

## Kontakt:

ECC Köln  
c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH  
Sabine Buschmann

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-72  
Fax: +49 (0) 221 94 36 07-99  
s.buschmann@ecckoeln.de

[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)  
[www.ecckoeln.de](http://www.ecckoeln.de)

## Retouren im Online-Handel: Welche Rolle spielen Zahlungsverfahren?

*Das gewählte Zahlungsverfahren ist wesentlich, wenn es um die einfache und schnelle Abwicklung von Retouren geht. Dieser Auffassung ist jeder zweite Online-Shopper, wie ein neues Whitepaper des ECC Köln zeigt, das den Retourenprozess aus Konsumentensicht betrachtet und den Zusammenhang von Retouren und angebotenen Zahlungsverfahren unter die Lupe nimmt. Vor allem PayPal wird von den Konsumenten im Zusammenhang mit Retouren gut bewertet.*

**Köln, 16. September 2013** – Dass das bevorzugte Zahlungsverfahren verfügbar und die Retoure einfach handhabbar ist, sind zwei der zehn wichtigsten Kriterien für die Zufriedenheit von Online-Kunden. Doch was auf Kundenseite Kaufbarrieren abbaut, erzeugt auf Händlerseite in erster Linie Kosten. Dabei plant lediglich eine Minderheit der Online-Shopper bei ihrer Bestellung von vornherein Retouren ein – so ein Ergebnis des neuen ECC-Whitepapers „Der Retourenprozess aus Sicht der Konsumenten: Welche Rolle spielt das Zahlungsverfahren?“. Die Ergebnisse zeigen, dass branchenübergreifend lediglich 7,3 Prozent der Online-Shopper die Retoure vorab fest eingeplant und das Produkt z. B. in unterschiedlichen Farben oder Größen bestellt haben. Die Branchenanalyse zeigt: Bereits bei der Bestellung eingeplante Retouren sind erwartungsgemäß vorrangig ein Phänomen der Fashion-Branche. Während hier knapp 19 Prozent der Befragten angaben, bei ihrer letzten Bestellung fest mit einer Retoure gerechnet zu haben, liegt die Quote in den Kategorien Bücher & Medien und Consumer Electronics unter vier Prozent.

### Jeder Zweite rechnet mit Einfluss des Zahlungsverfahrens auf den Retourenprozess

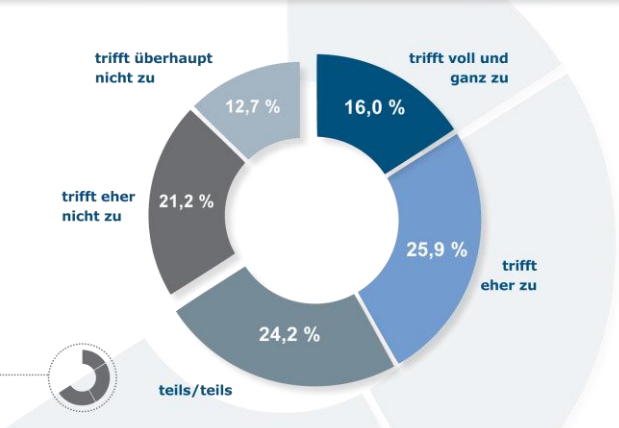
Im vorliegenden Whitepaper wird der Zusammenhang zwischen Retouren und Zahlungsverfahren besonders fokussiert. Die Auswertung zeigt, dass jeder zweite Konsument davon ausgeht, dass das gewählte Zahlungsverfahren einen Einfluss darauf hat, wie schnell und einfach Retouren abgewickelt werden. Außerdem erhöht sich laut 66,1 Prozent der befragten Konsumenten je nach gewähltem Zahlungsverfahren die Wahrscheinlichkeit, dass sie im Fall einer Retoure ihr Geld zurückbekommen. Vor allem der Payment-Dienstleister PayPal schneidet diesbezüglich bei den Verbrauchern gut ab: Rund 47 Prozent der Befragten wählten PayPal auf Platz eins der Zahlungsverfahren mit der höchsten Rückerstattungssicherheit. Platz zwei belegt die Kreditkarte (12,6 %) und an dritter Stelle folgt die Lastschrift, die von 9,4 Prozent der Befragten auf Platz eins gewählt wurde. Auch in Sachen Liefergeschwindigkeit der bestellten Ware und Schnelligkeit der Retourenabwicklung kann PayPal bei den Online-Shoppern punkten und landet vor den übrigen abgefragten Zahlungsverfahren.

### Gutes Retourenmanagement erhöht die Wiederkaufwahrscheinlichkeit

So kosten- und zeitintensiv Retouren aus Händlersicht auch sind: In Sachen Kundenbeziehung lohnt es trotzdem in einen funktionierenden und einfachen Ablauf für Rücksendungen zu investieren. So gaben knapp 60 Prozent der Befragten an, dass ein reibungsloser Retourenablauf in jedem Fall ein Grund dafür sei, erneut in diesem Online-Shop zu bestellen. „Ein gut funktionierendes Retourenmanagement von der

Vorbereitung der Retoure bis hin zur Zahlungserstattung ist für Online-Händler ein zentrales Instrument, um sich von der Konkurrenz abzugrenzen und den Kunden langfristig an sich zu binden. Online-Händler sollten Retouren demnach nicht als lästiges Übel, sondern als Chance zur Kundenpflege auf der letzten Meile betrachten“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln.

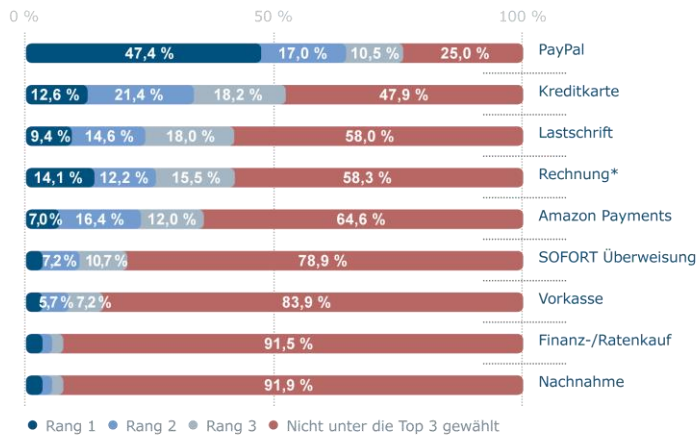
Inwieweit trifft die folgende Aussage Ihrer Meinung nach zu?  
 „Das gewählte Zahlungsverfahren erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass ich im Falle einer Retoure mein Geld zurückerstattet bekomme.“



**!** Für 66,1 % der Befragten erhöht das gewählte Zahlungsverfahren die Wahrscheinlichkeit, dass im Falle einer Retoure das Geld zurückerstattet wird.

Bei welchen Zahlungsverfahren erhöht sich Ihrer Meinung nach die Wahrscheinlichkeit einer Rückerstattung des Geldes im Falle einer Retoure?

„Wenn ich mit PayPal oder Kreditkarte zahle, kann ich mir am sichersten sein, dass ich mein Geld zurück bekomme, falls ich etwas zurückschicken muss.“



ECC Köln 2013

\* Die Konsumenten sollten beim Ranking davon ausgehen, dass die Bezahlung der Rechnung bereits erfolgt ist.

Abbildung oben: Der wahrgenommene Einfluss der Zahlungsverfahren auf die Rückerstattungswahrscheinlichkeit des Geldes im Falle einer Retoure, n = 1.033 .  
 Abbildung unten: Ranking der Zahlungsverfahren in Bezug auf die Rückerstattungssicherheit des Geldes im Retourenfall, n = 683 (nur Personen, die einen Zusammenhang zwischen dem Zahlungsverfahren und der Rückerstattungssicherheit des Geldes sehen), Werte unter 5 % nicht ausgewiesen.

Wörter der Meldung: 476  
 Zeichenzahl der Meldung (inkl. Leerzeichen): 3.572

## **Über die Studie**

Im Zentrum des Whitepapers „Der Retourenprozess aus Sicht der Konsumenten: Welche Rolle spielt das Zahlungsverfahren?“ stehen unter anderem folgende Fragestellungen: Planen Konsumenten schon während der Bestellung ein, Ware wieder zurückzusenden? Welche Phasen im Retourenprozess werden aus Konsumentensicht als besonders kompliziert wahrgenommen? Hat die Wahl des Zahlungsverfahrens einen Einfluss auf die wahrgenommene Sicherheit und den Convenience-Faktor im Retourenkontext? Falls ja: Welche Zahlungsverfahren schneiden hierbei besonders gut ab? Um diese Fragen beantworten zu können, wurden im Juni 2013 1.033 deutsche Online-Shopper befragt. Die Stichprobe wurde repräsentativ nach Alter und Geschlecht für deutsche Internetnutzer im Alter ab 16 Jahren quotiert. Die Fragen bezogen sich auf den letzten Online-Kauf der Konsumenten aus vier ausgewählten Branchen (Fashion & Accessoires, Wohnen & Einrichten, Consumer Electronics und Bücher & Medien). Des Weiteren wurde die allgemeine Einstellung der Konsumenten zum Einfluss der Zahlungsverfahren auf die wahrgenommene Retourenabwicklung abgefragt.

Das Whitepaper kann kostenfrei auf der Website des ECC Köln heruntergeladen werden.

[Hier geht's zum Download.](#)

## **Über das ECC Köln**

Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis bietet das IFH Köln seit 1929 neutrale Analysen und Strategieberatung für Händler, Hersteller und Dienstleister. Das ECC Köln fokussiert dabei den Einfluss des Internets auf die Handelslandschaft. Die Erfolgsfaktoren des E-Commerce werden in Studien und Auftragsprojekten analysiert. In Zusammenarbeit mit den Kollegen des IFH Köln werden diese Erkenntnisse in den Kontext eines effizienten Multi-Channel-Managements gesetzt. Hierfür greifen die Experten des ECC Köln auf alle gängigen Methoden der Marktforschung zurück, interpretieren die Analyseergebnisse und unterstützen Unternehmen dabei Managemententscheidungen vorzubereiten und abzusichern. Unsere Kunden profitieren von der Kanalexpertise des ECC Köln und dem Branchen Know-how des IFH Köln.

Weitere Informationen unter [www.ecckoeln.de](http://www.ecckoeln.de) oder [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)