

Amazon liefert falsch: „Fernseher behalten“

Millionen von Onlinebestellungen gehen täglich raus. Manche erreichen verkehrte Empfänger. Die haben ein Problem

Martin Kopp

Hamburg Der deutsche Internethandel erfreut sich wachsender Beliebtheit. Nach Angaben des Bundesverbands E-Commerce und Versandhandel verzeichnete er im ersten Quartal 2025 ein Umsatzplus von 3,2 Prozent. Doch wehe, man bekommt etwas zugeschickt, das man gar nicht bestellt hat. Dann wird es schwer, das falsche Produkt wieder loszuwerden.

Andrea W. (Name von der Redaktion geändert) aus Hamburg staunt beispielsweise nicht schlecht, nachdem bei ihr der Amazon-Bote klingelt. Anstatt des bestellten Strandstuhls liefert der Mann ihr einen originalverpackten Toshiba-Fernseher aus, was sie aber zunächst nicht bemerkt. Erst bei der genaueren Untersuchung des Pakets stellt sie fest, dass da etwas nicht stimmen kann. Doch da ist der eilige Auslieferer schon wieder weg.

Zwei Anrufe und ein Internetchat beim Kundenservice bringen dann folgendes zutage: Der Auslieferer hat im Wagen nach dem falschen Paket gegriffen. Das kann passieren. „Ich war nicht sauer, ich wollte nur wissen, wo mein Strandstuhl bleibt und was mit dem Fernseher geschieht“, so W.

Der Kundenservice bittet sie, den Stuhl erneut zu bestellen und den Fernseher zu einer Retourenstelle zu bringen. „Wir kümmern uns um den Rest“, heißt es. W. geht darauf aber nicht ein. „Das ist ein riesengroßer Smart-TV, den kann ich doch nicht durch die Stadt schleppen“, lautet die Replik der Kundin. Daraufhin hat Amazon einen einfachen Lösungsvorschlag: „Behalten sie den Fernseher.“

Der Stuhl kommt zwei Tage später. „Aber der Fernseher steht immer noch original verpackt bei mir im Keller“, sagt W. Bei Amazon lässt sich der Fall nicht aufklären. „Wir können nicht sagen, was da schiefgelaufen ist“, sagt ein Sprecher. „Das entspricht nicht unseren vorgesehenen Prozessen. Bei Amazon haben wir unsere Programme so konzipiert, dass wir die Nutzung und Wiederverwendung maximieren und den Abfall minimieren.“

Priorität sei es, unverkaufte oder zurückgegebene Produkte weiterzuverkaufen, sie zu spenden oder zu recyceln – und zwar in dieser Reihenfolge. „Die Entsorgung von Produkten ist für uns, wie für andere Händler, die am wenigsten attraktive Option – ökologisch und wirtschaftlich.“ Doch selbst bei bestellten Produkten, die man zurückgeben will, kommt es vor, dass dem Versandriesen der Aufwand für eine Retour zu groß ist.

Anderer Ort, anderer Fall: In Rostock hat eine junge Frau eine neue Küche bei Ikea bestellt und auch geliefert bekommen. Es fehlt allerdings der bestellte Herd. Stattdessen wird eine günstige Waschmaschine mitgeliefert. Sie reklamiert sofort. Der Ikea-Kundendienst sieht das auch ein und antwortet: „Der Herd wird zeitnah nachgeliefert.“

Aber was ist mit der Waschmaschine? „Wollen Sie die nicht behalten?“, lautet doch glatt auch hier die Frage. Will sie aber nicht, eine Waschmaschine ist bereits vorhanden. Deshalb geht die Fehllieferung am Tage der Herd-Lieferung dann doch noch an Ikea zurück, der Lieferant hat noch Platz im Fahrzeug.

Trotz mehrfacher Nachfragen, ob so etwas häufiger vorkommt, antwortet der schwedische Möbel-Konzern bislang nicht auf Abendblatt-Mails zu dem

Beispiel. **Björn Asdecker** von der Forschungsgruppe Retourenmanagement der **Universität Bamberg** kennt solche Fälle. „Die Entsorgung fehlgeleiteter Ware über den Kunden ist ein Trend“, sagte er dem Abendblatt. „Die großen Händler scheuen den Aufwand.“

Im Falle von Amazon sei der Fall aber ungewöhnlich, weil der Versandkonzern ein ausgebildetes Retourenmanagement habe. Aber: „Bei Ikea wundert mich das Vorgehen nicht.“ Der Möbelhändler müsse zum Abholen der Waschmaschine in der Regel extra eine Spedition beauftragen, die wiederum einen Lkw und Mitarbeiter bereitstellen müsse. „Da kommen schnell Kosten in dreistelliger Höhe zusammen. Und irgendwann rechnet es sich nicht mehr, Irrläufer bei den Kunden abzuholen“, so Asdecker.

Das liegt nicht zuletzt an einer Verschärfung des Kreislaufwirtschaftsgesetzes und der europäischen Vorgabe zum Retourenmanagement. Diese verbieten Händlern, Waren, die zurückgenommen werden, einfach zu vernichten. Eigentlich eine sinnvolle Einrichtung. Laut einer älteren Studie der Forschungsgruppe Management von 2019 wurden früher knapp vier Prozent der Retouren in den Müll geworfen, das entspricht in Deutschland etwa 20 Millionen Produkten.

Produkt einfach behalten? Sich das schriftlich geben lassen

Besonders aufwendig sei es für asiatische Versandhändler wie Temu oder Alibaba, fehlgeleitete Ware zurückzuholen. Deshalb würden diese dazu übergehen, die Produkte in einer Art Versteigerung feilzubieten, so Asdecker. „Sie versprechen den Kunden einen erheblichen Preisnachlass, wenn er sich dazu entschließt, das Produkt, das

sie eigentlich gar nicht haben wollten, dennoch zu behalten.“

Die negative Auswirkung: Anstatt sich um teure Retouren und Wiederverwendung von Waren zu kümmern, wird das Problem den Kunden auferlegt. Im Fall von Ikea ist der Fall gut ausgegangen. Und auch Amazon bemüht sich nach Intervention des Abendblatts, den fehlgeleiteten Fernseher zurückzuholen.

Julia Rehberg von der Verbraucherzentrale Hamburg rät, sich bei fehlgeleiteten Sendungen nicht von den Kundendienstleistungen abspesen zu lassen. Und, sehr wichtig: „Wenn die Versandhändler sagen, man könne das Produkt einfach behalten, dann sollte man sich das schriftlich geben lassen!“ Auf mündliche Absprachen dürfe man sich nicht verlassen, so Rehberg.

Die Entsorgung fehlgeleiteter Ware über den Kunden ist ein Trend.

Björn Asdecker, Retourenmanagement-Forschungsgruppe Universität Bamberg

Wörter:	774	Jahrgang:	2025
Autor/-in:	Martin Kopp	Nummer:	111
Seite:	14	Ausgabe:	Hauptausgabe
Ressort:	Wirtschaft	Auflage:	47.370 (gedruckt) ¹
Medienkanal:	PRINT		55.343 (verkauft) ¹
Mediengattung:	Tageszeitung		56.425 (verbreitet) ¹
Medientyp:	PRINT	Reichweite:	0,2933 (in Mio) ²

¹ von PMG gewichtet 04/2025

² von PMG gewichtet 7/2024

Abbildung: Ein Lagerist sortiert im Amazon-Lager ein Paket zur Auslieferung ein. Verwechslung möglich. K Bögeholz
Fotograf/-in: Funke FotoServices