

PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

ECC Köln
Juliane Mischer
Referentin Unternehmenskommunikation

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

Same Day Delivery: Lieber abends und zu Hause als sofort

Neue Kurzstudie von ECC Köln und Hermes nimmt unter die Lupe, wie Online-Shopper sich vor dem Kauf im Netz informieren und wie sie Versand- und Lieferservices bewerten. Bei Same Day Delivery wünschen sich Online-Shopper die abendliche Zustellung nach Hause. Neue Zustelllösungen wie Paketkästen oder Lieferroboter haben aus Konsumentensicht durchaus Mehrwerte.

Köln, 01. September 2017 – Schnell, schneller, Same Day – die taggleiche Lieferung gehört für Online-Shopper zwar noch nicht zum Alltag, dennoch haben Konsumenten klare Vorstellungen, wie Same Day Delivery bestmöglich ablaufen sollte. Das zeigt die aktuelle Kurzstudie „Klick auf den ersten Blick – Wie Onlinehändler Kunden richtig ansprechen und mit Versand- und Lieferservices für sich gewinnen“ des ECC Köln in Zusammenarbeit mit Hermes. Rund 92 Prozent der befragten Online-Shopper wünschen sich, dass sie ihre Same-Day-Lieferung zu Hause erhalten. Vier von zehn Befragten bevorzugen zudem, dass ihr Paket innerhalb eines bestimmten Zeitfensters am Abend geliefert wird. Instant Delivery innerhalb von zwei Stunden ist dagegen nur für jeden Zehnten interessant.

Shopping-Gewohnheiten bilden Wunsch nach Same und Next Day Delivery nicht ab

Aktuell hat jeder zehnte Online-Shopper schon einmal Same Day Delivery in Anspruch genommen – bei den besonders technologie- und onlineaffinen Zielgruppen der Heavy-Online-Shopper und Smart Consumer liegt der Anteil der Same-Day-Nutzer jedoch mehr als doppelt so hoch. Die Kurzstudie zeigt zudem, dass insgesamt jeder fünfte Online-Shopper sein Paket gerne am selben oder spätestens am Tag nach der Bestellung erhalten würde. Aber: Die Shopping-Gewohnheiten verhindern diese Geschwindigkeit oft, denn fast die Hälfte der Befragten kauft erst ab 18 Uhr im Netz ein – die Lieferung am nächsten oder sogar am selben Tag können Händler dann oft nicht mehr umsetzen.

„Selbst wenn Händler ihre Pakete erst am späten Abend im Logistik-Center einschleusen, ist eine Zustellung am folgenden Werktag durchaus möglich. Klar ist aber: Je schneller und präziser ein Versand sein soll, desto höher sind der technische und operative Anspruch und somit auch die Kosten, die für den Transport entstehen. Um Erwartungen nicht zu enttäuschen, sollten Händler daher transparent kommunizieren, unter welchen Voraussetzungen Kunden Same oder Next Day Delivery in Anspruch nehmen können“, sagt Thomas Horst, Geschäftsführer Sales bei Hermes Germany.

Innovative Zustellkonzepte treffen bei Online-Shoppern auf Interesse

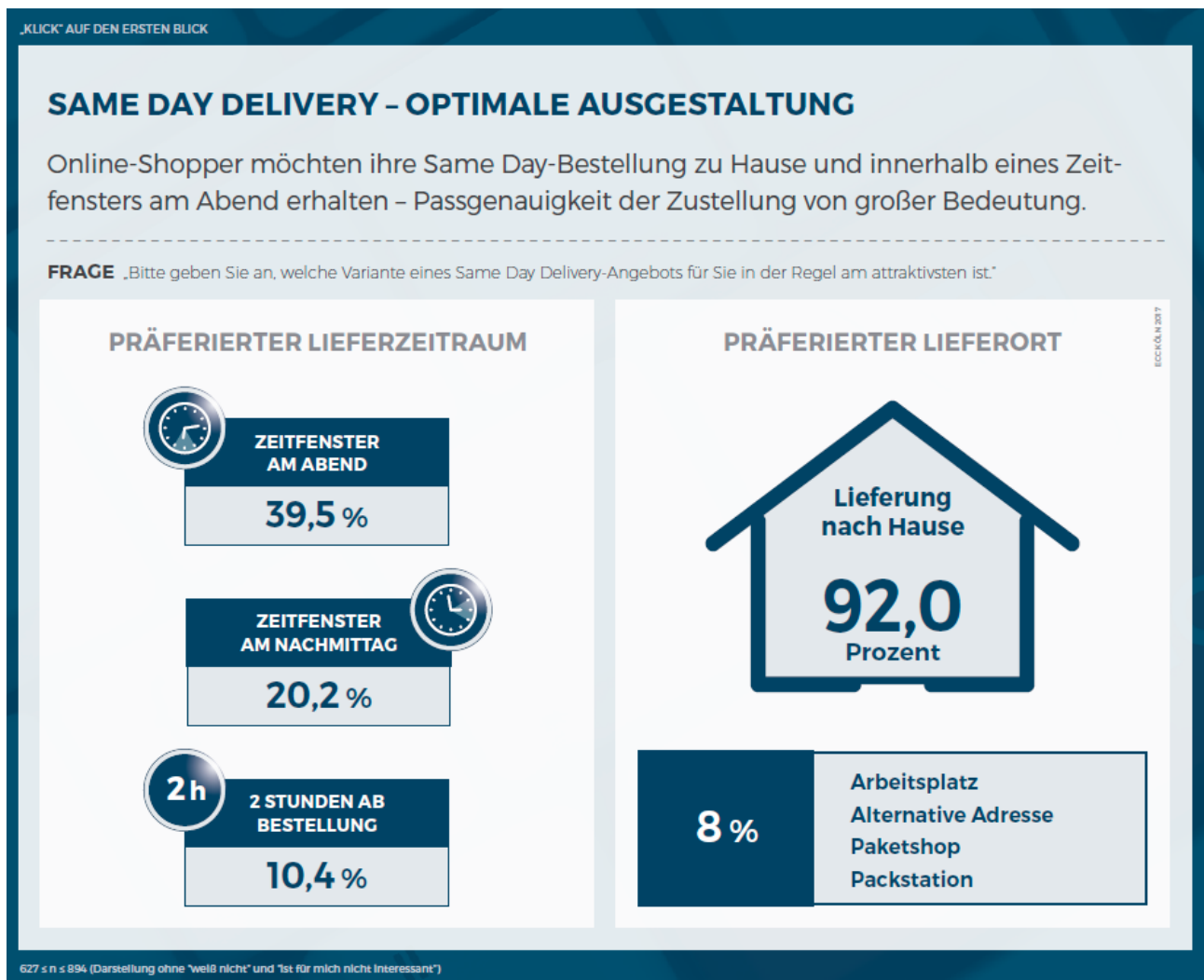
Nicht nur die taggleiche Lieferung, auch innovative Zustellkonzepte sind noch nicht weit verbreitet. Dennoch werden neue, auch abstrakt wirkende Zustelllösungen durchaus als nützlich bewertet. So geben Online-Shopper Paketkastenanlagen in Mehrfamilienhäusern im Schnitt einen Nützlichkeitswert von 56 von 100 möglichen Punkten – knapp 16 Prozent der Online-Shopper schreiben diesen Anlagen sogar 95 Punkte oder mehr zu und beschreiben sie damit als äußerst nützlich. Paketkästen für Einfamilienhäuser oder Pakettaschen für die Haustür erhalten in puncto Nützlichkeit durchschnittlich 54 bzw. 48 Punkte. Etwas verhaltener blicken

Online-Shopper noch auf Roboter, Drohne oder Kofferraumlieferung: Diese Optionen schätzen die Befragten aktuell mit einer Nützlichkeit zwischen 25 und 33 Punkten ein.

„Für Smart Consumer, die wir als Early Adopter sehen, sind innovative Lieferkonzepte überdurchschnittlich spannend. Welche Lösungen sich tatsächlich durchsetzen werden, bleibt abzuwarten. Ein wichtiger Knackpunkt ist die einfache Handhabung. Diese ist zwingend notwendig, damit die Zustellung für Online-Shopper auch wirklich schneller oder bequemer wird“, so Sabine Buschmann, Senior Projektmanagerin am ECC Köln.

Wörter der Meldung: 515

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.762



Über die Kurzstudie

Für die Kurzstudie „Klick auf den ersten Blick – Wie Onlinehändler Kunden richtig ansprechen und mit Versand- und Lieferservices für sich gewinnen“ hat das ECC Köln gemeinsam mit Hermes rund 1.000 Online-Shopper befragt. Im Fokus der Kurzstudie stehen folgende Fragestellungen:

- Wie und wo informieren sich Online-Shopper vor dem Kauf im Netz?
- Wie gelingt die Kundenansprache über Marktplätze und Social Media?
- Wie können Onlinehändler bei Versand und Lieferung punkten?
- Wie bewerten Online-Shopper innovative Zustellkonzepte?

Die Kurzstudie kann auf der Website von Hermes kostenfrei heruntergeladen werden:
<http://www.hermesworld.com/create-ecommerce>

Über das ECC Köln – Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Eingebunden in das renommierte IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Analysen und Beratung in puncto progressiver Strategie rund um Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Das ECC Köln entwickelt und erstellt individuelle Forschungsarbeiten und Studien zu weltweit wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie zum Beispiel Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, dem umfangreichen Experten-Know-how und der strategischen Beratung der ECC-Experten. Konzepte für E-Commerce-Kanalexzellenz und erfolgreiches Cross-Channel-Management gehören genauso zum Leistungsspektrum des ECC Köln wie die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen.

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 und Zwei-Mann-Handling. Im Geschäftsjahr 2016 erhöhte die Hermes Gruppe ihren Gesamtumsatz auf 2.640 Millionen Euro und beschäftigt aktuell 12.618 Mitarbeiter. Hermes ist weltweit aktiv und mit eigenen Gesellschaften in UK, Russland, Italien und Österreich vertreten. Weitere Informationen: newsroom.hermesworld.com.