

The logo for WDR 1, consisting of the letters 'WDR' in a bold, white, sans-serif font, followed by a white circle containing the number '1'. The logo is positioned in the upper right corner of the image, overlaid on a photograph of a warehouse filled with cardboard boxes.

WDR¹

„RETOUREN-GLÜCK: GEKAUFT. ZURÜCK!“

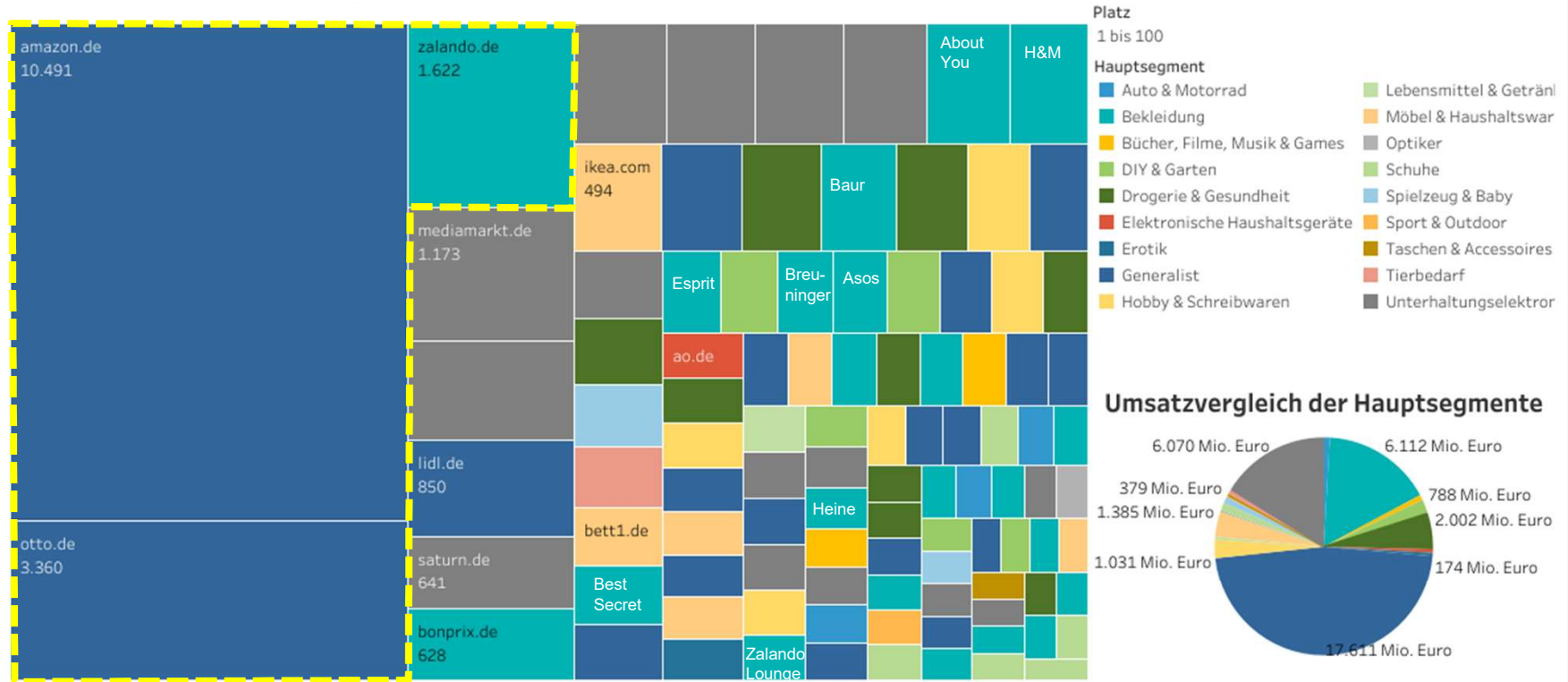
Hinter den Kulissen eines Radiofeatures

24.09.2020 / WDR Wirtschaftsredaktion / Jörg Marksteiner

„Ich habe Kunden,
die kommen hier Pakete abholen:
Die wissen gar nicht mehr, was
und wo sie bestellt haben. Wahnsinn!“

Zdenka Zanders, Paketshop-Betreiberin

Top-100-Onlineshops in Deutschland 2020



Definition E-Commerce-Umsatz: Nettoumsatz des jeweiligen Onlineshops im Jahr 2019, bereinigt von Retouren, exkl. Umsatzsteuer und nur aus der reinen Geschäftstätigkeit des Onlineshops (ohne sonstige betriebliche Erträge des Unternehmens).

Beispiel Umsatzermittlung Amazon: Der Gesamtumsatz Deutschland beträgt laut Geschäftsbericht 19,9 Mrd. Euro. Dieser inkludiert jedoch Service- und Subscription-Umsätze (AWS, Prime-Mitgliedschaften, audible.de etc.) sowie alle Exporte von amazon.de ins Ausland. Die Service-Umsätze, die Exporte sowie die Umsätze weiterer Amazon-Angebote wurden aus dem Deutschlandumsatz für www.amazon.de her..

Quelle: E-Commerce-Markt Deutschland 2020

statista

EHI Retail Institute®

<https://public.tableau.com/profile/ehiretailinstitute#!/vizhome/Top-100-OnlineshopsinDeutschland2020/Top-100-OnlineshopsDE2020>

Auf den Spuren der Retouren... aber wo?



Retouren-Glück: Gekauft. Zurück!
Dok 5 - Das Feature | 12.01.2020 | 53:01 Min. Verfügbar bis 11.01.2021 | WDR 5

Download

Der Handel macht es den Kunden bewusst bequem: Das eigene Wohnzimmer wird zur Ankleide. Was nicht passt oder gefällt, geht zurück. Forscher sprechen von einem "simulierten Konsum". Gleichzeitig treiben die Shops enormen technischen und finanziellen Aufwand, damit weniger zurückgeschickt wird. Bislang vergeblich. Was hilft wirklich gegen Retouren? Was wird aus den Artikeln, und warum ist Spenden teurer als Vernichten? Ein Feature auf den Spuren der Retouren.

Manuskript: "Retouren-Glück: Gekauft, Zurück!" [PDF, 883,8 KB] | [download](#)

WDR Feature-Depot | Podcast

Ausstrahlung am 12. Januar 2020, Wiederholung am 13. Januar 2020

Von: Ulrich Land und Jörg Marksteiner

Redaktion: Frank Christian Starke

Produktion: WDR 2020

<https://www1.wdr.de/radio/wdr5/sendungen/dok5/retouren-glueck-versand-konsum-100.html>

Händler:

Amazon, Otto, Zalando, Pearl, Manufactum, Getdigital

Fachleute:

Uni Bamberg, HDE, eWeb Research Center HS Niederrhein, EHI Retail, Soziologe/Konsumforscher, Politik, Supply Chain-Kongress u.a.

Nutzersicht:

Kund*innen, Paketshop-Betreiber, Sozialorganisation

„Die Kunden sind durch den Onlinehandel jünger geworden.
Die Retouren-Bereitschaft der jüngeren Kunden ist deutlich größer.
Diese alte Generation, die bedarfsgerecht einkauft, stirbt aus.“

Susanne Hagen, Leiterin Retouren, Otto

„Wir wissen mit Sicherheit: Jede dritte Retoure
kommt zurück, weil der Artikel dem Kunden nicht passt.“

Stacia Karr, Leiterin Size & Fit, Zalando

„Am Ende ist es so, dass der Kunde eine riesige Auswahl hat.
Und sich zwangsläufig dafür entscheidet, wo er den besten Service kriegt.“

Philipp Stern, Gründer Onlineshop getdigital.de

„Wir wollen Ware verkaufen. Wir wollen idealerweise keine Ware wegwerfen.
Weil daran hat keiner Geld verdient.“

Stephan Eichenseher, Amazon

„Was ein Onlinehändler mit Abschlag nicht mehr verkauft kriegt,
das wollen wir auch nicht. Spenden darf nicht das neue Entsorgen werden!“

Dr. Juliane Kronen, Sozialplattform Innatura

Überraschende Zahlen

Quelle: Forschungsgruppe Retourenmanagement 2019 u.a.

- 532 Retouren pro Minute, 766.000 pro Tag, 5.36 Millionen pro Woche.
- Kosten pro Retoure im Schnitt: 20 Euro
- Retourenquote Elektronik: 4-5%
Retourenquote Jeans: ca. 65%
- Weiterverkauf als A-Ware: 79%
als B-Ware: 13%
an Restpostenhändler: 2 %
- Wegschmeißen von Retouren
bei großen Händlern: ca. 2%
bei kleinen Händlern: ca. 14-15%



Entsorgung ist die Ausnahme, aber dennoch ein Problem: Niedrige Prozentzahlen, aber hohe absolute Zahlen!

„Learnings“ aus Recherche und Interviews

Ambivalentes Verhalten der Händler: Retouren werden dem Kunden so leicht wie möglich gemacht – gleichzeitig aber hoher technischer Aufwand, um sie zu vermeiden

Bewusster Missbrauch kommt vor, scheint aber die Ausnahme und wird von Händlern selten sanktioniert. Big Player setzen die Standards.

Es gibt nicht vermeidbare und **vermeidbare Retouren**. Unrealistische Größen, Beschreibungen und Fotos sind Retourentreiber (Bsp. Vanity Sizing)

Textil-Restanten und nicht abverkaufte Kollektionen gab es immer schon. Online-Retouren stehen mehr im Blickpunkt. Kleinen Händlern fehlen professionelle **Verwertungsmöglichkeiten**.

Viele Kunden glauben, Retouren würden größtenteils vernichtet. Tatsächlich ist das die Ausnahme.

Weniger Textil-Retouren, weniger Entsorgung ...wie könnte das gelingen? Feature-Erkenntnisse

- Einheitliche Größenangaben
- Preisgabe persönlicher Daten in Kombination mit Produktdaten (Spannungsfeld!)
- Verzeichnis von Abnahme-Möglichkeiten von Klein(st)-Mengen, auch im sozialen Sektor
- Wegwerfen ist billiger als Spenden! Steuer-Problematik durch Bundesvorgabe lösen
- Kostenpflicht für Retouren, Beschränkung im Warenkorb (z.B. max. 2 Größen) – umstritten und wohl unrealistisch
- Abwarten: Ausgestaltung und Folgen neuer „Obhutspflicht“ im KrWG



Acht Minuten Input.

Retouren in dieser Zeit: **4.256**

WESTDEUTSCHER RUNDFUNK

PG Aktuelles/Hintergrund, Wirtschaftsredaktion

Jörg Marksteiner

Kontakt:

joerg.marksteiner@wdr.de