

Kulturelle Unterschiede bei Produktrücksendungen im Online-Handel in Deutschland und Kanada: Ein Beitrag zur internationalen Retourenmanagement-Forschung

Dr. Jana Gähke
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Für Kunden ist der Online-Einkauf oftmals mit Unsicherheiten verbunden. In der Regel können sie die Beschaffenheit der bestellten Produkte erst nach dem Erhalt der Ware einschätzen. Nicht selten entscheiden sie sich dazu die bestellten Produkte zurückzusenden, was den Umsatz von Unternehmen erheblich beeinträchtigt. Der richtige Umgang mit Retouren ist daher für Online-Händler ein zentraler Erfolgsfaktor. Dabei gleicht die Festlegung einer geeigneten Retourpolitik einem Balanceakt: werden Retouren zu restriktiv gehandhabt, wirkt dies abschreckend auf potenzielle Kunden; werden Retouren zu nachgiebig behandelt, kann dies zu opportunistischem Kundenverhalten führen, welches immense Kosten für das Unternehmen bedeutet. Online-Händler müssen daher das richtige Maß an Strenge für ihre Retourpolitik finden. Multinationale Unternehmen werden dabei mit dem zusätzlichen Problem konfrontiert, dass sie entscheiden müssen, ob sie ihre Retourpolitik global standardisieren können oder an lokale Gegebenheiten anpassen müssen. Dementsprechend variieren beispielsweise die Bestell- und Retourbedingungen zwischen deutschen und kanadischen Online-Shops, welche unterschiedliches Bestell- und Retourverhalten in den beiden Ländern vermuten lassen.

Das vorliegende Forschungsprojekt untersucht, inwieweit (national-) kulturelle Unterschiede bei der Wahrnehmung der Retourpolitik bestehen und inwiefern dies das Kauf- und Retourverhalten in unterschiedlichen Ländern beeinflusst. In einem Ländervergleich zwischen Deutschland und Kanada sollen jene Retourpolitiken identifiziert werden, die in dem jeweiligen Land besonders profitabel sind sowie jene, welche über beide Ländern hinweg standardisiert werden können.

Im Rahmen des Projektes ist eine mehrstufige kulturvergleichende Studie geplant. Zunächst sollen anhand einer Befragung von deutschen und kanadischen Konsumenten jene Retourpolitiken identifiziert werden, die in den jeweiligen Ländern den stärksten Einfluss auf das Bestell- und Retourverhalten haben. In einem Folgeexperiment soll schließlich analysiert werden, wie die Retourpolitik variiert werden muss, um in den jeweiligen Ländern möglichst profitabel mit Retouren umgehen zu können. Darüber hinaus soll geprüft werden, inwieweit eine Standardisierung dieser Politiken möglich ist. Basierend auf den kulturspezifischen Besonderheiten beider Länder wird somit geklärt, in welcher Kultur der Einsatz einer restriktiven und in welcher Kultur der Einsatz einer nachgiebigen Retourpolitik am geeignetsten ist.