

---

## Reduktion der Retouren mit innovativem Kundenservice

23.07.2014, 19:04 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *iAdvize*

---



### Anteil der Kunden die kostenlose Retouren als Weiterempfehlungsgrund betrachten

#### EU-Richtlinie für Verbraucherrechte

Am 13. Juni wurde die neue EU-Richtlinie für Verbraucherrechte auf EU-Ebene beschlossen. Sie hat zum Ziel den Versandhandel zwischen den verschiedenen europäischen Ländern anzukurbeln und eine einheitliche Grundlage zu schaffen. Darüber hinaus verändert sich mit ihr die Regelung für Retourenkosten in Deutschland. Von nun an müssen Retouren auch über 40€ nicht mehr kostenfrei angeboten werden (1). Daher stellt sich vor allem für mittelgroße und kleine Unternehmen die Frage, ob die Rückversandkosten verlangt werden sollten, um den Verlust und die Retouren zu verringern. Für Kunden können diese Kosten jedoch ein Grund sein, den Online-Shop zu wechseln. Wie die Retouren und somit die Kosten verringert werden können, ohne den Kunden zur Kasse bitten zu müssen, lesen Sie hier.

#### Kunden erwarten und wünschen kostenlosen Rückversand

Besonders in den Sektoren der Mode und der Consumer Electronics steigt die Retourenquote immer weiter. Für die Anbieter stellt dies steigende Kosten von ca. 20€ pro Rückversand dar (2). Doch die Kunden erwarten und wünschen sich kostenlose Retouren. 96% der Frauen und 89% der Männer haben schon mindestens einmal online geshopt und die Bestellung zurückgesendet. Unter den Frauen würden sogar 55% nicht mehr im Lieblingsshop einkaufen, wenn für den Rückversand Kosten erhoben werden würden (3). Im Gegensatz dazu betrachten 65% der Online-Shopper den kostenfreien Rückversand sogar als Weiterempfehlungsgrund (4)

#### Gründe für Rückversand verringern statt Kosten zu erheben

Die langfristige und vernünftige Lösung zur Reduktion der Rückversandkosten ist nicht das Erheben von Kosten bei den Kunden, sondern das Finden der Gründe für den Rückversand. Gerade bei Klamotten ist der Grund sehr klar. Häufig werden mehrere Größen bestellt und zu Hause anprobiert, weil der Kunde seine entsprechende Größe nicht immer kennt. Dieses Problem kann teilweise schon mit einfachen Formularen geklärt werden. Reicht dies nicht aus, ist es empfehlenswert, Kunden mit mehreren Größen im Warenkorb gezielt eine Online-Beratung anzubieten. So kann zum Beispiel einer Person, die die gleiche Hose in drei Größen bestellt, direkt auf der Webseite über den Chat die richtige Größe empfohlen werden (5). Dies steigert die Kundenzufriedenheit der beratenen Person. Schließlich sind Retouren auch für die Endkunden aufwändig.

Mehr Informationen: [landing.iadvize.com/de/retouren](https://landing.iadvize.com/de/retouren)

## **Portrait**

### Über iAdvize

Das Unternehmen iAdvize wurde im Jahre 2010 von Julien Hervouët und Jonathan Gueron gegründet und ist mit seinen Click-to-Chat und Click-to-Call-Anwendungen auf den Online-Kundenservice in Echtzeit spezialisiert. begleitet iAdvize mehr als 1000 europäische Kunden aus einer Vielzahl von Bereichen - vom reinen E-Commerce über das Bankwesen bis hin zu Versicherungsgesellschaften. In Frankreich ist iAdvize bereits Marktführer. Der Hauptsitz liegt in Nantes an der französischen Atlantikküste.

---

News-ID: 807472 • Views: 848 (Stand: 02.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/807472/Reduktion-der-Retouren-mit-innovativem-Kundenservice.html>