



fulfillmenttools
by REWE digital

Untersuchung offenbart Handlungsbedarf

Wie gut sind Online- und Filialgeschäft in der deutschen Fashion-Branche verknüpft? Wie reibungslos funktionieren Omnichannel-Modelle wie Click & Collect? Und wie zufriedenstellend ist das für Konsumenten? Diesen Fragen widmete sich das Kölner Unternehmen fulfillmenttools im Rahmen seiner Studie "Click & Collect in der deutschen Fashion-Branche".

Für die Untersuchung wurden im ersten und zweiten Quartal 2022 rund 80 der größten Fashion-Händler in Deutschland untersucht. Davon boten 22 Unternehmen der Stichprobe Click & Collect als Teil ihres Service-Portfolios an und konnten im Rahmen von Testkäufen detailliert analysiert werden. Der Fokus der Testkäufer lag dabei auf der Durchführung einer Click & Collect-Bestellung über den Online Shop der Händler, dem Einkaufserlebnis bei der Abholung der Ware in den Filialen sowie der Abwicklung des Retourenprozesses. Das Ergebnis: In allen Schritten steckt deutlicher Optimierungsbedarf. Keiner der analysierten Händler ist laut Studie derzeit in der Lage, seinen Kund:innen ein durchgängiges und komfortables Omnichannel-Erlebnis zu bieten.





Gerade in der Fashion-Branche profitieren Kund:innen durch Click & Collect vom Service vor Ort und gleichzeitig von dem Komfort des Online Shoppings. Direktes Anprobieren, einfache Rückgaben und keine Versandkosten sind nur eine Auswahl zahlreicher Vorteile. Nicht zuletzt haben die Beschränkungen im Zuge der Corona-Pandemie die Verbreitung von Click & Collect im Einzelhandel beschleunigt. Aber wie gut klappt das und wie wird es von Kund:innen wahrgenommen? „Es mangelt derzeit noch in der betrieblichen Praxis an Daten, die veranschaulichen, wie gut Click & Collect aus Kundensicht in der Realität umgesetzt wird. Daher haben wir den Status-quo der Click & Collect-Modelle in der deutschen Fashion-Branche genauer untersucht“, so die Projektleiterin Marleen Rartert.

Bei der Untersuchung von rund 80 der größten Fashion-Händler in Deutschland überraschte zunächst, dass lediglich 22 der 80 (27%) untersuchten Händler Click & Collect als Option für ihre Kund:innen in ihrem Serviceportfolio anbieten.

Bei der Analyse und der Bewertung der Unternehmen, die Click & Collect anbieten, standen der gesamte Weg einer Kundenbestellung: Bestellprozess, Kommunikation, Abholung, Retourenabwicklung und Rückerstattung im Fokus.

Positiv hervorzuheben sei, so die Durchführer der Studie, dass der Bestellprozess im Online Shop bei den meisten Fashion-Händlern reibungslos verlaufe. Allerdings zeige die Kundenkommunikation vor, während und nach der Click & Collect-Bestellung insgesamt Mängel auf. Fehlende Bestellbestätigungen sowie nicht vorhandene Informationen über Lieferdauer und Abholzeitpunkt sind hierbei besonders negativ aufgefallen.



Am schlechtesten schnitten die deutschen Fashion-Händler im Bereich Abholprozess ab. Hierbei sorgen insbesondere lange Lieferzeiten, fehlende Servicepoints am Point-of-Sale oder händisch auszufüllende Formulare für Unzufriedenheit bei der Abholung. Im Bereich der Retourenabwicklung fiel primär die fehlende Digitalisierung des Prozesses auf: Bei einem Großteil wird noch mit manuellen Formularen gearbeitet. Die Rückabwicklung der Zahlung im Anschluss verläuft bei der Mehrheit der Fashion-Händler in Deutschland jedoch ohne Probleme.

Monolithische IT-Strukturen, unterschiedliche Lösungen für viele operative Bereiche, traditionelle Prozesse, fehlende Schnittstellen – die Gründe für die Probleme bei der schnellen und einfachen Einführung von Omnichannel-Prozessen sind auf Seiten der Unternehmen vielfältig. Die Ansprüche der Kund:innen sind dagegen in den letzten Jahren rasant gestiegen.



Die Checkliste für erfolgreiche Omnichannel-Händler liefert Tipps und Tricks, um Online- und Offline-Geschäft prozess- sowie kundenorientiert zu optimieren:

ONLINE-BESTELLUNGEN VEREINFACHEN

- Click & Collect als Service im Online Shop prominent kennzeichnen, um Kund:innen schneller darauf aufmerksam zu machen und Umsatzpotenziale voll auszuschöpfen
- Verfügbarkeit von Click & Collect-Produkten verbessern

NAHTLOSE IN-STORE EXPERIENCES SCHAFFEN

- Servicepoints zur Abholung von Bestellungen installieren und als solche deutlich kennzeichnen, um Wartezeiten an der Kasse zu vermeiden und Kund:innen eine bessere Orientierung zu bieten
- Filialpersonal für Up- und Cross-Selling-Möglichkeiten sensibilisieren, um Zusatzkäufe zu fördern

PROZESSE OPTIMIEREN

- Online-Bestellungen in der Filiale kommissionieren, um Lieferzeiten deutlich zu beschleunigen und Lieferversprechen problemlos einzuhalten
- Übergabe- und Rückgabeprozesse digitalisieren, um Abläufe in der Filiale effizienter zu gestalten und Personal zu entlasten
- Omnichannel-Prozesse selbst regelmäßig testen, um Lücken in der Kommunikation und Optimierungspotenziale aufzudecken

SERVICEQUALITÄT VERBESSERTEN

- Prozessbegleitende End-to-End-Kommunikation implementieren, um Kund:innen jederzeit über den Status ihrer Bestellung zu informieren
- Verschiedene Retourenmöglichkeiten anbieten, um Kundenerwartungen optimal zu erfüllen

Um komplexe Prozesse für Händler zu vereinfachen, Mitarbeiter:innen zu entlasten und Fehler in der Kommissionierung zu vermeiden, gibt es modulare Software-as-a-Service-Lösungen für Fulfillment-Prozesse. Die gesamte Studie steht hier zum [Download](#) zur Verfügung.

Quelle: fulfillmenttools.com / REWE digital