

E-Commerce- Lieferkompass

Die neuesten Erkenntnisse, um die E-Commerce-Logistik
im Jahr 2023 zu deinem Wettbewerbsvorteil zu machen.

 sendcloud



Einleitung des Gründers

Die letzten drei Jahre im E-Commerce waren eine Achterbahnfahrt. Wir hatten Drehungen, Wendungen und Loopings über Loopings zu jedem möglichen Zeitpunkt. Es war wild, und in 2023 wird es nicht weniger.

Aber es ist nicht alles schlecht und düster. Der E-Commerce ist in den letzten 10 Jahren um 10–15 % pro Jahr gewachsen. Dabei steigt auch der Anteil der E-Commerce-Ausgaben im Einzelhandel weiter. Und während der Pandemie hat eine völlig neue Zielgruppe zum ersten Mal online bestellt und ist dabei geblieben.

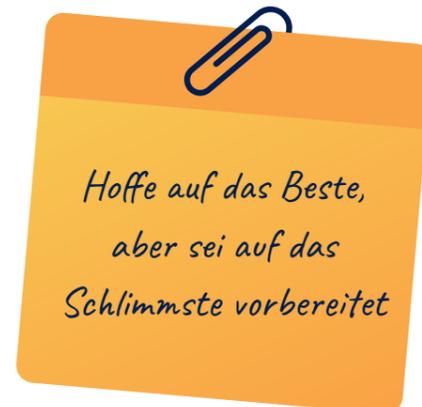
Dennoch fürchten viele eine Rezession im Jahr 2023. Wir bei Sendcloud verstehen diese Ängste vollkommen. Aber diese Gedanken sind nicht zukunftssicher.

Obwohl wir den Ratschlag auf dem Notizzettel schätzen, bevorzugen wir:

Höre niemals auf, dich vorzubereiten!

Bereite dich nicht aus Angst vor dem Schlimmsten vor (z. B. vor einer Rezession), sondern mache die Vorbereitung zu einer positiven Notwendigkeit in deinem Unternehmen. Dann musst du nicht einmal über das Schlimmste nachdenken.

Die E-Commerce-Landschaft ist fließend und kann unbeständig sein. Wir empfehlen daher, immer auf dem Laufenden zu bleiben und sich an der wichtigsten Quelle zu orientieren: deiner Kundschaft.



Dies ist das dritte Jahr in Folge, in dem wir diese Studie durchführen und wir sind sicher, dass sie jedes Jahr besser wird. Wir interpretieren unsere Erkenntnisse über die Versanderwartungen der europäischen und, neu im diesjährigen Bericht, der US-amerikanischen Kundschaft.

Wir verraten dir die Geheimnisse der E-Commerce-Logistik vom Checkout bis zur Retoure. Du erhältst Tipps, die deine Versandstrategie in 2023 bereichern werden. Zudem zeigen wir dir die bemerkenswerten Unterschiede zwischen den Wünschen und Bedürfnissen der Verbrauchenden von 2021 bis 2023.

Wir wünschen dir viel Spaß mit dem Bericht!

Rob van den Heuvel

CEO von Sendcloud

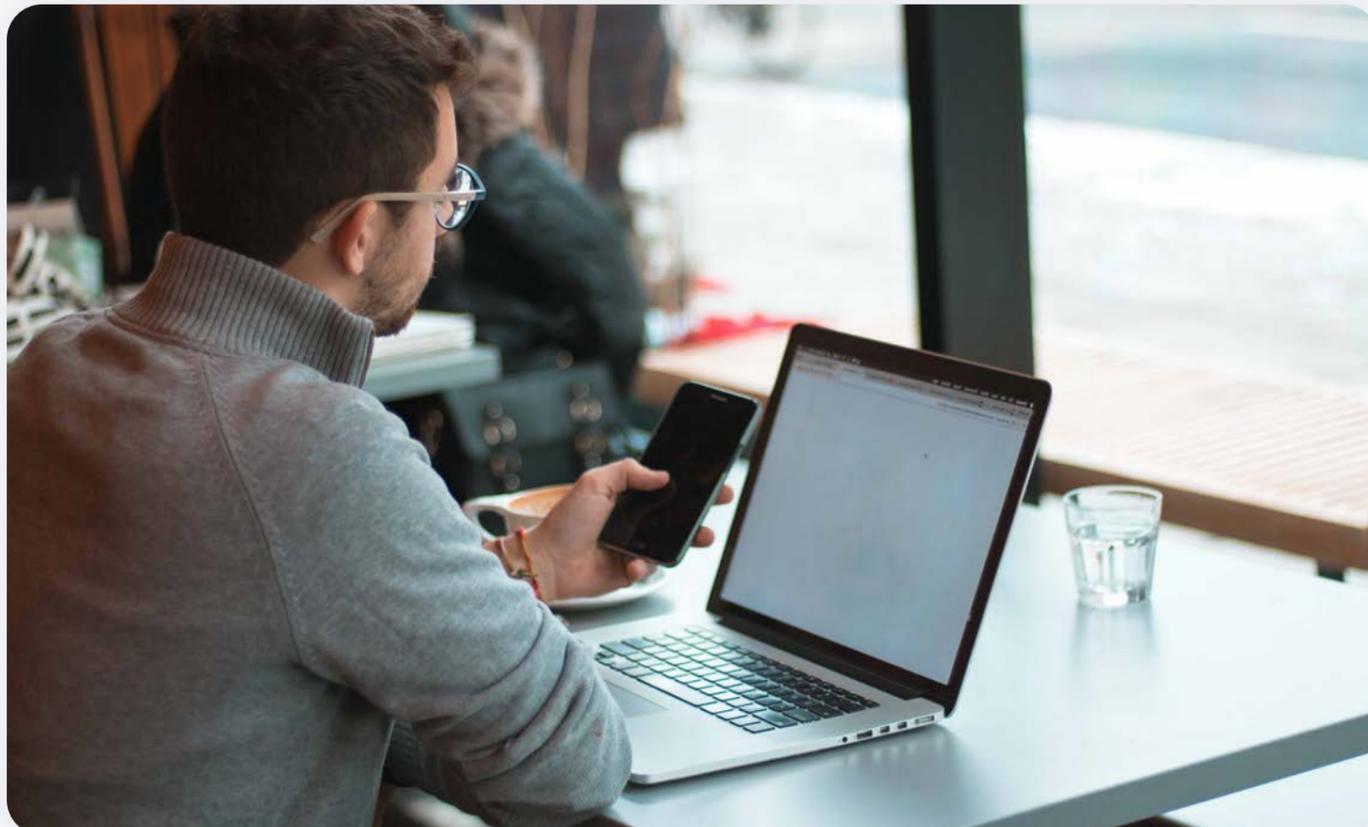
Untersuchungsdesign

Dieser Bericht ist das Ergebnis einer europäischen und US-amerikanischen Studie, die von Sendcloud in Zusammenarbeit mit Nielsen im Herbst 2022 durchgeführt wurde. Insgesamt haben 9004 Verbraucher und Verbraucherinnen daran teilgenommen.

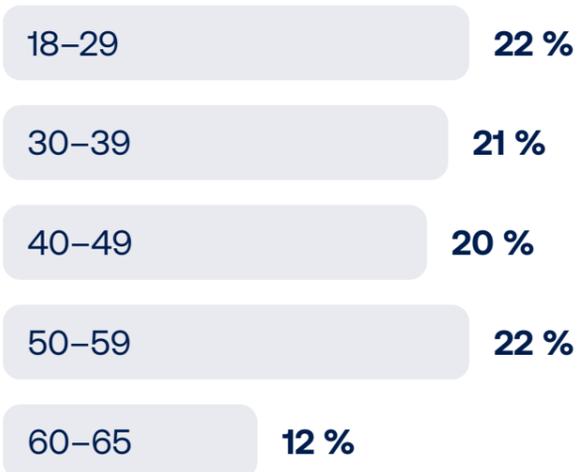
Alle Befragten haben in den letzten drei Monaten min. ein Produkt online bestellt. Der Kauf von Dienstleistungen wie Eintrittskarten, digitalen Downloads und Reisen wurde von der Untersuchung ausgeschlossen.

Die Daten wurden mittels einer 15-minütigen Online-Umfrage erhoben, diese enthielt 42 Fragen und Aussagen.

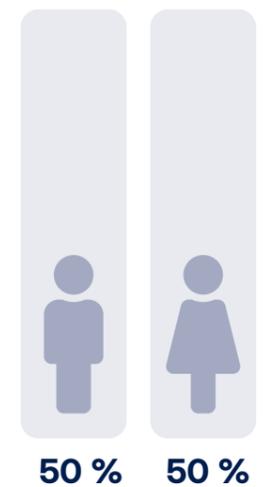
Stichprobengrößen



Alter



Geschlecht ¹



Inhalt

Einleitung

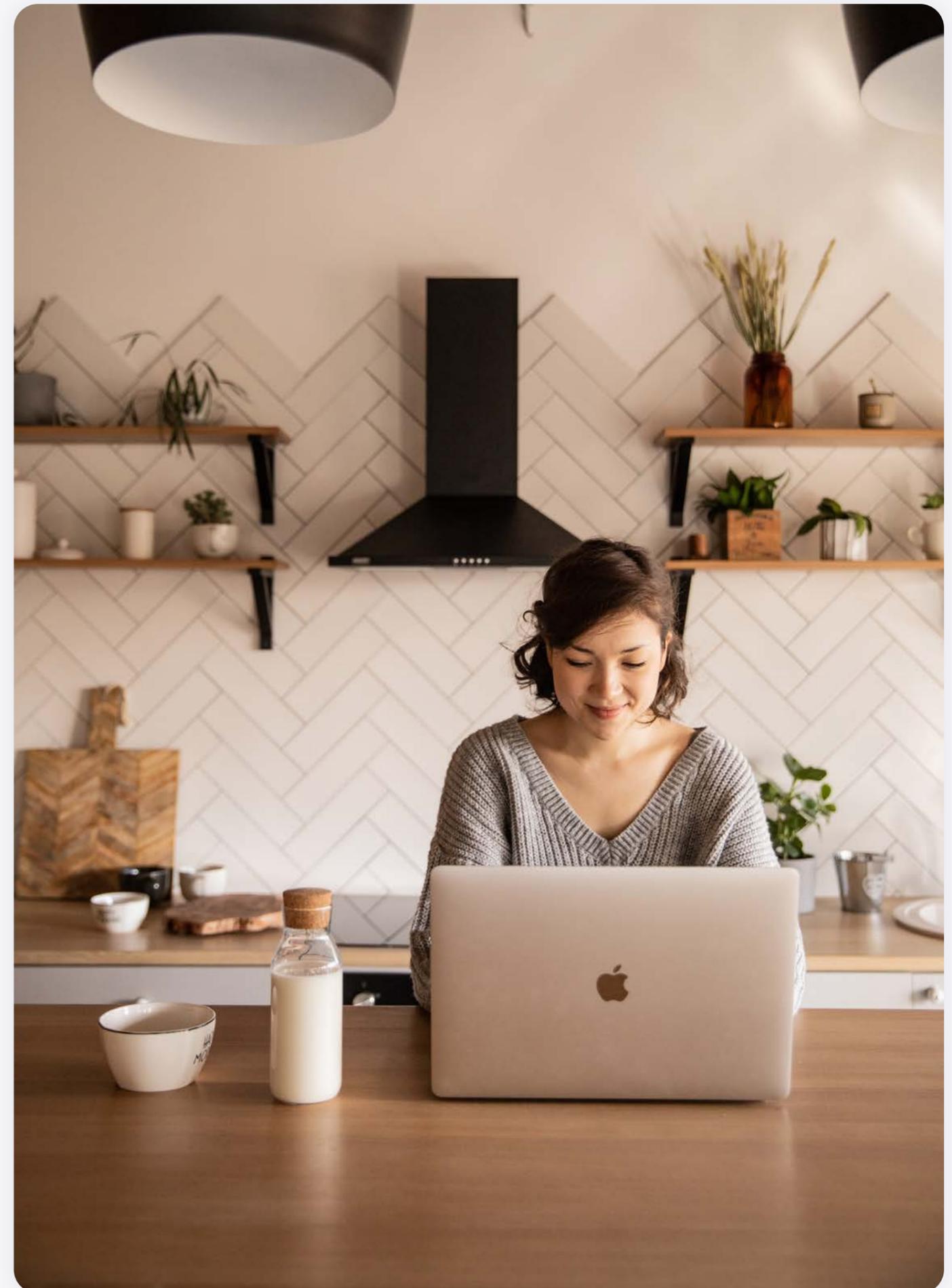
Einleitung des Gründers	2
Untersuchungsdesign	3
Inhalt	4

Ergebnisse

Einkaufsverhalten	5
Checkout-Abbruch	8
Versand und Lieferung	11
Sendungsverfolgung	18
Retouren	21
Die Zukunft des E-Commerce	26

Schlussfolgerungen

Die wichtigsten Erkenntnisse für 2023	32
Über diese Studie	35
Verwandle Einblicke in Taten	36



Einkaufsverhalten

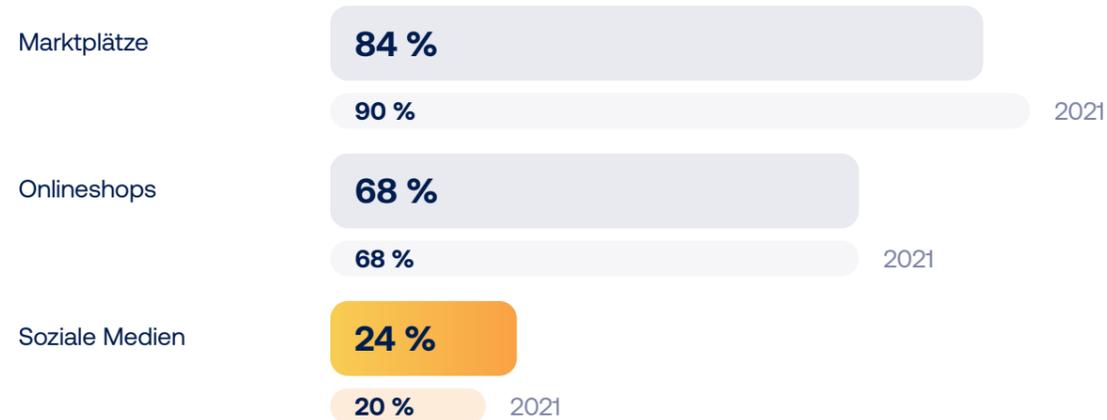
Wo kaufen Verbrauchende ihre Produkte online? Wie oft kaufen sie online? Und wie viel geben sie aus? Hier findest du einen Überblick über deine potenzielle Kundschaft.



Social Commerce ist im Kommen

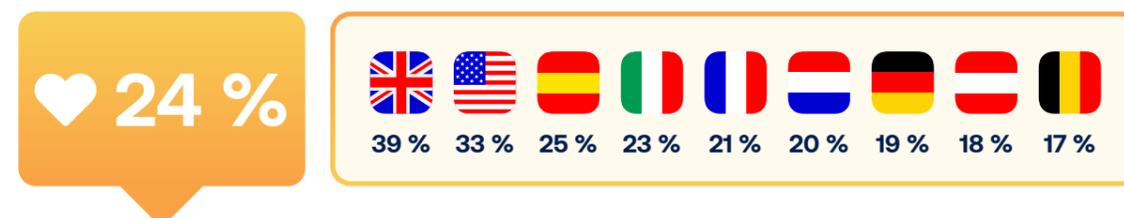
Wo bestellst du Produkte online?

Mehrfachnennung möglich



Der spürbare Anstieg der Käufe in den sozialen Medien ist keine Überraschung. Meta hat sich in den letzten Jahren auf die Entwicklung von Facebook- und Instagram-Shopping konzentriert und sieht nun endlich erste Belohnungen. Ein Lob auch an TikTok und Pinterest, die beide über eigene Shopsysteme verfügen.

„Ich bestelle regelmäßig Produkte über soziale Medien.“

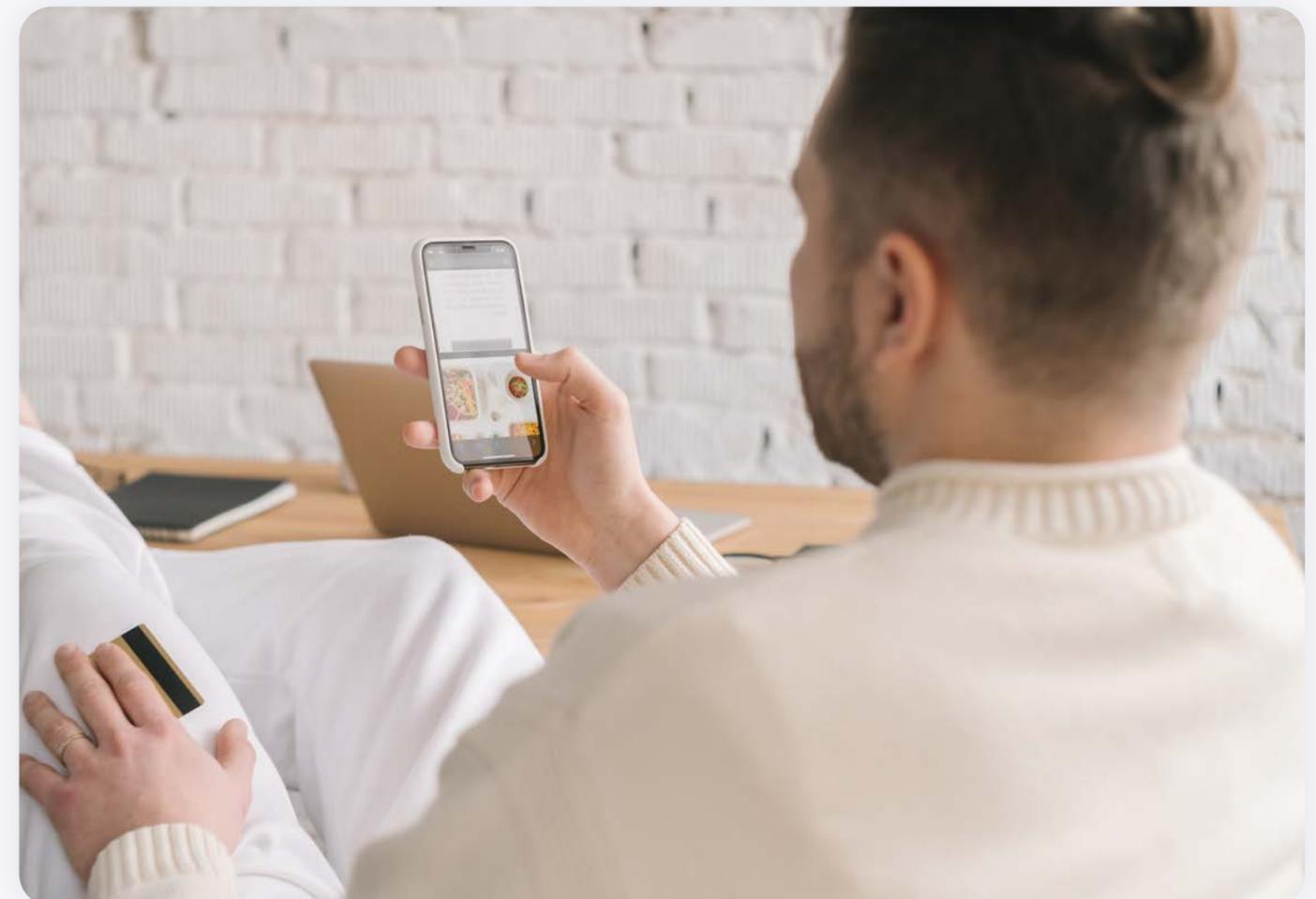


Die sozialen Medien gewinnen bei der Online-Bestellung von Produkten deutlich an Boden. Insbesondere in Großbritannien und in den USA, wo E-Commerce im Vergleich mit den anderen Ländern unserer Studie einen Schritt voraus ist.

Experteneinblick

„ Der Live-Verkauf ist ein starkes Tool, das durch die sozialen Medien noch verstärkt wird. Du kannst an dein Publikum senden, um Kaufentscheidungen zu beschleunigen, die Kundenbindung zu steigern und das Produkterlebnis mit Echtzeit-Demos zu verbessern.“

Steve Hutt
eCommerce Fastlane



Das heutige Kaufverhalten

Der oder die durchschnittliche Verbrauchende kauft Produkte auf Amazon, und zwar 1–2 mal pro Monat. Dabei werden jedes mal rund 136,20 € ausgegeben.

Wie oft im Monat bestellst du Produkte?



Interessant ist, dass die durchschnittlichen Bestellungen pro Monat zwischen den verschiedenen Generationen variieren. So bestellen Millennials mit 2,1 Mal pro Monat am häufigsten online. Boomer hingegen mit 1,5 Mal pro Monat am seltensten.

Wie hoch ist der durchschnittliche Betrag deiner letzten Bestellung?



Auch hier gibt es einen großen Unterschied zwischen den Generationen. Millennials geben mit sage und schreibe 175 € am meisten aus und Boomer mit 93 € am wenigsten.

Wusstest du, dass 59 % der Deutschen auf Amazon einkaufen?

Sieh dir unten den Rest von Europa an.



Der Umsatz von Amazon lag 2021 bei 469,8 Mrd. USD. Das kleine niederländische Unternehmen Bol werden sie jedoch nicht los. Im Vergleich dazu lag Bols Umsatz im Jahr 2021 bei winzigen 5,5 Mrd. €.

Experteneinblick

„Einen Trend, den ich seit einiger Zeit beobachte (und der sich m. E. auch 2023 fortsetzen wird), ist, dass Verkäufer versuchen, ihre Abhängigkeit von Amazon zu verringern. Die Diversifizierung des Marktplatzes und damit der Umsatzströme wird das Schlüsselement für den Erfolg von Amazon-Verkäufern im Jahr 2023 sein.“

Jordi Ordóñez

JordiOb

Checkout- Abbruch

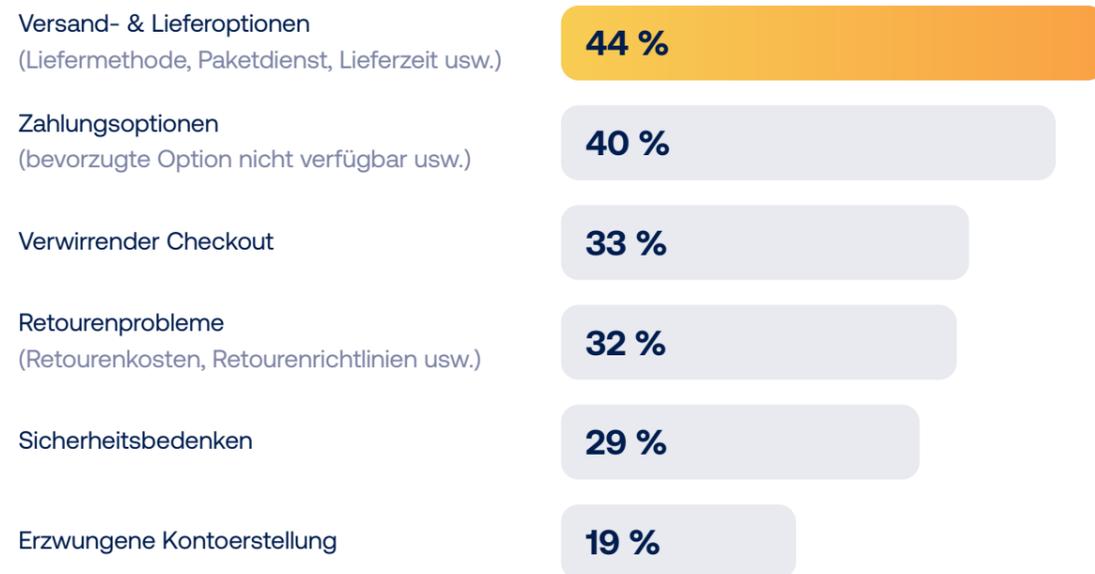
Wenn du einen konversionstarken Checkout-Prozess entwickeln möchtest (und wer will das nicht?), musst du die Gründe kennen, warum deine Kundschaft die Warenkörbe verlässt.



Hauptgründe für den Checkout-Abbruch

Was sind die Hauptgründe, warum du eine Online-Bestellung auf halbem Weg abbrichst?

Mehrfachnennung möglich

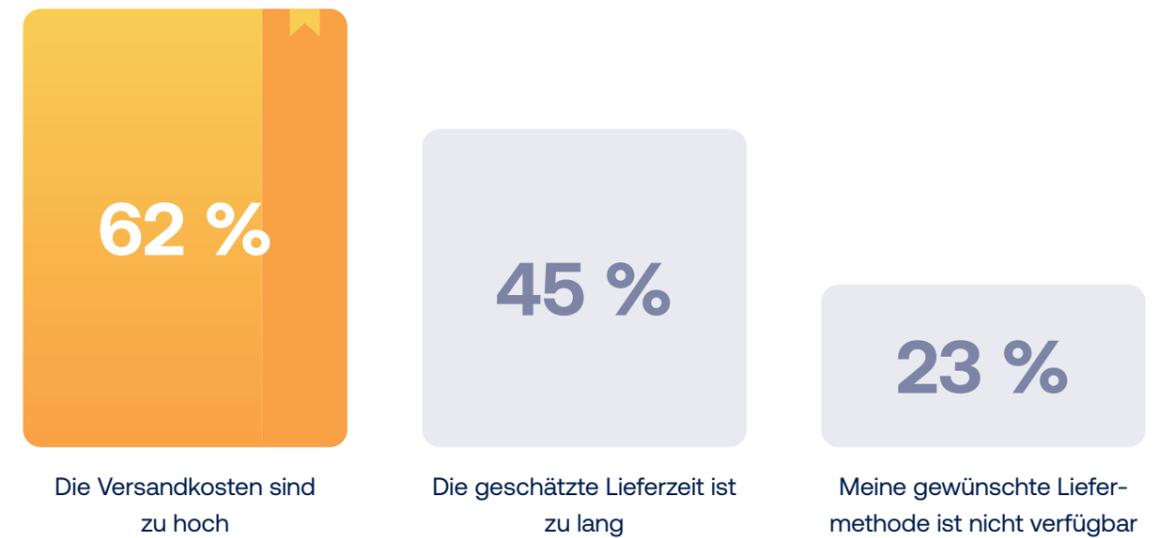


Da es das Hauptproblem für deine potenzielle Kundschaft ist, lass uns die Versand- & Lieferoptionen näher betrachten.

Verwirrende Checkouts sind im Jahr 2023 so leicht zu vermeiden. Wusstest du, dass ein dynamischer Checkout hilft, die Konversion zu erhöhen und gleichzeitig Prozesse zu automatisieren? Mach es einfach, mach es benutzerfreundlich, mach es **Sendcloud** 🙄



Die 3 wichtigsten Gründe für den Checkout-Abbruch



Experteneinblick

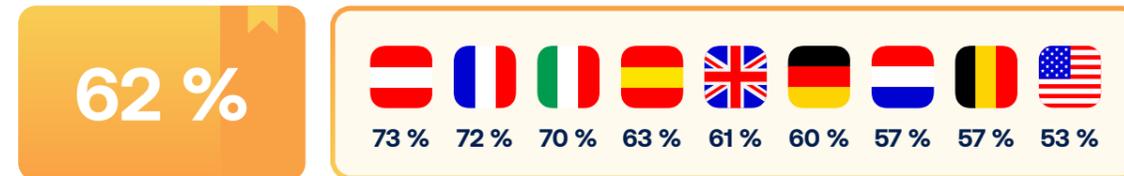
„ Der beste Weg, um die Gründe zu bekämpfen, die deine Kundschaft zum Verlassen des Warenkorbts veranlassen, ist die Einführung einer Strategie mit mehreren Paketdiensten. Warum sich mit einem Paketdienst zufrieden geben, wenn du mit allen versenden kannst? “

Rob van den Heuvel
Sendcloud



Lass uns diese Gründe ein wenig näher beleuchten. Die größte Sorge deiner Kundschaft ist, dass die Versandkosten zu hoch sind. Wie wichtig ist dies auf Länderebene?

„Die Versandkosten sind zu hoch.“



Der zweitwichtigste Grund, warum deine Kundschaft ihren Checkout abbricht, ist eine zu lange Lieferzeit. Schauen wir uns diesen Grund genauer an. Welche interessanten Einblicke gibt es, wenn wir ihn nach Ländern und Jahren aufschlüsseln?

„Die geschätzte Lieferzeit ist zu lang.“



Unterschiede zum Vorjahr:



Das Fehlen der bevorzugten Liefermethode ist ein weiterer wichtiger Grund, warum der Checkout abgebrochen wird. Deine Kundschaft schätzt Optionen in Bezug auf Paketdienste, Preise, Zeitfenster, Tracking-Optionen und mehr.

„Meine gewünschte Liefermethode wird nicht angeboten.“



Die von dir angebotenen Lieferoptionen sind für deine Kundschaft wichtig. Wenn du die Abbruchquote beim Checkout senken willst, musst du sicherstellen, dass du so viele Optionen wie möglich anbietest.

Expertinneneinblick

„ Seitdem wir mit mehreren Paketdiensten über Sendcloud versenden, ist die Konversionsrate unserer Website um 2 % gestiegen.“

Leandry Ramirez
My Cojones



Versand und Lieferung

Der Versand ist eine der größten Herausforderungen für Online-Shops. Wie kannst du die Erwartungen deiner Kundschaft erfüllen? Wie viel sind sie bereit zu zahlen und welche Versandoptionen und Paketdienste bevorzugen sie?



Lass uns über Geld sprechen

Wie hoch ist der maximale Versandbetrag, den du bereit bist, für eine Bestellung mit einem Wert von 15, 50 oder 150 € zu zahlen?



Es gibt viele Gründe, warum dies der Fall sein könnte, z. B. weil Premium-Lieferoptionen meist zuverlässiger und sicherer sind. Es könnte aber auch daran liegen, dass es klasse ist, wenn ein wirklich teurer Artikel, ASAP zu Hause ankommt. Schnellere Lieferung ist dabei oft mit einem höheren Preis verbunden.

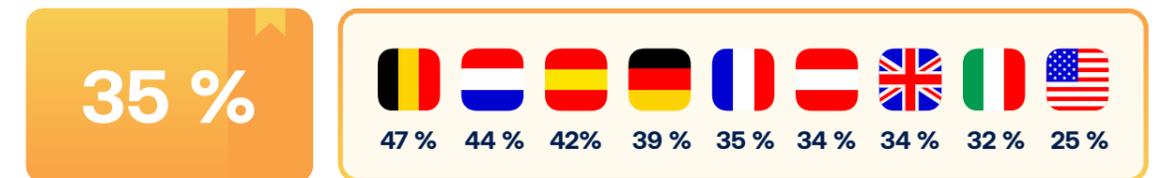
Prozentsatz der Personen, die auf die vorherige Frage mit 0,00 € geantwortet haben



Interessant ist, dass die Verbrauchenden bereit sind, für hochwertige Bestellungen mehr zu bezahlen. Gleichzeitig erwartet eine höhere Prozentzahl bei hochwertigen Bestellungen eine kostenlose Lieferung als bei günstigeren Bestellungen.

Der ‚je mehr, desto weniger‘-Trend sieht beim kostenlosen Versand keine Grenzen.

„Ich erwarte kostenlosen Versand bei einer Bestellung von 150 €.“

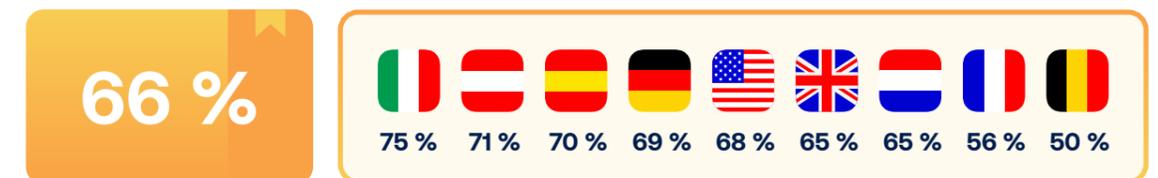


Vergleiche deine Versandpreise und -optionen mit denen deiner Konkurrenz, um zu sehen, wie du dein Unternehmen attraktiver machen kannst.



Aufgrund der hohen Inflation nach der Pandemie erwartet die Mehrheit, dass die Versandkosten im Jahr 2023 steigen werden.

„Ich erwarte, dass die Versandkosten im Jahr 2023 steigen werden.“



Timing ist alles

Wie du auf Seite 9 erfahren hast, ist der zweithäufigste Grund für einen Checkout-Abbruch, dass die Lieferzeit zu lang ist. Aber was bedeutet ‚zu lang‘ eigentlich?

Vergiss das nicht! Fast **die Hälfte der Online-Kaufenden** bricht den Einkauf ab, wenn die angegebene Lieferzeit zu lang ist.



Welche Lieferzeit erwartest du für deine Bestellung?



Wenn du in mehrere Länder versendest, kann die Berücksichtigung der erwarteten Lieferzeit den Unterschied zwischen zufriedener und unzufriedener Kundschaft ausmachen.

Wie viele Tage bist du maximal bereit, auf die Lieferung deiner Bestellung zu warten?



Es geht nicht nur darum, wie viele Tage es dauert, bis eine Bestellung geliefert wird, sondern auch zu welchem Tageszeitpunkt sie ankommt.

Bevorzugte Lieferzeit nach Land

Tranquilo tranquilo!



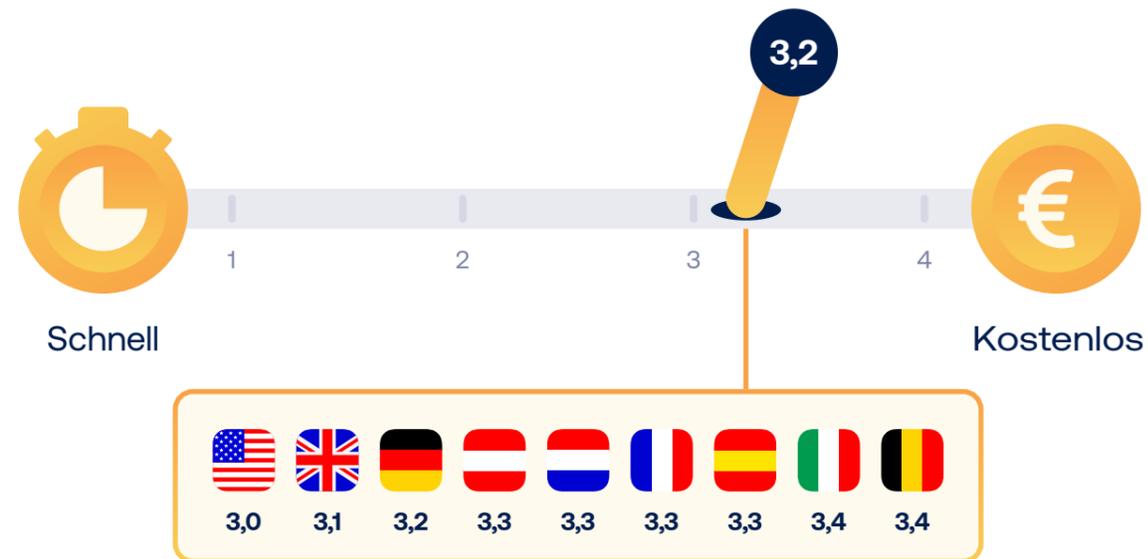
Interessanterweise haben alle Länder außer Spanien ein bevorzugtes Zeitfenster von zwei Stunden. Es ist also wahr: Du kannst dich immer darauf verlassen, dass Spanien das ruhigste (tranquilo) Land ist!

Kombiniere verschiedene Paketdienste, um sowohl günstige als auch schnelle Zustelloptionen anzubieten.



Es ist nicht sonderlich überraschend, aber die Kundschaft bevorzugt kostenlose über schnelle Lieferung.

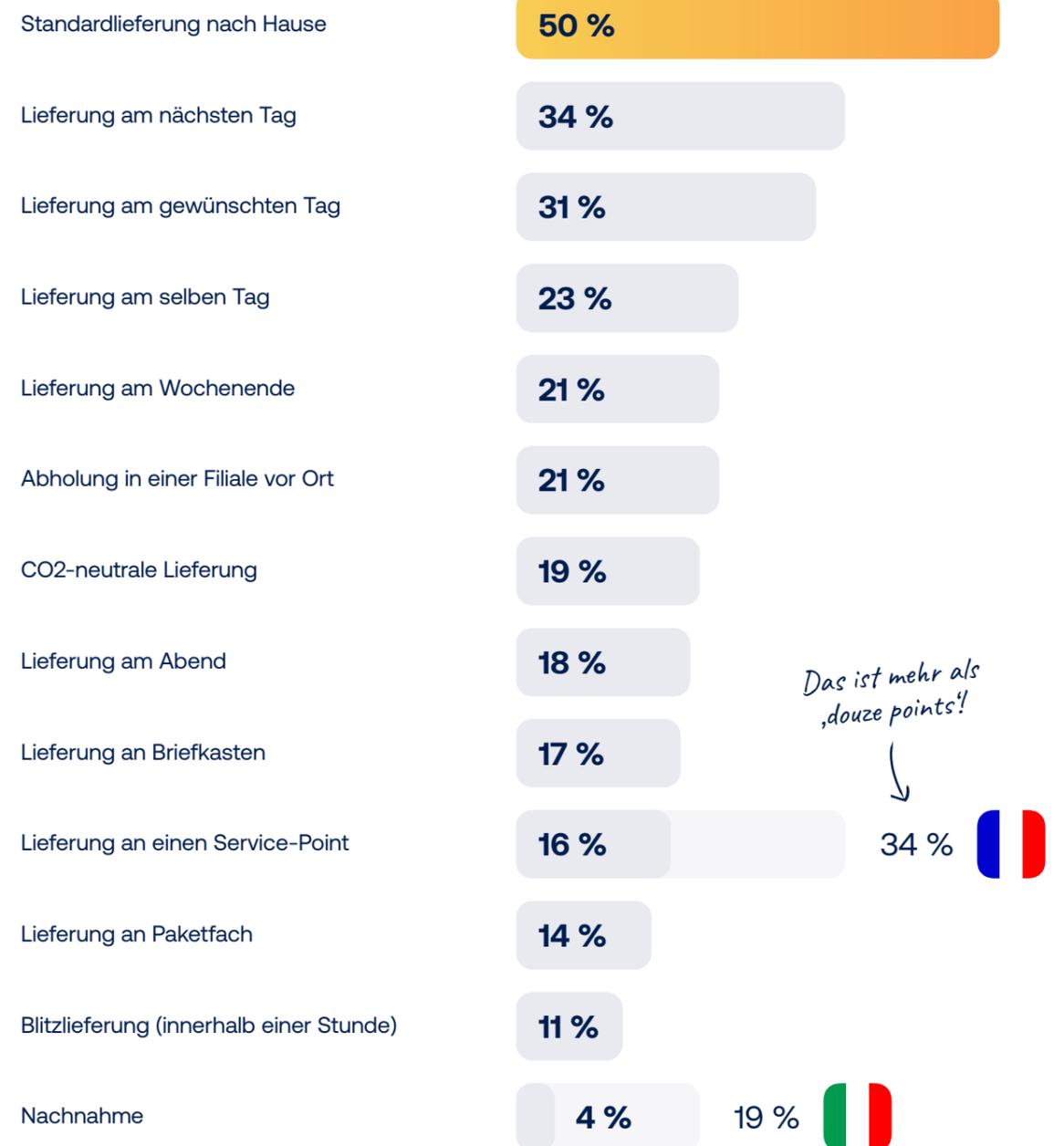
Bevorzugung von schnellem vs. kostenlosem Versand



Unendliche Versandoptionen

Was ist deine bevorzugte Versandoption?

Mehrfachnennung möglich



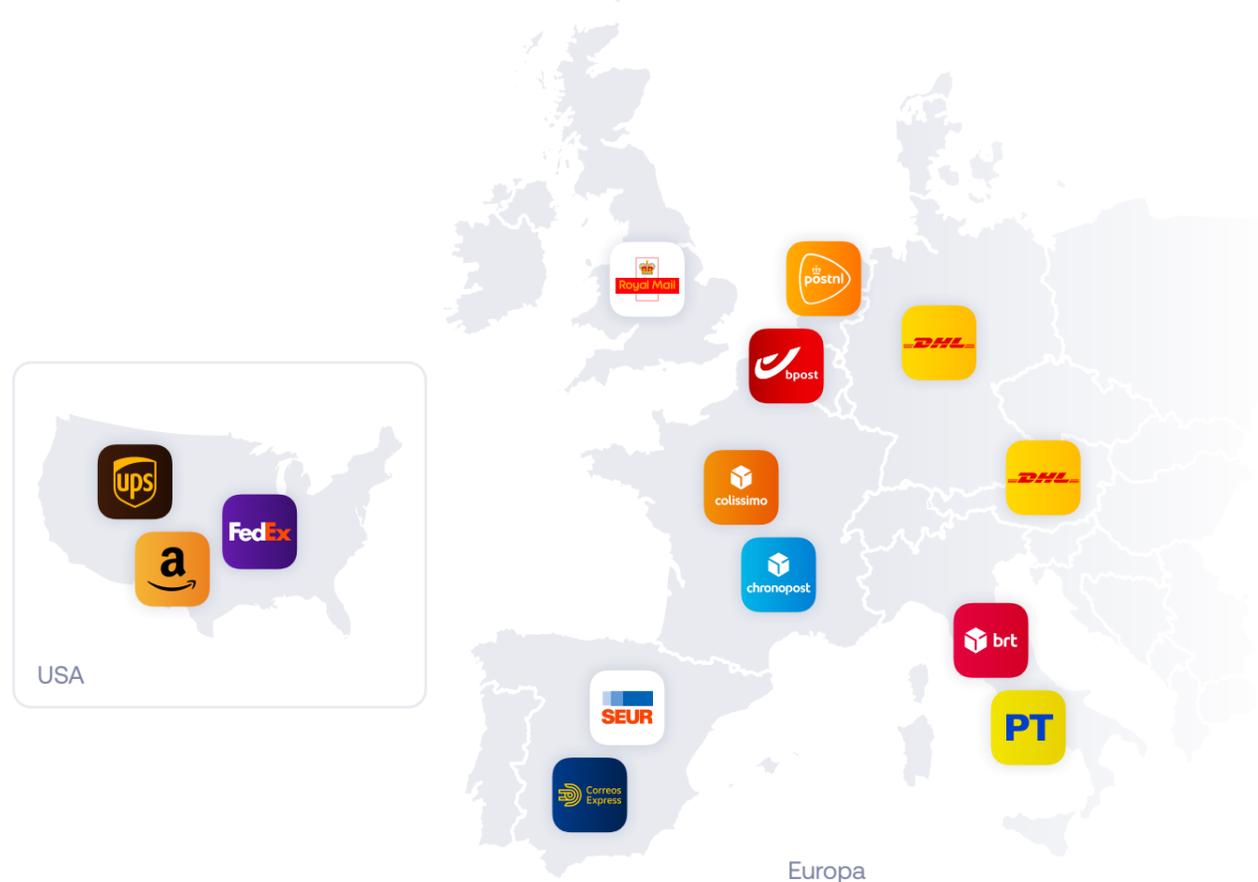
Experteneinblick

„ Die beste Möglichkeit, eine große Auswahl an Versandoptionen anzubieten, ist der Versand mit mehreren Paketdiensten. Und das geht am besten, wenn du deine Versandaktivitäten zentralisiert. Ansonsten musst du dich mit unzähligen Lösungen der verschiedenen Paketdienste vertraut machen.

Rob van den Heuvel
Sendcloud

Bevorzugte Paketdienste

Die meisten haben bei den Paketdiensten keine große Präferenz. Häufig werden jedoch die eigenen nationalen Unternehmen bevorzugt.



Dennoch solltest du immer mehrere Paketdienste anbieten. Die meisten der oben genannten bevorzugten Paketdienste sind teurer. So sehr die Verbrauchenden erstklassigen Versand lieben, so sehr lieben sie es auch Geld zu sparen. Vergiss das nicht.

Nun kennen wir die bevorzugten Paketdienste, aber was sind die Gründe für ihre Beliebtheit? Die Antworten könnten dich überraschen ...

Warum würdest du einen bestimmten Paketdienst wählen?





Die Lieferung des Paketdienstes, ist der letzte Berührungspunkt bei jeder Bestellung. Obwohl der Preis wichtig ist, hat sich deine Kundschaft zu diesem Zeitpunkt bereits auf das Produkt festgelegt. Daher schätzen sie die servicebezogenen Leistungen eines Paketdienstes mehr.

Meist geschätzte servicebezogene Leistungen pro Paketdienst



Belgien
Sendungsverfolgung



Deutschland & Österreich
Pünktliche Zustellung



Italien
Pünktliche Zustellung



United States
Sendungsverfolgung



France
Sendungsverfolgung



The Netherlands
Sendungsverfolgung

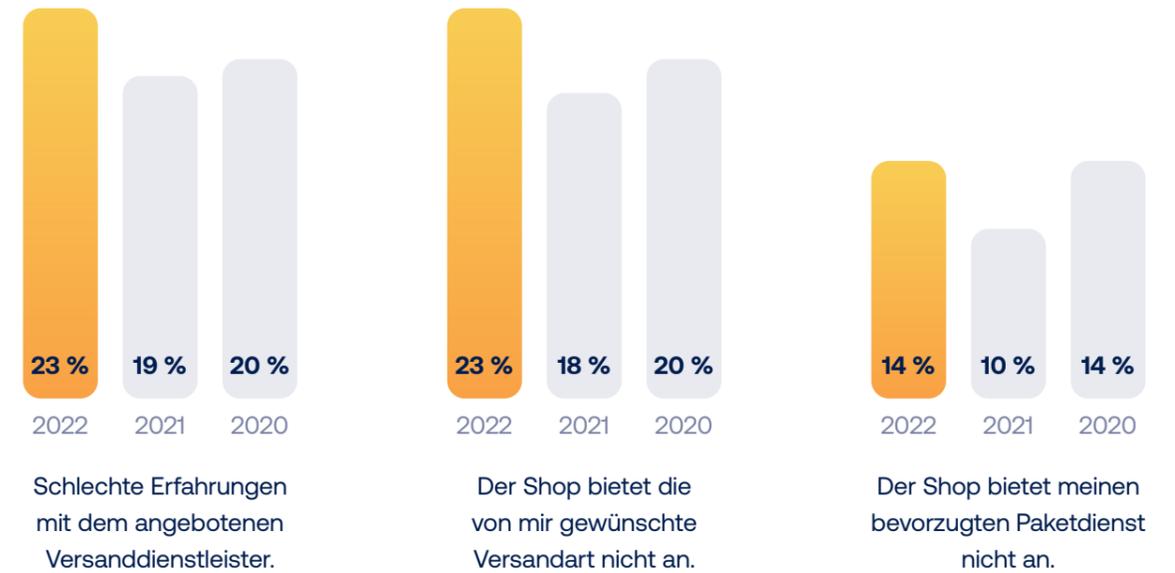


Spanien
Schnellere Lieferung



Das Vereinigte Königreich
Sendungsverfolgung

Gründe für den Checkout-Abbruch bzgl. des Paketdienstes



Die Zahl der Checkout-Abbrüche, aufgrund der fehlenden Auswahl des bevorzugten Paketdienstes, ist von Jahr zu Jahr ungefähr gleich geblieben.

Da jedoch der Prozentsatz für schlechte Erfahrungen mit einem Paketdienst und Mangel an Versandarten jedes Jahr zunimmt, werden sich die von deiner Kundschaft bevorzugten Paketdienste wahrscheinlich ändern.

Sendclouds Tipp: Behalte die Bewertungen deiner ausgewählten Paketdienste und den angebotenen Versandoptionen im Auge.



Achte auch darauf, dass die Kundschaft ihre bevorzugte Versandmethode wählen möchte. Auf Seite 14 findest du eine Liste aller Versandoptionen und deren Beliebtheit.



Experteneinblick

„ Nach Jahren des boomenden E-Commerce sind wir in unsicheren Zeiten angekommen: Aufgrund historisch hoher Inflation und steigender (Energie-)Kosten wird weniger und bewusster gekauft – sowohl offline als auch online.

Um die Konversionsraten zu steigern, können Onlineshops das enorme Potenzial des internationalen Verkaufs nutzen. Schon jetzt wird jeder siebte Einkauf im Ausland getätigt.

Der Schlüssel zu mehr internationalen Bestellungen liegt in der Bequemlichkeit für die Empfänger – denke an einfache Retouren und den Zugriff auf die Bestellung, zum Beispiel durch klare Benachrichtigungen.

Michel Clausing

Chief Commercial Officer
DHL Parcel



Sendungs- verfolgung

Wie wichtig ist die Sendungsverfolgung? Und worauf legt deine Kundschaft am meisten Wert, wenn sie über den Status ihrer Bestellung informiert wird?



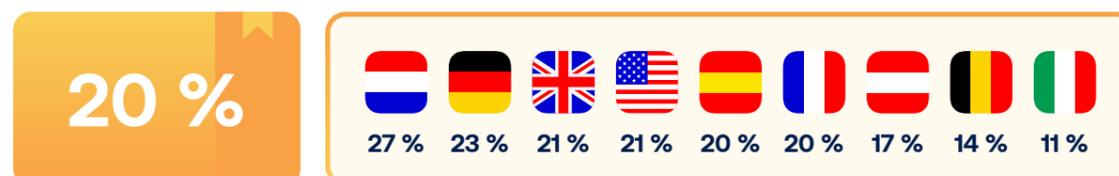
Sendungsverfolgung ist mehr mehr als nur ein Status-Update

„Mein zuletzt erhaltenes Paket wurde mir nicht zum vorgesehenen Termin zugestellt.“



Darüber hinaus:

„Für mein zuletzt erhaltenes Paket habe ich nach Erhalt der ersten Benachrichtigung zur Sendungsverfolgung die Zustellzeit und/oder den Zustellort geändert.“



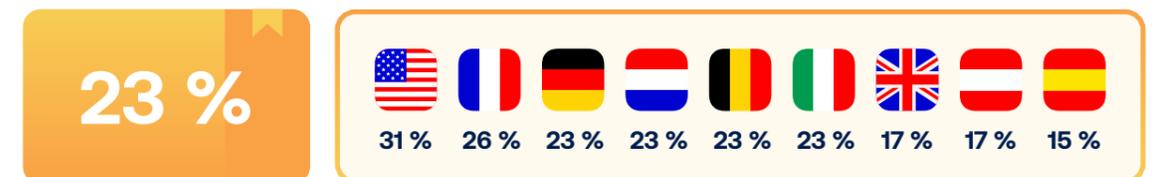
Das mag zwar nicht viel klingen, bedeutet aber, dass die Sendungsverfolgung in der heutigen Versandlandschaft immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Es werden mehr Pakete versandt und es gibt mehr Versandoptionen. Die Verbrauchenden wollen in jeder Phase des Versandprozesses wissen, wo sich ihr Paket befindet. Wenn du sie nicht auf dem Laufenden hältst, wird dein Support-Team viele Fragen erhalten.



Und falls dich das noch nicht überzeugt hat:

„Ich würde nicht noch einmal bei einem Online-Shop bestellen, wenn die Sendungsverfolgung nicht verfügbar wäre.“



Hast du viele Retouren aufgrund von fehlgeschlagenen Zustellversuchen? Probiere es mit Mitteilungen per SMS. Denn mit einem Telefon in der Tasche ist es wahrscheinlicher, dass die Verbrauchenden die aktualisierte Sendungsverfolgung sofort lesen und zu Hause bleiben, um das Paket anzunehmen. Zwar ist die SMS nicht kostenlos, aber die Kosten sind im Vergleich zu einem zurückgeschickten Paket viel geringer.

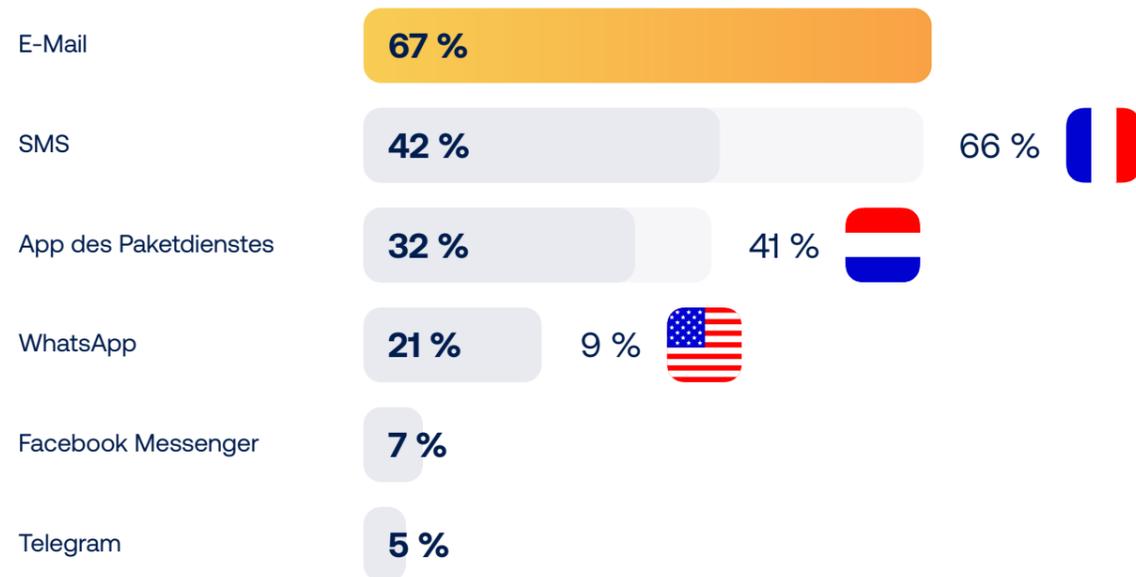


Die richtige Botschaft über den richtigen Kanal

Alle paar Jahre gibt es eine neue Möglichkeit, mit deiner Kundschaft zu kommunizieren. Wer erinnert sich noch an die Zeit, als es WhatsApp noch nicht gab? Wirklich interessant ist jedoch, dass E-Mail nach wie vor der bevorzugte Kanal ist und SMS beliebter wird.

Wie möchtest du über deine Bestellung informiert werden?

Mehrfachnennung möglich



Obwohl WhatsApp die beliebteste Messaging-App in den USA ist, haben sich viele Menschen aufgrund ihrer Vorliebe für Telefonverträge mit kostenlosen SMS und das iPhone mit iMessage noch nicht vollständig auf WhatsApp eingelassen.



Experteneinblick

„ Mit Sendcloud können wir unsere Kundschaft immer über den Versandstatus ihres Pakets informieren: ob es zu ihnen nach Hause oder in die Filiale geliefert wird.

Adrie
Shoebby



Retouren

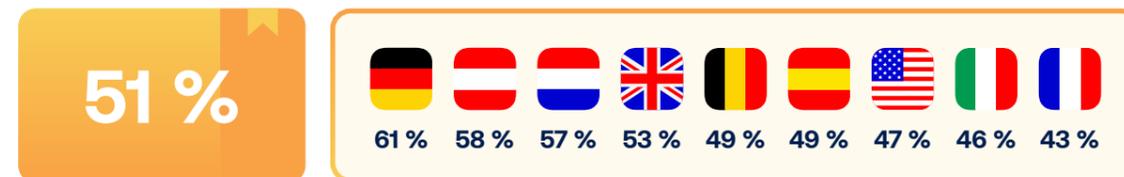
Retouren sind eines der größten Probleme im E-Commerce. Obwohl kostenlose Retouren lange Zeit die Norm waren, ändern sich die Spielregeln. Wie kannst du sicherstellen, dass sich deine Retourenpolitik auszahlt?



Retouren 101 – Die Grundlagen

Die schlechte Nachricht zuerst: Retouren sind hier, um zu bleiben.

„Ich gebe ein Produkt immer zurück, wenn ich nicht zufrieden bin.“



Weitere 31 % würden die Bestellung manchmal zurückschicken, wenn sie nicht zufrieden sind. Das bedeutet, dass 1 von 5 (19 %) ein Produkt auch dann nicht zurückgibt, wenn sie unzufrieden sind!

Wie du sicher weißt, ist jeder unzufriedene Kunde und jede unzufriedene Kundin ein Problem für dein Unternehmen. Selbst wenn die Bestellung nicht zurückgeschickt wird, ist es unwahrscheinlich, dass die Person erneut in deinem Onlineshop einkauft. Also, ironischerweise ...

Langfristig ist es für dein Unternehmen also am besten, **wenn die unzufriedene Kundschaft ihre Bestellung zurückschickt.**



Das bedeutet zwar kurzfristige Umsatzeinbußen, aber der potenzielle Kundenertragswert steigt dramatisch.



Wie geht es also weiter? Finde genau heraus, warum deine unzufriedene Kundschaft ihre Bestellungen nicht zurückgibt.

Warum sendest du deine Produkte nicht zurück?

Die Rücksendung ist für mich mit großem Aufwand verbunden.

54 %

Die Rücksendung des Produkts ist teurer, als wenn ich es behalte.

40 %

Ich vergesse, mein Produkt zurückzusenden.

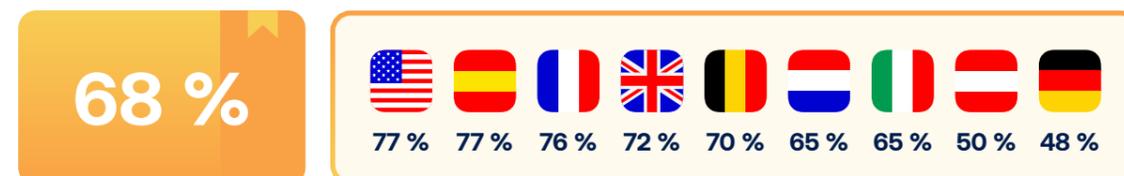
13 %

Mache deiner Kundschaft die Rückgabe einer Bestellung kinderleicht. Ja, es ist verlockend, die Rückgabe so schwierig wie möglich zu gestalten. Es ist jedoch klüger, zu akzeptieren, dass Retouren Teil des Geschäfts sind und zu versuchen, sie früher im Kaufprozess abzufangen.

Das Ende der kostenlosen Retouren?

Jahrelang waren kostenlose Retouren eine Art Luxus. Doch seit der Ankündigung von Stores wie Zara und H&M, für Rücksendungen Gebühren zu erheben, scheinen sich die Spielregeln zu ändern.

„Ich würde bei einem Onlineshop häufiger bestellen, wenn dieser kostenlose Rücksendungen anbietet.“



Im Jahr 2021 lag dieser Prozentsatz noch bei 77 %, es scheint also, dass der Trend zur kostenlosen Retouren zurückgeht. Nicht zu vergessen sind natürlich die zwei Drittel, die immer noch Wert auf kostenlose Retouren legen, aber es gibt noch mehr gute Nachrichten: Die Kundschaft gewöhnt sich an den Gedanken, für Retouren zu bezahlen.

„Ich bin bereit, für meine Retouren in einem Online-Shop zu bezahlen.“



Wie viel? Nun, die Verbrauchenden haben keine Angst, in die Tasche zu greifen, um ein Produkt zurückzugeben. Trotzdem gibt es hier einige kulturelle Unterschiede.

Wie hoch ist die max. Gebühr, die du bereit bist, für die Retoure einer Bestellung mit einem Wert von 15, 50 oder 150 € zu bezahlen?

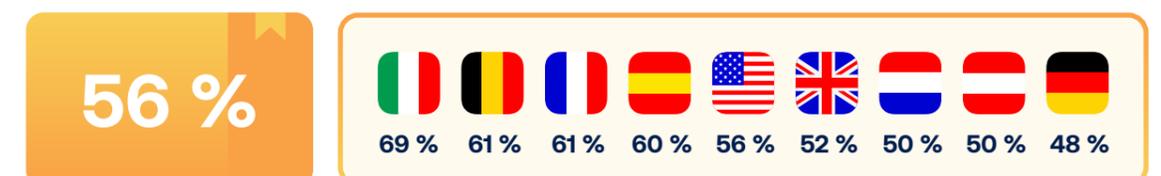


Lokale Unterschiede in der Bereitschaft zur max. Retourengebühr

	USA	UK	Deutschland	Polen	Frankreich	Belgien	Spanien	Österreich	Italien
150 Euro	12,80 \$	6,80 £	6,90 €	6,50 €	6,30 €	6,20 €	5,80 €	5,50 €	5,50 €
50 Euro	9,20 \$	5,10 £	5,30 €	4,80 €	4,60 €	4,60 €	4,90 €	4,50 €	4,00 €
15 Euro	7,50 \$	4,70 £	4,60 €	4,10 €	3,80 €	4,40 €	4,80 €	4,50 €	3,50 €

Obwohl immer mehr Personen bereit sind, für eine Retoure zu zahlen, ist es interessant, dass die Mehrheit immer noch der Meinung ist, dass der Online-Shop verantwortlich ist. Achte also darauf, dass du nicht mehr als die oben genannten Höchstgebühren verlangst.

„Ich glaube, dass der Onlineshop für die Kosten der Retoure verantwortlich ist.“

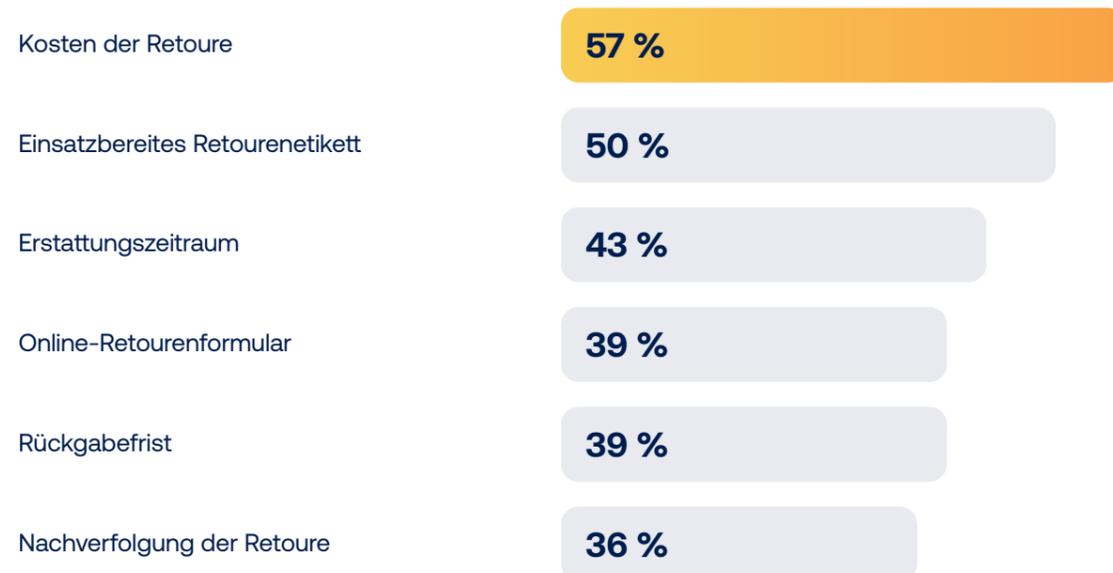


Rezept für die perfekten Rückgaberichtlinien

Wusstest du, dass 67 % der Kaufenden eine Bestellung gar nicht erst in Erwägung ziehen würden, wenn es keine Informationen zur Retoure gibt? In diesem Sinne: Das sind die wichtigsten Elemente, die du in deine Rückgaberichtlinien aufnehmen solltest.

Welche Elemente der Rückgaberichtlinien sind für dich am wichtigsten?

Mehrfachantworten möglich



Wie viele Tage bist du maximal bereit auf die Rückerstattung einer Retoure zu warten?



Klare und transparente Rückgaberichtlinien helfen, Kundschaft zu gewinnen und die Konversionrate zu erhöhen. Mit diesen 4 Zutaten ist die Erstellung deiner Rückgaberichtlinien ein Kinderspiel.

Transparente Kosten

Gib alle Rücksendekosten in deinen Rückgaberichtlinien deutlich an und wähle die Höhe der Rücksendegebühr mit Bedacht.



Gestalte Retouren schnell und einfach

Niemand möchte sich in ein langwieriges Hin und Her verwickeln lassen. Erwäge gebrauchsfertige Retourenetiketten oder nutze ein Online-Retourenportal.



Rückerstattung innerhalb von 5 Tagen, maximal!

Obwohl das EU-Recht vorschreibt, dass die Erstattung bis zu 14 Tage dauern kann, erwarten sie viele innerhalb von ca. 5 Tagen.



Verlängere die Rückgabefrist

Eine längere Rückgabefrist erhöht die Konversion-Rate. 44 % würden nicht bestellen, wenn die Frist < 30 Tage beträgt. Bei < 60 Tagen sind es nur noch 30 %. Eine Win-Win-Situation!





„ Bei Mollie steht die Liebe zur Kundschaft im Vordergrund, und das bedeutet, dass wir ihnen die bestmöglichen Commerce-Lösungen bieten, einschließlich einer stressfreien Retoure. Ein wichtiger Bestandteil reibungsloser Retouren ist die Möglichkeit, (bezahlte) Retouren schnell und sicher über unsere integrierten Zahlungslösungen einzuleiten.

Wir gehen davon aus, dass die Akzeptanz bezahlter Retouren im Jahr 2023 weiter zunehmen wird: Unternehmen werden den Schwerpunkt auf die Rentabilität legen, während die Verbrauchenden Umweltaspekte priorisieren.

Michaela Weber

VP Partnerships

Mollie



Die Zukunft des E-Commerce

Die Zukunft des E-Commerce liegt (noch) nicht in Lieferrobotern und Drohnen, sondern eher in grünem Versand, Blitzlieferungen und weiteren kleinen technischen Innovationen.

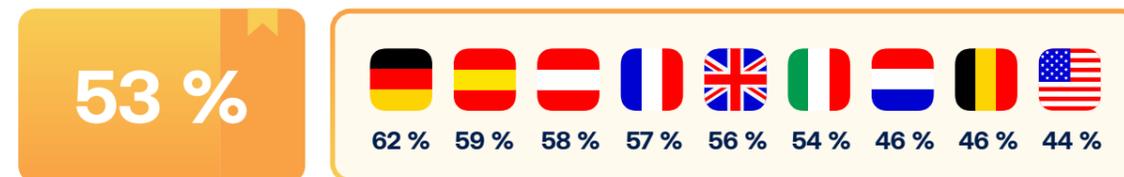


Die Zukunft ist grün

Die Ziele der COP26 halten die Regierungen nachts wach. Du fragst dich jetzt wahrscheinlich, was das bedeutet. Das Einzige, was du bedenken musst: Es ist nicht länger eine Wahl, nachhaltiger zu werden. Es ist eine Notwendigkeit!

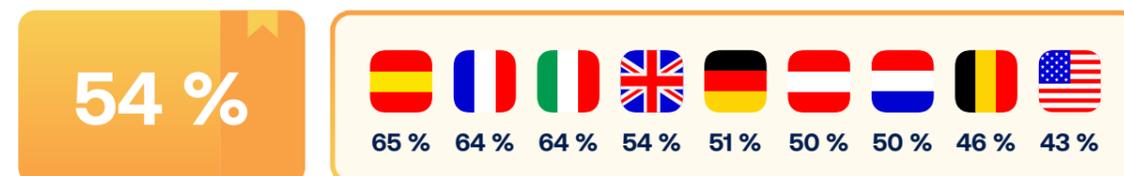
Die Veränderungen werden kommen und die Unternehmen müssen darauf vorbereitet sein. Aber die Nachfrage kommt nicht nur von der Regierung und den NGOs, sondern auch von deiner Kundschaft.

„Ich denke, dass die Zunahme des Online-Shoppings ein Problem für die Umwelt darstellt.“



Mehr als 50 % der Kundschaft ist besorgt über die Auswirkungen des Online-Shoppings. Sie erwartet, dass Unternehmen wie Sendcloud und dein Onlineshop CO2-neutrale Lieferoptionen anbieten.

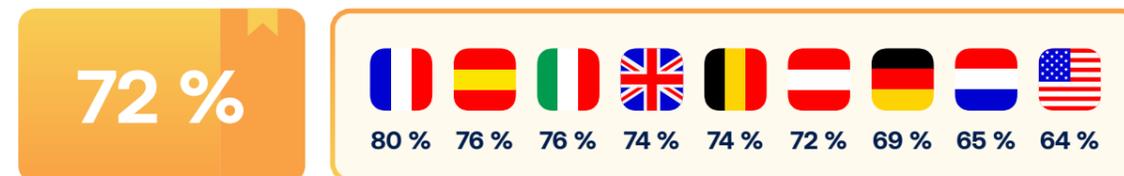
„Ich erwarte, dass Online-Shops im Jahr 2022 eine grüne (CO2-neutrale) Versandmethode anbieten werden.“



Recyclebare Verpackungen sind ein Muss

Deine Kundschaft erwartet nicht nur CO2-neutrale Lieferoptionen. Sie interessiert sich dafür, ob die Verpackungen vollständig recyclebar sind oder nicht.

„Ich bin der Meinung, dass die Verpackung (Verpackungsmaterial) von online bestellten Produkten vollständig recyclebar sein sollte.“



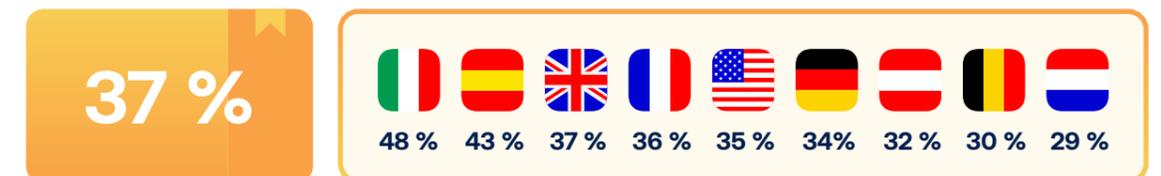
Es gibt noch eine Möglichkeit, die negativen Auswirkungen der Verpackungen auf die Umwelt zu verringern: Verwende weniger Verpackungen. Warum beginnst du nicht damit, die Größe der Kartons zu überdenken? Zu oft sind Kartons unnötig zu groß für das Produkt.

„Ich bin der Meinung, dass Onlineshops für den Versand ihrer Produkte häufig zu viel Verpackungsmaterial verwenden.“



Ein unvermeidlicher Diskussionspunkt beim grüner werden sind die zusätzlichen Kosten. Leider kosten Innovationen in der Regel einen Aufschlag, bis sie sich durchgesetzt haben. Aber ist die Kundschaft bereit, für eine CO2-neutrale Lieferung mehr zu bezahlen?

Bist du bereit, mehr für eine nachhaltige Lieferung zu bezahlen (weniger oder keine CO2-Emissionen)?



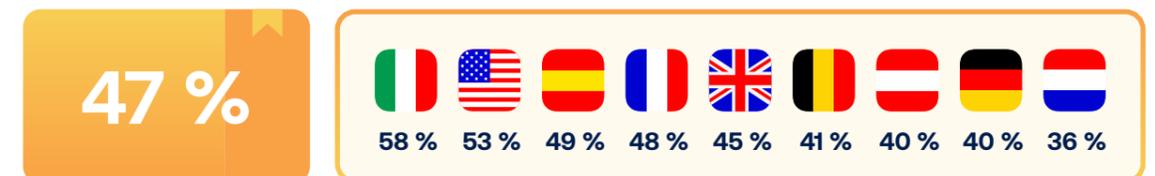
Obwohl große Zustimmung bei der umweltfreundlichen Lieferung herrscht, erwarten die meisten immer noch niedrige Versandpreise, was für die Onlineshops selbst höhere Kosten bedeutet.



Nachbarn vs. Smart Locks

Wenn ein Paket nicht direkt an deine Adresse zugestellt werden kann, wird es in vielen Fällen bei einem Nachbarhaus abgegeben. Aber ist das wirklich das, was deine Kundschaft will?

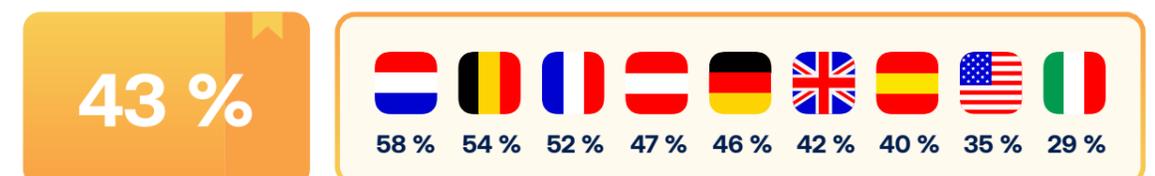
„Ich fühle mich unwohl, wenn meine Nachbarn ein Paket für mich annehmen müssen.“



Was sind die Alternativen? Es ist ein logistischer Albtraum, alle Pakete zu einem Servicepunkt zu bringen oder sie ins Lager zurückzufahren.

Eine Möglichkeit sind Smart Locks. Paketdienste können dadurch die Wohnung betreten und das Paket dort abliefern. Verrückt, oder? Was denkst du, was deine Kundschaft darüber denkt?

„Ich wäre nicht bereit, ein Smart Lock für meine Haustür zu nutzen, damit ich Pakete empfangen kann, wenn ich nicht zu Hause bin.“



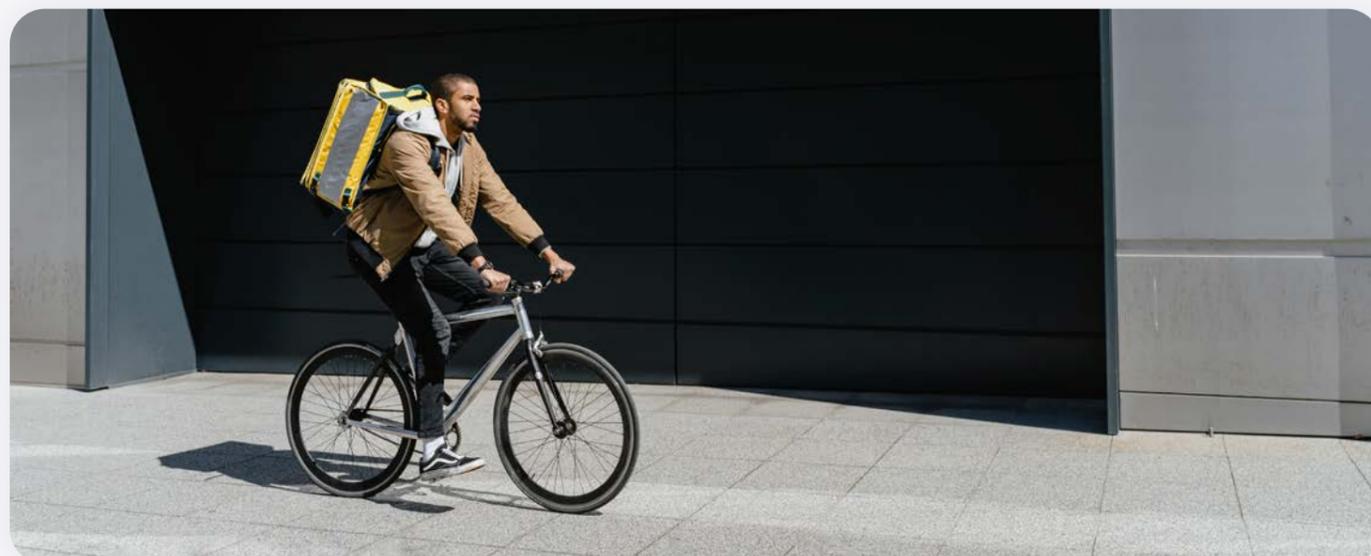
Obwohl 37 % bereit sind, ein Smart Lock auszuprobieren, müssen wir vielleicht noch einmal nach einer beliebteren Lösung suchen ...

Blitzlieferung

Ein neues Phänomen ist die Blitzlieferung (oder Flash-Delivery). Ein Begriff für Lieferungen zwischen 10 Minuten und ein paar Stunden (manchmal 24 Stunden). Sie wurde von Unternehmen wie Gorillas, Getir und Zapp populär gemacht. Diese setzen Fahrräder, E-Bikes und Motorroller ein, um eine nahezu sofortige Lieferung zu gewährleisten.

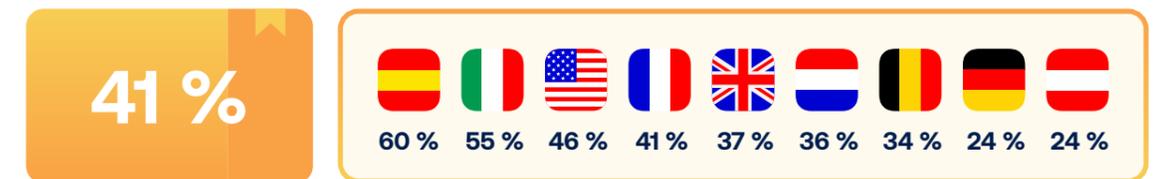
Obwohl es derzeit vor allem für Lebensmittel genutzt wird, gibt es ein großes Interesse daran, auch traditionelle E-Commerce-Artikel per Blitzlieferung zuzustellen. Aber was hält die Kundschaft davon?

„Ich bin froh, dass es in meiner Gegend noch keine Blitz-Lieferdienste gibt.“



Blitz-Lieferdienste wurden wegen ihrer späten Öffnungszeiten, des zunehmenden Verkehrs und der Lärmbelästigung durch ihre Verpackungen, Fahrräder und Motorroller kritisiert.

„Ich würde gerne Blitz-Lieferdienste für alle meine Online-Bestellungen auswählen können.“



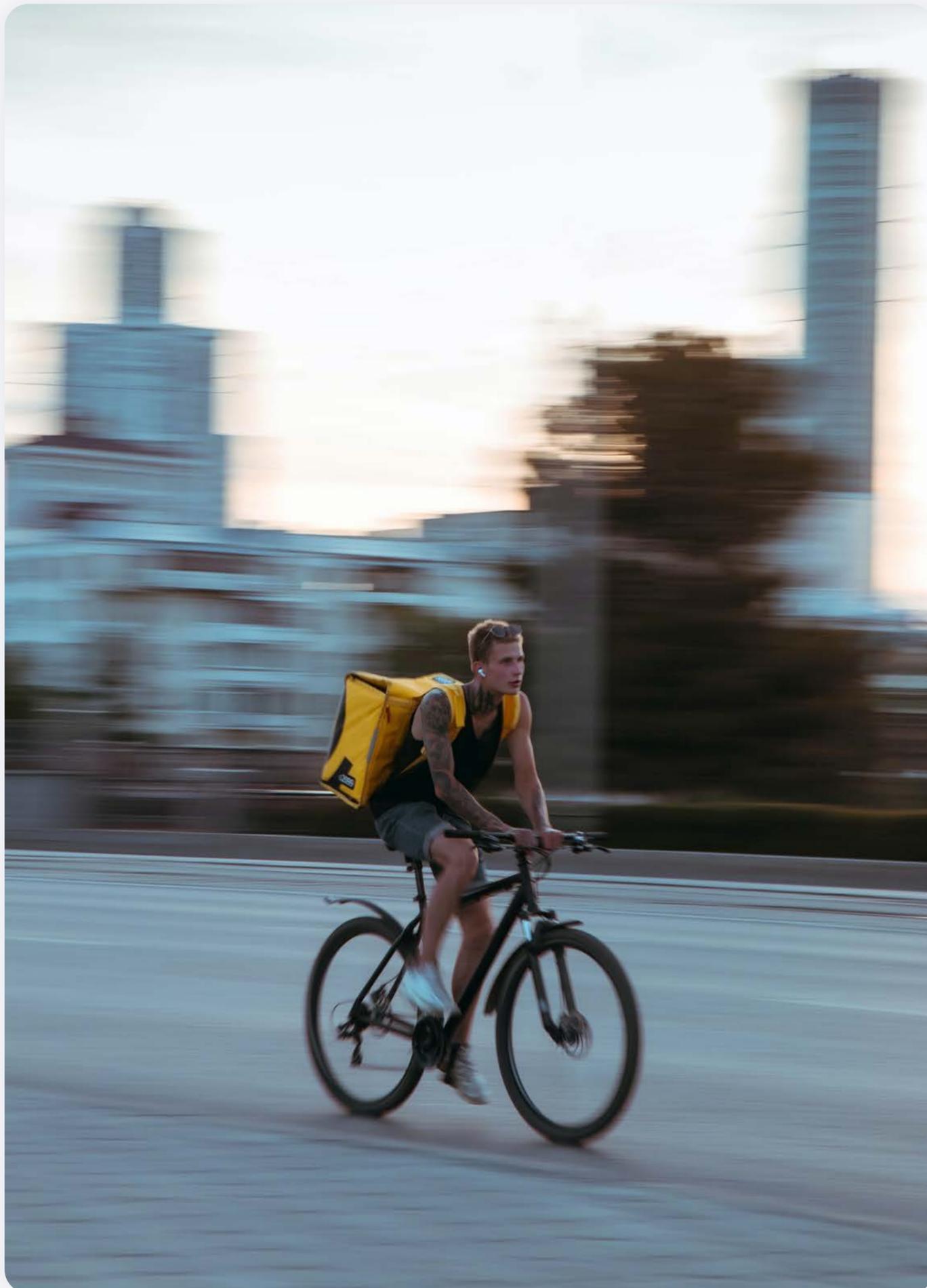
Die Mehrheit will dagegen eine schnelle Lieferung. Sie machen es einem nicht leicht, oder?

„Ich finde eine Lieferung innerhalb von 10 Minuten übertrieben.“



Die Blitzlieferung hat noch einige Kinderkrankheiten, und es ist wahrscheinlich noch zu früh, um ein vollständiges Urteil darüber abzugeben. Ja, vielleicht sind 10-Minuten-Lieferungen bei nicht-Lebensmitteln übertrieben. Aber was ist mit einer 1-Stunde-Lieferung, um einen Artikel zu ersetzen, den jemand gerade wirklich benötigt?

Effizienz ist ein angeborener Wunsch des Menschen. Wir wollen alles schneller, alles sofort. In diesem Sinne: Beobachte diesen Bereich! Die Blitzlieferung muss noch verfeinert werden, aber wir glauben, dass sie sich durchsetzen wird.



„ Da die Lieferstandards höher sind als je zuvor, werden die Versandkosten ein entscheidender Faktor für die Kaufabsicht bleiben. So sind kostenloser Versand und andere Werbeaktionen ein großer Anreiz für Onlineshops, Besucher in Käufer zu verwandeln.

Die Sorge um die Nachhaltigkeit wird die Art und Weise, wie Verbraucher online einkaufen, weiterhin neu definieren, da die Käufer zunehmend darauf achten, ihren CO₂-Fußabdruck zu verringern und umweltfreundlichere Konsumententscheidungen zu treffen (Lieferung vor Ort, Abholung, recycelbare Verpackungsmaterialien usw.).

Auf der Makroebene beginnt der E-Commerce selbst mit dem Übergang zu einer persönlicheren, auf den Menschen ausgerichteten Erfahrung. Tools wie maschinelles Lernen, künstliche Intelligenz (KI) und Augmented Reality (AR) werden immer häufiger eingesetzt, um den Online-Handel intuitiver zu gestalten und das Online-Einkaufserlebnis weiter zu personalisieren.

Ruslan Fazlyev

General Manager, eCommerce
Ecwid by Lightspeed



Die wichtigsten Erkenntnisse für 2023

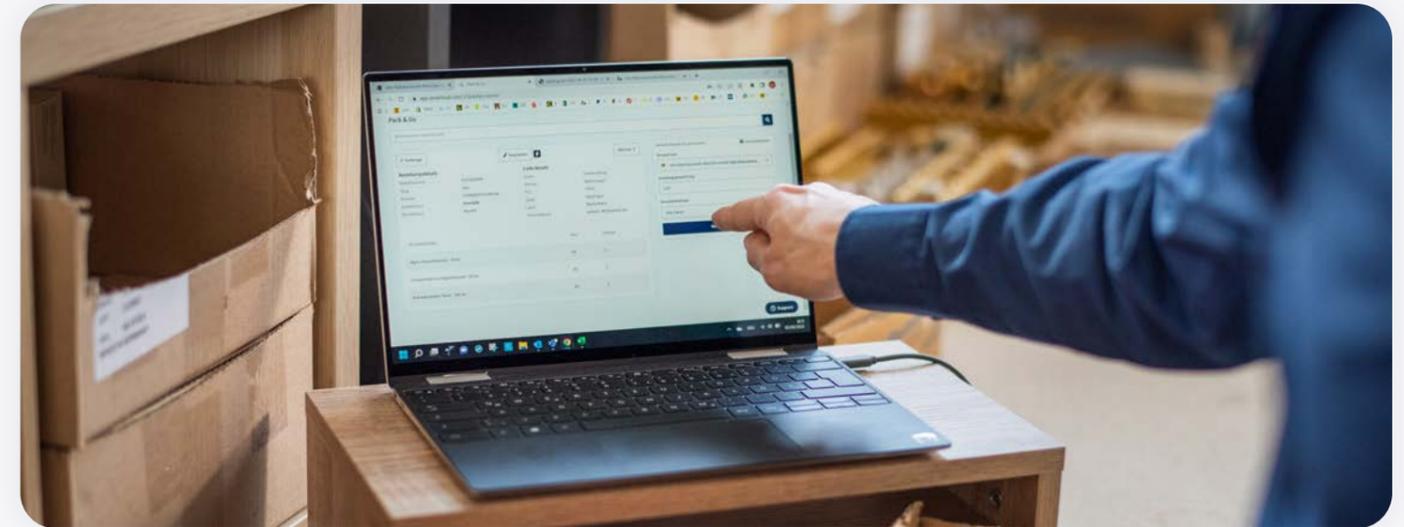
Wie immer erfordert der Erfolg im E-Commerce Flexibilität und die Fähigkeit, die Strategie auf der Grundlage der Wünsche und Bedürfnisse der Kundschaft anzupassen. Hier sind unsere abschließenden Gedanken darüber, was du von deiner Kundschaft im Jahr 2023 erwarten solltest.



1. Lokale Unterschiede sind wichtig

Es wird dich nicht überraschen, aber die Gewohnheiten und Erwartungen zum Versand unterscheiden sich von Land zu Land. Dies ist besonders wichtig für dich, wenn du international expandieren willst. Nur weil eine Methode oder ein Paketdienst in einem Land funktioniert, heißt das nicht, dass dies auch in einem anderen Land der Fall sein wird.

Nimm dir Zeit, wenn du einen neuen Markt erschließt. Nutze diesen Bericht, um deine zukünftige Kundschaft kennenzulernen. Finde dann die richtige Versandsoftware, damit du von dessen umfassenden Kenntnissen des Marktes profitieren kannst.



2. Die Kundschaft ist verständnisvoll und flexibel

Viele haben eine Vorliebe für einen bestimmten Versanddienstleister und eine bestimmte Liefermethode. Das lässt sich nicht vermeiden. Letztendlich will deine Kundschaft aber ihr Produkt und dass es ohne Probleme geliefert wird.

Wenn es jedoch Probleme gibt, weiß sie, dass das mal passieren kann. Sie möchten einfach nur rechtzeitig informiert werden und die Gewissheit haben, dass es sich um eine Ausnahme und nicht um die Regel handelt.

Setze nicht alles auf einen Paketdienst. Eine Versandsoftware kann dir mit Tools und APIs helfen, mehrere Paketdienste zu verbinden. Die Kundschaft wird automatisch über Probleme informiert. So kannst du ihre Bedürfnisse erfüllen, Probleme überwinden und die Konversionrate erhöhen.



3. Versand muss innovativ sein

Grüne und schnelle Lieferung fühlen sich an wie zwei Seiten einer Medaille – es scheint nicht möglich zu sein, beides zu erreichen. Die Kundschaft fordert jedoch umweltfreundlichere Methoden und erwartet wie immer eine schnellere Lieferung. Wir müssen dieses perfekte Gleichgewicht finden.

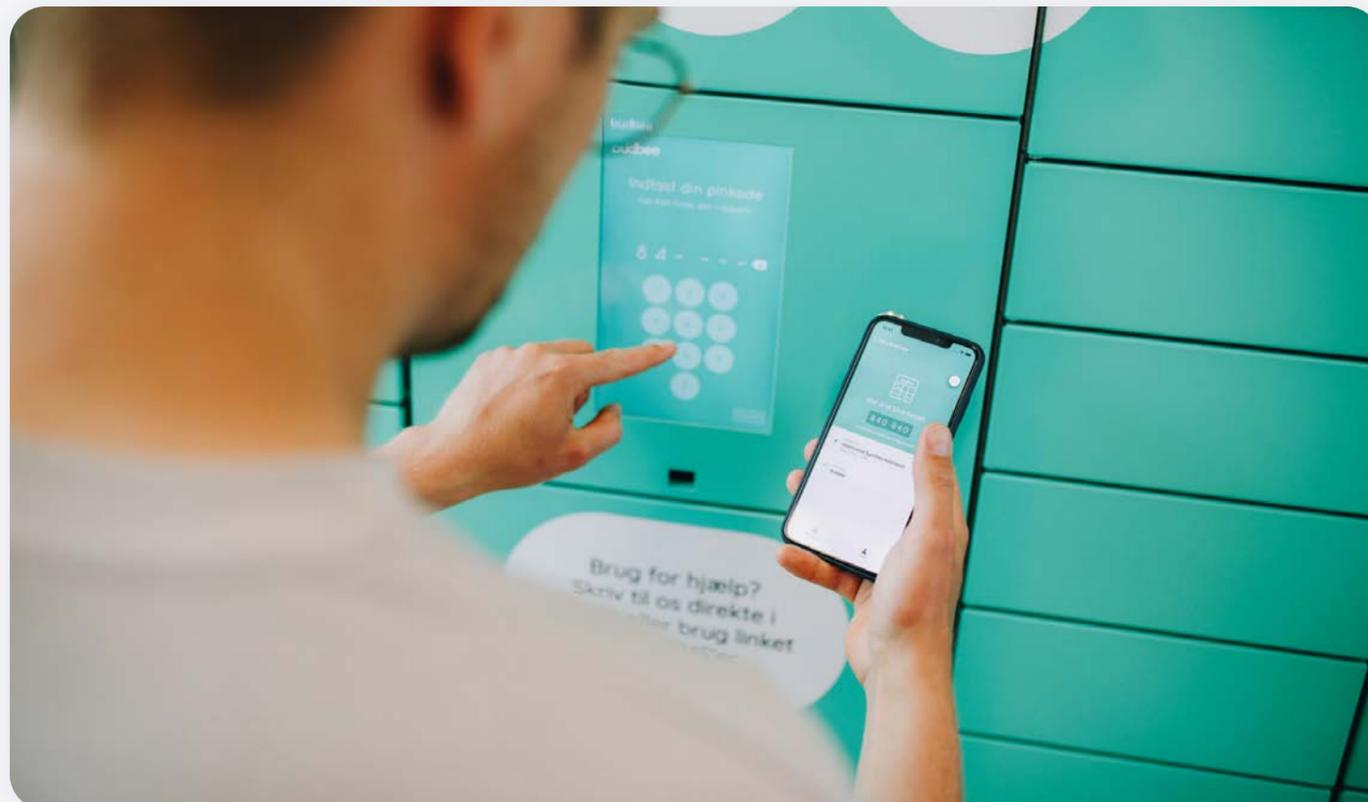
Der Einsatz mehrerer Versandmethoden erhöht nicht nur die Conversion-Rate, sondern trägt auch dazu bei, die negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren. Beispielsweise ist die Zustellung an Abholstationen und Paketkästen auch eine grüne Option, die keine zusätzlichen Kosten verursacht.



4. Inflation wird erwartet

Die mögliche Inflation aufgrund der durch die Pandemie verursachten Finanzkrise ist eine echte Sorge für die Verbrauchenden. Nicht nur die Arbeitsplatzsicherheit nimmt in vielen Bereichen ab, sondern es wird auch erwartet, dass die Inflation zu einem Anstieg der Gesamtkosten für den Versand führen wird.

Rechne mit steigenden Versandkosten und informiere deine Kundschaft transparent über diese Erhöhung. Der gesamte Markt und alle Versanddienstleister erhöhen die Preise oder haben sie bereits angehoben. Es ist wichtig, dass du entsprechend planst und die richtige Strategie für 2023 festlegst. Flexibilität ist und bleibt das A und O!



Über diese Studie

E-Commerce-Versandsoftware Sendcloud

Sendcloud ist eine Allround-Versandplattform für Onlineshops, die sich mit Shopsystemen und Lieferdiensten verbindet. Als eines der schnellstwachsenden Tech-Unternehmen in Europa hat sich Sendcloud zum Ziel gesetzt, den Versand für jeden Onlineshop so skalierbar wie möglich zu machen. Die Plattform bietet einen optimierten Checkout mit flexiblen Lieferoptionen, einen automatisierten Kommissionier-, Verpackungs- und Etikettendruckprozess, branded Tracking-Benachrichtigungen und eine Retourenlösung. Mit über 23.000 Kunden und Kundinnen, Integrationen mit über 50 E-Commerce-Systemen und mehr als 80 internationalen Versandunternehmen ist Sendcloud die führende Versandlösung in Europa und bald auch darüber hinaus.

Weitere Informationen findest du unter www.sendcloud.de

Marktforschungsunternehmen Nielsen

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) ist ein globales Mess- und Datenanalyseunternehmen, das den umfassendsten und zuverlässigsten Überblick über Verbrauchende und Märkte weltweit bietet. Das Unternehmen kombiniert proprietäre Nielsen-Daten mit anderen Datenquellen, um der Kundschaft auf der ganzen Welt dabei zu helfen, zu verstehen, was jetzt oder als Nächstes passiert und wie man am besten auf dieses Wissen reagiert. Nielsen ist ein S&P 500-Unternehmen, in über 100 Ländern vertreten und deckt mehr als 90 % der Weltbevölkerung ab.

Weitere Informationen findest du unter www.nielsen.com 



Verwandle Einblicke in Taten

Möchtest du beim Versand an der Spitze stehen und deiner Kundschaft das beste Versanderlebnis bieten? Starte kostenlos und sieh wie du Zeit und Kosten für die Logistik sparen und gleichzeitig deiner Kundschaft die besten Lösungen für den Versand und die Retoure bieten kannst.

Erfahre mehr auf sendcloud.de 

 sendcloud

