Wie sehr Shopbetreiber unter dem Post-Streik leiden

Die Deutsche Post bzw. dessen Paket-Tochter DHL ist immer noch das größte Zustellunternehmen in Deutschland. Trotz vieler alternativer Anbieter, nutzen viele Online-Händler DHL bevorzugt als Dienstleister für die Zustellung ihrer Pakete. Dementsprechend viele Online-Händler sind vom Post-Streik betroffen. Sie auch?

Glaubt man dem Branchenverband bevh, so kämen nur etwa 20 Prozent der Paketsendungen verspätet beim Kunden an. In den Metropolen komme es kaum zu nennenswerten Ausfällen. Betroffen vom Post-Streik seien vor allem ländliche Regionen in Ostdeutschland. Trotz der höheren Kosten würden dort ansässige Online-Händler auf Kurierdienste ausweichen.

Der Bundesverband Onlinehandel (bvoh) sieht den Streik allerdings wesentlich kritischer und berichtet von einem branchenübergreifenden Umsatzrückgang seit Beginn des Arbeitskampfes. Bei 22 Prozent der Shopbetreiber seien die Umsätze um über 25 Prozent eingebrochen, so der Verband, der vor allem die KMUs im Online-Handel vertritt.

[poll id="62"]

Schlechte Bewertung durch Post-Streik – Was tun?

Der Streik bei der Post hat aber für so manchen Shopbetreiber noch weiterreichende Effekte, als vielleicht gedacht. Denn nicht wenige Verbraucher haben schlicht kein Verständnis dafür, dass ihre Pakete trotz des Arbeitskampfes verspätet zugestellt werden. Was tun sie? Sie drücken dem Online-Shop eine negative Bewertung rein. Kritisch kann ein solches Kundenverhalten vor allem dann werden, wenn der Shopbetreiber auf Amazon oder Ebay verkauft.

Doch ist dieses Problem nicht auf Ebay und Amazon beschränkt. Wie können also Shopbetreiber angemessen auf negative Bewertungen reagieren, die durch den Streik ausgelöst wurden? Bewertungs-Experte Johannes Lemm von Trusted Shops gibt dazu folgenden Tipp:

> *Die meisten Kunden berücksichtigen den Streik bei ihrer Bewertung, jedoch kann es auch passieren, dass jemand den Unmut am Shop auslässt. Hier heißt es ruhig bleiben. Am besten weisen Shopbetreiber in einem öffentlichen Antwortkommentar zu der Bewertung auf den Streik hin. Sie sollten in dem Kommentar Verständnis für die Situation des Kunden äußern und ihm möglichst konkrete Lösungen anbieten. Gerade eine gute Reaktion in Konfliktsituationen fällt Kunden positiv auf.*