

Strategien zur Retourenvermeidung - Testen lohnt sich

☒ Viele Shopbetreiber haben sich Retouren als notwendigem "Übel" abgefunden. Doch es kann sich durchaus lohnen, aktiv gegen hohe Retouren vorzugehen. Denn immer wieder kommen neue Dienstleistungen und Features auf den Markt, die hier Abhilfe schaffen sollen.

Diese Strategien sollten Sie kennen.

Wie hoch die durchschnittliche Retourenquote im Online-Handel ist, lässt sich pauschal nicht beantworten. Dazu sind Retouren einfach zu sehr vom Sortiment abhängig. Während bei Technikartikeln die Rücksenderate bei ca. 15 Prozent liegt, kann bei Mode die 50 Prozent-Marke sogar weit überschritten werden, erklärt Dieter Urbanke, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hermes Fulfilment GmbH.

Vor allem im Modesortiment haben Shopbetreiber seit jeher mit den sogenannten Auswahlbestellungen zu kämpfen. Hierbei bestellt der Kunde bewusst einen Artikel in unterschiedlichen Größen und Farben. Was gefällt und passt, wird behalten, der Rest als Retoure an den Händler zurückgeschickt.

Für den Shopbetreiber bedeutet dies natürlich zusätzliche Kosten für die Rücksendung, Prüfung, Wiederaufbereitung und Einlagerung. Daher kann es sich durchaus lohnen, so genannte Hochretournierer gezielt anzugehen und zu versuchen, einen positiven Einfluss auf das Retourenverhalten zu nehmen.

Klar ist natürlich, dass auch Shopbetreiber selber ihren Anteil an hohen Retouren haben. Etwa dann, wenn es zu Packfehlern kommt, die Bilddarstellung eines Produktes fernab der Warenrealität ist oder der Shopbetreiber Nachlässig bei der Adressbereinigung ist.

Dazu haben die Händler unterschiedliche Strategien getestet. Ob und wie erfolgreich eine solche Maßnahme ist, muss jeder Shopbetreiber selber testen. Es gibt eine Vielzahl von Maßnahmen zur Retourenvermeidung, die ein Shopbetreiber kennen sollte. Wir haben die wichtigsten Strategien unter anderem auf Grundlage des Buches "Versandhandelsmanagement" von Dr. Jan Thieme zusammengefasst:

Kundenorientierte Maßnahmen

Telefonische oder schriftliche Ansprache von "Retourensündern" mit Hinweisen für das Retourenverhalten (z.B. Hinweis auf Maßstabellen, virtuelle Anproben oder Körperscanner).
als Folgemaßnahme gegebenenfalls Nichtbelieferung oder selektive Belieferung von Hochretournierern mit negativem Deckungsbeitrag.
Selektion von Retourensündern mit negativem Deckungsbeitrag aus der Aktivierung, keine Newsletter mehr, kein Katalog etc.

Sortimentsorientierte Maßnahmen

Verbesserung der Qualitätskontrolle hinsichtlich Funktionsfähigkeit, Passform etc.
Überprüfung von Lieferanten oder einzelnen Lieferpartien
Entfernung von Artikeln aus dem Sortiment
Bereit stellen von Ersatzartikeln zur Vermeidung weiterer Retouren

Kommunikationsorientierte Maßnahmen

Überprüfung, ob die Bildanmutung zu sehr von der Warenrealität abweicht
Verbesserung von Bedienungsanleitungen
Einsatz von Maßstabellen, Passformberatern, virtuellen Schneiderpuppen oder Körperscannern
Überprüfung der Retourenkommunikation (werden die Möglichkeiten zum Widerruf/Rückgabe zu plakatativ herausgestellt?)
Überprüfung des Agentenverhaltens im Call Center

Fulfillmentorientierte Maßnahmen

Qualitätsmanagement und Ursachenforschung in der Kommissionierung bei Packfehlern
Optimierung der Verpackung
Auswahl eines Zustellers mit mehreren und zeitlich flexiblen Zustellversuchen
Überprüfung der Abläufe in der Adressbereinigung
Komplettlieferung
zeitnahe Auslieferung (je später die Lieferung, desto höher der Wahrscheinlichkeit einer Rücksendung)

Dispositionorientierte Maßnahmen

eine bessere Warenverfügbarkeit reduziert Retouren

Abschlussfestigende Maßnahmen

Sie dienen dazu, beim Kunden ein positives Gefühl zu erzeugen, wenn er die Ware in den Händen hält.

Begrüßungs-Geschenke bei Neukunden
Überraschungsgeschenke
Erneute Bestätigung des Sicherheit-Aspektes durch Verwendung eines Gütesiegel-Logos auf einer Paketbeilage, der Kartonage oder den Geschäftsformularen (Rechnung, Lieferschein etc.)