Rücksendekosten werden zum neuen USP – wenn man sich es leisten kann

Ab 2014 dürfen Shopbetreibern ihren Kunden die Rücksendekosten bei einer Retoure auferlegen. Damit endet nach Jahren der deutsche Sonderweg um die 40-Euro-Klausel. Ob die Online-Händler von diesem Recht Gebrauch machen werden, hat die Forschungsgruppe retourenforschung.de untersucht.

Eine Zwei-Klassen-Gesellschaft zeichnet sich ab.

Die absolute Mehrheit (81,8 Prozent) der 302 befragten Online-Händler plant künftig die Rücksendekosten dem Verbraucher aufzuerlegen. Dies wird möglich, sobald die neue EU-Verbraucherrechterichtlinie in nationales, sprich deutsches Recht umgesetzt worden ist.

Allerdings haben die Forscher der Universität Bamberg eine interessante Entdeckung gemacht. Mit zunehmender Unternehmensgröße, gemessen am Umsatz, steigt die Bereitschaft, die Rücksendekosten gleichsam als Verkaufsvorteil für den Kunden zu übernehmen.

> *"Eine Detailauswertung derjenigen Teilnehmer, die sowohl eine Angabe zum erzielten Umsatz als auch zu Rücksendegebühren gemacht haben (N=234), zeigt, dass der Wille, die Kosten der Rücksendung auf den Kunden zu übertragen, mit zunehmendem Umsatz abnimmt."*

Bei Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als zehn Millionen Euro haben sich 60 Prozent dafür entschieden, die Rücksendekosten zu übernehmen.

Mit diesen Kosten müssen Verbraucher rechnen

Weiterhin ergab die Umfrage, dass Verbraucher etwa fünf bis sechs Euro für die Rücksendung berappen werden müssen.

> *Auf Basis der Erhebung scheint eine Rücksendegebühr von 5-6€ als realistisch. Es bleibt allerdings abzuwarten, inwieweit die Unternehmen ihre Pläne im Markt durchsetzen (können). Da es eine Rücksendegebühr ermöglicht, entstehende Kosten verursacherbezogen an die retournierenden Kunden weiterzugeben, eröffnen sich zusätzliche Spielräume hinsichtlich der Preis- und Versandkostengestaltung.*