EHI-Studie

Effizienzsteigerung im Retourengeschäft

Dienstag, 15.11.2022

Die Retoure von Waren bedeutet für Händler einen erheblichen Aufwand und Kosten. Daher arbeiten viele Handelsunternehmen daran, diese zu vermeiden. Dazu gestalten sie ihre Prozesse z. B. durch weniger Arbeitsschritte einfacher und durch eine verbesserte Kommunikation mit der Kundschaft transparenter. Das zeigt die aktuelle EHI-Studie „Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce 2022“.

„Bei der Optimierung ihrer Retourenprozesse nutzen Händler vor allem immer mehr und bessere IT-Systeme und treiben die Automatisierung voran“, erklärt Andreas Kruse, Director Business Development beim EHI.

Retourenquoten auf hohem Niveau

Während der pandemiebedingten Lockdowns hat das Bestellaufkommen im Onlinehandel immens angezogen. Doch die naheliegende Vermutung, dass damit auch das Retourenaufkommen steigt, konnten die befragten Unternehmen kaum bestätigen. Nur 15% haben gestiegene Retourenquoten während der Pandemiezeit beobachtet. Von einem Rückgang berichten 19%. Bei Zwei Drittel der Teilnehmenden sei das Retourenaufkommen gleichgeblieben.

Erwartungsgemäß erreichen die Retourenquoten im Bereich Fashion und Accessoires die höchsten Werte. Rund ein Viertel der befragten Händler beziffert diese auf bis zu 50%, 12% geben sogar ein Aufkommen von bis zu 75% an. Zwar sieht das bei Sport & Freizeit etwas moderater aus, aber auch diese Sparte hat mit hohen Retourenquoten zu kämpfen. Bei 12% der Teilnehmenden liegt sie bei bis zu 25% und bei 14% haben Quoten von bis zu 50%.

Retourenvermeidung

Um ihr Retourenaufkommen zu verbessern, sorgen die Händler idealerweise bereits im Vorfeld dafür, dass Retouren erst gar nicht entstehen, was für 68% der Teilnehmenden die höchste Priorität im Retourengeschäft hat. Eine ganze Reihe an Maßnahmen steht den Händlern dabei zur Verfügung. Die mit Abstand wichtigste Maßnahme zur Vermeidung von Rücksendungen ist nach Ansicht von 86% der befragten Händler die detaillierte Produktbeschreibung im Onlineshop. Auf Platz 2 der Maßnahmen steht für 46% das Erforschen von Gründen für Retouren. Voraussetzung dafür ist eine gut funktionierende Kommunikation, z. B. über Apps und entsprechende Online-Plattformen, über die Kundinnen Retouren einfacher abwickeln und den Bearbeitungsstatus ihrer Retouren einsehen können. Eine weitere Voraussetzung ist eine gute logistische Infrastruktur, damit die einzelnen Arbeitsschritte wie die Rücknahme, Einlagerung und Einbuchung in der internen Supply Chain schnell von statten gehen kann. Auf Rang 3 der Maßnahmen steht für 42% die Beschädigung von Waren durch sichere Verpackungen zu vermeiden.

Effiziente Retourenverarbeitung

Auch den Prozess der Retourenverarbeitung versuchen die Händler effizienter zu gestalten. Etwa die Hälfte der befragten Unternehmen setzt dabei vor allem bei der Identifikation der Artikel inklusive Zuordnung zum Retourenauftrag an, die z. B. notwendig ist, wenn bei retournierten Artikeln das jeweilige Label entfernt wurde oder eine geringfügige Aufbereitung der Waren erforderlich ist. Um die Effizienz bei der Retourenverarbeitung zu verbessern, müssen Prozesse genau definiert sein und von den Mitarbeitenden eingehalten werden. Für 41% ist dies vor allem hinsichtlich der Sichtung und für 19% hinsichtlich der Aufarbeitung der Waren wichtig. Ebenfalls effizienzsteigernd ist es für 17%, wenn aufbereitete Top-Seller erst gar nicht wieder eingelagert, sondern direkt für neue Kundenaufträge zur Verfügung gestellt werden.

Effizienzsteigerung im Retourengeschäft