

# Wie der Onlinehandel die Textillogistik verändert



Im Online-Handel mit Textilien und Schuhen kommt es auf schnelle Retourenabwicklung und Rückführung in den Bestand an.

Online-Handel bedeutet für Kunden viel Komfort – für Händler aber Herausforderungen wie Retouren, Verfolgen von Lieferungen, Berechnen von Zollgebühren und eventuell Lieferung am selben Tag. Bei all diesen Punkten kann ein geschickt mit anderen Systemen verzahntes SAP-System die technische Grundlage sein. Ein Blick in die Handelspraxis.

Von Steffen Frey\*

Während traditionelle Warenhäuser über sinkende Absätze klagen, nimmt der Anteil des E-Commerce beim Verkauf von Textilien stetig zu: 2013 betrug der E-Commerce-Umsatz von Bekleidung, der umsatzstärksten Branche im Onlinehandel, 11,6 Milliarden Euro. Auch für 2014 rechnet der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland mit einem Wachstum von 15,4 Prozent.

Für Textilhersteller und -händler, aber auch für viele Logistikdienstleister, ist der Online-Vertriebskanal zum festen Bestandteil geworden. Für den Kunden,

der online Kleidung und Schuhe bestellt, gehört die einfache Rückgabe zum Service dazu. Neben der pünktlichen Anlieferung – zu einem vorher festgelegten Zeitfenster – ist die möglichst einfache Retourenabwicklung ein Faktor, der maßgeblich über Kundenzufriedenheit entscheidet.

Angesichts des Verbraucherverhaltens und den hohen Kosten von Retouren sind die Unternehmen gezwungen, ihre Retourenabwicklung zu professionalisieren. Man schätzt, dass eine Retoure im Textilbereich durchschnittliche Kosten von 20 Euro verursacht und mindestens

jede zehnte Rücksendung nicht mehr verwendbar ist. Die Online-Händler sind sich bewusst, dass Retouren normaler Bestandteil des Online-Verkaufs von Kleidung und Schuhen sind. Dennoch ergreifen sie natürlich Maßnahmen, um die Retourenquote zu senken.

## Retouren schneller abarbeiten

Eine der größten Herausforderungen für Online-Händler im Fashionbereich ist es jedoch, die Abwicklung von Retouren zu beschleunigen und Ware schnell wieder dem Bestand hinzuzufügen. Die eingesetzte IT ist dabei ein wesentlicher

\*Steffen Frey ist Geschäftsführer der AEB Schweiz AG.

Erfolgsfaktor: Gerade bei der grenzüberschreitenden Retourenabwicklung kann eine automatisierte Abwicklung Kosten sparen, wenn Zollabgaben und Einfuhrumsatzsteuer zeitnah rückerstattet werden.

Dabei ist die enge Integration des führenden ERP Systems in die logistischen Prozesse und IT-Systeme einer der wichtigsten Schlüsselfaktoren für eine reibungslose Abwicklung. Insbesondere beim Zusammenspiel mit SAP ERP als Vorkonzept ist darauf zu achten, dass beim Einrichten der Datenübergabe in das für die logistische Abwicklung zuständige System nicht nur die technische Sicht betrachtet wird, sondern vor allem ein genaues Abgrenzen der Prozessschritte erfolgt. Hier sind fundiertes Wissen über die Abläufe im SAP-Standard Belegfluss und die „Einstiegspunkte“ eine notwendige Projektausstattung. Werden aus beiden Systemen – aus SAP ERP und dem Logistiksystem – zusätzlich Daten an eine Online-Plattform übertragen, kann Transparenz über alle Werteströme, Bestände und Warenbewegungen erreicht werden. So kann neben dem aktuellen Status der Lieferungen auch eine fiskalische und personelle Planung vorgenommen werden.

### Ware schnell wieder verfügbar

Für die Online-Hersteller und -Händler liegt daher die Herausforderung darin, die Retourenabwicklung zu beschleunigen und Retouren schnell wieder dem Bestand zuzuführen, um diesen nicht noch um zusätzliche Retourenumlafmengen erhöhen zu müssen. Die Mitarbeiter sind dabei ein Erfolgsfaktor, um die Qualitätskontrolle durchzuführen, den Zustand der zurückgegebenen Kleidung und Schuhe zu bewerten und die Ware wieder so aufzubereiten, dass sie die Reise zum nächsten Kunden antreten kann. Kein Online-Händler kann es sich leisten, offensichtlich getragene Teile zu versenden. Die Gefahr von erneuten Retourenaufwänden und am Ende gar dem Verlust enttäuschter Kunden ist zu groß.

Um Retouren effektiv und schnell wieder verfügbar zu machen, spielt die eingesetzte IT eine entscheidende Rolle. Sie sorgt für eine effiziente, automatisierte Retourenabwicklung. Dazu gehören unter anderem die korrekte Bestandsbuchung im Lager, der Druck aller zur Bestellung gehörigen Dokumente und Labels, der Rechnungen und Gutschriften und oft die Bereitstellung solcher Softwareservices für einen oder

Bei der grenzüberschreitenden Retourenabwicklung kann ein automatisiertes Verarbeiten Kosten sparen, wenn Zollabgaben und Einfuhrgebühren durch das System abgewickelt werden.



Quelle: AEB Schweiz AG

mehrere Logistikdienstleister, die häufig diese Prozesse übernehmen.

Beim Einsatz von SAP ERP ist eine entsprechende Verknüpfung mit den Bereichen MM, SD und FI notwendig, um reibungslose Abläufe zu erreichen – denn die dort verfügbaren Daten müssen in der richtigen Qualität zum richtigen Zeitpunkt bereit stehen und genauso auch wieder nach SAP zurückfließen; beispielsweise um anhand der physisch erfassten Wareneingänge auch entsprechende Werteberichtigungen im System vorzunehmen.

Hinzu kommt das Thema Verzollungsabwicklung und Abgabenrückerstattung, wenn die Lieferung an Kunden außerhalb der EU erfolgt ist. Viele Unternehmen schrecken vor der Komplexität der Zollabwicklung zurück und überlassen diese einem Dienstleister. Die Gebühren für die Übernahme dieser Dienstleistung sind in der Regel hoch, ebenso die Abhängigkeit und der Vertrauensvorschuss in Bezug auf eine rechtskonforme Abwicklung. Ein IT-System, das die Zollabwicklung automatisiert anstößt und auch die Abgabenrückerstattung von Retouren aus Drittländern managt, kann sich – je nachdem wie hoch das Exportvolumen und die Abgabenlast ist – sehr schnell lohnen.

### Herausforderung: Grenzüberschreitende Retourenabwicklung

Es gibt Gründe, die dafür oder dagegen sprechen, die logistische Abwicklung auszulagern. Mancher Hersteller will seine Ressourcen nicht binden und sich auf seine Kernkompetenz konzentrieren. An-

dere schätzen die höhere Unabhängigkeit und volle Transparenz über alle logistischen Prozesse, wenn sie Logistik und Versand selbst mit der geeigneten IT-Unterstützung stemmen. Jedes Unternehmen sollte beide Möglichkeiten und die daraus resultierenden Vorteile für sich durchspielen.

Eine durchgängige IT-gestützte Abwicklung aller Lager- und Versandprozesse inklusive der Zollabwicklung kann auf lange Sicht dazu führen, dass im Onlinehandel Kosten gespart und die Kundenzufriedenheit erhöht wird. Befindet sich ein Teil der Kundschaft in Drittländern wie der Schweiz, Norwegen oder Russland, dann kann eine Software für die grenzüberschreitende Zollabwicklung die Rückerstattung der Zollabgaben und der Einfuhrumsatzsteuer automatisiert anstoßen. Die daraus entstehenden Kostenvorteile müssen mit der Investition für die IT gegengerechnet werden.

Beispiel: Ein Online-Bekleidungshändler versendet im Jahr Bekleidung im Wert von 1 Million Euro von Deutschland in die Schweiz. Dabei müssen im Normalfall 7 Prozent Importzoll bezahlt werden. Werden nun 20 Prozent der Artikel retourniert, wurden 14.000 Schweizer Franken an Zollabgaben zu viel bezahlt. Hinzu kommen nochmal 16.000 Schweizer Franken an Mehrwertsteuer, die zurückerstattet werden kann. Außerdem wird bei der Rücklieferung nach Deutschland eigentlich wieder Importzoll fällig, falls nicht nachgewiesen werden kann, dass es sich um genau die Ware handelt, die ursprünglich aus ▶

Deutschland ausgeführt wurde. Mit Hilfe einer integrierten Zollsoftware kann die Zollabwicklung im Zusammenspiel mit SAP ERP automatisiert abgewickelt werden. Dabei werden aus Fakturen Ausfuhranmeldungen erstellt und die Positionen automatisch anhand der Exportdaten des SAP-Systems verdichtet. Alle Rückmeldungen des Zolls werden auch als Statusupdate nach SAP zurückgeschrieben und die eindeutige „Movement Reference Number“ zugeordnet. Jede Sendung, die in die Schweiz ausgeführt und wieder retourniert wurde, lässt sich so eindeutig identifizieren. Die Software sorgt für die korrekte Übermittlung der Ausfuhrnachrichten an den Zoll und veranlasst im Fall einer Retour, dass der Zoll benachrichtigt wird und die zuviel gezahlten Abgaben zurückerstattet werden.

### **Herausforderung: Sendungsverfolgung**

Für den Online-Besteller ist es heute selbstverständlich, dass er per Mail eine Tracking-Information erhält, um den Status seiner Lieferung abzurufen. Es gehört zum Service dazu, den Weg ab Versand für den Kunden transparent zu machen. Den Status einer Bestellung jederzeit einsehen zu können ist für die Logistik des Herstellers und des Händlers noch wesentlich wichtiger und Voraussetzung dafür, die Liefertreue zu überwachen, die Performance zu messen und bei Bedarf Lieferprozesse zu optimieren. Meilensteine, deren Einhaltung durch ein IT-System überwacht wird, orientieren sich an den physischen Warenströmen. Sie dienen nicht nur dem Steuern und Überwachen der Distribution an den Kunden, sondern auch der Beschaffungsprozesse. Ein Hersteller von Textilien, der einen Teil seiner Kollektionen in Asien produzieren lässt, könnte beispielsweise folgende Meilensteine festlegen und überwachen lassen: Bestellung, Fertigstellung der Ware, Qualitätskontrolle, Warenausgang, Verladen der Ware in Shanghai, Ankunft Hafen Hamburg, Verzollung, Ankunft Distribution Center, Übergabe an Spediteur, Auslieferung an den Kunden.

Ein IT-System, auf das alle Partner einer Supply Chain Zugriff haben, ermöglicht proaktives Handeln, frühzeitiges Erkennen von Verzögerungen und rechtzeitiges ergreifen von Maßnahmen. Die Herausforderungen beim Implementieren einer solchen IT-Lösung: Alle Statusmeldungen von Zulieferern, Brokern,

Zollagenten, Spediteuren und KEP-Dienstleistern müssen in einer solchen Plattform integriert werden können – egal ob die Partner mit SAP arbeiten, andere ERP- oder Logistiksysteme nutzen oder manuelle Eingaben tätigen. Auch alle Standard-Nachrichtenformate müssen erkannt und verarbeitet werden können.

Das System hilft dem Logistikmanager dabei, Entscheidungen zu treffen, indem es auf Basis der hinterlegten Laufzeiten voraussichtliche Ankunftszeiten aktualisiert und ihm Handlungsalternativen aufzeigt. Wird die Ware dringend benötigt, weil eine Werbekampagne ansteht, so sollte der Verantwortliche entscheiden können, ob er vom Seeweg auf Luftfracht wechselt, andere Umlaufbestände umleitet, besser gleich eine Ersatzlieferung aus einem anderen Lager veranlasst oder den Inhalt der Kampagne ändert.

### **Ausblick: Same Day Delivery bald Normalität?**

Es gibt in Deutschland eine Reihe von Versandhändlern, deren Kundenstruktur sie noch nicht dazu zwingt, ihre Be-

stell- und Lieferprozesse so zu reorganisieren, dass sie dem Prinzip „heute bestellt, morgen geliefert“ folgen. Gerade die so genannte „Best Ager“-Zielgruppe ist mit einer Lieferzeit zwischen ein und drei Tagen zufrieden. Doch neue Techniken und der Trend zum mobilen Einkauf werden die Branche weiter unter Druck setzen: Werbung für das Smartphone von Amazon zeigt eine Welt, in der moderne Menschen unterwegs etwas fotografieren, im Amazon-Shop anklicken und zu Hause auf die bereits gelieferte Ware treffen. Dies weckt Begehrlichkeiten.

In anderen Ländern gehört das Angebot der „Same Day Delivery“ oft schon zum Standard. Unternehmen, die ihre Marktanteile ausbauen wollen sind gut beraten, ihre Logistik auf den Prüfstand zu stellen. Der Einsatz von Spezialsoftware, um Beschaffungs-, Lager und Lieferprozesse über den Standard hinaus zu beschleunigen und die Pick- und Packprozesse noch effizienter abzuwickeln, wird angesichts der steigenden Kundenwünsche immer wichtiger, um im Wettbewerb vorne zu bleiben. (ur) @

## **Strategien zum Vermeiden von Retouren**

**D**as Retourenverhalten der Verbraucher wird von mehreren Faktoren beeinflusst. Werbeaktionen, Feiertage oder internationale Events wie die Fußballweltmeisterschaft wirken sich auf das Bestell- und eben auch Rückgabeverhalten aus. Auch kulturelle Unterschiede machen sich bemerkbar. In manchen Ländern wie Russland sind die Käufer wenig geneigt, einmal bestellte Ware – zumal wenn sie das Label „Made in Germany“ besitzen – zurückzuschicken.

In anderen Ländern jedoch tendiert der Kunde dazu, eine Hose oder ein Kleid in mehreren Größen zu bestellen. Händler versuchen mit verschiedenen Maßnahmen das Retourenverhalten zu beeinflussen. Dazu gehören gute Produktbeschreibungen mit genauen Maßen und Farbangaben, Größentabellen, Beschreibungen von Materialbeschaffenheit und Formen, realistische Abbildungen oder Videos. Der Einsatz von neuen Techniken wie der 3D-Scan könnte hier in Zukunft noch weitere Verbesserungen bringen.

Auch wenn die Kunden eine möglichst einfache Retourenabwicklung schätzen und es als Service betrachten, wenn das Retourenlabel bereits beigelegt ist, gehen manche Händler dazu über, dass sich der Kunde erst online in ein Portal einloggen muss, um das Label auszudrucken. Das hebt einerseits die Aufwandsschwelle für den Kunden, es hilft andererseits aber vor allem bei der eigenen Logistik- und Ressourcenplanung, wenn bereits abzusehen ist, was an Retouren auf einen zurollt.

Auch mit einer Analyse des Kaufverhaltens und dem Einführen von Bonussystemen wird versucht, die Hemmschwelle für die Rückgabe zu erhöhen. Zum einen werden günstiges Bestellverhalten und gute Zahlungsmoral belohnt, zum anderen wird versucht, schwarze Schafe unter den Kunden herauszufiltern und diese beispielsweise nur noch gegen Vorauskasse zu beliefern. All diese Methoden führen in der Praxis durchaus dazu, dass die Quote gesenkt werden kann. Jedoch haben auch diese Maßnahmen ihre Grenzen: Letztendlich können sie das Anprobieren zuhause vor dem Spiegel nicht komplett ersetzen.