

# HERAUSFORDERUNGEN DES ONLINEHANDELS FÜR UMWELT- UND VERBRAUCHERSCHUTZ

## WS 3: ZERSTÖRUNG NEUWERTIGER, NICHT VERKEHRSFÄHIGER WARE

CHRISTOPH WENK-FISCHER, HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER BEVH

- 
- 1. Welche Ursachen für Warenvernichtung sind vor allem im Onlinehandel zu finden und wie können diese adressiert werden?**
  - 1. Wie kann die Vernichtung von Ware verhindert werden? Welche guten Praxisbeispiele gibt es hier seitens der Unternehmen?**
  - 1. Vor welchen Herausforderungen steht die Marktüberwachung beim Import von nicht verkehrsfähiger Ware? Wie können Prozesse und Rahmenbedingungen verbessert werden?**

---

frontal21-Sendung vom 12. Juni 2018:

## ***„Retouren für den Müll***

*Der Onlinehändler Amazon vernichtet massenhaft Retouren und neuwertige Produkte. Das ergaben Recherchen von Frontal 21 und der WirtschaftsWoche. Auch externe Anbieter entsorgen unverkaufte Ware über Amazon.“*

O-Ton: „riesig“, „massenhaft“, „Crash – das ging alles in den Container rein. Das scheppert dann richtig“

---

**1. Was ist eine „Retoure“ eigentlich**

und

**a) wie lassen sich Retouren vermeiden**

und

**b) wie lässt sich deren gar Vernichtung vermeiden**

und

**2. was ist „massenhaft“?**

---

## 2. Der Begriff „massenhaft“:

Uni Bamberg:

*„Die Darstellung einer massenhaften Vernichtung von Retouren ... deckt sich nicht mit unseren Daten, sofern man diese in das Gesamtbild einordnet.“*

Ebenso die EHI-Studie

*„Versand- und Retourenmanagement in E-Commerce“.*

## 1. Begriff der Retoure:

*„Ware, die dem Handel oder Hersteller zurückgegeben wird“*

Zurückgegeben wird **online und offline** - aber warum eigentlich?

- **Gründe offline:** Kulanz (wie es das Widerrufsrecht auch mal war), Gewährleistung, Schäden durch Präsentation, Schäden durch An- und Ausprobieren, Schäden durch Vandalismus, Haltbarkeit, „Ladenhüter“, Kommissionsware, Fehlen oder Wegfall der Verkehrsfähigkeit und auch „Kauf-Reue“
- **Gründe online:** ebensolche und ergänzt durch das gesetzliche Widerrufsrecht (§§ 312 g, 355 BGB) sowie Kulanz darüber hinaus

## a) Wie lassen sich Retouren vermeiden?

- Nutzung legaler Möglichkeiten der Retouren-Erschwernis
- Incentivierung des Nicht-Retournierens
- Proaktive Qualitätssicherung hinsichtlich Ware und Service
- Wahrhaftige Artikelbeschreibungen
- Detaillierte Abbildungen und Bewegtbild
- Versand von Ansichtsaufnahmen
- Genormte Größenangaben
- Kundenberatung über alle interaktiven Medien
- Kundenbewertungen und Social Media
- Aus- und Anprobemöglichkeiten bei der Zustellung
- Intelligente Software (KI)
- Showrooming
- Warenschonende Ladengestaltung
- Einschränkung von Kulanz
- Änderungen des Widerrufsrechts
- Aufklärungsarbeit gegenüber Kunden („Verbraucherbegriff“ hinterfragen)

## b) Wie lässt sich die Vernichtung von Retouren vermeiden?

Aktuell **leider nicht** in folgenden Fällen:

- Vernichtungsansprüche aus Gewerblichen Schutzrechten (§ 18 MarkenG, 140 a PatentG)
- Gefahrbehaftete sowie nicht oder nicht mehr verkehrsfähiger Ware
- Retourenwiederaufbereitung ist technisch nicht möglich

Aktuell **schwer** in folgenden Fällen:

- Retourenwiederaufarbeitung ist betriebswirtschaftlich unvertretbar
- Retourenwiederaufarbeitung ist volkswirtschaftlich unvertretbar
- Kein Drittverwertungsmarkt für betroffene Produkte



## Aber so lässt sich die Vernichtung vermeiden:

- Vermarktung über den Onlinehandel (BTE: „Altwaren erfolgreich abschleusen“)
- Prozessoptimierung im E-Commerce (Bestandsführung, Verpackung, Transport, etc.)
- Veränderung des Kaufenden-Verhaltens
- Einschränkung von Kulanz
- Neue Geschäftsmodelle der Sharing Economy und On-Leihe, OTTO Now, Kleiderkreisel, Tchibo Share, etc.
- Ankauf/Verkaufsplattformen (ReBuy etc.)
- Änderungen im Umsatzsteuerrecht (Wegfall der USt für Spenden oder Recycling)
- Erweiterung der Ausnahmen im gesetzlichen Widerrufsrecht für nicht mehr verwertbare Waren

---

**Und wie noch?**

---

**VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!**