

Positionspapier des Bundesverband Onlinehandel e.V.

vom 08. Januar 2024

Der Bundesverband Onlinehandel e.V. unterstützt die Überlegungen zu einer Retourenpauschale im Ecommerce aus den folgenden Überlegungen:

Deutschland hat europaweit die höchste Retourenquote, wie die Forschungsgruppe [Retourenmanagement Bamberg](#) festgestellt hat. 2021 wurden schätzungsweise 530 Millionen Pakete und über 1,3 Milliarden Artikel in Deutschland retourniert. Hierdurch wird die Umwelt mit geschätzten 795.000 Tonnen CO₂ jährlich belastet und es entsteht ein ungefährender wirtschaftlicher Aufwand von 4 - 8 Milliarden Euro, der die durchschnittlichen Prozesskosten im Unternehmen sowie den Wertverlust beinhaltet. Durchschnittlich verursacht eine Retoure Kosten von ca. 7 - 15 €, je nach Warencluster und Studie. Gleichzeitig ist Deutschland das Land in Europa, in dem die Kunden am wenigsten an den Retourenkosten beteiligt werden. Im europäischen Ausland verlangen ca. 50 % der Onlinehändler eine Beteiligung an den Retourenkosten, in Deutschland hingegen nur ca. 10 %.

Sinn und Zweck des Widerrufsrechts ist es, dass der Verbraucher sich die Waren ansehen kann, so wie er es im Geschäft sich ansehen könnte (Erwägungsgründe 37 und 47 der VRRL). In der Realität sieht es jedoch anders aus: Kleidung wird getragen, die Kaffeemaschine nebst Milchschaumer in Betrieb genommen, die Originalverpackungen nicht vorsichtig geöffnet, sondern aufgerissen. Der Wertverlust ist enorm, sodass es sich zu oft nicht einmal mehr wirtschaftlich lohnt, diese an sich neuwertigen Produkte zurück in den Warenverkehr zu bringen, sondern vernichtet werden, was auch seitens der Medien schon mehrfach äußerst negativ aufgegriffen wurde und sicherlich nicht im Sinne der Richtlinie war. Daneben ist es nicht im Sinne des Klimaschutzes und zu guter Letzt auch nicht im Sinne der redlichen Verbraucher, die im Endeffekt die Mehrkosten durch den Widerrufsmissbrauch tragen.

Soweit das aktuelle Gesetz die Übertragung der Rücksendekosten und auch des Wertverlustes auf den Kunden prinzipiell erlaubt, so wird dies aktuell durch einige große Marktplätze verhindert. Dadurch entstehen erhebliche Wettbewerbsverzerrungen. Die Marktplätze verlangen von den Händlern, dass diese den Rückversand kostenfrei zur Verfügung stellen, von Wertersatz ganz zu schweigen. Die Marktplätze unterdrücken auf diesem Weg die Privatautonomie der Händler, was kartellrechtlich nicht erlaubt sein dürfte, und schädigen diese finanziell in erheblichem Maße und verschaffen sich selbst Wettbewerbsvorteile. Dies gilt es zu unterbinden und den Händlern zu ermöglichen, gesetzlich vorgesehene Kosten dem Verbraucher auch tatsächlich aufzuerlegen.

Soweit rechtliche Bedenken gegen eine Retourenpauschale sprechen, so sprechen folgende Punkte dafür: Zwar sieht Art. 13 VRRL vor, dass der Verbraucher alle geleisteten Zahlungen bei einem Widerruf zurückerhält, Rücksendekosten können ihm jedoch auferlegt werden. Zudem eröffnet Art. 14 VRRL die Option, auch Wertverluste vom Verbraucher ersetzt zu verlangen. Da der jeweilige Wertverlust im Einzelfall schwer zu beziffern ist, würde eine angemessene Pauschale bei unsachgemäßer Öffnung und Nutzung auch zur Rechtssicherheit betragen. Der Kunde wird durch eine Retourenpauschale in keiner Weise schlechter gestellt.

Die Forschungsgruppe Retourenmanagement hat darüber hinaus festgestellt, dass 36% der Verbraucher eine angemessene Kostenbeteiligung befürworten würden; 14% der Kunden würden hingegen auf den stationären Handel ausweichen. Ein Verlust, den die Mitglieder des Bundesverband Onlinehandel e.V. auch im Sinne des Klimaschutzes und der Nachhaltigkeit in Kauf nehmen.