

**Nikolaj Nevmyvako**

# Retourenmanagement und Vermeidung von Retouren im E-Commerce

Studienarbeit

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2015 GRIN Verlag  
ISBN: 9783668285279

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/338762>

**Nikolaj Nevmyvako**

# **Retourenmanagement und Vermeidung von Retouren im E-Commerce**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

**Hochschule Ostwestfalen-Lippe**  
*University of Applied Sciences*

**Retourenmanagement und  
Vermeidung von Retouren im E-  
Commerce.**

**Semesterarbeit**

im Studiengang Produktionsmanagement,  
Fachbereich Produktion und Wirtschaft,  
an der Hochschule Ostwestfalen-Lippe  
am 15. Juli 2015

## **Abstract**

„Retouren sind nie wirtschaftlich“, so lautet oft die Meinung der Online-Händler, wenn sie auf ihre Retourenabwicklung angesprochen werden. Denn die Möglichkeit der häufigen kostenlosen Warenrücksendung wird von den Kunden gern genutzt. Für Unternehmen stellt die Retourenabwicklung jedoch einen nicht-wertschöpfenden Prozess dar und soll aus diesem Grund prinzipiell vermieden werden. Trotzdem ist dies kaum möglich, weil Retouren zum Online-Handel gehören und mit der steigenden Bedeutung des E-Commerce zunehmen. Mittlerweile stellt das Retourenmanagement anlässlich dieser Entwicklung einen entscheidenden Wettbewerbsfaktor dar. Ziel dieser Arbeit ist es, Methoden und Vorgehensweisen im Rahmen eines gut geplanten und durchdachten Retourenmanagements aufzuzeigen und anhand eines konkreten Beispiels zu verdeutlichen.

Schlagworte: Retourenmanagement, E-Commerce, Widerrufsrecht

## **Abstract**

'Returns are never economical', is a quote from online-retailers, when questioned about their return procedures. Customers make preferred use of the usually no cost Return Policy. However, for companies return management represents a process without any added value and shall therefore be avoided in principle. Nevertheless, this is hardly possible since returns are part of the online trade and increase with the rising significance of e-commerce. In the meantime, due to the development, the return management represents a crucial competitive factor. This thesis aims at demonstrating methods and procedures within the framework of a well-planned and thought-out return management and explaining the methods and procedures based on a concrete example.

Keywords: return management, e-commerce, B2C

# Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abkürzungsverzeichnis.....	III
Bildverzeichnis.....	IV
Tabellenverzeichnis.....	V
1 Motivation und Vorgehensweise.....	6
2 E-Commerce .....	8
2.1 Begriffsbestimmung E-Commerce .....	8
2.2 Elektronischer Markt und seine Vertriebskanäle .....	9
2.3 Entwicklung des E-Commerce in Deutschland .....	13
2.4 Akzeptanz und Nutzung des E-Commerce im B2C.....	16
3 Retouren im deutschen Online-Handel.....	20
3.1 Retouren - ein fester Bestand des E-Commerce .....	20
3.2 Retourenkosten und ihre Folgen.....	22
3.3 Gesetzliche Rahmenbedingungen und Missbrauch des Widerrufsrechts ....	25
3.4 Retourenmanagement .....	28
3.4.1 Definition und Bedeutung für Unternehmen.....	28
3.4.2 Umgang mit Retouren in der Praxis.....	30
4 Gestaltung eines optimalen Retourenmanagementsystems.....	32
4.1 Präventives Retourenmanagement.....	32
4.1.1 Produktpräsentation in Zeiten des Internets .....	32
4.1.2 Ergänzende Informationsbereitstellung und Beratung .....	36
4.1.3 Kommunikation mit dem Kunden .....	38
4.1.4 Kundenorientierte Lieferzeit .....	39
4.1.5 Optimaler Schutz für Waren.....	42
4.1.6 Gutschrift für positives Retourenverhalten .....	42
4.1.7 Prognosen mit „Big Data“.....	43
4.1.8 Schluss mit kostenloser Rücksendung .....	46
4.1.9 Anpassung der Zahlungsmöglichkeiten .....	47

4.2	Reaktives Retourenmanagement.....	51
4.2.1	Rückgabe erleichtern und Gestaltung des Retourenprozesses .....	51
4.2.2	Wiederverwertung der Retouren.....	54
4.2.3	Ermahnung und Kontensperrung .....	55
4.2.4	Grund für Rücksendung ermitteln .....	55
4.3	Retourenmanagement am Beispiel von Zalando .....	58
5	Zusammenfassung und Ausblick.....	62
	Schrifttum .....	64
	Anhang .....	72
	Anhang A.....	73
	Anhang B.....	74
	Anhang C.....	75