

E-COMMERCE

LOGISTIK + VERPACKUNG

Zwischen Kosten und Kundenservice

24.09.2024

EHI-Studie zu Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce



Ute Holtmann

Leiterin Public Relations
Tel: +49 221 57993-42
holtmann@ehi.org



Niklas Stanislawski

Projektleiter Handelslogistik
Tel: +49 221 57993-887
stanislawski@ehi.org

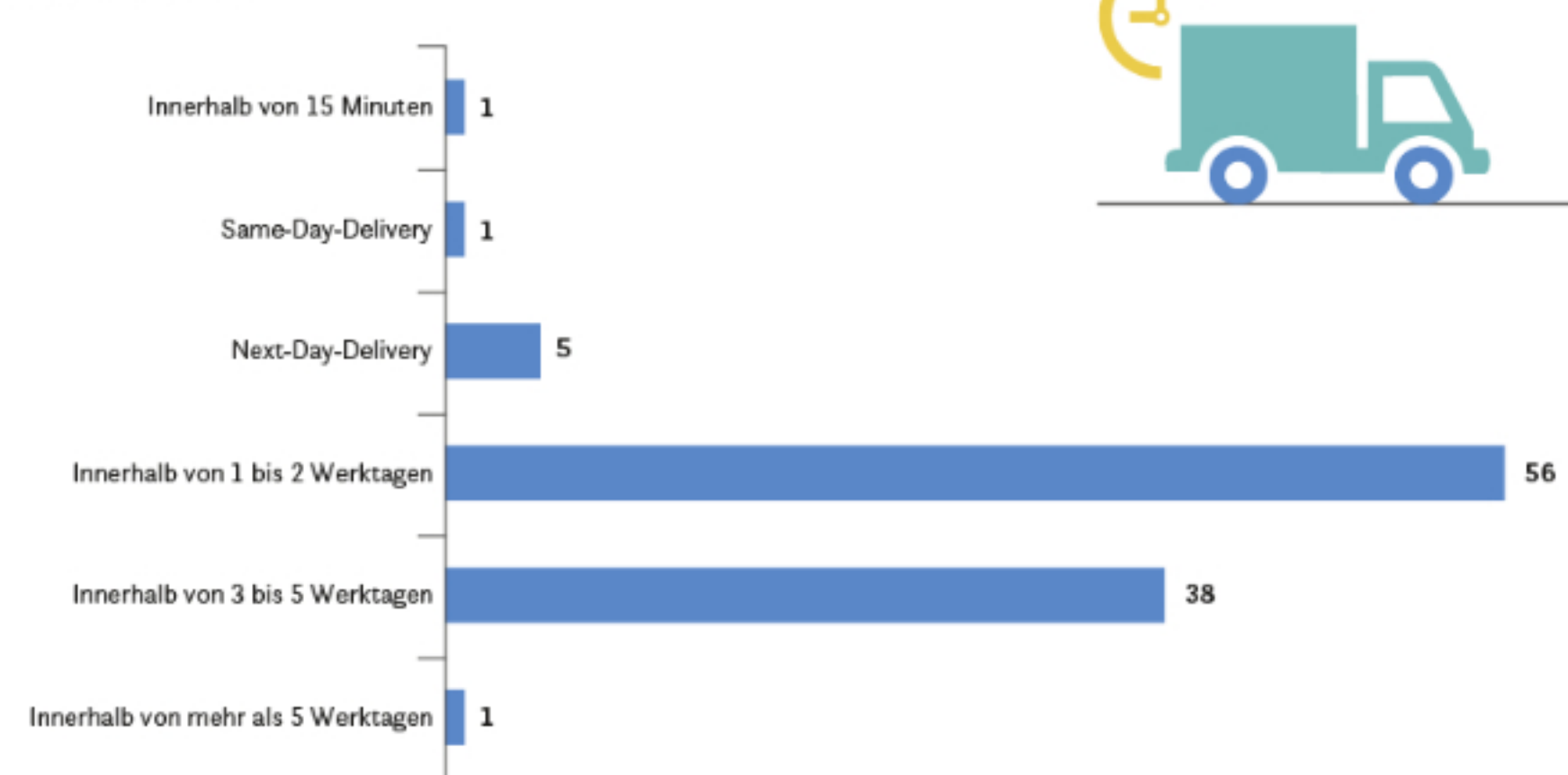
Im E-Commerce sind schlanke Prozesse essenziell. Eine schnelle Lieferung und ein optimales Retourenmanagement spielen aus Kundensicht eine zentrale Rolle und sind entscheidende Erfolgsfaktoren für Unternehmen. Aus der aktuellen EHI-Studie „Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce 2024“ geht hervor, dass das Management von Lieferzeiten, Kosten sowie Retouren für die Onlinehändler ein Balanceakt darstellt. Die gesamten Ergebnisse der Studie Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce 2024 werden auf der [EHI Connect](#) am 1. und 2.10. in Düsseldorf vorgestellt.

Lieferzeiten

Schnelle Lieferungen sind für den Großteil der befragten Unternehmen (81 Prozent) ein maßgebliches Kriterium bei der Wahl ihres Versanddienstleisters. Gut die Hälfte (56 Prozent) liefert die Ware innerhalb von ein bis zwei Werktagen, 38 Prozent benötigen drei bis fünf Werktage und nur in Ausnahmefällen (2 Prozent) wird die Bestellung noch am selben Tag ausgeliefert. Eine Lieferzeit von mehr als fünf Werktagen ist unüblich (1 Prozent).

Durchschnittliche Liefergeschwindigkeit der Onlinehändler

Angaben in Prozent



n = 144, Einfachnennung

Quelle: EHI-Studie Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce 2024

EHI handelsdaten.de EHI Retail Institute®

Lieferkosten

Die Zeiten der kostenlosen Lieferungen sind größtenteils vorbei. Nur noch 30 Prozent der befragten Onlinehändler bieten ihren Kund:innen generell eine versandkostenfreie Lieferung an. 40 Prozent übernehmen die Versandkosten, wenn ein bestimmter Warenwert erreicht wird und weitere 30 Prozent geben die Versandkosten grundsätzlich an die Kundschaft weiter.

Retourenkosten

„Die Studienergebnisse machen einmal mehr deutlich, dass Rücksendungen für viele Onlinehändler eine erhebliche Kostenbelastung darstellen“, erklärt Niklas Stanislawski, Projektleiter Logistik beim EHI und Autor der Studie. So veranschlagen 18 Prozent der befragten Onlinehändler bis zu 5 Euro pro Retoure. 30 Prozent schätzen die Kosten pro Artikel auf 5 bis 10 Euro. Bei einem guten Viertel, nämlich 26 Prozent, liegen die Kosten pro Retoure zwischen 10 und 20 Euro. Bei 4 Prozent können bis zu 50 Euro an Kosten entstehen und bei einigen wenigen (3 Prozent) sogar noch mehr. Die wirtschaftliche Belastung durch Rücksendungen hängt stark von individuellen Faktoren wie dem Produktsortiment, der Retourenquote und den logistischen Prozessen ab.

Die Abwicklung von Retouren soll so geschmeidig wie möglich laufen. Während 55 Prozent der Händler Retouren innerhalb von drei Werktagen bearbeiten, zeigen 45 Prozent noch Optimierungsbedarf. Dennoch kommen Händler den Kund:innen schrittweise entgegen und wickeln die Prozesse zunehmend schneller ab. Um mehr Retouren zu vermeiden, nutzen Händler datenbasierte Analysen. 81 Prozent erfassen zum Beispiel Retourengründe systematisch. Der Anteil der Händler, die aus diesen Daten konkrete Maßnahmen ableiten, ist auf 67 Prozent gestiegen.

Die komplette Studie ist [zum Download](#) verfügbar und für EHI-Mitglieder kostenlos.

Pressegrafiken zum Download

Datenbasis:

Die aktuelle Studie basiert auf einer Onlinebefragung von insgesamt 146 namhaften Onlinehändlern im Sommer 2024 in der DACH-Region. Der überwiegende Anteil der Befragten (83 Prozent) hat seinen Hauptsitz in Deutschland.

Kontakt:

Niklas Stanislawski, Projektleiter Logistik, Tel.: 0221/57993-887, stanislawski@ehi.org
Ute Holtmann, Leiterin Public Relations, Tel.: 0221/57993-42, holtmann@ehi.org

Herausgeber:

EHI Retail Institute e. V., Spichernstraße 55, 50672 Köln, www.ehi.org

Über das EHI:

Das EHI ist ein Forschungs-, Bildungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner mit rund 80 Mitarbeitenden und einem internationalen Netzwerk von 850 Mitgliedsunternehmen des Handels, der Konsum- und Investitionsgüterindustrie sowie der Dienstleisterbranche. Das EHI ist auch Gesellschafter der [GS1 Germany](#) sowie der [FoodPlus](#) und Partner der Messe Düsseldorf bei bedeutenden Handelsmessen wie der [EuroShop](#). Präsident des EHI ist Markant-Chef Markus Tkotz und Geschäftsführer ist Michael Gerling.

Newsletter abonnieren?



Unser kostenloser Newsletter bietet Ihnen jede Woche:

- Neuigkeiten aus der Handelswelt
- Aktuellste Statistiken aus handelsdaten.de
- Kostenfreie Whitepaper

E-Mail*

abonnieren

