

Datum · Date
06.07.2010
Seiten · Pages
3



**Rede von Christoph Wenk-Fischer,
Hauptgeschäftsführer des
Bundesverbands des Deutschen Versandhandels (bvh),
anlässlich der bvh-Jahrespressekonferenz 2010,
am 06. Juli 2010 in Hamburg.**

(Es gilt das gesprochene Wort)

Auch von meiner Seite ein herzliches Willkommen, meine sehr geehrten Damen und Herren,

wir haben im bvh in der Tat viel vor in den kommenden Jahren, und das nicht nur inhaltlich, sondern auch räumlich: Spätestens Anfang nächsten Jahres wird der bvh seinen Hauptsitz von Frankfurt am Main nach Berlin-Mitte verlegen. Das Frankfurter Büro wird geschlossen, und das Hauptstadtbüro zum Hauptsitz ausgebaut. Denn: Wir wollen künftig noch stärker am politischen Geschehen teilhaben, unsere Anliegen noch zielgerichteter zur Sprache bringen und insgesamt die Präsenz des hoch dynamischen und wachstumsstarken Versand- und Online-Handelsmarkts in der Hauptstadt noch weiter erhöhen.

Inhaltlich werden wir uns für unsere Mitglieder nach wie vor um alle Belange des Versandhandels kümmern, ob der nun per Katalog und Internet, ausschließlich per Internet oder innovativ auch über Smartphones stattfindet. Das rasante Wachstum des Online-Handels beschert uns viele neue Themen, zum Beispiel die Verbreitung von Breitband-Anschlüssen in Deutschland, die für unsere Mitglieder deshalb wichtig ist, weil sie den schnellen Einkauf im Web erst ermöglicht. Auch Social Media Marketing ist ein Thema, das quasi über Nacht entstand und für das wir sehr schnell eine Expertise aufgebaut haben, um unsere Mitglieder adäquat zu beraten. Mobile Commerce ist schon ein Thema und wird ebenfalls ein wichtiges Thema der Zukunft sein, genauso wie rechtliche Fragen, etwa zum Datenschutz oder Retourenrecht. Wir werden

Chart 21

für unsere Mitglieder in und von Berlin aus Trendscout, Interessenvertreter, Partner, Netzwerk und Berater sein.

Apropos Mitglieder: Der bvh steht für rund 75 Prozent des Versandhandelsumsatzes in Deutschland und erfreut sich stetig wachsenden Zuspruchs. Allein seit dem Jahr 2003 stieg die bvh-Mitgliederzahl von 198 auf 300. Gerade erst konnten wir mit dem Online Shop der Metrotochter REAL unser 300stes Mitglied begrüßen. Durch unser Preferred Business Partner Programm sind zusätzliche 65 Dienstleistungsunternehmen verschiedenster Bereiche mit dem bvh eng verbunden – Tendenz steigend.

Chart 22

Von Berlin aus werden wir uns für unsere Branche weiterhin stark machen – zum Beispiel in puncto Datenschutzdebatte. Kurz zur Erinnerung: Im vergangenen Juli hat der Deutsche Bundestag eine Novelle des Bundesdatenschutzgesetzes mit Auswirkungen auf die schriftliche Neukundenwerbung beschlossen. Der bvh hatte sich in der Diskussion um die Novellierung stark engagiert, denn die ursprünglich geplante, sehr rigorose Fassung der Novelle hätte die Lebensader unserer Mitglieder getroffen: Die schriftliche Neukundengewinnung ist für Versender auch im Internet-Zeitalter essentiell. Die Änderungen wurden im vergangenen Jahr als Kompromiss verabschiedet. Nach drei Jahren soll eine Evaluation erfolgen und die wollen wir als Verband natürlich aktiv begleiten und mit allen Beteiligten diskutieren. Die in letzter Zeit aufgekommene Datenschutzdiskussion um die Nutzerdaten von Facebook oder auch um die Datenerfassung für Google Streetview beobachtet der bvh aufmerksam. Auf keinen Fall darf gesetzgeberisches Handeln bei diesem Thema übereilt erfolgen, denn dadurch könnte auch der Datenschutzkompromiss des vergangenen Jahres in Frage gestellt werden. Wichtig ist es für uns in der Datenschutzthematik auch, sachlich zu informieren und aufzuklären – beispielsweise, dass Cookies eine notwendige Voraussetzung für kundenfreundlichen und bequemen Einkauf im Internet sind. Der bvh als der Vertreter der Online- und Versandhandelsbranche ist zudem gerne bereit, sich im Rahmen der von der Koalition geplanten „STIFTUNG DATENSCHUTZ“ aktiv einzubringen und sieht es als notwendig an, unserer Branche so die Möglichkeit zur Mitwirkung an diesem wichtigen Thema zu geben.

Was uns weiterhin stark bewegt ist die Zunahme von Belehrungspflichten und rechtlichen Hinweisen. Unsere Branche wird – angeblich im Sinne des Verbraucherschutzes – gezwungen, damit Seiten von Katalogen zu füllen oder riesige Datenmengen für den Internetabruf zu produzieren. Schon die heute vorgeschriebenen Widerrufsbelehrungen, Pflichtangaben im Impressum und anderen rechtlich gebotenen Hinweise sind für juristische Laien unverständlich und werden nicht gelesen. Ich gebe Ihnen dazu ein Beispiel. Die Fachseite und –zeitschrift GAMESTAR berichtete folgendes:

„Spiele-Versand fordert Käufer-Seelen – 7.500 Spieler stimmen zu“

Ein britischer Spiele-Versand hatte in seine Geschäftsbedingungen eine Klausel aufgenommen, die dem Unternehmen die »unsterbliche Seele« der Käufer zusichert. Rund 7.500 Spieler akzeptierten die Geschäftsbedingungen des britischen Spiele-Versands GameStation, ohne dabei auf die »Klausel über die unsterbliche Seele« zu achten. GameStation hatte ein Experiment gestartet, um festzustellen, wie viele Kunden überhaupt die allgemeinen Geschäftsbedingungen vor einem Kauf lesen. Die Kunden, die einfach nur akzeptierten, was ihnen an Text vorgesetzt wurde, sicherten GameStation aber nicht nur ihre Seele zu, sondern verzichteten auch noch auf einen £5-Gutschein. Eine Checkbox, die die Ablehnung des »Seelen-Transfers« ermöglichte, hätte gleichzeitig auch den Gutschein akzeptiert. Laut GameStation haben 88 Prozent der Käufer während der Testwochen die Bedingungen also nicht gelesen“

Auch wir haben nicht den Eindruck, dass ein Mehr an Verbraucherschutz durch eine Zunahme von juristischen Fachtexten zu erreichen ist. Wir plädieren daher im Sinne unserer Kunden nachdrücklich für eine Vereinfachung der gesetzlichen Regeln zum Fernabsatz.

Ein aktuell wieder sehr wichtiges Thema ist unserer Auffassung nach das deutsche Retourenrecht, das deutsche Versender deutlich benachteiligt. Nach einem aktuellen Versandkostenurteil des Europäischen Gerichtshofs dürfen Versender den Verbrauchern bei einer Retoure nur die Rücksendekosten auferlegen. Die bisher hierzulande existierende Möglichkeit, die Versandkosten in Rechnung stellen zu können, wurde gekippt. Da gleichzeitig der deutsche Gesetzgeber in den meisten Fällen untersagt, Rücksendekosten zu berechnen, bleibt der Versender in Deutschland bei einer Retoure in fast allen Fällen auf den Kosten sitzen. Ausnahme sind lediglich Kleinbestellungen bis zu einem Kaufpreis von 40 Euro. Zur Erinnerung: Im Vergleich mit unseren europäischen Nachbarn (mit Ausnahme von Finnland) müssen nur deutsche Versender die Retourenkosten tragen. Wir fordern daher vom deutschen Gesetzgeber, dass er das Rückgaberecht an das Europarecht anpasst. Versandunternehmen müssen den Verbrauchern bei einer Retoure wie in Resteuropa auch Rücksendekosten berechnen können. Nur so kann dem Missbrauch des Retourenrechts in Deutschland vorgebeugt werden.

Sie sehen: Es gibt viel zu tun, es warten viele Hausforderungen und ganz sicher noch zahlreiche spannende Entwicklungen auf uns. Die Prognosen aus unserer Studie belegen unzweifelhaft, dass wir eine sehr dynamische, wachstumsstarke und innovative Branche vertreten – und für die wollen wir künftig viel bewegen!

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und freue mich auf Ihre Fragen.