

Folie 1

„Bis es mir vom Leibe fällt“ versucht seit 2011 die Reparatur als ein Mittel zur Veränderung in einer reparaturbedürftigen Welt zu promoten und auf dem Textilsektor praktisch umzusetzen.

Seit Anfang dieses Jahres haben wir uns auch der Retourenproblematik im Bekleidungssektor angenommen und uns die Frage gestellt, wie man der Flut an Kleiderretouren und dadurch verursachten Überhängen Herr werden könnte. Im Rahmen von Re-Use Berlin haben wir zu diesem Zweck ca. 50 einschlägige Akteure angeschrieben und sie gebeten, mit uns in verschiedenen Modellversuchen Möglichkeiten zur Vermeidung und Wiederverwendung von Retouren auszuloten.

Folie 2

So oder so ähnlich – wenn überhaupt – lautete die Absage vieler Adressaten, sofern sie es überhaupt der Mühe wert fanden, uns zu antworten. Präzise Auskünfte über Mengen und Verfahren erhielten wir von so gut wie niemandem. Darum haben wir beschlossen, die Probe aufs Exempel zu machen, und uns mal genauer anzusehen, wie der Rücksendemodus bei den verschiedenen Playern im Mode- und Bekleidungssektor aussieht und wie sie mit den Retouren verfahren. Hier ein kleiner Zwischenbericht, des noch immer laufenden „Projekts im Projekt“, dem wir den Titel „Flaschenpost“ gegeben haben.

Folie 3

Seit Februar bestellen wir bei diversen Online-Händlern Bekleidungsartikel, gestalten sie um und schicken sie als nummerierte Flaschenpost mit einem kleinen Briefchen an die von ihnen angegebenen Retournieradressen zurück.

Folie 4

Im beiliegenden Briefchen wird erklärt, dass das jeweilige Stück umgestaltet und zurückgeschickt wurde, um herauszufinden, was mit ihm passiert. Es enthält eine Telefonnummer, unter der sich die Finderin oder der Finder melden kann.

Folie 5

Bei der Umgestaltung war uns wichtig, den Stücken etwas hinzuzufügen, in einer Art Potlatsch-Ökonomie etwas Wertvolleres zurückzugeben, als man erhalten hat.

Folie 6

Die Kleidungsstücke wurden zum Beispiel mit Bleiche individualisiert.

Folie 7

Mit GOTS-zertifizierten Stoffen oder Altkleiderteilen ergänzt und erweitert,

Folie 8

schnitttechnisch umgestaltet und aufgepeppt,

Folie 9

Stilistisch verändert: sexier oder

Folie 10

seriöser gemacht.

Folie 11

Mit handgefertigten Bildern ...

Folie 12

und Mustern versehen.

Folie 13

Mit Botschaften und Zeichnungen überformt,

Folie 14

bunter und gewagter gemacht,

Folie 15

zerstückelt und neu zusammengefügt.

Folie 16

Kein Stück war wie das andere. Vier Designerinnen – Esther Stögerer, Julia Radewald, Käthe Wilpert und ich selbst – haben ...

Folie 17

jedes davon in ein individuell gestaltetes Einzelstück verwandelt.

Folie 18

Für die Zusendung der bisher 15 bestellten Pakete von 10 verschiedenen Firmen war nur auf 4 ein Porto und 1 x ein CO2-Ausgleich von 25 Cent zu entrichten, der Retourenschein lag in 11 Fällen bei. Nur bei 2 Firmen – Amazon und Zara – musste er online erstellt werden. Die Liste der Begründungen, die man für die Retoure angeben soll, fällt unterschiedlich umfangreich aus: von 8 eher groben Kategorien bei Zalando bis zu detaillierten Begründungslisten mit 22 oder 32 Punkten, etwa bei Otto bzw. Tchibo.

Folie 19

Für die Rücksendung war in keinem einzigen Fall ein Porto oder eine Gebühr zu entrichten, im Gegenteil: Mit der Annahme der Retoure wurde das Porto in den meisten Fällen zurückerstattet. In vielen Fällen ging die Rücksendung nicht an den Absender, sondern an eine andere Adresse, bei 2 Firmen – H&M und Amazon – nach Polen.

Folie 20

Von den 15 zurückgesandten Kleidungsstücken wurden 13 anstandslos und mit vielem Dank zurückgenommen, in einigen Fällen unter Anstachelung der „Lust auf was Neues“ oder des Angebots einer Versandkostenflatrate.

Ein Anruf bei der angegebenen Nummer ist nie erfolgt ...

In *einem* Fall wurde die Retoure angenommen, aber das Geld ohne Angabe von Gründen nicht erstattet, auch nicht auf Nachfrage ...

Nur in einem einzigen Fall wurde die Retoure abgelehnt ...

Folie 21

And the winner is: Uniqlo! Die Begründung für die Ablehnung: Das Produkt sei nicht im Online-Shop gekauft worden, man solle es daher im Laden retournieren. Das stimmte zwar nicht. Dennoch haben wir beschlossen, ihm einen Ehrenplatz in der Retourenkollektion unseres Projekts „Become A-Ware“ zu geben.

Fazit:

- **Logistische Effizienz ist das Hauptelement beim Versandhandel und der Warenrücknahme.**
- **Design und Material sind bei den niedrigen Gestehungskosten vernachlässigbare Größen.**
- **Die Ware selbst ist gar nicht so wertvoll, dass der Kunde vor Glück schreien müsste.**
- **Sie ist in dem ganzen Prozess nur ein lästiges, wenn auch notwendiges Übel zur Generierung von Umsatz und Kundenbindung.**