

One-Click-Shopping als Retouren-Risiko

VON JOHANNES W. KLINGER

Der Konsument ist bequem und ungeduldig. Daher sollten ihm Onlinehändler mit einem möglichst vereinfachten Bestellprozess entgegenkommen. Und dennoch Retouren aufgrund vorschneller Bestellung vermeiden. Möglich macht dies nicht „One Click Shopping“, sondern zwei Klicks.

„Alle Menschen sind faul“, schreibt der Conversion-Experte André Morys auf konversionskraft.de. Für die Conversion-Optimierung in Webshops ergibt sich für ihn daraus die Folgerung: „Jeder Aufwand reduziert die Kaufmotivation des Kunden“, weshalb die Benutzerführung im Shop und der wirtschaftlich entscheidende Bestellprozess für den Kunden so bequem wie möglich gestaltet sein sollten. Man muss diese zweifellos richtige Beobachtung jedoch um einen weiteren Aspekt ergänzen: Fast alle Menschen sind ungeduldig, im Onlinehandel besonders. Einer der Hauptvorteile des E-Commerce für den Kunden ist, dass er rund um die Uhr einkaufen kann, ohne Ladenöffnungszeiten berücksichtigen zu müssen. Mit der zunehmenden Nutzung mobiler Endgeräte wird die Bereitschaft zu warten, weiter abnehmen: Wenn ich mit dem Smartphone aus der S-Bahn einkaufen kann, warum sollte ich warten, bis ich zu Hause am Rechner sitze? Dass große E-Commerce-Anbieter inzwischen mit „Same Day Delivery“ experimentieren, ist die Fortsetzung dieses Geschäfts mit der Ungeduld.

Vereinfachte Bestellprozesse für Stammkunden, bei denen nicht wiederholt Zahlungs- und Versandarten händisch eingegeben werden müssen, sondern per Log-in aus dem Kundenkonto abgerufen werden können, verbinden die Aspekte Bequemlichkeit und Schnelligkeit. Der Kunde muss weder seine Kreditkartennummer eingeben noch sich durch mehrere Stufen des Bestellformulars klicken – und kann einen Kauf von einem oder mehreren Produkten in Sekunden-

schnelle abschließen. Kunden, die gelernt haben, wo es sich bequem bestellen lässt, werden dort wieder bestellen, so André Morys.

Die Gestaltung des schnellen Bestellprozesses sollte durchdacht sein. Die herkömmliche Ein-Klick-Bestellung beispielsweise bietet dem Käufer vor der endgültigen Bestätigung der Bestellung keine Möglichkeit mehr, das Produkt und Bestelldetails zu kontrollieren. Das kann zu einer erhöhten Retourenquote führen, weil das Produkt nach Erhalt sich als ein falsch bestelltes herausstellt oder die Lieferadresse eine andere als die gewünschte ist: Hätte ich es mir doch noch einmal

führt. Gerade beim mobilen Einkauf, dessen hoher Anteil unabsichtlich zustande gekommener Bestellungen als „Wurstfinger-Effekt“ bereits sprichwörtlich geworden ist, kann sich die (allzu) schnelle und vermeintlich bequeme Bestellung also in ihr Gegenteil verkehren – denn der Kunde muss sich ja entweder die Mühe machen, die Bestellung zu stornieren oder später die Produkte zurückzusenden, die er gar nicht haben wollte.

Einen wirtschaftlich sinnvollen und gleichzeitig kundenfreundlichen Bestellablauf mit optimaler Kontrolle bietet eine Zwei-Klick-Bestellung. Nach dem Klick auf den Schnellbestellbutton werden dem



Johannes W. Klinger ist Vorstandsvorsitzender von Websale in Stein bei Nürnberg. Das Unternehmen entwickelt und betreibt seit 1996 Shopsoftware as a Service für mittelständische Versandhändler und Großunternehmen.

vor der Bestellung angesehen! Gerade bei Sortimenten wie Mode, die ohnehin mit überdurchschnittlich hohen Retourenquoten zu kämpfen haben, kann eine zusätzliche Retourensteigerung für den Shopbetreiber nicht wünschenswert sein. Zumal die Ein-Klick-Bestellung noch ein anderes Risiko für höhere Retouren birgt: nämlich dass der eingeloggte Kunde schlicht aus Versehen auf den Schnellbestellbutton klickt und ungewollt die Bestellung aus-

Kunden auf einer Kontrollseite Warenkorbinhalt, Lieferadresse und Zahlungsart angezeigt und er kann bei Bedarf jedes Detail ändern. Mit einem Klick auf den „Kaufen“-Button wird die Bestellung abgeschlossen. Insbesondere vor dem Hintergrund der Buttonlösung, die seit 1. August 2012 vom Gesetzgeber vorgeschrieben wird, bietet diese Struktur dem Kunden einen gesetzeskonformen und dennoch bequemen Bestellprozess. ■

