

ONLINE-SHOPS: WIE DIE RETOURENQUOTE SINKT

ÄRGER IN PROFIT WANDELN

Für viele Online-Händler gehört das Management von Retouren zum Tagesgeschäft. Dabei gilt zum einen, die Verwaltungskosten so gering wie möglich zu halten, und zum anderen, stets im Sinne des Kunden Gutschriften zu erteilen oder neue Ware zu versenden.

Experten sind sich einig: nur etwa 15 Prozent aller Online-Shops arbeiten rentabel. Vor allem kleine und mittlere Verkaufsplattformen leiden unter hohem Kostendruck. Nikolaus Mohr spricht davon, dass bis in fünf Jahren 90 Prozent aller reinen Online-Shops dicht machen. Der Münchner Professor hat für dieses Urteil zig Studien ausgewertet, die am Institut für Handelsforschung entstanden sind. Bei der Ursachenforschung, warum die Shops schließen werden, ist das Thema Retourenquote ganz weit vorne. Bis zu 60 Prozent Rückläufer sind in einigen Branchen für online bestellte Waren keine Seltenheit. Vor allem Kleidung und Schuhe sind von Rücksendungen betroffen. Im Durchschnitt hat immerhin noch mehr als ein Fünftel der Online-Händler eine beachtliche Retourenquote von mehr als 25 Prozent. Ein weiteres Fünftel muss immer noch zehn Prozent zurücknehmen.

Falko Keller vom Web-Shop-Spezialisten Erdt kennt die Ursachen. „Retouren lassen sich im Vorfeld vermeiden“,

behauptet der Viernheimer. Aus Rücksendungsanalysen weiß er, dass gelieferte Waren und Kundenvorstellung oft auseinanderklaffen. „Die Leute bestellen und sind dann enttäuscht, wenn sie die Ware auspacken“, erklärt Keller. Etwa weil Größe oder Farbe nicht der Darstellung im Netz entsprechen. Folglich lohnt es sich, in exakte Beschreibungen zu investieren. „Hochwertige Produktfotos sind das A und O“, ist Kellers Bilanz. Daneben sollte es klar verständliche und ausführliche Produkttexte geben. Hilfreich seien zudem kurze Erklär-Videos, wenn es sich um technische Geräte, Sport-Equipment oder Haushaltswaren handelt. „Wenn das Handling gut erklärt ist, senkt das die Retourenquote“, verdeutlicht Keller. Ebenso hilfreich wären das Verlassen der Zweidimensionalität und 360-Grad-Ansichten.

360-GRAD-ANSICHTEN

Die virtuelle Umkleidekabine

Mit diesem Wissen testen beispielsweise Mode-Shops inzwischen virtuelle Umkleidekabinen. Dort können Kunden sich oder einem vergleichbaren Model Klamotten virtuell anziehen. Nutzer, die darüber bestellen, schicken deutlich weniger Waren zurück, weil sie die Mode an sich gesehen haben – so die Idee. Dem gleichen Prinzip folgen Live Chats oder Hotlines, die die Web-Shop-Betreiber anbieten. Über sie kann der Nutzer bereits vor und während des Kaufens Fragen stellen. Ein virtueller Berater antwortet darauf unmittelbar. „Die Shops greifen damit den letzten Vorteil des stationären Handels auf“, meint Keller. Aus einem unpersönlichen Kaufklick entstehe so eine persönliche Beziehung.

Ist die Ware bestellt, kommt die nächste Hürde: Eine perfekte Lieferung sei vor allem bei mehrteiligen Bestellungen nach wie vor fehleranfällig. Oft fehlt ein Teil oder es werden schlicht die falschen Waren zusammengepackt. Keller weiß daher, wie wichtig ein funktionierendes Qualitäts-Management-System ist. Wer Retouren vermeiden will, muss hier investieren, ist seine These.

Der Schlüssel zum Erfolg seien Mitarbeiterschulungen. „Nur wer exakt weiß, was er verpackt, kann Fehler vermeiden“, so der Experte.

Kommt es trotzdem zur Retour, stecken weitere Verlustgrößen in den Abrechnungssystemen – Beispiel Gutschrift. Diese für einen zurückgesandten und zuvor per Kreditkarte bezahlten Artikel zu erstellen, erscheint einfach. Was aber passiert, wenn von drei bestellten Artikeln ein bereits reduzierter Artikel retourniert wird, wobei der Auftrag zu 80 Prozent mittels Kreditkarte und der Rest mit einem Gutschein bezahlt worden ist? Dazu ist vielleicht noch die Lieferung bei drei Positionen portofrei, nach der Retour gilt die Portofreiheit allerdings nicht mehr. Durch solche – alltäglichen – Fälle wird Retouren-Management zum vielschichtigen Prozess. Abhilfe schafft ein System, das alle Aufträge und Retouren kennt und berücksichtigt. Dieses veranlasst dann die neue Ausgabe von anwendbaren Coupons und Gutscheinen oder berechnet den Warenkorb mit geänderten Parametern neu. Je nach Bedarf wird eine weitere Zahlung oder eine Teilgutschrift des Differenzbetrags veranlasst, betont Keller. Fazit: Wer Rücksendungen vermeiden will, sollte in die Produktpräsentation sowie in vor- und nachgelagerte Prozesse investieren. ➔

MICHAEL SUDAHL

KURZ-MELDUNGEN

PRODUKTE

PARTNERSCHAFT VEREINBART

Das Systemhaus Anubex und der IT-Projektspezialist Optik Consulting haben eine Partnerschaft für die Portierung von Legacy-Systemen vereinbart, um Kunden bei der Migration von Altsystemen besser unterstützen zu können.

EXPANSION IN WESTEUROPA

Das wachsende Technologieberatungsunternehmen Dataart gibt mit der Eröffnung zweier Büros in München und Breslau seine Expansion in Westeuropa bekannt. Dieser Schritt soll die Zahl der weltweiten Niederlassungen auf 15 bringen.