

Je mehr Retouren, desto profitabler das Geschäft

✘ Für Zalando sind hohe Retourenquoten offensichtlich ein Zeichen wirtschaftlicher Prosperität. Im Gegensatz zur Mehrheit der Shopbetreiber in Deutschland sieht das Berliner Unternehmen die Rücksendung als einen wichtigen Faktor für den Erfolg des E-Commerce an.

“Die Länder mit der höchsten Retourenquote sind die profitabelsten.”

Mit diesem Statement zitieren die Medien einen Zalando-Sprecher zum Thema Retouren und dieser liegt damit voll auf der Linie von Zalando-Gründer Robert Genz. Dieser hatte gegenüber den Medien erklärt, warum Viel-Retournierer unter dem Strich für Zalando rentabler seien.

Offensichtlich stehen Genz und Zalando mit ihrer Meinung auf den ersten Blick ziemlich alleine da. Eine Stichprobe unter 345 Lesern hier bei uns im Blog brachte folgendes Resultat:

Zweidrittel der Shopbetreiber lehnten die Aussage von Genz, Retournierer seien die besseren Kunden, rundheraus ab. Dennoch haben sich fast 30 Prozent der Befragten der Meinung des Gründers angeschlossen.



Spalten Retouren die Branche?

Schaut man sich Studien und Medienberichte zum Thema in der jüngeren Vergangenheit an, so wird schnell deutlich, dass Umgang und Bewertung von Retouren mit der Unternehmensgröße zusammenhängen.

Sind umsatzstärkere Online-Shops einfach eher in der Lage Retouren zu steuern und die entstehenden Prozesskosten optimaler zu kanalisieren? Steuert Deutschland wohlmöglich auf einen Zwei-Klassen-E-Commerce zu?

[poll id="82"]

Auf der einen Seite die breite Masse der mittleren, kleinen und Kleinstunternehmen, die unter der Last der Rücksendungen zu leiden haben. Auf der anderen Seite die wenigen großen Online-Shops, bei denen Retouren zwar auch Kosten verursachen, die diese Kosten aber besser kanalisieren können.

Viele Shopbetreiber beklagen, unter anderem auch in den Kommentaren hier im shopbetreiber-blog, dass sich Retouren für ihren Online-Shop direkt negativ auf den Umsatz auswirken. In kleinen und Kleinstunternehmen werden Retouren in der Mehrheit der Fälle im eigenen Unternehmen bearbeitet. Bei großen E-Commerce-Unternehmen, jenseits eines Jahresumsatzes von 50 Millionen Euro, liegt der Anteil des Outsourcings dagegen bei fast 70 Prozent.

Die Big Player verfügen in der Regel über wesentlich mehr finanzielle Mittel, um kostenintensive Programme zur Retourenvermeidung einzusetzen. Zudem können sie das Retourenhandling wesentlich stärker Professionalisieren, als es vielen kleinen Händlern möglich ist.