

Retouren & Versandgebühren

Retourenmanagement im E-Commerce – So machen Sie das Beste draus

Deutschland ist Retouren-Europameister. Fast jedes vierte Paket wurde 2021 im deutschen Onlinehandel zurückgeschickt – vor allem im Bereich Fashion. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der Forschungsgruppe Retourenmanagement an der Universität Bamberg.

Passt der neue Pullover nicht oder sehen die Kissenbezüge in echt ganz anders aus als im Onlineshop, müssen Kunden den Retourenschein ausfüllen, die Ware wieder verpacken, den im Idealfall beiliegenden Retourenaufkleber anbringen und das Paket an den Carrier übergeben. Was für den Kunden einfach nur lästig ist, entwickelt sich für Onlinehändler zum echten Problem.

Denn: Retouren verursachen nicht nur enorme Kosten, sie sind auch vom Handling eine Herausforderung. Zu den größten Kostentreibern zählen die Prüfung, Sichtung und Qualitätskontrolle der zurückgesendeten Ware, die Porto- und Transportkosten, aber auch physische Prozesse wie die Annahme, Aufbereitung und Wiedereinlagerung der Artikel.

Retouren vermeiden – geht das?

Jein. Einige Retouren lassen sich schlicht und ergreifend nicht vermeiden. Gerade in der Fashionbranche plant rund jeder 3. Kunde die Retoure beim Kauf schon fest mit ein. Aber es gibt zahlreiche Möglichkeiten, die Retourenquote dennoch zu senken:

- Information: Je besser ein Kunde im Vorfeld informiert ist, desto unwahrscheinlicher sind Retouren aufgrund von falschen Vorstellungen. Bieten Sie deshalb ausführliche Produktbeschreibungen, detaillierte Bilder

und Videos, Kundenbewertungen oder andere Hilfestellungen wie eine Größenberatung.

- **Lieferzeiten:** Versuchen Sie schon im Onlineshop möglichst genaue Lieferzeiten zu nennen. So sieht der Kunde schon vorab, ob die als Geschenk gedachte Bestellung überhaupt rechtzeitig ankommt. Teilen Sie dem Kunden auch Änderungen am Liefertermin zeitnah mit.
- **Konsistenz:** Verwenden Sie ein durchgängiges Wording mit klaren, kurzen Texten, damit Ihr Kunde Warenkorb, Bestellbestätigung und andere Belege schnell und einfach mit der gelieferten Ware abgleichen kann.
- **Endkontrolle:** Pickfehler können vorkommen, sollten das Haus aber nicht verlassen. Eine scannergestützte Endkontrolle kann dabei helfen, Falschlieferungen zu vermeiden.
- **Payment:** Auch die angebotenen Zahlungsmodalitäten wirken sich auf die Retourenquote aus. Muss der Kunde die Ware bereits vorab bezahlen, informiert er sich in der Regel besser und retourniert damit auch seltener, als wenn bspw. auf offene Rechnung geliefert wird. Aber Achtung: Das muss gut überlegt sein, denn so sind Vorkasse-Zahlungsarten auch oft Umsatzverhinderer.

Den Retourenworkflow optimieren

Kommt es trotzdem zur Retoure, sollten Sie Ihren Kunden die Rücksendung so einfach wie möglich machen. So schaffen Sie trotzdem ein positives

Käuferlebnis und ebnen den Weg für potenzielle Folgekäufe. Dafür reichen schon einige wenige Handgriffe aus:

- Legen Sie dem Paket einen einfach auszufüllenden Retourenbeleg und ein selbstklebendes Retourenpaketlabel bei.
- Fragen Sie Ihren Kunden außerdem, was mit dem gegebenenfalls entstehenden Guthaben geschehen soll – Ihr ERP-System sollte eine schnelle und automatische Rückzahlung unterstützen.
- Und auch bei Ihnen im Lager gibt es einige Stellschrauben, um die Retourenabwicklung zu optimieren:
- Schulen Sie Ihre Mitarbeiter regelmäßig und stellen Sie gut ausgestattete Arbeitsplätze mit großen Bildschirmen und Funkscannern für maximale Bewegungsfreiheit zur Verfügung.
- Arbeiten Sie mit Barcodes und Scannern: Versehen Sie den Retourenbeleg mit einem Barcode der Rechnungsnummer, damit Ihr Mitarbeiter automatisch den richtigen Vorgang am Bildschirm sieht. Verwenden Sie scannergestützte Befehle, beispielsweise zum einfachen Auswählen der Retourengründe. Und machen Sie auch die einzelnen Positionen scannbar – so sieht Ihr Mitarbeiter gleich, ob der Kunde bspw. das rote T-Shirt in der Verpackung des zeitgleich gelieferten grünen T-Shirts retourniert hat und es wird nicht versehentlich der falsche Bestand erhöht.
- Idealerweise bietet Ihr System einen

Schnellerfassungsmodus, sodass eine Retoure nach der anderen zügig erfasst werden kann, ohne dass der Mitarbeiter an den Arbeitsplatz/die Tastatur muss.

- Verwenden Sie eine sinnvolle, standardisierte Klassifizierung der Retourengründe.
- Werten Sie die Retourengründe kontinuierlich aus und leiten Maßnahmen davon ab. Sprechen Sie bei Qualitätsproblemen mit Ihren Lieferanten und verfeinern Sie die internen Abläufe entsprechend.

Die Mischung macht's

Sie sehen – das leidige Thema Retouren wird aus dem E-Commerce wohl nie ganz verschwinden. Wer seine Retourenquote und vor allem auch die damit verbundenen Aufwände senken will, benötigt eine durchdachte Mischung aus präventiven Maßnahmen und schlanken Workflows im Hintergrund.

Ein ausführliches Whitepaper mit weiteren Tipps und Tricks zum effizienten Retourenmanagement finden Sie hier:

www.dug-software.de/Know-how/Retourenmanagement-im-E-Commerce-So-machen-Sie-das-Beste-draus

Autor: Andreas Brenk,
CEO D&G-Software GmbH

