

Verhinderung der bewussten Zerstörung neuwertiger Retour-Ware

Herausforderungen des Onlinehandels für Umwelt- und Verbraucherschutz – Bedeutung und Ansätze für
Regelsetzung, Vollzug und Marktüberwachung

Martin Gsell

Herausforderungen des Onlinehandels
für Umwelt- und Verbraucherschutz

Berlin, 18.06.2019

Agenda

1. Thesen und Untersuchungsbereich
2. Prozesse der Retourenbearbeitung
3. Daten zum Aufkommen von Retouren
4. Maßnahmen und Ausblick

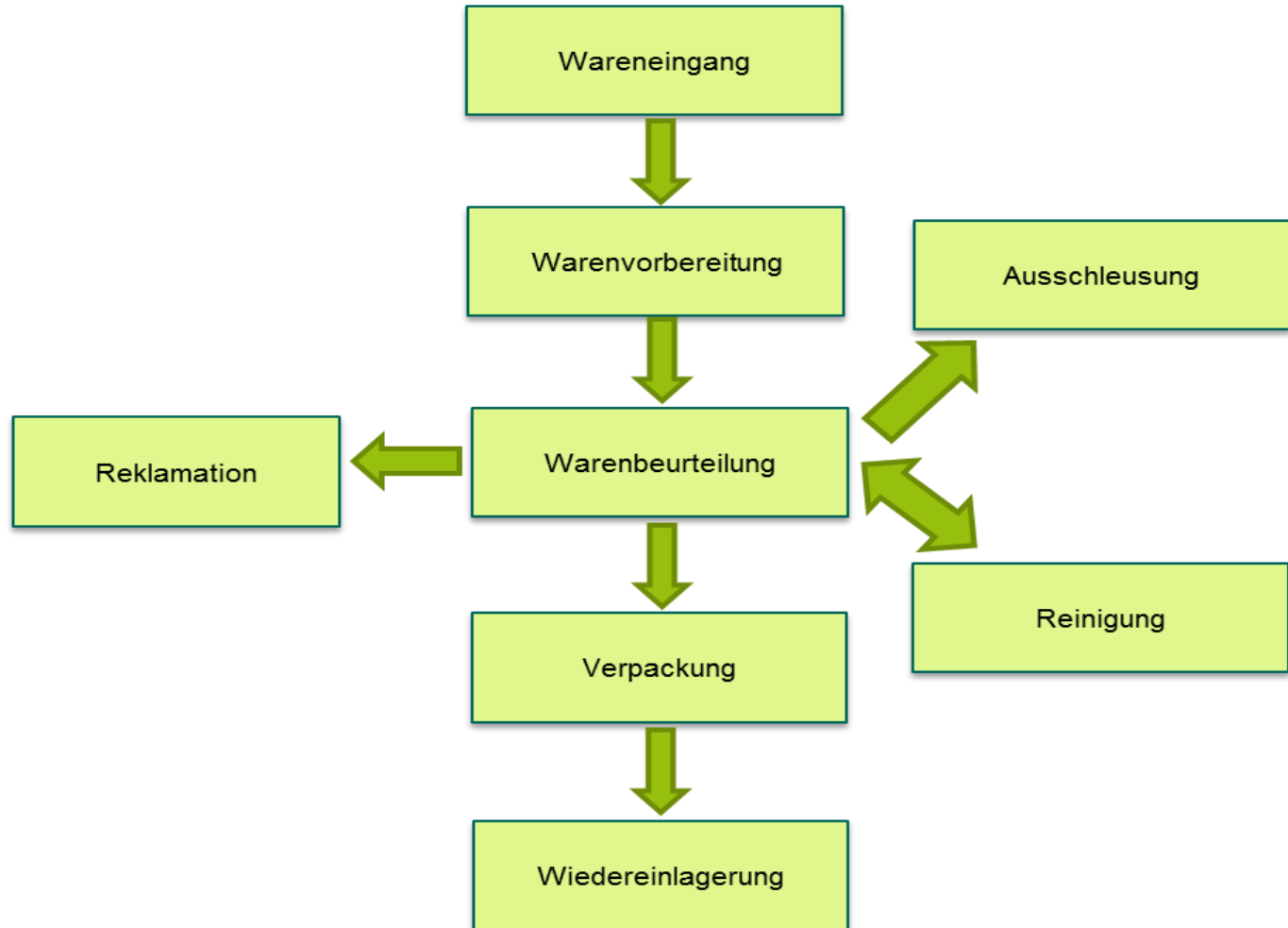
Thesen zur Untersuchung

- Faktoren & Treiber für den Umgang mit Retouren (auch Vernichtung):
 - Betriebswirtschaftliche Faktoren (Aufwand ist zu hoch)
 - Steuerliche Faktoren (Steuerersparnis durch Spenden)
 - Gesetzliche Vorgaben (Sicherheit, Hygiene)
 - Kundenorientierung (Reklamationen unterbleiben)
 - Weitere Handlungs-Optionen (Spenden, B-Ware etc.)

Scope

- Untersuchung zum Umgang mit Rücksendungen
 - direkt bei Onlinehändlern
 - von Dritthändlern über Onlineplattformen und Abwicklung der Retourenprozesse als Logistik-Dienstleistung (Fulfillment)
- nicht im Scope (aber sehr relevant):
 - Über- oder Fehlchargen in der Produktion
 - Produkte in Originalverpackungen mit Lager- oder Transportschäden
 - Lagerbestände, die am Markt nicht abgesetzt werden können (nicht marktfähig sind)
 - nicht-verkehrsfähige Waren aus Drittländern (z.B. Plagiate)

Prozesse des Retourenmanagement



Daten zum Retourenaufkommen

Datenbezeichnung	Beschreibung	Quelle
Beta- Retourenquoten	Artikelbezogenes Retourenaufkommen für verschiedene Produktkategorien	Asdecker et al. 2017: Retourenmanagement als Erfolgsfaktor des Handels
Angaben / Anteile zu Retourenprozessen	Produktbezogene Anteile in weiteren Prozessschritten, (z.B. A-Ware, B-Ware, externe Verwertung, Entsorgung)	Asdecker et al. 2017: Retourenmanagement als Erfolgsfaktor des Handels
Retouren insgesamt	Absolutes Retourenaufkommen (artikelbezogen)	Asdecker 2019: Retourentacho 2018/2019 ausgewertet, Pressemitteilung vom 26.04.2019
Marktanteile im Onlinehandel	Produktspezifische Marktanteile im Onlinehandel	Handelsverband Deutschland (HDE) 2019: Online Monitor 2019

Ergebnisse zum Retourenaufkommen

- Hochrechnung Deutschland in 2019:
 - Pro Jahr werden insgesamt rund 490 Mio. Artikel retourniert.
 - Davon werden rund 400 Mio. Artikel direkt als A-Ware wiederverkauft.
 - Als B-Ware verkauft werden rund 60 Mio. Artikel.
 - Über Dritte (Resaler) werden rund 12 Mio. Artikel verkauft.
 - Als Spende weitergegeben werden rund 430.000 Artikel.
 - Zur Entsorgung gegeben werden rund 7 Mio. Artikel (nicht mehr marktfähig)
 - darunter sind rund 2,3 Mio. entsorgte Textil-Artikel
 - darunter sind rund 750.000 entsorgte Elektro-Geräte

Regulierungsbedarf bei Vernichtung von Neuware



Ihre Ansprechpartner

Andreas Hermann

Projektleitung

Öko-Institut e.V.

Geschäftsstelle Darmstadt

Rheinstraße 95

64295 Darmstadt

Telefon: +49 6151 8191 - 158

E-Mail: a.hermann@oeko.de

Martin Gsell

Projektbearbeitung

Öko-Institut e.V.

Geschäftsstelle Berlin

Schicklerstraße 5-7

10179 Berlin

Telefon: +49 30 405085 - 351

E-Mail: m.gsell@oeko.de