

PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

ECC Köln
Melanie Günther
Referentin Unternehmenskommunikation

+49 (0) 221 94 36 07-23
m.guenther@ifhkoeln.de
www.ecckoeln.de

Zukunft der Zustelllogistik: Daten sind der Schlüssel für ein smartes Zustellerlebnis

Die Neuauflage des Thesenpapiers von ECC Köln und Hermes Germany macht deutlich: Um Lieferungen aus Kundensicht zufriedenstellend abzuwickeln, müssen Händler und Dienstleister weiterhin an der Basis arbeiten. Smart Data ist darüber hinaus ein vielversprechender Ansatz, um zukünftig individualisierter auf das Flexibilitätsbedürfnis der Konsumenten eingehen zu können.

Köln, 28. November 2018 – Ein zuverlässiger, transparenter und schneller Versand- und Lieferprozess wird vom Konsumenten heute mehr denn je vorausgesetzt. Dabei fehlt es häufig immer noch an der Basis, wie die Neuauflage des Thesenpapiers „7 Thesen zur Zukunft der Zustelllogistik – Reloaded“ von ECC Köln in Zusammenarbeit mit Hermes Germany zeigt.

„Höher, schneller, weiter – Alle sprechen über Innovationen wie Same-Day-Delivery oder Drohnen. Noch bevor diese angegangen werden, müssen die Grundanforderungen wie Zuverlässigkeit, Transparenz und Geschwindigkeit in der Zustelllogistik reibungslos funktionieren. Stimmt die Basis nicht, reagieren Kunden mit Unzufriedenheit und Frust“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln.

Wie sieht nun die Zukunft der Zustelllogistik aus?

- 1. Flexibilität bleibt wichtigstes Kriterium**
Onlineshopper fordern passgenaue Lieferung
- 2. Zuverlässigkeit wird vorausgesetzt**
Eine Nichteinhaltung führt bei Konsumenten zu Frustration und Unzufriedenheit
- 3. Transparenz ist elementar**
Konsumenten erwarten Versandinformationen im richtigen Maß und zum richtigen Zeitpunkt
- 4. Speed matters**
Neben Transparenz und Zuverlässigkeit ist Geschwindigkeit eine Basisanforderung bei der Zustellung
- 5. Haustürzustellung wird immer mehr zum Engpass**
Alternative Zustellorte bieten eine Lösung
- 6. Think Smart**
Smart Data bietet Schlüssel zur perfekten Versanddienstleistung
- 7. „More of the same“ hat keine Zukunft**
Nachhaltige und effiziente Konzepte in der Citylogistik sind gefragt

Wie wichtig vor allem das Thema Flexibilität ist, zeigt die Studie [„Social. Smart. Simple – Wie Händler über Social Media, Apps und Delivery-Services die Customer Experience erhöhen“](#) des ECC Köln in Zusammenarbeit mit Hermes Germany. Konsumenten wünschen sich mehr Selbstbestimmung im Lieferprozess. 69 Prozent der Befragten möchten in den Lieferprozess eingreifen, die Mehrheit hat es bisher aber noch nicht getan, weil Händler und Dienstleister u. a. die Möglichkeit nicht anbieten.

Mit Smart Data ein Zustellerlebnis schaffen

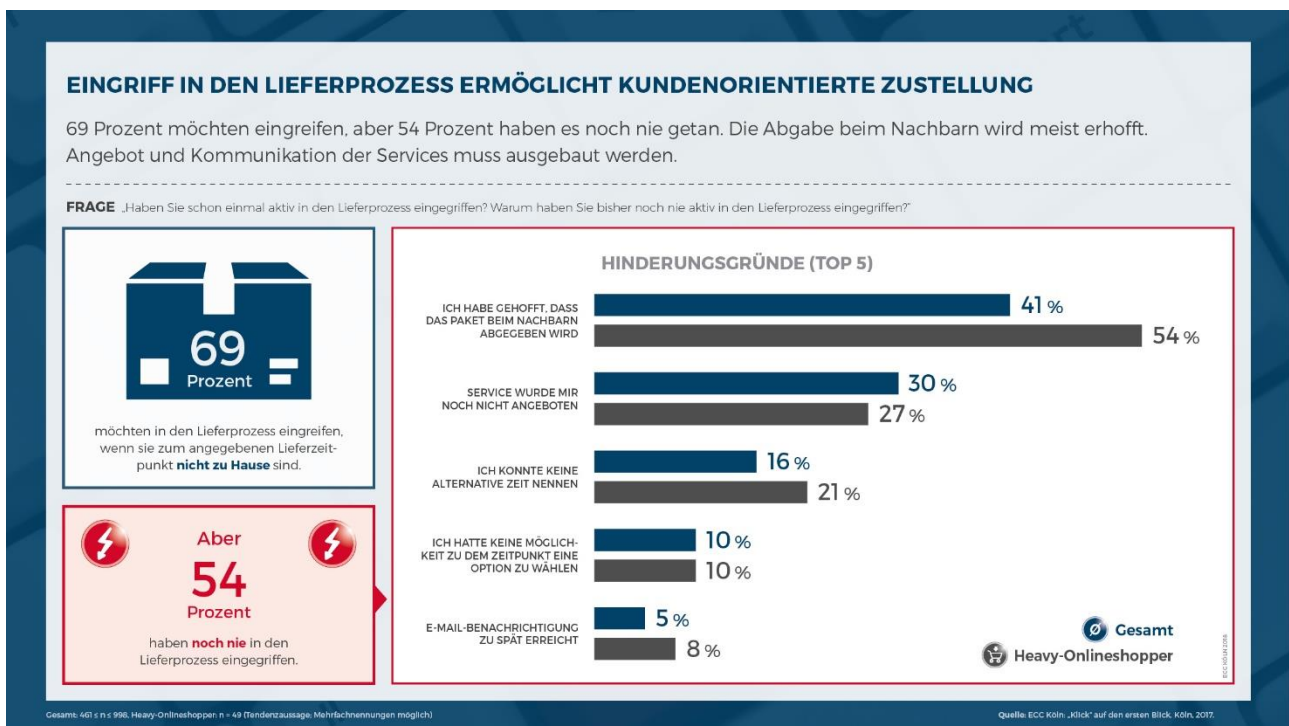
Neben Flexibilität erwarten Konsumenten zukünftig individualisierte Lieferservices. Smarte Zustellkonzepte auf Basis von Konsumentendaten können das gesteigerte Convenience-Bedürfnis bereits jetzt bedienen.

„Durch Wissen darüber, wo und wann Konsumenten erreichbar und was ihre präferierten (alternativen) Zustellorte sind, kann die letzte Meile noch bequemer gestaltet werden. Konsumenten erwarten allerdings im Tausch gegen ihre Daten echte Convenience-Vorteile“, weiß Thomas Horst, Geschäftsführer Sales bei Hermes Germany GmbH.

Händler und Logistikdienstleister sollten daher perspektivisch noch enger zusammenarbeiten, um ihre jeweiligen Daten zu nutzen und voneinander zu profitieren, um passgenaue und individuelle Mehrwerte und Service für den Kunden anzubieten. Die vollständige Einhaltung der Datensicherheit stellt dabei selbstverständlich eine Grundvoraussetzung dar.

Wörter der Meldung: 428

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.350



Quelle: "Klick" auf den ersten Blick, ECC Köln, 2017

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über das Thesenpapier

Mit dem Thesenpapier „7 Thesen zur Zukunft der Zustelloogistik – Reloaded“ nehmen das ECC Köln und Hermes unter die Lupe, was sich Onlineshopper von Versand- und Lieferservices erwarten und wie sie verschiedene Angebote in diesem Bereich bewerten. Dafür wurden Ergebnisse u. a. folgender Studien des ECC Köln herangezogen: „Social. Smart. Simple – Wie Händler über Social Media, Apps und Delivery-Services die Customer Experience erhöhen“ (2018), „Klick auf den ersten Blick“ (2017) und „Customers' Choice“ (2018). Außerdem wurden Impulse aus einem Workshop mit sieben leitenden Angestellten und Geschäftsführern von führenden Handelsunternehmen eingearbeitet.

Das Thesenpapier kann auf der [Website von Hermes](#) kostenfrei heruntergeladen werden.

Über das ECC Köln

Eingebunden in das IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individueller Marktforschung und Strategieberatung. Mit dem ECC-Club (www.ecc-club.de) bietet das ECC Köln eine einzigartige Content- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce. *Content. Commerce. ONE Community – Dafür steht das ECC Köln.*

Mehr unter: www.ecckoeln.de

Über Hermes

Hermes Germany mit Sitz in Hamburg ist ein führender Logistikdienstleister Deutschlands und Partner zahlreicher Onlineshops und Multi-Channel-Händler im In- und Ausland. Der Fokus von Hermes Germany liegt auf der nationalen und internationalen Paketzustellung sowie auf der Abwicklung vorgelagerter Warenströme weltweit. Hermes Germany 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, Zwei-Mann-Handling und globale E-Commerce-Services. Im Geschäftsjahr 2017 erhöhte die Hermes Gruppe ihren Gesamtumsatz auf 3,13 Milliarden Euro. Hermes beschäftigt weltweit fast 15.300 Mitarbeiter und ist in den wichtigsten europäischen E-Commerce-Märkten präsent.

Weitere Informationen: newsroom.hermesworld.com.