

Parcellab

Studie zum Retourenverhalten

Dienstag, 18.10.2022

Der Spezialist für Operations Experience Managements, Parcellab, hat im August 2.137 Verbraucher aus Deutschland ab 18 Jahren zu ihrem Retourenverhalten bei Online-Bestellungen befragt. Die Studie lautet: „E-Commerce Retouren: Was Kunden wollen und Händler bieten“.

Seit Händler wie Zara und H&M das Ende der kostenlosen Retouren angesagt haben, stellen sich andere Händler ebenfalls die Frage welchen Anteil Kunden bereits wären für Retouren zu zahlen. Aus diesen Gründen hat Parcellab die Studie durchgeführt.

Das Ergebnis: Die Erwartungen an eine gute Customer Experience bei der Rücksendung von Produkten unterscheiden sich erheblich je nach Geschlecht, Alter, Ausbildung, Einkommen, Region und sogar nach der bei der letzten Bundestagswahl gewählten Partei.

So stehen Frauen einer kostenpflichtigen Retoure skeptischer gegenüber als Männer. So gaben 60% der Männer an, generell oder zumindest unter Voraussetzungen – wie kostenlose Hinsendung oder Unterstützung von Klimaschutzprojekten – zahlen zu wollen. Bei den Frauen waren es nur 54%.

Bei den Altersgruppen waren jüngere Kunden (64%) eher bereit als die älteren Kunden, die nur mit einem Anteil von 55% dazu bereit wären Retouren zu zahlen.

Zusätzlich ist die Entscheidung vom jeweiligen Haushaltseinkommen abhängig, wobei diesbezüglich die Unterschiede nicht so groß sind, wie man vorerst glauben mag. 64% der Verbraucher mit einem Nettoeinkommen von 2.000 bis 5.000 Euro wären unter bestimmten Voraussetzungen bereit für die Retoure zu zahlen. Bei den Verbrauchern ab 5.000 Euro Netto waren es 67%.

Nach den Bundesländern sortiert ist Berlin am willigsten zu zahlen (66%), während Sachsen eher zurückhaltender ist (53%). Bei den Wählern der Grünen wären 68% bereit zu zahlen und bei den AFD Wählern nur 53%.

Retourenenerwartung nach Altersklassen laut Parcellab

18–24-jährige: Diese Altersgruppe retourniert am meisten. Sie haben jedoch das größte schlechte Gewissen dabei und die höchste Bereitschaft für die Retoure zu zahlen.

25–34-jährige: Sie sind für kostenpflichtige Retouren am stärksten durch das Argument zu gewinnen, dass mit dem Geld Klimaprojekte unterstützt werden. Mit durchschnittlich 3,86 Euro sind sie bereit das meiste Geld zu zahlen. Sie hassen es jedoch am meisten den Händler für eine Retoure zu kontaktieren und erwarten eine Rückgabefrist von bis zu 3 Monaten.

35-44-jährige: Sie sind die ungeduldigste Zielgruppe. Sie stornieren ihre Produkte am ehesten, wenn es zu langsamen Lieferungen kommt. Sie haben das höchste Interesse online Retouren in den Filialen zu erledigen und eine sofortige Gutschrift zu erhalten, statt auf eine Prüfung der Waren zu warten.

45-54-jährige: Diese Altersgruppe ist in Sachen Retoure die kapriziöseste. Sie akzeptieren kostenpflichtige

Retouren am wenigsten und warten am ungeduldigsten auf ihre Gutschrift.

55+: Diese Gruppe ist von allen die entspannteste. Sie retournieren am wenigsten und erwarten nicht mehr als 14 Tage Rückgaberecht. Sie würden jedoch für Umweltprojekte am wenigsten in die Tasche greifen und begrüßen eine Abholung der Retoure auch von Zuhause.

„Wer darüber nachdenkt, für seine Retouren Geld zu berechnen, muss seinen Kunden dafür dann aber eine perfekte Customer Experience liefern“, schlussfolgert Parcellab-Mitgründer Anton Eder aus den Studienergebnissen. „Die Erwartungen der Kunden unterscheiden sich stark je nach Alter, Geschlecht oder Lebenssituation. Das müssen Händler berücksichtigen, um ihren eigenen Kunden das bestmögliche Retourenenerlebnis bieten zu können.“

Studie zum Retourenverhalten

Links

- [Parcellab](#)