN, ARBEITSKREISE, AUSSCHÜSSE UND NETZWERKE

FACHGEMEINSCHAFT BUCH.NETZ

Bücher und Medien werden weiterhin gern gekauft. Ob nun off- oder online. 2019 haben die Deutschen für fast 3,9 Mrd. Euro Bücher, eBooks und Hörbücher im Distanzhandel bestellt. Ein Plus von 4,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

UNSER SERVICE FÜR MITGLIEDER DER FACHGEMEINSCHAFT:

- › Interessensvertretung gegenüber Politik und Wirtschaft
- › Einflussnahme auf die nationale und europäische Gesetzgebung
- › Rechtsberatung
- › Jahrestagung mit großer Buchmesse für Versender
- › Überprüfung der AGB unserer Mitglieder
- › Rundschreiben mit Branchen-News und Praxis-Informationen
- › Vermittlung der für den Buchhandel notwendigen Verkehrsnummer

VORSITZENDER: **FREDERIK PALM, GESCHÄFTSFÜHRER FRÖLICH & KAUFMANN VERLAG UND VERSAND GMBH**

MITGLIEDERBERATUNG IN BUCHHANDELS-SPEZIFISCHEN FRAGEN: **RECHTSANWALT PROF. DR. CHRISTIAN RUSS, RAE FUHRMANN WALLENFELS**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **BEVH-GESCHÄFTSSTELLE**

FACHGEMEINSCHAFT 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 möchte gemeinsam mit Konsumenten, Händlern und Industrie die Möglichkeiten und Potenziale dieses Zukunftsmarktes aktiv fördern und durch eigene Projekte unterstützen.

THEMEN U. A.:

- › Federführung bei der Erarbeitung der DIN SPEC 91360 als „Temperaturkonzept für den Versand von kühlpflichtiger und nicht-kühlpflichtiger Ware im Lebensmittel-Onlinehandel“
- › 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

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **EVA BEHLING, BEVH UND SUSAN SASS, BEVH**

FACHGEMEINSCHAFT MARKTPLÄTZE & PLATTFORMEN

Neben den Arbeitskreisen spielen die weitgehend selbstverwalteten Fachgemeinschaften eine besondere Rolle bei der Meinungsbildung und Vernetzung im bevh. In der Fachgemeinschaft Marktplätze & Plattformen sind insbesondere kleinere und mittelständische Händler als auch Betreiber und Branchenriesen im Bereich Marktplätze & Plattformen organisiert. Neben rechtlichen Fragen standen Themen wie die Umsatzsteuerplattformhaftung auf der Agenda.

VORSITZENDER: **JENS WASEL, KW-COMMERCE GMBH**

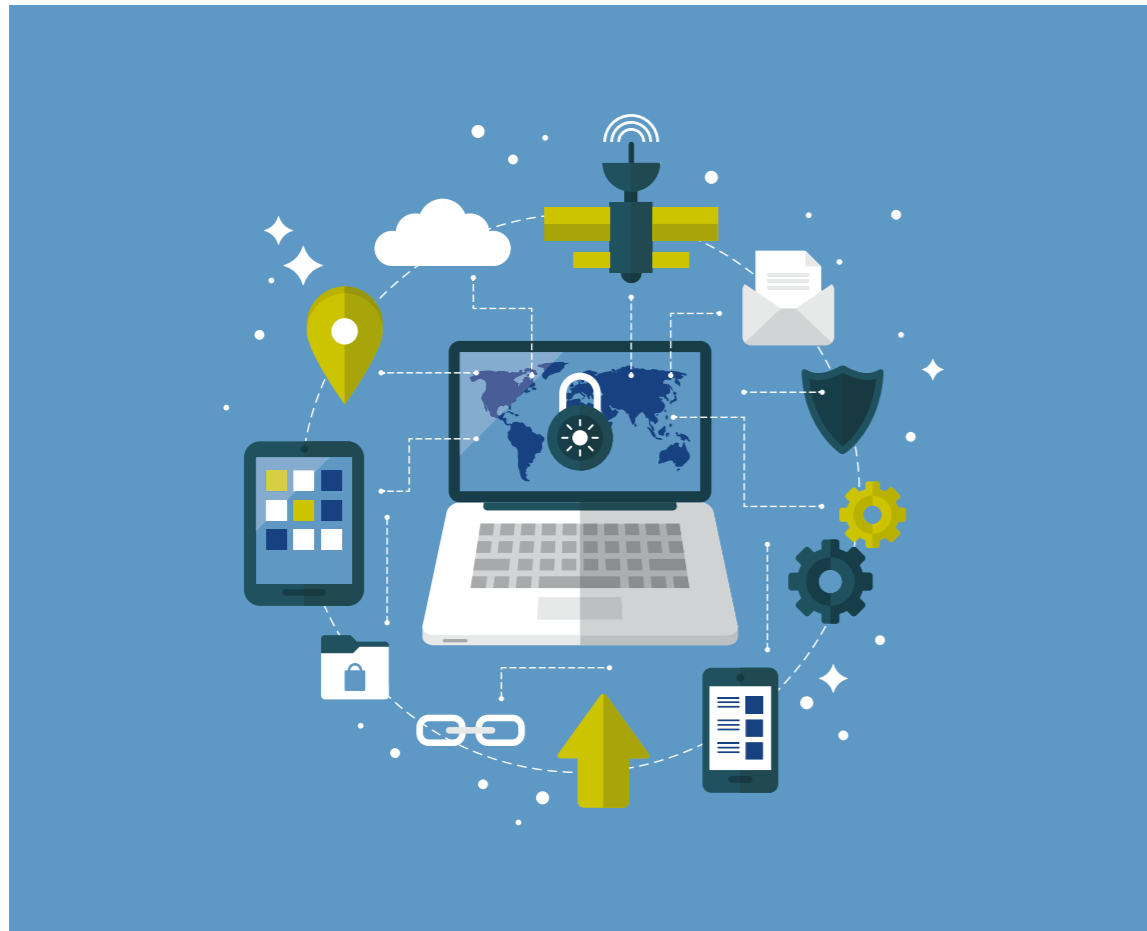
STELLV. VORSITZENDE: **CHRISTIAN STROHECKER, WELLYOU SOWIE CLAUDIA SCHLÜTER, REAL**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **CHRISTOPH WENK-FISCHER, BEVH**

B2B-PRODUKTDATEN

Die Arbeitskreis B2B-Produktdaten hat im Jahr 2019 anlässlich der PROKOM in Düsseldorf im Rahmen des bevh-Produktdatentages stattgefunden. Ein Schwerpunkt war der Einsatz von künstlicher Intelligenz in der Erstellung von Produktdaten. Für das kommende Jahr ist ein Workshop vorgesehen, in dem mit dem Business Model Canvas ein nachhaltiges Wertschöpfungsmodell für die Produktdaten-Abteilung entwickelt werden kann.

GESCHÄFTSFÜHRER: **MARTIN GROSS-ALBENHAUSEN, BEVH**



BUSINESS-TO-BUSINESS

Der Online- und Versandhandel mit Firmenkunden durchlebt die „Consumerization“ der klassischen Einkaufsprozesse. Dies äußert sich beispielsweise durch einen stark wachsenden Anteil von Bestellungen, die über den Onlineshop direkt abgeschlossen werden. Er tritt inzwischen immer öfter gleichberechtigt neben Procurement-Anwendungen und Außendienst auf. Hinzu kommen neue Intermediäre in Form von Marktplätzen und Plattformen, die weit mehr bieten als die Vermittlung zwischen Kunde und Anbieter. Im Jahr 2019 hat sich der Arbeitskreis u.a. mit neuen Märkten (Chemie-Handel) und mit Möglichkeiten beschäftigt, Voice- und Assistenzsysteme im B2B-Handel einzusetzen.

VORSITZENDER: **HARALD SCHÖNFELD, RAJAPACK GMBH**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **MARTIN GROSS-ALBENHAUSEN, BEVH**

CUSTOMER SERVICE

Exzellenter Kundenservice wird immer mehr zum Differenzierungsmerkmal. Um die an Bedeutung gewinnende Organisationseinheit des Kundenservice mit ihren Verantwortlichen zu unterstützen, wird der Arbeitskreis als Plattform zum Austausch und der Vernetzung rege genutzt. Als Schnittstelle zwischen verschiedenen Abteilungen und als Sprachrohr des Kunden spielt der Kundenservice eine wichtige Rolle bei der Informationsweitergabe innerhalb des Unternehmens und Prozessoptimierungen, die für eine kontinuierliche Weiterentwicklung entscheidend sind.

THEMEN U. A.:

- › Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern
- › Self Service und Wissensmanagement
- › kanalübergreifende Kommunikation und die Einbindung neuer Kanäle
- › Veränderungen des Kundenservice durch Voice Interfaces und künstliche Intelligenz
- › arbeits- und datenschutzrechtliche Themen

VORSITZENDER: **AXEL GIESEKE, SPORT THIEME GMBH**

STELLV. VORSITZENDE: **DORIS JAECKLE, VERSANDHAUS WALZ GMBH**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **DANA SEIPELT, BEVH**

DATENSCHUTZ

Nach den ersten Gehversuchen mit der DSGVO in den Jahren 2017 und 2018 stand im Arbeitskreis Datenschutz und Datensicherheit im Jahr 2019 Detailarbeit im Vordergrund. Denn auch wenn die DSGVO das alte Datenschutzrecht im Wesentlichen fortschreibt, sind in ausgewählten Punkten Anpassungen erforderlich. Hinzu kommt, dass auch die seitens der Datenschutzaufsichtsbehörden mittlerweile vermehrt erarbeiteten Beschlüsse und Guidelines oft mehr Fragen aufwerfen, als hierdurch beantwortet werden. Der Arbeitskreis identifizierte und diskutierte diese offenen Punkte u.a. mit Vertretern der Aufsichtsbehörden und entwickelte gemeinsam Lösungsansätze. Im Rahmen der DSGVO-Roadshow, die in 2019 an drei Standorten stattfand, konnten sich die Verbandsmitglieder einen Überblick über die Entwicklungen seit Wirksamwerden der DSGVO und die Schwerpunktsetzung der Aufsichtsbehörden verschaffen.

THEMEN U. A.:

- › Cookies, Tracking und Co.
- › Meldepflichten
- › Löschkonzepte

VORSITZENDER: **RA JOACHIM FAUTH, READER ' S DIGEST: VERLAG DAS BESTE GMBH**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **RA SEBASTIAN SCHULZ, EXTERNER BERATER DATENSCHUTZ, HÄRTING RECHTSANWÄLTE PartGmbH**

E-COMMERCE-MANAGEMENT

Im Arbeitskreis E-Commerce-Management haben die E-Commerce-Verantwortlichen großer, mittelständischer und kleiner Unternehmen die Möglichkeit, im direkten Dialog ihre Erfahrungen auszutauschen oder in Diskussionen Antworten auf die anstehenden Herausforderungen zu finden und gemeinsam entsprechende Lösungen und Strategien zu erarbeiten.

Themen des Jahres 2019 waren unter anderem die Umsetzung der PSD2/Strong Customer Authentication und die Programmierung von sog. Progressive Web Apps (PWA). Im Herbst beschäftigten sich die Teilnehmer mit Wegen aus der sog. „Pfadabhängigkeit“, durch die Systeme rascher Innovation im Weg stehen. Außerdem beschäftigte sich der Arbeitskreis mit der Nutzung von KI-Funktionalitäten in der Cloud-Umgebung am Beispiel von Recommendation-Anwendungen der Microsoft Azure-Cloud.

Bereichert werden die Gespräche um Entwicklungen und Trends im E-Commerce unter anderem durch Fachvorträge und Keynotes von externen Referenten, die den Teilnehmern nicht zuletzt auch spannende Einblicke in die Zukunft gewähren.

VORSITZENDER: **ALBRECHT BETZOLD, ARNULF BETZOLD GMBH**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **MARTIN GROSS-ALBENHAUSEN, BEVH**

E-MARKETING

Im Arbeitskreis E-Marketing tauschen sich Mitarbeiter unserer Mitglieder aus, die für diverse Disziplinen des Onlinemarketings zuständig sind. Themen 2019 waren unter anderem die anstehenden Veränderungen bei WhatsApp-Marketing, Erkenntnisse aus Online-Offline-Kampagnen und im Herbst das besonders relevante Thema „Customer Consent Plattformen“. Die Sitzungen bestehen in der Regel aus den Elementen Vortrag, Workshop und Austausch.

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **MARTIN GROSS-ALBENHAUSEN, BEVH**

EXECUTIVE ROUNDTABLE

Auf Wunsch der Mitglieder hat sich 2017 der sog. „Executive Roundtable“ als Forum ausschließlich für angestellte Geschäftsführer und geschäftsführende Gesellschafter/Inhaber gegründet. Der Roundtable tagt zweimal im Jahr und dient dem Austausch vor allem über Fragen der Geschäftsentwicklung und Organisation.

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **MARTIN GROSS-ALBENHAUSEN, BEVH**

FINANZEN, STEUERN, CONTROLLING

Der Arbeitskreis bietet Networking und Erfahrungsaustausch für Führungskräfte und leitende Mitarbeitende unserer Mitgliedsunternehmen in den Bereichen des betrieblichen Rechnungswesen, der Finanzen und des Controllings. Die Themen beziehen sich in ihren Schwerpunkten auf den E-Commerce und die Versandhandelsspezifika. Als Sparringspartner zwischen Wirtschaft, Politik und Mitgliedsunternehmen geben die Arbeitskreisteilnehmenden unmittelbares Feedback unter anderem zu neuen gesetzlichen Regelungen und Bestimmungen der Bundes- und Länderfinanzbehörden und nehmen somit aktiven Einfluss auf die Umsetzung gesetzlicher Vorgaben in die Praxis.

THEMEN U. A.:

- › Zahlungsverkehr und Zahlungssysteme
- › Elektronische Rechnung
- › Betriebsprüfung
- › Steuern im Online- und Versandhandel
- › Mobile und Instant Payment

VORSITZENDE: **HERMANN SCHLOSSER, CONRAD ELECTRONIC SE**

STELLV. VORSITZENDER: **ROBERT HAMMERL, TLI STEUERBERATER PARTG MBB**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **BIRGIT JANIK, BEVH**

INTERNATIONAL ARBEITSKREIS

Im Arbeitskreis International tauschen sich Mitglieder zu Ihren praktischen Erfahrungen und Arbeitsweisen in den jeweiligen, meist europäischen, Auslandsmärkten aus und beleuchten neue kontinentale und interkontinentale Märkte in Bezug auf den Versandhandel.

VORSITZENDER: **SIEGFRIED HORN, EM GROUP**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **CHRISTOPH WENK-FISCHER, BEVH**

LOGISTIK

Durch den Arbeitskreis Logistik erhalten die für diesen Bereich Verantwortlichen der Mitgliedsunternehmen ein Forum, in dem sie ihre Ideen und Konzepte miteinander austauschen und gemeinsam mit führenden Logistikdienstleistern weiterentwickeln können. Unsere regelmäßigen Exkursionen zu Logistiklagern unterschiedlichster Mitglieder lassen uns hinter die Kulissen blicken und bieten Raum zum Austausch und Diskussion.

THEMEN U. A.:

- › Logistik als zentraler Baustein der E-Commerce-Wertschöpfungskette
- › Innovative und nachhaltige Konzepte auf der „letzten Meile“
- › Neue Technologien in der Logistik
- › Volumenreduzierung und Verwendung nachhaltiger Materialien bei Paketen › Retourenmanagement
- › Transparenz bei Lieferung und Zustellung

VORSITZENDE: **SABINE KÖLSCH, READER'S DIGEST: VERLAG DAS BESTE GMBH**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **CHRISTOPH WENK-FISCHER, BEVH**

PERSONAL ARBEITSKREIS

Auch wenn oder gerade weil der bevh kein Arbeitgeberverband ist, spielen arbeitsrechtliche Fragen in der Verbandsarbeit eine wesentliche Rolle. In unseren Sitzungen und Austauschrunden lagen die thematischen Schwerpunkte unter anderem beim Schutz der Arbeitnehmerdaten im Jahr nach der DSGVO, der Schaffung neuer Raumkonzepte und flexibler Arbeitszeitgestaltung sowie kreativen Wegen des Recruitings.

VORSITZENDER: **ULF BERGJOHANN, PRO IDEE/JUNGHANS WOLLE**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **CHRISTOPH WENK-FISCHER, BEVH**

PRINT

Der Arbeitskreis Print diskutiert die neue Rolle von Printwerbung als zusätzlich wichtigen Ansprachekanal in E-Commerce getriebenen Multichannel-Handelsunternehmen. Im Jahr 2019 hat der AK Print im Frühjahr gemeinsam mit dem AK International bei der Firma Schäfer-Shop getagt. Die Herausforderungen des internationalen Print-Marketings sowie die notwendigen Veränderungen der Marketing-Organisation standen im Mittelpunkt. Im Herbst diskutierten die Teilnehmer an zwei Tagen über die Veränderungen in der Werbepost-Distribution sowie die technischen und inhaltlichen Möglichkeiten und Testergebnisse bei Einsatz von Predictive Analytics und entsprechend personalisierten Werbemitteln.

VORSITZENDER: **CHRISTIAN STÄDTLER, MDM MÜNZHANDELSGESELLSCHAFT MBH & CO. KG**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **MARTIN GROSS-ALBENHAUSEN, BEVH**

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 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. Gesetzgebungsverfahren gegen den Abmahnmissbrauch, Geschäftsgeheimnisgesetz, Novellierung des Kreislaufwirtschaftsgesetzes
- › Erfahrungsaustausch zu aktuellen Rechtsthemen, z. B. Influencer-Marketing, Widerrufsrecht, Umgang mit Abmahnungen
- › Rechtsfragen im Cross-Border-Trade

VORSITZENDER: **MARTIN MILDNER, OTTO GROUP**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **EVA BEHLING, BEVH**

SEAMLESS COMMERCE

Kundenansprache über mehrere Kanäle ist für viele Versender der Schlüssel zum Erfolg. Omnichannel-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. Unsere Arbeitskreissitzungen und „Store-checks“ bieten Entscheidern führender Unternehmen Gelegenheit zum Austausch und Inspiration.

VORSITZENDER: **NICO FREY, DETLEV LOUIS MOTORRAD-VERTRIEBSGESELLSCHAFT MBH**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **CHRISTOPH WENK-FISCHER, BEVH**

NETZWERK NACHHALTIGKEIT

Ursprünglich eine kleine Runde aus Unternehmen der Nachhaltigkeitsbranche, zieht sich Nachhaltigkeit inzwischen durch alle Bereiche des Versandhandels. Von Verpackungen über die eigenen energetische Ausstattung, bis hin zur gesamten nachhaltigen Unternehmensführung. Wir freuen uns, mit immer mehr Unternehmen und Menschen vernetzen zu können und gemeinsam Veranstaltungen und Webinare rund ums Thema Nachhaltigkeit zu organisieren. Wenn Sie Interesse haben sich mit Ihrem Unternehmen beim Netzwerk im Rahmen einzubringen, sprechen Sie uns gerne an.

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **DANIELA BLEIMAIER, BEVH**

YOUNG LEADERSHIP

Ziel des Arbeitskreises Young Leadership ist es, Nachwuchskräften und jungen Geschäftsführern der Mitgliedsunternehmen themenübergreifendes Fachwissen zu vermitteln und einen schnellen und einfachen Zugang zu Expertenwissen in ungezwungener Atmosphäre zu bieten. Dabei stehen Marketingstrategien und technische Entwicklungen genauso auf der Agenda wie Mitarbeiterführung und Sozialkompetenz.

VORSITZENDER: **MATTHIAS KONIETZKO, GAKO INTERNATIONAL GMBH**

STELLV. VORSITZENDER: **ROBERT SIEBEL, THE BRITISH SHOP**

GESCHÄFTSFÜHRUNG: **EVA BEHLING, BEVH**

02

WAS DER BEVH IM JAHR
2019 BEWEGT HAT

Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) repräsentiert als die Interessenvertretung die Branche der in Deutschland aktiven Online- und Versandhändler aller Größen und aller Handelsformen.

Darunter sind Versender mit Katalog- und Internet-Angebot, Internet-Pure-Player, Teleshopping-Unternehmen, Versandapotheeken, Verkäufer auf Online-Marktplätzen und Versender mit Heimat im stationären Handel. Die Versandbuchhändler gehören ebenfalls dazu.

Bei allen Unterschieden im Detail setzen wir uns gemeinsam gegen eine Ungleichbehandlung der einzelnen Vertriebswege ein. Echter und gerechter Wettbewerb kann nur dort entstehen, wo Fernabsatzgeschäfte nicht gegenüber allein stationären Vertriebsformen diskriminiert werden.

In den nachfolgend aufgelisteten Politik- und Themenfeldern war der bevh im Jahr 2019 schwerpunktmäßig aktiv (Auszug).

RECHTLICHE ERSTBERATUNG | RECHTSINFOS & ABMAHNRADAR

Die juristische Erstberatung zählte im Jahr 2019 wieder zu den beliebtesten Services des Verbands. Von der schnellen und unbürokratischen Beratungsleistung durch die E-Commerce-Spezialisten des bevh profitieren die Mitgliedsunternehmen, aber auch der Verband selbst. Es ist gerade diese Rückkopplung mit den Mitgliedern, die wiederkehrend neue Impulse für die politische Arbeit des Verbands mit sich bringt.

Neben den klassischen Themen - wie Überprüfung von Rechtstexten und Onlineshops, Beratung bei E-Mail-Marketing und Abmahnungen - wurde die Beratungsleistung 2019 nach wie vor zur in Kraft getretenen DSGVO in Anspruch genommen. Aber auch die Themen Elektroggesetz, das neue Verpackungsgesetz und die im Dezember 2018 in Kraft getretene Geoblocking-Verordnung trieben die Mitgliedsunternehmen verstärkt um. Die wöchentlichen Rechtsinfos haben sich dabei als hilfreiches Mittel herausgestellt, um die Mitglieder proaktiv über rechtliche Änderungen und Compliance-Vorgaben zu informieren und Hilfestellung für deren Umsetzung zu geben.

KAMPF GEGEN DEN ABMAHN- MISSBRAUCH – DIE ZIELLINIE IST IN SICHT

Anknüpfend an den ersten Teilerfolg im Jahr 2018, wo der Kampf gegen den Abmahnmissbrauch in dem Koalitionsvertrag aufgenommen wurde und alsbald auch ein Referentenentwurf veröffentlicht wurde, verabschiedete das Bundeskabinett am 15.05.2019 seinen Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung des fairen Wettbewerbs. Um missbräuchliche Abmahnungen einzudämmen, sieht der Gesetzesentwurf insbesondere eine Reduzierung der finanziellen Anreize für Abmahnungen vor. Im Gesetzesentwurf wird geschätzt, dass mit dem neuen Gesetz 50 % der Abmahnungen verhindert werden können.

Nach wie vor strittig ist jedoch die Frage ob und in welchem Umfang Verstöße gegen Datenschutzrecht wettbewerbsrechtlich abmahnfähig sind. Insbesondere wegen Unstimmigkeiten in diesem Punkt konnte das Gesetzgebungsverfahren dieses Jahr noch keinen Abschluss finden. Der bevh wird sich auch 2020 für die Interessen der Onlinehändler im Kampf gegen den Abmahnmissbrauch einsetzen.

OMNIBUS-RICHTLINIE

Nachdem aus dem new deal for consumer aufgrund von Divergenzen die Regelungen zur Sammelklage (Collectiv Redress) abgespalten wurden, konnte im Jahr 2019 der materiell-rechtliche Teil mit Änderungen in der Verbraucherrechte-Richtlinie und Preisangaben-Richtlinie verabschiedet werden. Die EU-Sammelklage soll nicht nur Klagen auf Unterlassung, sondern auch

auf Schadenersatz ermöglichen. Konkret haben sich die EU-Minister darauf geeinigt, dass speziell dazu berufene Einrichtungen im Namen von Geschädigten Klagen anstrengen können, und zwar sowohl innerhalb eines Landes, als auch grenzüberschreitend, wenn der Vorfall mehrere EU-Länder betrifft.

Auf europäischer Ebene versuchen der bevh und ECommerce Europe die Regelungen zur Sammelklage entsprechend den Vorgaben der deutschen Musterfeststellungsklage anzupassen. Zum einen entspricht die Geltendmachung eines pauschalen Schadenersatzes nicht dem deutschen Rechtssystem und zum anderen wird eine dem amerikanischen Recht ähnliche „Sammelklagenflut“ befürchtet.

NOVELLIERUNG DES KREISLAUF- WIRTSCHAFTSGESETZES

Nicht zuletzt auch aufgrund der aktuell allgegenwärtigen Debatten über Abfallvermeidung begrüßen wir die Weiterentwicklung des Kreislaufwirtschaftsrechts. Produktionsüberhänge, Produktfehler und Retouren sind Probleme, die die gesamte Wirtschaft – unabhängig von den Vertriebskanälen – betreffen und daher einheitlich angegangen werden müssen.

Dabei gilt es jedoch, der Wirtschaft nicht unnötige Pflichten aufzubürden, durch die der eigentliche Zweck des Gesetzes aus den Augen verloren wird. Als viel sinnvoller als eine erweiterte Obhutspflicht sehen wir eine Erleichterung für Unternehmen beim Spenden von noch gebrauchsfähiger Ware. Daraus entstand die mit der gemeinnützigen Spendenplattform innatura sowie der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (EY) gegründete Initiative „Spenden statt entsorgen“.

DIGITAL SERVICE TAX

Am 12. März 2019 ist die Einführung einer EU-weiten Digital Services Tax im Ministerrat zunächst gescheitert. Die Mitgliedsstaaten haben sich aber darauf verständigt, auf eine Lösung auf OECD-Ebene hinzuwirken, um global eine einheitliche und umsetzbare Lösung zu finden.

Die OECD arbeitet derzeit an einer zwei Säulen-Lösung. In der ersten Säule soll die Neuverteilung von Besteuerungsrechten an Unternehmensgewinnen vorgenommen werden d.h. das digitale Leistungen dort besteuert werden sollen, wo sich ihre Nutzer befinden. Mit der zweiten Säule soll eine global effektive Mindestbesteuerung von Unternehmen sichergestellt werden. Die Arbeit der OECD ist zwar gut vorangeschritten, wurde durch die Corona-Pandemie und die abblende Haltung der USA jedoch leicht verzögert, sodass erst im Oktober 2020 eine konkretere Ausarbeitung, ein sogenanntes „Blueprint“, vorliegen wird.

Sollten die Verhandlungen auf OECD-Ebene scheitern, wird die EU selbst Maßnahmen ergreifen. Dass der ursprüngliche Vorschlag der EU-Kommission letztendlich nicht zustande kam ist auch mit der Verdienst des bevh, der gemeinsam mit seinen Partnern immer wieder öffentlich auf die negativen Konsequenzen der Steuer auf unsere Branche - und vor allem die kleinen und mittelständischen Unternehmen hingewiesen hat. Auch unser Appell stattdessen eine internationale Regelung auf Ebene der OECD zu finden, wurde gehört.

Den Prozess auf OECD-Ebene hat der bevh auch unterstützt, indem er sich im November und Dezember 2019 an den beiden Konsultationen zu den Säulen I und II beteiligte. Der bevh befürwortet weiterhin eine Lösung auf globaler Ebene. Gerade in der Zeit der wirtschaftlichen Erholung in Folge der Corona-Pandemie sind nationale Alleingänge und möglicherweise daraus folgende Handelsstreitigkeiten zu vermeiden.

E-PRIVACY-VERORDNUNG/ COOKIE-URTEIL (EUGH)

Die Akquise neuer Kunden ist für E-Commerce-Unternehmen in Anbetracht der hohen Kundenfluktuation von existenziellem Interesse. In diesem Zusammenhang nimmt auch die zielgerichtete werbliche Ansprache im Online-Umfeld einen zunehmend hohen Stellenwert ein. Hierfür, wie auch für die Verbesserung und bedarfs-gerechte Gestaltung der eigenen Online-Präsenz, ist die Verarbeitung von in aller Regel anonymisierten bzw. pseudonymisierten Daten erforderlich.

Mit dem bereits im Januar 2017 durch die EU-Kommission vorgestellten Entwurf für eine E-Privacy-Verordnung sollen die Möglichkeiten dieser (werblichen) Verarbeitung von Kommunikations- und Metadaten im Vergleich zum geltenden deutschen Recht eingeschränkt werden. Im Wesentlichen soll eine solche Verarbeitung nur noch auf Grundlage der Einwilligung der Nutzer möglich sein. Berechtigte Interessen der Websitebetreiber an der Datennutzung werden fast vollständig ignoriert. Werden die Brüsseler Vorschläge tatsächlich Gesetz, werden vor allem kleine und mittelständische Unternehmen in Zukunft massive Schwierigkeiten haben, online Werbung zielgerichtet auszuspielen zu können.

Parallel zu dem auf europäischer Ebene weiterlaufenden Reformvorhaben hat der EuGH am 23. März 2019 ein Urteil zur Verwendung von Cookies gefällt. In dem Verfahren „Planet 49“ ging es um die Frage, ob bei einem Cookie-Banner die pauschale Einwilligung über ein Opt-Out-Verfahren rechtswirksam eingeholt werden kann. Laut dem Urteil muss die Einwilligung für den konkreten Fall aktiv gegeben werden. Damit sind die weiterhin verbreitete Opt-Out-Modell endgültig am Ende.

Zwar ist für das Setzen von Cookies nach wie vor das TMG anwendbar, allerdings spielen hier auch die Vorgaben aus der DSGVO mit ein. Insofern stellte der EuGH klar, dass die getroffene Entscheidung auch unter der DSGVO Gültigkeit hat und dass die Cookie-Richtlinie nicht in vollem Umfang in Deutschland umgesetzt wurde. Der BGH wird am 28. Mai 2020 die Einwilligungserfordernis für Cookies auch auf deutschen Webseiten ebenfalls bejahen.

Trotz mehrfacher Versuche, einen Kompromiss zu finden, konnte sich der EU-Ministerrat über das gesamte Jahr 2019 hinweg nicht auf eine gemeinsame Position verständigen. Auch der bevh hatte, allein oder gemeinsam mit anderen Organisationen, stets „Sorgfalt vor Eile“ angemahnt und immer wieder auf die weitreichenden negativen Folgen für die digitale Wirtschaft hingewiesen, sollte der Entwurf tatsächlich Gesetz werden. Unsere konkreten Änderungs-vorschläge verfolgen dabei stets das Ziel, Kohärenz zwischen den Vorgaben der E-Privacy-Verordnung und der EU-Datenschutz-Grundverordnung sicherzustellen.

Als ein Ergebnis unseres Wirkens kann herausgestellt werden, dass sich die Diskussionen 2019 zuletzt um Artikel 6 und 8 drehten, insbesondere im Hinblick auf Zustimmung zu Cookies als Zugangsvoraussetzung für Webseiten, den Schutz bestehender Geschäftsmodelle und die Übereinstimmung mit den Vorgaben der DSGVO.

Nachdem die finnische Ratspräsidentschaft nur einen Fortschrittbericht, anstelle der angestrebten allgemeinen Ausrichtung vorlegen konnte, will die kroatische Ratspräsidentschaft den Mitgliedsstaaten nun einen neuen Kompromissvorschlag unterbreiten. Eine Einigung im ersten Halbjahr 2020 gilt aber als eher unwahrscheinlich. Dementsprechend wird es der deutschen Ratspräsidentschaft obliegen, im zweiten Halbjahr 2020 eine Einigung im Rat herbeizuführen.

UMSATZSTEUER-PLATTFORM-HAFTUNG

Durch das Jahressteuergesetz 2019 wurde im Dezember 2018 eine Neuregelung im Umsatzsteuerrecht für 2019 eingeführt. Danach haften elektronische Marktplatzbetreiber dafür, Marktplatz-Händler die fällige Einfuhrumsatzsteuer abzuführen.

Diese Haftung entfällt nur, wenn der Händler eine Bescheinigung des zuständigen Finanzamts über seine steuerliche Registrierung vorweist. Die Regelung soll verhindern, dass Ware – vor allem aus dem Ausland – in Deutschland über Marktplätze verkauft wird, ohne dass der Händler, die Umsatzsteuer abführt und damit der Steuergerechtigkeit dienen. Was uns allerdings im 21. Jahrhundert und dem 25. Jahr des

E-Commerce in Deutschland unverständlich erscheint, ist die Tatsache, dass die geforderte Bescheinigung tatsächlich in Papierform vorgelegt werden muss. So viel zu Digitalisierung der Verwaltung in Deutschland...

QUELLENSTEUER AUF ONLINE-WERBUNG

Im Februar 2019 hat sich der Leiter Betriebsprüfungen des Münchner Finanzamtes Herr Hruschka in einem Fachaufsatz des Themas Besteuerung von Online-Werbung“ angenommen. Er gelangte zu der Rechtsauffassung, dass hernach Online-Werbung, die durch ausländische Unternehmen für deutsche Unternehmen im Rahmen einer Dienstleistung erbracht wird, der Quellensteuer nach §50a EstG unter Einbeziehung des §49 Abs.1 EstG, im speziellen der Nutzungsüberlassung von Rechten und ähnlichen Erfahrungen, zu unterwerfen ist.

Diese Rechtsauffassung wurde bereits bei den Länderfinanzverwaltung Bayerns, Nordrhein-Westfalens und Rheinland-Pfalz gegenständliche Praxis in Betriebsprüfungen. Hruschkas Rechtsauffassung als auch die in der Praxis bereits Anwendung findende neuartige und sachfremde Einordnung von Online-Werbung führte zur massiven Verunsicherung der E-Commerce-Wirtschaft. Bereits davon betroffene Unternehmen sahen mit erheblichen Nachforderungen ausgesetzt.

Der bevh setzte sich für eine klare Rechtsauffassung seitens des BMF und Rechtssicherheit für deutsche Unternehmen ein und konnte im Zuge der konstruktiven Auseinandersetzung mit BMF als auch dem Bayerischen Staatsministerium für Finanzen und Heimat erfolgreich daran mitwirken.

SICHERE INTERNETZAHLUNGEN – UMSETZUNG DER ZWEITEN ZAHLUNGSDIENSTERICHTLINIE (PSD2)

Nachdem die in 2018 verabschiedete Zweite Zahlungsdiensterichtlinie am 14. September 2019 zur vollständigen Umsetzung gelangen sollte, haben sich 13 Monate nach ihrem Inkrafttreten im Frühjahr 2019, insbesondere in Hinblick auf die Starke Kundenauthentifizierung, für Händler und Zahlungsdienste umfangreiche Hindernisse herausgestellt, die die Einhaltung des Stichtages unmöglich machten.

Im Onlinehandel aktive Händler, die Zahlarten anbieten, denen eine push-Zahlung zugrunde liegt, haben mittels zweier unabhängiger Merkmale die Authentifizierung des Kunden im Zahlprozess abzurufen. Die hierfür notwendigen, von Banken bereitzustellenden Schnittstellen, die es u.a. kreditkartenausgebenden Instituten, Zahlungsdienstleistern und Händlern ermöglichen, bis zu 120 verschiedene Daten auszutauschen und gleichermaßen einen sicheren Zahlungsablauf für den Kunden zu gewährleisten, stellten dabei wohl die schwerwiegendsten Hindernisse dar. Onlinehändler, die die Starke Kundenauthentifizierung nicht in den Zahlprozess einbinden (können), wären bei Beibehaltung des Stichtages 14. September '19 genötigt gewesen, die betreffenden Zahlarten aus ihrem Portfolio zu nehmen. In Anbetracht des großen Anteils an push-Zahlungen im Onlinehandel galt es aktiv zu werden und die Verschiebung des Stichtages der Umsetzung der PSD2 zu forcieren. Der bevh hat sich auf dem Kartengipfel bei der BaFin als auch auf europäischer Ebene in Zusammenarbeit mit dem Dachverband bei der EBA und Europäischen Kommission für eine Verschiebung eingesetzt und dies zunächst erfolgreich auf den 31.12.2020 bewirken können.

MEHRWERTSTEUERSENKUNG AUF E-BOOKS

Noch vor der parlamentarischen Sommerpause 2019 wurde durch die Bundesregierung im Rahmen der Verabschiedung des Jahressteuergesetzes, sehr auch zum Gewinn der Versandbuchhändler im bevh, die Mehrwertsteuersenkung auf E-Books beschlossen, die Mitte Dezember 2019 dann ihre Umsetzung erfuhr.

Langgeführte Debatten wie die, ob beispielsweise ein Buch nach Inhalt oder Erscheinungsformat beurteilt werden sollten, sind damit zum Abschluss gekommen.

GAIA-X UND DIE DIGITALISIERUNG DER B2B-WERTSCHÖPFUNG

Durch seine Mitgliedschaft im Bundesverband Großhandel, Außenhandel und Dienstleistungen e.V. unterstreicht der bevh seit Januar 2019 die Bedeutung, die digitale „End-to-End“-Wertschöpfung für den Wohlstand in Deutschland erhält.

E-Commerce ist längst nicht mehr „Einzelhandel im Internet“, sondern beginnt schon bei den Industriebetrieben und Herstellern von Konsumgütern. Der Handel zwischen Unternehmen hat gleichermaßen den Vorteil und die Last einer hohen Standardisierung und Normierung. Der Vorteil liegt in der seit Jahren bereits etablierten elektronischen Beschaffung über „digitale“ Kataloge und Referenztabellen wie eClass. Sie erlauben – zumindest theoretisch – Plankäufe, für die der Onlinehandel seit je ein höchst effektiver Vertriebskanal ist. Die Last wiederum liegt einerseits in der Breite und Varianz der Sortimente, andererseits in den oft strengen Vorgaben an Dokumentationen, Zertifikaten, Preisen und Konditionen. Und nicht zuletzt an den sehr heterogenen, meist unstrukturierten Daten der mittelständischen Lieferanten.

Der bevh hat in diesem Jahr u.a. in seinen Arbeitskreisen B2B und B2B-Produktdaten diese Themenkreise adressiert. Das vom bevh unterstützten Förderprojekt AuDaMaC zum KI-basierten automatischen Daten-Mapping im E-Commerce wird in diesem Jahr abgeschlossen. Die Erkennung, Extraktion und Zuordnung der Informationen erfolgt in den Test-Sortimenten inzwischen mit einer hohen Validität. Das Projekt konnte damit den Grundstein für effizientere Prozesse der Datenaufnahme legen, die für Massendatenverarbeitung auf B2B-Plattformen von hoher Bedeutung ist.

Dass kein Industriezweig mehr vom E-Commerce unberührt bleibt, konnte der B2B-Arbeitskreis in seiner Frühjahrssitzung am Beispiel des Chemiehandels erfahren. Zwar findet der Handel zum größten Teil noch über direkte Kontakte zwischen Händlern und gewerblichen Kunden statt. Doch eine von einem Chemiekonzern gegründete B2B-Handelsplattform konnte in wenigen Monaten eine mittlere fünfstellige Zahl von Anbietern und Abnehmern gewinnen. Auch die Nachfrage auf den großen Suchmaschinen zeigt, dass chemische Produkte global und sicher über das Internet gehandelt werden können.

Um die Digitalisierung im B2B-Sektor zu fördern, hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie auf dem Digitalgipfel die Plattform „Gaia-X“ vorgestellt. Sie soll vergleichbar den Angeboten etwa von Amazon Web Services, Microsoft Azure oder Alibaba Cloud Services dem Mittelstand einen einfachen Zugang zu Anwendungen und Prozessen ermöglichen. Besonderen Wert legt Gaia-X dabei auf die Datensouveränität und -portabilität – Unternehmen sollen stets in der Lage sein, alle Daten auch auf andere Plattformen zu übertragen.

Auffällig ist allerdings, dass im Gaia-X-Konsortium der Handel keine Stimme hatte. Die Plattform wird ausschließlich aus der Industrie heraus entwickelt – der „Markt“ findet nicht statt. Dies ist insbesondere deshalb misslich, weil Kunden webbasiert direkt Einfluss auf die Produktion nehmen können. In einigen Branchen wie etwa dem Buchdruck ist das Prinzip des „Web-to-Print“ längst Usus. Auch in der Möbelindustrie gibt es Anwendungen, die dem Kunden Massanfertigung erlauben. Der bevh wird sich daher im kommenden Jahr besonders mit dem Thema „Konfiguratoren“ beschäftigen, da hier eine besondere Kompetenz der Händler im Hinblick auf Datenaufbereitung und -vermittlung erforderlich wird

VERORDNUNG ÜBER DIE PRÜFUNG ZUM ANERKANNTEN FORTBILDUNGSABSCHLUSS GEPRÜFTER FACHWIRT IM E-COMMERCE UND GEPRÜFTE FACHWIRTIN IM E-COMMERCE

Ende des Jahres wurde die „Verordnung über die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss Geprüfter Fachwirt im E-Commerce und Geprüfte Fachwirtin im E-Commerce“ im Bundesgesetzblatt veröffentlicht.

Mit dem IHK-Fortbildungsberuf „Fachwirt/in im E-Commerce“ steht nun allen Unternehmen, die Waren und Dienstleistungen online vertreiben, ein praxisnaher Fortbildungsberuf offen. Besonderer Tätigkeitsschwerpunkt der Fachwirte ist die Entwicklung und Steuerung der Online-Aktivitäten in Unternehmen des Handels, der Industrie, im Tourismus oder Finanzwesen. Dazu zählt die Ableitung einer E-Commerce-Strategie aus der allgemeinen Unternehmensstrategie, die Gestaltung und Optimierung der zugehörigen Geschäftsprozesse sowie Führung und Durchsetzung von Veränderungen.

ZUKUNFTSDIALOG „HANDEL, LOGISTIK, E-COMMERCE“

Unter dem Dach des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales fanden sich seit Mai 2019 die Teilnehmer des Zukunftsdialoges „Handel, Logistik, E-Commerce“ in regelmäßigen Abständen zusammen. An den Gesprächen nahmen E-Commerce Unternehmen des bevh, Logistiker, Wirtschafts- und Logistikverbände sowie die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di teil. Ziel des Dialoges war die Erarbeitung eines gemeinsamen Lagebildes, das die wesentlichen Entwicklungen in den Bereichen Handel, Logistik und E-Commerce skizziert, Probleme identifiziert und mögliche Handlungsfelder und -optionen aufzeigt. Ergebnis war eine weitestgehend klare Beschreibung gemeinsamer sowie unterschiedlicher Einschätzungen der beteiligten Partner am Zukunftsdialog. Im Januar 2020 wurde das vertrauliche Papier Bundesminister Hubertus Heil vorgestellt. Der Dialog soll auch in 2020 weitergeführt werden.

03 VERANSTALTUNGEN

Im Jahr 2019 hat der bevh im Rahmen von 45 Veranstaltungen mehr als 1200 Mitarbeiter von Mitgliedsunternehmen begrüßen und mit fachspezifischen Informationen versorgen können. Der bevh hat damit deutschlandweit eines der breitesten Veranstaltungs-Angebote im E-Commerce-Sektor aufgelegt. Zu den Veranstaltungen zählen neben den Arbeitskreisen Themen- und Ländertagen, Reisen und Webinare. Dabei reagiert der bevh kurzfristig auf aktuelle Themen, plant aber auch langfristig Informationskampagnen bei wichtigen Veränderungen

BERUFSSCHULLEHRERTAGE 2019

Auch in diesem Jahr hat der bevh, gemeinsam mit der Google Zukunftswerkstatt, eine Fortbildung für die Berufsschullehrer der Fachklassen „E-Commerce Kaufleute“ angeboten. An insgesamt vier Terminen in Berlin, Hamburg, Speyer und München haben rund 180 Berufsschullehrer aus ganz Deutschland das Angebot genutzt und sich Branchen- und Unternehmens-übergreifend mit dem Thema Onlinemarketing und Analytics auseinandergesetzt.

BEVH@GOOGLE-DAY

Nach der Premiere im vergangenen Jahr haben wir unsere Mitglieder im Oktober 2019 gemeinsam mit Google in das Münchener Google-Büro zum „2. bevh@Google-Day“ eingeladen. Themenschwerpunkte waren diesmal „Rock your business“ mit Vorträgen zu „Google Market Finder Tool“, „Grow My Store Tool“ und „PageSpeed Insights Tool“. Zur Unterstützung des diesjährigen Weihnachtsgeschäfts gab es „Deepdives“ zu den Themen Shopping Anzeigen, YouTube Anzeigen und Measurement & Attribution. Ebenso einen Input zum Thema Google Shopping und 2FA. Auch in diesem Jahr durfte die Diskussionsrunde nicht fehlen. Wir möchten an dieser Stelle unserem Partner Google für die großartige Unterstützung danken.

BEVH-PRODUKTDATENTAG

Anlässlich der PROKOM-Konferenz in Düsseldorf hat der bevh einen Tag lang verschiedene Aspekte des Produktdatenmanagements beleuchtet. Schwerpunkt bildete die Erstellung von Produkttexten sowohl für die Kataloge als auch für multiple Onlineshops. Letztere profitieren durch den Einsatz von Software wie textroter oder AX Semantics, um Duplicate Content zu vermeiden.

LOGISTIKEXKURSION

Anfang des Jahres ging es in das nördlichste deutsche Logistikzentrum von Amazon nach Winsen, der erste deutsche Standort, der Transportroboter einsetzt. Die Roboter fahren mit einer Geschwindigkeit von rund 5,5 Stundenkilometern und wiegen ca. 145 Kilogramm. Sie heben die Regale mit den Produkten hoch und bringen sie zu den Mitarbeitern in der Wareneinlagerung und -entnahme. Von hier aus werden Kunden in den Städten Hamburg, Bremen, Hannover und Braunschweig am selben Tag beliefert. In 2019 rechnet Amazon mit 1.900 Mitarbeitern am Standort Winsen.

ONLINE-MITGLIEDER-VERSAMMLUNG

Im September führte der bevh eine außerordentliche Online-Mitgliederversammlung durch.

Neben Neuwahlen für das Präsidium wurde die vorgeschlagene Satzungsänderung, mit der zukünftig eine Mischversammlung aus Präsenzveranstaltung und Online-Mitgliederversammlung möglich gemacht wird, mehrheitlich angenommen. Zukünftig können Mitgliederversammlungen des bevh also als Online- und Präsenzveranstaltung stattfinden. So haben in Zukunft noch mehr Mitglieder die Möglichkeit an unserer Versammlungen teilzunehmen - persönlich oder virtuell.

2. BEVH MERCHANDISING TAG

Unter dem Motto „Davon träumen Händler: Kunden zu Fans zu machen! Und davon träumt die Merchandising-Branche: Fans zu Kunden zu machen!“ lud der bevh, gemeinsam mit seinem Mitglied Borussia Dortmund BVB, im September seine Mitglieder zum 2. bevh Merchandising Tag nach Dortmund in den Signal Iduna Park ein. Dort informierten wir über aktuelle Trends im Onlinehandel mit Merchandising-Produkten aller Kategorien und Kanäle in Form von Vorträgen, Gesprächen, Networking und wertvollen Best Practices unter anderem von: RockNShop, EMP, eleven Teamsports, Google, facebook, Netformic, BVB, m-pathy, PhotoFancy und Gateway.

FACEBOOK TAG

Suchmaschinenwerbung, Präsenz auf Marktplätzen und Werbung in Social Networks sind heute für jeden Onlinehändler essentiell. Und eine wesentliche Rolle spielt hier Facebook einschließlich der inzwischen zugehörigen Plattformen wie Instagram und WhatsApp. Die Marketing-Services reichen dabei über die früher wesentliche „Fan-Page“ inzwischen weit hinaus und erlauben sowohl Kundenbindung als auch gezielte Kundengewinnung mithilfe statistischer Verfahren. Social Networks sind heute Teil vieler Customer Journeys und müssen entsprechend gesteuert werden. Dies war für uns Grund genug, unsere Mitglieder am 03. Juni in das Berliner Büro von Facebook Germany zu unserem ersten „1. bevh@facebook-Day einzuladen. Rd. 70 Mitglieder

haben in den Räumen am Potsdamer Platz in Berlin an vielen praktischen Beispielen die Nutzung der Marketing-Tools, Bewegtbild und Kanäle wie Messenger, WhatsApp und Instagram diskutiert. Auch die neuen Commerce-Lösungen in Facebook und Instagram und Fragen des Datenschutzes standen auf dem Programm. Ein Highlight war der Praxisbericht über die #weilwirdichlieben-Kampagne der Berliner Verkehrsbetriebe.

EXECUTIVE WORKOUT @OMR

Unser erstes „Executive Workout“ fand am Vortag als offizielles Side-Event des Digital-Festivals Online Marketing Rockstars (OMR) statt. Im „Club!Heim Schanze“ haben wir mit 60 Geschäftsführern unserer Mitgliedsunternehmen gemeinsam die Transformation weniger Mitgliedsunternehmen reflektiert. Es sprachen drei absolut hochkarätige und herausragende Speaker, Dr. Rainer Hillebrand (Otto Group), Thorsten Louis (Takt AG) und Dr. Jürgen Allerkamp (IBB), die jeder auf seine Art Unternehmen nachhaltig verändert haben und weiterhin in die Zukunft führen.

K5

Der bevh war wieder mit einer Partnerlounge und einigen bevh Mitarbeitern vor Ort vertreten, um die Plattform für den direkten Austausch und ein Wiedersehen mit zahlreichen Mitgliedsunternehmen zu nutzen.

BUCH.NETZ-TAGE

Die Jahresversammlung von buch.netz, den Versandbuchhändlern im bevh, fand 2019 in der Nähe des Schloss Bellevue in den traditionsreichen Bolle-Höfen statt. Es gab viel Raum für die Buchausstellung und ein interessantes Rahmenprogramm im Herzen der Bundeshauptstadt. Die Versandbuchhändler nutzten die Gelegenheit, um miteinander wichtige rechtliche Fragen etwa der Buchpreisbindung oder der Marktentwicklung zu diskutieren, vor allem aber auch, um mit wichtigen Lieferanten über Titel und Sortimente zu sprechen. Nicht zuletzt konnten Sie sich auf ein gemütliches Zusammensein in den stimmungsvollen Räumen der alten Meierei am Abend des ersten Tages freuen. Den Abend begleitete die Bar Bobu Hausband.

2. BEVH-VERPACKUNGSTAG

„Die Zukunft packt anders!“ - unter diesem Motto stand der diesjährige Verpackungstag des bevh im September im Rahmen der FachPack in Nürnberg. Denn dienen Verpackungen einerseits dem Schutz der Produkte, und verhindern damit Ressourcenverschwendung durch Produktschäden, sind Verpackungen am Ende des Tages auch selber eine Ressource. „So wenig wie möglich, so viel wie nötig.“, bringt es die Strategie des bevh auf den Punkt.

Die im bevh organisierten Händler setzen sich allesamt für ein möglichst nachhaltiges Verpackungshandling und Material ein und sind damit vielfach Treiber von Innovation, auch über den Online-Handel hinaus. Viele Lösungen werden gern in enger Abstimmung mit der Verpackungsindustrie entwickelt. Das nicht nur im Bereich der Umverpackung, auch im Bereich der Produktverpackung gibt es diesen innovativen Austausch.

So wurden im Rahmen des bevh Verpackungstages auf der Fachpack sehr intensiv Mehrwegverpackungen diskutiert. Als ein prominentes bevh Mitglied, zeigte die Memo Ag was seit Jahren möglich ist. Auch die Otto Group präsentierte spannende Erkenntnisse zahlreicher Untersuchungen. Auch von vielen weiteren Händlern werden Mehrweglösungen immer wieder ausprobiert, die Erfahrungen präsentiert und im Rahmen des bevh ausgetauscht. Es ist in diesem Fall aber nicht nur eine Frage der Verpackung selbst. Echte Mehrwegsysteme würden idealer Weise gemeinsam mit Logistikunternehmen entwickelt, um eine für den Kunden möglichst optimale Rückführung oder sogar Weiternutzung zu etablieren. Auch hier ist der bevh, gemeinsam mit seinen Mitgliedern in einem kontinuierlichen Austausch und Optimierung von Ideen.

Aber auch konventionelle Verpackungsmaterialien wie Wellpappe erfahren große Überarbeitungen. Neue Falttechniken und Methoden reduzieren den Materialeinsatz sowohl bei der Herstellung, als auch bei der Anwendung als Verpackung. Selbst hier werden Mehrfachverwendungen getestet. Der Verband der Wellpappen-Industrie e.V. präsentierte hierzu innovative Einsätze, die auch die Bevölkerung mit einbeziehen und über Möglichkeiten der Wiederwertung aufklären. Die Hersteller von Verpackungen, DreiV wie Thimm, zeigten wie optimal man heute den Einsatz von Rohstoffen für Verpackungen reduzieren und dabei die Stabilität und Schutzfunktion der Verpackung sogar erhöhen kann.

Dazu kommen intelligente Einkaufssysteme für Verpackungen. Hier wird unter anderem mit künstlicher Intelligenz die optimale Verpackung definiert und Händler mit Herstellern vernetzt. Paxly ist da einer der Vorreiter. Über derartige Plattformen werden auch Erfahrungswerte im Handling mit Verpackungen ausgetauscht, so dass diese laufend und sehr viel schneller als bisher optimiert werden können.

Alternative Materialien wie Jute oder Stroh klingen für viele Menschen noch immer exotisch als Verpackung, sind aber längst über den Exoten-Status hinaus. Unternehmen wie Landpack oder kompakt61 zeigen mit ökologischen aber vor allem praktisch anwendbaren Lösungen, wie alternative Materialien heute ganz normal eingesetzt werden können. Auch die Produkteigenschaften, zum Beispiel zur Kühlung von Produkten, stehen konventionellen Lösungen, zum Beispiel aus Styropor, nicht mehr nach. Der Look übrigens auch nicht. Früher eher „typisch alternativ“, sind inzwischen auch in der Optik professionelle Produkte entstanden, die in vielen Fällen gar einen optischen Mehrwert zu bisher bekannten Lösungen bieten.

Verpackungen sind ein Thema mit viel Potenzial. So geht es einerseits um die Optimierung insgesamt und Reduktion im Einsatz von Ressourcen, hin zu nachhaltigeren Lösungen, bis hin zum Verzicht oder Ersatz durch Mehrwegverpackungen und innovative Materialien. Für viele Bereiche entstehen dabei innovative Lösungen, die nicht nur dem Versand- sondern auch dem stationären Handel zu Gute kommen.

DATENSCHUTZTAG

Trotz vorweihnachtlichen Hochbetriebs kamen Anfang Dezember wieder knapp 70 Teilnehmer zum 7. bevh-Datenschutztag in Kooperation mit HÄRTING Rechtsanwälte zusammen.

Gegenstand der Fachvorträge waren die ersten Erfahrungen mit der Umsetzung der DSGVO, 1,5 Jahre nach ihrem Inkrafttreten. Zu den Themen zählten u.a. IT-Sicherheit, Werbung, Facebook und Datenschutz, Unternehmenstransaktionen und Vertragsdatenverarbeitungen im Lichte der DSGVO sowie der Umgang mit aufsichtsbehördlichen Maßnahmen. Die Möglichkeiten, Praxisprobleme im Kolleginnenkreis diskutieren zu können sowie insbesondere zum Austausch mit dem anwesenden Vertreter der Berliner Datenschutzaufsicht wurden von den Teilnehmenden erneut intensiv genutzt.

WEBINAR REIHE

Auch in 2019 hat der bevh gemeinsam mit seinen Preferred Business Partnern Computop, UPS und Channeladvisor Webinare durchgeführt. Neben den bewährten Webinaren mit den Fachexperten von Google und HÄRTING boten auch Webinare zum Verpackungsregister LUCID und der 10. GWB-Novelle unseren Mitgliedern die Möglichkeit zur fachspezifischen Weiterbildung. Die Webinare stehen zur Wiedergabe auch auf unsere YouTube-Kanal bereit.

Internet world

Auch 2019 unterstützte der bevh im Frühjahr wieder die Internet World Messe sowie im Herbst die Internet World Konferenz. Auf beiden Events waren Vertreter des bevh aktiv auf der Bühne mit Vorträgen sowie mit Moderationen präsent. Seit Jahren gehört der Verband zu den Juroren der renommierten Internet World Business Shop-Awards. Wie in den Vorjahren, zählten auch 2019 bevh-Mitglieder zu Preisträgern der Awards. Dieses Jahr waren es About You und Mymüli.

SHOP USABILITY AWARD

Im Herbst 2019 war der bevh wieder offizieller Partner beim Shop Usability Award, dem größten Onlineshop-Award Deutschlands. So konnten die bevh-Mitglieder kostenlos an dem Award teilnehmen. Unter den 420 Bewerbungen konnten sich mehrere bevh-Mitglieder Podest- oder Siegerplätze sichern. Unter anderem Keller Sports als innovativster Shop.

AUSBLICK

Im Jahr 2020 bauen wir aufgrund der Corona-Pandemie unsere virtuellen Thementage und Webinare aus. Noch vor dem allgemeinen Lockdown und Redaktionsschluss des Jahresberichts fand im Stadion des bevh-Mitglieds FC Bayern München der 3. bevh-Merchandising-Tag statt.

Die Webinare und virtuellen Thementage des bevh setzen starke Konzepte der Vorjahre fort. Wir beleuchten in einem Update 18 Monate nach der Einführung der neuen Umsatzsteuer-Regelungen den Exportmarkt Schweiz. Im Spätsommer werfen wir gemeinsam mit dem bevh-Mitglied Alibaba einen tieferen Blick auf den dynamischen chinesischen Markt. Gemeinsam mit dem Österreichischen Handelsverband blicken wir zudem auf den wichtigsten EU-Markt für deutsche Onlinehändler.

Marketing-Themen reflektiert der bevh u.a. in einem Webinar zur Kundenkommunikation zwischen Bestellung und Zustellung (mit den bevh-Mitgliedern PETER HAHN und parcelLab) sowie anlassbezogen zur Veränderung des Kundenbestellverhaltens während des Corona-Lockdowns (mit bevh-Preferred Business Partner emarsys). Zudem findet im Herbst der beliebte „bevh@Google-Day“ online statt, mit Deep-Dives, in denen Experten zu Einzelthemen der SEO und SEA befragt werden können.

Neuland betritt der bevh mit seinem Preferred Business Partner neuland. Im Herbst startet die Webinar-Reihe „Total Makeover“, in der Kompetenzen zur Durchführung von agilen Transformations-Projekten ohne Re-Plattformung – d.h. auf Basis bestehender Systeme – vermittelt werden.

04 DIE BRANCHE IN ZAHLEN

Seit Jahren ist es eine zentrale Aufgabe des bevh verschiedenste Marktdaten für die Distanzhandelsbranche bereitzustellen. 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. Der Verband hat auch im Jahr 2019 gemeinsam mit seinen Partnern und verschiedenen Marktforschungsinstituten einige Studien durchgeführt und publiziert.

MILLIARDEN

72,6 €

BETRÄGT DER UMSATZ
(BRUTTO) DES E-COMMERCE
2019

In der seit 2006 laufenden Studie werden so nicht nur Branchenumsätze ermittelt, sondern auch das Endkundengeschäft in verschiedenen Dimensionen dargestellt. Der bevh beauftragte auch in 2019 für diese Studie die Marktforschungsexperten von der BEYONDATA GmbH. Die Erhebung ermöglicht eine Darstellung aller relevanter Größen entlang des Kaufprozesses: bestellte Waren, genutzte Informationsquellen, Bestellweg, Bestellhäufigkeit, genutzte Anbieter und Zahlweisen. Die Daten werden nicht nur ausschließlich für den Handel mit physischen Gütern erfasst, sondern auch für digitale Güter und Dienstleistungen wie beispielsweise Ticketbuchungen. Des Weiteren 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.

VERBRAUCHERSTUDIEN

Die ganzjährig laufende Verbraucherstudie Interaktiver Handel in Deutschland ist die aufwendigste und umfassendste Studie des bevh. Über das gesamte Jahr werden 40.000 Privatpersonen in Deutschland zu ihrem Einkaufs- und Ausgabeverhalten im Online- und Versandhandel befragt.

WACHSTUM VON

9,3 %

DES E-COMMERCE AM
UMSATZ DES INTERAKTIVEN
HANDELS 2019

PUBLIKATIONEN (AUSZUG)

WEISSBUCH „NEUER HANDEL“

In der öffentlichen und politischen Diskussion wird E-Commerce häufig ausschließlich als weiterer Vertriebskanal in etablierten Handelsmodellen dargestellt. Sowohl in rechtlich-regulatorischer als auch in organisatorischer Hinsicht ignoriert dieser Ansatz die Tatsache, dass wesentliche Teile der traditionellen Handelswertschöpfung durch E-Commerce im Kern verändert worden sind. Weder für Information und Beratung, noch für Lagerhaltung und kurzfristige Bereitstellung, noch Transaktion und Zahlungsabwicklung braucht es mehr zwingend den Handel als Mittler.

Unter dem Blickwinkel der Versorgung, mit dem sich der bevh im vergangenen Jahr beschäftigt hat, steht Handel gleichwertig neben dem Direktvertrieb beispielsweise regionaler Erzeuger oder der Industrie. Der Laden ist in diesem Verständnis lediglich ein möglicher Übergabeort. Dem stehen etwa Automaten, wie sie schon seit Jahren nicht nur im Tabakhandel genutzt werden, gegenüber. Digitalisierung erlaubt hier neue Szenarien der Versorgung mit einer Vielzahl von Gütern nicht nur des täglichen Bedarfs.

Um das Eigenständige im E-Commerce zu erfassen, hat der bevh in diesem Jahr ein digitales „Weißbuch Neuer Handel“ erarbeitet. Das Weißbuch gliedert sich in fünf Leitkapitel, die die Wertschöpfungsräume Produktion, Information, Transaktion, Distribution und Technologie beschreiben. Am Weißbuch haben verschiedene Preferred Business Partner und Mitglieder des bevh mitgearbeitet. Als Plattform wird es kontinuierlich fortgeschrieben und steht allen bevh-Mitgliedern für eigene Beiträge und Meinungsäußerungen zur Verfügung.

„SPENDEN STATT ENTSORGEN!“

Ein geringer Teil aller Produkte, die ursprünglich zum Verkauf bestimmt waren, wird derzeit oftmals noch entsorgt, statt nachhaltig genutzt. Dies betrifft sowohl Hersteller als auch Stationär- und Onlinehandel. Entsorgt werden so nicht nur defekte, sondern zu einem sehr kleinen Teil auch noch funktionsfähige Waren. Hersteller und Händler würden solche Waren an gemeinnützige Organisationen spenden, wie etwa Mutter/Kind-Einrichtungen, Flüchtlingshilfe, Bildungsträger, Obdachloseninitiativen und viele andere Bedürftige. Ist bei Spenden der Aufwand für Buchhaltung, Lagerung und Transport schon beachtlich, kommt der steuerliche Aufwand als massive Hürde hinzu. Aktuell entscheiden sich zwei von drei Unternehmen, die sich für Sachspenden interessieren, wegen der damit verbundenen Unsicherheiten und Kosten gegen eine Spende.

Die umsatzsteuerliche Problematik und einen Weg zu ihrer Lösung zeigt die vom bevh herausgegebene und in Partnerschaft mit der gemeinnützigen Spendenplattform innatura sowie der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (EY) erstellte Broschüre „Spenden statt entsorgen!“ auf. Ein bundeseinheitlicher Erlass über die umsatzsteuerliche Bemessungsgrundlage würde Rechtssicherheit für spendenwillige Unternehmen schaffen und könnte letztendlich zu einer Umsatzsteuerbefreiung auf Sachspenden an gemeinnützige Organisationen führen. Ein vom bevh bei Herrn Dr. Wolfram Birkenfeld in Auftrag gegebenes Rechtsgutachten, kommt zu dem Ergebnis, dass eine Steuerbefreiung für Sachspenden an gemeinnützige Organisationen, die durch eine Bemessungsgrundlage von Null zustande kommt, nach deutschem und europäischem Umsatzsteuerrecht möglich ist.

Der bevh wird sich weiterhin dafür einsetzen, dass dieser steuerrechtlichen Problematik Abhilfe geschaffen wird.

**HABEN SIE INTERESSE AN
UNSERER ARBEIT?
DANN NEHMEN SIE GERN
KONTAKT MIT UNS
UNTER +49 30 4036751 0
ODER INFO@BEVH.ORG AUF.**

Bilder: bevh, GettyImages, Michael Gueth, Alexander Klebe, Thinkstock

Bundesverband E-Commerce und
Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)

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

www.bevh.org