

PRESSEMITTEILUNG

ECC-Logistikstudie: Was Shopper bei Versand und Retouren fordern

ECC Köln und Hermes veröffentlichen Logistikstudie. Online-Shopper wünschen sich Convenience – auch bei der Retoure. Optimierungspotenzial in Sachen Zeitaufwand und Ablauf. Relevante Informationen sollten der Sendung beiliegen.

Köln, Hamburg 06. Oktober 2015 – Convenience ist das Zauberwort für die B2C-Handelslogistik. Mit Zeitfensterbelieferungen, Echtzeit-Tracking und alternativen Lieferorten wird auch die „letzte Meile“ des Online-Shoppings personalisiert und den individuellen Kundenwünschen angepasst. Doch entspricht das aktuelle Angebot auch den Präferenzen der Konsumenten? An welchen Stellen gibt es noch Optimierungsbedarf? Diese Fragen beantwortet die „ECC-Logistikstudie 2015: Erfolg auf der ‚letzten Meile‘“ in Zusammenarbeit mit Hermes, für die das ECC Köln rund 1.000 Online-Shopper befragt hat.

Retouren: Shop-Log-In und Ausdruck des Retourenscheins zu zeitaufwendig

Online-Shopper benötigen im Schnitt einen Tag, um sich zu entscheiden, ob sie ihre Bestellung zurückschicken möchten oder nicht. Die Retoure vorzubereiten dauert durchschnittlich 29 Minuten und 30 Sekunden. Obwohl rund 89 Prozent der Online-Shopper mit ihrer letzten Retoure zufrieden waren, sind einzelne Schritte der Retourenvorbereitung zu zeitaufwendig. So sind Online-Shopper bereit, gut sechseinhalb Minuten zu investieren, um sich in den Online-Shop einzuloggen. Aktuell dauert dieser Schritt jedoch durchschnittlich vier Minuten länger. Auch der Ausdruck des Retourenscheins nimmt für die befragten Konsumenten gut anderthalb Minuten zu viel in Anspruch.

„Der Versand- und Retourenprozess ist für Online-Shop ein kritischer Erfolgsfaktor. Dabei ist der Kunde das Maß aller Dinge. Und der wünscht sich einfache, schnelle und flexible Prozesse, die ihn in seiner jeweiligen Situation abholen. Empfehlungen, Retourenprozesse künstlich zu verkomplizieren, um die Retourenquote zu senken, sind daher äußerst gefährlich“, rät Sabrina Mertens, Leiterin des ECC Köln

Konsumentenwunsch: Alle relevanten Informationen mitliefern

Online-Shopper wünschen sich, dass Retourenschein und Co. ihrer Sendung bereits beiliegen. So möchten sich die Befragten generell weder online einloggen, um die Retoure anzumelden (61 %), noch den Retourenschein selbst ausdrucken (48 %). Außerdem wünschen sich Online-Shopper, Informationen zum Ablauf einer Retoure (82 %) sowie zu nahegelegenen Annahmestellen (60 %) direkt mit der Sendung zu erhalten.

Ein noch neuer Trend, um Retouren für Konsumenten zu vereinfachen, sind digitale Retourenscheine, die den Ausdruck des Retourenscheins überflüssig machen und stattdessen eine Abwicklung z.B. über das Smartphone ermöglichen. Knapp vier von zehn Konsumenten können sich vorstellen, solche Angebote zu nutzen.

Wörter der Meldung: 360

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.787

Zeitintensität der Retourenvorbereitung

Fragetext: „Welcher zeitliche Aufwand ist für Sie in Hinblick auf folgende Rücksendeschritte akzeptabel?“, n = 965 und „Wie viel Zeit haben Sie schätzungsweise für die Rücksendevorbereitung in Hinblick auf folgende Aspekte gebraucht?“, n = 107 (Online-Shopper, die bei ihrer letzten Online-Bestellung retourniert haben).



Die wichtigsten Zahlen im Überblick

- Online-Shopper benötigen im Schnitt zehn Minuten und 29 Sekunden, um sich in den Online-Shop einzuloggen und dort die Retoure vorzubereiten; die Bereitschaft hingegen liegt bei nur sechs Minuten und 37 Sekunden für diesen Vorbereitungsschritt.
- Online-Shopper benötigen durchschnittlich sieben Minuten und 35 Sekunden, um den Retourenschein auszudrucken; die Zeitbereitschaft hingegen liegt bei nur fünf Minuten und 54 Sekunden.
- 60,8 Prozent der Befragten stört es, sich im Online-Shop einloggen zu müssen, um dort die Retoure anzumelden.
- 47,5 Prozent der Befragten finden es lästig, den Retourenschein selbst ausdrucken zu müssen.
- 81,8 Prozent der Befragten wünschen sich, dass Informationen über den Retourenablauf der Sendung direkt beiliegen.

Über die Studie

Für die „ECC-Logistikstudie 2015: Erfolg auf der ‚letzten Meile‘“ wurden 965 Online-Shopper der Branchen Fashion & Accessoires, CE & Elektro, Wohnen & Einrichten, Freizeit & Hobby sowie Bücher & Medien befragt. Folgende Fragestellungen stehen im Fokus:

- Status quo: Welche Erfahrungen haben Konsumenten bei ihrer letzten Online-Bestellung gemacht?
- Welche Anforderungen stellen sie an die Zustellung von Online-Bestellungen?
- Retourenablauf: Was wünschen sich Konsumenten?
- Wie relevant ist der Logistikdienstleister in ihren Augen?
- Wie unterscheiden sich die Anforderungen je nach Zielgruppe? (z. B. Smart Natives, Heavy-Online-Shopper, Männer/Frauen).

Die vollständige Studie kann über den [Online-Shop des IFH Köln](#) bestellt werden. Die kostenfreie Management Summary steht auf der [Website des ECC Köln](#) zum Download zur Verfügung.

Über das ECC Köln

Das ECC Köln ist Experte für Handel im digitalen Zeitalter. Eingebunden in das renommierte IFH Köln und sein großes Netzwerk begleiten die Experten des ECC Köln den E-Commerce bereits seit 1999. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, den umfangreichen Marktdaten und dem strategischen Know-how des engagierten Teams. Das ECC Köln erstellt Forschungsarbeiten und Studien zu wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In unternehmensspezifischen Projekten werden Kunden bei konkreten strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Weitere Informationen unter www.ecckoeln.de

Pressekontakt:

ECC Köln
Christina Fingerhut
Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92
c.fingerhut@ifhkoeln.de
www.ecckoeln.de

Über Hermes

Die Hermes Logistik Gruppe Deutschland (HLGD) mit Sitz in Hamburg ist einer der größten Paketdienstleister Deutschlands. Das Unternehmen ist bundesweit an 63 Standorten vertreten und verfügt mit mehr als 14.000 PaketShops über das größte nationale PaketShop-Netz Europas. Die HLGD ist eine von zwölf Gesellschaften der international tätigen Hermes Gruppe, die zur Otto Group gehört. Das Leistungsspektrum der unter der Marke Hermes operierenden Gesellschaften umfasst die gesamte Wertschöpfungskette des Handels: Sourcing, Qualitätsabsicherung, Transport, Fulfilment, Paketservice und Zwei-Mann-Handling. Im Geschäftsjahr 2013 erhöhte die Hermes Gruppe ihren Gesamtumsatz auf 2.083 Millionen Euro. Die Zahl der Mitarbeiter stieg auf 11.814 an. Hermes ist in ganz Europa aktiv und mit eigenen Gesellschaften in UK, Russland, Italien und Österreich vertreten. Seit Januar 2013 ist Hermes als Offizieller Premium-Partner in der Fußball-Bundesliga präsent.

Weitere Informationen: <https://newsroom.hermesworld.com>