

# Ersteinschätzung zum Vorschlag über das Verbot der Vernichtung von retournierten Waren

Leipzig, 17. Juni 2019

Die aktuelle Diskussion um ein Verbot der Zerstörung retournierter Waren, lanciert durch die Grünen, führt an der eigentlichen Herausforderung die unsere Branche zu bewältigen hat vorbei, die in den hohen Retourenquoten liegt. Mit diesem Vorstoß soll lediglich ein Symptom bekämpft werden, ohne konkrete Zahlen und Gründe für diese Praxis zu identifizieren und sich dann lösungsorientiert mit der Praxis auseinanderzusetzen.

Wir begrüßen, dass die Politik den Online-Handel inzwischen als wichtigen Wirtschaftszweig wahrnimmt, sehen jedoch problematisch, dass mit Regulierungsvorstößen in Bereiche eingegriffen wird, die sich noch in rasanten Entwicklungsprozessen befinden und deren Strukturen noch nicht allumfassend gefestigt sind. Durch voreilige Vorstöße wird verhindert, dass die im Verhältnis noch junge E-Commerce Branche ihre eigenen Lösungsansätze findet und Herausforderungen selbst bewältigt.

Den [aktuellen Vorschlag der Grünen](#) zu einem Verbot der Vernichtung von retournierten Waren lehnen wir ab. Hier liegt eine verzerrte Wahrnehmung der Realität vor. Kein wirtschaftlich handelndes Unternehmen zerstört Retouren ohne vorab sorgfältige ökonomische Abwägungen getroffen zu haben. In dieser Argumentation liegt die Suggestion, dass diese Praxis nur im Onlinehandel betrieben wird und verzerrt das Bild des Onlinehandels ins Negative.

Im [aktuellen Vorstoß des Bundesumweltministeriums](#) wird von einer „Obhutspflicht“ gesprochen. Eine solche Obhutspflicht lehnen wir ebenfalls ab. Onlinehändler nehmen ihre Ware bereits jetzt schon, d.h. sofern kein Fulfillmentanbieter die Retouren abwickelt, in Obhut, um zu entscheiden, ob die retournierte Ware Verbrauchern erneut zum Verkauf angeboten werden kann oder nicht. Dies ist ureigenstes, wirtschaftliches Interesse eines jeden Unternehmens.

Lösungsorientierter ist über mögliche Umsatzsteuerbefreiungen für gespendete retournierte Waren zu diskutieren. Gerade in Bezug auf Waren, die beim Kunden keinen Absatz mehr finden, wäre dies eine Option, die sowohl Händlern, der Allgemeinheit und nicht zuletzt auch der Kreislaufwirtschaft zu Gute kämen. Wichtig hierbei wäre eine kostenneutrale Transportlösung für die Abgabe der Spenden, um gerade kleine Händler nicht auszuschließen.

Die eigentliche Herausforderung sind nicht die vernichteten Retouren, sondern die hohe Retourenquote selbst. Diese ist auf verschiedene Ursachen, die zunächst einmal konkret zu identifizieren sind, zurückzuführen. Unserer Meinung nach ist diese Problematik auch im Zusammenhang mit der extremen Belastung und den negativen Arbeitsbedingungen der Post- und Kurierdienste (Stichwort [Nachunternehmerhaftung](#)) sowie des Klimas (siehe [Studie des Öko Instituts](#)) zu sehen und zu diskutieren. Ähnliches trifft auf Händler und Fulfillment-Dienstleister zu, die mit der hohen Menge an Retouren und am Zustand der retournierten Waren zu kämpfen haben. Es gilt daher die Thematik komplexer zu betrachten.

en und auch Aspekte wie die aktuelle Anwendung des Widerrufsrechts und deren Einfluss auf das Konsumentenverhalten mit einzubeziehen. Es müssen gemeinsame Lösungen gefunden werden, wie der aktuellen Rücksendekultur entgegengetreten werden kann, die nicht zuletzt auch auf mangelndes Bewusstsein des Konsumenten zurückzuführen ist. Ferner muss dem Markt auch Raum gegeben werden sich innovativ weiterzuentwickeln und an die Gegebenheiten anzupassen. Sei es über die bessere Kundeninformation durch neue Informationsmöglichkeiten oder innovative Einkaufserlebnisse wie zum Beispiel dem „digitalen Anprobieren“ von Kleidung um der Ware ein plastischeres Bild zu verschaffen.

Das gemeinsame Ziel ist die Reduzierung der Retouren. Es eint Branche und Politik. Gern setzt sich der Händlerbund auch in Zukunft dafür ein, dass der Onlinehandel im Sinne der Nachhaltigkeit und des ökologischen Verantwortungsbewusstseins agiert. Wir erwarten die geplanten Gesetzesänderungen, werden die Vorschläge unter allen zu betrachtenden Aspekten analysieren, Stellung für die Branche beziehen und als konstruktiver Gesprächspartner zur Verfügung stehen.

## Über den Händlerbund

Der Händlerbund ist ein 360° E-Commerce-Netzwerk, das gemeinsam mit seinen Service-Partnern und Mitgliedern die Professionalisierung von Händler aus ganz Europa vorantreibt. Seit Gründung im Jahr 2008 in Leipzig setzt sich der Händlerbund aktiv für die Weiterentwicklung der gesamten Branche ein. Die rechtliche Absicherung und Beratung von Onlinehändlern wird durch Unterstützung im Kundenservice, Marketing und Verkauf, Fulfillment sowie ein breites Angebot an Weiterbildungen, Events, News u.v.m. ergänzt. Aufgrund der rasanten Entwicklung des E-Commerce wurde der Händlerbund in kürzester Zeit zu Europas größtem Onlinehandelsverband.

## Kontakt

Händlerbund e.V.

Florian Seikel, Director Public Affairs & Verbandswesen  
florian.seikel@haendlerbund.de

Johannes Drijkoningen, Referent Public Affairs & Verbandswesen  
johannes.drijkoningen@haendlerbund.de