

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Das Problem hoher Retourenquoten im Online-Handel</b>	<b>3</b>
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
<b>3</b>	<b>Retourengründe und Retournierverhalten der Kunden</b>	<b>11</b>
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
<b>4</b>	<b>Präventives Retourenmanagement</b>	<b>17</b>
4.1	Maßnahmen zur Retourenvermeidung	17
4.2	Maßnahmen zur Retourenverhinderung	23
<b>5</b>	<b>Reaktives Retourenmanagement</b>	<b>29</b>
5.1	Der Retourenprozess	29
5.2	Verwendung und Vermarktung retournierter Waren	32
5.3	Kosten des Retourenmanagements in Unternehmen	34

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