



BRANCHENLÖSUNGEN

Retourenmanagement: So senken Sie Ihre Retourenquote

8 min lesen

23 Juni 2022



#e-commerce

#retourenmanagement

Ob Beautyartikel, Klamotten oder Elektronikartikel – wenn ein online bestelltes Produkt nicht passt oder den Erwartungen nicht gerecht wird, wird es einfach zurückgeschickt. Großzügige Rückgabefristen und ein kostenloser Rückversand erschweren jedoch den Wettbewerb für kleine bis mittlere Unternehmen immens und bieten daher immer wieder Grund zur Diskussion: Was passiert mit den Retouren? Wie viel kostet eine Rücksendung? Sollen Retouren künftig kostenpflichtig für Kunden sein? In diesem Artikel beantworten wir diese und weitere Fragen zum Retourenmanagement im Versandhandel und zeigen Ihnen, wie Sie als Händler Ihre Retourenquote senken.

Direkt zu diesen Themen:



- Definition: Was ist Retourenmanagement?
- Retourenquote berechnen: Unterschiedliche Arten
- Hintergrund: Warum gibt es so viele Retouren?
- Wie viel kostet eine Rücksendung im Durchschnitt?
- Warum ist Retourenmanagement so wichtig?
- Welche Folgen hat schlechtes Retourenmanagement?
- Retouren senken: 6 Tipps & Tricks wie es funktioniert
 - Detaillierte Produktbeschreibungen
 - Zuverlässiger Service
 - Erfahrungsberichte in den sozialen Medien
 - Realistische Lieferzeiten und Tracking
 - Richtige Verpackung für Ihre Ware
 - Kostenpflichtige Retouren für den Kunden
- Präventives Retourenmanagement und reaktives Retourenmanagement
- Retourenmanagement-Software: Retouren leicht gemacht
- Retourenmanagement mit optimalen Verpackungen von RAJA

Definition: Was ist Retourenmanagement?

Retourenmanagement (englisch Returns Management) ist eine Teildisziplin des Supply Chain Managements und beschreibt im Allgemeinen das Management von zurückgesendeter Ware. Das [Gabler](#)



die **Kundenzufriedenheit** sichergestellt, ein Wiederverkauf des Produktes vorbereitet und eine positive Weiterempfehlung gesichert werden.

Ziel des Retourenmanagements ist eine kostengünstige und kundenorientierte Organisation, Vermeidung von unnötigen Retouren sowie die Gewinnmaximierung des Wertschöpfungssystems. Ein erfolgreiches **Retourenmanagement im E-Commerce** sorgt dafür, dass Rücksendungen im Voraus vermieden werden und nach der Bestellung für den Kunden möglichst angenehm, unkompliziert und zeitlich wenig aufwändig gestaltet werden, beispielsweise mit einem beigelegten Retourenschein. Ab Erhalt der Ware gilt europaweit ein **14-tägiges Widerrufsrecht**. Dazu ist eine eindeutige schriftliche Erklärung notwendig, wo jedoch keine Gründe für den Widerruf genannt werden müssen.

Retourenquote berechnen: Unterschiedliche Arten

Die Retourenquote beschreibt das **prozentuale Verhältnis zwischen retournierter und insgesamt verkaufter Ware**. Die Retourenquote lässt sich sowohl bezogen auf die Menge als auch auf Geldeinheiten berechnen. Es wird zwischen drei unterschiedlichen Retourenquoten unterschieden:

Alpha-Retourenquote = Anzahl der zurückgesendeten Pakete

$$\text{Alpha-Retourenquote} = (\text{Anzahl retournierter Pakete}) / (\text{Anzahl versendeter Pakete}) \times 100$$

- Die Alpha-Retourenquote eignet sich zur besseren Planung und Optimierung von paketbezogenen Bearbeitungsprozessen.

Beta-Retourenquote = Anzahl der zurückgesendeten Artikel

$$\text{Beta-Retourenquote} = (\text{Anzahl retournierter Artikel}) / (\text{Anzahl versendeter Artikel}) \times 100$$

- Um Artikel zu identifizieren, die einen hohen Rücksendeanteil aufweisen, sollte die Beta-Retourenquote betrachtet werden.

Gamma-Retourenquote = Wert der zurückgesendeten Artikel

$$\text{Gamma-Retourenquote} = (\text{Wert retournierter Artikel}) / (\text{Wert versendeter Artikel}) \times 100$$

- Die Gamma-Retourenquote ist hingegen preisbezogen und gibt Händlern schnell einen Überblick über den Warenwert, der retourniert wird.

Übrigens: Viele Händler bieten ihren Kunden einen kostenlosen Rückversand an. Muss der Käufer hingegen für den Rückversand selbst aufkommen, dann muss der Händler den potenziellen Kunden im Vorhinein, also bevor die Bestellung abgeschlossen wird, darüber informieren.

Hintergrund: Warum gibt es so viele Retouren?

Es gibt zahlreiche Argumente, warum bestellte Waren wieder zurückgesendet werden. Im Rahmen einer repräsentativen [Studie des Österreichischen E-Commerce-Gütezeichens](#) wurden 1.000 Österreicher/innen zu ihrem Rücksende-Verhalten beim Online-Shopping befragt:

- Artikel passt nicht (74%).
- Artikel gefällt nicht (41%).

Andere Gründe für Rücksendungen sind beispielsweise:

- Die falsche Ware wurde geliefert.
- Es handelte sich um einen Impulskauf, den der Kunde nun bereut.
- Der Artikel wurde zu spät geliefert und der Kunde benötigt ihn jetzt nicht mehr.
- Der gelieferte Artikel gefällt dem Kunden nicht (mehr).
- Der Kunde hat mehrere Alternativen bestellt (z.B. verschiedene Farben und Kleidergrößen).



Wie viel kostet eine Rücksendung im Durchschnitt?

Für eine Rücksendung fallen versteckte Kosten für den Transport, die Vereinnahmung, die Aufbereitung und die Administration an. Im Durchschnitt liegen diese Kosten bei einer Höhe von 7,93 Euro. Bei einer [Studie in Deutschland](#) von Retourenforschung.de mit 302 Versandhändlern wurden folgende Prozesskosten in Abhängigkeit von der Retourenanzahl errechnet:

Anzahl Retouren pro Jahr	Prozesskosten
Weniger als 10.000	17,70 €
Zwischen 10.000 und 50.000	6,61 €
Über 50.000	5,18 €

Kleinere bis mittelständische Unternehmen mit wenigen Retouren tragen höhere Kosten pro Paket als Großunternehmen mit sehr vielen Retouren. Außerdem sind die Prozesskosten stark vom jeweiligen Produkt abhängig: Kleidung verursacht geringere Kosten als Möbel oder Elektroartikel. Zusätzlich ist der Wertverlust der Ware zu beachten, da durch eine Rücksendung ein Artikel nicht mehr als Neuware verkauft werden kann. Stattdessen wird das Produkt als Gebrauchtware angeboten, gespendet oder gar entsorgt.

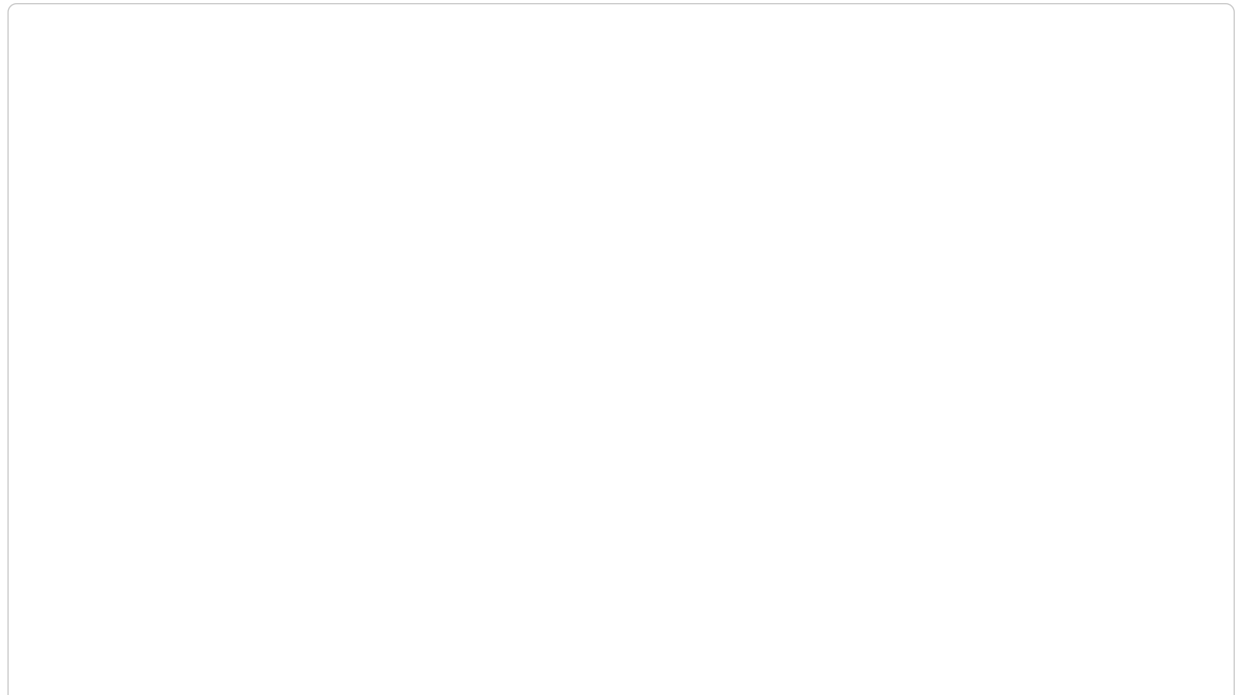
Warum ist Retourenmanagement so wichtig?

Retourenmanagement ist ein **Erfolgsfaktor im E-Commerce**. Jede einzelne Rücksendung mindert den Gewinn eines Unternehmens, sorgt für zusätzlichen Aufwand und verursacht Kosten. 2021 wurden von 139 Millionen Paketen, 46 Millionen Pakete retourniert.

Welche Folgen hat schlechtes Retourenmanagement?

Jede einzelne Rücksendung kostet das Unternehmen Zeit und ein Mehr an logistischem Aufwand. Retouren sind allerdings nicht nur ein **Kostenfaktor**, sondern sind zeitgleich **schlecht für die Umwelt und das Klima** – 238.000 Tonnen CO2-Emissionen entstehen nach einer [Studie von Businessinsider](#) im Jahr durch Retouren.

Als Unternehmer müssen Sie die Folgen für eine eventuelle Retoure einkalkulieren. So steigt bei einigen Artikeln der Preis. Die Ware kann in manchen Fällen für den gleichen Preis verkauft oder bei leichten Beschädigungen billiger abgegeben werden. Da jedoch häufig die Kosten für eine Wiederaufbereitung der Ware den Verkaufspreis übersteigen, landen viele Artikel nach der Inspektion und Bewertung auf dem Müll.



Retouren senken: 6 Tipps & Tricks wie es funktioniert

Wie Sie einige Ihrer Retouren im Vorfeld vermeiden und Ihre Retourenquote senken, zeigen wir Ihnen anhand von sechs Empfehlungen. **Das Wichtigste ist jedoch:** Lernen Sie aus den bereits zurückgekommenen Retouren. Nutzen Sie die Daten und versuchen Sie die eventuell genannten Gründe Ihrer Kunden zu verstehen und entgegenzuwirken.

Detaillierte Produktbeschreibungen

Je mehr Information die Produktseite liefert, desto geringer die Wahrscheinlichkeit einer Retoure. Das A und O sind dabei echte Produktbilder, eine genaue Beschreibung aller Funktionen sowie die Einbettung von Kunden-Bewertungen. Zusätzlich können häufig gestellte Fragen als FAQ vorgestellt und Hilfe direkt über einen Live-Chat angeboten werden.

Zuverlässiger Service

Media gesetzt.

Erfahrungsberichte in den sozialen Medien

Stellen Sie Ihre Produkte und deren Funktionen mithilfe von Videos und Tutorials genauer vor. Erfahrungsberichte von ausgelosten Kunden können auf den sozialen Medien verbreitet werden und sorgen für Authentizität und Vertrauen. Durch aktives Content-Marketing können Sie Blog- oder Ratgeberbeiträge publizieren und Ihre Kunden rund um Ihre Branche und über neue Produkte informieren.

Realistische Lieferzeiten und Tracking

Vor jeder Bestellung sollte dem Kunden eine realistische Lieferzeit angezeigt werden. Diese ist je nach Produktart unterschiedlich. Ist die Bestellung abgeschlossen, sollte der Kunde jederzeit die Möglichkeit haben, den aktuellen Ort seines Paketes zu erfragen und zwischen verschiedenen Zustelloptionen zu wählen.

Richtige Verpackung für Ihre Ware

Verbessern Sie Ihr Retourenmanagement mit der richtigen Verpackung. Schützen Sie Ihre Ware während des Transports mit einem geeigneten [Versandkarton](#), einem feuchtigkeitsabweisenden [Versandbeutel](#) oder mittels praktischen [Versandrohren](#). Versenden Sie umweltfreundlich und ermöglichen Sie einen einfachen Rückversand durch [wiederverschließbare Kraftpapier-Versandbeutel](#).

Kostenpflichtige Retouren für den Kunden

Je nach Art der Ware können Sie Ihre Retouren für den Kunden kostenpflichtig machen. Beispielsweise können Sie für Textilien einen kostenlosen Rückversand anbieten, jedoch muss der Kunde für Elektrogeräte und Möbel die Kosten einer Rücksendung selbst übernehmen. Zudem unterliegen personalisierte Artikel nicht dem üblichen Retouren-Recht. Passen Sie also die Retouren-Optionen an Ihre Ware an! Hier müssen Sie zwischen Kundenservice und Nachhaltigkeit abwägen. Kommunizieren Sie in jedem Fall Ihre Entscheidung – viele Kunden schätzen [Umweltbewusstsein](#) bei Händlern.

Präventives Retourenmanagement und reaktives Retourenmanagement

Beim Retourenmanagement unterscheidet man zwischen dem präventiven und dem reaktiven Retourenmanagement. Präventives oder **proaktives Retourenmanagement** umfasst alle Maßnahmen zur Vermeidung von Retouren bei der Bestellung durch den Kunden – beispielsweise durch detailreiche Beschreibungen oder die Einbettung von Tutorials. Hingegen meint reaktives Retourenmanagement alle Maßnahmen zum effizienten Handling von Retouren und wie diese gegebenenfalls wieder in den Warenkreislauf eingeführt werden können.

Retourenmanagement-Software: Retouren leicht gemacht



Einlagerung in das Retourenlager sowie die Bearbeitung des Reklamationsfalls. Alle Abläufe werden im System ebenso grafisch abgebildet und helfen Ihnen dabei, Retouren leichter und schneller zu bearbeiten. Software-Lösungen sind beispielsweise:

- [Select Line](#)
- [Dematic](#)
- [Pagato](#)

Retourenmanagement mit optimalen Verpackungen von RAJA

Die [RAJA-Gruppe](#) hat sich der aktiven und nachhaltigen Verringerung des ökologischen Fußabdrucks verschrieben: Wir bieten Ihnen alternative, wiederverwendbare Verpackungslösungen aus Karton, recyceltem Plastik und nachwachsenden Rohstoffen. Mit der richtigen Verpackung verbessern Sie Ihr [Retourenmanagement](#).

Im Übrigen: So gehen wir mit dem Thema [Rückgaberecht und Rücksendungen bei RAJA](#) um.

Leave a reply

Your email address will not be published. Required fields are marked *

Kommentar*

Name*

E-Mail*

Website



Ich bin kein Roboter.

reCAPTCHA

[Datenschutzerklärung](#) - [Nutzungsbedingungen](#)

☐ Ich habe die [Datenschutzbestimmungen](#) gelesen und stimme ihnen zu.*

KOMMENTAR ABSCHICKEN

Verwandte Artikel



BRANCHENLÖSUNGEN

Gebrauchte Kleider verkaufen – so geht Second Hand

#e-commerce

#versenden

7 min lesen

17 Juli 2019

BRANCHENLÖSUNGEN

Individuelle Verpackung im E-Commerce – Ein Leitfaden

#e-commerce

#schützen

11 min lesen

10 Februar 2021

Kategorien

NEWS UND TRENDS

KNOW HOW

BRANCHENLÖSUNGEN

KOSTEN- UND PROZESSOPTIMIERUNG

RAJA INSIGHTS

Die Gruppe RAJA
präsent in 19 europäischen Ländern**9.000 Produkte verfügbar**
geliefert in 2-3 Tagen**2.000.000 Kunden**
in Europa**Über RAJA**

Wer wir sind
Die RAJA-Gruppe
Unsere Services
Unser Engagement
Karriere

Unsere Produkte

E-Commerce-Verpackungen
Umweltfreundliche Verpackungen
Lagerausstattung
Geschenkverpackungen
Arbeitssicherheit und
Gesundheitsschutz

Hilfe

FAQ
Unsere Kontaktdaten
Unsere Webseite

Kontakt

E-Mail: info@rajapack.at
Tel: 0810 400 306 (0,07€/Min.)