

Titel der Arbeit

Retourenmanagement im Versandhandel - Theoretische und empirisch fundierte Gestaltungsalternativen für das Management von I



Management Summary: Kurzfassung der Arbeit (max. 500 Wörter)

Der Versandhandel hat mit der Digitalisierung der Gesellschaft stark an Bedeutung gewonnen. Ein Ende dieser Entwicklung ist derzeit nicht absehbar – ganz im Gegenteil. Aufgrund der räumlichen Trennung von Angebot und Nachfrage setzen viele Verbraucher vor einer Bestellung jedoch eine Rücksendemöglichkeit voraus. Folglich ist das Retourenmanagement zentraler Bestandteil des Wertschöpfungsprozesses. Das Retourenmanagement umfasst die Planung, Durchführung und Kontrolle der Retourenflüsse, mit der Absicht, die übergeordneten Ziele des Wertschöpfungsprozesses zu unterstützen. In der Regel handelt es sich dabei um die langfristige Gewinnmaximierung.

Im Mittelpunkt der Betrachtungen steht dabei die Erkenntnis, dass zwischen der Retourenquote und den verursachten Kosten kein linearer, sondern ein überproportionaler Zusammenhang besteht. Dies soll folgendes Beispiel veranschaulichen: Muss ein Distanzhändler einen Artikel bis zur Realisierung der Handelsspanne bei einer Retourenquote von 50% im Durchschnitt zweimal versenden und einmal als Retoure bearbeiten (insg. drei Transaktionen), steigt die Anzahl notwendiger Transaktionen bei einer Quote von 80% auf durchschnittlich fünf Absatz- und vier Rücksendevorgänge (insg. neun Transaktionen). Das Beispiel verdeutlicht, dass der Versandhandel nur positive Deckungsbeiträge erzielt, wenn die Retourenquote unter einem produktindividuellen Höchstmaß bleibt. Da die entstehenden Kosten im Verkaufspreis enthalten sind, wodurch in letzter Konsequenz die Käufer das Verhalten der Vielretourierer subventionieren, und mit jedem zusätzlichen Transport ein Ausstoß an Treibhausgasen einhergeht, ergibt sich eine gesellschaftliche und ökologische Problemrelevanz, die diese Dissertation ebenfalls motiviert.

Trotz der Praxisrelevanz existieren zum Retourenmanagement im Versandhandel bislang nur wenige Beiträge. An dieser Stelle setzt die vorliegende Dissertation an und entwickelt mit dem "Haus des Retourenmanagements" zunächst ein theoretisches Fundament. Der auf bekannten Referenzprozessen und dem Supply Chain Operations Reference (SCOR)-Modell basierende inhaltliche Bezugsrahmen stellt die strukturelle Grundlage für die Ableitung einer managementgeleiteten Forschungsagenda dar. Die schriftliche Befragung unter Versandhändlern, Logistikdienstleistern und sonstigen Experten (z.B. Unternehmensberater) erlaubt einen Rückschluss auf die Problemstellungen, mit denen sich die Entscheidungsträger auseinandersetzen. Mit der Agenda erhalten Wissenschaftler eine fundierte Einschätzung über die Relevanz und Innovativität ihrer Vorhaben. Sie verhindert somit, dass künftige Forschungsprojekte einem reinen Selbstzweck folgen und trägt zur besseren Vernetzung von Theorie und Praxis bei, von der letztlich beide Seiten profitieren.

Die Forschungsagenda identifiziert zahlreiche relevante Problemstellungen, die bislang nur unzureichend Beachtung fanden. Darauf aufbauend werden drei eigene empirische Studien initiiert, die dazu beitragen, vorhandene Wissenslücken zu reduzieren. Da der Erfolg empirischer Erhebungen maßgeblich vom Zugang zu den Informationsträgern abhängt, wurde die „Forschungsgruppe Retourenmanagement“ gegründet und mit der Internetpräsenz www.retourenforschung.de eine Kommunikationsplattform geschaffen. Elementarer Bestandteil der Seite ist ein Online-Expertenpanel, für das sich Retourenmanagement-Entscheidungsträger registrieren können und in unregelmäßigen Abständen Studieneinladungen erhalten. Bis zum Ende der Bearbeitungszeit haben sich über 300 Praxisvertreter angemeldet.

Mit diesem Erhebungspotenzial werden drei Problemstellungen analysiert. Dabei handelt es sich (1) um die im deutschen Versandhandel eingesetzten kurativen und präventiven Retourenmanagement-Praktiken und deren Erfolgsfaktoren, (2) das allgemeine Retourenverhalten und (3) das Phänomen opportunistischer Rücksendungen. Den erzielten Erkenntnisgewinn greifen die nachfolgenden Stellungnahmen zur Relevanz und Umsetzbarkeit auf.

Stellungnahme zu den folgenden bewertungsrelevanten Aspekten der Arbeit

1. Relevanz für den Handel: Ist das Thema bereits im Handel erforscht worden? Welche neuen Erkenntnisse für den Handel hält die Arbeit bereit? (max. 200 Wörter)

Obwohl der Versandhandel bereits über eine ca. 150-jährige Historie zurückblickt, handelt es sich bei der vorliegenden Arbeit um die erste deutschsprachige Dissertation zum Retourenmanagement im Versandhandel. Die Frage, ob das Thema bereits hinreichend erforscht wurde, ist demnach zu verneinen.

Die für den Handel erzielten Erkenntnisse sind vielfältig. Die erste qualitativ-empirische Studie (multiple Fallstudie; Teilnehmerauswahl: "Maximum Variation Sampling", sieben Einzelfälle; Datenanalyse "Cross Case Synthesis") leistet (1) einen detaillierten Einblick in den deutschen Versandhandel, (2) identifiziert Ziele, Erfolgsgrößen sowie -faktoren des Retourenmanagements, (3) modelliert den Bearbeitungsprozess und (4) hält bewährte Präventivmaßnahmen und Kennzahlen fest.

Die zweite Studie erforscht das Retourenverhalten junger deutscher Versandhandelskunden im Rahmen einer Onlineumfrage. Im Fokus stehen die drei umsatzstärksten Warengruppen Fashion, Consumer Electronics sowie Medien/Bücher. In der 538 Datensätze umfassenden Stichprobe wird der große Einfluss der Erhebungsart, der Produktart, der Zahlungsart sowie der Informationstätigkeit im stationären Handel deutlich.

Gegenstand der dritten Studie sind opportunistische Rücksendungen, bei denen Verbraucher das gewährte Widerrufsrecht in moralisch fragwürdiger Art und Weise ausnutzen. Für die indirekt-dyadische Untersuchung wurden sowohl 302 Unternehmen als auch 264 Verbraucher befragt. Der festgestellte mittlere Missbrauchsanteil beträgt aber nur 3,6% der Retouren.

2. Umsetzbarkeit im Handel: Wo liegt der Anwendungsnutzen für den Handel? (max. 200 Wörter)

Ebenso vielfältig gestaltet sich der Anwendungsnutzen im Handel:

Die erste Untersuchung zeigt, dass Unternehmen auf die wesentlichen Erfolgsfaktoren des Retourenmanagements fokussieren sollten. Dabei handelt es sich um Informationssysteme, Mitarbeiterqualifikation, Top Management Support sowie Performance Measurement. Händler, die einen Einstieg in den Distanzhandel planen, können sich am beschriebenen Bearbeitungsprozess, den bewährten Präventivmaßnahmen sowie identifizierten Kennzahlen orientieren. Außerdem ist festzuhalten, dass sich die Retourenquoten gleicher Produkte auf externen Verkaufsplattformen (z.B. Amazon Marketplace) zum Teil erheblich unterscheiden. Dies ist bei der Angebotsentscheidung und der darauf folgenden Preiskalkulation zu beachten.

Mit der zweiten Studie erhalten Versender eine Benchmarkmöglichkeit. Unternehmen, die eine Senkung der Retourenquote bezwecken, sollten den Anteil an Vorkasse-Bestellungen erhöhen, da diese Bezahlart in eine bewusstere Kaufentscheidung mündet und damit die Rücksendewahrscheinlichkeit reduziert. Showrooms sind nicht nur ein Instrument der Absatzförderung, sondern dienen zusätzlich der Retourenvermeidung. Ferner liefern die Studienergebnisse Hinweise, dass die offensive Bewerbung der kostenlosen Rücksendeoption im Fashion-Bereich die Retourenquote erhöht. Die beklagten hohen Werte sind folglich zumindest teilweise selbst verschuldet.

Opportunistische Retouren sind hingegen seltener als vermutet. Händler sollten deshalb die Rücknahmeregelungen nicht allgemein verschärfen, da dies der Kundenbindung und Reputation schadet.

3. Innovationskraft der Idee (max. 200 Wörter)

Die Innovationskraft der Arbeit liegt (1) in deren Anlage, (2) im verfolgten Aufbau, (3) in den erzielten Ergebnissen sowie (4) im geschaffenen Erhebungspotenzial.

Wie bereits angemerkt, handelt es sich bei der vorliegenden Arbeit, um die erste Dissertation im deutschsprachigen Publikationsraum, die das Retourenmanagement im Versandhandel derart umfassend behandelt. Weiterhin verfolgt die Dissertation einen praxisgeleiteten Aufbau. Um sicherzustellen, dass besonders managementrelevante Problemstellungen bearbeitet werden, erfolgt zunächst die systematische Abfrage des Forschungsbedarfs. Darauf aufbauend werden eigene empirische Projekte angestoßen. Die dabei erzielten Resultate leisten für ein gesellschaftlich relevantes Themenfeld einen substantziellen Beitrag zur Theoriebildung und zur disziplinären Weiterentwicklung. Ferner werden konkrete Handlungsempfehlungen abgeleitet, die eine bessere Planung, Durchführung und Kontrolle der Retourenflüsse ermöglichen.

Die Besonderheit der Arbeit besteht jedoch darin, dass nicht nur ein einmaliger punktueller Forschungsbeitrag, sondern mit der Forschungsgruppe Retourenmanagement darüber hinaus ein dauerhaftes Erhebungspotenzial für eine fortlaufende Verknüpfung von Theorie und Praxis geschaffen wurde. Des Weiteren bildet die Kommunikation der erzielten Ergebnisse über die Forschungsgruppe die Basis für einen zeitnahen Wissenstransfer.

4. Angewandte wissenschaftliche Methode (max. 100 Wörter)

Die Dissertation folgt dem pragmatischen Pluralismus, was zu einem Methodenmix führt. Dazu notiert Patton (2002, S. 247): „[...] every method has its limitations, and multiple methods are usually needed.“ Da sich der erzielbare Erkenntnisgewinn ergänzt, führt nur die Kombination mehrerer Methodenklassen zu einem ganzheitlichen Forschungsansatz. Aus diesem Grund setzt die vorliegende Arbeit sowohl qualitative als auch quantitative Erhebungs- und/oder Auswertungsmethoden ein. Dazu zählen Literaturanalysen (Kapitel 2 und 3), ein mathematisches Modell (Kapitel 3), eine qualitativ-explorative Fragebogenerhebung (Kapitel 4), ein qualitatives multiples Fallstudiendesign (Kapitel 5) und zwei quantitative Fragebogenerhebungen (Kapitel 5, Verbraucher- und Versandhändlerbefragung).