

# ONLINE-SHOP

VS.

# STATIONÄRER LADEN

## 1. Was ist was? – Definitionen

Online-Shop (E-Commerce)	Stationärer Laden (Brick & Mortar)
<p>Ein Online-Shop ist ein digitales Verkaufsportal im Internet. Kunden können Produkte oder Dienstleistungen rund um die Uhr von überall aus bestellen, bezahlen und liefern lassen – ganz ohne einen Laden zu betreten.</p> <p><b>Bekannte Beispiele:</b>  <i>Amazon, Zalando, MediaMarkt.at, dm.at, lokale Webshops</i></p>	<p>Ein stationärer Laden ist ein physisches Geschäft, das Kunden persönlich betreten. Produkte können vor Ort angeschaut, angefasst, anprobiert und sofort mitgenommen werden. Der Kauf erfolgt an einem bestimmten Ort zu bestimmten Öffnungszeiten.</p> <p><b>Bekannte Beispiele:</b>  <i>Supermarkt, Boutique, Metzger, Elektrofachhändler, Buchhandlung</i></p>

### 1.1 Der Begriff "Brick and Mortar"

Der englische Begriff "Brick and Mortar" (wörtlich: Ziegel und Mörtel) bezeichnet klassische, physische Geschäfte – also Gebäude, die buchstäblich aus Ziegeln und Mörtel gebaut sind. Er wird verwendet, um stationäre Händler von reinen Online-Händlern zu unterscheiden.

Händler, die sowohl einen Online-Shop als auch einen physischen Laden betreiben, nennt man "Click and Mortar" – eine Kombination beider Welten.

## 2. Der Direktvergleich

Die folgende Tabelle zeigt die wichtigsten Unterschiede auf einen Blick:

Merkmal	Online-Shop	Stationärer Laden
Öffnungszeiten	24/7 – jederzeit bestellbar	Eingeschränkt (z.B. Mo-Sa 9-18 Uhr)
Standort	Weltweit erreichbar	Nur lokal / regional erreichbar
Produktauswahl	Oft unbegrenzt, Millionen Artikel	Begrenzt durch Lagerfläche
Produkterlebnis	Nur Foto & Text – kein Anfassen	Anfassen, anprobieren, riechen

<b>Beratung</b>	Chatbot, FAQ, E-Mail (unpersönlich)	Persönlich, direkt, individuell
<b>Lieferung</b>	2-5 Tage Wartezeit (oder Express)	Sofort mitnehmen – kein Warten
<b>Preisvergleich</b>	Sehr einfach (viele Tools verfügbar)	Aufwendig – Laden zu Laden gehen
<b>Retoure / Rückgabe</b>	14 Tage gesetzlich (Versand nötig)	Oft kulant & sofort vor Ort
<b>Startkosten</b>	Gering (kein Ladenlokal nötig)	Hoch (Miete, Einrichtung, Personal)
<b>Laufende Kosten</b>	Server, Marketing, Versandlogistik	Miete, Personal, Betriebskosten
<b>Kundenkontakt</b>	Anonym, digital, wenig persönlich	Persönlich, Vertrauen aufbaubar
<b>Datenschutz</b>	DSGVO-Pflichten, Cookies, Tracking	Kaum digitale Datenschutzpflichten
<b>Zahlungsarten</b>	Karte, PayPal, Klarna, Überweisung	Bar, Karte – meist sofort
<b>Skalierbarkeit</b>	Hoch – beliebig viele Kunden	Begrenzt durch Ladengröße
<b>Nachhaltigkeit</b>	Versandwege belasten Umwelt	Kein Versand nötig – lokal kaufen

### 3. Kostenvergleich – Was kostet was?

Einer der größten Unterschiede zwischen den beiden Handelsformen liegt bei den Kosten. Hier ein detaillierter Vergleich für einen mittelgroßen Händler in Österreich:

Kostenart	Online-Shop (ca.)	Stationär (ca.)
<b>Miete / Ladenlokal</b>	0 EUR (kein Ladenlokal)	1.500–5.000 EUR/Monat
<b>Einrichtung</b>	0 EUR (kein Mobiliar)	10.000–50.000 EUR (einmalig)
<b>Shopsystem / Website</b>	50–500 EUR/Monat	0 EUR (kein Onlineshop)
<b>Personal</b>	Weniger nötig, oft Teilzeit	Verkaufspersonal Pflicht (Vollzeit)
<b>Versandkosten</b>	3–8 EUR pro Paket	0 EUR (Kunde nimmt mit)
<b>Retouren-Kosten</b>	Hoch (20–30% der Bestellungen)	Gering (Kunde kommt selbst)
<b>Marketing / SEO / Ads</b>	500–5.000 EUR/Monat	Flugblatt, Schaufenster, regional
<b>Lagerhaltung</b>	Lager oder Dropshipping	Im Laden selbst oder Lagerraum
<b>Gewerbeversicherung</b>	Cyber-Versicherung empfohlen	Standard-Geschäftsversicherung

## Wichtige Erkenntnis zu den Kosten

Online-Shops haben niedrigere Fixkosten (keine Miete, weniger Personal), aber höhere variable Kosten (Versand, Retouren, Marketing).

Stationäre Läden haben hohe Fixkosten (Miete, Personal), benötigen aber kein teures Online-Marketing und haben kaum Retouren-Kosten.

Faustregel: Ein Online-Shop ist billiger zu starten, aber nicht unbedingt billiger zu betreiben!

## 4. Vorteile & Nachteile im Detail

### 4.1 Online-Shop – aus Käufer-Sicht

✓ VORTEILE	✗ NACHTEILE
Rund um die Uhr verfügbar (24/7)	Produkt kann nicht angefasst/anprobiert werden
Von zu Hause bequem einkaufen	Wartezeit bis zur Lieferung (1-5 Tage)
Weltweite Produktauswahl	Retoure aufwändig (einpacken, versenden)
Preisvergleich in Sekunden möglich	Gefahr von Betrug & unseriösen Shops
Oft günstigere Preise als im Laden	Datenschutzrisiko (Tracking, Cookies)
Lieferung direkt nach Hause	Versandkosten können Ersparnis aufheben
Detaillierte Produktinfos & Bewertungen	Kein persönlicher Kundenservice
Einfaches Suchen & Filtern	Lieferprobleme möglich (Verzögerung, Verlust)
Diskret (kein Blickkontakt beim Kauf)	Produktqualität entspricht oft nicht dem Foto

### 4.2 Stationärer Laden – aus Käufer-Sicht

✓ VORTEILE	✗ NACHTEILE
Produkt sofort anfassen, testen, anprobieren	Nur zu Öffnungszeiten erreichbar
Sofort mitnehmen – kein Warten	Oft weite Anfahrt nötig
Persönliche Beratung durch Fachpersonal	Begrenzte Produktauswahl (Regalplatz)
Rückgabe einfach und unkompliziert	Oft höhere Preise als online
Keine Versandkosten	Kein bequemer Preisvergleich möglich
Vertrauen durch persönlichen Kontakt	Parkplatzprobleme in der Innenstadt
Kein Risiko von Onlinebetrug	Schwer laut / stressig in Stoßzeiten
Einkaufen als soziales Erlebnis	Produkt eventuell ausverkauft / nicht lagernd
Unterstützung lokaler Unternehmen	Öffnungszeiten-Einschränkungen (v.a. Sonntag)

### 4.3 Online-Shop – aus Betreiber-Sicht

✓ VORTEILE	✗ NACHTEILE
Keine Ladenmiete – deutliche Kostenersparnis	Hohe Konkurrenz – auch internationale Giganten
Weltweite Kundschaft erreichbar	Technische Anforderungen (Server, Updates)
Automatisierte Bestellprozesse	Retouren verursachen hohe Kosten (15-30%)
Detaillierte Kundendaten & Analytics	DSGVO, ECG, Impressumspflicht – rechtl. Aufwand
Skalierbar ohne Umbau oder Umzug	Vertrauensaufbau schwieriger als im Laden
Günstiger Start möglich (ab ca. 50 EUR/Monat)	SEO & Marketing erfordern Budget & Expertise
Einfaches Testen neuer Produkte	Logistik & Versand komplex und kostenintensiv
Bestellungen auch nachts ohne Personal	Abhängigkeit von Shopsystem-Anbietern

### 4.4 Stationärer Laden – aus Betreiber-Sicht

✓ VORTEILE	✗ NACHTEILE
Direkter, persönlicher Kundenkontakt	Hohe Fixkosten (Miete, Betriebskosten, Personal)
Vertrauen durch physische Präsenz	Eingeschränkte Öffnungszeiten
Sofortige Bezahlung – kein Zahlungsausfall	Nur regionale Reichweite
Geringere Retourenquote	Ladeneinrichtung: hohe Anfangsinvestition
Kein aufwändiges Online-Marketing nötig	Personalmanagement und Dienstpläne aufwändig
Stammkunden durch Nahversorgung	Konkurrenz durch Online-Riesen wächst
Produkte können direkt präsentiert werden	Begrenzte Lagerkapazität
Kein Versandlogistik-Aufwand	Standortrisiko (z.B. Einkaufszentrum schließt)

## 5. Rechtliche Unterschiede in Österreich

Online-Shops unterliegen deutlich strengeren gesetzlichen Anforderungen als stationäre Läden. Hier die wichtigsten Unterschiede:

Rechtliche Pflicht	Online-Shop	Stationärer Laden
<b>Impressumspflicht (ECG)</b>	Ja – verpflichtend auf Website	Nein – kein digitales Impressum nötig
<b>Datenschutzerklärung (DSGVO)</b>	Ja – Pflicht auf Website	Nein (außer bei Kundendatenbank)
<b>Cookie-Banner</b>	Ja – vor jeder Datenerfassung	Nicht relevant

<b>14-taeges Widerrufsrecht</b>	Ja – gesetzliche Pflicht (Fernabsatzgesetz)	Nein – nur freiwillig oder bei Mängeln
<b>Widerrufsbelehrung</b>	Pflicht – muss vor Kauf sichtbar sein	Nicht verpflichtend
<b>Preisauszeichnung</b>	Inkl. MwSt., Versandkosten klar angeben	Preis am Produkt (OePAG)
<b>AGB</b>	Sehr empfohlen / oft Pflicht	Nicht gesetzlich vorgeschrieben
<b>Fernabsatzgesetz</b>	Vollständig anwendbar	Nicht anwendbar
<b>Auftragsverarbeitungsvertrag</b>	Pflicht bei Google Analytics etc.	Nur bei digitalem Kundendaten-System
<b>Barrierefreiheit (digital)</b>	Web Accessibility Directive	Physische Barrierefreiheit (Rollstuhl etc.)
<b>Gewerbe-Anmeldung</b>	Pflicht (wie stationaer)	Pflicht

### Das Fernabsatzgesetz – Was ist das?

Das Fernabsatzgesetz (Teil des Konsumentenschutzgesetzes) regelt Käufe, die OHNE persönlichen Kontakt abgeschlossen werden – also per Internet, Telefon oder Katalog.

Es gilt NUR für Online-Shops, NICHT für stationäre Läden.

Wichtigste Regelung: Käufer haben **14 Tage lang das Recht**, den Kauf zu widerrufen – ohne Angabe von Gründen!

Ausnahmen: maßgeschneiderte Produkte, verderbliche Waren, eröffnete Hygieneartikel, digital heruntergeladene Software.

Für stationäre Händler gilt diese **Pflicht NICHT** – sie können selbst entscheiden, ob sie Umtausch oder Rückgabe erlauben.

## 6. Kundenerlebnis – Customer Journey im Vergleich

Der Weg eines Kunden vom ersten Interesse bis zum Kauf und danach ist in beiden Handelsformen sehr verschieden:

### 6.1 Customer Journey im Online-Shop

Schritt	Phase	Was passiert?
1	<b>Aufmerksamkeit</b>	Google-Suche, Social Media, Google Ads, Preissuchmaschine
2	<b>Interesse</b>	Produktseite besuchen, Fotos ansehen, Beschreibung lesen
3	<b>Vergleich</b>	Preise vergleichen, Bewertungen lesen, andere Shops checken
4	<b>Entscheidung</b>	In den Warenkorb legen, Gütesiegel prüfen

5	Kauf	Checkout, Zahlungsart wählen, Bestellung aufgeben
6	Lieferung	Wartezeit 1-5 Tage, Paketnachverfolgung
7	After-Sales	Bewertung schreiben, eventuell Retoure, Newsletter

## 6.2 Customer Journey im stationären Laden

Schritt	Phase	Was passiert?
1	Aufmerksamkeit	Schaufenster, Flugblatt, Mundpropaganda, Straßenwerbung
2	Besuch	Anreise zum Laden, Parkplatz suchen, eintreten
3	Orientierung	Im Laden umsehen, Kategorien finden, Regal suchen
4	Produkterlebnis	Produkt anfassen, anprobieren, riechen, testen
5	Beratung	Verkaufspersonal fragt / hilft – persönliche Beratung
6	Kauf	Zur Kasse, Bezahlen (bar oder Karte)
7	After-Sales	Sofort daheim – Kassenbon aufbewahren für eventuelle Rückgabe

## 7. Welche Produkte passen wohin?

Nicht jedes Produkt eignet sich gleich gut für den Online- oder stationäre Handel. Entscheidend sind Faktoren wie Erklärungsbedarf, Anprobierbarkeit, Verderblichkeit und Vertrauen.

Produktkategorie	Online	Stationär	Begründung
Bücher / Medien	Sehr gut	Gut	Standardisiert, keine Überraschungen
Mode / Kleidung	Gut	Sehr gut	Anprobieren ist wichtig, hohe Retouren online
Elektronik	Sehr gut	Gut	Preisvergleich wichtig, Specs standardisiert
Lebensmittel frisch	Schlecht	Sehr gut	Verderblichkeit, kein Versand möglich
Möbel	Gut	Sehr gut	Größe/Farbe schwer einzuschätzen online
Schuhe	Mittel	Sehr gut	Passform nur vor Ort prüfbar
Kosmetik	Mittel	Sehr gut	Geruch, Farbe, Textur nur vor Ort erlebbar
Software / Downloads	Perfekt	Gar nicht	Rein digital – kein Laden nötig

<b>Ersatzteile / Technik</b>	<b>Sehr gut</b>	Gut	<i>Spezialartikel, große Auswahl online</i>
<b>Schmuck / Uhren</b>	Mittel	<b>Sehr gut</b>	<i>Hochpreisig – Vertrauen &amp; Anfassen wichtig</i>
<b>Sportartikel</b>	Gut	<b>Sehr gut</b>	<i>Passform &amp; Beratung wichtig</i>
<b>Haushaltsartikel</b>	<b>Sehr gut</b>	Gut	<i>Standardisiert, günstiger online</i>

## 8. Gesellschaft, Nachhaltigkeit & Zukunft

### 8.1 Was passiert mit unseren Innenstädten?

Der Boom des Online-Handels hat gravierende Auswirkungen auf Innenstädte und lokale Wirtschaft:

- Immer mehr Geschäfte in Innenstädten schließen – sogenannte "Verödung" der Fußgängerzonen
- Leerstehende Ladenlokale führen zu weniger Lebensqualität in Städten
- Kleinhändler können mit den Preisen großer Online-Plattformen nicht mithalten
- Arbeitsplätze im Einzelhandel gehen verloren, neue entstehen in Lagern & Logistik
- Österreich: Laut WKO verloren im Einzelhandel zwischen 2010 und 2024 tausende Betriebe

### 8.2 Nachhaltigkeit – Wer ist umweltfreundlicher?

✓ VORTEILE ONLINE	✗ NACHTEILE ONLINE
Kein Auto-Pendeln zum Einkaufen nötig	Versandverpackungen (Karton, Polster, Plastik)
Große Mengen effizient in einem LKW liefern	Lange Lieferketten – internationale Transporte
Keine Klimaanlage / Beleuchtung für Verkaufsräume	Retouren = doppelter Versandweg
Lagerhaltung zentralisiert – effizienter	Expresslieferung besonders CO2-intensiv

✓ VORTEILE STATIONÄR	✗ NACHTEILE STATIONÄR
Kurze Lieferketten – regional einkaufen möglich	Kunden fahren oft mit dem Auto – Emissionen
Keine Versandverpackungen nötig	Kühlsysteme, Beleuchtung, Heizung kostenintensiv
Fußweg / Fahrrad als Anreise möglich	Manchmal ineffiziente Einzellieferungen
Keine Rücksendung = kein doppelter Transport	große Kaufflächenbeleuchtung 24/7

#### Ergebnis: Wer ist nachhaltiger?

Es gibt keine einfache Antwort! Studien zeigen: Wenn Kunden gezielt Einkaufen fahren, ist der Online-Kauf mit Lieferung oft CO2-günstiger.

Aber: Wenn jemand sowieso in die Stadt fährt und mehrere Einkäufe erledigt, ist der stationäre Kauf nachhaltiger.

Retouren sind der größte Schwachpunkt des Online-Handels – jede Retoure verdoppelt den CO2-Ausstoß.

Tipp: Lokaler Kauf, zu Fuß oder mit dem Rad, ist in der Regel am nachhaltigsten.

### 8.3 Die Zukunft des Handels – Trends 2026

- Click & Mortar wird dominanter: große Marken betreiben sowohl Online-Shop als auch Laden
- Same-Day-Delivery: Lieferung noch am gleichen Tag – der Vorteil des Ladens schwindet
- Social Commerce: Direktkauf über Instagram, TikTok und YouTube
- KI-Beratung: Chatbots ersetzen zunehmend persönliche Beratung
- Augmented Reality (AR): Produkte virtuell ausprobieren oder in der Wohnung platzieren
- Nachhaltiger Versand: E-Bikes, Lasterder und CO2-neutrale Lieferungen in Städten
- Hyperlocal Commerce: Online-Bestellungen aus dem lokalen Laden – beste Kombination beider Welten

## 9. Diskussionsfragen für den Unterricht

---

### Zum Einstieg – Persönliche Erfahrungen

- Wann kaufst du online, wann gehst du in ein Geschäft? Wovon hängt das ab?
- Hast du schon einmal ein Produkt online zurückgeschickt? Wie war die Erfahrung?
- Kennst du einen lokalen Laden in deiner Umgebung, der aufgesperrt oder zugesperrt hat? Woran lag das?

### Zur Vertiefung – Wirtschaft & Recht

- Warum müssen Online-Shops viel mehr rechtliche Pflichten erfüllen als stationäre Läden?
- Ein Bekannter möchte ein Geschäft gründen – welche Form würdest du empfehlen und warum?
- Warum haben Käufer bei Online-Käufen 14 Tage Widerrufsrecht, bei Laden-Käufen aber nicht?
- Kann ein kleiner lokaler Buchladen langfristig gegen Amazon bestehen? Was müsste er anders machen?

### Zur kritischen Reflexion – Gesellschaft & Nachhaltigkeit

- Ist es unsere persönliche Verantwortung, lokal einzukaufen, um Innenstädte zu retten?
- Großkonzerne wie Amazon zahlen kaum Steuern in Österreich – ist das fair? Was könnte die Politik tun?
- Würdest du mehr zahlen für ein Produkt, wenn du weißt, dass es aus einem lokalen Laden kommt?
- "Klicken ist bequemer als gehen." Verlieren wir durch Online-Shopping wichtige soziale Kontakte?

- Sind Retouren ein ethisches Problem? Wer trägt die Verantwortung – Käufer, Händler oder Hersteller?

### **Fazit: Online-Shop vs. Stationärer Laden**

**Es gibt kein absolutes "Besser" oder "Schlechter" – beide Handelsformen haben ihre Berechtigung und ihre spezifischen Stärken.**

Online-Shops sind ideal für: standardisierte Produkte, preisbewusste Käufer, internationale Reichweite, Nischenprodukte und Betreiber mit kleinem Startkapital.

Stationäre Läden sind ideal für: Produkte, die man anfassen muss, erklärungsbedürftige Waren, Vertrauenskäufe, Nahversorgung und persönliche Beratung.

**Die Zukunft gehört dem "Click & Mortar": Händler, die beide Welten clever kombinieren, werden langfristig am erfolgreichsten sein.**