



Fertig zum Einpacken: Im besten Fall gehen die Rücksendungen noch am gleichen Tag wieder in die Lagerbestände.

Die Retouren-Weltmeister

Im deutschen Mode-Online-Handel gehen zwei von drei Paketen zurück. Für Unternehmen sind die Kosten ein Rendite-Killer. Die Rücksende-Gründe aufzuspüren, kann helfen, eine Gebühr könnte es auch.

Schrei vor Glück – oder schick's zurück.“ Diesen Spruch, auch wenn er einige Jahre alt ist, kennen alle. Mit dieser Werbung etablierte sich Zalando als fester Bestandteil im Modehandel. Auch wenn der zweite Teil des Satzes später entfiel, die Kundenschaft fand mehr und mehr Gefallen am Online-Bestellen und am Zurückschicken. Und die Unternehmen machen es ihr einfach: Rückgabefristen von 100 Tagen sind eher die Regel als die Ausnahme, das kostenfreie Retournieren in Deutschland sowieso. Der Preis dafür: Retourenquoten in der

Fashion-Branche von über 50%. Die Kosten für die Händler – immens. Im deutschen E-Commerce ist die Retourenquote traditionell hoch – auch, weil Zalando in den Nullerjahren den kostenlosen Versand und Rückversand salonfähig gemacht hat.

Zur Retouren-Thematik finden sich viele Zahlen (Seite 24), die sich, je nach Studie, teils sogar widersprechen. So fand die jüngste Umfrage des Branchenverbands Bitkom heraus, dass in Deutschland jeder zehnte Online-Einkauf retourniert wird. Dabei schicken Frauen im Schnitt 12% ihrer Bestellungen zurück, bei

den Männern sind es 8%. Jugendliche und junge Erwachsene geben 13% der Käufe wieder in die Post. Im deutschen Online-Modehandel werden durchschnittlich zwei von drei Paketen wieder an Händler oder Hersteller zurückgeschickt. Auf Artikel-Ebene liegt die Quote bei knapp 34%. Das ist eines der Ergebnisse einer Studie der Forschungsgruppe Retourenmanagement der Uni Bamberg. Ein weiteres: 2021 wurden hierzulande so viele im Netz bestellte Fashion-Artikel zurückgeschickt wie in keinem anderen europäischen Land. Damit haben sich die Deut- ▶