

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 26. Februar 2014

Studie: Deutschland ist noch nicht bereit für Same-Day-Delivery und Versandkosten-Flatrates

Um herauszufinden, welchen Stellenwert der Versand beim Online-Shopping besitzt, wie kostensensibel Kunden bei Retouren reagieren und wie groß die Akzeptanz von neuen Services wie die taggleiche Lieferung ist, hat das Forschungsinstitut ibi research an der Universität im Projekt E-Commerce-Leitfaden in einer Befragung zum Thema „Erfolgsfaktor Versandabwicklung“ untersucht.

In Ländern wie den USA wird die taggleiche Lieferung bereits seit längerem von einigen Online-Händlern getestet. Immer wieder wird in diesem Zusammenhang diskutiert, ob die Kunden diesen Service in der Breite auch in Deutschland nutzen würden. Nach den vorliegenden Studienergebnissen scheint hierzulande die Zeit dafür noch nicht reif: Die Befragung zeigt, dass sich im deutschen Versandhandel Neuerungen wie Same-Day-Delivery oder Versandkosten-Flatrates noch nicht entscheidend durchgesetzt haben. 53 % der Befragten würden die taggleiche Zustellung nur dann nutzen, wenn für sie keine Kosten entstehen würden. Knapp 20 % haben aktuell überhaupt kein Interesse an einem solchen Service. Lediglich 27 % würden für den Same-Day-Delivery-Service einen Aufpreis bezahlen. Bei Lebensmitteln im Wert von 25 Euro liegt diese durchschnittliche Prämie bei 3,17 Euro, bei Notebooks im Wert von 800 Euro und TV-Geräte im Wert von 1.000 sind es durchschnittlich 12 bzw. 15 Euro.

„Dass über die Hälfte der Befragten einen Aufpreis für Same-Day-Delivery ablehnt, steht dem deutlichen Mehraufwand für diesen Service diametral gegenüber. Denn natürlich müssen die den Logistikern entstehenden, höheren Zustellkosten an die Versender bzw. deren Kunden weitergegeben werden. Wer neue und aufwändige Dienstleistungen wie die taggleiche Lieferung in Anspruch nehmen möchte, muss also auch bereit sein, dafür zu bezahlen“, so Frank Iden, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hermes Logistik Gruppe Deutschland. Hermes ist Mitglied im Projekt „E-Commerce-Leitfaden“.

Ähnlich wie beim Thema Same-Day-Delivery verhält es sich bei den Versandkosten-Flatrates, wie Amazon Prime: Mehr als zwei Drittel der Studienteilnehmer wünschen sich bei Online-Händlern keine jährlichen Pauschalgebühren für Portokosten. Für 14 % sind Versandkosten-Flatrates interessant, 18 % nutzen sie bereits. Bei Heavy Shoppers (Personen, die innerhalb von drei Monaten mindestens zehn Online-Käufe tätigen) ist der Anteil der Flatrate-Nutzer mit fast einem Drittel dagegen deutlich höher, weitere 9 % stehen einer Pauschalgebühr aufgeschlossen gegenüber.

„Wie sich die Nutzung von Services, wie Same-Day-Delivery oder Versandkosten-Flatrates in Deutschland zukünftig entwickeln wird, bleibt abzuwarten. Nichtsdestotrotz zeigen die Ergebnisse der Studie, dass die Versandabwicklung ein entscheidender Erfolgsfaktor für den Online-Handel ist“, kommentiert Dr. Georg Wittmann, Leiter des Studienprojekts bei ibi research, die Ergebnisse.

Die komplette Studie „Erfolgsfaktor Versandabwicklung“ wird am 26. Februar in München im Rahmen der E-Commerce-Messe Internet World 2014 veröffentlicht und steht im Anschluss kostenlos zum Download zur Verfügung:

www.ecommerce-leitfaden.de/versandabwicklung2014

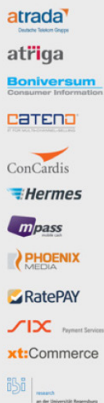
Die wichtigsten Informationen zur Umfrage auf einen Blick:

Titel:	Erfolgsfaktor Versandabwicklung – Die Bedeutung der Versandabwicklung im Online-Handel
Zielgruppe:	Endkunden
Erhebungszeitraum:	Oktober 2013 bis Januar 2014
URL:	www.ecommerce-leitfaden.de/versandabwicklung2014

Ausgewähltes Bildmaterial:



Partnerkonsortium



Erfolgsfaktor Versandabwicklung

Die Bedeutung der Versandabwicklung im Online-Handel

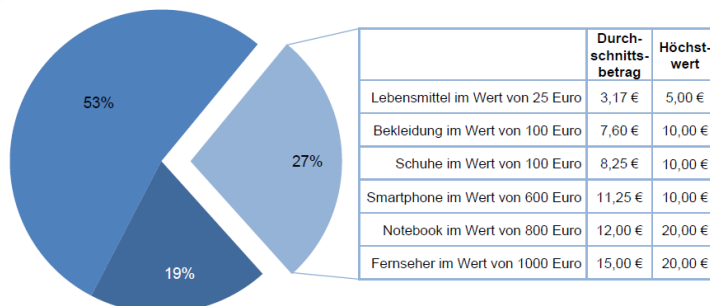
Aktuelle Ergebnisse zur Bedeutung der Versandabwicklung im E-Commerce aus Sicht der Endkunden – ein Teilprojekt des E-Commerce-Leitfadens

www.ecommerce-leitfaden.de

Mehr als die Hälfte würde die Same-Day-Delivery nur nutzen, wenn sie kostenlos ist

Wie viel Aufpreis ist Ihnen die Same-Day-Delivery, also die Zustellung am Bestelltag, wert? Bitte geben Sie einen Betrag in Abhängigkeit vom bestellten Produkt und dessen Wert ein.

Ich würde diesen Service nur nutzen, wenn er kostenlos ist.



Ich würde diesen Service grundsätzlich nicht nutzen, auch wenn er kostenlos ist.

136 < n < 497 (alle Befragten)

© ibi research 2014 | www.ecommerce-leitfaden.de | Seite 23

eCommerce
Leitfaden

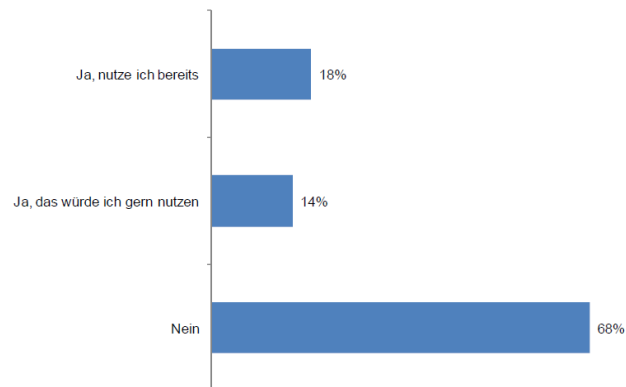
Partnerkonsortium

- atrada
- atfiga
- Boniversum
- CATENO
- ConCardis
- Hermes
- mipass
- PHOENIX
- RatePAY
- IX
- xt:Commerce

ibi research
an der Universität Regensburg

Zwei von drei Befragten wünschen sich keine Versandkosten-Flatrates

Wünschen Sie sich bei Online-Händlern Versandkosten-Flatrates auf Jahresbasis (wie beispielsweise Amazon Prime)?



n = 477 (alle Befragten)

© ibi research 2014 | www.ecommerce-leitfaden.de | Seite 30

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. Atrada, atriga, Boniversum, cateno, ConCardis, Hermes Logistik Gruppe Deutschland, PHOENIX MEDIA, mpass, RatePAY, Saferpay und xt:Commerce 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. Das Institut forscht und berät zu Fragestellungen rund um das Thema "Finanzdienstleistungen in der Informationsgesellschaft". ibi research arbeitet auf den Themenfeldern E-Business, IT-Governance, Internet-Vertrieb und Geschäftsprozessmanagement. 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).

ibi research ist Träger des eBusiness-Lotsen Ostbayern als Teil der Förderinitiative „eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen“, die im Rahmen des Förderschwerpunkts „Mittelstand-Digital – IKT-Anwendungen in der Wirtschaft“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) gefördert wird und informiert zu den Themen E-Commerce und E-Finance.

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:

Carolin Nafz

E-Commerce-Leitfaden

c/o ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901 / Telefax: 0941 943-1888

E-Mail: team@ecommerce-leitfaden.de

Internet: www.ecommerce-leitfaden.de