RETOURENQUOTE IM E-COMMERCE

BLOG

BLOG

BLOG

← Zurück

RETOURENQUOTE: ARTEN, BERECHNUNG UND WIE MAN SIE RICHTIG INTERPRETIET

Im E-Commerce sind Rücksendungen ein unvermeidlicher Teil des Geschäfts. Sie haben jedoch nicht nur Einfluss auf die Kundenzufriedenheit, sondern auch auf die Rentabilität eines Unternehmens.

Laut EHI-Studie liegt die Retourenquote in Deutschland je nach Produktgruppe zwischen **6 und 10 Prozent**. Es gibt jedoch erhebliche Unterschiede zwischen den Warensegmenten. Die Retourenquote ist eine wichtige Kennzahl, die dabei hilft, Rücksendungen zu messen und zu bewerten. Sie gibt an, wie viele Produkte von den Kunden zurückgeschickt werden, und ist ein entscheidender Faktor für den wirtschaftlichen Erfolg eines Online-Shops.

Inhalt:

01 - Warum die Retourenquote wichtig ist
02 - Was ist die Retourenquote?
03 - Arten von Retourenquoten und Berechnung
04 - Die richtige Interpretation
05 - Die optimale Retourenquote
06 - Fazit

WARUM DIE RETOURENQUOTE FÜR E-

COMMERCE-BETREIBER WICHTIG IST

Die Retourenquote beeinflusst nicht nur die Kosten für den Versand und die Wiederaufbereitung von Produkten, sondern auch die Kundenbindung und das Markenimage. Hohe Retourenquoten können auf **Probleme** in der Produktqualität, bei der Beschreibung oder in der Handhabung des **Retourenprozesses** hinweisen. Gleichzeitig ist es für Shop-Betreiber wichtig zu verstehen, wie sie die Retourenquote beeinflussen können, um die **Rentabilität zu steigern** und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit zu sichern..

WAS IST DIE RETOURENQUOTE?

Die Retourenquote ist das Verhältnis von zurückgegebenen Produkten zur Gesamtzahl der Bestellungen. Sie wird üblicherweise in Prozent angegeben. Eine hohe Retourenquote kann auf eine Vielzahl von Problemen hinweisen, wie zum Beispiel unzureichende Produktinformationen oder Qualitätsmängel. Gleichzeitig ist es auch ein Indikator dafür, wie gut der Shop seine Zielgruppe erreicht und welche Aspekte im Einkaufserlebnis verbessert werden müssen.

ARTEN VON RETOURENQUOTEN UND WIE SIE BERECHNET WERDEN

Es gibt verschiedene Methoden, um die Retourenquote zu berechnen. Die gängigsten Arten sind die **Alpha-, Beta- und Gamma-Retourenquote**, die je nach Geschäftsmodell und Art der Produkte unterschiedliche Berechnungen erfordern.

ALPHA-RETOURENQUOTE

Alpha-Retourenquote = Anzahl der zurückgesendeten Pakete

Die Alpha-Retourenquote ist die grundlegendste Methode, bei der die **Retouren im Verhältnis zu den gesamten Bestellungen** gesetzt werden. Sie eignet sich für Shops, die eine breite Produktpalette anbieten, wie etwa im Modebereich.

Die Berechnung erfolgt durch die Formel:

ALPHA-RETOURENQUOTE BERECHNEN

$$\text{ALPHA-RETOURENQUOTE} = \frac{\text{RETOURENPAKETE}}{\text{VERSENDETE PAKETE}} \times 100$$

BETA-RETOURENQUOTE

Beta-Retourenquote = Anzahl der zurückgesendeten Artikel

Die Beta-Retourenquote konzentriert sich auf spezifische Produktgruppen. Diese Methode ist besonders nützlich, wenn der Shop eine Vielzahl von Produktkategorien führt, deren Retourenquote stark variieren kann. Die Berechnung erfolgt nach ähnlichem Prinzip, jedoch nur für eine bestimmte Produktgruppe, etwa Elektronik oder Bekleidung.

Die Berechnung erfolgt durch die Formel:

BETA-RETOURENQUOTE BERECHNEN

$$\text{BETA-RETOURENQUOTE} = \frac{\text{RETOURENARTIKEL}}{\text{VERSENDETE ARTIKEL}} \times 100$$

GAMMA-RETOURENQUOTE

Gamma-Retourenquote = Wert der zurückgesendeten Artikel

Die Gamma-Methode **vergleicht den Wert der zurückgesendeten Waren mit dem Wert der versendeten Waren** und bietet Händlern somit einen Überblick darüber, wie viel des versendeten Warenwerts zurückgegeben wird. In Verbindung mit der artikelbezogenen Beta-Retourenquote können Händler schnell erkennen, ob Kunden eher hochpreisige oder niedrigpreisige Artikel retournieren. Diese Methode ist auf den Preis der Produkte ausgerichtet.

Die Berechnung erfolgt durch die Formel:

GAMMA-RETOURENQUOTE BERECHNEN

$$\text{GAMMA-RETOURENQUOTE} = \frac{\text{RETOURENWERT}}{\text{VERKAUFSWERT}} \times 100$$

DIE RICHTIGE INTERPRETATION

Die durchschnittliche Retourenquote im deutschen Onlinehandel liegt je nach Produktgruppe zwischen **6 und 10 Prozent**. Es gibt jedoch erhebliche Unterschiede zwischen den Warensegmenten. So hat das Segment Fashion & Accessoires oft eine besonders hohe Retourenquoten von **durchschnittlich 26 bis 50 Prozent**. Dies ist auf das Geschäftsmodell zurückzuführen, bei dem Kunden häufig mehrere Artikel zur Auswahl bestellen und nicht benötigte zurücksenden.

Im Vergleich dazu sind Rücksendequoten in anderen Branchen deutlich niedriger:

- Nahrungs- und Genussmittel: unter 10 %
- Bücher, Medien, Elektronik: ca. 10 %
- Drogerie, Parfümerie, Babyartikel, Inneneinrichtung: ca. 20 %
- Sport und Freizeit: ca. 30 %
- Mode und Accessoires: über 40 %

Quelle: Otto-Friedrich-Universität Bamberg: Statistiken Retouren Deutschland – Definition (2025),

retourenforschung.de

(letzter Zugriff: 25.03.2025)

DIE OPTIMALE RETOURENQUOTE

Es gibt **keine universelle „optimale“ Retourenquote**, da diese je nach Branche und Produktkategorie stark variiert. Eine zu niedrige Retourenquote kann jedoch auch darauf hindeuten, dass der Shop keine realistische Rückgabepolitik bietet oder dass Kunden nicht genügend Vertrauen in die Produkte haben.

Zudem können Rückgabequoten stark von den jeweiligen Rückgabebedingungen sowie der logistischen Abwicklung abhängen. Faktoren wie die Annahme und Verbuchung von Retouren oder zeitversetzte Effekte – etwa durch verlängerte Rückgabefristen oder saisonale Schwankungen – können ebenfalls eine Rolle spielen und die tatsächliche Retourenquote beeinflussen. Eine **ausgewogene Retourenquote** ist daher der Schlüssel.

FAZIT

Die Retourenquote ist ein wichtiger Indikator für den **Erfolg eines E-Commerce-Shops**. Eine präzise Berechnung und das Verständnis der verschiedenen Arten von Retourenquoten sind entscheidend, um Rücksendungen zu optimieren und die Rentabilität zu steigern. Gleichzeitig sollten Maßnahmen ergriffen werden, um die Ursachen für hohe Retourenquoten zu identifizieren und zu minimieren. Eine gut durchdachte Strategie zur Optimierung der Retourenquote trägt nicht nur zur Reduzierung von Kosten bei, sondern stärkt auch die Kundenzufriedenheit und das Vertrauen in die Marke..

INFORMATIO

NEUE WEGE GEHEN

Wir sind immer auf der Suche nach frischen Talenten. In unseren Stellenangeboten finden sich immer wieder neue Möglichkeiten.

Zu den Stellenanzeigen →

UNSER ZUHAUSE

Dachauer Straße 233
80637 München
+49 (0)89 599 760 780
info@norisk.group

WEITERE INFOS

- Downloads
- MYTY
- Jobs
- Impressum
- Datenschutz
- Cookie Einstellungen

Zum Newsletter anmelden →

© 2026 norisk GmbH - A MYTY Company. Made with ❤ in Munich.