



# RETOURENHANDLING UND - VERMEIDUNG

Webinar 11.04.2023

## IDIH

- Das Institut des Interaktiven Handels wird von erfahrenen Führungskräften aus dem eCommerce getragen.
- Gegründet 2012, Gesellschafter: Bernd Kratz, Florian Seikel, Risto Pfalz, Wolfgang Oesert
- Unsere Kernkompetenzen:



Ihre Consulting Partner



Ihr Premium Marktplatz für Jobs



Ihr Partner für Events und Weiterbildung



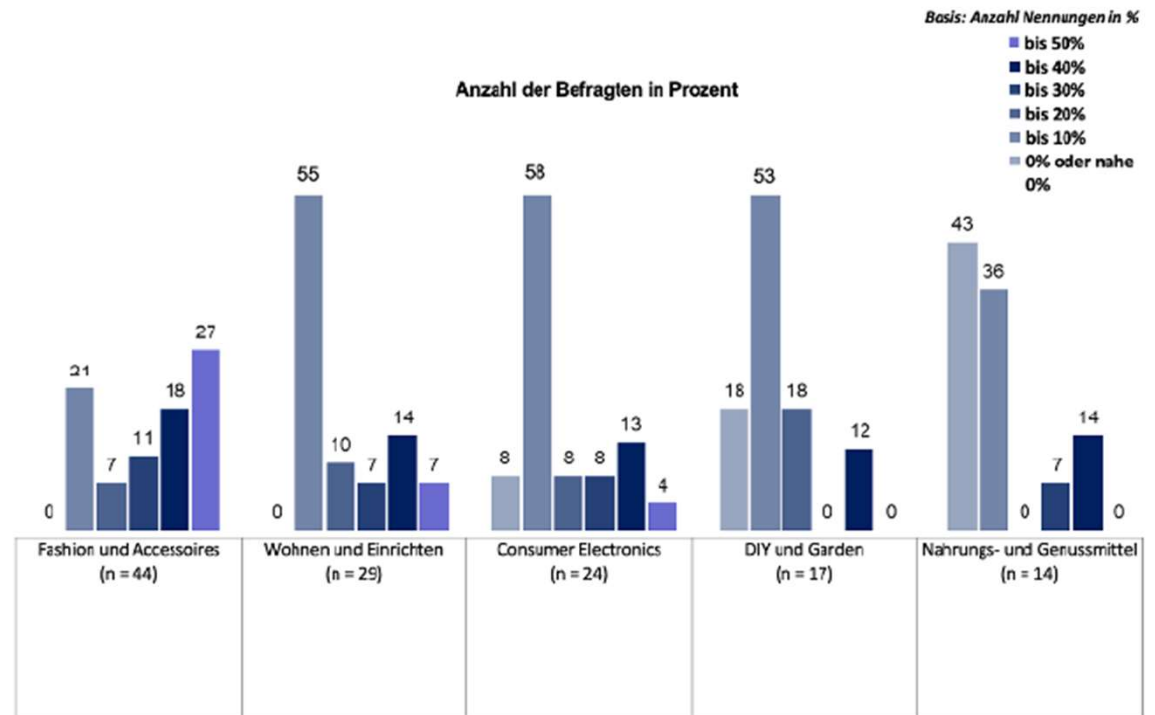


1

Worum es geht

# Retouren und e-Commerce

Wie hoch ist die Retourenquote Ihres Unternehmens



Frage: „Wie hoch ist die Retourenquote in Ihrem Unternehmen?“

Abbildung 1: Heinemann – Quelle: Statista (2018) auf Basis von Raben (2018); EHI (2019).

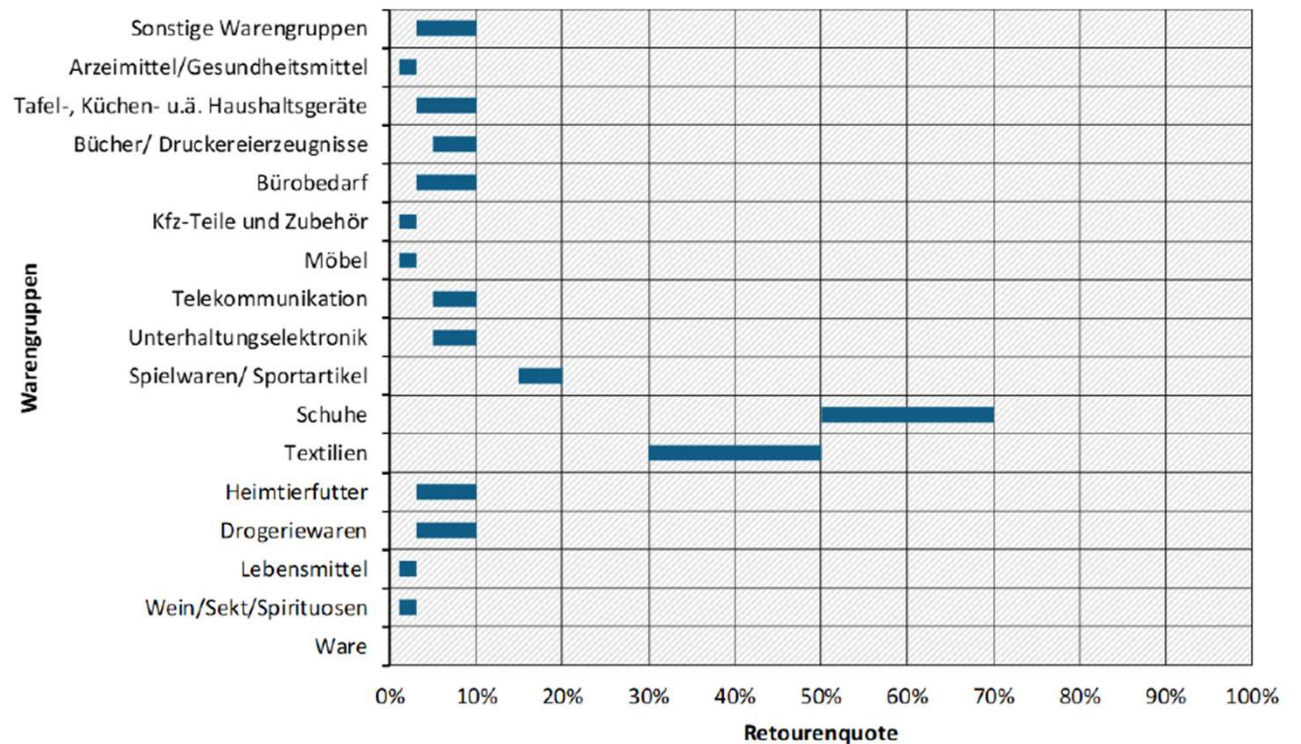
Quelle: Retourenkompendium des bevh

Welche  
Waregruppen  
sind  
besonders  
kritisch

Abbildung 29: Retourenquoten nach Warengruppen

Retourenquoten per Warengruppe

Quote angegeben als Spanne von minimaler bis maximaler Retourenquote



Quelle: GVM und Forschungsgruppe Retourenforschung Universität Bamberg

Quelle: Umweltbundesamt, Ökologisierung des Onlinehandels

# Welche Kosten entstehen durch Retouren

Anzahl Retouren pro Jahr	Prozesskosten
Weniger als 10.000 Retouren	17,70 Euro
Zwischen 10.000 und 50.000 Retouren	6,61 Euro
Über 50.000 Retouren	5,18 Euro

FH Wedel 2020 und  
iBusiness 2013:  
15,18 – 21,60 EUR

Abbildung 2: Heinemann – Quelle: iBusiness (2013); Asdecker (2014); Aumüller (2020).

Quelle: Retourenkompodium des bevh

# Zusammenfassung

Zunehmende Wahrnehmung durch die Öffentlichkeit, Medien und Politik erfordern auch von Unternehmen einen Fokus auf Retouren, die eine reine Kostenbetrachtung hinausgeht.

- Ökologie und Nachhaltigkeit
- Service und Convenience
- Kosten und Missbrauchsrisiko
- Verbraucherschutz

**Prof. Dr. Gerrit Heinemann: "Retouren sind ein natürlicher Bestandteil des Online-Handels"**

Quelle: Retourenkompendium des bevh



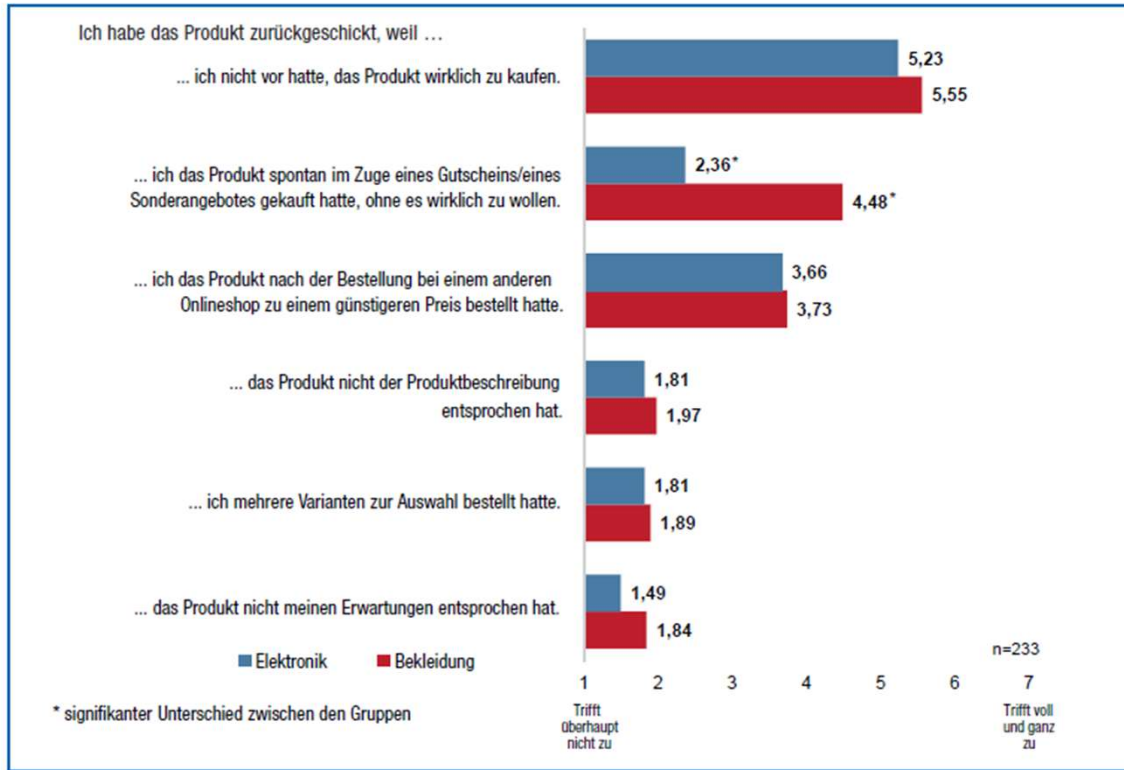
# 2

## Warum kommt Ware zurück



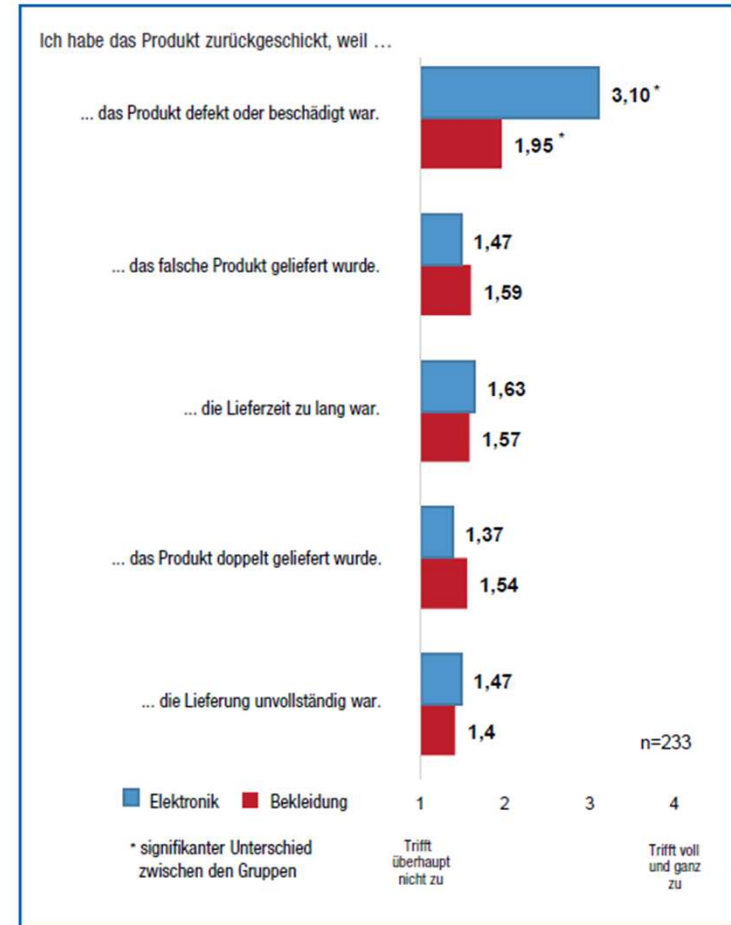
# Gründe für Retouren

Abb. 1: Subjektive Gründe für Retouren



Quelle: transfer - Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement 04/2021 Uni, Kassel

Abb. 2: Objektive Gründe für Retouren





# 3

## Retouren vermeiden

## Retouren vermeiden



Abbildung 3: Heinemann - Quelle: Eitel (2018) auf Basis von EHI.

Quelle: Retourenkompodium des bevh



Idea → plan → action

Unsere Empfehlung:  
Retourenmanagement



# 4

Retourenmanagement

Einflussgrößen messen und steuern

# Systematische Beeinflussung – Daten als Grundlage

Kategorie	Retourengrund	Textil Anteil an Retouren	Hardware / Technik Anteil an Retouren
Passform	zu weit / zu groß	21%	1%
	zu eng / zu klein	19%	1%
	zu lang	5%	-
	zu kurz	3%	1%
<b>Summe Passform</b>		<b>48%</b>	<b>3%</b>
Artikeldetails	Material gefällt nicht	8%	15%
	Form / Schnitt gefällt nicht	16%	3%
	Farbe / Muster gefällt nicht	6%	15%
	Auswahlbestellung	11%	9%
	Anders als Abbildung	2%	4%
<b>Summe Artikeldetails</b>		<b>43%</b>	<b>46%</b>
Sonstiges	Passt nicht zum Kombiartikel / Preis	2%	8%
	Artikel beschädigt / funktioniert nicht	1%	12%
	Lieferung zu spät / falsch	5%	16%
	Andere lieferbedingte Ursachen	-	7%
	Sonstiges	1%	8%
<b>Summe Sonstiges</b>		<b>9%</b>	<b>51%</b>

Praxisbeispiel: Auswertung der häufigsten Retourengründe für einen Textil- und einen Technikhändler. (Quelle: Hermes Fulfilment, E-Commerce-Tag Stuttgart 2013)

Datenbank als Grundlage für

- Qualitätsmanagement
- Sortimentssteuerung
- Lieferantensteuerung

# Systematische Beeinflussung - Angebot

- Content
- Qualitätsmanagement
- Lieferantensteuerung
- Sortimentssteuerung
- Retourengrunderfassung
- Kundenfeedback nutzen



# Systematische Beeinflussung - Logistik

KEP Dienstleister

- Zustellqualität
- Zustellgeschwindigkeit
- Kundeninformation
- Nachhaltigkeit





# Systematische Beeinflussung - Logistik

- Verpackung
- "Rücksendefähigkeit"
- Kommissionierqualität



# Systematische Beeinflussung - Kunden

- Hochretournierende Kunden
- Umgang mit Auswahlbestellungen
- Steuerung der Zahlarten
- Beteiligung an den Kosten
- Kundendialog

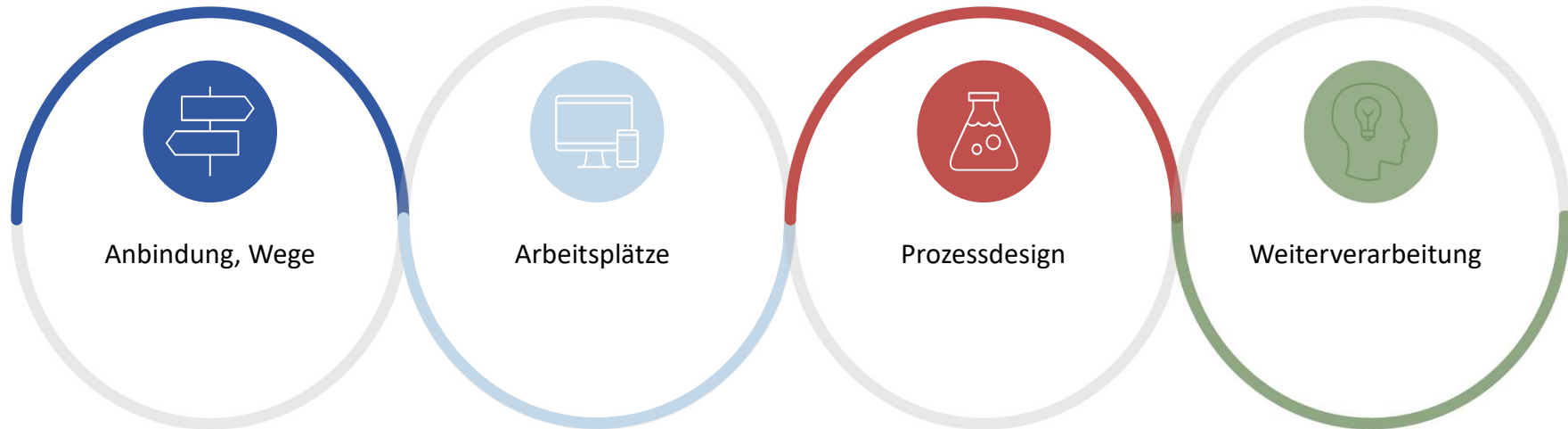




5

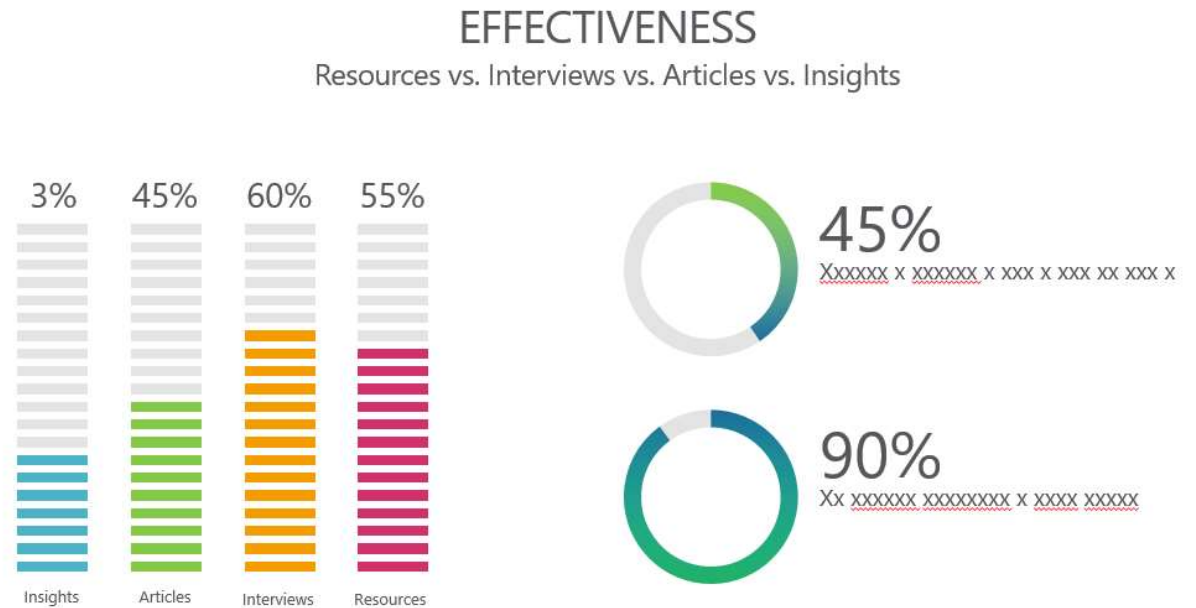
Effizient mit Retouren umgehen

# Bearbeitung von Retouren



# Retouren- bearbeitung Prozesse

- Kostentransparenz
- Durchlaufzeiten
- Personaleinsatzplanung
- Workflow
- IT-Unterstützung

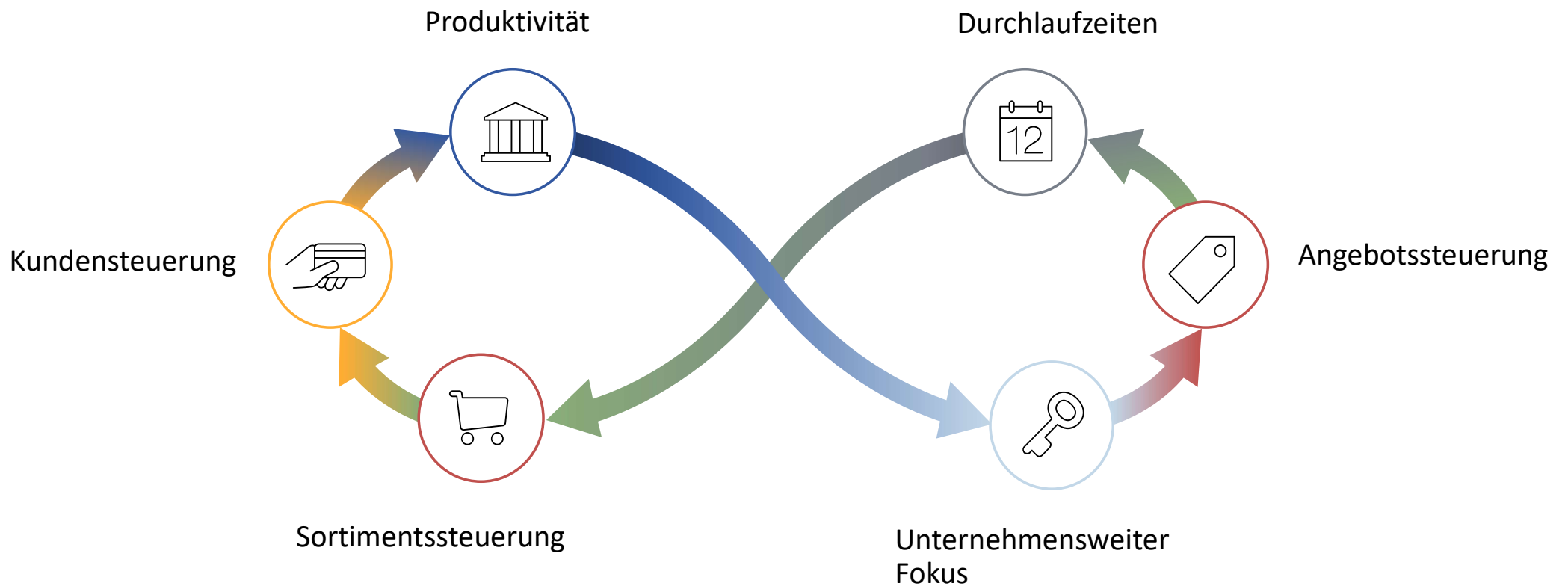


# Retouren- bearbeitung Aufbereitung

- Nähen
- waschen
- Bügeln
- Schrauben, kleben...

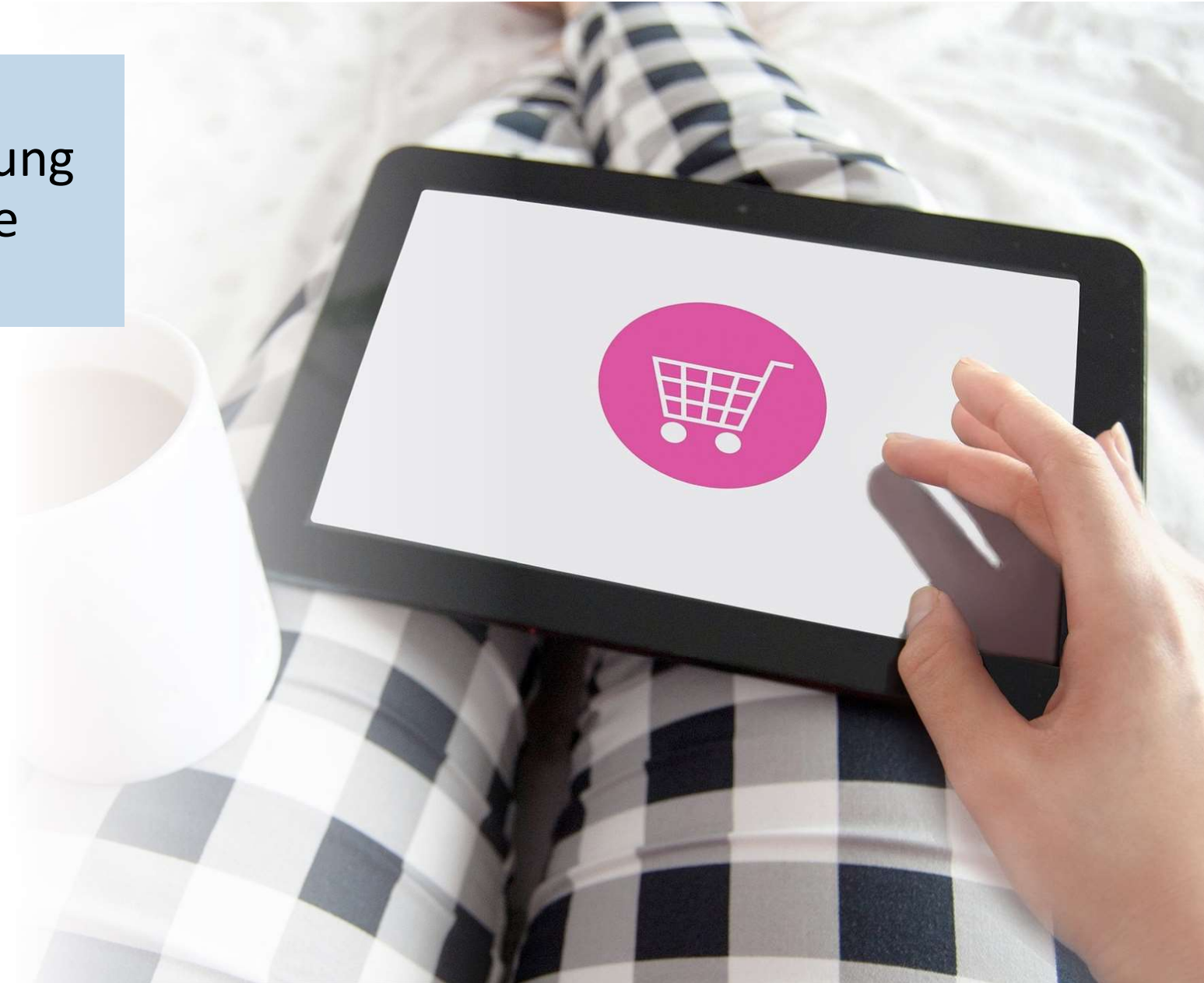


# Retourenmanagement – als ganzheitlichen Unternehmensaufgabe implementieren



## Retourenvermeidung innovative Ansätze

- Künstliche Intelligenz
- Virtuelle Ankleideräume
- Zertifizierung von Retourenprozessen







## WIR SIND FÜR SIE DA

**IDIH Institut des Interaktiven Handels GmbH**

**August-Kirch-Straße 15b**

**22525 Hamburg**

**E-Mail: [risto.pfalz@idih.de](mailto:risto.pfalz@idih.de)**

**Tel. +49 162 215 1500**