

Unbezahlte Rücksendung

Retouren Die Online-Händler lehnen ein neues Widerrufsrecht ab. Dabei ist Kulanz mit Rücknahmen wichtig für den Firmenerfolg.

ROBERTO STEFANO

Die Kunden in den Internetforen nehmen kein Blatt vor den Mund. «Ein solch schlechter Kundenservice ist wirklich einmalig in der Schweiz», schreibt User «Total_Sauer». Und «Alpina» schliesst ihre Kritik mit der Bemerkung, dass für diese Unternehmen die gesetzlichen Bestimmungen wohl nicht gelten würden.

Für rote Köpfe sorgen die Online-Händler und ihr Umgang mit Retouren. Geht es nach dem Ständerat, soll ein gesetzlich festgeschriebenes Widerrufsrecht von 14 Tagen den Kunden bald vor Ärger mit Fehlkäufen schützen. Noch sträuben sich die Anbieter gegen das Gesetz. Die Praxis zeigt aber, dass im Online-Handel schon jetzt eine kulante Regelung in Bezug auf Rücknahmen entscheidend ist für den Geschäftserfolg.

«Kulanz wird von den Kunden als sehr positiv erachtet und Folgekäufe sind realistischer, als wenn ein Kunde durch eine restriktive Haltung verärgert wird», sagt Thomas Lang, Chef des E-Commerce-Beratungsunternehmens Carpathia. Den Firmen entstehen durch eine grosszügige Warenrücknahme je nach Branche allerdings erhebliche Mehrkosten. So gilt es neben den eigentlichen Rückführungskosten die Qualitätsprüfung der Waren, die Administration und insbesondere den

«Wer eine kulante Haltung hat, wird keine grossen Veränderungen spüren.»

Thomas Lang

Inhaber Carpathia Consulting

Wertverfall der Produkte zu berücksichtigen, sofern die Ware nicht vollständig unversehrt zurückgeschickt wird. «Diese Kosten werden oftmals nicht separat erfasst und weiter verrechnet», sagt Wolfgang Stölzle, Professor für Logistikmanagement an der Universität St. Gallen.

Mit gutem Grund. Wie eine Verbrauchermfrage von PricewaterhouseCoopers in Deutschland ergab, hätte eine restriktivere Haltung bezüglich Retouren eine massive Abwanderung der Kunden zum stationären Handel zur Folge. Heute werden die Kosten, die in Zusammenhang mit Rücksendungen anfallen, von den Anbietern zumeist als Marketingaufwendungen oder Mindererlöse auf den Verkäufen verbucht. «Es sind hierbei auch die Gesamt-Akquisitionskosten für Kunden in Betracht zu ziehen, bei denen Folgekäufe erst diesbezügliche Skaleneffekte erzeugen», sagt Thomas Lang von Carpathia.

Entsprechend haben die Online-Händler ihre allgemeinen Geschäftsbedingungen in den vergangenen Jahren angepasst. Von den zehn grössten Anbietern in der Schweiz sieht mit Amazon, Nespresso, Zalando, Arp und dem Nettoshop bereits die Hälfte ein Umtauschrecht vor. Und selbst Branchenprimus Digitec schliesst eine Rückgabe der Ware nicht grundsätzlich aus. Zwar heisst es dort noch, dass «kein genereller Anspruch auf Umtausch und Rückgabe» bestehe. Unter bestimmten Bedingungen werden aber Ausnahmen gemacht. «Wir sind aber keineswegs restriktiv, was Retouren betrifft, sondern nehmen praktisch alles zurück, was wir ab Lager liefern», sagt Digitec-Sprecherin Stefanie Hynek. Alleine in der Abteilung für Retouren würde das Unternehmen 25 Personen beschäftigen.

Mehrkosten für die Anbieter

Mit dem neuen Widerrufsrecht erwarten die Anbieter dennoch eine Zunahme der Retouren. «Nach der Gesetzesänderung ist zu erwarten, dass der Händler mehr Ware auf eigene Kosten zurücknehmen muss», sagt Daniel Rei, Sprecher des Online-Händlers Brack.ch. Zwar heisst es im Gesetzestext, dass ein Kunde dem Anbieter ein angemessenes Entgelt schuldet,

sofern er eine Sache bereits gebraucht hat. Fraglich ist allerdings, wie der Gebrauch von einem gerechtfertigten Warentest unterschieden werden kann. So oder so wird der Händler die Ware nicht mehr zum Neupreis verkaufen können, auch wenn sie weder beschädigt noch verschmutzt ist. «Wir wissen zwar grob, wie viel unsere Retouren-Abteilung prozentual zum jährlichen Gruppenumsatz kostet», sagt Rei. Man habe aber noch keine Möglichkeit zu

quantifizieren, was für Mehrkosten zu erwarten seien.

Mehr noch als die grossen Online-Händler dürfte das neue Widerrufsrecht für kleine Anbieter zur Herausforderung werden. «Wer heute schon eine kulante Haltung hat, wird hier keine grossen Veränderungen spüren», sagt Thomas Lang von Carpathia. Bei vielen Kleinen könne es jedoch schwierig sein, weil dort Retouren besonders hart zu Buche schlagen.



Online-Händler Digitec: 25 von 452 Mitarbeitenden arbeiten in der Abteilung Retouren.

KEYSTONE/GETTY IMAGES

ANZEIGE



LEO BURNETT SCHWEIZ

Versicherungslösungen für Unternehmen

Sie können Besseres für Ihre Mitarbeitenden tun.

Verwöhnen Sie Ihre Mitarbeitenden doch lieber mit einer massgeschneiderten Versicherungslösung von Sanitas. Ausgearbeitet von einem spezialisierten Beratungsexperten, der Ihre Branche und Ihre Bedürfnisse bestens kennt. Das schützt Ihr Unternehmen vor Deckungslücken und verhindert Deckungsüberschneidungen. Darüber hinaus profitieren Ihre Mitarbeitenden und deren Familienangehörige von attraktiven Sonderkonditionen für die Krankenversicherung. www.sanitas.com/unternehmensgeschaeft

sanitas
Ein Leben lang