

# **Retouren-Management im Distanzhandel**

Prof. Dr. Jürgen Breitschuh

# Inhaltsverzeichnis

## Retouren-Management im Distanzhandel (Deutschland)

Summary	Seite 3
I. Konzept des Distanzhandels	Seite 4
1. Abgrenzung	Seite 4
2. Erscheinungsformen	Seite 5
3. Abgrenzung zu anderen Vertriebsformen des Einzelhandels	Seite 8
II. Retouren und Komponenten des Retouren-Prozesses	Seite 10
III. Retouren: die unternehmerische Praxis	Seite 21
1. Beispiel Damen-Bekleidung/Accessoires	Seite 21
1.1. Untersuchte Unternehmen und Produkte	Seite 21
1.2. Ansätze zur Retouren-Reduzierung	Seite 22
1.3. Verpackungen und Retourenscheine	Seite 30
1.4. Bewertung des Retouren-Prozesses ( <i>Kundensicht</i> )	Seite 36
1.5. Retouren-reduzierende Maßnahmen ( <i>Kundensicht</i> )	Seite 37
2. Beispiel Kosmetik	Seite 38
2.1. Untersuchte Unternehmen und Produkte	Seite 38
2.2. Ansätze zur Retouren-Reduzierung	Seite 39
2.3. Übersicht: Formulare/ Begleitpapiere	Seite 48

# Inhaltsverzeichnis Teil 2

III. Retouren: die unternehmerische Praxis	
3. Beispiel Sport-Artikel	Seite 51
3.1. Untersuchte Unternehmen und Produkte	Seite 51
3.2. Ausgewählte Retouren-Prozesse und -Komponenten	Seite 53
3.2.1. Bestellung und Bezahlung	Seite 54
3.2.2. Lieferung und Verpackung	Seite 58
3.2.3. Ware	Seite 64
3.2.4. Rückgabe	Seite 65
IV. Fazit der Test-Bestellungen (Online-Bereich und telefonische Bestellannahme)	Seite 74
V. Retouren-Gründe und Maßnahmen	Seite 76
VI. Ansatz für die Praxis: Projekt Retouren-Reduzierung	Seite 80
Quellenverzeichnis	Seite 90
Verzeichnis der untersuchten Unternehmen	Seite 91