

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
2 Das Problem hoher Retourenquoten im Online-Handel	3
2.1 Die Begriffe Retoure und Retourenmanagement	3
2.2 Die Kennzahl Retourenquote	5
2.3 Rechtliche Grundlagen für Fernabsatzverträge	7
2.4 Retourenquoten in Abhängigkeit der Branche und Warenkategorie	9
3 Retourengründe und Retournierverhalten der Kunden	11
3.1 Auswahlprozess der Artikel: Produktbezogene Retourengründe	12
3.2 Sortiment: Preisbezogene Retourengründe	13
3.3 Lieferzeit und Lieferqualität: Logistikbezogene Retourengründe	13
3.4 Kunden: Verhaltensbezogene Retourengründe	14
4 Präventives Retourenmanagement	17
4.1 Maßnahmen zur Retourenvermeidung	17
4.2 Maßnahmen zur Retourenverhinderung	23
5 Reaktives Retourenmanagement	29
5.1 Der Retourenprozess	29
5.2 Verwendung und Vermarktung retournierter Waren	32
5.3 Kosten des Retourenmanagements in Unternehmen	34

6	Implikationen für die Ausgestaltung des Retourenmanagements im Unternehmen	37
6.1	Die Retourenstrategie.....	37
6.2	Eigenbetrieb oder Auslagerung der Retourenbearbeitung.....	39
6.3	Das Retourencontrolling	41
7	Fazit und Ausblick.	47
	Literatur.	51