

Wann Kunden bereit sind, für Rücksendungen zu zahlen

✖ Das Widerrufsrecht ist für Händler einerseits eine Chance, sich positiv vom stationären Einzelhandel abzuheben, andererseits steigen die Retourenquoten. Unter welchen Voraussetzungen Online-Käufer für Retouren bezahlen würden, hat eine Studie herausgefunden.

Hier erfahren Sie mehr.

Eine **aktuelle Umfrage** unter den Lesern von shopbetreiber-blog.de hat es gezeigt. Fast 70 Prozent der Shopbetreiber fühlen sich durch die Ausübung des Widerrufs- oder Rückgaberechts in Deutschland beeinträchtigt.



Auch die Göttinger e-Commerce-Beratung **eResult** konstatiert, dass Versender, egal ob im Netz oder im Katalog, auf Grund so genannter Auswahlbestellungen vor allem im Modesortiment mit sehr hohen Retourenquoten kalkulieren müssen:

Im Modeversand ist es verbreitet, dass dem Kunden Verpackungs- und Versandkosten in Rechnung gestellt werden. Gerade deshalb bestellen viele Kunden ein Kleidungsstück in zwei Größen oder Farben. Man möchte sichergehen, dass sich die Bestellung gelohnt hat, indem man wenigstens ein Teil davon behält und dieses passt.

Dies führt bei den Händlern zu einer hohen Rücklaufquote. Die ebenfalls mit hohen Kosten (für Kontrolle der zurückgeschickten Ware, Neuverpackung, Wiedereinlagerung) verbunden ist.

In einer Verbraucherumfrage wollten die Marktforscher von eResult wissen, wie Shopbetreiber ihre Retourenquoten senken können ohne den Kunden zu verärgern.

Rücksendekosten ja, Versandkosten nein

Dazu wurden 600 Online-Shopper befragt. Rund 67 Prozent der Befragten wären bereit für die Rücksendung einen festen Betrag zu zahlen – in der Studie wurde der Betrag auf 3,50 Euro festgelegt –, wenn statt dessen die Versandkosten entfallen würden.



Wird in einem Online-Shop die Variante angeboten, dass nur bei Rücksendung Versandkosten in Rechnung gestellt werden, dann würden gut 40 Prozent ganz sicher auf Auswahlbestellungen verzichten und immerhin noch ca. 30 Prozent zumindest vielleicht. Also insgesamt wären mehr als 70 Prozent zumindest eventuell bereit, auf Auswahlbestellungen zu verzichten.

Die Auswertung der Begründungen/ offenen Textfeldern hat ergeben, dass die Vermeidung von Rücksendungen vor allem bei Mode kritisch gesehen wird. Den Befragten ist bewusst, dass bei Artikeln aus dem Modebereich es viel häufiger zu Retouren kommt als bei anderen Sortimenten. Dennoch zeigt sich, dass diese Option ein sehr gutes Potential aufweist, die Retourenquote zu senken.



So lange allerdings die Rechtsprechung in Deutschland an den Wünschen des Kunden vorbeigeht, müssen Versender ihr Retourenproblem mit herkömmlichen Strategien in den Griff bekommen. Eine Möglichkeit ist die Auslagerung des Retourenhandlings an einen Dienstleister. Mittlerweile bietet

beispielsweise **Amazon** im Rahmen seines Fulfillment-Services die Versand- und Retourenabwicklung auch für Händler an, die nicht auf dem Amazon-Marktplatz vertreten sind. Andere Anbieter sind unter anderem **Ereturn**, der sich auf die Retourenabwicklung spezialisiert hat oder **Bertelsmann**.