

PRESSEMITTEILUNG

Nachbar ist Online-Shoppers Liebling

ECC-Logistikstudie zeigt: Konsumenten wollen ihr Paket in der Nachbarschaft abholen

ECC-Logistikstudie in Zusammenarbeit mit Hermes zeigt: Die meisten Online-Shopper wollen, dass ihr Paket beim Nachbarn abgegeben wird, wenn sie nicht zu Hause sind. Fast zwei Drittel entscheiden am liebsten jedes Mal neu, was in diesem Fall geschehen soll. Die Personalisierung des Lieferprozesses gewinnt an Bedeutung.

Köln, Hamburg 15. Dezember 2015 – Weihnachtszeit ist für viele Konsumenten Online-Shopping-Zeit. Die Geschenke geliefert zu bekommen verspricht vielen mehr Komfort als der Bummel durch volle Einkaufsstraßen – dafür ist jedoch ein kundenorientierter Lieferprozess entscheidend. Welche Wünsche und Ansprüche Online-Shopper in puncto Lieferung haben, zeigt die „ECC-Logistikstudie 2015: Erfolg auf der letzten Meile“ in Zusammenarbeit mit Hermes.

Nachbar ist beliebtester alternativer Lieferort

Online-Shopper lassen sich ihre Bestellungen am liebsten nach Hause schicken: Die Wohnadresse ist für rund 83 Prozent der Befragten der Lieferort Nr. 1. Wenn sie selbst nicht zu Hause sind, wünschen sich die meisten Online-Shopper (78 %), dass ihr Paket beim Nachbarn abgegeben wird – dort landet jedoch nur jede dritte Bestellung, die nicht direkt zugestellt werden konnte. Auf dem zweiten Platz der bevorzugten Optionen liegt der erneute Zustellversuch (71 %). Fast zwei Drittel der Konsumenten haben jedoch keine festen Präferenzen und wollen bei jeder Bestellung neu entscheiden, was mit ihrer Sendung geschieht, wenn sie der Paketbote nicht zu Hause antrifft.

„Die Ansprüche der Konsumenten sind hoch. Ihre Bestellung soll sie erreichen, wo und wann es ihnen am besten passt. Um dieses Höchstmaß an Convenience zu gewährleisten, müssen Online-Händler und Versanddienstleister den Lieferprozess noch stärker personalisieren und an den Bedürfnissen des einzelnen Kunden ausrichten“, rät Sabrina Mertens, Leiterin des ECC Köln.

Personalisierung gewünscht

Optionen, mit denen der Lieferprozess personalisiert werden kann, stoßen bei Online-Shoppern auf hohes Interesse. So wollen rund 85 Prozent der Frauen und 77 Prozent der Männer bereits bei der Bestellung angeben können, wohin ihr Paket geliefert werden soll, wenn der erste Zustellversuch scheitert. Dass die Bestellung in einem bestimmten Zeitfenster geliefert wird, ist aus Konsumentensicht ebenfalls von hohem Interesse (85 % bei Speditionslieferung; 75 % bei Paketzustellung). Die Sendung umzurouten – also während des Lieferprozesses an eine alternative Adresse zu schicken – ist gerade für Konsumenten, die häufig im Netz einkaufen, interessant (54 %).

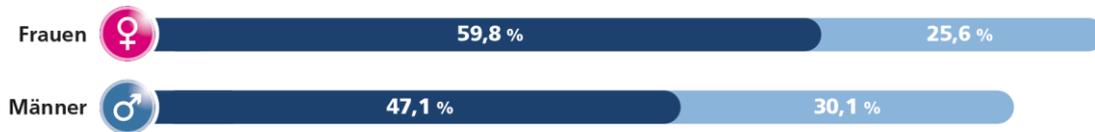
Wörter der Meldung: 363

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.641

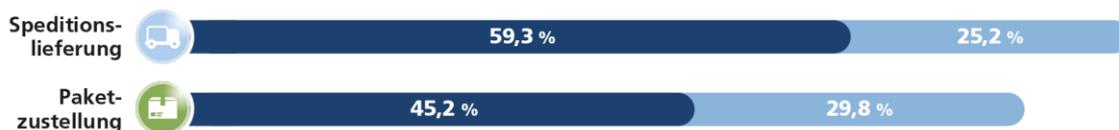
Interesse an ausgewählten Logistiktrends

Fragetext: „Für wie interessant halten Sie folgende Services bei Online-Bestellungen?“, 389 ≤ n ≤ 576 (Vergleich verschiedener Untergruppen); Unterschiede signifikant p = 0,05.

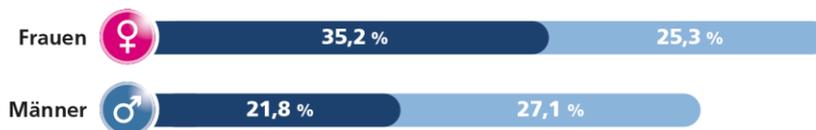
Angabe eines alternativen Lieferorts bei erfolglosem Zustellversuch



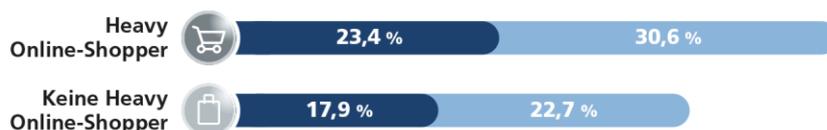
Zeitfensterbelieferung



Klimaschonender Versand



Umrouten der Lieferung



ECC Köln 2015

● Sehr interessant ● Interessant

Die wichtigsten Zahlen im Überblick

- Für 83,2 Prozent der Befragten ist die Wohnadresse der präferierte Lieferort.
- 78,4 Prozent der Befragten bevorzugen, dass ihre Bestellung beim Nachbarn abgegeben wird, wenn der erste Zustellversuch scheitert.
- 62,5 Prozent der Befragten bevorzugen es, wenn sie bei jeder Bestellung neu entscheiden können, was mit ihrem Paket geschieht, wenn der erste Zustellversuch scheitert.
- 31,7 Prozent aller Bestellungen, die Online-Shopper nicht an dem Ort erreicht haben, den sie bei der Bestellung angegeben haben, wurden beim Nachbarn abgeholt.
- Für 85,4 Prozent der befragten Frauen und 77,2 Prozent der befragten Männer ist die Angabe eines alternativen Lieferortes bei erfolglosen Zustellversuch eine interessante Option bei Online-Bestellungen.

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>