

Aufgabe 1

- 1.1.1 B2C = Business to Consumer: Ein B2C-Unternehmen verkauft seine Waren und Dienstleistungen direkt an den Endverbraucher.
Vorteile:
- Ein B2C-Unternehmen kennt seine Kunden und deren Wünsche sehr genau, denn da es keine Zwischenhändler gibt, ist es sehr nah am Kunden. Dadurch kann es Änderungen bei den Kundenwünschen schnell erfassen und entsprechend reagieren. Die Kunden identifizieren sich leichter mit der Marke.
 - Weil keine weiteren Händler zwischengeschaltet sind, die ihrerseits ihre Gewinnmarge auf den Einkaufspreis aufschlagen, kann das Unternehmen zu recht günstigen Preisen anbieten.
 - Statt an nur wenige Groß- oder Einzelhändler verkauft das Unternehmen direkt an sehr viele Endkunden. Es hat daher eine sehr große Kundenbasis.
- 1.1.2 Eine Alternative zum B2C ist das B2B, also Business to Business. Dabei verkauft der Hersteller seine Ware an andere Unternehmen, üblicherweise einen Großhändler. Dieser verkauft an einen Einzelhändler, der das Produkt schließlich den Endkunden verkauft.
- 1.2.1 Nach § 305 BGB werden AGB nur Vertragsbestandteil, wenn der Käufer 1. ausdrücklich auf die AGB hingewiesen wurde, 2. er sich über deren Inhalt informieren konnte und 3. den AGB zustimmt. Alle drei Bedingungen sind hier erfüllt. Durch den Satz „Ich habe die Widerrufsbelehrung, die AGB und die Datenschutzerklärung gelesen (...)“ wurde der Kunde eindeutig darauf hingewiesen. Da die AGB direkt verlinkt sind, kann sich der Kunde unproblematisch über deren Inhalt informieren. Seine Zustimmung gibt er, indem er an entsprechender Stelle einen Haken setzt. Fehlt dieser Haken, darf der Bestellprozess nicht weitergehen.
Insgesamt ist der geplante Checkout-Prozess also rechtskonform.
- 1.2.2 Nicht rechtskonform sind folgende Passagen:
3): Es darf nicht jede Preiserhöhung an den Kunden weitergegeben werden. Gemäß § 309 Nr. 1 BGB dürfen die Preise für Waren, die innerhalb von vier Monaten geliefert werden, nicht kurzfristig erhöht werden. Da die FutureFood GmbH immer innerhalb einer Woche liefert kann sie evtl. Preiserhöhungen nicht an ihre Kunden weitergeben.
5): Die Vereinbarung einer Vertragsstrafe ist gem. § 309 Nr. 6 unzulässig.
- 1.3 Für das Unternehmen am sichersten sind die Zahlungsarten Kreditkarte, Vorkasse und Zahlung per Online-Bezahldienst, z. B. Paypal. Über Paypal bekommt das Unternehmen außerdem sehr schnell sein Geld. Aus Sicht des Kunden ist der Kauf auf Rechnung zu präferieren, denn er ist für den Kunden am sichersten. Die Zahlungsmöglichkeit Kauf auf Rechnung lässt den Online-Shop für Kunden seriös wirken. Paypal ist ebenfalls bei den Kunden beliebt, da es sehr unkompliziert ist.
- 1.4.1 Bei einem Ratenkauf bezahlt der Kunde solange monatlich nur einen Teilbetrag der Gesamtrechnung, bis die Gesamtrechnung beglichen ist.
- 1.4.2 Vorteile:
- Die Möglichkeit des Ratenkaufs ermöglicht auch finanzschwächeren Kunden den Einkauf.
 - Man kann eine weitere bei Kunden beliebte Zahlungsmöglichkeit anbieten.
- Nachteil:
- Gefahr des Zahlungsausfalls, wenn Kunden ihre Rate nicht zahlen können.
 - Es dauert länger, bis die FutureFood GmbH ihr Geld bekommt. Außerdem ist der generelle Verwaltungsaufwand höher, z. B. durch Bonitätsprüfung vor Vertragsschluss, das Schreiben von Mahnungen etc.
- 1.4.3 Vorteil: Zahlungsausfälle können vermieden werden.
Nachteil: Hoher Aufwand, der zusätzlich mit Kosten verbunden ist. Außerdem fördert eine Bonitätsprüfung nicht das Vertrauen zwischen Unternehmen und Kunden.
- 1.5 Die Statistik vergleicht die Umsatzzahlen verschiedener Branchen beim E-Commerce und Versandhandel. Der Bereich Lebensmittel ist zwischen 2020 und 2021 um ca. 50 % gewachsen. Es ist anzunehmen, dass sich dieser Trend fortsetzen wird. Somit stehen der FutureFood GmbH aussichtsreiche Zeiten bevor.