

# 'Verzendkosten zijn nooit kostendekkend'

29-04-2014 00:00

Online retailers besteden gemiddeld twintig procent van alle kosten aan de verzending en retourneren van producten. Een heen-zending van kleding en schoenen kost bijvoorbeeld vijf tot tien euro, terwijl retourzendingen inclusief afhandeling het dubbele kosten. Dat stelt hoogleraar retailmanagement Gino van Ossel van de Belgische Vlerick Business School in Het Financieele Dagblad.

“Veel bedrijven rekenen wel verzendkosten, maar die bedragen zijn nooit kostendekkend”, stelt Van Ossel. Daarnaast brengen etailers als Wehkamp en Zalando de consument helemaal niets in rekening voor retourzendingen. De Duitse onlinespeler ziet het niet als extra kosten, zegt een woordvoerder. “Online retail heeft gewoon een andere kostenstructuur dan traditionele retail. Gratis retourneren passen bovendien in onze visie op e-commerce.”

Zalando verstuurde vorig jaar ruim twaalf miljoen pakketten, die voornamelijk met meerdere producten zijn gevuld. Ongeveer de helft van alle bestellingen wordt teruggestuurd. Dat percentage ligt bij Wehkamp op veertig procent, geeft logistiek directeur Jurrie Jan Bruins aan. Ook in fysieke winkels past de klant veertien artikelen voor hij er één koopt, stelt hij. “Wij bieden mensen de mogelijkheid dat in hun huiskamer te doen.”

Zowel Zalando als Wehkamp zoeken manieren om het aantal retourneren te verlagen. Zo meldt Wehkamp op het moment van een bestelling dat bepaalde merken heel klein vallen, aldus Bruins.

Van Ossel stelt daarnaast dat het online warenhuis software gebruikt dat erop wijst wanneer klanten onwenselijk gedrag vertonen. “Vanuit hun historie als postorderbedrijf hebben zij het inschatten van klantrisiko's in hun DNA”, stelt hij. Hij kent retailers die weten dat bepaalde klanten altijd drie verschillende maten bestellen. “Als die klant elke keer maat 41 houdt en de rest terugstuurt, zegt zo'n bedrijf de derde keer dat dat gebeurt gewoon dat maat 42 en 43 niet meer voorradig zijn.”