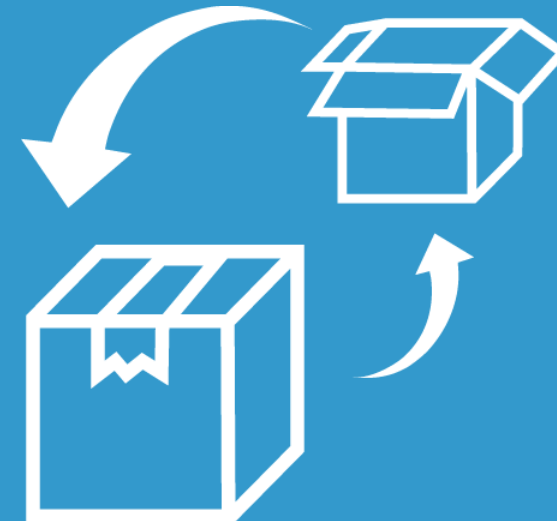


EHI-STUDIE

Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce 2022

Die vollständige Erhebung als unkommentierte Statistiken

Teil 2
Vollständige
Befragung



07.12.2022

Mit freundlicher Unterstützung von:



Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

anlässlich des 10-jährigen Bestehens unserer Studie „Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce“, veröffentlicht das EHI zusätzlich zu der bereits erschienen Studie ein Statistikband, der mit einer noch tiefergehenden und breiter aufgestellten Darstellung rund um das Thema Versand und Retouren überzeugt.

Dieser die Studie ergänzende Band bietet eine weitreichende thematische Behandlung aller relevanten Aspekte für ein effizientes Versand- und Retourenmanagement.

Dabei beleuchtet das EHI in visualisierter Darstellung Trends und Strategien die thematisch von der Organisation des Fulfillments und des Online-Kanals über Versandpackungen, aktuelle Lieferkonditionen und -zeiten bis hin zu Maßnahmen zur Retourenvermeidung beziehungsweise deren Wiederverwendbarkeit reichen.

Mit dem Statistikband erhoffen wir uns, für Sie ein attraktives Angebot fernab und darüber hinausgehend zu unseren bisherigen Veröffentlichungen zu bieten und die Tabellen sowie deren Ergebnisse für sich sprechen zu lassen. Dabei steht der Erkenntnisgewinn für Sie bei uns an oberster Stelle, den Sie hoffentlich durch unsere „neuartige“ Veröffentlichung erhalten und der Sie für die kommende Zeit, trotz aller aktuell auftretenden Krisen, sicher im Bereich Versand- und Retourenmanagement aufstellt.

Das EHI bedankt sich auch dieses Mal wieder bei allen Handelsunternehmen (Händler), die sich an der Befragung beteiligt haben, für ihre freundliche Unterstützung und für ihre offenen, kompetenten und informativen Auskünfte.

Es grüßt Sie auf das Herzlichste ihr diesjähriges Team Marco Atzberger, Andreas Kruse und Niklas Stanislawski

Köln, den 07.12.2022



Andreas Kruse

Director Business Development
EHI Retail Institute



Niklas Stanislawski

Projektmanager Handelslogistik
EHI Retail Institute

Vorwort	03	Anforderungen, Trends und Strategien der Onlinehändler beim Retourengeschäft	68
Weiterführende Informationen	05	Vermeidung von Retouren	70
Erhebungsmethode und Struktur der Befragungsstruktur der Stichprobe	06	Retouren - endkundenseitig	75
Organisation des Fulfillments im Online-Kanal	12	Retourenkosten	83
Outsourcing an Fulfillment	16	Abwicklung von Retouren im eigenen Unternehmen	86
Lagerhaltung und Kommissionierung – Separate oder Omnichannel-Lösung	19	Wiederverwendbarkeit retournierter Artikel	89
Organisation des Versands/der Auslieferung im Online-Kanal	23	Vorschau auf kommende EHI-Ereignisse	98
Organisation des Versands – Auswahl des Versanddienstleister	29	Impressum	99
Liefargeschwindigkeit	32		
Zeitpunkt/Zeitfenster für die Zustellung	40		
Zustelloptionen	46		
Versandverpackungen	49		
Versandkosten	58		
Verknüpfung von Onlineshop und Logistik	62		
Retourenquote	65		

EHI

Viele der in der vorliegenden Studie abgebildeten Grafiken sind in unserer Online-Statistik-Datenbank www.handelsdaten.de verfügbar und können als xls-, pdf- und jpg-Datei heruntergeladen werden. Die Grafiken zum Thema „Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce“ finden Sie auf unserer Handelsthemensseite unter: <https://www.handelsdaten.de/handelsthemen/versand-und-retourenmanagement>



Weiterführende Informationen

Statistikband zu den Trends und Strategien im Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce 2022

Dieser Statistikband ergänzt die bereits veröffentlichte EHI-Studie „Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce 2022“.

Die im Sommer 2022 durchgeführte Befragung des EHI ist von der Anzahl der Fragen und Antwortoptionen die umfangreichste Studie des EHI.

In der kommentierten Studie werden die wichtigsten und erkenntnisreichsten Fragenkomplexe ausformuliert dargestellt. Eine Vollständigkeit wird nicht angestrebt.

Hier schließt dieser nun vorliegende umfassende Statistikband die Lücke. Alle Fragen der Erhebung werden mit den gegebenen Antworten dargestellt.

Somit erhalten Themen wie Organisation des Versands, Geschwindigkeit und Zustelloptionen, Verpackungen, Nachhaltigkeit und Retouren ihren gebührenden Raum.

Wir freuen uns Ihnen nunmehr die gesamte Studie im vollen Umfang hiermit verfügbar zu machen.

Für unsere Einschätzungen sowie die Expertenbeiträge unserer Partner verweisen wir auf den originären Studienband.

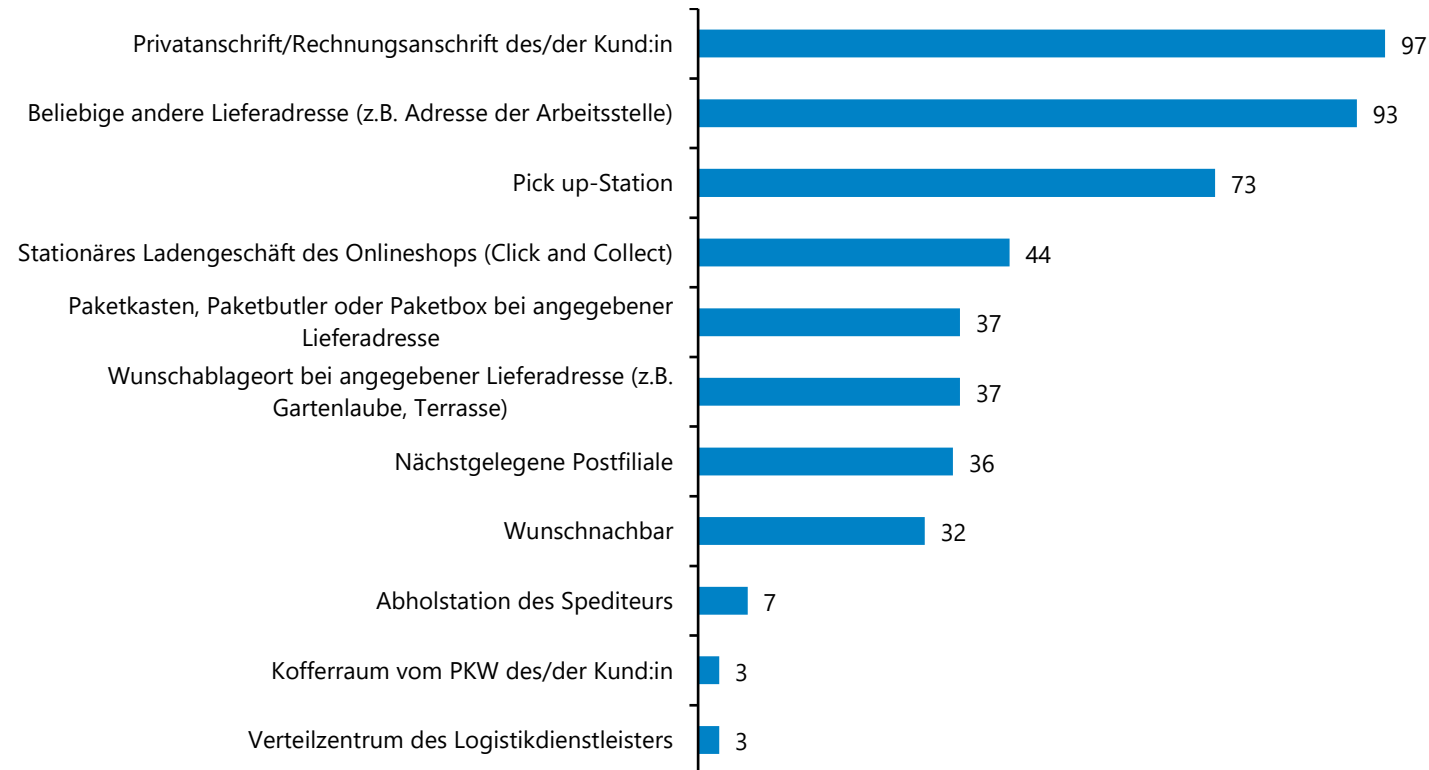
„Genauso wie die
„Vorwärtslogistik“ braucht das
Retourenmanagement Key Performance
Indicators, um die Prozesseffektivität
und -effizienz zu steigern.“

Andreas Kruse
Director Business Development
EHI Retail Institute

Zustelloptionen

Möglichkeiten des Zustellortes (Abb. 33)

Anteile in Prozent

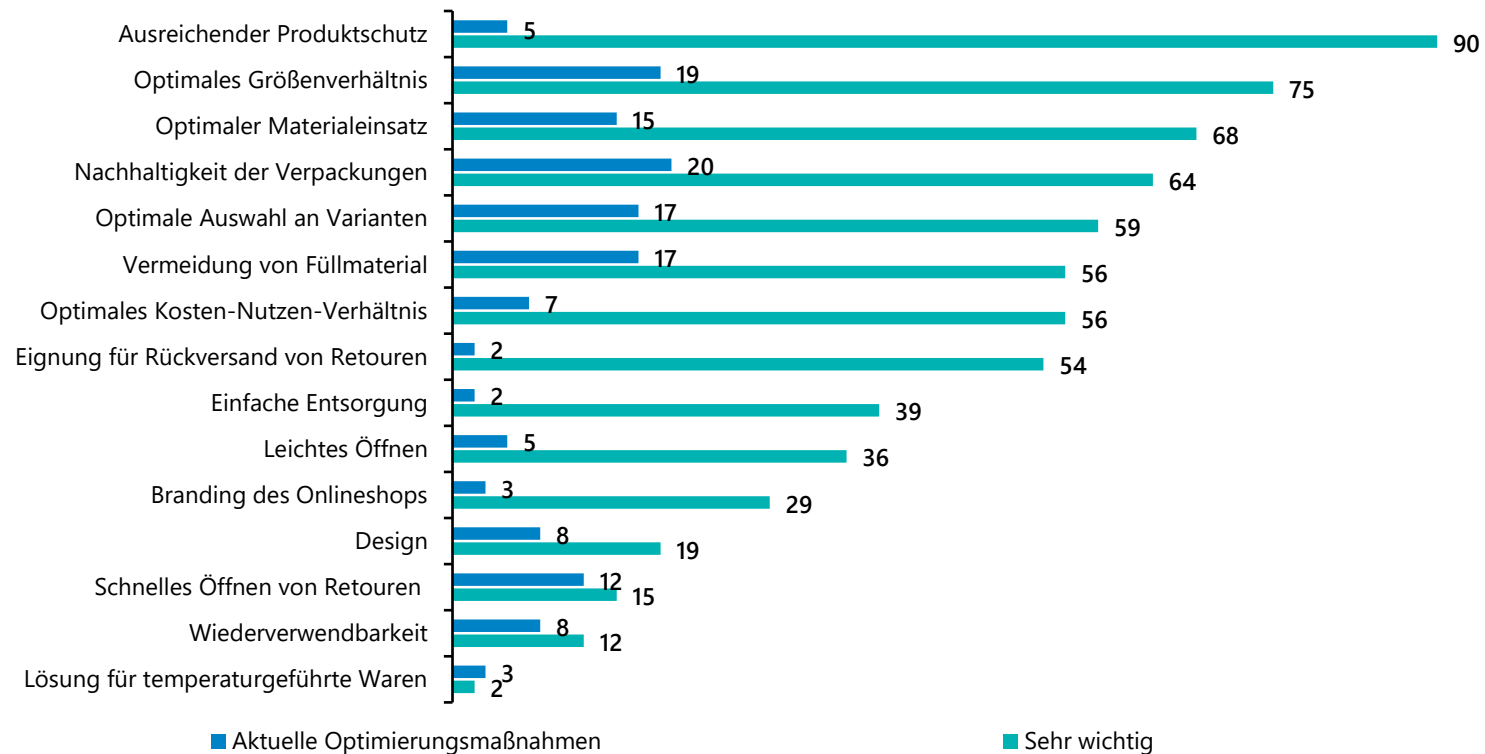


n = 59, Mehrfachnennungen möglich, Quelle: EHI

EHI Versandverpackungen

Relevante Kriterien bei der Auswahl des Verpackungssystems, aktuelle Optimierungsmaßnahmen (Abb. 37)

Anteile in Prozent



Versandkosten

Kriterien für die Höhe der in Rechnung gestellten Versandkosten (Abb. 44)

Anteile in Prozent

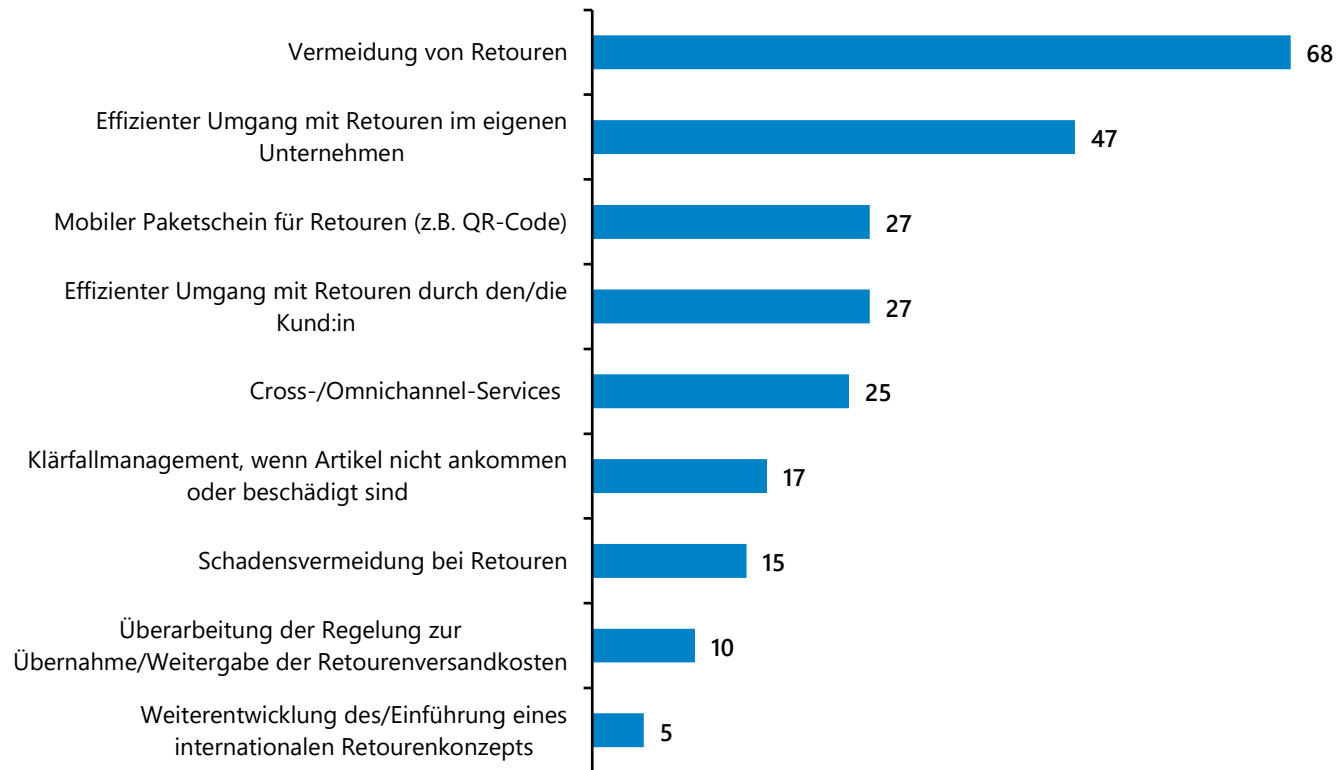


n = 59, Mehrfachnennungen möglich, Quelle: EHI

Anforderungen, Trends und Strategien der Onlinehändler beim Retourengeschäft

Aktuell im Fokus stehende Maßnahmen im Retourengeschäft (Abb. 50)

Anteile in Prozent





EHI-KONGRESS

Handelslogistik Kongress Köln

29. und 30. März 2023 im
Congress-Centrum Nord.

Jetzt anmelden!



EHI-Initiative

KI & R4R – Konferenz 2023

Anfang September.
Weitere Informationen finden
Sie in Kürze unter:
www.robotics-konferenz.de



EHI-ARBEITSKREIS

Logistik

Der Arbeitskreis Logistik ist eine
zwei mal jährlich tagende und
etablierte Arbeits-, Research-
und Erfahrungsplattform mit
Fachleuten aus dem Bereich
Logistik führender
Handelsunternehmen.



Das EHI Retail Institute ist ein Forschungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner mit rund 80 Mitarbeitenden. Sein internationales Netzwerk umfasst rund 850 Mitgliedsunternehmen aus Handel, Konsum- und Investitionsgüterindustrie sowie Dienstleister. Das EHI erhebt wichtige Kennzahlen für den stationären und den Onlinehandel, ermittelt Trends und erarbeitet Lösungen. Das Unternehmen wurde 1951 gegründet. Präsident ist Markus Tkotz Geschäftsführer ist Michael Gerling. Die GS1 Germany ist eine Tochtergesellschaft des EHI und des Markenverbandes und koordiniert die Vergabe der Global - Trading Item Number (GTIN, ehem. EAN) in Deutschland. In Kooperation mit dem EHI veranstaltet die Messe Düsseldorf die EuroShop, die weltweit führende Investitionsgütermesse für den Handel, die EuroCIS, wo neueste Produkte, Lösungen und Trends der IT- und Sicherheitstechnik vorgestellt werden, sowie die China-in-store für den asiatischen Handel in Shanghai.

Verlag:

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55
50672 Köln
Tel. +49 221 57993-0
Fax +49 221 57993-45
info@ehi.org
www.ehi.org

Herausgeber:

EHI Retail Institute e.V.

Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Michael Gerling

Autor:

Marco Atzberger, atzberger@ehi.org
Andreas Kruse, kruse@ehi.org
Niklas Stanislawski, stanislawski@ehi.org

Layout:

EHI Retail Institute GmbH

Copyright © 2022

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung

des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Haftungsausschluss:

Das EHI Retail Institute versucht mit größtmöglicher Sorgfalt, in der vorliegenden Studie richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Das EHI Retail Institute übernimmt daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig aufgenommen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

Bestellmöglichkeiten:

Tel. +49 221 57993-43
vertrieb@ehi.org
www.ehi.org/wissen/publikationen/

ISBN: 978-3-87257-578-4

Preis: 465,00 €, zzgl. gesetzlicher MwSt.

Bildrechte:

Cover: Composing S3 Advertising,
Illustrationen Innenseiten: Composing EHI

EHI