

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 31. Januar 2017

Neue Studie untersucht Trends und Innovationen beim Versand aus Kundensicht

Um herauszufinden, welchen Stellenwert der Versand beim Online-Shopping besitzt, welche Trends bei Kunden angesagt sind und wie groß die Akzeptanz von Innovationen in der Versandabwicklung ist, hat das Forschungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg im Projekt E-Commerce-Leitfaden eine Kundenbefragung zum Thema „Trends und Innovationen beim Versand“ durchgeführt.

Aus den Ergebnissen der Studie geht hervor, dass im Durchschnitt 16 Prozent der bestellten Waren über alle Produktbereiche hinweg retourniert werden. Frauen retournieren mit 19 Prozent häufiger als Männer. Traditionelle Handelskäufer, die häufig stationäre Geschäfte den Online-Shops bevorzugen, retournieren mit 20 Prozent öfter als selektive Online-Shopper (15 Prozent) und begeisterte Online-Shopper (16 Prozent).

Weiterhin haben 39 Prozent der befragten Endkunden schon einmal eine Bestellung wegen gebührenpflichtiger Retouren abgebrochen. Insbesondere Frauen (43 Prozent) neigen dazu, einen Bestellvorgang aufgrund gebührenpflichtiger Retouren abzubrechen. 35 Prozent der Befragten würden grundsätzlich nicht in einem Online-Shop mit gebührenpflichtigen Retouren bestellen.

Eine weitere Erkenntnis aus der Studie ist, dass mehr als die Hälfte der Befragten bei Bestellungen über den Online-Marktplatz Amazon, den geplanten eigenen Lieferdienst von Amazon den etablierten Versanddienstleistern vorziehen würden.

Bei den Innovationen wird vor allem das Real-Time-Tracking als relevant erachtet. Dies sehen 52 Prozent der befragten Kunden als wichtige Innovation im Versand. Weiterhin wird der mobile Retourenschein (47 Prozent), die Umleitung der Lieferung bis kurz vor der Zustellung (41 Prozent), dienstleisterunabhängige Paketboxen (37 Prozent) und die Lieferung innerhalb von zwei Stunden (31 Prozent) als bedeutungsvoll gesehen.

Im Allgemeinen zeigt sich, dass vor allem der Höhe der Versandkosten sowie der Möglichkeit einer einfachen Rückgabe von Retouren eine große Bedeutung bei der Auswahl eines Online-Shops zukommt. Bezüglich der aktuellen Trendthemen in der Logistik wie der Zustellung per Drohne oder Roboter hält sich die Begeisterung der Befragten derzeit noch in Grenzen. Vielmehr sind es Innovationen, die technisch deutlich einfacher abzubilden sind, welche die Kunden aktuell interessieren.

Die vollständige Studie „Trends und Innovationen beim Versand“ steht kostenlos zum Download zur Verfügung unter: www.ecommerce-leitfaden.de/versandstudie2017

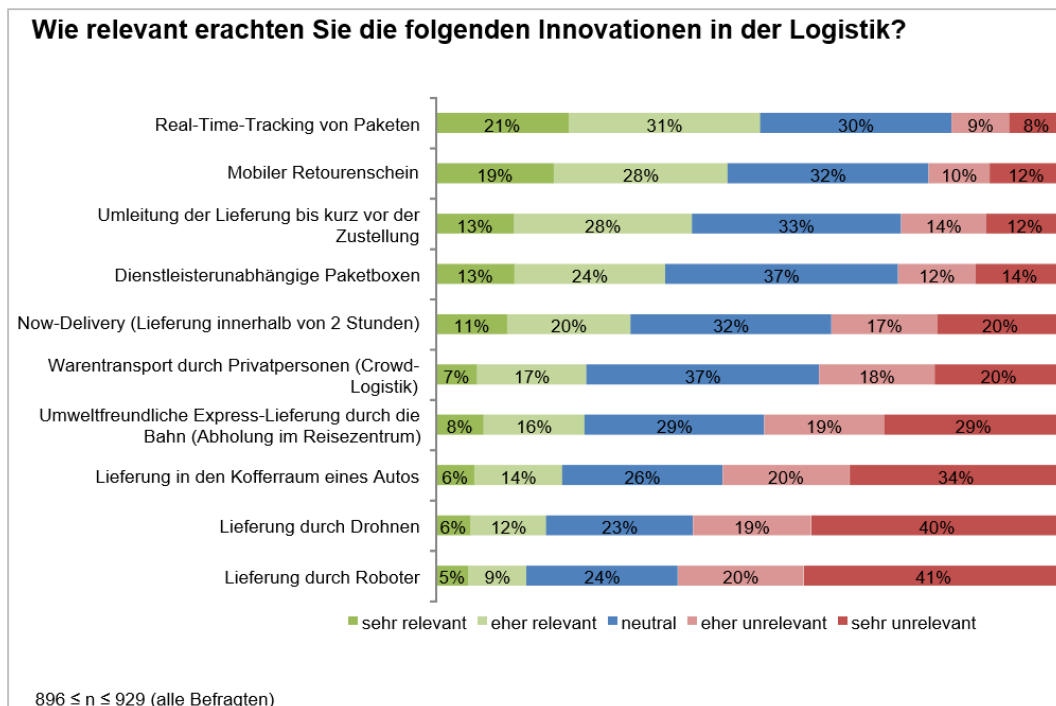
Die wichtigsten Ergebnisse der Studie auf einen Blick:

- 16 Prozent der bestellten Waren im Internet werden wieder retourniert.
- Die Auswahloption hinsichtlich des Versanddienstleisters stellt für 57 Prozent einen wichtigen Aspekt dar.
- 39 Prozent haben schon einmal einen Bestellvorgang aufgrund gebührenpflichtiger Retouren abgebrochen.
- 54 Prozent würde den geplanten Lieferdienst von Amazon bei Amazon-Bestellungen nutzen.
- Das Real-Time-Tracking von Paketen wird als relevanteste Innovation angesehen.

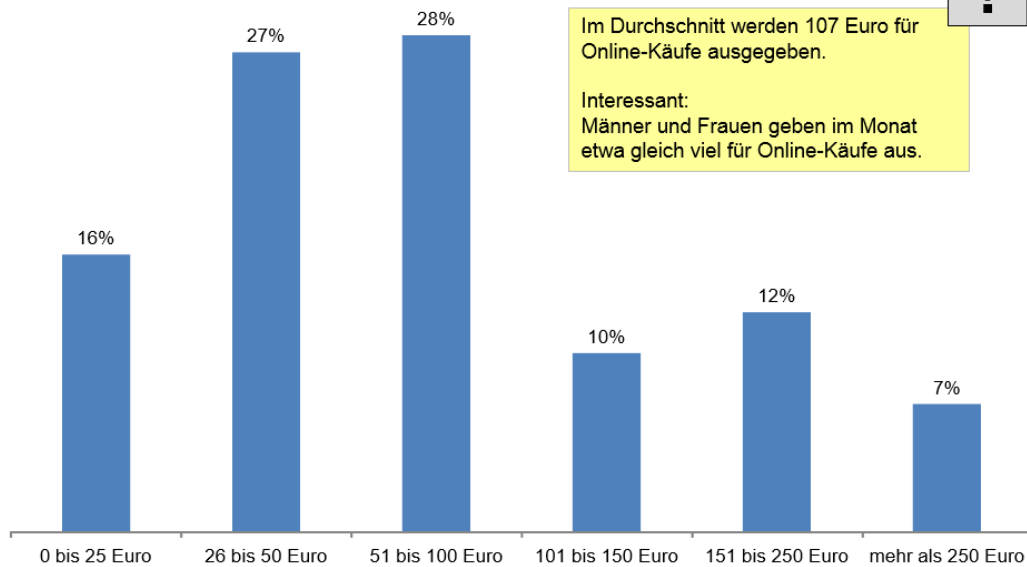
Die wichtigsten Informationen zur Studie auf einen Blick:

Titel:	Trends und Innovationen beim Versand
Methodik:	Online-gestützte Befragung von Endkunden
URL:	www.ecommerce-leitfaden.de/versandstudie2017

Ausgewähltes Bildmaterial:



Welchen Geldbetrag geben Sie durchschnittlich jeden Monat für Online-Käufe aus?

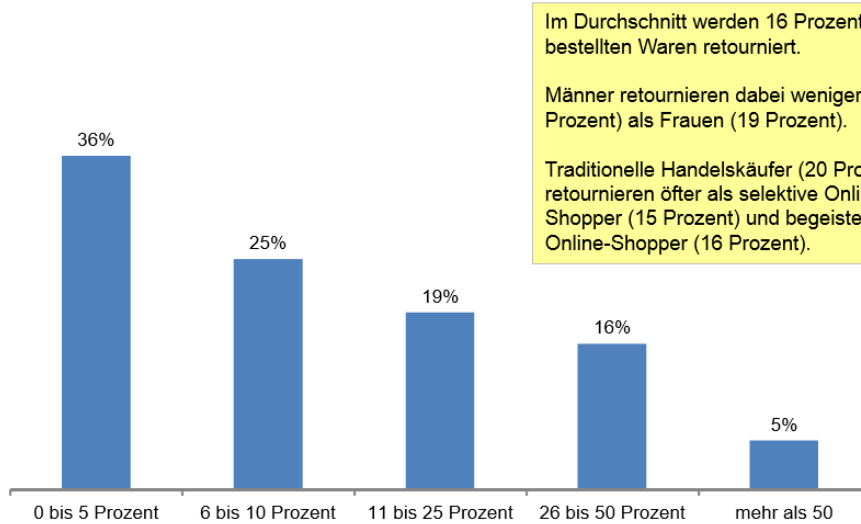


Im Durchschnitt werden 107 Euro für Online-Käufe ausgegeben.

Interessant:
Männer und Frauen geben im Monat etwa gleich viel für Online-Käufe aus.

n = 1046 (alle Befragten)

Wie oft senden Sie im Internet bestellte Waren zurück?



Im Durchschnitt werden 16 Prozent der bestellten Waren retourniert.

Männer retournieren dabei weniger (13 Prozent) als Frauen (19 Prozent).

Traditionelle Handelskäufer (20 Prozent) retournieren öfter als selektive Online-Shopper (15 Prozent) und begeisterte Online-Shopper (16 Prozent).

n = 1015 (alle Befragten)

Über das Projekt „E-Commerce-Leitfaden“:

Um Antworten auf die wichtigsten Fragen rund um den elektronischen Handel zu geben, hat sich ein Konsortium bestehend aus namhaften Lösungsanbietern und dem Forschungs- und Beratungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg zusammengeschlossen. atriga, Concardis, ElectronicSales, Händlerbund, Hermes Germany, RatePAY, SHI, SIX Payment Services, SoftENGINE und Speed4Trade bündeln in diesem Projekt ihr Know-how und ihre Erfahrungen, um zusammen mit ibi research die wichtigsten Informationen für Online-Händler und solche, die es werden wollen, in einfach verständlicher und prägnanter Form zusammenzustellen.

Weitere Informationen: www.ecommerce-leitfaden.de

Über ibi research:

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis, arbeitet also mit den Methoden der Wissenschaft an den Themen der Praxis, mit klarem Schwerpunkt auf Innovationen und deren Umsetzung.

ibi research konzentriert sich dabei auf die Themenfelder Digitalisierung der Finanzdienstleistungen und des Handels, im E-Business genauso wie im Multikanal und im B2C-Geschäft genauso wie im B2B-Geschäft. Das Forschungsspektrum reicht von der Marktanalyse und Geschäftsmodell-Entwicklung über Prozessgestaltung und Data Analytics bis hin zu Fragen der Governance und Compliance. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an und ist Initiator und Herausgeber des E-Commerce-Leitfadens (www.ecommerce-leitfaden.de).

Weitere Informationen: www.ibi.de

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:

ibi research an der Universität Regensburg
Mira Tauscher
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901
Telefax: 0941 943-1888
E-Mail: team@ecommerce-leitfaden.de