

Der teure Weg zurück

Günstige Retouren-Konditionen – für kleinere Versender gar nicht selbstverständlich

„eCommerce ist schön, aber die vielen Retouren können einem den ganzen Spaß am Versandhandel versauen“, der Tinten- und Tonerkartuschen-Recycler aus dem Ruhrgebiet ist bestimmt nicht der einzige, den das Rückwärts-Geschäft nervt. Dabei geht es nicht einmal primär um den entgangenen Umsatz, denn er sieht ein: „Klar muss man großzügig mit Reklamationen sein, und natürlich kommt es vor, dass die Produkte nicht passen oder nicht funktionieren.“

Auch in den Poststellen der großen Industriebetriebe und Verwaltungen wächst der Paketberg, der täglich verschickt wird: Unterlagen, kleine Warenmengen, Muster, Ersatzteile. Hierbei gibt es ebenfalls Irrtümer, Verwechslungen, Teile und Artikel, die nicht passen. Deshalb geraten auch hier die Rücksende-

Modalitäten mit den verschiedenen Paketdiensten ins Visier. Klar: Keiner hat Retouren gern; sie stören den Ablauf und Retourensendungen kosten viel Geld – manchmal überproportional viel. Im Distanzhandel gilt dies besonders für den Bereich, der in den letzten Jahren am stärksten gewachsen ist: Textilien und Schuhe. Hier kann die Rücksendequote über 50 Prozent liegen.

Klare Rechtslage

Private Verbraucher können Waren, die sie im Versandhandel gekauft haben, ohne Wenn und Aber zurückschicken. Beträgt der Warenwert 40 Euro und mehr, trägt der Versender die Kosten der Retoure.

Dieses Rücksenderecht gilt nicht für gewerbliche Kunden oder juristische

Personen, also nicht für Firmen, Schulen oder Vereine. In diesen Fällen kommt es auf die Vertragsvereinbarungen an. Aber auch hier gibt es in Fällen von Reklamationen, Falschlieferungen, Irrtümern und anderen Fällen, die das Leben bereithält, berechnete Rücksendungen. Und auch hier ist vom Versender Kulanz und Service gefordert. Genauere Informationen zur Rechtslage finden Sie unter www.versandhandelsrecht.de.

Vom lästigen Übel zum erfolgreichen Geschäftsmodell

Eine überwältigende Mehrheit von 85 Prozent der privaten Kunden von Internethändlern gaben in einer Untersuchung von Jupiter Research (www.jup.com) an, dass es sehr wichtig für sie ist, die Ware unkompliziert zurückzugeben – aber mehr als die Hälfte der Befragten war mit dem bisher Erlebten unzufrieden. Eine gute Retourenorganisation ist offenbar wichtiger Bestandteil eines erfolgreichen Distanzhandels-Geschäfts. Dazu gehören interessante Angebote der Paketdienste.

Einfach für den Kunden, teuer für den Auftraggeber

Vergleichsweise einfach ist die Sache für Unternehmen, die viele Sendungen aufgeben und feste Verträge mit DHL, DPD, Hermes & Co. haben, also für die etablierten Großkunden. Alle Dienstleister haben entsprechende Angebote. Schwierig wird es, wenn die Poststelle dann doch nicht so viele Pakete zu versenden hat, wenn man sich noch nicht auf einen Partner festgelegt hat oder wenn man die Laufbahn als Internethändler gerade erst betritt. Dann wird das Retouren-Serviceangebot auf einmal merkwürdig schmal:

DHL

Bei der Deutschen Post DHL kann der Endkunde sein Paket „unfrei“ zurücksenden. Das kostet den Empfänger unange-



POSTMASTERMagazin

Paket-Retouren: für Poststellen und Kleinversender ein steiniger und teurer Weg

nehme 12 Euro. Außerdem gibt es verschiedene Angebote, die die Deutsche Post unter dem Namen „DHL Retoure“ vermarktet. Der Versender kann:

- Ein Retourenlabel beilegen oder es online bereitstellen, das der rücksendungswillige Endkunde auf das Paket klebt und es dann zur Post bringt.
- Einzelabholung anbieten. Der Kundenservice des Händlers beauftragt DHL.
- Online Retourenlabel anbieten.

All diese Lösungen setzen einen Vertrag zwischen dem Händler und DHL voraus. Sie stehen für Pakete und nicht für Päckchen zur Verfügung. Für alle anderen gibt es immerhin die im Voraus bezahlten Paket- und Päckchenmarken, dazu weiter unten mehr.

DPD

Der Händler trifft mit DPD eine Rücksendungsvereinbarung. Der Kunde bekommt dann ein „Rückholpaket“, das er in DPD-Shops abgeben kann. Für den Paketempfänger ist die Angelegenheit so einfach und gut organisiert. Für den DPD-Kunden ist es nicht so einfach. Welche Kosten bei der Retoure auf ihn zukommen, ist unübersichtlich. Im Einzelfall kann das Ganze teuer werden als das unfreie Paket bei der Deutschen Post. Wenn Sie ein kleinerer DPD-Kunde sind und Ihre Paket selbst in solch einem Shop abgeben, gibt es wiederum keine Serviceangebote. Sie müssen Ihre Kunden bitten, die Retoure vorzufinanzieren.

GLS

Arbeitet der Versandhändler oder die Poststelle mit GLS, kann der Privatkunde sein Paket zu einem GLS-Shop bringen und es dort, für ihn kostenlos, retournieren. Geschäftskunden können die Retouren auch abholen lassen. Dieser Service steht aber nur Kunden zur Verfügung, die mit GLS einen Vertrag abgeschlossen haben.

GTS

GTS ist ein britischer Paketdienstleister, der sein Servicenetz noch aufbaut. Er verspricht einen umfangreichen Service auch für Kunden mit kleinem Paketauf-

kommen. So kann der Versender einen Retouren-Paketschein ausdrucken, auf dem er sich selbst als Empfänger einträgt. Er bezahlt dann für die Retoure genauso viel wie für die Hinsendung. Und das auch nur, wenn der Service in Anspruch genommen wird. Allerdings ist das „Hinpaket“ noch nicht überall in Deutschland zu konkurrenzfähigen Preisen zu buchen.

Hermes

Für den Endkunden ist die Rückgabe bei Hermes hervorragend organisiert. Hermes hat die unproblematische Rückgabe sozusagen erfunden, denn dieser Paketdienst wurde von großen Versendern eigens gegründet, um das Versand- und unter anderem auch das Retourenproblem beim Modekauf zu reduzieren.

Der Kunde kann die ungeliebte Ware bei einem Hermes-Paketshop abgeben, er kann sie abholen lassen, und er kann sie einem Hermesboten übergeben. Das gilt dann, wenn der Versender Vertragspartner von Hermes ist. Ansonsten gibt es keine Angebote.

UPS

UPS arbeitet auf Grundlage eines Vertrags mit seinen Kunden. In diesem Rahmen gibt es die Möglichkeit, Retouren abholen zu lassen. Der Endkunde bekommt den Tag der Abholung mitgeteilt, nicht aber die Uhrzeit. Er kann das Paket auch zu einem Servicepartner von UPS bringen. Im Bedarfsfall wird ihm eine Auswahl angeboten.

Fazit

Für die Kunden von großen Versendern ist die Retourenfrage ganz gut gelöst. Zumindest theoretisch bieten alle Paketdienstleister einen sinnvollen Service an. Ein Blick in die verschiedenen Kundenforen im Internet zeigt aber, dass es praktisch noch viele Probleme gibt. Alle Logistikunternehmen behaupten zum Beispiel, der Abholservice sei für den Kunden besonders günstig. In der Tat gilt dies nur für Firmen oder für Hausfrauen- und Dienstboten-Haushalte. Alle anderen ärgern sich über die lästige



Deutsche Post 

BRIEF
KOOPERATIONSPARTNER

Die ICOM Software für das Druck- und Kuvertierzentrum



Ihre Druckdaten werden unverändert verwendet:

Sendungspool, -bündelung

ICOM

DOKUSTREAM

DV-Freimachung Accounting



Revisions sichere Verarbeitung, hohe Einsparungen, schnelle Einführung zum Festpreis.

Rufen Sie uns an:

(02 31) 55 69 910 oder Vertrieb@ICOMSoftware.de



ICOM Software Research oHG
Feldstrasse 41, 44141 Dortmund
Tel. (0231) 55 69 91-0, Fax -13
www.ICOMSoftware.de

Warterei auf den Boten, der irgendwann kommt.

Ein ganz besonders schwieriges Problem stellt die Rücksendung für die kleinern Versender und eCommerce-Startups dar.

Retouren for Beginners

Wenn man vermeiden möchte, dass der Endverbraucher die Portokosten für die Retoure vorfinanziert, gibt es für gewerbliche Paket-Normalverbraucher oder kleine Versender nur eine Möglichkeit. Er kauft bei der Deutschen Post Päckchen- oder Paketmarkten, adressiert sie an sich selbst und stellt sie seinen Kunden bei Bedarf zur Verfügung. Der Endkunde muss dem Händler seinen Rücksendewunsch mitteilen, weil diese Marken ein Prepaid-Produkt sind. Achtung, beim DHL-Päckchenversand gibt es keinen rechtlich wirksamen Einlieferungsbeleg, kein Track & Trace und keine Versicherung.

Die anderen Paketdienstleister bieten keinen solchen Service an. Was es leider nicht gibt, was aber ganz oben auf der

Wunschliste der Versender steht, ist ein an den Absender adressierter Rücksendegutschein, der der Sendung beigelegt werden kann und der erst zu Kosten führt, wenn der Kunde ihn benutzt. Und wo wir schon beim Wünschen sind: Die Codenummer dieses Rückscheins sollte eindeutig an die „Hinsendung“ gebunden sein, so dass der Versender direkt erkennen kann, was durch die Hintertür wieder hereinkommt, dann wäre die Logistikwelt der Poststellen und kleinen Versender um einige Probleme ärmer.

Wer die Musik bestellt muss bezahlen, aber wie viel?

Die Kosten für Retouren lassen sich nicht einfach ermitteln. Der Wettbewerb zwischen den Paketdienstleistern läuft über den Paketpreis. Retourenpreise sind eine Möglichkeit, Kosten zu verstecken. Die Rückholpreise liegen teilweise über den Paketpreisen, manchmal müssen Produkte bezahlt werden, auch wenn der Service nicht genutzt wird. Oder die

Sendung ist versichert, nicht aber die Retoure. Retourenkosten, die an das unfreie Postpaket heranreichen, sind die nicht ganz seltene Ausnahme.

Ein heißes Kosten-Thema

Wie knifflig der Kostenblock Retouren für alle Beteiligten ist, wird dem Interessenten klar, der nach den Rückholungs-Preisen fragt. Hier gibt es keinerlei Vorfeld-Informationen, kein Angebotspaket für die Startups mit 1000 bis 3000 Paketen pro Jahr; keine Zahl – nirgends. Welche Preisschlachten um die Kosten der unerquicklichen Seite des Distanzhandels jenseits dieser Mauer des Schweigens geschlagen werden, kann man sich vorstellen. Der eingangs zitierte Tonerkartuschen-Versender hat wohl Recht: Retouren verderben den Spaß am Geschäft, und zumindest bei den kleineren Kunden sind viele Paketdienstleister eher Teil des Problems als Teil der Lösung.

Gabriele Westhoff

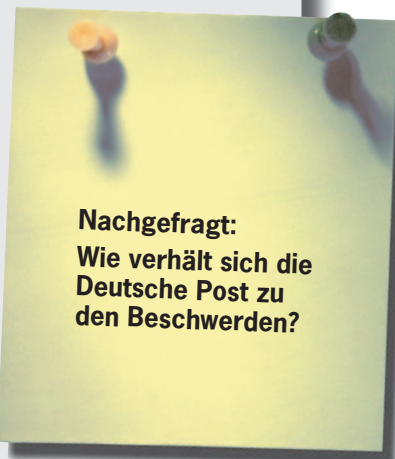


Das schwarze Brett

Reklamationen beim Nachsendservice

Da Probleme beim Nachsendservice oft mit Terminversäumnissen und ähnlichem Ärgernis verbunden sind, hat die Bundesnetzagentur auf Bitte des DVPT die DPAG um Stellungnahme gebeten. Die DPAG verweist in ihrer Antwort auf die Qualität der Nachsendungen, die sie durch das Ipsos-Institut messen lässt. Demnach werden die Kundenaufträge im „Auftrags-Zentrum Lagerung/Nachsendung“ erfasst, deren Teil inzwischen in der Prozesskette mit neuer Hard- und Software ausgestattet wurde. Auch Infopost-Sendungen werden den Angaben zufolge auf Antrag nachgesandt, jedoch nicht solche ohne Folien- oder Papierumhüllung. Deren Nichtbearbeitung entspreche der Interessenlage der Empfänger. Hinzu komme, „dass die Vertragspartner/Auftraggeber der Infopost-Sendungen nicht die Empfänger sind, sondern die Absender. Deren individuelle Bedürfnisse seien primär zu berücksichtigen.“ Bezüglich der Formate gebe es im Übrigen keine Einschränkungen. Auch sei in den

Ausschlüssen der Sendungsarten keine „Ausdehnung der Liste“ erfolgt. Zum Vorwurf, dass die Beschwerdebearbeitung nur bei Vorlage einer Sendungskopie erfolgt, sagt die DPAG, dass dies nur in Einzelfällen geschehe und vorher überprüft werde, dass die neue Adresse bei der Betriebsleitung der Zustellung korrekt vorliegt. Die DPAG verweist darauf, dass nicht ausgeschlossen werden kann, dass Sendungen, die zu Beschwerden geführt haben, zwischenzeitlich von einem anderen Postdienstleister in den Briefkasten eingelegt worden sind.



**Nachgefragt:
Wie verhält sich die
Deutsche Post zu
den Beschwerden?**

weitere Informationen unter www.dvpt.de
Deutscher Verband für Post, Informationstechnologie und Telekommunikation e.V.