

## RETOURENMANAGEMENT IM E-COMMERCE

So machen Sie das Beste draus

Der E-Commerce boomt ungebremst und konnte durch Corona weitere Marktanteile gewinnen. Kein Wunder, schließlich sind Onlinebestellungen für den Kunden bequem und unkompliziert. Zumindest dann, wenn die bestellte Ware auch die Erwartungen erfüllt. Passt der neue Pullover nicht oder sehen die Kissenbezüge in echt ganz anders aus als im Onlineshop, wird es oft umständlich. Kunden müssen 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.

### GROSSER AUFWAND, HOHE KOSTEN

Retouren verursachen nicht nur enorme Kosten, sondern sind auch vom Handling eine Herausforderung. Das EHI Retail Institute hat in seiner Studie „Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce“ 2021 u. a. die Kostentreiber bei Retouren untersucht:

- Knapp 65 Prozent der befragten Onlinehändler beurteilen die Prüfung, Sichtung und Qualitätskontrolle der zurückgesendeten Ware als größten Kostentreiber
- 49 Prozent bewerten die Versand- bzw. Porto- und Transportkosten der retournierten Artikel als entscheidende Kostentreiber
- Aber auch physische Prozesse wie die Annahme, Vereinnahmung und Identifikation (46 Prozent), die Aufbereitung, Reinigung und Reparatur (38 Prozent) sowie die Wiedereinlagerung der Artikel (32 Prozent) verursachen bei den befragten Händlern Kosten
- Der Wertverlust von Artikeln, die nicht mehr als A-Ware weiterverkauft werden können, stellt für immerhin 39 Prozent einen gravierenden Kostenfaktor dar

Zu allem Übel ist Deutschland auch noch Retouren-Europa-meister. Fast jedes vierte Paket wurde 2021 im deutschen Onlinehandel zurückgeschickt – vor allem im Bereich Fashion.



### D&G-SOFTWARE GMBH

- Wir entwickeln seit über 35 Jahren Softwarelösungen für den Omnichannel-Handel und sind Branchenexperten und Beratungsprofis für die Prozessoptimierung im Handel
  - Unser ERP-System, das D&G-Versandhaus-System VS/4, ist auf den Omnichannel-Handel optimiert
  - Als individuelle Standardsoftware ermöglicht es maßgeschneiderte Anpassungen und einfache Skalierbarkeit
  - Über 340 erfolgreiche Online-, Versand-, Filial-Händler setzen bereits auf unser mehrfach prämiertes und TÜV-zertifiziertes ERP-System
- [www.dug-software.de](http://www.dug-software.de)



Das sind schätzungsweise rund 530 Millionen Rücksendungen mit 1,3 Milliarden enthaltenen Artikeln. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie der Forschungsgruppe Retourenmanagement an der Universität Bamberg.

## KUNDENZUFRIEDENHEIT – DAS A UND O

Trotz aller Kosten und negativen Begleiterscheinungen von Retouren – das Kundenerlebnis im E-Commerce endet eben nicht mit der Warenlieferung. Ganz gleich, warum ein Artikel zurückgeschickt wird – Kunden erwarten einen schnellen und unkomplizierten Retourenworkflow. Gelingt dieser, können Händler trotzdem ein positives Einkaufserlebnis schaffen und den Weg für Folgekäufe ebnen. Dafür ist es wichtig, mit dem Kunden in Kontakt zu bleiben. Bestätigen Sie den Retoureneingang und nutzen Sie diesen Kontakt beispielsweise um eine Monatsneuheit zu präsentieren oder auf eine Sonderaktion hinzuweisen.

## RETOUREN VERMEIDEN – GEHT DAS?

Jein. Grundsätzlich gibt es zahlreiche Möglichkeiten, die Retourenquote schon im Vorfeld zu senken. Je besser ein Kunde vor dem Kauf informiert ist, desto unwahrscheinlicher sind Retouren aufgrund von falschen Vorstellungen.

- Bieten Sie ausführliche Produktbeschreibungen und professionelle, detaillierte Bilder (Beispiel beim TV: Alle Anschlüsse auf der Rückseite sollten als Zusatzbild gut zu sehen sein. So erkennt der Kunde, obwohl es auch im Text steht, dass das Gerät nur 2 HDMI-Anschlüsse hat, obwohl er doch unbedingt 3 benötigt)

- Auch mit Videos oder 360°-Ansichten, Kundenbewertungen und zusätzlichen Hilfestellungen wie einer Größenberatung können sich Kunden vorab bestmöglich informieren
- Technische Informationen sollten sinnvollerweise in einem getrennten, übersichtlichen Reiter untergebracht werden
- Versuchen Sie schon im Onlineshop möglichst genaue Lieferzeiten zu nennen. Sieht der Kunde, dass das Geschenk nicht mehr vor Weihnachten geliefert werden kann, kann auch das eine Retoure vermeiden. Nutzen Sie doch die Gelegenheit und motivieren Sie den Kunden stattdessen zu einem Gutschein als Geschenkalternative
- Die möglichst genauen Lieferzeiten auch in der Bestellbestätigung zu nennen, wird in vielen Fällen bereits gemacht. Jedoch sollten auch Änderungen am Liefertermin im Nachgang zeitnah kommuniziert werden. Informieren Sie den Kunden auch bei Teillieferungen und nennen Sie die noch zu liefernde Ware sowie die Liefertermine
- Eine übersichtliche Rechnung mit klaren, kurzen Texten ermöglicht dem Kunden die schnelle Zuordnung. Bleiben Sie hier im Wording konsistent. Die Begrifflichkeiten sollten im Warenkorb, auf der Bestellbestätigung und den folgenden Belegen übereinstimmen, damit der Kunde das Bestellte leicht mit dem Gelieferten abgleichen kann.
- Vermeiden Sie Falschlieferungen mit Hilfe einer qualifizierten Ausgangskontrolle. Bestenfalls werden Sie hier von Ihrem System unterstützt, das zum Beispiel Artikelbilder zur Kontrolle anzeigt. So sehen die Mitarbeiter ganz einfach, ob das grüne oder das rote T-Shirt richtig ist. Denn Pickfehler können vorkommen, sollten das Haus aber nicht verlassen, damit der Kunde nur das erhält, was er auch bestellt hat

Auch die angebotenen Zahlungsmodalitäten wirken sich auf die Retourenquote aus. Muss der Kunde die Ware bereits vorab bezahlen (Vorkasse), wird er sich vor dem Kauf in der Regel besser informieren, als wenn beispielsweise auf offene Rechnung geliefert wird. Der Nachteil: Vorkassen schöpfen nicht das mögliche Umsatzpotential aus, da der Kunde bereits bezahlen muss.





Trotz aller Maßnahmen – einige Retouren lassen sich schlicht und ergreifend nicht vermeiden. Gerade in der Fashionbranche plant rund jeder 3. Käufer die Retoure beim Kauf schon fest mit ein. Und erwartet dabei in der Regel eine kostenfreie und unkomplizierte Rücksendung.

Deshalb gilt es nicht nur präventive Maßnahmen zu ergreifen, sondern auch den Retourenworkflow selbst so effizient wie möglich zu gestalten.

## DEN RETOURENWORKFLOW OPTIMIEREN

Machen Sie Ihren Kunden die Rücksendung möglichst einfach. Dafür reichen schon einige wenige Handgriffe aus:

- Legen Sie den Retourenbeleg dem Paket bei. Dieser sollte eine vorgedruckte Auflistung der bestellten Artikel sowie eine einfach auszufüllende Spalte mit Menge und Retourengrund enthalten
- Verwenden Sie eine sinnvolle, standardisierte Klassifizierung der Retourengründe. Werten Sie diese zeitnah aus, um Rückschlüsse ziehen zu können, ob die Ware bspw. nicht optimal verpackt oder die Produktbeschreibung nicht ausreichend ist
- Legen Sie das Retourenpaketlabel dem Paket bei. Dieses sollte idealerweise selbstklebend sein, um dem Kunden so wenig Aufwand wie möglich zu bereiten

Kommt die retournierte Ware dann bei Ihnen im Lager an, gibt es ebenfalls einige Stellschrauben, um deren Abwicklung so einfach wie möglich zu gestalten.

- Eine Retourenbearbeitung setzt ein gutes Produkt- und System-Know-how voraus und sollte deshalb von entsprechend geschulten Mitarbeitern durchgeführt werden
- Stellen Sie dafür gut ausgestattete Arbeitsplätze bereit. Dazu gehören zum Beispiel große Bildschirme und Funkscanner (Bluetooth) für maximale Bewegungsfreiheit
- Versehen Sie den Retourenbeleg mit einem Barcode der Rechnungsnummer – dieser kann ganz einfach gescannt werden und der Mitarbeiter hat automatisch den richtigen Vorgang am Bildschirm
- Ermöglichen Sie auch eine scannergestützte Erfassung der Positionen. So sieht Ihr Mitarbeiter gleich, ob der Kunde beispielsweise das rote T-Shirt in der Packung des zeitgleich gelieferten grünen T-Shirts retourniert hat und es wird nicht versehentlich der falsche Bestand erhöht, weil das grüne T-Shirt zugebucht, aber das rote ins Lager geräumt wird
- 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. Dafür eignen sich auch scannergestützte Befehle beispielweise zum einfachen Auswählen der Retourengründe oder dem Vermerk, ob eine Ware noch brauchbar ist oder nicht
- Fragen Sie Ihren Kunden außerdem, was mit dem gegebenenfalls entstehenden Guthaben geschehen soll – Ihr ERP-System sollte eine schnelle und automatische Rückzahlung unterstützen

## 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.

## INTERESSE GEWECKT?

Egal, ob online, stationär oder omnichannel – mit dem D&G-Versandhaus-System VS/4 profitieren Sie von schlanken, kostensparenden Workflows und zahlreichen Funktionen für einen perfekten Kundenservice. Sprechen Sie uns an und optimieren auch Sie Ihren Handel mit dem VS/4!

 +49 7243 344-0

 [info@dug-software.de](mailto:info@dug-software.de)

 [www.dug-software.de](http://www.dug-software.de)