

Schnäppchenschrott

Onlinehandel Neue Billigportale wie Wish und Joom locken mit Superangeboten und Rabatten von mehr als 90 Prozent. Die Ware stammt von Händlern aus Fernost und ist oft minderwertig oder sogar gesundheitsschädlich. Manchmal wird gar nichts geliefert. Und Kontrollen gibt es kaum.

Er saugte zwei Minuten lang, vielleicht drei. Dann ging dem neuen Akkustaubsauger die Puste aus, so erzählt es Jette Kraft, 25. Sie wollte ihn laden, doch in der Packung habe das Kabel gefehlt. Kraft versuchte, eines im Fachhandel zu erwerben, in ihrem Wohnort Geldern am Niederrhein, aber keines passte zu dem Gerät, das ein chinesischer Händler versendet hatte.

Im Mai schrieb Kraft an die Onlineplattform Joom, bei der sie den Staubsauger erstanden hatte, für 104 Euro inklusive Versand. Es war der Beginn eines langen Mailwechsels, in dessen Verlauf Krafts Frust stetig wuchs. Sie geriet an Mitarbeiterinnen, die mal Lina, mal Nina, mal Gisela hießen und deren Mails sich lasen wie von einer Software ins Deutsche übersetzt.

Kraft schickte Bilder ein, vom Staubsauger, vom Karton, sie stellte den Karton wie geheißen auf eine Waage und fotografierte ihn, als Vergleich zum Sollgewicht. Zwischendurch, gibt Kraft zu, habe sie länger nicht geantwortet: »Mein Mann war im Krankenhaus, ich musste mich allein um unsere zwei Kinder kümmern.« Sobald sie zwei Tage lang schwieg, beendete Joom automatisch die Unterhaltung, Kraft trug ihr Anliegen dann erneut vor.

Das Gezerre wurde würdelos. Einen zehnprozentigen Rabatt wies Kraft zurück, »der hilft mir auch nichts, wenn der Staubsauger nicht funktioniert«. Eine in Aussicht gestellte Rückerstattung des Kaufpreises blieb aus, laut Joom aus »technischen Gründen«. Einen Einkaufsgutschein lehnte Kraft ab. Im Oktober wurde ihr mitgeteilt, »dass die Zeit für die Reklamationsannahme zu dieser Ware vorbei ist«. Den Staubsauger, sagt Kraft, habe sie inzwischen zum Sperrmüll gegeben.

Das muss wohl das »neue Einkaufszeitalter« sein, das Joom auf seiner Website ausruft, wo es sich als »am schnellsten wachsende Shopping-App in Europa« feiert, mit 250 Millionen Downloads. Nach Angaben der lettischen Firma nutzen monatlich 25 Millionen Menschen weltweit die App, fast eine Million davon in Deutschland. Es sind vor allem Händler und Hersteller aus China, die ihre Produkte über Joom vertreiben, mit Preisnachlässen von teils mehr als 90 Prozent. Möglich ist das, weil die Produktionskosten in



Asien weit unter den hiesigen liegen – und durch die oft mindere Qualität der Waren. Manche sind sogar gefährlich.

Elektrogeräte sind häufig schlecht gesichert, Spielzeug enthält Gift, Kosmetik verbotene Stoffe. Viele Produkte dürften hierzulande nicht verkauft werden, andere sind Plagiate. Doch auf Händler, die in Shanghai oder Shenzhen sitzen, haben deutsche Behörden keinen Zugriff. So wird kaum geprüft, was über die Grenzen zu den Kunden kommt, wie Recherchen von SPIEGEL und »ZDFzoom« zeigten.

Ebay und Amazon waren die Ersten, die mit ihren digitalen Marktplätzen internationale Händler anlockten, vor allem aus China. Auch bei ihnen beschwerten sich Kunden über schlechte Waren. Die neuen Plattformen öffnen die Schleusen nun ganz. Sie werben aggressiver, bieten Spottpreise, aber auch mehr Ramsch. Joom ist eine der größten, neben dem US-Konkurrenten Wish und AliExpress aus China. Sie ebnen selbst kleinsten Händlern aus Asien den Weg zum deutschen Kunden.

Im Schnitt kommen in Deutschland am Tag eine Viertelmillion Päckchen aus China an. Jeder zweite deutsche Internetnutzer hat bereits bei einem asiatischen Anbieter gekauft, so eine Studie der Verbraucherzentrale Brandenburg.

Der Hälfte davon war es zunächst nicht bewusst, den deutschen Händlern hingegen schon. Die Konkurrenz aus Fernost saugt ihnen zunehmend die Kunden weg, teils mit unfairen Mitteln. Sie ignoriert hiesige Gesetze, mal aus Unwillen, mal aus Unwissenheit.

»Was sich in China zusammenbraut, ist unglaublich«, sagt Wirtschaftswissenschaftler Gerrit Heinemann. Er hat das Buch »Der neue Online-Handel« geschrieben und prophezeit »düstere Aussichten« für deutsche Unternehmen. »Die kommenden Jahre werden geprägt sein von Preisen, die wir nicht für möglich halten, günstiger als beim günstigsten deutschen Händler. Es ist eine neue Dimension.«

Doch die vermeintlichen Schnäppchen kosten die Kunden am Ende oft viel Geld, Zeit und Nerven. Das ZDF hat für die gemeinsame Recherche 15 Produkte bestellt, bei Joom, bei Wish, bei AliExpress. Elf davon kamen an. Experten haben alle geprüft: Mehr als die Hälfte davon ist für

80 Prozent der teilnehmenden Behörden erklärten, bisher keine Onlinetestkäufe durchgeführt zu haben. Überhaupt werden Geschäfte im Netz kaum kontrolliert. Die Hälfte der Ämter gab an, sich zu 99 Prozent auf Kontrollen des stationären Handels zu beschränken.

Genau das wollte Raoul Roßmann belegen haben. Der 34-Jährige ist Geschäftsführer der familieneigenen Drogeriemarktkette Rossmann. Er hat die Studie bei der Beratung AFC und beim Marburger Ökonomen Wolfgang Voit in Auftrag gegeben.

»Wir sind frustriert«, sagt Roßmann und meint damit die gesamte Branche. Es gebe zwei Welten: den stationären Handel, »er wird streng kontrolliert«, und den Onlinehandel, »dort versagt die Kontrolle«. Die Plattformen hätten einen Freibrief, mit allem zu handeln, »ob es mit den Gesetzen in Einklang steht oder nicht«. Vor allem Ebay und Amazon sind ihm ein Ärgernis mit ihren bereits sehr großen Marktplätzen.

Deutsche Händler hatten. Wenn eine Hautcreme eine schwere Allergie auslöst, ein überhitzter Föhn das Haus in Brand steckt oder nötige Zertifizierungen für Elektrogeräte fehlen. Viele Anbieter aus Fernost scheren sich nicht darum, die Plattformen ebenso wenig.

Für seinen Protest hat er sich mit einem anderen Gründersohn zusammengesetzt, Christoph Werner, neuerdings Chef von dm und eigentlich sein Konkurrent. Die beiden schreiben Briefe. An Wirtschaftsminister Peter Altmaier (CDU), Verbraucherministerin Julia Klöckner (CDU), an das Justizministerium und das Bundeskanzleramt. Der jüngste stammt vom 4. September. Darin fordern sie, die Plattformbetreiber in die Pflicht zu nehmen, um »einen fairen Wettbewerb zu gewährleisten«.

Bislang schaut die Politik eher hilflos zu. Bayern hatte im Sommer im Bundesrat beantragt, die Bundesregierung möge die Plattformen für bei ihnen angebotene Waren haftbar machen. Noch sind sie nur verpflichtet, illegale Produkte von ihrer Website zu nehmen, wenn Behörden dies anmahnen. Im Oktober beschlossen die Ländervertreter dann zwar, dass für mehr »Fairness im E-Commerce« gesorgt werden müsse. Von Haftung aber war keine Rede mehr. Auch aus Angst, vor allem kleineren Plattformen zu viel zuzumuten.

Globaler Handel lässt sich ohnehin nicht national regulieren. Die Sache wird ein Fall für die neue EU-Kommission. Sie plant, die

E-Commerce-Richtlinie, nach der sich Händler und Plattformen richten müssen, grundlegend zu erneuern. Das Regelwerk stammt aus dem Jahr 2000, als Amazon im Wesentlichen noch ein Buch- und DVD-Händler war. »Wir sind gerade in der Analyse«, sagt ein hochrangiger Kommissionsmitarbeiter. »Wir dürfen nur nicht, indem wir Probleme lösen, den Markt mit kaputt machen. Wären Plattformen für alles haftbar, wäre es das Ende des Internets, wie wir es kennen.« Ein Vorschlag, wie die Plattformen dennoch stärker reguliert werden könnten, solle bis Ende 2020 stehen.

Für Sebastian Feuster und seinen Online-shop Eifel-Luftballons.de käme die Hilfe dann zu spät. Dabei lief es gerade noch richtig gut. Der Internethandel des 37-Jährigen, vor 18 Jahren gegründet, brummte. Vor zwei Jahren kaufte er das Gasthaus in seinem Heimatort Daun und das Nachbarhaus gleich mit. Dort stapelten sich Kartons mit Luftballons aus biologisch abbaubarem

Naturkautschuk, nur ein schmaler Gang blieb frei. 100, manchmal 200 Bestellungen kamen täglich. Heute sind es eher 20, oft nur 2 am Tag. Demnächst schließt Feuster seinen Luftballonhandel. Schuld, sagt er, seien die Chinesen. In diesem Fall sitzen sie auf den Marktplätzen von Amazon und Ebay, wo Feuster den Großteil seines Geschäfts abwickelt. Wer dort nach Luftballons sucht, landet jetzt bei den Billigballons aus Fernost. Voriges Jahr begann das Unheil. Plötzlich gab es Tage, an denen Feuster kaum mehr einen Auftrag über Amazon erhielt.

Im Winter begann sein Umsatz wegzubrechen, 90 Prozent bis jetzt. »Es war ein Schlag ins Gesicht.« Die Chinesen, sagt Feuster, böten einen einfachen Rohölgummimix mit gesundheitsschädlichen Weichmachern an. »Aber die Leute sehen nur rund und bunt und billig. Dass die Qualität nicht stimmt, oft keine Steuern oder Abgaben gezahlt werden und mit gefälschten Bewertungen geworben wird, sehen sie nicht.« Jetzt lebt Feuster von seiner werbefinanzierten Website Sellerforum.de. Dort beratschlagen deutsche Händler, wie sie gegen die Macht aus China ankommen können.

Kristina Gnirke, Alexander Kühn

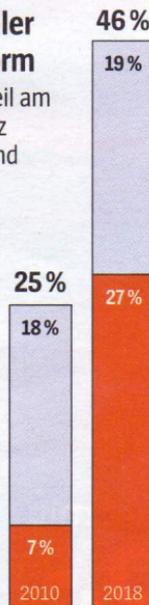
Vom Händler zur Plattform

Amazon-Anteil am Onlineumsatz in Deutschland

davon durch:
Amazon-
Eigenhandel

Drittanbieter
auf Amazon

Quelle: IFH Köln



► **Sendehinweis** »ZDFzoom. Schöne Online-Bescherung. Schnäppchenfrust aus Fernost«. Mittwoch, 11. Dezember, 22.45 Uhr, im ZDF