

Preiserhöhung bei der Deutschen Post - Händler sollten Versandkosten anpassen

Die Deutsche Post wird zum 1. Juli 2018 ihre Preise für Bücher- und Warensendungen erhöhen. Händler, die diese Versandmethoden nutzen, sollten sich auf eine Anpassung ihrer Versandkosten vorbereiten, damit ihnen keine Gewinne verloren gehen.

Die Deutsche Post informierte heute in einer Pressemitteilung über eine Preiserhöhung bei den Produkten Bücher- und Warensendung:

“Die Deutsche Post wird zum 1. Juli 2018 die Preise für Bücher- und Warensendungen erhöhen. Der Preis für die Büchersendung Groß (bis max. 500 Gramm) steigt um 20 Cent auf 1,20 Euro.

Die Büchersendung Maxi (bis max. 1.000 Gramm) kostet künftig 1,70 Euro statt 1,65 Euro. Auch das Porto für die Warensendung Kompakt (bis max. 50 Gramm) wird von 0,90 auf 1,30 Euro angehoben.

Die Warensendung Groß (bis 500 Gramm) verteuert sich von 1,90 auf 2,20 Euro, gleichzeitig erhöht das Unternehmen aber die Rabatte bei diesem Produkt um 30 Cent.

Somit bleiben die rabattierten Preise für die Warensendung Groß unverändert.

Die Preise für andere Briefprodukte, wie z.B. den Standardbrief, bleiben hiervon unberührt.”

Folgen für Online-Händler

Händler, die ihre Produkte per Bücher- oder Warensendung verschicken, sind von der Preiserhöhung natürlich unmittelbar betroffen.

Wer Portokosten in den Versandkosten an seine Kunden weitergibt, muss also reagieren und diese Kosten im Shop entsprechend anpassen.

Versandkosten an allen Stellen im Shop anpassen

Bei der Anpassung ist es wichtig, sehr genau vorzugehen. Es reicht nicht nur, die Kosten auf der Versandkostenseite zu ändern. Vielmehr müssen die Preise in allen Texten im Shop, in denen Versandkosten aufgeführt werden, angepasst werden. Dazu können zählen: Produktseiten, AGB, Kundeninformationsseiten, FAQ, Versandkostenübersichten etc.

Wichtig ist aber auch, dass der Wert im Bestellprozess entsprechend der neuen Preise hinterlegt wird, sodass bei Bestellungen auch der richtige Preis vom Shopsystem berechnet wird.

Vor dem GoLife sollten Sie die Preisänderung ausführlich testen. Lassen Sie auch einmal einen Dritten über den Shop schauen, ob die Versandkosten wirklich überall angepasst wurden.

Und das betrifft natürlich nicht nur den eigenen Shop. Wenn man seine Produkte auch über Preissuchmaschinen bewirbt, muss sichergestellt werden, dass auch dort die richtigen Versandkosten angezeigt werden.

Fazit

Die Deutsche Post hat die Preiserhöhung frühzeitig angekündigt, sodass sich Händler gut darauf einstellen können. Die Post begründet die Preiserhöhung mit allgemeinen Kostensteigerungen und den erhöhten Transportkosten. (mr)

Bildnachweis: [goodluz/shutterstock.com](https://www.shutterstock.com)