

# Erfolgsstrategie für Ihr Retourenmanagement

So meistern Sie das Retourendilemma



# Retouren: ein milliarden- schweres Problem für den Einzelhandel

<sup>1</sup> Accenture, „Returns: The Value Conundrum“ 

<sup>2</sup> Financial Times, „UK Retailers count the cost of returns“ 

Zurzeit liegen alle Hoffnungen des Einzelhandels auf einer pandemiebedingten Peak Season – kein Wunder also, dass E-Commerce-Bestellungen aller Voraussicht nach die Rekorde dieses Jahres übertreffen werden. Doch mit dem Anstieg der Bestellvolumen wird mit Sicherheit auch ein Anstieg der Retouren einhergehen. Und sofern Händler keinen Plan für eine effektive Abwicklung dieser Rückläufer haben, müssen sie damit rechnen, dass ihre astronomischen Umsätze durch schrumpfende Gewinne und eingefrorene Bestände ausgehöhlt werden.

Im E-Commerce sind Retouren naturgemäß weitaus üblicher als im Geschäft, wo Kunden zumindest die Möglichkeit haben, Waren vor dem Kauf aus- bzw. anzuprobieren. Wie Accenture berichtet, ist die Wahrscheinlichkeit, dass Verbraucher Artikel online zurückgeben, dreimal höher als im Ladengeschäft<sup>1</sup>. Noch wahrscheinlicher sind Retouren rund um Feiertage wie beispielsweise Weihnachten, wenn Kunden zu spontanen Kaufentscheidungen gedrängt werden. In der pandemiebedingten Peak Season dürften Online-Retouren ganz neue Dimensionen erreichen.

Über Jahre hinweg ignorierten viele Einzelhändler das Thema Retourenmanagement geflissentlich, heute aber gelten Rückgaben mehr oder weniger als Verbraucherforderung, die sich nicht einfach abtun lässt. Phänomene wie das sogenannte „Bracketing“, wenn Kunden mehrere ähnliche Artikel kaufen, von denen sie letztendlich nur einige

behalten, sind in der heutigen E-Commerce-Landschaft gang und gäbe. Trends wie Abonnement-Boxen und „Try before you buy“-Finanzierungsmodelle haben die Erwartungen der Verbraucher in Richtung eines völlig unverbindlichen Shoppings weiter befeuert.

Das Problem mit Retouren ist, dass sie zwar für Verbraucher toll sind, Einzelhändlern aber teuer zu stehen kommen können. Nicht ohne Grund werden sie als Milliarden-Dollar-Problem bezeichnet – laut KPMG kann die Rückgabe eines Artikels doppelt so teuer wie dessen Versand sein<sup>2</sup>. Der Grund: Die Rückwärtslogistik, häufig auch als Reverse Logistics bezeichnet, ist von Natur aus deutlich schwieriger zu managen als die Vorwärtslogistik. Wird sie nicht effizient abgewickelt, kann sie Gewinnspannen schnell auffressen und wertvolle Lagerbestände einfrieren.


Aber ehe Sie nun denken, dass es sich für Sie möglicherweise nicht lohnt, Retouren anzubieten, überlegen Sie, welche Kosten Ihnen entstünden, wenn Sie sie *nicht* anbieten würden. Für immer mehr Verbraucher sind kostenlose Retouren eine absolute Verständlichkeit. Wenn Sie diese Erwartung nicht erfüllen, gehen die Verbraucher einfach zu anderen Anbietern. Laut einer Studie von Metapack entscheiden sich 46 % der Verbraucher aufgrund der schlechten Retourenbedingungen von Händlern gegen einen Kauf. Das Dilemma: Sie wollen kein Geld verlieren, weil sie Retouren anbieten. Aber sie wollen auch kein Geld verlieren, weil sie *keine* Retouren anbieten.

Um einen Ausweg aus dieser Zwickmühle zu finden, brauchen Händler also ein Retourenmodell, das sowohl attraktiv für ihre Kunden als auch effizient, kostengünstig und intelligent ist. In diesem Leitfaden beleuchten wir drei praktische Schritte, auf die erfolgreiche Online-Händler setzen, um das Retourendilemma zu meistern.



## 30 %

höhere **Retourenwahrscheinlichkeit** bei Online-Käufen

Quelle: Accenture, „Returns: The Value Conundrum“ 

## 50 %

mögliche **Kostensteigerung** bei Rückwärtslogistik

Quelle: IMRG, „IMRG Returns Review – 2020“ 

## 46 %

haben aufgrund der **Retourenrichtlinien** eines Händlers nichts gekauft

# Das Retourendilemma meistern – in drei einfachen Schritten



## **SCHRITT 1** **Eine Retourenrichtlinie, die Kunden überzeugt**

Steigern Sie Ihren Umsatz mit einem risikofreien Online-Einkaufserlebnis



## **SCHRITT 2** **Optimierte Retourenlogistik**

Wickeln Sie Retouren effizient und ohne Gewinneinbußen ab



## **SCHRITT 3** **Retouren als Kundenbindungsinstrument**

Lernen Sie, Kunden mithilfe Ihres Retourenprozesses zu gewinnen und zu binden

## **Retouren: vom Problem zur Chance**

Die gute Nachricht lautet: Ein durchdachtes Retourenmanagement kann sogar eine Chance für Einzelhändler sein – die Chance nämlich, Neukunden zu gewinnen und die Bindung wertvoller Stammkunden zu intensivieren. Mit der richtigen Strategie lässt sich das Ganze kostengünstig und mit minimaler Beeinträchtigung des Lagerbestands realisieren.

# 52 %

haben mehrere Artikel gekauft mit der Absicht, **einen davon zurückzugeben**

# 11,4 Tage

brauchen Händler im Schnitt für die **Retourenabwicklung**

Quelle: Accenture, „Returns: The Value Conundrum“

# 92 %

der Kunden, die eine gute Retourenenerfahrung gemacht haben, tätigen **Folgekäufe**

Quelle: IMRG, „Returns in online retail: How to use it as a differentiator in your offering“

# Schritt 1

## Eine Retourenrichtlinie, die Kunden überzeugt

### Differenzieren Sie Ihre Marke mit flexiblen Retourenoptionen

Für Verbraucher von heute gehört zu einem bequemen Online-Einkaufserlebnis auch ein bequemer Retourenprozess. Unsere Analysen zeigen, dass 69 % der Verbraucher vor einem Online-Kauf die Retourenbedingungen durchlesen. Sorgen Sie dafür, dass Sie Ihre Kunden mit Ihrem Retourenmanagement überzeugen – anderenfalls werden die Kunden bei einem anderen Händler kaufen.



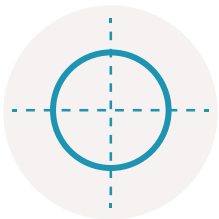
#### Klare und gut platzierte Retourenrichtlinie

Kunden sind Retouren wichtig. Also sorgen Sie für eine leicht verständliche Richtlinie, die Sie prominent platzieren, zum Beispiel auf Ihrer Homepage und der jeweiligen Produktseite.



#### Rasche und bequeme Retourenabwicklung

Ob Sie es mögen oder nicht: Für Ihre Kunden spielt das Rückgabenerlebnis eine genauso große Rolle wie das Versanderlebnis. Bieten Sie also dasselbe Maß an Optionen und Flexibilität an wie beim Bezahlvorgang.



#### Keine unnötigen Retouren

Retouren lassen sich nicht komplett vermeiden. Aber tun Sie Ihr Möglichstes, um unnötige Rückgaben zu vermeiden. Detaillierte Produktbeschreibungen, hochwertige Produktfotos mit Vergrößerungsfunktionen und Kundenbewertungen helfen Ihren Kunden, bereits beim ersten Kauf die richtige Entscheidung zu treffen.

### Retourendifferenzierung in Aktion

Viele der weltweit größten und erfolgreichsten Einzelhändler nutzen die Retourenmanagement-Software von Metapack, um ihren Kunden eine Retourenrichtlinie anzubieten, die überzeugt. Lösungen wie Self-Service-Retourenportale und Retourenetiketten, die der ursprünglichen Sendung beigelegt werden, bieten Ihren Kunden automatisch Zugang zu den schnellsten und kostengünstigsten Versandservices weltweit. Das Retourenportal lässt sich im Handumdrehen in Ihre Website einbetten und ist vollständig kompatibel mit Ihrem CRM-System.

MEHR ERFAHREN



69 %

lesen vor dem Kauf die **Retourenbedingungen** eines Händlers durch

57 %

kehren eher zu einem Händler mit **flexiblen Retourenbedingungen** zurück

38 %

haben Schwierigkeiten, die Retourenbedingungen eines Händlers **online zu finden**

# Schritt 2

## Optimierte Retourenlogistik

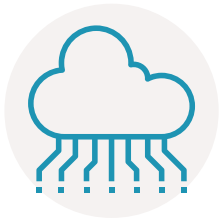
### Entlasten Sie Ihre Lieferkette

In der modernen E-Commerce-Landschaft kommen Sie nicht umhin, Retouren anzubieten. Aber seien wir ehrlich: Das Ganze ist schwer zu managen. Im Gegensatz zur Vorwärtslogistik ist die Rückwärtslogistik unvorhersehbar. Sofern sie nicht mit größtmöglicher Effizienz gehandhabt wird, können die Kosten leicht in die Höhe schnellen und sich in den Gewinnspannen niederschlagen.



#### Automatisieren und sparen

Retouren können schnell außer Kontrolle geraten, wenn Händler versuchen, sie manuell und intern abzuwickeln. Mit einer Retourenmanagement-Software lassen sich diese Aufgaben deutlich intelligenter bewältigen, da sie Retouren automatisch bündelt und die schnellste und kostengünstigste Route festlegt.



#### Die Macht der Daten nutzen

Retourenmanagement-Software hat zudem den Vorteil, dass sie eine große Datentransparenz liefert, mit der Händler Retouren vorhersagen und sogar die Lieferung von Artikeln an die Standorte planen können, an denen die Verkaufschancen am höchsten sind.



#### Geringere Kundenservice-Kosten

Genau wie Rückfragen zum Bestellstatus können Rückfragen zum Retourenstatus für Kundenservice-Center kostspielig werden. Wenn Sie die Retourenabwicklung klar kommunizieren und eine zuverlässige Sendungsverfolgung anbieten, können Sie dieses Problem im Keim ersticken.

### Optimierte Retourenabwicklung in Aktion

Die Retourenmanagement-Software von Metapack reduziert die Kosten und Komplexität der Rückwärtslogistik und bringt Ihre Lagerbestände schneller und intelligenter wieder online. Die Software nutzt unser globales Netzwerk aus über 130 Lagerhäusern und mehr als 400 Versanddienstleistern. Dadurch kann sie die Abwicklung, Konsolidierung und Anbieterauswahl automatisieren und die Retourenkosten senken. Mithilfe von Daten leitet sie Rückläufer an die Standorte weiter, an denen die Verkaufschancen am höchsten sind.

MEHR ERFAHREN



**20–60**  
Milliarden GBP

geschätzte **jährliche Retourenkosten** von Händlern in UK

Quelle: IMRG, „IMRG Returns Review – 2020“

**22 %**

durchschnittlicher Prozentsatz der Bestellungen in UK, die **zurückgesendet werden**

Quelle: IMRG, „IMRG Returns Review – 2020“

**26–**  
**50 %**

Reduzierung von **Gewinnverlusten** lässt sich durch ein effizientes Retourenmanagement erzielen

Quelle: Accenture, „Returns: The Value Conundrum“

# Schritt 3

## Retouren als Kundenbindungsinstrument

### Retouren können Kunden zurückbringen

Wenn Einzelhändler es schaffen, ihren Kunden ein reibungsloses und bequemes Erlebnis anzubieten, sind Retouren plötzlich keine Kostenbelastung mehr, sondern eine Möglichkeit zur Kundenbindung. Der Kundenwert von Kunden, die eine flexible und transparente Retourenabwicklung nutzen können, steigt im Schnitt um 29 %<sup>10</sup>.



#### Unterschiedliche Retourenoptionen anbieten

Wie bei den Zustelloptionen können auch unterschiedliche Retourenoptionen unterschiedliche Kunden ansprechen – das reicht von der Rückgabe im Geschäft über die Abholung an Abholstellen oder sogenannten PUDOs (Pick-Up, Drop-Off) bis zur Abholung durch Zustelldienste. Bieten Sie Ihren Kunden Wahlmöglichkeiten! So sorgen Sie dafür, dass jeder Kunde ein optimales Erlebnis genießt.



#### Dem Kunden die Kontrolle überlassen

Für viele Kunden ist das Schlimmste am Retourenprozess die Wartezeit zwischen dem Versenden eines Retourenpakets und dem Erhalt der Rückerstattung. Mit verlässlichen Lieferterminen, einer klaren Kommunikation und praktischen Nachverfolgungsmöglichkeiten können Sie Ihren Kunden die Sorgen nehmen.



#### Retouren als Chance zur Neukundengewinnung

Ein gutes Retourenmanagement ist sehr viel mehr als lediglich die Chance, Kunden zu halten. Eine dynamische Lösung wie ein Retourenportal kann durch personalisierte In-Tool-Werbefunktionen sogar direkte Konvertierungsmöglichkeiten schaffen.

### Retouren als Kundenbindungsinstrument – in Aktion

Das Self-Service-Retourenportal von Metapack bietet ein Erlebnis, das aus Kunden, die einen Artikel zurückgeben, wiederkehrende Kunden machen kann. Über Ihr gebrandetes Portal können Kunden nicht nur ganz unkompliziert die Artikel auswählen, die sie nicht mehr wollen, sondern auch die für sie praktischste Rückgabeoption. Dazu gehören unterschiedliche Zustelldienste und Abladestellen. Clevere Händler können auf dem Portal zudem personalisierte Angebote und Produktempfehlungen anzeigen und so das Retourenenerlebnis als Chance nutzen, um Neukunden zu gewinnen und dafür zu sorgen, dass sie Folgekäufe tätigen.

MEHR ERFAHREN



# 57 %

würden wahrscheinlich wieder bei einem Händler kaufen, der eine **bequeme** Retourenabwicklung anbietet

# 29 %

Die durchschnittliche Steigerung der Kundenrentabilität nach einer **effizienten** Retourenabwicklung

Quelle: Accenture

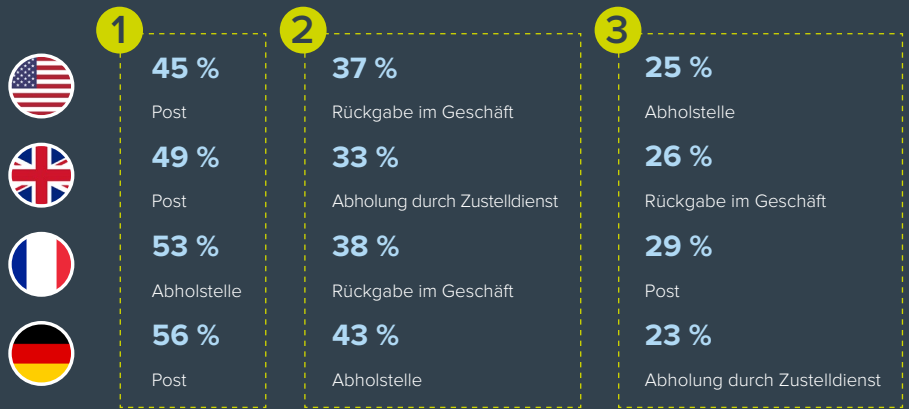
# 89 %

**sind nicht vollends zufrieden** mit den Retourenbedingungen von E-Commerce-Händlern

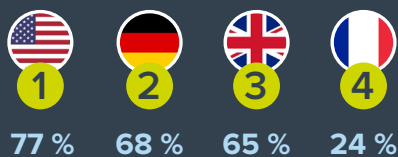
<sup>10</sup> Accenture, „Returns: The Value Conundrum“

# Retouren- präferenzen rund um den Globus

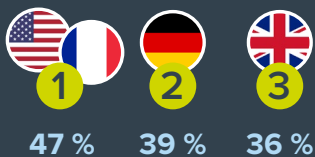
Was eine bequeme Retoure ist, definiert jeder Kunde anders. Doch wenn Händler länderübergreifend operieren, wird die Vielfalt der Kundenpräferenzen noch größer. Das bestätigen auch unsere Analysen über die zahlreichen geografischen Märkte hinweg, in denen wir tätig sind.



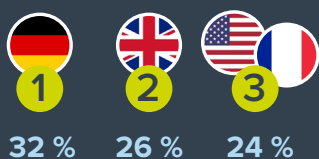
Schauen sich am ehesten vor dem Kauf die Retourenbedingungen an



Kaufen am ehesten aufgrund der Retourenbedingungen nichts



Kaufen am häufigsten mehrere Produkte auf einmal und geben dann manche zurück („Bracketing“)



## Wenn es um Retouren geht, sind keine zwei Länder identisch:

Abgesehen von den unterschiedlichen Rückgabepreferenzen ist auch das Verhalten beim Kaufen und Zurücksenden in den Ländern verschieden. Das ist ein weiterer Beweis dafür, dass Marken, die international versenden, flexible Retourenprozesse brauchen, die der Vielfalt auf den Märkten Rechnung tragen.

# Meistern Sie mit Metapack an Ihrer Seite das Retourendilemma

Metapack ist der führende Anbieter für E-Commerce-Lösungen, vom Bezahlvorgang bis zur Lieferung und darüber hinaus. Wir arbeiten mit vielen der weltgrößten und erfolgreichsten Händler und Marken zusammen. Wir wissen also, was man braucht, um reibungslose E-Commerce-Erlebnisse zu schaffen. Wir vermitteln unseren Kunden hochwertige Erkenntnisse und Lösungen, damit sie ihren eigenen Kunden genau solche Erlebnisse anbieten können – ganz egal, wo sie sich auf dem Globus befinden.

Wir wissen, dass der Kampf um Kundentreue nicht an der Schaltfläche „Kaufen“ endet – sondern dort erst beginnt! Immer öfter erwarten die Verbraucher bei Retouren, Lieferung und sogar Sendungsverfolgung denselben Komfort wie bei der Kaufabwicklung. Mit einem Verzeichnis von mehr als 400 Transportunternehmen und 4.900 Lieferdiensten ermöglicht es unsere Lösung Händlern und Markenherstellern, ihren Kunden ein Fulfillment anzubieten, das den individuellen Kundenbedürfnissen entspricht.

Doch wir wissen auch, dass ein herausragendes E-Commerce-Erlebnis ein solides operatives Rückgrat benötigt. Deshalb machen unsere Lösungen es Händlern leicht, ihren Kunden auch in einem komplexen Umfeld die Wahl zwischen unterschiedlichen Optionen zu bieten. Unsere Lösungen ersetzen manuelle und zeitaufwendige Abläufe im Lager und entlasten zugleich den Kundenservice.

Wir sehen es als unseren Auftrag an, das Online-Shopping für Händler und Marken einfacher und angenehmer zu gestalten. Mit anderen Worten: Wir helfen Ihnen dabei, auch online ein Einkaufserlebnis zu schaffen, das Kunden anzieht und sie immer wieder zurückkehren lässt!

**Unsere Lösungen machen es Händlern leicht, ihren Kunden auch in einem komplexen Umfeld die Wahl zwischen unterschiedlichen Optionen zu bieten.**

**JETZT DEMO ANFORDERN**

## Kunden, die uns vertrauen

**BURBERRY**

ESTÉE LAUDER



**ASOS**

L'OCCITANE  
EN PROVENCE

LOUIS VUITTON



TED BAKER®  
LONDON

**Timberland** 



**NESPRESSO**

TOMMY HILFIFIGER