



E-BOOK

Effizientes E-Commerce:

Versandkosten reduzieren
und Retouren vermeiden
in 2025

AUTOR: MARTIN JEZY



Effizientes E-Commerce

Versandkosten reduzieren und Retouren vermeiden

Egal, ob du gerade startest oder bereits ein etabliertes Unternehmen führst – dieses eBook hilft dir, Versandkosten zu senken und Retouren zu minimieren.

Das erwartet dich: Leicht verdauliche Tipps, Checklisten und Strategien für mehr Effizienz im Online-Handel.

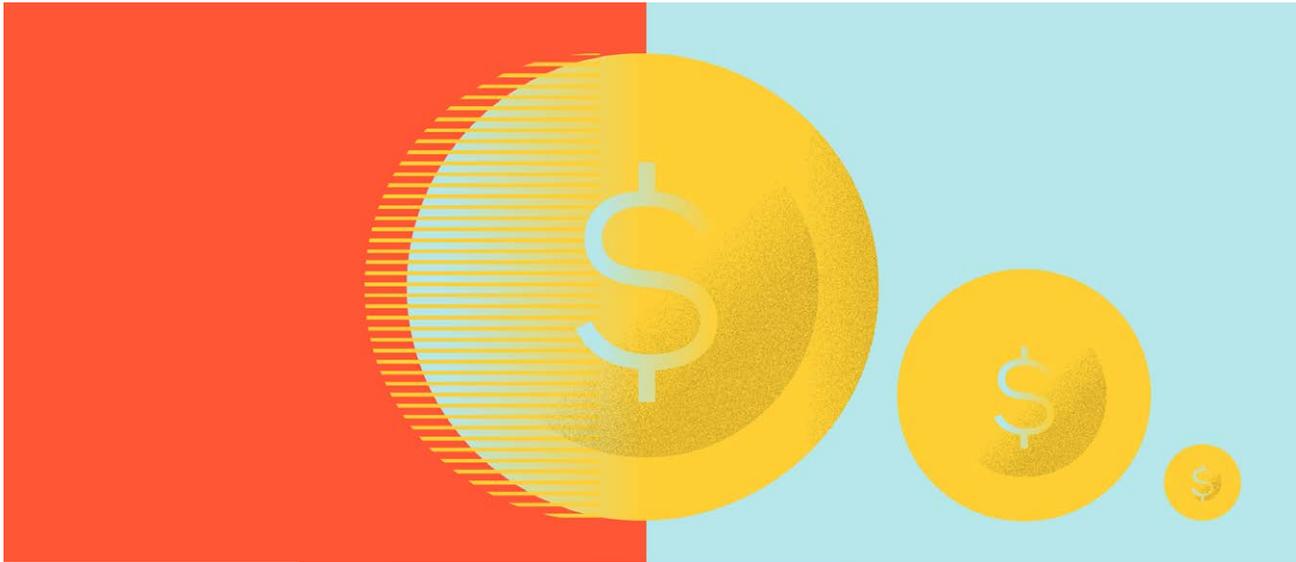
Warum das wichtig ist? Versandkosten und Retouren gehören zu den größten Kostentreibern im E-Commerce. Wer hier optimiert, verbessert nicht nur den Kundenservice, sondern steigert auch die Zufriedenheit der KundInnen – und am Ende die Gewinnmargen.

Also, schnapp dir einen Kaffee und entdecke, wie du dein Business aufs nächste Level bringst!



Inhaltsverzeichnis

Die Versandkosten deines E-Commerce senken — die besten Tipps und Strategien	4
1.1 Finde den günstigsten Versanddienst	4
1.2 Nutze Versand-Flatrates	5
1.3 Biete kostenlosen Versand an	6
1.4 Nutze Paketshops und Abholstationen	7
1.5 Verwende nachhaltiges Verpackungsmaterial	8
1.6 Verpacke effizienter	9
1.7 Nutze Selbstversand Services	10
1.8 Optimiere interne Versandprozesse	11
1.9 Lager' deine Logistik aus	12
1.10 Reduziere deine Retourenquote	13
Die effektivsten Methoden und Strategien um die Retourenquote deines E-Commerce-Shops zu senken	14
2.1 Was sind Retourenquoten und welche Bedeutung haben sie?	14
2.2 So werden Retourenquoten berechnet	15
2.3 Die große Checkliste: Retourenquote deines Online-Shops senken	16
2.4 Fünf kreative Methoden, um Retouren zu reduzieren	18
2.5 Rechtliche Grundlagen für Retouren in der EU und Großbritannien	19
2.6 Checkliste: So verbesserst du den Retourenprozess deines Online-Shops	20
Fazit: Dein Weg zu einem effizienten E-Commerce	22



Die Versandkosten deines E-Commerce senken – die besten Tipps und Strategien

Versandkosten sind große Kostentreiber für Online-Shops und können starken Einfluss auf deine Gewinnmarge haben. Dabei gibt es zahlreiche Möglichkeiten, die Versandkosten im E-Commerce zu senken, ohne die Kundenzufriedenheit zu beeinträchtigen.

Was du alles tun kannst, um die Versandkosten deines Online-Shops zu reduzieren, erfährst du hier:

1.1 Finde den günstigsten Versanddienst

Offensichtlich, aber effektiv: Hol' so viele Angebote von Versanddiensten wie möglich ein. Es gibt durchaus Unterschiede in den Preislisten! Je nach Bestellvolumen kannst du oft einen besseren Preis verhandeln.

Erkundige dich auch bei deinem bestehenden Versanddienstleister – sofern du einen hast – nach einem günstigeren Preis. Lass diese Optionen nicht ungenutzt!

- Eine Studie von Pitney Bowes zeigt, dass 88% der KundInnen Versandkosten als entscheidenden Faktor bei der Kaufentscheidung betrachten.

Außerdem: Wenn dein Online-Shop in einer bestimmten Gegend sehr aktiv ist, solltest du dich nach einem regionalen Versanddienst vor Ort umsehen. Diese können niedrigere Versandpreise anbieten, einfach weil sie kürzere Wege fahren. .

↘ Eine Analyse des E-Commerce-Logistikmarktes zeigt, dass regionale Versanddienstleister oft bis zu 15% günstiger sind als große, nationale Anbieter.



Darüber hinaus bieten viele Versanddienstleister Rabatte für langfristige Verträge oder regelmäßige Sendungen an. Überlege auch, ob du durch die Konsolidierung von Sendungen Kosten sparen kannst. Wenn du mehrere Bestellungen zu einem bestimmten Zeitpunkt versendest, kannst du möglicherweise von Mengenrabatten profitieren.

1.2 Nutze Versand-Flatrates

Versanddienstleister bieten Flatrates für Pakete an. Bei diesen Tarifen zahlst du einen festgelegten Preis pro Paket, unabhängig von Größe und Gewicht. Je nachdem, welche Produkte du in welcher Menge verschickst, bietet sich dir diese Option als günstige Alternative zu herkömmlichen Versandtarifen.

↘ Eine Umfrage von Shippo ergab, dass 62% der kleinen bis mittelgroßen E-Commerce-Unternehmen von Versand-Flatrates profitieren.

Mit Flatrates lassen sich deine laufenden Versandkosten besser kalkulieren und vorhersagen. Dies ist besonders vorteilhaft in Zeiten von Spitzenbelastungen, wie zum Beispiel während der Weihnachtszeit oder anderer verkaufsstarker Perioden, in denen die Versandkosten stark variieren können.

↘ Ein Beispiel: USPS bietet eine Priority Mail Flat Rate Box an, die sich ideal für den Versand schwerer Artikel eignet. Du zahlst einen festen Preis, unabhängig vom Gewicht des Pakets, solange es in die Box passt. Dies kann besonders nützlich sein, wenn du Produkte wie Bücher, Elektronik oder andere schwere Gegenstände verschickst.

Darüber hinaus bieten einige Versanddienstleister auch saisonale oder volumenbasierte Rabatte auf Flatrate-Tarife an. Informiere dich regelmäßig über solche Angebote, um das Beste aus deinen Versandkosten herauszuholen.

1.3 Biete kostenlosen Versand an

Viele Online-Shops bieten ab einem bestimmten Bestellwert kostenlosen Versand an – eine bewährte Strategie, um KundInnen zu größeren Einkäufen zu motivieren. Studien zeigen, dass 90 % der Online-KäuferInnen dies als Hauptanreiz für häufigere Käufe sehen. Achte jedoch darauf, dass deine Gewinnmarge dabei nicht schrumpft.

‣ Eine Analyse von Shopify zeigt, dass eine Erhöhung des durchschnittlichen Bestellwerts durch kostenlosen Versand oft die zusätzlichen Versandkosten ausgleichen kann. Setze den Mindestbestellwert für kostenlosen Versand so, dass er leicht über deinem durchschnittlichen Bestellwert liegt, um die Bestellungen zu erhöhen und gleichzeitig die Versandkosten zu decken.



Achtung: Vermeide beim Gratisversand teure Versandoptionen wie Express- oder internationalen Versand und biete hierfür wenn möglich den Standardversand an. Sonst könnte der Gratisversand empfindlich deine Marge drücken. Laut einer Studie von Narvar entscheiden sich **56% der KäuferInnen eher für Standardversand, wenn dieser kostenlos angeboten wird, anstatt für teure Expressversandoptionen zu zahlen.**

‣ Bonus-Tipp: Zusätzlich kannst du den kostenlosen Versand als zeitlich begrenzte Promotion nutzen, um kurzfristige Verkaufssteigerungen zu erzielen. Solche Aktionen können besonders während Feiertagen oder speziellen Verkaufsereignissen, wie dem Black Friday, effektiv sein



1.4 Nutze Paketshops und Abholstationen

Abholstationen sind eine kostengünstige Möglichkeit, viele deiner Sendungen gleichzeitig an einen zentralen Ort in der Nähe deiner KundInnen zu verschicken. Von dort können sie ihre Pakete schließlich abholen. Diese Methode spart nicht nur Versandkosten, sondern ist auch umweltfreundlicher, da weniger Einzelfahrten erforderlich sind. Damit werden viele einzelne Fahrtwege vor die Haustür der Kundinnen vermieden, was natürlich Aufwand und Kosten spart.

‣ Eine Studie von McKinsey zeigt, dass die Nutzung von Abholstationen und Paketshops die Logistikkosten um bis zu 30% senken kann. Darüber hinaus geben 70% der Online-Shopper an, dass sie die Option einer Abholstation schätzen, da sie flexibler sind und ihre Pakete abholen können, wann es ihnen am besten passt.

Paketshops und Abholstationen sind eine clevere Ergänzung für dein Versandkonzept. Anbieter wie DHL, Hermes oder DPD bieten umfangreiche Netzwerke, die du leicht integrieren kannst.

Die Vorteile:

- **Günstige Konditionen** – oft preiswerter als der klassische Versand.
- **Flexible Öffnungszeiten** – viele Abholstationen sind länger geöffnet oder sogar rund um die Uhr zugänglich.
- **Mehr Kundenzufriedenheit** – bequemere Abholmöglichkeiten stärken die Kundenbindung.
- **Nachhaltiger & kostensparend** – fördert umweltfreundlichere Versandoptionen.

Mach deine KundInnen auf diesen Service aufmerksam – z. B. durch klare Hinweise im Checkout oder kleine Rabatte für die Abholung!



1.5 Verwende nachhaltiges Verpackungsmaterial

Je mehr Pakete dein E-Commerce-Shop verschickt, desto mehr Verpackungsmaterial fällt an. In Sachen Füllmaterial hast du die Möglichkeit, dich nach recyceltem Material umzusehen, **die günstiger als Neuware oder Plastik sein können**. Nachhaltige Verpackungsmaterialien sind nicht nur umweltfreundlicher, sondern können deine Kosten senken, das Image deines Unternehmens verbessern und deinen Umsatz steigern.

Es gibt diverse Anbieter für jeden Einsatzzweck, die Füllmaterial aus günstigem Altpapier, statt neuem Material produzieren. Wir bei Quivo benutzen in unseren Fulfillment-Centern ausschließlich Füllmaterial aus nachhaltigen Rohstoffen – und es funktioniert!

↘ Eine Studie von Dotcom Distribution zeigt, dass 57% der Verbraucher eher bei einem Unternehmen einkaufen, das nachhaltige Verpackungen verwendet. Darüber hinaus hat eine Untersuchung von Trivium Packaging ergeben, dass 74% der Verbraucher bereit sind, mehr für nachhaltige Verpackungen zu zahlen.

Zusätzlich zu recyceltem Füllmaterial kannst du auch andere nachhaltige Verpackungsoptionen in Betracht ziehen, wie biologisch abbaubare Polstermaterialien oder wiederverwendbare Verpackungen. **Viele Unternehmen berichten von gesteigerter Kundenloyalität und positiver Markenwahrnehmung durch den Einsatz solcher Materialien.**

Durch die Integration nachhaltiger Verpackungslösungen kannst du nicht nur Kosten sparen, sondern auch einen wertvollen Beitrag zum Umweltschutz leisten und dein Unternehmen als verantwortungsvoll und zukunftsorientiert positionieren.



1.6 Verpacke effizienter

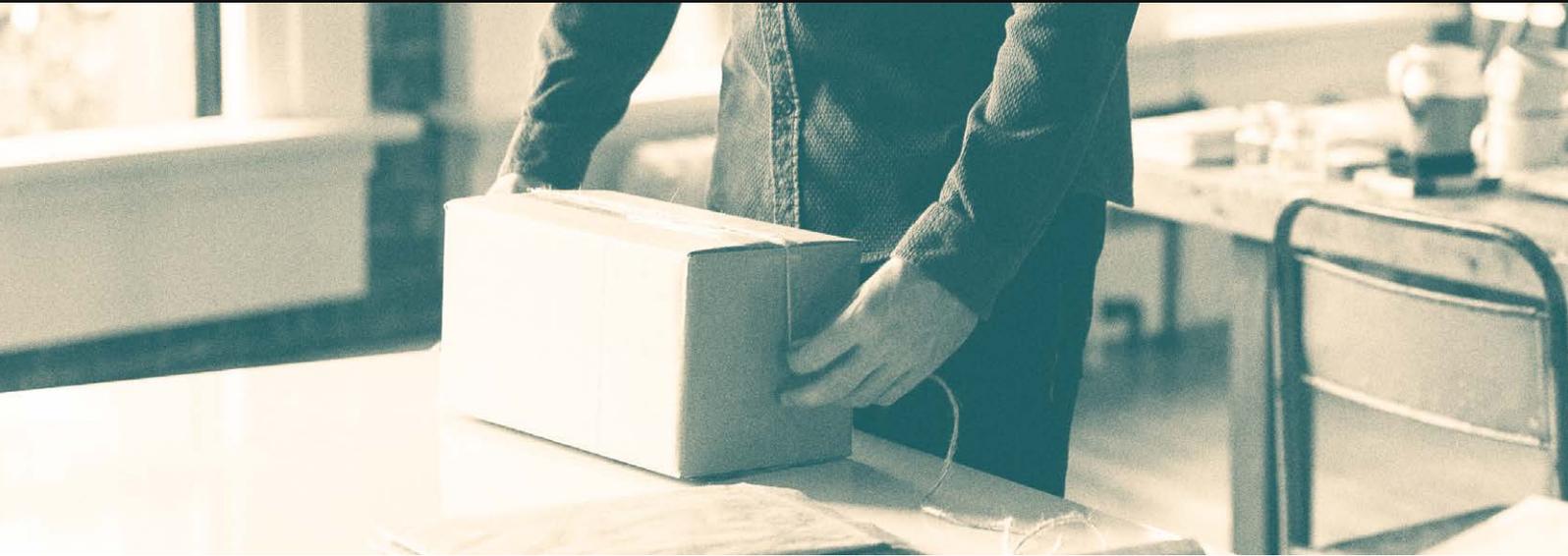
Beim Versand dreht sich alles um Größe und Gewicht. Je leichter die Pakete sind und je mehr Gramm du dadurch sparst, desto günstiger wirst du verschicken. Studien zeigen, dass eine **Reduzierung des Paketgewichts um nur 10% die Versandkosten um bis zu 15% senken kann**. Vermeide unnötiges Verpackungsmaterial und prüfe, was du alles an Inhalt weglassen kannst, ohne das Produkt im Inneren zu gefährden.

Vielleicht bieten sich auch leichtere Materialien oder kleinere Pakete an, mit denen sich Gewicht und Platz reduzieren lassen.

▾ Eine Analyse der E-Commerce-Plattform BigCommerce ergab, dass 41% der Online-Händler durch die Optimierung ihrer Verpackungen ihre Versandkosten signifikant senken konnten. Dabei geht es nicht nur um das Gewicht, sondern auch um das Volumen der Pakete. Je besser die Pakete den Produktmaßen angepasst sind, desto effizienter ist der Versand.

Verwende maßgeschneiderte Verpackungen, um Platz und Gewicht zu reduzieren. Aufblasbare Polsterkissen oder Schaumstoffpolster bieten oft besseren Schutz als herkömmliches Füllmaterial. **Eine DHL-Studie zeigt, dass dies den Platzbedarf um bis zu 40 % senken kann.**

Auch flache, kompakte Verpackungen sparen Material und Versandkosten. Amazons „Frustration-Free Packaging“-Programm beweist, dass effiziente Verpackungen nicht nur günstiger, sondern auch kundenfreundlicher sind.



1.7 Nutze Selbstversand Services

Es gibt verschiedene Selbstversand-Angebote von Paketdiensten, Logistikern und Fulfillment-Anbietern. Diese Programme oder Web-Apps ermöglichen es dir, Versandetiketten selbst zu erstellen, zu drucken und direkt zu verschicken. Diese Methode kann kostengünstiger sein, da du einen Teil der Arbeit übernimmst.

➤ Ein Beispiel: Unser kostenloser [Send it Yourself](#) im Quivo Connector. Damit kannst du Bestellungen organisieren, aus diversen Versandanbietern wählen, Etiketten drucken und Pakete zu günstigen Konditionen verschicken. Unsere KundInnen berichten von signifikanten Einsparungen im Vergleich zu traditionellen Versandmethoden.

Moderne Selbstversand-Services wie unseres bieten zudem die Möglichkeit, **Versandprozesse zu automatisieren und in deinen Online-Shop zu integrieren**, was den gesamten Prozess effizienter macht. Durch integrierte Tracking-Tools wie den [fortschrittlichen Connector](#), können du und deine KundInnen jederzeit den Status der Sendung überprüfen, was die Transparenz erhöht und den Kundenservice verbessert.

1.8 Optimierte interne Versandprozesse

Gehe jeden Schritt deines Versandprozesses durch:

- Von der Bestellung,
- über die Lagerung,
- die Bestandsführung,
- die Verpackung,
- die Einteilung von MitarbeiterInnen,
- die Rechnungslegung,
- bis zum eigentlichen Verschicken.

Stell dir dabei folgende Fragen:

- Was könnte davon besser laufen? Gibt es einen Flaschenhals?
- Was verursacht die meisten Kosten, bzw. Aufwand?
- Läuft noch irgendetwas manuell, was automatisiert ablaufen könnte?
- Wo passieren regelmäßig Fehler?

Ein reibungsloser Bestellvorgang wird immer wichtiger, je mehr Pakete täglich verschickt werden müssen. Zeit ist bekanntlich Geld: Optimierte deine Prozesse, dreh an kleinen Schrauben und automatisiere manuelle Schritte, um effektiv und kostengünstig zu verschicken. Hör auch unbedingt auf das Feedback deiner KundInnen und nimm es ernst. Kundenbewertungen und Rückmeldungen geben wertvolle Hinweise auf Schwachstellen in deinem Prozess.



- ↳ Laut einer Studie von Convey erleiden Unternehmen durch ineffiziente Prozesse bis zu 20% höhere Betriebskosten. Eine Umfrage von Trustpilot ergab wiederum, dass 77% der KundInnen bereit sind, ein Unternehmen weiterzuempfehlen, das auf ihr Feedback reagiert und Verbesserungen umsetzt.

All diese Dinge sind eine never-ending Story im E-Commerce-Dschungel! **Der kontinuierliche Verbesserungsprozess ist entscheidend**, um wettbewerbsfähig zu bleiben und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen. Investiere in Schulungen für deine MitarbeiterInnen, um sicherzustellen, dass sie die besten Praktiken kennen und anwenden können.

1.9 Lager' deine Logistik aus

Die Pakete stapeln sich, das Lager ist voll, deine MitarbeiterInnen kommen kaum noch nach...

Vielleicht wird es Zeit, deine Logistik an einen [Fulfillment Anbieter wie Quivo](#) auszulagern. Auch wenn deine Paketsituation nicht so dramatisch aussieht, lohnt es sich womöglich dennoch, deine Logistik von einem professionellen Logistiker abwickeln zu lassen. Diese kümmern sich um Lagerhaltung, Verpackung, und den gesamten Versandprozess, inkl. Retouren - vom Bestelleingang bis zur Haustür deiner KundInnen.

Damit entfällt zum größten Teil der Flaschenhals, mitsamt sämtlicher Kosten deines In-house-Paketversands, und du kannst dich voll auf den Verkauf und das Wachstum deines Online-Shops konzentrieren.

- [In diesem Beitrag](#) erfährst du, ab wann es sich für dich lohnt, deine Logistik auszulagern.



1.10 Reduziere deine Retourenquote

Last but definitely not least: Rücksendungen!

Sie sind ein eigenes, großes Thema für sich, das großen Einfluss auf deine Kosten und Geschäftsprozesse haben kann. Daher widmen wir uns den besten Tipps und Methoden, um Rücksendungen vorzubeugen und deren Kosten zu reduzieren, in einem ganz eigenen, detaillierten Kapitel – [gleich hier im Anschluss](#).

Zusammengefasst:

Insgesamt gibt es viele Möglichkeiten, wie du als Online-Shop-BetreiberIn deine Versandkosten senken kannst, ohne die Kundenzufriedenheit zu beeinträchtigen.

- Wähle die richtigen Versandtarife,
- optimiere deine Verpackungen,
- nutze Paketshops,
- biete kostenlosen Versand und
- automatisiere deine Prozesse.
- Auch Selbstversand-Lösungen,
- oder die Logistikdienste von Fulfillment Anbietern in Anspruch zu nehmen, können deinen Aufwand sowie deine Kosten erheblich reduzieren und deine Gewinne maximieren!

Im nächsten Kapitel lernst du die besten Methoden, um deine Retourenquote zu senken.





Die effektivsten Methoden und Strategien um die Retourenquote deines E-Commerce-Shops zu senken

2.1 Was sind Retourenquoten und welche Bedeutung haben sie?

Die Rücksendequote ist der Prozentsatz der Artikel, die im Vergleich zu den verkauften Artikeln in einem definierten Zeitraum zurückgesandt werden.

Einfach gesagt: Verkaufst du 100 Artikel und 5 kommen zurück, liegt deine Rücksendequote bei 5%.

Die Rücksendequote ist aus diversen Gründen relevant:

- Kosten:** Die Abwicklung von Rücksendungen ist kostspielig. Sie erfordert Personal, Lagerflächen und zusätzliche logistische Ressourcen.
- Kundenzufriedenheit:** Eine erhöhte Retourenquote könnte ein Zeichen dafür sein, dass die KundInnen unzufrieden sind.
- Bestandsmanagement:** Eine hohe Quote kann auch zu einem unvorhersehbaren Bestandsniveau führen, was wiederum die Planbarkeit erschwert und sich wiederum auf deine (Lager-)Kosten auswirkt.
- Ruf:** Zu viele Rücksendungen können der Reputation deines Unternehmens und damit deinem Online-Shop schaden, weil sie oft mit negativen Rezensionen einhergehen.

2.2 So werden Retourenquoten berechnet

Die Formel zur Berechnung der Rücksendequote ist relativ simpel:

$$\left(\frac{\text{ANZAHL DER ZURÜCKGESCHICKTEN ARTIKEL}}{\text{ANZAHL DER VERKAUFTEN ARTIKEL}} \right) \times 100 = \text{RETOURENQUOTE}$$

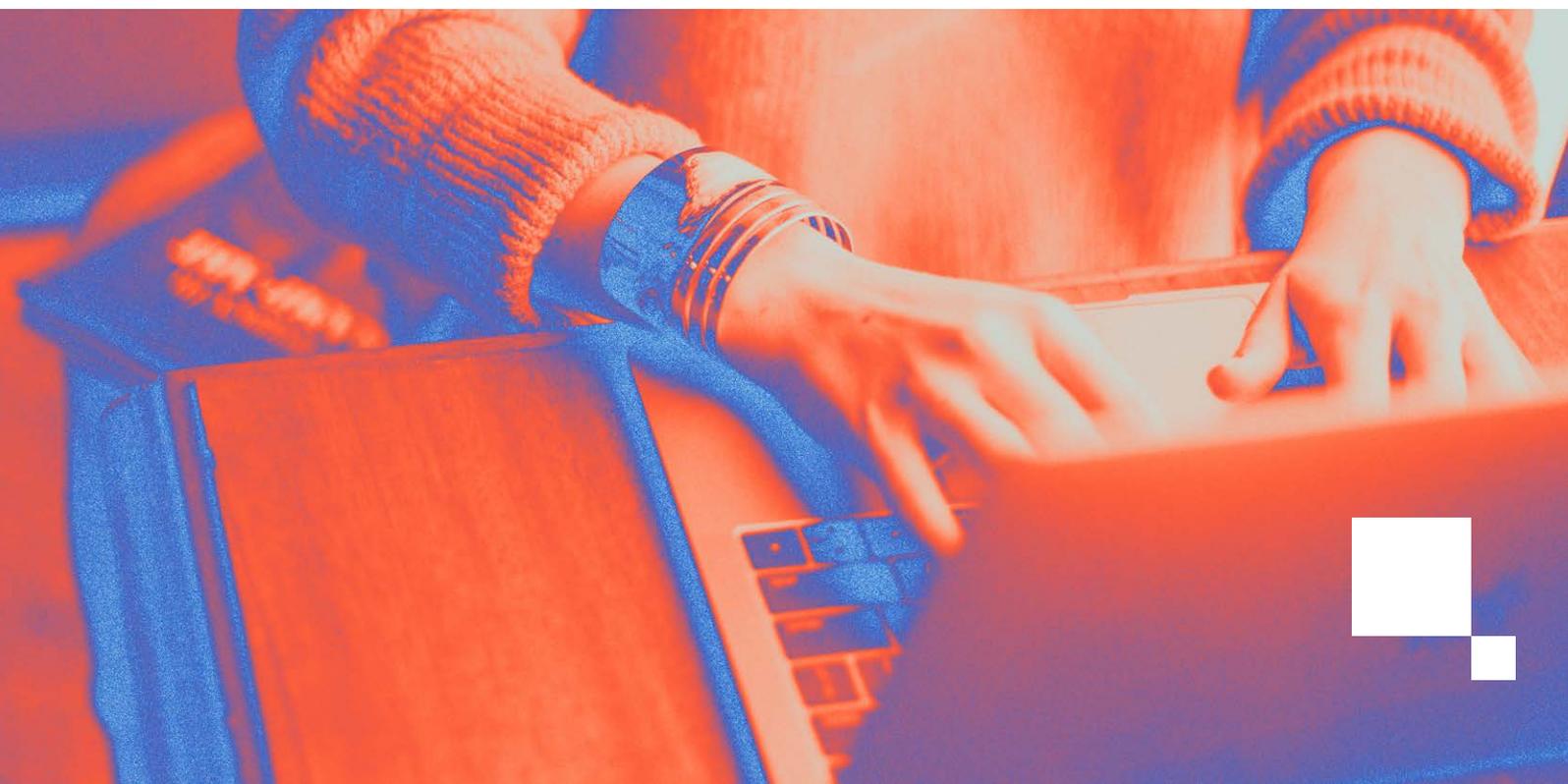
Ein Beispiel zur Berechnung der Retourenquote::

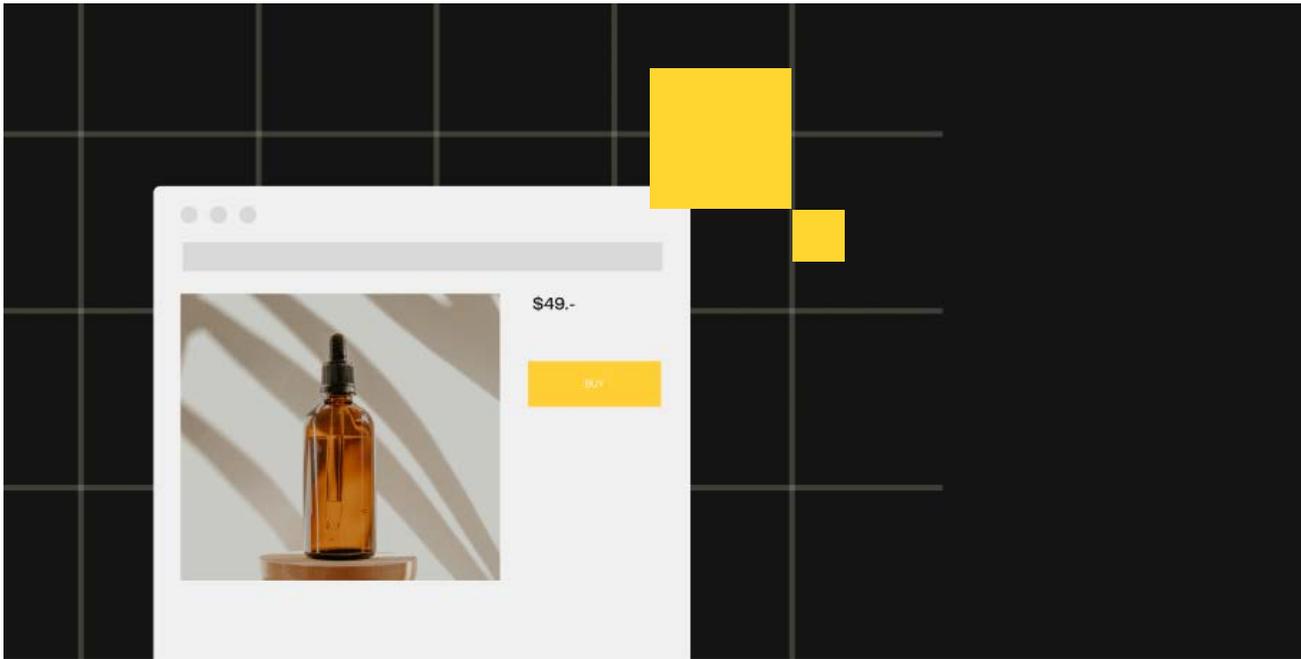
Wenn du in einem Zeitraum von einem Monat, 1000 Artikel verkaufst und davon 50 zurückgesendet werden, wäre die Formel wie gehabt:

$$\left(\frac{50}{1000} \right) \times 100 = 5\% \text{ RETOURENQUOTE}$$

Die Berechnung der Retourenquote ist ein wichtiger Indikator für die Effizienz deines E-Commerce-Business. Eine hohe Retourenquote kann auf Probleme hinweisen, wie z.B. unzureichende Produktbeschreibungen, Qualitätsprobleme oder unpassende Verpackungen.

- ↳ Laut einer Studie von Statista liegt die durchschnittliche Retourenquote im E-Commerce bei etwa 20%. Diese Zahl variiert stark je nach Branche: Während die Modebranche oft Retourenquoten von bis zu 50% aufweist, sind die Quoten in Bereichen wie Elektronik oder Möbel deutlich niedriger.





2.3 Die große Checkliste: Retourenquote deines Online-Shops senken

Zuallererst: Vorbeugung ist alles!

Vergewissere dich, dass deine KundInnen genau wissen, was sie erwerben, um unnötige Rücksendungen zu vermeiden. Investiere in hochwertige Produktbilder und schreibe aussagekräftige, ehrliche Produktbeschreibungen.

Stell' sicher, dass Größen, Materialien und Funktionen klar und verständlich kommuniziert werden. Ein Video, das das Produkt in Aktion zeigt und von jeder Richtung anschaulich darstellt, kann schon vieles bewirken!

Lass uns jetzt mit der Checkliste loslegen:

CHECKLIST:
RETOURENQUOTE
DEINES
ONLINE-SHOPS
SENKEN
↓

Checkliste: Retourenquote effektiv senken

- Qualitativ hochwertige Produktfotos:** Deine KundInnen können das Produkt nicht physisch sehen. Darum sind klare, realitätsnahe Fotos von verschiedenen Blickwinkeln essentiell.
- Detaillierte Produktbeschreibungen:** Informiere über alle relevanten Details. Ist das T-Shirt aus Bio-Baumwolle? Wie schwer ist der Laptop?
- Klare Liefer- und Rückgabebedingungen:** Verstecke wichtige Informationen nicht! Die KundInnen sollten sofort sehen können, wie und unter welchen Bedingungen sie Produkte zurücksenden können. Bei Intransparenz wird oft gar nicht erst bestellt.
- FAQ-Bereich:** Je mehr Fragen du im Voraus auf deiner Website beantworten kannst, desto weniger Unsicherheiten gibt es. Das klärt auf und vermeidet einige Rücksendungen.
- Kundenbewertungen zulassen:** Lass deine KundInnen für dich sprechen! Ihre Erfahrungen können potenzielle Käufer bei der Entscheidungsfindung stark beeinflussen. Außerdem lernst du so, wo die Schwachpunkte deines Angebots liegen, die du verbessern kannst.
- Größentabellen:** Für Kleidung, Schuhe und Accessoires sind diese fast unverzichtbar. Sie helfen, die richtige Größe zu wählen und vermeiden so unnötige Retouren.
- Kostenlose Muster:** Bei Produkten wie Kosmetik kann ein kleines Gratis-Muster Wunder bewirken und zum weiteren Kauf oder wenigstens zum Umtausch von Produkten animieren, anstatt nur zurückgeschickt zu werden. Kostenlose Beigaben stimmen deine KundInnen außerdem milde, was Rücksendungen auch verhindern kann.
- Live-Chat Support:** Ein Live-Chat bietet die Möglichkeit, Unklarheiten sofort zu klären. Wenn du kannst, versuch' diesen in deinem Online-Shop zu integrieren.
- Qualitätskontrolle vor Versand:** Eine letzte Überprüfung vor dem Versand kann fehlerhafte Produkte und Pakete aus dem Verkehr ziehen.

Falls du deine Logistik inhouse managt, überprüfe jeden Schritt des Prozesses und versuche Fehler durch Automatisierungen zu minimieren.

- Einfacher Rückgabeprozess:** Sollte es trotz allem zu einer Retoure kommen, erleichtere deinen KundInnen den Prozess und sei vor allem transparent, sowie kulant wie möglich. Das erhöht die Chance, dass sie erneut bei dir kaufen, immens.

2.4 Fünf kreative Methoden, um Retouren zu reduzieren

Abseits der üblichen Wege, Retouren zu minimieren, gibt es auch kreative Wege, diese Thematik anzugehen:

CHECKLIST:
FÜNF KREATIVE
METHODEN,
UM RETOUREN
ZU REDUZIEREN

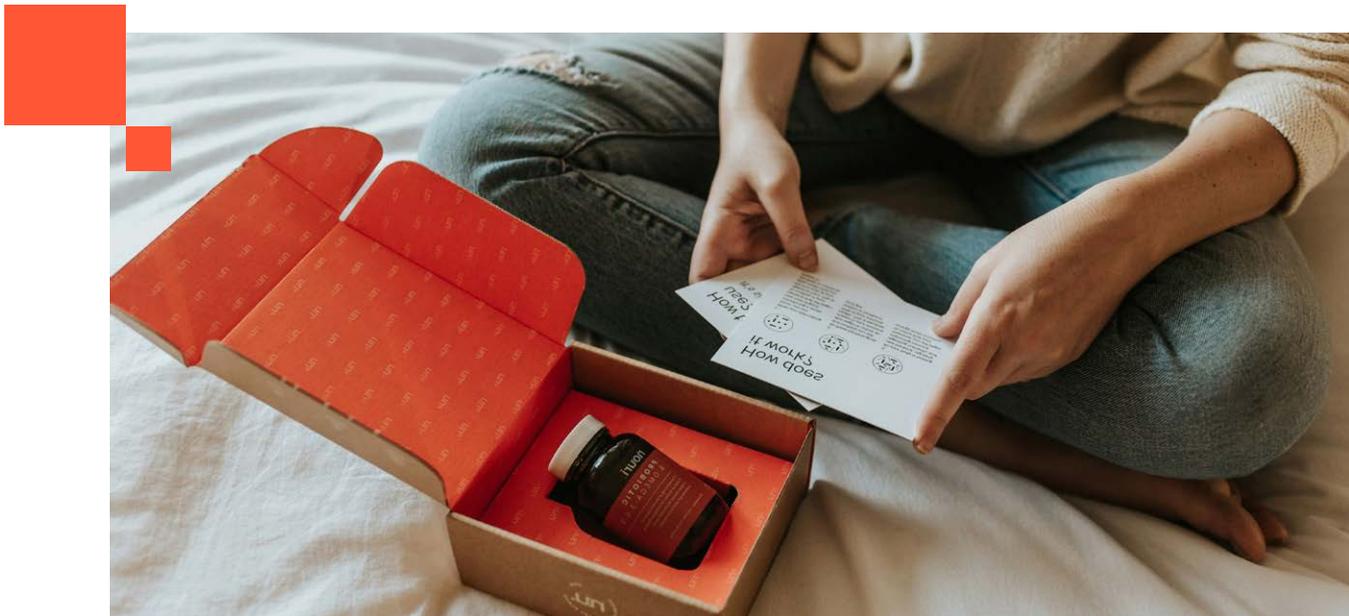
- Personalisierung:** Mit Algorithmen kannst du personalisierte Produktvorschläge machen und sowohl die Umsätze steigern, als auch die Wahrscheinlichkeit von Fehlkäufen reduzieren. Hier ist z.B. Amazon das beste Beispiel mit ihren zahlreichen Produktvorschlägen wie der "Personen, die dies kauften, kauften auch" Kategorie.

- Unboxing-Erlebnis:** Eine hochwertige Verpackung und kleine Extras - wie ein persönlicher Dankesbrief - können die Kundenzufriedenheit erheblich steigern.

- Loyalitätsprogramme:** Mit Rabatten auf den nächsten Einkauf oder kleinen Geschenken förderst du die Kundenbindung und minimierst so auch das Risiko von Retouren.

- Follow-Up-E-Mails:** Althergebracht? Vielleicht. Dennoch, ein probates Mittel: Ein kurzes Feedback nach dem Kauf kann dir wertvolle Erkenntnisse über die Gründe für Retouren liefern, sowie negatives Feedback gleich abfangen und das Problem lösen, ohne dass es an die Öffentlichkeit gelangen muss.

- A/B-Tests:** Durch systematisches Testen kannst du herausfinden, welche Maßnahmen bei deiner Zielgruppe am besten ankommen und diese dann gezielt umsetzen, um die Retourenquote zu senken.





2.5 Rechtliche Grundlagen für Retouren in der EU und Großbritannien

EU-Richtlinien:

Innerhalb der Europäischen Union sind die Regelungen für Online-Retouren ziemlich klar:

➤ KundInnen haben das Recht, einen Online-Kauf innerhalb von 14 Tagen ohne Angabe von Gründen zu widerrufen. Diese Frist beginnt, sobald der Kunde oder die Kundin oder eine beauftragte dritte Person die Ware in Besitz genommen hat.

Wichtig dabei ist, dass du als HändlerIn deine KundInnen klar und deutlich über dieses Widerrufsrecht informieren musst. Andernfalls kann die Widerrufsfrist für den KundInnen sogar auf bis zu 12 Monate verlängert werden! **Es ist also in deinem eigenen Interesse, eine klare, leicht verständliche und auffindbare Widerrufsbelehrung auf deiner Webseite zu platzieren.**

Rechtliche Grundlagen in Großbritannien:

Seit dem Brexit hat sich die rechtliche Lage in Großbritannien in einigen Punkten verändert, aber die Grundprinzipien sind ähnlich. **Auch in Großbritannien haben VerbraucherInnen das Recht, Online-Käufe innerhalb von 14 Tagen zu widerrufen.**

Allerdings gibt es Besonderheiten, die gerade für HändlerInnen aus der EU relevant sein können, wie etwa unterschiedliche Mehrwertsteuer-Regelungen oder Zollbestimmungen. **Auch hier gilt, dass KundInnen explizit auf ihre Rechte hingewiesen werden müssen.**

➤ Wir bei Quivo können dir nicht nur bei deiner Logistik helfen und sie für dich abwickeln, sondern auch zahlreiche administrative Prozesse übernehmen, um in beiden Rechtsräumen reibungslos zu agieren. Schreib uns ganz unverbindlich!



2.6 Checkliste: So verbesserst du den Retourenprozess deines Online-Shops

Zu guter Letzt, sehen wir uns deinen aktuellen Retourenprozess an. Die Optimierung dessen ist ein Schlüsselaspekt, um die Rentabilität zu erhöhen und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit sicherzustellen.

Das sind die bewährten Strategien:

Schnelle Rückerstattung

Einer der häufigsten Gründe für Unzufriedenheit bei KundInnen ist eine langsame Rückerstattung nach einer Retoure. Automatisiere diesen Prozess so weit wie möglich, um sie nicht lange warten zu lassen. Moderne Retouren-Management-Systeme können den Status einer zurückgesendeten Ware erkennen und automatisch die Rückerstattung einleiten!

Effiziente Wiederaufbereitung

Sobald die Ware zurück im Lager ist, sollte sie schnellstmöglich überprüft und wieder in den Verkauf gebracht werden, um Lagerkosten zu sparen. Ein durchdachtes System zur Qualitätsprüfung und Wiederaufbereitung ist hier entscheidend. Unser innovatives Logistikmanagement System – [der Quivo Connector](#) – ist Vorreiter in diesem Gebiet.

➤ **Bonus-Tipp:** Überlege auch, ob es sinnvoll ist, leicht beschädigte Artikel als B-Ware zu einem reduzierten Preis wieder anzubieten.

Datenanalyse und Feedback-Schleifen

Nutze Data Analytics Tools, um herauszufinden, welche Produkte am häufigsten retourniert werden und warum. Bietet ein bestimmtes Produkt ständig Anlass für Retouren wegen Qualitätsmängeln? Ist die Produktbeschreibung unklar oder irreführend?

Dieses Feedback ist wertvoll, um dein Angebot zu verbessern und künftige Retouren zu vermeiden..

Verbesserung der Vorab-Kommunikation

Viele Retouren können vermieden werden, wenn KundInnen im Vorfeld besser informiert sind. Überlege, ob deine Produktbeschreibungen und -bilder ausreichend und zutreffend sind. A/B-Tests können hier hilfreiche Erkenntnisse liefern. Zudem können Chatbots oder Live-Chat-Services Kundenfragen klären, bevor der Kauf getätigt wird.

Nahtlose Integration in den Bestellprozess

Dein Retourenprozess sollte so nahtlos wie möglich in den allgemeinen Bestellprozess integriert sein. Ein einfacher, leicht verständlicher Ablauf für deine KundInnen fördert nicht nur eine positive Erfahrung, sondern kann auch deinen administrativen Aufwand reduzieren.

Ein Online-Portal, über das man den Status seiner Retoure verfolgen kann, ist ebenfalls ein Pluspunkt.

Verwendung von KI und Automatisierung

Neueste Technologien wie KI können helfen, den Retourenprozess weiter zu optimieren. KI-Algorithmen können beispielsweise vorhersagen, welche Produkte ein höheres Risiko für Retouren haben und dir dabei helfen, präventive Maßnahmen zu setzen. Schau dich auch im Sortiment deiner direkten Konkurrenz um. Das kann oft ein guter Indikator sein.

Flexible Rückgabeoptionen

Biete verschiedene Rückgabeoptionen an, wie etwa die Rückgabe in einem physischen Geschäft, Abholung von zu Hause oder die Möglichkeit, das Paket selbst zurückzusenden.

Dadurch verbesserst du das Kundenerlebnis und erhöhst die Wahrscheinlichkeit, dass sie erneut bei dir einkaufen, selbst wenn sie einmal etwas retourniert haben.

↑

CHECKLISTE:
DEN
RETOURENPROZESS
DEINES
ONLINE-SHOPS
VERBESSERN



Fazit: Dein Weg zu einem effizienten E-Commerce

Quellen
und Statistik
Angaben:

Statista
Pitney Bowes
Shippo
Narvar
DHL
DPD
Dotcom Distribution
McKinsey
Trivium Packaging
BigCommerce
Trustpilot
Convey
Quivo

Du hast nun wertvolle Tipps, um Versandkosten zu senken und Retouren zu minimieren.

Diese Maßnahmen können deine Rentabilität nachhaltig steigern und die Kundenzufriedenheit erhöhen. Von der Auswahl des günstigsten Versanddienstes über die Nutzung von Versand-Flatrates bis hin zur Optimierung interner Prozesse – jede Strategie hilft, deinen Online-Shop effizienter zu gestalten!

Denk' dran, flexibel zu bleiben und stets auf Kundenfeedback zu hören! E-Commerce ist dynamisch, und kontinuierliche Anpassungen sind der Schlüssel zum Erfolg. Nutze die hier vorgestellten Tipps, um deine Prozesse zu verbessern und die Kosten niedrig zu halten.

Viel Erfolg bei der Umsetzung und auf deinem Weg zu einem effizienteren und erfolgreicherem Online-Shop!

➤ Entdecke viele weitere Tipps, Guides und Checklisten für E-Commerce HändlerInnen direkt und topaktuell hier [auf unserem Blog!](#)



Wir hoffen, dass dir dieser Guide dabei hilft, dein E-Commerce-Geschäft noch effizienter zu betreiben!

Hast du noch weitere Fragen an unsere Fulfillment Experten oder möchtest mit uns über deine Logistik sprechen? Nichts lieber als das!

MELDE DICH JEDERZEIT
GANZ UNVERBINDLICH!

ÜBER DEN AUTOR



➤ **Martin Jezy**
Online editor and SEO copywriter @ Quivo