

# Zurück auf Start

Logistik muss auch den Rücktransport von Waren regeln. Modernes Retourenmanagement leistet einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg.

Dem Kunden immer die neuesten Produkte und frischesten Waren zu bieten und die älteren Angebote aus den Regalen zu entfernen ist für den Handel überlebenswichtig. Produkt-Lebenszyklen schrumpfen, der Umschlag vollzieht sich im schnellen Rhythmus – der Kunde verlangt nach immer neuen Kaufanreizen.

Hinter diesen Prozessen muss eine Logistik stehen, die in der Lage ist, das hohe Tempo der kontinuierlichen Filialver- und -entsorgung in jeder Phase optimal zu unterstützen. Vor diesem Hintergrund wird leicht nachvollziehbar, dass professionelles Retourenmanagement in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen hat. Wird es professionell umgesetzt, so können – gerade auch angesichts eines hohen Margen- und Konkurrenzdrucks im Handel – deutliche Kostenvorteile erzielt werden. Dennoch wird diesem Thema von Seiten des Handels noch nicht überall die gebührende Aufmerksamkeit entgegengebracht. Es gibt allerdings auch noch nicht viele Logistikunternehmen, die in der Lage sind, diese sehr spezialisierte Dienstleistung nahtlos in die von Herstellern und Händlern gewünschte Gesamtstrategie zu integrieren.

## Systematik ist gefragt

Was passiert mit der unverkauften Ware am Ende des Aktionszeitraums sowie mit Retouren, die vom Kunden zurückgebracht wurden? Im Idealfall markieren sie den Anfangspunkt einer differenzierten Logistikkette. Die Realität sieht jedoch in vielen Handelsfilialen anders aus. Oftmals sind Handelsunternehmen in erster Linie daran interessiert, die wertvolle und umsatzträchtige Regalfläche für frische Angebote schnell frei zu bekommen. Dafür werden in der Filiale die unverkauften Produkte einfach unsortiert zusammengepackt und als bunt gemischte Sendung mit vielen verschiedenen Artikeln auf den Weg gebracht. Dabei ist es durchaus üblich, die Retourware unsystematisch zu verpacken, ohne sie vorab einzelnen Produktkategorien zuzuordnen.

Dies macht deutlich, dass für die Prozesse bei der Retourenabwicklung noch hohes Optimierungspotential besteht und eine klare Strukturierung unabdingbar ist. Um den Retourenstrom zu steuern, müssen zunächst einmal Zeitfenster definiert werden, innerhalb deren die Waren zurückfließen und im Handlingzentrum des Kontraktlogistiklers aufgenommen

werden. Erster unverzichtbarer Arbeitsschritt ist hier die Erfassung der retournierten Waren und der Abgleich der erfassten Bestände mit den Angaben der einzelnen Filialen. Dann werden die Artikelgruppen auf ihre Vollständigkeit hin überprüft. Neben unvollständigen Gütern muss auch defekte Ware separiert werden. Dabei gibt es durchaus Waregruppen, die den Logistiker vor besondere Herausforderungen stellen, wie beispielsweise Matratzen, die zwar platzsparend zusammengerollt und vakuumiert ausgeliefert wurden, aber im vollen Format zurückgehen.

keln und täglichen Volumenschwankungen von mehreren 100 Prozent zu rechnen. Hier für den unterschiedlichsten Bedarf immer über die passende Personalkapazität zu verfügen zählt zu den elementaren logistischen Aufgaben. Ein weiteres wichtiges Thema angesichts der vielen Paletten mit zum Teil hochwertiger Ware ist die täglich zu gewährleistende Sicherheit. Besondere Sicherheitsmaßnahmen im Handlingzentrum und Personalkontrollen, wie sie etwa in sicherheitssensiblen Bereichen am Flughafen üblich sind, beschreiben hier nur einige Gesichtspunkte. Trotz des hohen organisatorischen Aufwands steht die Retourenlogistik unter starkem Rentabilitätsdruck. Kein Wunder, denn jeder Cent, der in den Weiterverwertungsprozess fließt, vergrößert für die Handelskette die Abschreibung auf nicht verkaufte Artikel.



Ordnung ist das halbe Leben – auch und gerade beim Retourenmanagement.

Als wiederverkaufsfähig befundene Ware wird neu verpackt und für die Weitervermarktung vorbereitet, die zum Beispiel bei den ausländischen Töchtern der Handelsketten, bei Internet- oder Restpostenhändlern stattfindet. Inzwischen entwickelt sich das Retourenmanagement auch dahin gehend weiter, dass der Logistiker selbst in deren Vermarktung eintritt und selbst zum Händler wird.

Besondere Anforderungen stellt das Retourenmanagement durch die stark schwankenden Volumina, sowohl im Wareneingang wie im Warenausgang. Pro Retourenwoche ist zum Beispiel mit Arti-

Mit professionellem Retourenmanagement lässt sich also noch viel bewegen. Handelshäuser verfügen mit ihrem Kontraktlogistiker über einen wertvollen strategischen Partner, der ihre Warenströme nachhaltig effizienter steuert und damit unnötige und zeitraubende Retouren vermeidet. Professionelle Retourenlogistik liefert darüber hinaus auch die nötige Datenbasis, um langfristig Produkte und Services zu optimieren.

UWE NITZINGER, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing, Pfenning Gruppe (Viernheim)