

*Was Manager
wissen müssen!*

E-Commerce Payment und Recht

Simon Achermann
Lukas Fässler

Payment, Webshop und
internationales Recht.

 **Aduno Gruppe**
the smart way to pay




Together to the next level





 **TWINT**

BPX.

*Was Manager
wissen müssen!*

Simon Achermann

Lukas Fässler

E-Commerce – Payment und Recht

**Payment, Webshop und
rechtliche Grundlagen**

**BPX-Edition
Rheinfelden/Schweiz**



BPX Best Practice Xperts
E-Mail edition@bpx.ch
Internet www.bpx.ch

Simon Achermann
Lukas Fässler

E-Commerce – Payment und Recht

Payment, Webshop und rechtliche Grundlagen

Vorwort von Ralf Stüber

Rheinfelden/Schweiz
BPX-Edition, 2016
ISBN 978-3-905413-52-6

© 2016 BPX-Edition Rheinfelden

Hinweis: In diesem Booklet wird bei Bezeichnungen die männliche Form verwendet. Dies dient lediglich der Lesefreundlichkeit und schliesst die weibliche Form mit ein.

Alle Rechte, insbesondere die Übersetzung in fremde Sprachen, sind dem BPX-Verlag vorbehalten. Kein Teil des Buches darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages fotokopiert oder in irgendeiner anderen Form reproduziert oder in eine von Maschinen verwendbare Form übertragen oder übersetzt werden.

Herstellung: BPX-Edition, Rheinfelden/Schweiz

Druck und Verarbeitung: galledia ag, Flawil

Inhalt

1	Vorwort	5
2	Management Summary	8
3	Webshops	9
3.1	Die Auswahl des passenden Systems	9
3.2	Gratisshops ...	9
3.3	Mietshopsysteme ...	10
3.4	Open Source Shopsysteme ...	11
3.5	Kostenpflichtige Shopsysteme ...	11
3.6	CMS Shopsysteme	12
3.7	Chancen und Gefahren eines Onlineshops	12
3.8	Checkliste für einen Onlineshop:	14
3.9	Stammkunden gewinnen	14
3.10	Zielgruppe finden	17
4	Disziplinen im Online-Marketing	18
4.1	SEO	19
4.2	SEA	20
4.3	Display-Werbung (Banner)	21
4.4	Affiliate-Programme	23
4.5	E-Mail (Newsletter Marketing)	23
4.6	Tell a Friend / Empfehlungsmarketing	24
4.7	Online-Wettbewerbe / Performance Marketing	24
4.8	Whitepapers und Checklisten	25
4.9	Inserate, Plakate und TV-Spots	25
5	Video	28
5.1	Sponsored Content (Native Advertising)	28
5.2	Vermarktung von Onlineshops	29
5.3	Allgemeine Entwicklung des Online-Marketings	30
6	Payment im E-Commerce	31
6.1	Zahlungsverfahren evaluieren	31
6.2	Herausforderungen für den Shop-Betreiber ...	32
6.3	Die Käufersicht	33
6.4	Kauf auf Rechnung	34
6.5	PayPal	38
6.6	Kreditkarte	38
6.7	LSV / Debit Direct	41
6.8	Vorauskasse	41

6.9	Zahlung per Abholung	41
7	Mobile Payment	42
7.1	Der Mobile-Payment-Markt Schweiz	42
7.2	Wallets (digitale Brieftaschen)	43
7.3	Mobile-Payment-Technologien	44
7.4	BLE (Bluetooth Low Energy)	44
7.5	NFC (Near Field Communication)	45
7.6	Twint	48
7.7	Paymit	50
8	Ausblick Payment-Markt Schweiz	53
9	Recht für Schweizer Online-Shops	54
9.1	Anwendbare Rechtsnormen B2C-CH ...	54
9.2	Die Vorgaben gegen den unlauteren Wettbewerb	54
9.3	Datenschutzvoraussetzungen	57
9.4	Informationspflichten	59
9.5	FMG/SPAM	59
9.6	Neuerungen im EU-E-Commerce-Recht	73
9.7	Prüfung von CH-Onlineshops /Ausbildung	74
9.8	Haftung des CH-Webshop-Betreibers	74
10	Profile der Editionspartner	77
11	Autor & BPX	80

Messepartnerschaft:

BPX Fachwissen für Messebesucher:

- The Pitch
- Meeting Point
- Fachbücher

www.swiss-online-marketing.ch/

1 Vorwort

Die Bedeutung des E-Commerce steigt weltweit in rasanter Geschwindigkeit – Dienstleistungen und Produkte werden zunehmend online eingekauft. Ein Trend, der alle Branchen erfasst, denn E-Commerce ist immer mehr ein wesentlicher Bestandteil unternehmerischer Tätigkeit. Der Grund dafür ist offensichtlich: Die Kunden wollen «on time» vergleichen und ihre Einkäufe zeit- und raumunabhängig tätigen.

Täglich kommen darum neue Online-Anbieter dazu. Oft werden aber beim Aufbau eines Webshops die vielseitigen Herausforderungen unterschätzt – insbesondere auch von Unternehmen, die den Online-Kanal parallel zu einem etablierten stationären Handel führen und ihn in vorhandene Prozesse integrieren wollen.

Welche Art Webshop mit welchen Zahlungslösungen erwarten meine Kunden, und muss er mobil tauglich sein? Und welche rechtlichen Vorgaben müssen grundsätzlich in der Schweiz oder im Ausland beachtet werden? Dies sind nur drei zentrale Fragen, die für einen erfolgreichen Einstieg in den Online-Handel beantwortet werden müssen und zwar zum richtigen Zeitpunkt. Setzen Sie sich darum frühzeitig mit den wesentlichen Milestones auseinander!

Strukturiertes Vorgehen ist dementsprechend auch im E-Commerce der Grundstein für den Erfolg. Profitieren Sie deshalb von den ausführlichen Tipps und detaillierten Informationen, die Ihnen die Autoren in den verschiedenen Kapiteln dieses Booklets vermitteln.

In diesem Sinn wünsche ich Ihnen viel Spass beim Lesen und viel Erfolg beim Aufbau Ihres Webshops.



Ralf Stüber

Leiter Marketing Geschäftskunden
PostFinance AG

Best Practice: Praxisfall: KUHN RIKON AG – eine Pfanne per Klick

Kuhn Rikon entwickelt, produziert und vertreibt qualitativ hochwertiges Kochgeschirr und funktionelles Zubehör für gesundes und effizientes Kochen. Neben der weltweiten Belieferung von ausgewählten Fachhändlern, Warenhäusern und Distributoren gewinnt der Vertrieb über den eigenen Onlineshop für das Schweizer Traditionsunternehmen zunehmend an Bedeutung.



Sowohl die Sicherheit als auch die einfache Handhabung waren bei der Evaluierung des geeigneten Partners für das Inkasso im Webshop wichtige Voraussetzungen. Die Wahl fiel auf die zuverlässige und unkomplizierte E-Payment-Lösung von PostFinance, die eine Systemverfügbarkeit von über 99 Prozent bietet. Der grosse Vorteil dieser Lösung ist, dass das Payment-Service-Providing inklusive aller gängigen Onlinezahlungsarten als Gesamtpaket aus einer Hand bezogen werden konnte. «Mit nur einer Schnittstelle stehen unseren Kunden im Onlineshop alle gängigen Zahlungsarten zur Verfügung:

Mit PostFinance Card, PostFinance E-Finance, VISA, MasterCard und American Express decken wir den Grossteil des Schweizer Marktes ab. «PostFinance bietet mit ihrer Plattform und den darin enthaltenen Kreditkarten auch über die Schweizer Grenzen hinaus eine gute Lösung», sagt René ab Egg, Head of Marketing and Product Management.

Für die internationale Ausrichtung von Kuhn Rikon ist dies besonders wichtig, da die Schweizer Qualität auch im Ausland sehr begehrt ist. Über die Tochtergesellschaften in Grossbritannien, Spanien, den USA und Asien sind die Produkte von Kuhn Rikon weltweit in über 40 Ländern erhältlich.

Einfacher und schneller Zahlungsprozess

Die Einlieferung der Zahlungsdaten erfolgt über die Payment-Service-Providing-Plattform von PostFinance automatisch nach der Zahlungsfreigabe des Acquirers. Der Bestellprozess ist damit abgeschlossen. «Kundenzahlungen werden rasch auf unserem Konto gutgeschrieben, und es besteht kein Delkredererisiko», so Simon Hardegger, Controller bei Kuhn Rikon. Wahlweise kann der Kontoauszug in Papierform oder elektronisch bezogen werden.



Umsatzwachstum im Onlineshop

Die Umsätze im Webshop von Kuhn Rikon konnten in den letzten vier Jahren stark gesteigert werden. Dieses Wachstum ist einerseits auf einen einfacheren Bestellprozess, u. a. aufgrund des Payment-Service-Providing von PostFinance, zurückzuführen, belegt andererseits aber auch deutlich die zunehmende Bedeutung des Internets als Absatzkanal.

Lösungsanbieter: PostFinance AG (Firmenprofil Seite 78)

Affiliate Programme

Beispiel sobu: Sobu funktioniert nach dem Prinzip «kaufen – teilen – profitieren».

Im geschützten Partner-Bereich laufen alle Fäden zusammen. Als registrierter Onlineshop-Partner finden Sie hier wichtige Informationen zur Partnerschaft mit sobu.ch. Sie erfahren, wie sobu.ch funktioniert und wie Sie als Partnershop profitieren können: www.sobu.ch



powered by



2 Management Summary

Mit der Digitalisierung muss sich heute fast jede Unternehmung auseinandersetzen. Allgegenwärtig sind professionell geführte Onlineshops wie Zalando, digitec oder PKZ in der Schweiz.

Dieses Handbuch soll auch kleineren Unternehmungen, welche den Schritt zum Onlinehandel in Betracht ziehen, helfen, an wichtige Punkte zu denken.

Im ersten Kapitel möchte ich Ihnen aufzeigen, was es Stand heute für unterschiedliche Modelle gibt, um Ihre Produkte online zu verkaufen. Nicht für jede Unternehmung eignen sich die gleichen Onlineshop-Lösungen gleich. Abschliessend steht Ihnen eine kurze Checkliste mit wichtigen Fragen und Punkten, die Sie sich im Voraus eines Onlineshop-Projektes stellen sollten, zur Verfügung.

Jeder ist den digitalen Werbeformen bereits selbst mehrmals online begegnet. Aber welches Werbemittel ist für was am besten geeignet? Ich werde Ihnen die verschiedenen Werbemittel ganz kurz vorstellen und jeweils die Vor- und Nachteile und Einsatzbereiche aufzeigen. Dies soll Ihnen einen kurzen Überblick über die am meisten genutzten digitalen Werbeformen geben.

Im Kapitel Payment werde ich Ihnen aufzeigen, welche Zahlungsmittel heutzutage von Kunden- wie auch von Betreiberseite genutzt und gewünscht werden. Es gibt nichts Ärgerlicheres als einen Kunden, welcher die Absicht hat, bei Ihnen einzukaufen, im letzten Schritt, dem Checkout-Prozess, wegen eines fehlenden Zahlungsmittels noch zu verlieren.

Der Mobile-Payment-Markt ist sich weltweit enorm am entwickeln. Auch in der Schweiz gibt es dazu sehr spannende Produkte. Die am meisten genutzten Mobile-Payment-Produkte werde ich Ihnen kurz erläutern. Dazu sehen Sie jeweils die Vor- und Nachteile der verschiedenen Produkte und deren Einsatzbereich.

Ganz zum Schluss lasse ich es mir nicht nehmen, einen kurzen Ausblick in die Glaskugel in Bezug auf den Mobile-Payment-Markt Schweiz zu erlauben.