

2021/2022

E-Commerce- Lieferkompass

Die neuesten europäischen Erkenntnisse,
um die E-Commerce-Logistik zu deinem
Wettbewerbsvorteil zu nutzen.

 sendcloud



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Einführung

Der E-Commerce gilt seit einigen Jahren als eine der am schnellsten wachsenden und wichtigsten Branchen der Welt. In diesem Zusammenhang diente die COVID-19-Pandemie als wichtiger Katalysator für einen bereits schnell wachsenden Markt. Der Anstieg des Paketvolumens hat nicht nur die Denkweise der Zustellunternehmen in Bezug auf die E-Commerce-Logistik verändert, sondern auch die Einstellung der europäischen Verbraucher zur Zustellung.

In einer Zeit, in der die Zustellunternehmen versuchen, ihre Versand- und Verpackungsmethoden für Pakete zu erneuern, haben Onlinekäufer auf allen Plattformen neue Verhaltensweisen erlernt, die unabhängigen Einzelhändlern eine Chance wie nie zuvor bieten!

Auch wenn die Logistik nicht der angenehmste Part des E-Commerce ist, so stand sie doch in letzter Zeit im Rampenlicht, mit Unterbrechungen aufgrund von COVID-19 und den jährlichen Rekordumsätzen in der Weihnachtszeit.

Onlinehändler müssen verstehen, was die Verbraucher von ihnen wollen, wenn sie erfolgreich sein wollen - das bedeutet, dass sie nicht nur auf Versandtrends achten müssen, sondern auch genau wissen, was Onlinekäufer wollen!

Dieser Bericht gibt dir tiefe Einblicke in die Erwartungen der europäischen Verbraucher in Bezug auf den Versandprozess. Erfahre, worauf es bei Kunden verschiedener Länder und Generationen im E-Commerce ankommt.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Aufbau der Studie

Dieser Bericht ist das Ergebnis einer länderübergreifenden Studie, die Sendcloud in Zusammenarbeit mit Nielsen im Mai 2021 unter insgesamt 7.873 Verbrauchern im Vereinigten Königreich (1.003), Deutschland (1.002), den Niederlanden (1.002), Frankreich (1.001), Italien (1.001), Belgien (1.001), Spanien (1.000) und Österreich (863) durchgeführt hat.

Alle Befragten sind Onlinekäufer, die in den letzten drei Monaten mindestens ein Produkt online bestellt haben und zwischen 18 und 65 Jahre alt sind. Der Onlinekauf von Dienstleistungen wie Eintrittskarten, digitalen Downloads und Reisen wurde von der Untersuchung ausgeschlossen.

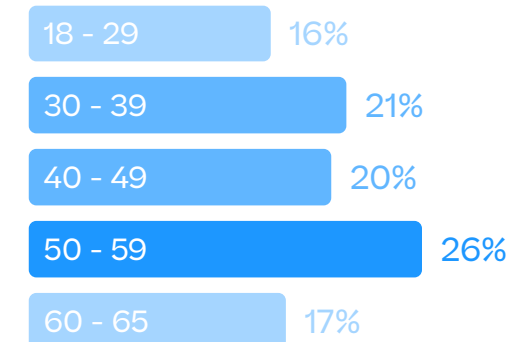
Um die Generationen in den Studienergebnissen besser vergleichen zu können, wird eine Unterteilung in die folgenden Altersgruppen vorgenommen: 📱 **Generation Z** (18 bis 24 Jahre), 📧 **Millennials** (25 bis 40 Jahre), 📺 **Generation X** (41 bis 56 Jahre) und 📺 **Boomer** (57 bis 65 Jahre).

Die Daten wurden mittels einer 15-minütigen Online-Umfrage erhoben, die 42 Fragen und Aussagen enthielt. Die europäischen Daten wurden anhand der Bevölkerungsgröße pro Land gewichtet, um den richtigen Anteil der europäischen Onlinekäufer widerzuspiegeln.

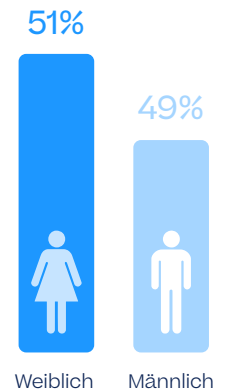
Stichprobengrößen



Alter



Geschlecht



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

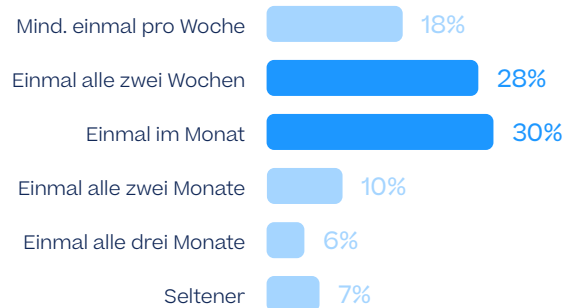
Über Sendcloud & Nielsen

Online-Einkaufsverhalten

Welches sind die Online-Einkaufsgewohnheiten der europäischen Verbraucher nach mehr als 1,5 Jahren Pandemie? Werfen wir einen Blick auf die bevorzugten Einkaufskanäle, die Häufigkeit von Einkäufen, die am häufigsten bestellten Produkte und den durchschnittlichen Wert für das zuletzt online gekaufte Produkt.

Die europäischen Verbraucher kaufen fast zweimal im Monat online ein, am häufigsten auf Marktplätzen wie Amazon und Ebay und geben dabei durchschnittlich 110,30 Euro aus, vor allem in der Kategorie **Mode und Accessoires**.

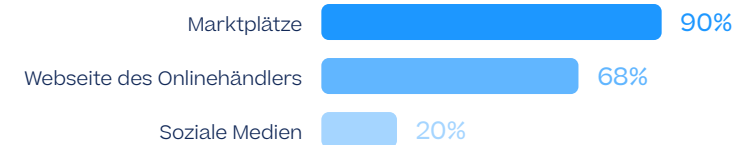
Wie oft bestellst Du im Durchschnitt Produkte online?



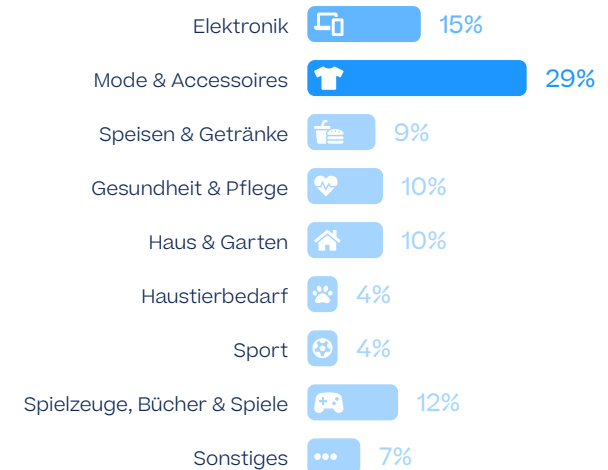
🇪🇺 **Ø 1,7 Mal pro Monat**

Wo bestellst Du online Produkte?

Mehrfachnennungen möglich.



In welcher Produktkategorie hast Du in den letzten 12 Monaten am häufigsten bestellt?



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

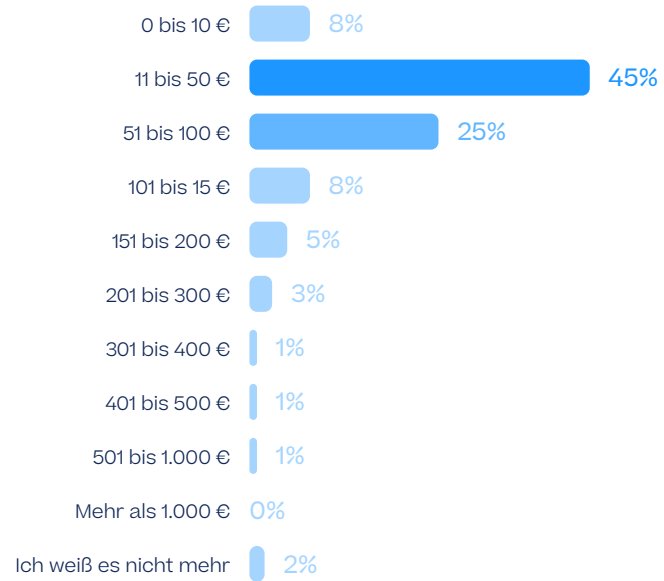
Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Wie viel hast Du für das letzte Produkt, was Du online bestellt hast, ausgegeben?



 **110,30 € pro Produkt**

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Wichtige Einblicke: Erwartungen vs. Realität

Werfen wir einen Blick auf die wichtigsten Erkenntnisse über die Bedürfnisse und Erwartungen der europäischen Verbraucher in Bezug auf die E-Commerce-Logistik. Schauen wir darauf, wie das derzeitige Verhalten der Onlinehändler die Diskrepanz zwischen den Erwartungen der Verbraucher und dem tatsächlichen Angebot der Händler aufzeigt.

Um die Realität der Einzelhändler aufzuzeigen, wurde eine **Umfrage unter Onlinehändlern**, die Sendcloud nutzen, durchgeführt, um die andere Seite der Medaille zu zeigen. 1.723 Onlinehändler in den Niederlanden, Belgien, Deutschland, Österreich, Frankreich, Italien, dem Vereinigten Königreich und Spanien haben an dieser Umfrage teilgenommen. Die Erkenntnisse spiegeln einen großen Teil der heutigen E-Commerce-Teilnehmer in mehreren europäischen Ländern wider.



Kostenloser Versand - ein Fluch oder Segen?

Die Verbraucher sind in den letzten Jahren ziemlich verwöhnt worden, was die Versandkosten angeht. Lange Zeit war der kostenlose Versand sogar der Standard. Doch immer mehr E-Commerce-Giganten verabschieden sich vom Gratisversand. Große Namen wie ASOS, Amazon und Zalando haben in den letzten Jahren alle eine Schwelle für den kostenlosen Versand eingeführt. Was denken die Verbraucher darüber und wie reagieren Onlinehändler darauf?

🛒 Die Erwartungen der Verbraucher

68% brechen ihren Einkaufswagen ab, wenn sie beim Bezahlen mit zu hohen Versandkosten konfrontiert werden und 40% sind nicht bereit für den Versand zu zahlen, wenn der Bestellwert 150 € übersteigt.

🏪 Die Realität der Einzelhändler

Nur 23% bieten generell kostenlosen Versand an, 7% nur für bestimmte Produkte und 46% ab einem bestimmten Bestellwert. Die Einführung eines Schwellenwerts für die breite Masse könnte eine langfristige Lösung für Onlinehändler sein.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen



Voraussichtliche Lieferzeiten

Durch den Anstieg des Paketaufkommens kam es während der COVID-19-Pandemie bei vielen Verbrauchern zu Verzögerungen. Da die Zustellunternehmen das Paketaufkommen nicht bewältigen konnten, verlängerten sich die Lieferzeiten. Wie geduldig sind die Verbraucher heute und wie werden die Lieferzeiten von den Onlinehändlern kommuniziert?

Die Erwartungen der Verbraucher

Fast jeder zweite europäische Verbraucher bricht seinen Einkaufswagen ab, wenn die voraussichtliche Lieferzeit unbekannt oder zu lang ist. Wenn die Standardlieferung gewählt wird, erwarten die Verbraucher, dass ihre Bestellung in etwa 3 Tagen geliefert wird, während die maximale Anzahl der Tage, die sie bereit sind zu warten, fast 5 beträgt.

Die Realität der Einzelhändler

Nur 20% geben an, dass sie während der Bestellung Informationen über die voraussichtliche Lieferzeit bereitstellen. Meistens kommunizieren sie diese auf den Produktseiten (36%). Die Kunden sind geduldig, was die Lieferzeiten angeht und schätzen eine klare und transparente Kommunikation seitens der Einzelhändler. Daher ist es an der Zeit, proaktiv zu werden und die Lieferererwartungen offen darzulegen.



Multi-Carrier-Versand und flexible Lieferung

In der Vergangenheit haben sich Onlinehändler oft für einen einzigen Versanddienstleister entschieden. Inzwischen gibt es immer mehr Onlineshops, die einen Mix aus verschiedenen Versandunternehmen mit unterschiedlichen Versandmethoden anbieten. Zalando zum Beispiel arbeitet neben DHL und DPD auch mit Hermes und GLS für eine flexible Lieferung zusammen. Eine Multi-Carrier-Strategie kann helfen Kosten zu sparen, aber vor allem ist sie eine gute Möglichkeit, die Conversion Rate zu erhöhen.

Die Erwartungen der Verbraucher

Einer der Gründe, warum europäische Verbraucher einen Onlineshop einem anderen vorziehen, ist das Angebot flexibler Lieferoptionen (71%). Die bevorzugten Versandoptionen sind die Standardlieferung nach Hause (57%), die Lieferung am selben Tag (39%) und die Lieferung am nächsten Tag (35%).

Die Realität der Einzelhändler

Die Top 3 der von Onlinehändlern am häufigsten angebotenen Versandmethoden sind die Standardzustellung nach Hause (59%), die Zustellung am Service Point (36%) und die Zustellung am gewünschten Tag (35%). Onlinehändler haben noch viel Spielraum für Verbesserungen, insbesondere im Bereich der flexiblen Lieferoptionen.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen



Tracking von Sendungen

Niemand wartet gerne lange auf eine Bestellung, die sich am Ende verzögert. Gerade jetzt, wo mehr Verbraucher als je zuvor online bestellen, ist es wichtig, über den Versandstatus von Online-Bestellungen informiert zu sein, damit die Kunden nicht umsonst warten müssen. Doch wie wichtig ist die Sendungsverfolgung für den Verbraucher wirklich?

Die Erwartungen der Verbraucher

20% würden in einem Onlineshop überhaupt nicht mehr bestellen, wenn die Möglichkeit der Sendungsverfolgung nicht oder nur eingeschränkt gegeben ist. Die Mehrheit erwartet, Updates hauptsächlich per E-Mail zu erhalten (72%).

Die Realität der Einzelhändler

Nur 16% der Onlinehändler geben an, dass automatische Track & Trace Benachrichtigungen und eine eigene Seite zur Sendungsverfolgung für sie sehr wichtig sind. Der Tracking-Part ist für Onlinehändler immer noch eine unzureichend genutzte Möglichkeit, die Kundenbindung zu erhöhen, wenn man bedenkt, dass Tracking-E-Mails eine höhere Öffnungsrate haben als jeder andere Newsletter.



Handhabung von Retouren

Wie einfach möchten Verbraucher Produkte zurückgeben können? Was ist ihnen am wichtigsten und wie handhaben Onlinehändler derzeit den Rückgabeprozess?

Die Erwartungen der Verbraucher

52% der europäischen Verbraucher geben ein Produkt zurück, wenn sie nicht zufrieden sind. Mehr als die Hälfte prüft immer die Rückgabebedingungen, bevor sie sich für ein Produkt in einem Onlineshop entscheidet.

Die Realität der Einzelhändler

Immer mehr Onlinehändler bieten digitale Retourenlösungen an, sodass die Verbraucher die Rückgabe selbst organisieren können. Darüber hinaus erstellen einige Händler Retourenetiketten manuell, wenn sie eine Retourenbenachrichtigung erhalten. Obwohl es eine der einfachsten und verbraucherfreundlichen Möglichkeiten ist, Retouren anzubieten, fügt fast keiner von ihnen ein Retourenetikett direkt beim Verpacken einer Bestellung hinzu. Überraschenderweise geben 3 von 10 Onlinehändlern an, dass sie so gut wie keine Retouren erhalten.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen



Green Delivery und die Folgen für die Umwelt

Die Mitgliedstaaten der Europäischen Union haben sich im Green Deal darauf geeinigt, die Emissionen bis Ende 2030 um mindestens 55% gegenüber 1990 zu reduzieren. Dies hat auch Auswirkungen auf die Logistik im E-Commerce. Daher stellt sich die Frage: Wie wichtig ist den Verbrauchern eine nachhaltige Lieferung und bieten Onlinehändler im Checkout umweltfreundliche Versandoptionen an?

Die Erwartungen der Verbraucher

Mehr als die Hälfte der Onlinekäufer geben an, dass sie durch die Zunahme des E-Commerce ein Problem für die Umwelt befürchten und 52% geben an, dass sie Onlineshops bevorzugen, wo die Umweltbelastung durch die Lieferung geringer ist. Dennoch ist die Mehrheit nicht bereit, für eine CO2-neutrale Lieferung mehr zu bezahlen.

Die Realität der Einzelhändler

Weniger als 1% bietet derzeit im Checkout grüne Versandmethoden an. Mögliche Erklärungen dafür könnten sein, dass die Umwelt für sie (noch) keine große Rolle spielt oder dass Versandunternehmen keine zusätzlichen grünen Lieferoptionen anbieten. Man kann also sagen, dass das Umweltbewusstsein in der Welt der E-Commerce-Logistik noch große Fortschritte machen muss...

Ergebnisse der Studie



Teil 1

Checkout

Der Checkout-Prozess im E-Commerce ist einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren für Onlinehändler. Dennoch verlieren viele Onlineshops gerade hier einen Großteil ihrer Kunden. Es gibt viele versandbezogene Vorlieben, Wünsche und Bedürfnisse für einen conversionstarken Checkout.



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

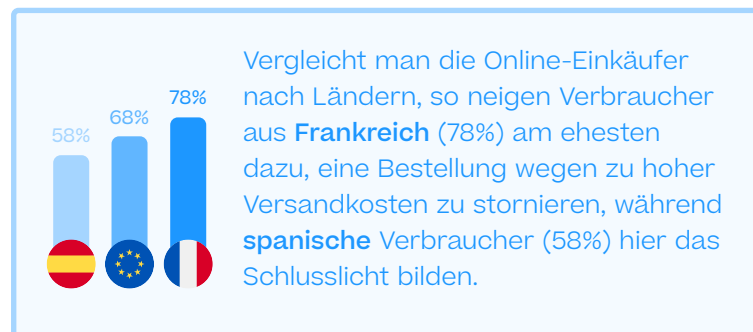
Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Zu hohe Versandkosten schrecken immer noch ab

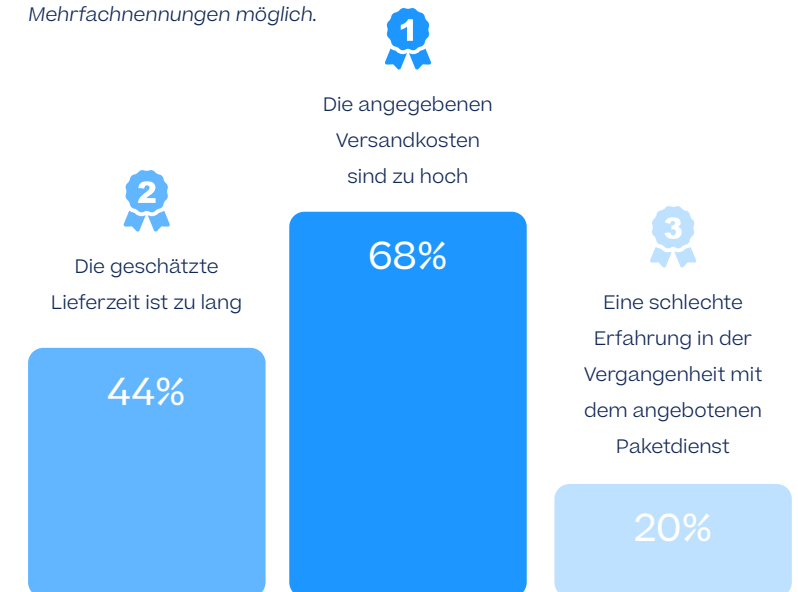
Die Europäer sind sehr preissensible Kunden, wenn es um Online-Einkäufe geht - ein Albtraum für jeden Onlinehändler, wenn man bedenkt, wie einfach es ist, mehrere Anbieter mit nur wenigen Klicks zu vergleichen. Es dürfte also keine große Überraschung sein, dass auch in diesem Jahr wieder hohe Versandkosten beim Checkout die europäischen Verbraucher am ehesten abschrecken werden.

Zu berücksichtigen ist, dass eine langsame Lieferung, das Fehlen der bevorzugten Liefermethoden und eine schlechte Erfahrung mit dem angebotenen Versandunternehmen ebenfalls negative Auswirkungen auf die Conversion Rate im E-Commerce haben.



Aus welchen versandbezogenen Gründen würdest Du den Kauf abbrechen, obwohl Du bereits ein Produkt in den Warenkorb gelegt hast?:

Mehrfachnennungen möglich.



Weniger wichtige Gründe:

18% Bevorzugte Liefermethode nicht verfügbar

11% Bevorzugtes Versandunternehmen nicht verfügbar

8% Grüne (CO2-neutrale) Lieferung nicht verfügbar

10% Anderer Grund

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Die akzeptablen Versandkosten hängen vom Bestellwert ab

Zwei Drittel der europäischen Verbraucher brechen bei zu hohen Versandkosten ihren Einkaufswagen im Checkout ab. Aber was genau ist „zu hoch“ und was ist akzeptabel?

Wie hoch sind die maximalen Versandkosten, die Du für eine Lieferung am nächsten Tag zu zahlen bereit wärst, wenn Du 15 €, 50 € oder 150 € für eine Bestellung in einem Onlineshop mit Sitz in deinem derzeitigen Aufenthaltsland aus gibst?



Die maximalen Versandkosten, die die europäischen Verbraucher für die Lieferung am nächsten Tag zu zahlen bereit sind, hängen von der Höhe der Ausgaben für eine Bestellung ab: Je teurer die Bestellung, desto mehr sind die Käufer bereit, für die Lieferung zu zahlen. In diesem Zusammenhang ist es wichtig darauf hinzuweisen, dass...

...40% der europäischen Verbraucher überhaupt nicht bereit sind für den Versand zu zahlen, wenn der Wert ihrer Bestellung 150 € übersteigt.

Überraschenderweise sind die durchschnittlichen Versandkosten, die Verbraucher bereit sind zu zahlen, im Vergleich zu 2020 für alle Bestellwerte drastisch gesunken.



Quelle: Sendcloud E-Commerce-Lieferkompass 2020/2021

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien



Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Hausgärtner und Sportler am großzügigsten


Beim Vergleich einzelner Produktkategorien stechen zwei von ihnen besonders hervor und heben den allgemeinen Durchschnitt deutlich an: die Kategorien  **Sport** und  **Haus & Garten**.

Sport:



Haus & Garten:



Bemerkenswert ist, dass vor allem in der Kategorie  **Sport** die durchschnittlichen Versandkosten, die Onlinekäufer für einen Bestellwert von 150 € zu zahlen bereit sind, bei satten 6,80 € liegen. Dies ist 1,60 € über dem europaweiten Durchschnitt und der höchste Wert in allen Produktkategorien und dazugehörigen Bestellwerten.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

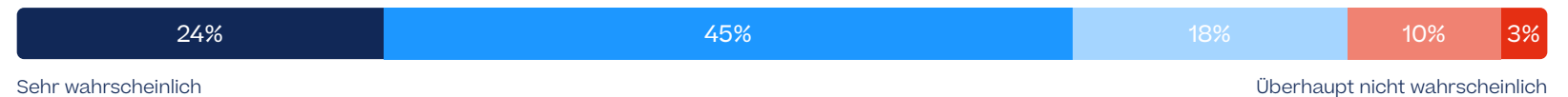
Über Sendcloud & Nielsen

Die gute Nachricht ist, dass 69% der europäischen Onlinekäufer wahrscheinlich ein weiteres Produkt in ihren Warenkorb legen, um die Schwelle für den kostenlosen Versand zu erreichen. Das Hinzufügen einer Schwelle

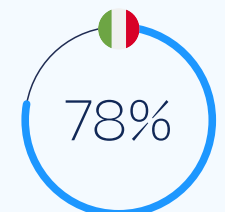
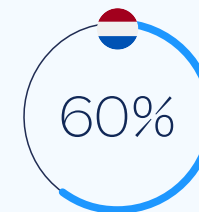
für den kostenlosen Versand ist daher der Schlüssel zu Versandstrategien im Jahr 2021, um sowohl den Umsatz als auch die Conversion zu steigern.

Wie wahrscheinlich ist es, dass Du ein weiteres Produkt in deinen Einkaufskorb legst, um die Schwelle für den kostenlosen Versand zu erreichen?

Skala von 1 „Sehr wahrscheinlich“ bis 5 „Überhaupt nicht wahrscheinlich“



Vergleicht man die Online-Einkäufer nach Ländern, so ist die Wahrscheinlichkeit, dass **spanische** (73%) und **italienische** (78%) Verbraucher ihrer Bestellung ein weiteres Produkt hinzufügen, um die Schwelle für den kostenlosen Versand zu erreichen, am größten. **Deutsche** (61%) und **niederländische** (60%) Verbraucher hingegen bilden in dieser Hinsicht das Schlusslicht.



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

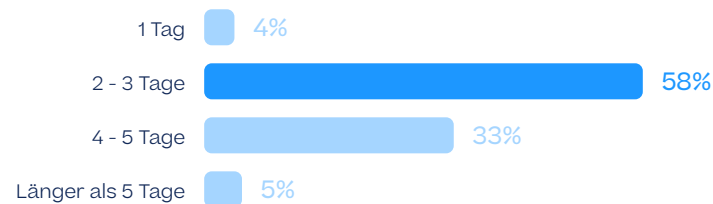
Über Sendcloud & Nielsen

Läuft der Lieferung die Zeit davon?

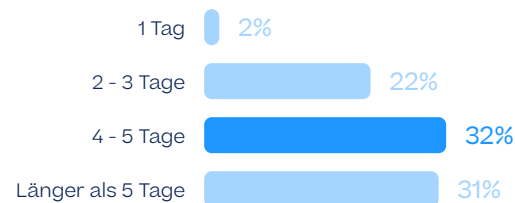
Fast jeder zweite Verbraucher in Europa (44%) bricht seinen Einkaufswagen ab, wenn die geschätzte Lieferzeit zu langsam ist. Aber was genau ist „zu“ langsam?

Bei einer Standardlieferung erwarten europäischen Verbraucher, dass ihre Bestellung in etwa 3 Tagen geliefert wird, während sie maximal 5 Tage darauf warten möchten.

Wenn ein Onlineshop den Standardversand als Hauptversandart angibt, wie lange dauert der Versand deiner Meinung nach dann?



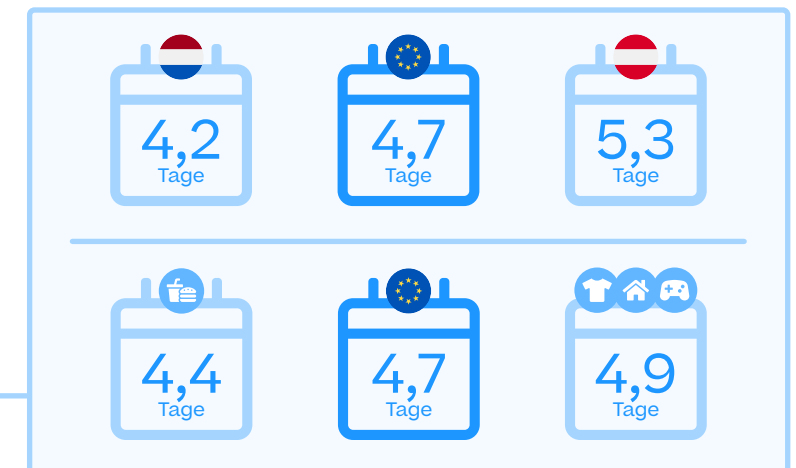
Wie viele Tage möchtest Du maximal auf die Lieferung eines Onlinekaufs warten?



In den Niederlanden erwarten die Verbraucher die schnellsten Lieferzeiten, während die österreichischen Onlinekäufer am geduldigsten sind.

Wenn es um die Lieferzeiten geht, ist die höchste Flexibilität in den Kategorien **Mode & Accessoires**, **Spielzeuge**, **Bücher & Spiele** und **Haus & Garten** zu finden. Die Kategorie, in der Onlinekäufer am wenigsten bereit sind, auf die Lieferung zu warten, ist **Lebensmittel & Getränke**. Ein möglicher Grund könnte dafür sein, dass es sich hier um Produkte handelt, die man sofort braucht.

Durchschnittlich erwartete maximale Lieferzeiten



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

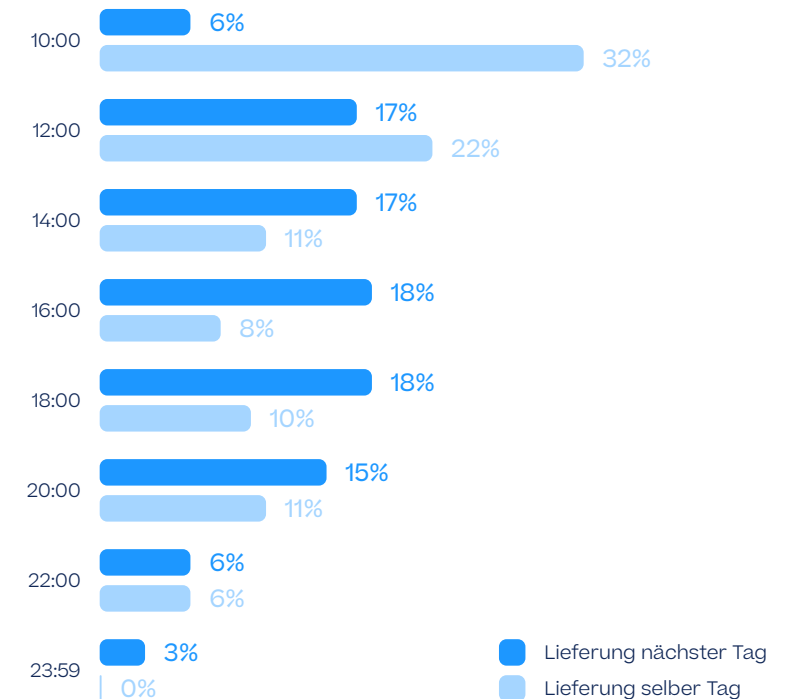
Über Sendcloud & Nielsen

Hohe Erwartungen in Bezug auf die Cut-off-Zeiten

Wie bereits erwähnt ist die Standardzustellung nicht so schnell, wie Verbraucher es gerne hätten, aber sie hängt davon ab, wie schnell ihre Produkte versandfertig sind. Wie sehen also die Erwartungen an die Cut-off-Zeiten aus, wenn die angebotene Liefermethode entweder die Lieferung am nächsten Tag oder sogar am selben Tag sein soll?

Onlinehändler verlängern ihre Cut-Off-Zeiten kontinuierlich, um ihre Conversion Rate bis zu einem Punkt zu erhöhen, an dem dies nicht einmal mehr als Luxus erscheint: Größere Onlineshops bieten heute standardmäßig eine Lieferung am nächsten Tag an und in Großstädten wie London, Paris oder Berlin wird sogar eine Lieferung am selben Tag immer häufiger.

Bis wann glaubst Du, muss deine Bestellung für die Lieferung am nächsten Tag, bzw. am selben Tag spätestens eingegangen sein?



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

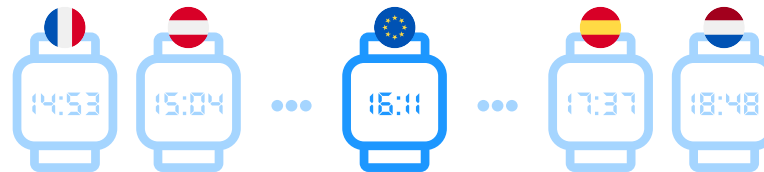
Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Im Durchschnitt glauben Verbraucher in Europa, dass Bestellungen, die kurz nach 16 Uhr aufgegeben werden, noch am nächsten Tag zugestellt werden, während dies bei der Zustellung am selben Tag bis kurz vor 14 Uhr der Fall ist.

Ø erwartete Cut-off-Zeiten bei **Lieferung am nächsten Tag**



Ø erwartete Cut-off-Zeiten bei **Lieferung am selben Tag**



Die Erwartungen variieren jedoch stark innerhalb Europas. Die erwartete Bestellzeit für die Lieferung am nächsten Tag ist in den **Niederlanden** mit 19 Uhr am spätesten und in **Frankreich** am frühesten (kurz vor 15 Uhr). Für die Lieferung am selben Tag ist die erwartete Bestellzeit in **Italien** und **Spanien** am spätesten (16 Uhr) und in **Frankreich** am frühesten (12 Uhr).



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Flexible Liefermethoden sind wichtig

Wir haben bereits festgestellt, dass fast jeder fünfte europäische Verbraucher (18%) seinen Einkaufswagen während des Bestellvorgangs abbricht, wenn die bevorzugte Versandart nicht verfügbar ist. Werfen wir einen Blick auf die bevorzugten Versandmethoden bei Online-Bestellungen.

In Deutschland ist die Zustellung nach Hause die beliebteste Versandoption, in den Niederlanden die Lieferung am nächsten Tag oder die Briefkastenzustellung und in Frankreich der Versand an Service Points.



Große Unterschiede zwischen Boomer und Millennials

Es ist interessant festzuhalten, dass die Präferenzen für Liefermethoden zwischen den Generationen stark variieren, insbesondere zwischen Boomer und Millennials. Während zwei Drittel der 🗑️ **Boomer** eine Standardzustellung bevorzugen, tun dies nur 51% der 📱 **Millennials**. Flexible Zustellungsmethoden, wie Wochenendzustellung, Zustellung am selben Tag und Abendzustellung sind bei Millennials deutlich beliebter als bei Boomer.

Welche Zustellungsarten würdest Du gerne beim Checkout auswählen, wenn Du Produkte online bestellst?

Mehrfachnennungen möglich.

Standardlieferung nach Hause



Lieferung am gewünschten Tag



Lieferung am nächsten Tag



Abholung in einer Filiale vor Ort



Lieferung am Wochenende



Lieferung am selben Tag / Lieferung am Abend



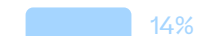
Lieferung an einer Service Point / CO2-neutrale Lieferung



Lieferung an Briefkasten/ Lieferung an Paketfach



Lieferung am Sonntag



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

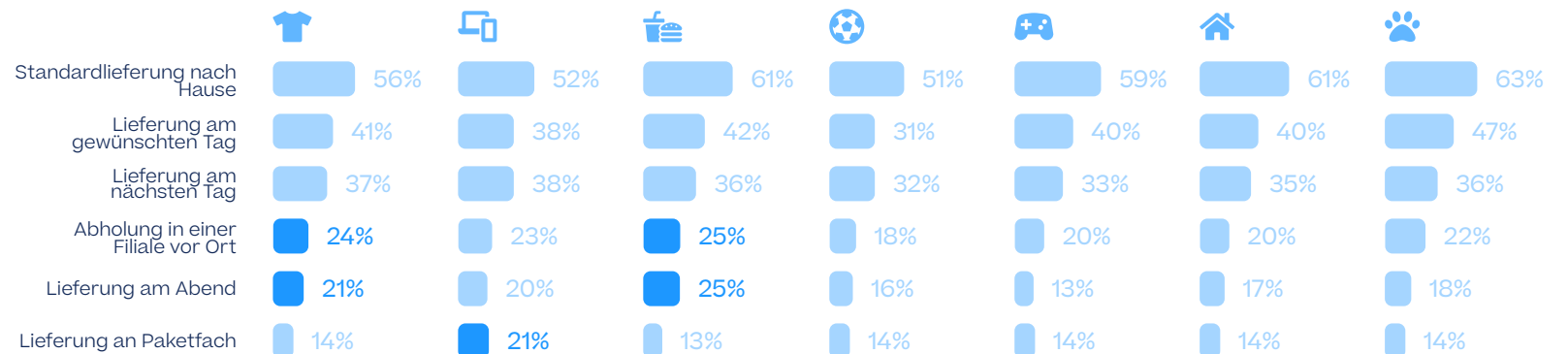
Die Produktkategorie beeinflusst die Präferenz

Interessant ist, dass die Standardlieferung nach Hause zwar über alle Produktkategorien hinweg die bevorzugte Liefermethode ist, es aber für bestimmte Produktkategorien Liefermethoden gibt, die von den europäischen Onlinekäufern deutlich stärker bevorzugt werden.

Während die Wochenend- und Abendzustellung in den Kategorien **Mode & Accessoires** sowie **Lebensmittel & Getränke** einen relativ hohen Anteil hat, liegt der Anteil der Paketfachzustellung in der Kategorie **Elektronik** mit 21% deutlich höher.

Welche Versandarten würdest du gerne im Checkout auswählen, wenn du Produkte online bestellst?

Mehrfachnennungen möglich.



Aufgepasst!

Die Verwendung einer einzigen Versandart mit hohen Versandkosten kann problematisch sein. Das Einzige, was Du dadurch gewinnen kannst, ist der Abbruch des Einkaufs. Die Lösung, die dir zur Verfügung steht, ist also ganz einfach: Biete verschiedene Liefermethoden für deine Produkte an, um den Umsatz zu halten und noch weiter zu steigern als bisher! Das ist nicht für jede Art von Produkt oder Dienstleistung erforderlich - das Wichtigste ist die Anpassung an die lokalen Präferenzen, damit die Kunden das bekommen, was ihren Bedürfnissen am besten entspricht und auch die Übereinstimmung mit den online verkauften Artikeln.

Teil 2

Versand & Lieferung

Der Versand kann für die Verbraucher lästig sein, ist aber auch eine Chance für dein Unternehmen, dich von der Masse abzuheben. Jeder Versanddienstleister hat seine eigenen Stärken. Biete Onlinekäufern also eine Auswahl an flexiblen Versandmöglichkeiten mit unterschiedlichen Liefermethoden, Preisen und Dienstleistungen an, damit dein Kunde je nach Bedarf oder Budget die perfekte Option hat. Fast jeder zweite europäische Verbraucher hat klare Präferenzen bei der Auswahl eines Paketdienstes auf der Grundlage der angebotenen Dienstleistungen. Lass uns einen Blick auf die Faktoren werfen, die beim Thema Versand und Lieferung zu berücksichtigen sind.



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Nutze Versandaspekte zu deinem Wettbewerbsvorteil

Wie wir bereits gesehen haben, kann der Versand ein wichtiger Grund dafür sein, dass Verbraucher den Checkout verlassen. Was ist bei der Lieferung von Produkten am wichtigsten? Angenommen es gibt zwei Onlineshops, die genau das gleiche Produkt zum gleichen Preis verkaufen, dann sind es die folgenden Lieferaspekte, die die Entscheidung eines europäischen Verbrauchers beeinflussen, wo er einen Artikel kauft.

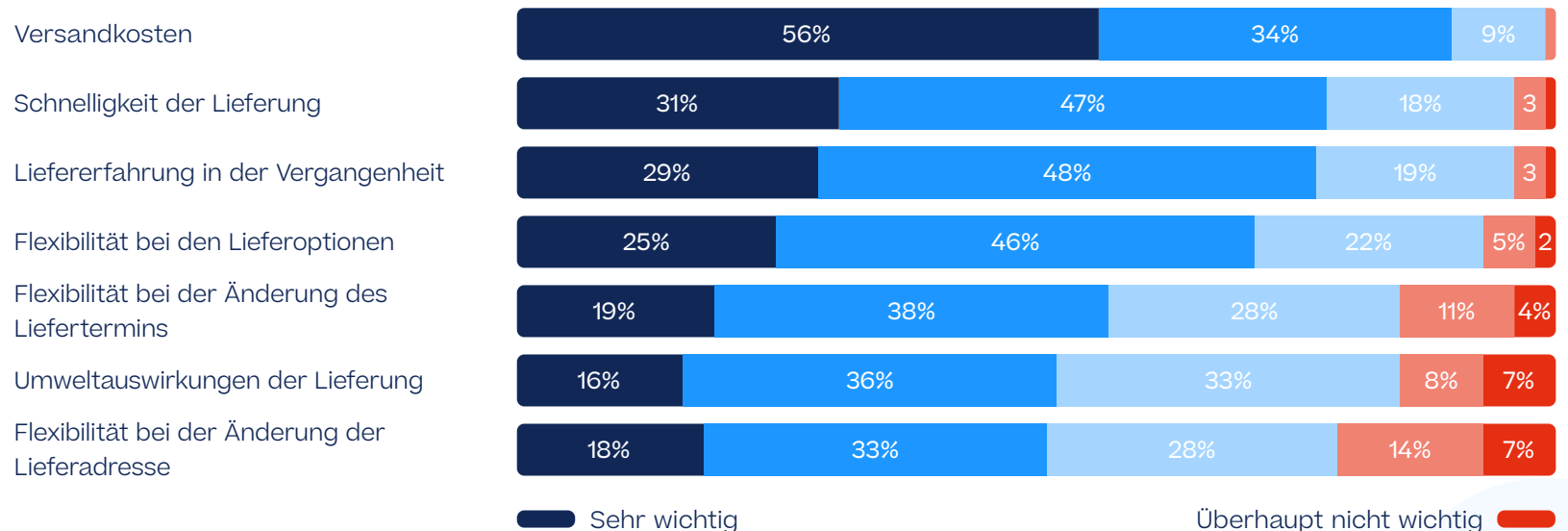
Die Hauptgründe für die europäischen Verbraucher, sich für ein bestimmtes Online-Geschäft zu entscheiden, sind die

Versandkosten (91%), die Schnelligkeit der Lieferung (78%) und die Erfahrungen mit der Lieferung in der Vergangenheit (77%).

Für **italienische** und **spanische** Verbraucher sind die Versandkosten, die Liefergeschwindigkeit und eine vorherige Lieferererfahrung die wichtigsten Aspekte, um sich für einen bestimmten Onlineshop zu entscheiden.



Wie wichtig sind dir folgende Aspekte, damit Du dich beim Kauf für einen bestimmten Onlineshop gegenüber einem anderen entscheidest? Skala von 1 „Sehr wichtig“ bis 5 „Überhaupt nicht wichtig“



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Schnelligkeit der Zustellung als Premium-Dienstleistung

Europäische Verbraucher nennen die Liefergeschwindigkeit als einen der wichtigsten Faktoren beim Online-Einkauf. Aber inwieweit gibt es diese Präferenzen und worauf kommt es genau an, wenn es um die Liefergeschwindigkeit geht?

In allen Ländern wird die Möglichkeit, den Zeitpunkt der Zustellung zu wählen (76%), als am wichtigsten angesehen, während die Änderung der Zustellzeit, wenn das Paket bereits unterwegs ist (57%), am wenigsten wichtig ist.

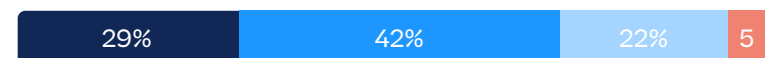
Inwieweit stimmst Du mit den folgenden Aussagen überein?

Skala von 1 „Stimme voll und ganz zu“ bis 5 „Stimme überhaupt nicht zu“.

Ich möchte den Zeitraum für die Zustellung wählen können.



Ich möchte den genauen Tag der Zustellung wählen können.



Ich möchte die Zustellzeit meines Pakets ändern können, wenn es bereits unterwegs ist.



Stimme voll und ganz zu

Stimme überhaupt nicht zu

Rrrrrápido!

Von allen befragten Ländern sind es die **spanischen Verbraucher**, die die Lieferzeiten im Allgemeinen als den wichtigsten Faktor betrachten.



Millennials sind am anspruchsvollsten, wenn es um Premiumdienste geht

Wenn es um Premiumdienste geht, sticht besonders eine Generation hervor: 🇺🇸 **Millennials**. 66% der Millennials möchten die Möglichkeit haben, die Lieferzeit zu ändern, wenn das Paket bereits unterwegs ist und 59% möchten die Lieferadresse flexibel ändern können - selbst nachdem das Produkt bereits versandt wurde. Millennials bevorzugen es auch, ihren Lieferstatus jederzeit im Blick zu haben: 72% würden gerne alle eingehenden Bestellungen über eine App verwalten, während nur 45% der 🇺🇸 **Boomer** diesen entsprechenden Bedarf haben.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Präferenzen für Versandunternehmen

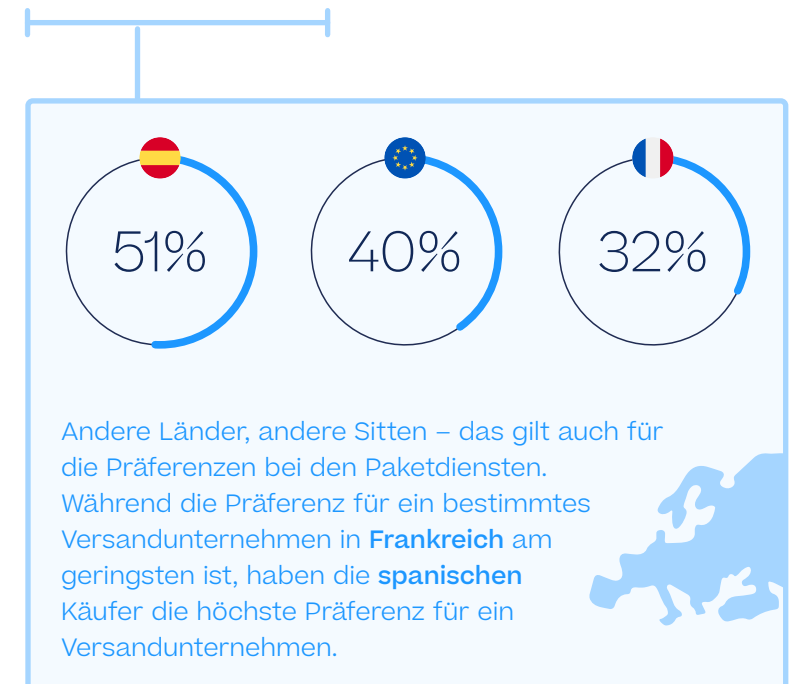
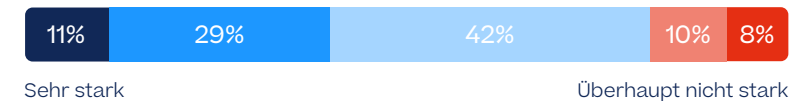
Ist es für europäische Onlinekäufer wichtig, welches Unternehmen ihre Bestellung ausliefert? Für die meisten spielt es keine Rolle, aber 40% haben eine Präferenz, wenn es um das Versandunternehmen geht. Im Jahr 2020 hatte für fast die Hälfte der europäischen Onlinekäufer (47%) der von einem Onlineshop angebotene Paketdienst einen Einfluss auf die Kaufentscheidung.

Verbraucher, die hauptsächlich in der Kategorie **Elektronik** bestellen, haben mit einem Anteil von 46% eine deutlich höhere Präferenz für ein bestimmtes Versandunternehmen. Ein möglicher Grund dafür könnte der höhere Bestellwert für Elektronik sein, der im Durchschnitt 154 € für das zuletzt bestellte Produkt beträgt (verglichen mit 110,30 € bei Gesamtbetrachtung aller Kategorien).

Generation Z und Millennials sind die wählerischsten Verbraucher

Während 46% der **Generation Z** und 50% der **Millennials** eine Präferenz haben, wenn es um das Versandunternehmen geht, lassen sich nur 30% der **Boomer** von den angebotenen Versandunternehmen beeinflussen.

Wie stark bevorzugst Du ein bestimmtes Versandunternehmen für die Lieferung deines Produkts?



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Bevorzugte Versandunternehmen in ganz Europa

Im Allgemeinen haben 4 von 10 europäischen Verbrauchern eine starke Präferenz für ein bestimmtes Versandunternehmen. Wenn sie sich für ein bestimmtes Versandunternehmen entscheiden müssen, bevorzugen sie die Zustellung ihrer Pakete durch ihren nationalen Postdienst.

Interessant ist, dass die Tochtergesellschaften von DPD in den Niederlanden, im Vereinigten Königreich und in Österreich zu den Top 3 der bevorzugten Zustellunternehmen gehören.



Bevorzugte Versandunternehmen in ganz Europa

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Die Zustellunternehmen tragen die größere Verantwortung

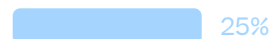
Im Zusammenhang mit einem verlorenen oder beschädigten Paket gibt die Hälfte der europäischen Onlinekäufer sowohl dem Onlineshop als auch dem Versandunternehmen die Schuld. Bei getrennter Betrachtung tragen die Zustellunternehmen für ein Viertel der Verbraucher die größere Verantwortung.

Stell dir vor, Du bestellst ein Produkt im Internet und das Paket ist beschädigt oder Du hast das Paket gar nicht erhalten. Wer sollte deiner Meinung nach die Verantwortung dafür übernehmen?

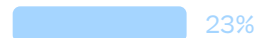
1. Sowohl der Onlineshop als auch das Versandunternehmen



2. Das Versandunternehmen



3. Der Onlineshop

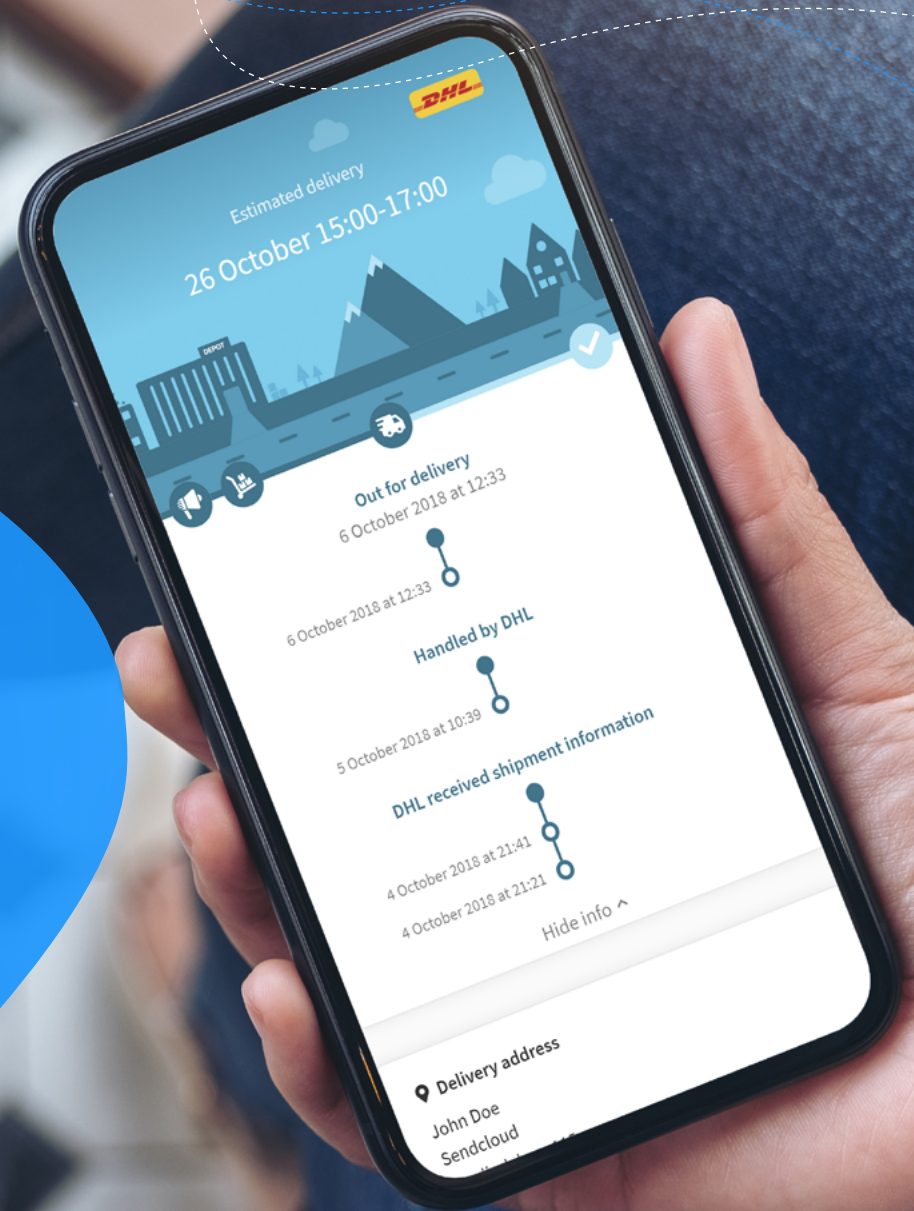


Auch in diesem Punkt sind länderspezifische Präferenzen zu erkennen. **Deutschen** Verbraucher weisen dem Versandunternehmen eine deutlich höhere Verantwortung bei Verlust oder Beschädigung zu, während **niederländische** und **spanische** Verbraucher dem Onlineshop deutlich häufiger die Schuld geben.



Teil 3 Tracking

Es ist klar, dass die Verbraucher wissen wollen, wo sich ihre Bestellung befindet, sobald sie bearbeitet wurde. Dies bietet Onlinehändlern die Chance, die Kundenzufriedenheit und die Zahl der Wiederholungskäufe zu erhöhen, indem sie in allen Phasen des Bestellvorgangs proaktiv alles kommunizieren: von der Bearbeitung bis zur Auslieferung und mit einem realistischen Ausblick darauf, wie lange die Auslieferung je nach Versandunternehmen dauern kann (und unter Berücksichtigung von Einschränkungen). Was wünschen sich die meisten Verbraucher, wenn es um die Kommunikation über den Status ihrer Bestellung geht? Lass es uns herausfinden!



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Tracking beeinflusst Wiederholungskäufe

Wie wir bereits gesehen haben, ist eine schlechte Erfahrung mit dem Paketdienst einer der Hauptgründe für europäische Verbraucher, einen Onlineshop einem anderen vorzuziehen. Die Möglichkeit des Trackings spielt dabei eine große Rolle, sodass ein Fünftel der europäischen Verbraucher überhaupt nicht mehr bei einem Onlineshop bestellen würde, wenn die Möglichkeit der Sendungsverfolgung nicht oder nur eingeschränkt gegeben ist.

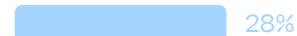
Verbraucher würden nur dann erneut bei einem Onlineshop mit begrenztem Tracking bestellen, wenn dieser einzigartige Produkte oder bessere Preise als die Konkurrenz anbietet.

Würdest Du erneut bei einem Onlineshop bestellen, wenn die Möglichkeit, die Sendung zu verfolgen, nicht oder nur eingeschränkt gegeben ist?

Ja, ich würde es tun, denn die Sendungsverfolgung ist mir nicht so wichtig.



Ja, ich würde es tun, wenn der Shop einzigartige Produkte anbietet.



Ja, ich würde es tun, wenn der Shop bessere Preise als die Konkurrenz anbietet.



Nein, ich würde es nicht tun, denn die Möglichkeit der Sendungsverfolgung ist mir wichtig.



Während für 29% der **deutschen** und 24% der **französischen** Verbraucher die Sendungsverfolgung ein Muss ist, um erneut bei einem Onlineshop zu bestellen, bilden **spanische** (14%) und **britische** Verbraucher (11%) hier deutlich das Schlusslicht.



Die 5 wichtigsten Produktkategorien, bei denen europäische Verbraucher die Sendungsverfolgung als ein Muss für eine erneute Bestellung ansehen.

In absteigender Reihenfolge



Haustierbedarf



Mode & Accessoires



Gesundheit & Pflege



Elektronik



Haus & Garten

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Die richtige Botschaft über den richtigen Kanal

Versandupdates sind ein wichtiger Bestandteil des Kundenerlebnisses und so ist es keine Überraschung, dass die europäischen Verbraucher gerne über den Lieferstatus ihrer Bestellung informiert werden. In diesem Bereich gibt es für Onlinehändler noch viel zu tun, da Aktualisierungen der Sendungsverfolgung heutzutage oft sehr standardisiert und unpersönlich sind. Das ist schade, denn dies ist genau der Moment, in dem die Verbraucher am meisten mit ihrer Bestellung beschäftigt sind!

Bevorzugte Kommunikationskanäle

Die europäischen Verbraucher erwarten Versandupdates hauptsächlich per E-Mail (72%). SMS (44%) ist ein guter zweiter Kanal, gefolgt von Apps der Paketdienste (28%) und WhatsApp (21%).

Vergleicht man Onlinekäufer nach Ländern, so ist der Anteil der Verbraucher aus **Deutschland** (79%) und den **Niederlanden** (79%) am höchsten, die die Sendungsverfolgung per E-Mail wünschen. SMS spielt für 71% der **französischen** Verbraucher eine relativ wichtige Rolle, während WhatsApp für 41% der **spanischen** und 37% der **italienischen** Verbraucher eine größere Bedeutung hat.



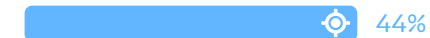
Wie möchtest Du über den Status deiner Bestellung informiert werden?

Mehrfachnennungen möglich.

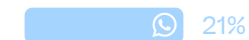
1. E-Mail



2. SMS



3. WhatsApp



4. Tracking-App des Paketdienstes



5. Facebook Messenger



6. Telegram



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Wachsendes Interesse an Tracking-Apps

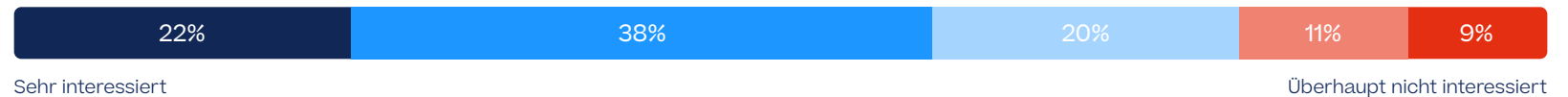
28% aller europäischen Verbraucher wollen über eine Tracking-App des Paketdienstes über den Status ihrer Bestellung informiert werden. Rückblickend hat sich dies im Vergleich zu 2020 (damals 24%) leicht erhöht.

Insgesamt ist ein wachsendes Interesse an Tracking-Apps zu beobachten, was auch von mehr als jedem zweiten europäischen Onlineshopper bestätigt wird. 60% sind daran interessiert sind, eine einzige App auf ihrem Smartphone zu nutzen, um den Überblick über alle ihre Pakete von verschiedenen Versandunternehmen zu behalten.

Das größte Interesse an einer einzigen Tracking-Anwendung besteht in **Italien** (68%), gefolgt von **Spanien** (68%), **Belgien** (65%) und dem **Vereinigten Königreich** (63%).



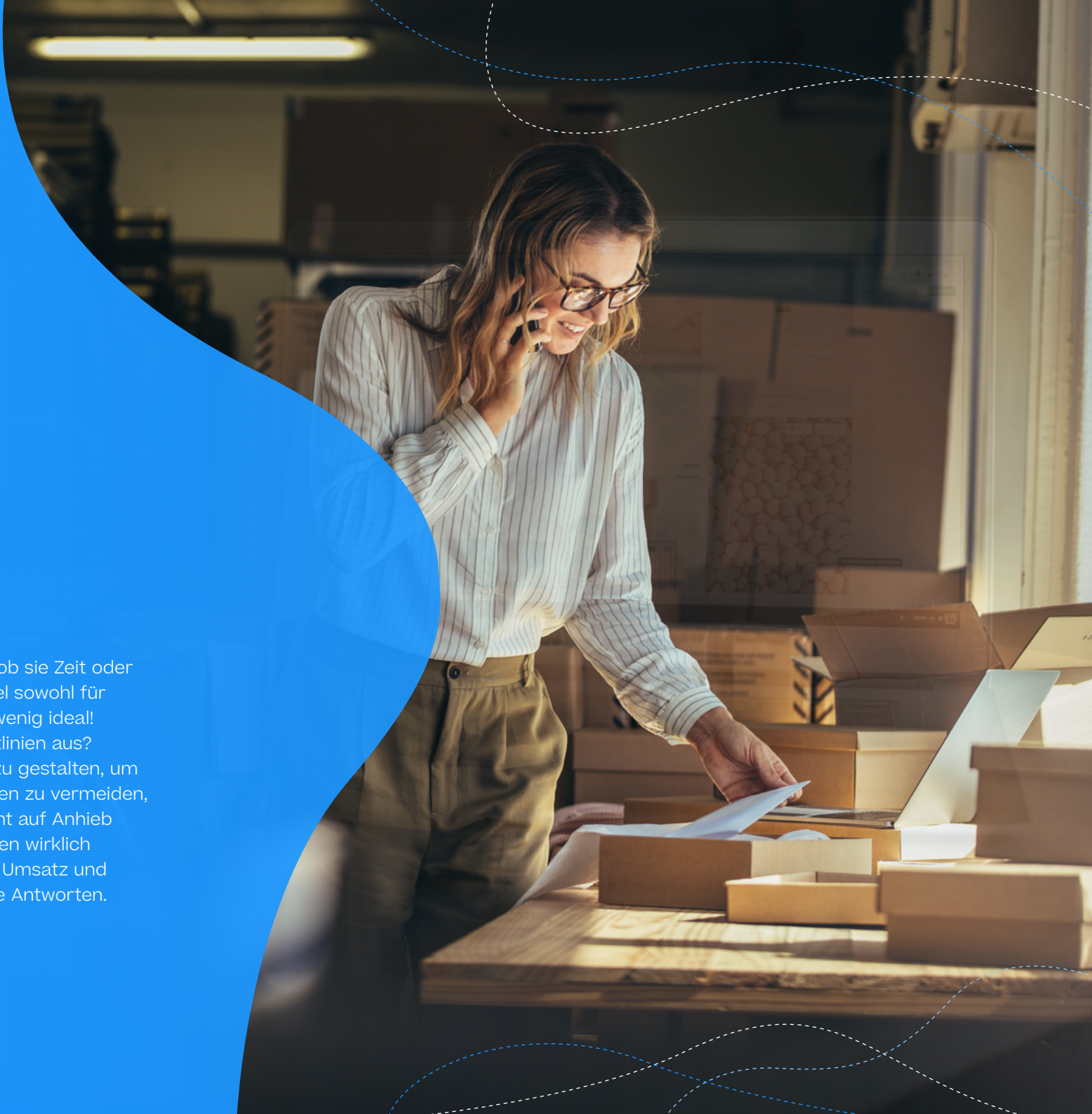
Wie interessiert wärst Du daran, eine einzige App auf deinem Smartphone zu nutzen, um den Überblick über all deine Pakete von verschiedenen Paketdiensten zu behalten? Skala von 1 „Sehr interessiert“ bis 5 „Überhaupt nicht interessiert“.



Teil 4

Retouren

Retouren sind immer ein Ärgernis. Egal, ob sie Zeit oder Geld kosten, das Ergebnis ist in der Regel sowohl für Onlinehändler als auch für ihre Kunden wenig ideal! Aber wie sieht es mit den Rückgaberichtlinien aus? Lohnt es sich deine Richtlinien lockerer zu gestalten, um potenzielle Umsatzeinbußen durch Kunden zu vermeiden, die Waren zurückschicken, die ihnen nicht auf Anhieb passen? Können deine Rückgaberichtlinien wirklich einen Unterschied machen, wenn es um Umsatz und Wiederholungskäufe geht? Wir haben die Antworten.



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Europäer lieben es, zu retournieren

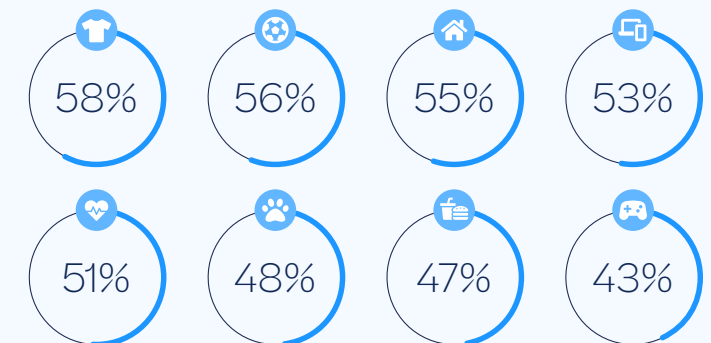
Wenn Du den Prozess der Retoure so einfach und effizient wie möglich gestalten willst, ist es wichtig, dass Du dir über eines im Klaren bist: Retouren sind unvermeidlich. Der aktuelle Stand der Retouren zeigt, dass mehr als die Hälfte der europäischen Onlinekäufer ein Produkt in der Regel zurückgeben, wenn sie nicht zufrieden sind. Fast ein Drittel sendet nur manchmal zurück und 16% senden ein Produkt überhaupt nicht zurück, wenn sie unzufrieden sind.

Gibst Du normalerweise ein Produkt zurück, wenn Du mit dem Produkt (oder dessen Qualität) nicht zufrieden bist?



Es kommt auf das Sortiment an

Im Durchschnitt liegt der Anteil der europäischen Verbraucher, die Produkte bei Unzufriedenheit zurückgeben, bei 52%. Die Unterschiede zwischen den einzelnen Produktgruppen sind allerdings groß: Bei **Mode & Accessoires** ist die durchschnittliche Rückgabequote mit 58% deutlich höher als die Gesamtquote, während europäische Onlinekäufer bei **Spielzeug, Bücher & Spiele** sowie **Lebensmittel & Getränke** am wenigsten zurückgeben.



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Retouren sind nach wie vor ein großes Ärgernis

Wie wir bereits festgestellt haben, gibt fast ein Drittel der europäischen Verbraucher nur manchmal ein Produkt zurück und 16% geben ein Produkt überhaupt nicht zurück, wenn sie unzufrieden sind. Die am häufigsten genannten Gründe sind, dass die Rückgabe zu viel Aufwand ist und die Kosten der Rückgabe in keinem Verhältnis zum Wert des Produkts stehen.

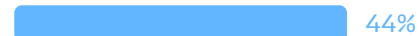
Warum gibst Du deine Produkte nicht zurück?

Mehrfachnennungen möglich.

1. Die Rückgabe ist für mich ein großer Aufwand



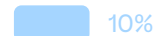
2. Die Rückgabe ist teurer als das Produkt zu behalten



3. Keine Möglichkeit zur Rückgabe



4. Ich habe es vergessen



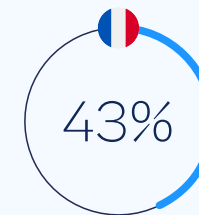
5. Andere oder unbekannte Gründe



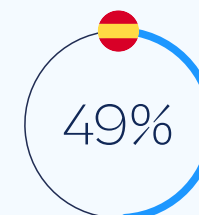
Die **Österreicher** sind die vergesslichsten Käufer in Europa, wenn es um die rechtzeitige Rückgabe eines Produkts geht: Fast ein Fünftel gibt dies als Grund für die Nichtrückgabe an.



Ein relativ hoher Anteil der **deutschen** Käufer (65%) gibt ein Produkt zurück, wenn sie nicht zufrieden sind. Wenn sie es nicht zurückgeben, sind die Gründe: Ein hoher Aufwand (47%) und die Rückgabe ist teurer als das Produkt zu behalten (38%).



Etwa 4 von 10 **französischen** Käufern (43%) geben ein Produkt zurück, wenn sie nicht zufrieden sind. Wenn sie es nicht zurückgeben, ist der Hauptgrund, dass die Rückgabe teurer ist als das Produkt zu behalten (höchster Anteil in Europa).



Etwa die Hälfte der **spanischen** Käufer retourniert, wenn sie nicht zufrieden sind. Wenn sie nicht retournieren, sind die Gründe: ein hoher Aufwand (51%) und eine vergleichsweise teure Rückgabe (zweithöchster Anteil in Europa).

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Verantwortung für Retouren übernehmen

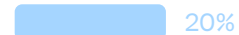
Wer ist für Retouren zuständig? Die europäischen Onlinekäufer sind der Meinung, dass Onlinehändler (60%) hauptsächlich für die Organisation und Bezahlung der Retoure ihrer Bestellung verantwortlich sind. Nur ein Bruchteil sieht die Verantwortung bei sich selbst (15%).

Wer ist deiner Meinung nach hauptsächlich für die Organisation und Bezahlung der nationalen Retouren verantwortlich?

1. Der Onlinehändler / Onlineshop



2. Beide, Onlinehändler und der Kunde



3. Der Kunde



Ich weiß es nicht



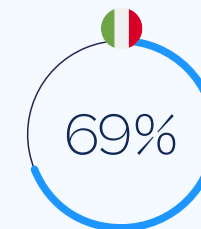
Im Vergleich zum europäischen Durchschnitt glaubt ein deutlich höherer Prozentsatz der Onlinekäufer in den **Niederlanden** (19%), im **Vereinigten Königreich** (19%), in **Deutschland** (17%) und in **Österreich** (17%), dass sie selbst für die Organisation und Bezahlung der Retoure verantwortlich sind.



Du denkst, dass niemand deine Rückgaberichtlinien überprüft?

Ob es dir gefällt oder nicht, die Fakten sprechen eine deutliche Sprache: 52% der europäischen Verbraucher prüfen immer die Rückgaberichtlinien, bevor sie sich für den Kauf eines Produkts in einem Onlineshop entscheiden.

Prüfst Du vor dem Kauf eines Produkts die Rückgaberichtlinien?



In **Italien** prüfen 69% der Onlinekäufer vor der Bestellung immer die Rückgaberichtlinien. **Spanien** liegt mit 65% an zweiter Stelle



Verbraucher aus dem **Vereinigten Königreich** scheinen sich weniger um die Rückgabebedingungen zu kümmern, denn nur 43% geben an, diese vor dem Kauf zu prüfen.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Wichtige Bestandteile einer conversionstarken Retourenpolitik

Mehr als die Hälfte der europäischen Verbraucher prüfen die Retourenrichtlinien, bevor sie eine Bestellung aufgeben. Aber was sind die wichtigsten Elemente, die sie in den Richtlinien finden wollen?

Europäischen Verbraucher wollen vor allem informiert werden über:



Kosten der Retoure



Ablauf der Retoure



Zeitpunkt der Rückerstattung



Länge der Rückgabefrist

Was sind die wichtigsten Elemente einer Retourenpolitik für einen Onlineshop?

Mehrfachnennungen möglich.

1. Kosten der Retoure **67%**
2. Gebrauchsfertiges Retourenetikett **59%**
3. Zeitpunkt der Rückerstattung **46%**
4. Rücksendefrist **43%**
5. Möglichkeit, eine Retoure online einzureichen **40%**
6. Kontaktangaben des Onlineshops im Falle von Problemen **37%**
7. Verfolgung des Status einer Retoure **36%**

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Was muss man anbieten, damit die Kunden wiederkommen?

Die meisten Onlinehändler wissen bereits, dass eine gute Rückgabepolitik zu Wiederholungskäufen anregen kann. Aber was finden die Verbraucher wirklich wichtig?

1 Alternative Erstattungsmöglichkeiten

Die EU-Gesetzgebung für Online-Retouren besagt, dass die Erstattung von Retouren maximal 14 Tage nach Erhalt einer Retouren-Benachrichtigung dauern darf. 46% der Verbraucher möchten jedoch vor dem Kauf wissen, wann sie mit der Erstattung rechnen können. Zusätzlich zu der gesetzlich vorgeschriebenen Rückerstattung ist es eine gute Strategie, Onlinekäufern einen Sofortgutschein als „Fast-Track“-Rückerstattung für deinen Onlineshop anzubieten, sobald Du eine Retouren-Benachrichtigung erhalten hast. So hältst Du deine Kunden bei Laune, ohne sie zu lange auf ihre Rückerstattung warten zu lassen und steigerst gleichzeitig deine Umsätze und Wiederholungskäufe.

2 Kostenlose Retouren

Kostenlose Retouren führen fast immer zu mehr Käufen. Es liegt an dir zu testen, ob dies am Ende zu einem höheren Gewinn führt. Wenn Du darauf bestehst, dass die Verbraucher für die Retoure zahlen, dann gib ihnen einen Rabattgutschein für deinen Onlineshop im Wert der Rücksendekosten für ihre nächste Bestellung. Verringere die Wahrscheinlichkeit von Retouren, indem Du deinen Produktseiten besondere Aufmerksamkeit schenkst und Bestellungen sorgfältig verpackst.

3 Einfaches und schnelles Retourenverfahren

Es klingt logisch: für Verbraucher ist eine leicht zu findende und klare Retourenpolitik extrem wichtig. Allerdings machen viele Onlineshops hier bereits Fehler, was schade ist, denn 85% der Verbraucher prüfen manchmal oder regelmäßig die Rückgaberichtlinien, bevor sie etwas kaufen.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Rücksendekosten sind entscheidend für den Kauf

Europäer sind sehr preisbewusste Kunden, wenn es um Online-Einkäufe und die Übernahme von Versand- und Rücksendekosten geht. So ist es auch keine große Überraschung, dass 74% der europäischen Verbraucher nicht in einem Onlineshop bestellen, wenn sie für die Retoure selbst aufkommen müssen.

Ich würde nicht in einem Onlineshop bestellen, wenn ich die Kosten für die Retoure selbst tragen müsste.

Skala von 1 „Stimme voll und ganz zu“ bis 5 „Stimme überhaupt nicht zu“.



Stimme voll und ganz zu

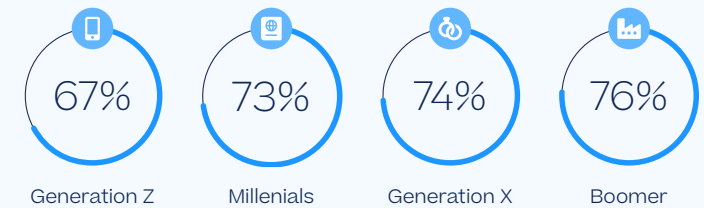
Stimme überhaupt nicht zu

Der Fluch der kostenlosen Retouren für die Modebranche

Von allen untersuchten Produktkategorien zeigen Onlinekäufer die signifikant höchste Zustimmung zur verpflichtenden kostenlosen Retoure (76%), wenn sie online in der Kategorie **Mode & Accessoires** bestellen. Angesichts dieser Zahlen ist es nicht überraschend, dass Modeeinzelhändler im Vergleich zu allen anderen Produktkategorien die höchsten Retourenquoten aufweisen.

Preissensibilität nimmt mit dem Alter zu

Interessant ist, dass Onlinekäufer bei Retouren umso preissensibler sind, je älter sie sind. **Boomer** sind die Generation, die am wenigsten bereit ist, Retourenkosten zu zahlen und sie haben mit 76% Zustimmung den deutlich höchsten Anteil, nicht bei einem Onlineshop zu bestellen, wenn sie die Retoure selbst bezahlen müssen.



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

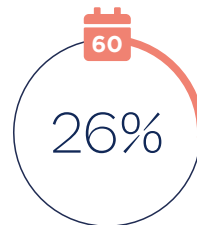
Psychologische Retourentaktiken

Vor allem während der ersten Lockdowns verlängerten viele Onlinehändler ihre Retourenfristen, um sicherzustellen, dass die Verbraucher ihre Bestellungen sicher zurückgeben können. Ein kluger Schachzug! Denn Verbraucher geben an, dass eine kurze Retourenfrist ein wichtiger Grund ist, nicht bei einem bestimmten Onlinehändler zu bestellen, während längere Retourenfristen zu weniger Retouren führen, weil die Kunden das Produkt mit der Zeit vergessen.

Eine längeren Retourenfrist könnte zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: den Umsatz steigern und Retouren reduzieren.

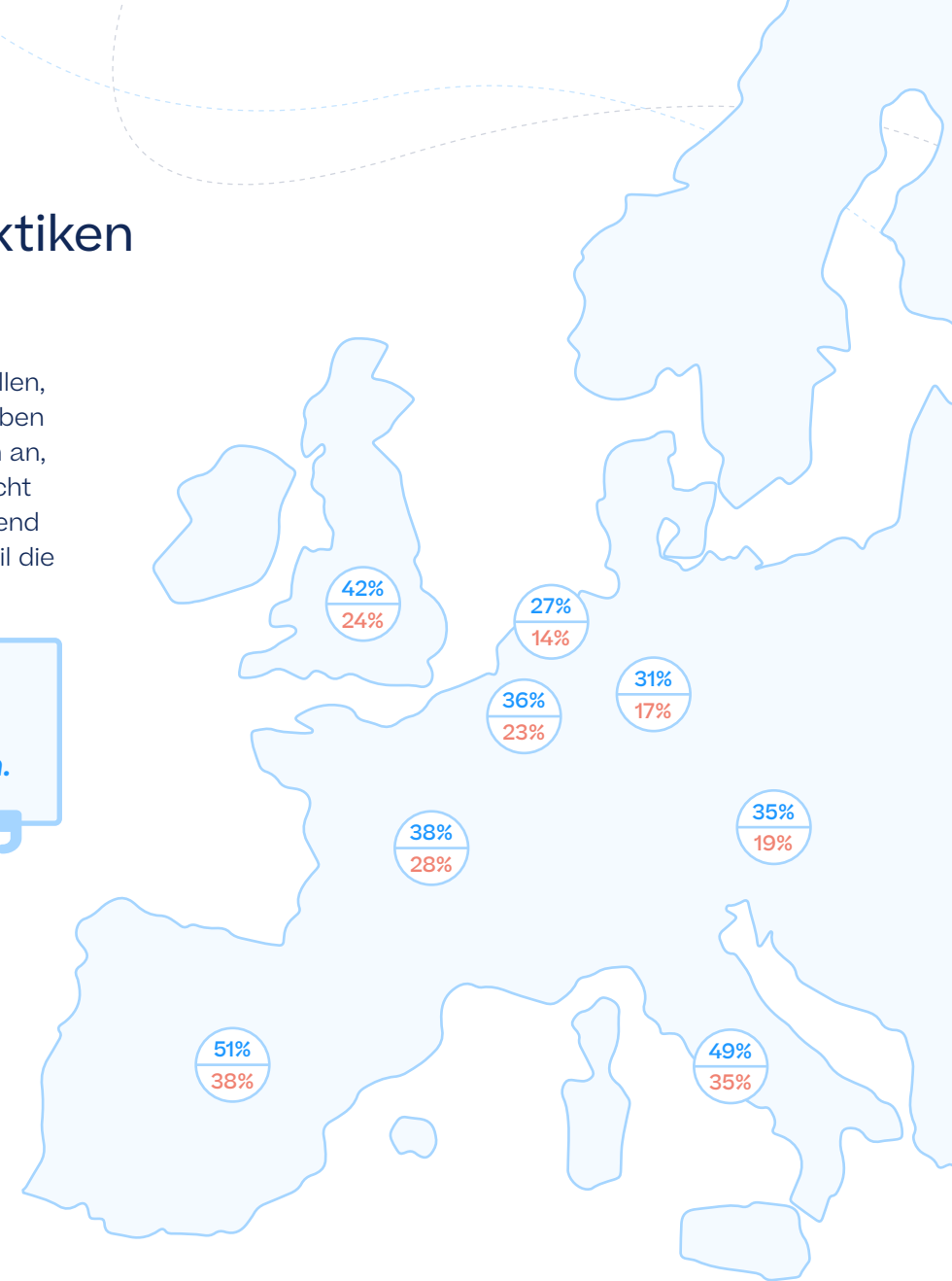


würden nicht in einem Onlineshop bestellen, wenn die Retourenfrist weniger als **30 Tage** beträgt.



würden nicht in einem Onlineshop bestellen, wenn die Retourenfrist weniger als **60 Tage** beträgt.

Die Einstellung zu längeren Retourenfristen scheint jedoch in Europa gespalten zu sein, wobei diese Taktik in Spanien wahrscheinlich stärker zum Tragen kommt, gefolgt von Italien und dem Vereinigten Königreich.



Der Prozentsatz der Verbraucher, die nicht bei einem Onlineshop bestellen würden, wenn die Retourenfrist weniger als **30 vs. 60 Tage** beträgt.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Die Auswahl an flexiblen Retourenoptionen ist wichtig

Wir haben bereits festgestellt, dass es eine Vielzahl von versandbezogenen Präferenzen unter den europäischen Verbrauchern für den Checkout gibt, die die Conversion antreiben. 90% der Onlinekäufer zeigen auch eine klare Präferenz, wenn es um die Retoure eines Pakets geht.

Wie möchtest Du ein Paket zurückgeben?

1. Das Paket zu einer Abgabestelle bringen (Post, Paketshop).

45%

2. Das Paket Zuhause / am Arbeitsplatz abholen lassen.

36%

3. Das Paket zu einem lokalen Geschäft des Onlinehändlers bringen.

10%

Das Paket zu einer Abgabestelle eines Versandunternehmens zu bringen, ist die beliebteste Retourenoption in allen europäischen Ländern (insbesondere in **Österreich** und **Deutschland**). Ausnahme: **Spanien** und **Italien**, wo die Abholung des Pakets zu Hause oder am Arbeitsplatz die beliebteste Retourenmöglichkeit ist. Die Retoure des Pakets über ein lokales Geschäft des Onlinehändlers wird besonders in **Spanien** und im **Vereinigten Königreich** bevorzugt.



Die Produktkategorie beeinflusst die Präferenz

Die höchste Präferenz zur Retoure eines Paketes über eine Abgabestelle existiert für Produkte aus der Kategorie **Mode & Accessoires**. Bei Produkten der Kategorie **Lebensmittel & Getränke** ziehen es die meisten europäischen Verbraucher hingegen vor, das Paket Zuhause / am Arbeitsplatz abholen zu lassen. In einigen Fällen kannst Du Bedingungen für Retouren und Erstattungen festlegen. So sind verderbliche Waren wie frische Lebensmittel und Molkereiprodukte oft von einer Retoure oder Erstattung ausgeschlossen.

Millennials heben sich wieder einmal ab

Mit einem deutlich höheren Anteil als die **Generation X** und die **Boomer** bevorzugen **Millennials** die Retoure über ein lokales Geschäft des Onlinehändlers. Ein möglicher Grund dafür könnte sein, dass sie es bevorzugen, ein Produkt sofort zurückgeben zu können und eine Rückerstattung zu erhalten.

Große Modeunternehmen wie H&M machen es vor: Onlinekäufer können ihre Online-Bestellungen in jeder H&M-Filiale kostenlos zurückgeben oder umtauschen. So spart das Unternehmen nicht nur Kosten, sondern lockt auch klimabewusste Verbraucher in das Geschäft, um neue potenzielle Umsätze zu generieren.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

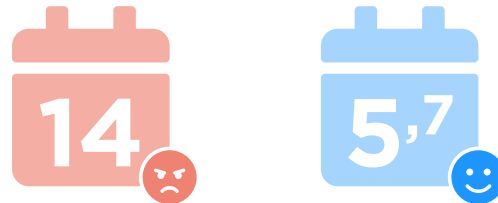
Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Retouren schnell abwickeln

Das EU-Recht für Online-Retouren besagt, dass die Erstattung von Retouren maximal 14 Tage dauern darf, nachdem Du eine Rücksendebenachrichtigung von deinem Kunden erhalten hast. Zeit genug, würdest Du sagen? Nun, nicht wenn Du deinen Kunden zufrieden stellen willst.



Leider sind europäischen Verbraucher nicht so geduldig und erwarten, dass ein Einzelhändler ihre Rückerstattung viel schneller bearbeitet: Im Durchschnitt sind die europäischen Onlinekäufer bereit, nur etwa 6 Tage nach Einreichen einer Retoure auf eine Rückerstattung zu warten.

Die Verbraucher sind geduldiger geworden

Verglichen mit 2020 ist die Bereitschaft in Europa, auf eine Erstattung zu warten, um durchschnittlich einen halben Tag gestiegen. In den **Niederlanden** und dem **Vereinigten Königreich** ist die Wartebereitschaft von durchschnittlich 5 Tage (2020) auf durchschnittlich 6 Tage (2021) gestiegen.

Ein möglicher Grund dafür könnte die COVID-19-Pandemie sein, die zu mehr Verständnis für Verzögerungen geführt hat: Die Verbraucher sind viel geduldiger bei der Lieferung ihrer Produkte und offener dafür, in Krisenzeiten längere Erstattungsfristen zu akzeptieren.

Spanische Verbraucher sind am ungeduldigsten, wenn es um ihre Rückerstattung geht: Sie sind höchstens bereit, 5 Tage darauf zu warten. **Österreichische** Verbraucher hingegen sind bereit, fast 7 Tage darauf zu warten. Aber 14 Tage? Auf keinen Fall!



Teil 5

Grenzüberschreitendes Shopping

Dein Unternehmen läuft gut und Du möchtest dich auf internationalen Märkten etablieren. Aber wie fängst Du an? Du bist nicht allein. Im Jahr 2016 waren nur 15% des E-Commerce grenzüberschreitend; Experten sagen voraus, dass diese Zahl bis 2022 bei 22% liegen wird. Grenzüberschreitender E-Commerce ist derzeit in aller Munde - aber wie stehen die Verbraucher dazu? Werfen wir einen genaueren Blick darauf!



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

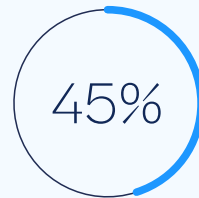
Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Einstellung zu grenzüberschreitenden Bestellungen

Fast jeder zweite europäische Onlinekäufer hat im vergangenen Jahr bei internationalen Onlineshops bestellt, sodass der Grenzübertritt für Onlinehändler durchaus eine interessante Gelegenheit sein kann.



45% der europäischen Onlinekäufer geben an, in den letzten 12 Monaten bei einem internationalen Onlinehändler bestellt zu haben.

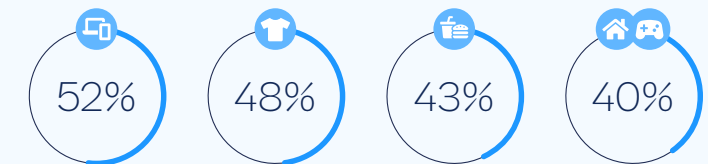
Brexit und EU-Regelungen führen zu einem Rückgang des grenzüberschreitenden E-Commerce

Der Anteil der europäischen Verbraucher, die grenzüberschreitend bestellen, ist von 53% im Jahr 2020 auf 45% gesunken. Dies ist wahrscheinlich auf den Brexit und das Auslaufen der Mehrwertsteuerbefreiung für Nicht-EU-Länder zurückzuführen.

Vor allem das Vereinigte Königreich sticht mit einem dramatischen Rückgang von 45% der Verbraucher, die im Jahr 2020 grenzüberschreitend bestellten, auf nur noch ein Drittel im Jahr 2021 hervor. Ein Blick auf die wichtigsten versandbezogenen Gründe für britische Verbraucher, nicht bei internationalen Onlineshops zu bestellen, zeigt, dass insbesondere die Auswirkungen von Versandkosten, Zoll und Retouren stark zugenommen haben.

Zwei herausragende Produktkategorien für den grenzüberschreitenden Einkauf

In den Kategorien **Mode und Accessoires** einerseits und **Elektronik** andererseits bestellten die europäischen Onlinekäufer ihre Produkte relativ häufig in internationalen Geschäften. Der Anteil der grenzüberschreitenden Online-Einkäufer ist in diesen beiden Produktkategorien deutlich höher als beispielsweise bei **Lebensmitteln & Getränken** (43%), **Spielzeuge, Bücher & Spiele** (40%) oder **Haus & Garten** (40%).



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

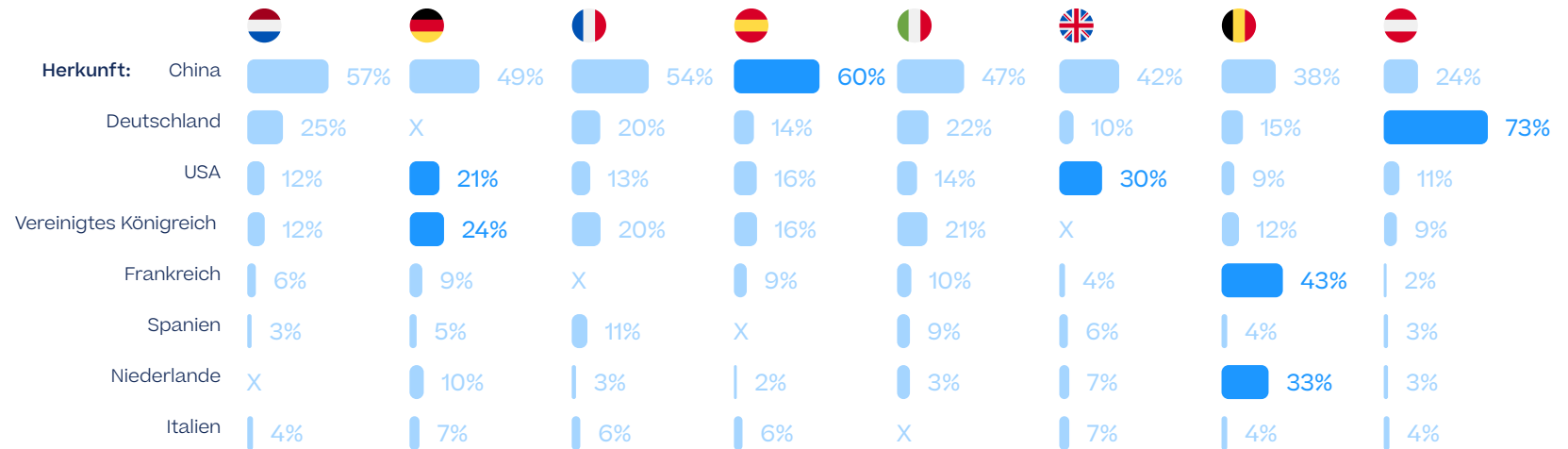
Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Aus welchem anderen Land hast Du in den letzten 12 Monaten am meisten bestellt?



Das beliebteste Land für Bestellungen aus dem Ausland ist in allen europäischen Ländern China, außer in Österreich und Belgien. Bei grenzüberschreitenden Bestellungen ist Deutschland für die Mehrheit der österreichischen Onlinekäufer das beliebteste Land, aus dem sie bestellen.

Bei den belgischen Verbrauchern sind Frankreich und die Niederlande die beliebtesten Länder für Bestellungen. Es ist wahrscheinlich, dass die Größe der beiden Länder und die geografische und sprachliche Nähe zu diesem Unterschied im grenzüberschreitenden Einkaufsverhalten beitragen.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Zu hohe Versandkosten schrecken ab

In den vorangegangenen Kapiteln haben wir gesehen, dass die Europäer sehr preisbewusste Kunden sind, wenn es um Onlineshopping geht. Es dürfte also keine große Überraschung sein, dass hohe Versandkosten (56%) die europäischen Verbraucher auch bei internationalen Bestellungen am ehesten abschrecken.

Weitere häufig genannte Gründe für europäische Verbraucher, nicht bei internationalen Onlineshops zu bestellen, sind, dass sie nicht wissen, ob Zollgebühren anfallen (47%), die intransparente Versanddauer (32%) und ein kompliziertes Retourenverfahren (43%). Jeder fünfte europäische Verbraucher spricht auch von mangelndem Vertrauen in den internationalen Versand, was mit den anderen genannten Gründen Hand in Hand geht.

Die Hauptgründe, die gegen eine Bestellung bei einem internationalen Shop sprechen, sind je nach Land recht unterschiedlich:

Deutsche (55%) und **belgische** (54%) Verbraucher meiden internationale Onlineshops insbesondere wegen der möglicherweise zu zahlenden Zollgebühren (mehr als der europäische Durchschnitt von 47%). Onlinekäufer aus dem **Vereinigten Königreich** und den **Niederlanden** haben deutlich mehr Vertrauen in den internationalen Versand (22%) als der europäische Durchschnitt von 19%.



Was wäre ein versandbezogener Grund, nicht bei einem internationalen Onlineshop zu bestellen?

Mehrfachnennungen möglich.

1. Die Versandkosten sind zu hoch.



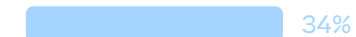
2. Ich muss möglicherweise für den Zoll bezahlen.



3. Ich kann das Produkt nicht (einfach) zurückschicken, wenn es mir nicht gefällt.



4. Die Lieferung dauert zu lange.



5. Ich weiß nicht, wie lange die Lieferung dauern wird.



6. Ich habe nicht genügend Informationen über die Lieferung.



7. Ich vertraue dem internationalen Versand nicht.



International gibt es großes Potenzial für Onlinehändler, solange die eigenen Kosten und die ihrer Kunden gesenkt werden können.

Teil 6

Die Zukunft des E-Commerce

Die Erwartungen der Verbraucher werden sich immer weiterentwickeln, insbesondere im E-Commerce. Die Onlinewelt verwandelt sich in einen Dschungel aus neuen Akteuren, Entwicklungen und Möglichkeiten. Was denken die Verbraucher über die neuesten Entwicklungen? Lass uns eintauchen.



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Wachsendes Bewusstsein für umweltfreundlichen Versand

Mehr als die Hälfte der Onlinekäufer (54%) sehen durch die Zunahme des elektronischen Handels ein Problem für die Umwelt und 52% geben an, dass sie lieber bei einem Onlineshop einkaufen, bei dem die Umweltbelastung durch die Lieferung geringer ist. Dennoch würden nur 8% eine Bestellung stornieren, wenn keine umweltfreundliche (CO2-neutrale) Lieferung möglich ist.

Interessant ist auch, dass mit steigendem Bestellwert ein großer Teil der europäischen Verbraucher nicht mehr dazu bereit ist, mehr für eine CO2-neutrale Lieferung zu zahlen, sondern auf kostenlosen Versand besteht.

Ab welchem Bestellwert würdest Du für die CO2-neutrale Zustellung keinen Aufschlag mehr zahlen wollen?

Mehrfachnennungen möglich.



Boomer - kaum Interesse am klimaneutralen Versand

Bei den einzelnen Altersgruppen zeigen **Boomer** (23%) deutlich mehr Desinteresse an umweltfreundlichen Lieferungen als die **Generation Z** (10%), **Millennials** (14%) oder die **Generation X** (20%).

Generation X ist auch die Altersgruppe, die zugunsten umweltfreundlicher Versandmethoden am ehesten den Shop wechseln würde.

Große Relevanz bei Lebensmitteln & Getränken

Umweltfreundlicher Versand wird am meisten in der Kategorie Lebensmittel & Getränke bevorzugt, wo jeder fünfte Verbraucher den Onlineshop wechseln würde, wenn ein anderer diesen anbietet. Ein möglicher Grund dafür könnte sein, dass die Verbraucher versuchen, ihr schlechtes Gewissen und die durch ihre Online-Einkäufe verursachten Emissionen mithilfe des grünen Versands zu kompensieren. Schließlich hätte man sich den Online-Einkauf von Lebensmitteln sparen können, indem man zum nächsten Supermarkt oder zum örtlichen Bauern gegangen wäre.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Verpackungsmaterial in der Kritik

Wenn es um die Logistik im E-Commerce geht, sind europäische Verbraucher vor allem über die Verpackung besorgt: 78% sind der Meinung, dass das Verpackungsmaterial vollständig recycelbar sein sollte und 67% finden, dass oft zu viel Verpackungsmaterial für den Versand ihrer Bestellungen verwendet wird.

In welchem Maße stimmst Du den folgenden Aussagen zu?

Skala von 1 „Stimme voll und ganz zu“ bis 5 „Stimme überhaupt nicht zu“.

Ich finde die Verpackung (Material) von online bestellten Produkten sollte vollständig recycelbar sein.



Ich glaube, dass Onlineshops oft zu viel Verpackungsmaterial verwenden, um ihre Bestellungen zu versenden.



Stimme voll und ganz zu

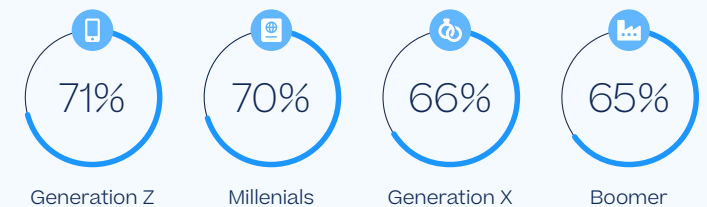
Stimme überhaupt nicht zu

Seit 2020 hat sich nicht viel getan

Ein Blick auf die Ergebnisse des letzten Jahres zeigt, dass auch 2020 die Verpackung die größte Sorge darstellte. Der Anteil der europäischen Verbraucher, die Bedenken bezüglich der Verpackung haben, ist im Vergleich zum Vorjahr sogar um 1 Prozentpunkt gestiegen. Dies deutet darauf hin, dass sich in diesem Bereich in einem Jahr nicht viel getan hat und Onlinekäufer immer noch der Meinung sind, dass sich hier dringend etwas tun muss.

Generation Z ist stärker involviert und besorgt

Betrachtet man die einzelnen Altersgruppen, so zeigt sich die **Generation Z** (71%) deutlich besorgter über zu viel Verpackungsmaterial als **Boomer** (65%). Generell zeigt ein europaweiter Vergleich, dass der Anteil der besorgten Onlinekäufer in Bezug auf zu viel Verpackungsmaterial mit zunehmendem Alter abnimmt.



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

(Noch) keine Zustimmung für intelligente Zustellmethoden

Smart Locks sind schon seit mehreren Jahren Teil von Trendberichten. Mit ihnen können Pakete direkt ins Haus geliefert werden, ohne dass der Kunde zu Hause sein muss, was die Hauszustellung einfacher denn je macht. Zumindest ist das die Idee. Wie sieht es mit der Akzeptanz in Europa aus?

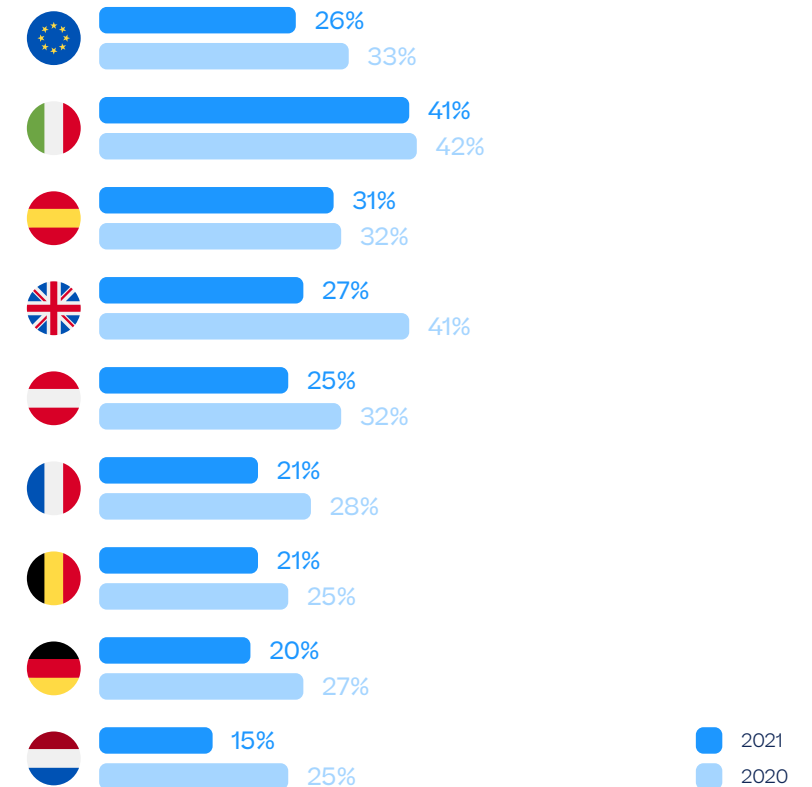
Im Allgemeinen stehen die meisten europäischen Onlinekäufer dieser neuen Technologie nicht sehr positiv gegenüber: Nur 26% sind bereit, ein intelligentes Schloss an ihrer Tür zu verwenden. In Italien und Spanien sind Onlinekäufer am positivsten eingestellt, in Deutschland und den Niederlanden hingegen am kritischsten.

Interessanterweise ist im Vergleich zu 2020 sowohl im europäischen Durchschnitt als auch auf lokaler Ebene ein Rückgang des Interesses und der Zustimmung zur Verwendung solcher intelligenter Schlösser festzustellen. Den größten Sinneswandel erlebten hier die **britischen** Verbraucher. Während sich 2020 noch 41% für solche intelligenten Schlösser aussprachen, sind es in diesem Jahr nur noch 27%.

Daraus lässt sich schließen, dass es für zukunftsweisende Liefermethoden, wie intelligente Schlösser, vielleicht noch zu früh ist. Es wird spannend sein zu sehen, wie sich die intelligente Zustellung in den nächsten Jahren entwickeln wird.

Ich bin bereit, ein intelligentes Schloss an meiner Tür zu verwenden, um Pakete zu erhalten, wenn ich nicht zu Hause bin.

Summe aus „Stimme zu“ + „Stimme voll und ganz zu“ auf einer Skala von 1 bis 5.



Marktführer & Profile

Nachdem wir die Präferenzen der europäischen Verbraucher erfasst haben - welche Entscheidungen sie vor dem Kauf treffen, wie sie ihre Produkte versandt und geliefert haben möchten, in welchem Umfang sie über den Versandprozess informiert werden möchten, was sie sich in Bezug auf Retouren wünschen, in welchen Ländern sie Produkte online kaufen und warum und nicht zuletzt, was sie über die neuesten Trends und zukünftigen Entwicklungen denken - lassen wir die herausragendsten lokalen Highlights pro Land Revue passieren, damit Du sie zu deinem Wettbewerbsvorteil nutzen kannst.





Marktführer Vereinigtes Königreich

Das Vereinigte Königreich ist einer der wichtigsten Märkte für den internationalen E-Commerce und der größte in Europa. Die Verbreitung der Internetnutzung ist hier am höchsten. Daher ist es nicht verwunderlich, dass die jährliche Wachstumsrate enorm ist. Doch auf einem führenden Markt sind die Verbraucher Bequemlichkeit gewöhnt. Welche Präferenzen haben britische Käufer beim Online-Einkauf also?

- ✓ +700.000 Onlinehändler
- ✓ 18% Wachstum im E-Commerce im Jahr 2020
- ✓ 87% der Bevölkerung haben Produkte online gekauft



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

KAUFVERHALTEN

Britischen Verbraucher haben die höchste Bestellhäufigkeit im Internet. Fast ein Drittel der britischen Verbraucher kauft einmal pro Woche oder öfter online ein, wobei Millennials den größten Anteil ausmachen.

91% kaufen auf
Marktplätzen,

gefolgt von Onlineshops (77%). Das Königreich hat den höchsten Prozentsatz von Online-Käufen über soziale Medien (27%).

Beliebteste Kategorien für den Onlinekauf:



Mode & Accessoires



Speisen & Getränke



Haus & Garten

89,50 £ beträgt der
durchschnittliche Bestellwert.

Millennials geben deutlich mehr aus, durchschnittlich
139,70 £.

VERSANDPRÄFERENZEN

Die wichtigsten Gründe für den Abbruch einer Bestellung:



Die angegebenen Versandkosten sind zu hoch.



Die geschätzte Lieferzeit ist zu lang (> 4,6 Tage).

33% bevorzugen ein bestimmtes
Versandunternehmen.

Royal Mail wird am ehesten bevorzugt, gefolgt von DPD.

Bevorzugte Versandarten:



Standardlieferung nach Hause (64%)



Lieferung am nächsten Tag (33%)



Lieferung am gewünschten Tag (33%)

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

RETOUREN

85% retournieren regelmäßig Produkte, vorzugsweise über eine Annahmestelle.

55% erwarten, dass der Einzelhändler die Kosten übernimmt.

Wichtigste Elemente der Retourenpolitik:

 Die Kosten der Retoure (70%)

 Gebrauchsfertiges Retourenetikett (60%)

GRENZÜBERSCHREITENDER E-COMMERCE

31% bestellen bei internationalen Onlinehändlern.

Das ist der niedrigste Wert im europäischen Vergleich.

Gründe, nicht international zu bestellen:

 Hohe Versandkosten

 Kosten für den Zoll

 Der Aufwand für internationale Retouren

22% tendieren dazu, internationalen Shops weniger zu vertrauen.

Nur Deutsche (23%) sind noch misstrauischer.

Bei grenzüberschreitenden Online-Einkäufen kaufen die britischen Verbraucher am häufigsten hier ein:

 China (42%)

 USA (30%)



Marktführer Die Niederlande

Die Niederlande sind ein kleines Land, das aber eine große Rolle im E-Commerce spielt. Sie ist der sechstgrößte E-Commerce-Markt in Europa. Einheimische Anbieter wie Bol.com oder Coolblue können ihren Kunden großartige Dienstleistungen anbieten, da das Land klein ist und die Lieferung schnell erfolgen kann. Was bedeutet dies für das Online-Einkaufsverhalten und die Vorlieben der Niederländer?

- ✓ Fast 190.000 aktive Onlinehändler
- ✓ 19% Wachstum des E-Commerce im Jahr 2020
- ✓ +80% der Bevölkerung haben Produkte online gekauft



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

KAUFVERHALTEN

83% kaufen auf
Marktplätzen.

Der Versand sowohl über Onlinehändler (78%) als auch über Marktplätze (83%) ist bei niederländischen Onlinekäufern beliebt.

Beliebteste Kategorien für den Onlinekauf:



Mode & Accessoires



Elektronik



Spielzeuge, Bücher & Spiele

Den größten Anteil bei Mode & Accessoires macht die Generation Z (54%) aus.

96,70 € beträgt der durchschnittliche
Bestellwert.

Generation Z gibt deutlich mehr aus, durchschnittlich 129 €.

VERSANDPRÄFERENZEN

Die wichtigsten Gründe für den Abbruch einer Bestellung:



Die angegebenen Versandkosten sind zu hoch.



Die geschätzte Lieferzeit ist zu lang (> 4.2 Tage).

Generation Z ist bereit, bei teuren Produkten 7,40 € für den Versand zu bezahlen. Das sind 80% mehr als der Schnitt!

34% bevorzugen ein bestimmtes
Versandunternehmen,

wobei PostNL, gefolgt von DHL, am beliebtesten ist.

Bevorzugte Versandarten:



Standardlieferung nach Hause (57%)



Lieferung am nächsten Tag (45%)



Lieferung am gewünschten Tag (42%)

Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern sind den niederländischen Käufern die Abendzustellung (28%) und die Zustellung per Briefkasten (38%) am wichtigsten.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

RETOUREN

87% retournieren regelmäßig
Produkte,
vorzugsweise über eine Annahmestelle.

49% erwarten, dass der Einzelhändler
die Kosten übernimmt.
19% glauben, dass sie die Retoure selbst bezahlen müssen.

Wichtigste Elemente der Retourenpolitik

 **Die Kosten der Retoure (64%)**

 **Gebrauchsfertiges Retourenetikett (60%)**

GRENZÜBERSCHREITENDER E-COMMERCE

54% bestellen bei internationalen
Onlinehändlern.

Mehr als der europäische Durchschnitt von 45%.

Gründe, nicht international zu bestellen:



Kosten für den Zoll



Hohe Versandkosten



Der Aufwand für internationale Retouren

Bei grenzüberschreitenden Online-Einkäufen kaufen die niederländischen Verbraucher am häufigsten hier ein:



China (57%)



Deutschland (25%)



Marktführer Belgien

Viele Menschen vergleichen Belgien mit den Niederlanden. Aber im Bereich des E-Commerce sind sie recht unterschiedlich. Der belgische E-Commerce-Markt ist schnell gewachsen, insbesondere aufgrund des grenzüberschreitenden Versands, denn nur 15% der belgischen Unternehmen bieten ihre Produkte über eine Webseite an. Was können wir von einem Land lernen, in dem der E-Commerce nicht so weit entwickelt ist wie in vielen anderen Ländern?

- ✓ 52.000 Onlinehändler
- ✓ 17% Wachstum im E-Commerce in 2020
- ✓ 70% der Bevölkerung haben Produkte online gekauft



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

KAUFVERHALTEN

75% kaufen direkt bei
Onlinehändlern,
gefolgt von Marktplätzen (66%).

Beliebteste Kategorien für den Onlinekauf:



Mode & Accessoires



Elektronik



Spielzeuge, Bücher & Spiele

95,20 € beträgt der durchschnittliche
Bestellwert,
wobei es keine großen Unterschiede zwischen den
verschiedenen Altersgruppen gibt.

VERSANDPRÄFERENZEN

Die wichtigsten Gründe für den Abbruch einer Bestellung:



Die angegebenen Versandkosten sind zu hoch.



Die geschätzte Lieferzeit ist zu lang (> 4.9 Tage).

36% bevorzugen ein bestimmtes
Versandunternehmen,

wobei bpost am beliebtesten ist.

Bevorzugte Versandarten:



Standardlieferung nach Hause (54%)



Lieferung am gewünschten Tag (42%)



Lieferung am nächsten Tag (33%)

Ein hoher Anteil bevorzugt die Zustellung am Wochenende (29%), die Zustellung an Service Points (28%) und die Zustellung an Briefkästen (25%).

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

RETOUREN

78% retournieren regelmäßig Produkte, vorzugsweise über eine Annahmestelle.

57% erwarten, dass der Einzelhändler die Kosten übernimmt.

Wichtigste Elemente der Retourenpolitik

 Die Kosten der Retoure (63%)

 Gebrauchsfertiges Retourenetikett (62%)

GRENZÜBERSCHREITENDER E-COMMERCE

73% bestellen bei internationalen Onlinehändlern.

Mehr als der europäische Durchschnitt von 45%.

Gründe, nicht international zu bestellen:



Kosten für den Zoll



Hohe Versandkosten



Der Aufwand für internationale Retouren

Bei grenzüberschreitenden Online-Einkäufen kaufen belgische Verbraucher am häufigsten hier ein:



Frankreich (43%)



China (38%)



Die Niederlande (33%)



Marktführer Deutschland

Deutschland hat einen riesigen E-Commerce-Markt, der eine wichtige Rolle im deutschen Einzelhandel spielt. Marktplätze wie Amazon.de sind dort schon seit geraumer Zeit aktiv und dominieren den Markt. Die führenden Onlineshops machen 40% des gesamten E-Commerce-Umsatzes im Land aus. Was können wir sonst noch vom deutschen E-Commerce lernen?

- ✓ +406.000 Onlinehändler
- ✓ 19% Wachstum im E-Commerce im Jahr 2020
- ✓ 72% der Bevölkerung haben Produkte online gekauft



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks


Über Sendcloud & Nielsen

KAUFVERHALTEN

93% kaufen auf
Marktplätzen,
gefolgt von Onlineshops (67%).

Beliebteste Kategorien für den Onlinekauf:

 **Mode & Accessoires**

 **Elektronik**

 **Haus & Garten**

152,10 € beträgt der durchschnittliche
Bestellwert.

Millennials geben mit einem durchschnittlichen
Bestellwert von 233,10 € deutlich mehr aus. Am
meisten geben sie für Lebensmittel & Getränke aus.

VERSANDPRÄFERENZEN

Die wichtigsten Gründe für den Abbruch einer Bestellung:

 **Die angegebenen Versandkosten sind zu hoch.**


 **Die geschätzte Lieferzeit ist zu lang (> 4.9 Tage).**


47% bevorzugen ein bestimmtes
Versandunternehmen.

Am beliebtesten ist DHL, gefolgt von der Deutschen Post.

Bevorzugte Versandarten:

 **Standardlieferung nach Hause (66%)**

 **Lieferung am gewünschten Tag (35%)**

 **Lieferung am nächsten Tag (25%)**

Im europäischen Vergleich ist die Paketfachzustellung (17%)
besonders beliebt.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

RETOUREN

89% geben Produkte zurück,
vorzugsweise über eine Annahmestelle.

53% erwarten, dass der Einzelhändler die Kosten übernimmt.

Wichtigste Elemente der Retourenpolitik:

 Die Kosten der Retoure (71%)

 Gebrauchsfertiges Retourenetikett (61%)

GRENZÜBERSCHREITENDER E-COMMERCE

30% bestellen bei internationalen Onlinehändlern.
Weniger als der europäische Durchschnitt von 45%.

Gründe, nicht international zu bestellen:

 Hohe Versandkosten

 Kosten für den Zoll

 Der Aufwand für internationale Retouren

23% tendieren dazu, internationalen Shops weniger zu vertrauen.
Das ist der höchste Wert in Europa.

Bei grenzüberschreitenden Online-Einkäufen kaufen die deutschen Verbraucher am häufigsten hier ein:

 China (49%)

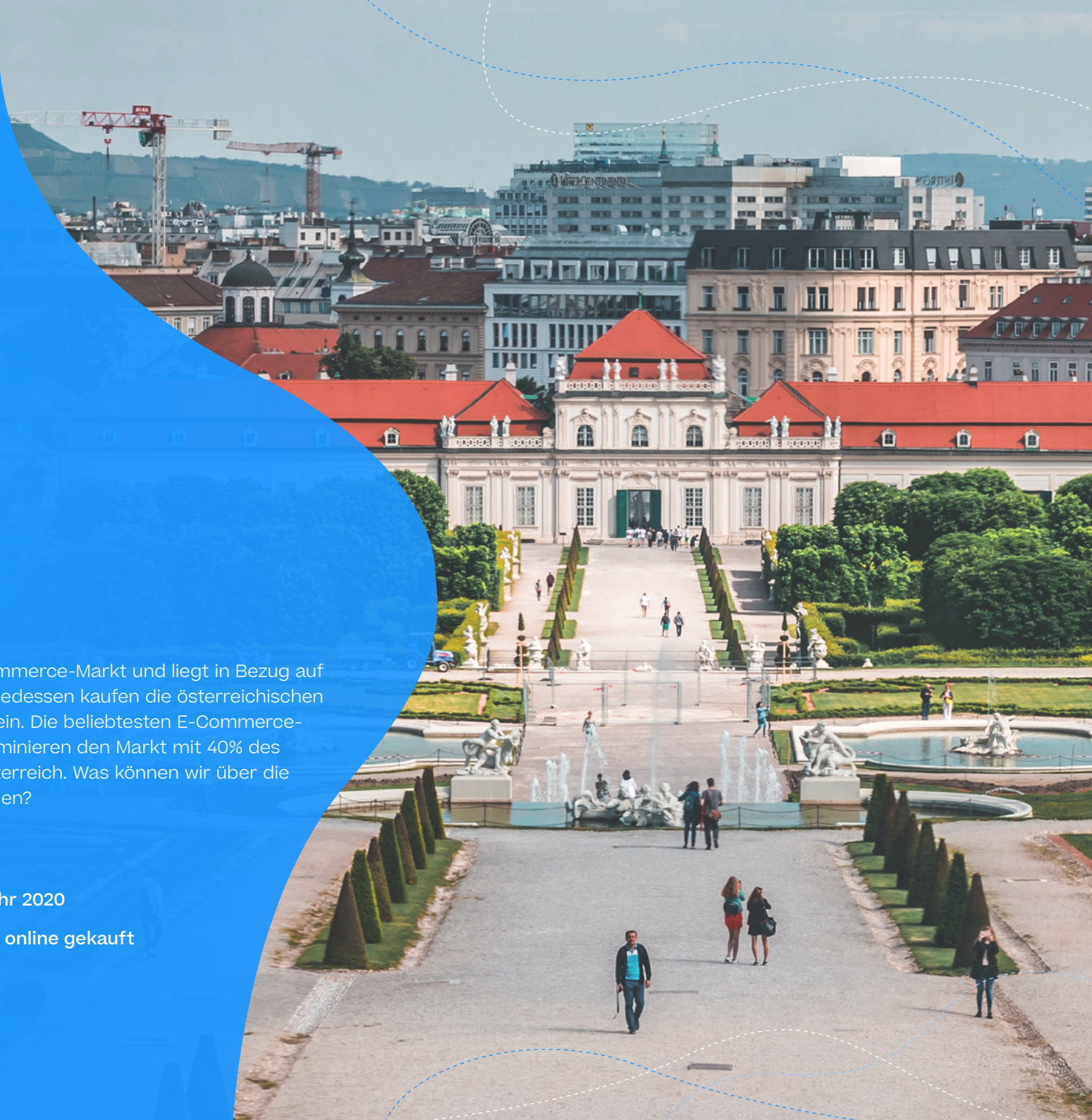
 Vereinigtes Königreich (24%)



Marktführer Österreich

Österreich hat einen relativ kleinen E-Commerce-Markt und liegt in Bezug auf die Marktgröße hinter der Schweiz. Infolgedessen kaufen die österreichischen Verbraucher stark grenzüberschreitend ein. Die beliebtesten E-Commerce-Anbieter wie Amazon.de und Zalando dominieren den Markt mit 40% des gesamten E-Commerce-Umsatzes in Österreich. Was können wir über die österreichischen Onlinekäufer herausfinden?

- ✓ +34.000 Onlinehändler
- ✓ 18% Wachstum im E-Commerce im Jahr 2020
- ✓ 66% der Bevölkerung haben Produkte online gekauft



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen


KAUFVERHALTEN

81% kaufen auf
Marktplätzen,
gefolgt von Onlineshops (79%).

Beliebteste Kategorien für den Onlinekauf:

 **Mode & Accessoires**

 **Elektronik**

 **Spielzeuge, Bücher & Spiele**

97,50 € beträgt der durchschnittliche
Bestellwert.

Generation Z kauft für einen deutlich höheren Betrag ein,
mit einem durchschnittlichen Bestellwert von 110,40 €.

VERSANDPRÄFERENZEN

Die wichtigsten Gründe für den Abbruch einer Bestellung:

 **Die angegebenen Versandkosten sind zu hoch.**

 **Die geschätzte Lieferzeit ist zu lang (> 5.3 Tage).**


41% bevorzugen ein bestimmtes
Versandunternehmen.

Am beliebtesten ist die Österreichische Post, gefolgt von DPD.

Bevorzugte Versandarten:

 **Standardlieferung nach Hause (61%)**

 **Lieferung am gewünschten Tag (36%)**

 **Lieferung am nächsten Tag (30%)**

Im europäischen Vergleich ist ihnen die CO2-neutrale
Lieferung (26%) besonders wichtig.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

RETOUREN

89% retournieren regelmäßig Produkte, vorzugsweise über eine Annahmestelle.

57% erwarten, dass der Einzelhändler die Kosten übernimmt.

Wichtigste Elemente der Retourenpolitik:

 Die Kosten der Retouren (63%)

 Gebrauchsfertiges Retourenetikett (54%)

Österreichische Kunden sind dazu bereit, fast bis zu 7 Tage auf die Rückerstattung zu warten - länger als der Rest Europas (5,7 Tage).



GRENZÜBERSCHREITENDER E-COMMERCE

79% bestellen bei internationalen Onlinehändlern. Das ist europäischer Höchstwert.

Gründe, nicht international zu bestellen:

 Hohe Versandkosten

 Der Aufwand für internationale Retouren

 Kosten für den Zoll

Bei grenzüberschreitenden Online-Einkäufen kaufen die österreichischen Verbraucher am häufigsten hier ein:

 Deutschland (73%)

 China (24%)



Marktführer Frankreich

Frankreich ist der siebtgrößte E-Commerce-Markt der Welt. E-Commerce erhielt schon früh Einzug in das Leben der französischen Verbraucher. Richtig groß wurde er jedoch, als der Internetzugang zum Standard wurde. Jetzt ist das Onlineshopping eine Bequemlichkeit, bei der Marktplätze wie Amazon.fr und Cdiscount den Markt dominieren. Was können wir vom französischen E-Commerce-Markt lernen?

- ✓ +270.000 Onlinehändler
- ✓ 18% Wachstum im E-Commerce im Jahr 2020
- ✓ 62% der Bevölkerung haben Produkte online gekauft



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

KAUFVERHALTEN

90% kaufen auf
Marktplätzen.

Damit sind dort Marktplätze für den E-Commerce besonders relevant. Nur 56% kaufen direkt auf der Webseite eines Onlinehändlers.

Beliebteste Kategorien für den Onlinekauf:



Mode & Accessoires



Spielzeuge, Bücher & Spiele



Speisen & Getränke

Franzosen kaufen deutlich mehr in der Kategorie Spielzeuge, Bücher & Spiele ein als der europäische Durchschnitt.

113,60 € beträgt der durchschnittliche
Bestellwert.

Millennials kaufen für deutlich mehr Geld ein, mit einem durchschnittlichen Bestellwert von 143 €. Die Generation Z gibt mit einem durchschnittlichen Bestellwert von 78,50 € am wenigsten aus, wobei die meisten Ausgaben für Mode & Accessoires getätigt werden.

VERSANDPRÄFERENZEN

Die wichtigsten Gründe für den Abbruch einer Bestellung:



Die angegebenen Versandkosten sind zu hoch.



Die geschätzte Lieferzeit ist zu lang (> 5 Tage).

30% nennen eine schlechte Erfahrung
mit dem Paketdienst als Grund.

Bevorzugte Versandarten:



Standardlieferung nach Hause (60%)



Lieferung am gewünschten Tag (43%)



Lieferung an einen Service Point (37%)

32% bevorzugen ein bestimmtes
Versandunternehmen

- europäischer Tiefstwert! Wenn es eine Präferenz gibt, dann werden Colissimo und Chronopost bevorzugt.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

RETOUREN

77% retournieren regelmäßig Produkte, vorzugsweise über eine Annahmestelle.

69% erwarten, dass der Einzelhändler die Kosten übernimmt. Das ist europäischer Höchstwert.

Wichtigste Elemente der Retourenpolitik:

 **Gebrauchsfertiges Retourenetikett (74%)**

 **Die Kosten der Retoure (70%)**

Im europäischen Vergleich legen französische Verbraucher deutlich mehr Wert auf Informationen über die Erstattungsfrist.

GRENZÜBERSCHREITENDER E-COMMERCE

46% bestellen bei internationalen Onlinehändlern, ähnlich wie der europäische Durchschnitt (45%).

Gründe, nicht international zu bestellen:

 **Hohe Versandkosten**

 **Kosten für den Zoll**

 **Der Aufwand für internationale Retouren**

Bei grenzüberschreitenden Online-Einkäufen kaufen die französischen Verbraucher am häufigsten hier ein:

 **China (54%)**

 **Vereinigtes Königreich (24%)**

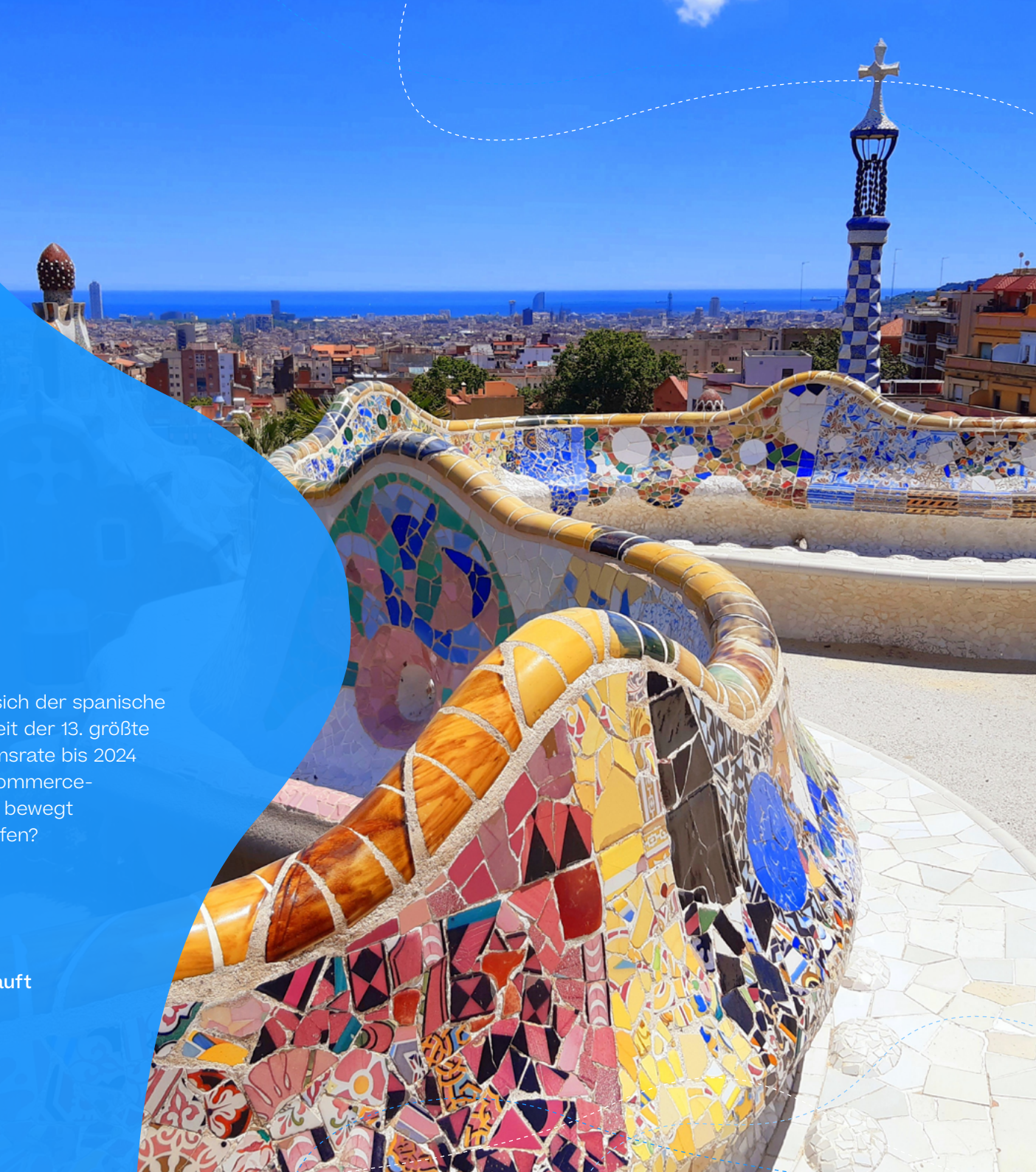
 **USA (21%)**



Marktführer Spanien

Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern hat sich der spanische Online-Markt relativ langsam entwickelt und ist derzeit der 13. größte E-Commerce-Markt der Welt. Die jährliche Wachstumsrate bis 2024 wird voraussichtlich 9% betragen, die spanische E-Commerce-Branche verfügt also über ein großes Potenzial. Was bewegt spanische Verbraucher dazu, Produkte online zu kaufen?

- ✓ 135.000 Onlinehändler
- ✓ 24% Wachstum im E-Commerce in 2020
- ✓ 76% der Bevölkerung haben Produkte online gekauft



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks


Über Sendcloud & Nielsen


KAUFVERHALTEN

91% kaufen auf
Marktplätzen,
gefolgt von Onlineshops (71%).

Beliebteste Kategorien für den Onlinekauf:

 **Mode & Accessoires**

 **Elektronik**

 **Spielzeuge, Bücher & Spiele**

87,50 € beträgt der durchschnittliche
Bestellwert.

Boomer geben mit 72 € am wenigsten aus. Die
höchsten Bestellwerte sind bei Elektronik zu finden.

VERSANDPRÄFERENZEN

Die wichtigsten Gründe für den Abbruch einer Bestellung:


 Die angegebenen Versandkosten sind zu hoch.


 Die geschätzte Lieferzeit ist zu lang (> 4.5 Tage).

21% nennen das Fehlen der bevorzugten
Versandart als Grund.

Bevorzugte Versandarten:

 **Standardlieferung nach Hause (51%)**

 **Lieferung am gewünschten Tag (43%)**

 **Lieferung am nächsten Tag (39%)**

Spanische Verbraucher wünschen sich eine Lieferung am
selben Tag (25%) - mehr als der europäische Durchschnitt.

51% bevorzugen ein bestimmtes
Versandunternehmen.

Mehr als der europäische Durchschnitt. Seur ist am
beliebtesten, gefolgt von Correos und Correos Express.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

RETOUREN

83% retournieren regelmäßig Produkte,

vorzugsweise per Abholung Zuhause / am Arbeitsplatz.

65% erwarten, dass der Einzelhändler die Kosten übernimmt.

Wichtigste Elemente der Retourenpolitik:



Gebrauchsfertiges Retourenetikett (74%)



Die Kosten der Retoure (70%)

Spanische Käufer sind am wenigsten bereit, auf ihre Erstattung zu warten. Sie warten maximal 5 Tage (Europäischer Durchschnitt: 5,7 Tage).



GRENZÜBERSCHREITENDER E-COMMERCE

59% bestellen bei internationalen Onlinehändlern.

Mehr als der europäische Durchschnitt von 45%.

Gründe, nicht international zu bestellen:



Hohe Versandkosten



Der Aufwand für internationale Retouren



Zu lange Lieferzeit

Bei grenzüberschreitenden Online-Einkäufen kaufen die spanischen Verbraucher am häufigsten hier ein:



China (60%)



Marktführer Italien

Der italienische E-Commerce-Markt weist einige Ähnlichkeiten mit dem spanischen Markt auf. Er ist der 15. größte E-Commerce-Markt der Welt und hat ebenso eine jährliche Wachstumsrate bis 2024 von 9%. Die E-Commerce-Penetration ist noch sehr niedrig, daher wird erwartet, dass der italienische E-Commerce-Markt nur weiter wachsen kann. Welche Vorlieben haben italienische Verbraucher, wenn es um Online-Einkäufe geht?

- ✓ 246.000 Onlinehändler
- ✓ 24% Wachstum im E-Commerce in 2020
- ✓ 34% der Bevölkerung haben Produkte online gekauft



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks


Über Sendcloud & Nielsen

KAUFVERHALTEN

92% kaufen auf
Marktplätzen,
gefolgt von Onlineshops (64%).

Beliebteste Kategorien für den Onlinekauf:

 **Mode & Accessoires**

 **Elektronik**

 **Speisen & Getränke**

Italienische Käufer haben den höchsten Anteil in Europa beim Onlinekauf von Gesundheits- und Pflegeprodukten (14%)

99,10 € beträgt der durchschnittliche
Bestellwert.

Generation Z gibt mit 124,20 € deutlich mehr Geld für eine Bestellung aus.

VERSANDPRÄFERENZEN

Die wichtigsten Gründe für den Abbruch einer Bestellung:

 Die angegebenen Versandkosten sind zu hoch.


 Die geschätzte Lieferzeit ist zu lang (> 4.5 Tage).

23% nennen das Fehlen der bevorzugten
Versandart als Grund.

Bevorzugte Versandarten:

 **Lieferung am gewünschten Tag** (41%)

 **Standardlieferung nach Hause** (40%)

 **Lieferung am nächsten Tag** (36%)

Italienische Verbraucher sind in hohem Maße dazu bereit, eine CO2-neutrale Lieferung zu wählen (20%).

44% bevorzugen ein bestimmtes
Versandunternehmen.

BRT wird bevorzugt, gefolgt von DHL.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

RETOUREN

86% retournieren regelmäßig
Produkte,

vorzugsweise per Abholung Zuhause / am Arbeitsplatz.

68% erwarten, dass der Einzelhändler
die Kosten übernimmt.

Dieser Wert ist deutlich höher als im Rest Europas.

Wichtigste Elemente der Retourenpolitik:

 **Die Kosten der Retouren (61%)**

 **Online-Anmeldung von Retouren (52%)**

GRENZÜBERSCHREITENDER E-COMMERCE

57% bestellen bei internationalen
Onlinehändlern.

Das sind mehr als im europäischen Durchschnitt (45%).

Gründe, nicht international zu bestellen:

 **Hohe Versandkosten**

 **Kosten für den Zoll**

 **Der Aufwand für internationale Retouren**

Bei grenzüberschreitenden Online-Einkäufen kaufen die
italienischen Verbraucher am häufigsten hier ein:

 **China (47%)**

 **Deutschland (22%)**

Schlussfolgerung

Um im E-Commerce erfolgreich zu sein sind Flexibilität und die Fähigkeit, die Strategie an die jeweilige Zielgruppe anzupassen, erforderlich. Hier findest Du unseren Studienrückblick und einige abschließende Tipps und Tricks für die Zukunft der E-Commerce-Logistik.



Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Rückblick



Lokale Unterschiede sind wichtig

Jedes Land hat seine Eigenheiten, wenn es um das Onlineshopping geht. Wenn Onlinehändler international skalieren, müssen sie wissen, was die Käufer in anderen Ländern gewohnt sind, damit sie ihren internationalen Kunden den bestmöglichen Service bieten können.

So erwarten die Niederländer beispielsweise schnelle Lieferzeiten, während die Österreicher problemlos länger warten, bis sie ein Paket erhalten; und wenn bei der Lieferung etwas beschädigt wird, ziehen es einige Länder vor, das gleiche Produkt noch einmal zu erhalten, während andere eine Rückerstattung bevorzugen.

Onlinehändler sollten diese Unterschiede von Land zu Land im Auge behalten, wenn sie entscheiden, wie sie am besten mit Bestellungen umgehen, die aus einer Region in eine andere gehen.



Ein reibungsloser Zustellvorgang ist das Wichtigste

Die meisten europäischen Verbraucher haben keine besonderen Vorlieben, wenn es um das Versandunternehmen geht, solange ihr Paket ohne Probleme zugestellt wird. Vor allem die Geschwindigkeit der Lieferung wird als einer der wichtigsten Faktoren beim Online-Einkauf genannt.

Wenn ein Paket verloren geht oder beschädigt wird, geben die europäischen Onlinekäufer sowohl dem Onlineshop als auch dem Zustelldienst die Schuld und wollen proaktiv mit einer vernünftigen Lösung über den richtigen Kanal, meist per E-Mail oder SMS, informiert werden.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen



Gratis Retouren, Bequemlichkeit und Transparenz

Die europäischen Käufer sind sich in einem Punkt einig: Sie würden häufiger bestellen, wenn es kostenlose Retouren gäbe. Außerdem möchten die europäischen Käufer gut über die Retourenbedingungen (auf einer Webseite) informiert werden, bevor sie sich für den Kauf eines Produkts im Internet entscheiden und sie verlangen ein einfaches Retourenverfahren.

Klare Informationen über die Kosten, die mit der Retoure von Produkten verbunden sind, sowie eine einfache Möglichkeit, ein Retourenetikett zu erhalten, führen zu mehr Wiederholungskäufen und der Chance, mehr an einem Kunden zu verdienen.



Umweltpflege soll gefördert werden

Die europäischen Onlinekäufer sorgen sich einerseits um das Verpackungsmaterial, das bei Online-Bestellungen verwendet wird (es wird zu viel Verpackungsmaterial verschwendet und nicht jedes Material ist recycelbar). Andererseits sind die Verbraucher allerdings nicht bereit, viel mehr für eine CO2-neutrale Lieferung zu bezahlen.

Eine umweltfreundliche Lieferung wird zwar bevorzugt, sollte aber keine zusätzlichen Kosten verursachen. Aus der Sicht des Käufers liegt die Verantwortung für den Umweltschutz also hauptsächlich auf den Schultern des Einzelhändlers oder des Versandunternehmens. Insgesamt sollte umweltfreundliches Verpackungsmaterial, das für die Art des versandten Produkts geeignet ist (kein überdimensioniertes Verpackungsmaterial), der Standard sein.

Nichtsdestotrotz nimmt das Umweltbewusstsein der Generation Z und der Millennials zu, sodass Onlinehändler ein Auge auf grüne Entwicklungen werfen sollten.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Tipps und Tricks



TIPP 1

Biete dynamische Versandkosten an

Belaste deinen Kunden nicht mit zu hohen Versandkosten und stelle sicher, dass Du bereits auf deinen Produktseiten über die Versandkosten informierst. Dies ist ein wesentlicher Bestandteil, um zu vermeiden, dass potenzielle Umsätze verloren gehen. Daher ist dies nicht nur im Checkout, sondern auch bereits vor dem Kauf wichtig. Füge einen Schwellenwert für den kostenlosen Versand hinzu, um deine Verkäufe noch weiter zu steigern!



TIPP 2

Biete mehrere Versandoptionen an

Gib den Käufern die Möglichkeit, die Lieferung ihrer Bestellungen selbst zu bestimmen. Sie wollen Premium-Services wie schnellere Zustellung und Zustellung an einem Tag ihrer Wahl, aber sie schätzen auch Transparenz über Preise und Zeiten für Lieferungen am selben oder nächsten Tag. Mach klare Angaben zu Cut-off-Zeiten, zusätzlichen Kosten und der voraussichtlichen Zustellzeit, damit die Kunden entscheiden können, was ihren Bedürfnissen am besten entspricht!



TIPP 3

Mach dich nicht von Versandunternehmen abhängig

Durch die Zusammenarbeit mit mehreren Lieferanten kannst Du für jede Bestellung die am besten geeignete Versandart anbieten. Überlasse die Entscheidung deinen Kunden und erhöhe die Conversion in deinem Checkout.



TIPP 4

Kunden auf dem Laufenden halten

Stelle sicher, dass Du proaktiv den Status von Bestellungen durch automatische Trigger kommunizierst. Ändert sich der Status eines Pakets? Stelle sicher, dass Du deinen Kunden über die richtigen Kanäle benachrichtigst. Mach sie zumindest darauf aufmerksam, dass eine Bestellung das Lager verlassen hat und auf dem Weg ist.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender
Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen



TIPP 5

Setze auf eine profitable Retourenpolitik

Ein klares und leicht verständliches Rückgaberecht sorgt dafür, dass die Kunden immer wieder zurückkommen. Arbeite mit mehreren Versandunternehmen zusammen, um bei internationalen Sendungen Kosten zu sparen. Denke daran, die Retourenrichtlinien von Land zu Land entsprechend anzupassen und stelle sicher, dass die Kunden wissen, wie sie ihre Artikel bei Bedarf zurückschicken können. Das Angebot kostenloser Retouren könnte die Zahl der Rücksendungen erhöhen, wird aber die Zahl der Wiederholungskäufe in deinem Geschäft steigern, was dir hilft, deinen Gewinn zu erhöhen.



TIPP 6

Achte auf die Umwelt

Versende kleine Pakete via Postnetze und halte die Verpackung klein. Verwende niemals einen zu großen Karton für eine Bestellung, die nur ein Produkt enthält und vermeide unnötiges Verpackungsmaterial. Stelle sicher, dass deine Kunden die gleiche Verpackung für Retouren verwenden können. Sei dir bewusst, dass das Umweltbewusstsein wächst. Wenn Du eine CO2-neutrale Versandart anbietest, kannst Du dir einen zusätzlichen Vorteil verschaffen und deinen Umsatz steigern.

Einführung

Über die Studie

Aufbau der Studie

Online-Einkaufsverhalten

Wichtige Erkenntnisse:

Erwartungen vs. Realität

Ergebnisse der Studie

Teil 1: Checkout

Teil 2: Versand und Lieferung

Teil 3: Tracking

Teil 4: Retouren

Teil 5: Grenzüberschreitender

Versand

Teil 6: Die Zukunft des E-Commerce

Marktführer & Profile

Das Vereinigte Königreich

Die Niederlande

Belgien

Deutschland

Österreich

Frankreich

Spanien

Italien

Schlussfolgerung

Rückblick

Tipps und Tricks

Über Sendcloud & Nielsen

Über Sendcloud & Nielsen



Über die E-Commerce-Versandplattform Sendcloud

Sendcloud ist eine All-in-One Versandplattform für Online-Unternehmen, die sich mit über 85 Shopsystemen und Paketdiensten verbinden lässt. Als eines der am schnellsten wachsenden Tech-Unternehmen in Europa ist das Unternehmen auf der Mission, den Versand für jedes Unternehmen so skalierbar wie möglich zu machen.

Die Plattform bietet einen optimierten Checkout mit flexiblen Versandoptionen, einen vollautomatischen Kommissionier-, Verpackungs- und Etikettendruckprozess, gebrandete Tracking-Benachrichtigungen und eine Retourenlösung. Mit über 23.000 Kunden, Integrationen für über 50 E-Commerce-Systeme und mehr als 80 internationalen Zustellunternehmen ist Sendcloud die führende Versandlösung in Europa und bald auch darüber hinaus.

Weitere Informationen findest Du auf www.sendcloud.de



Über das Marktforschungsunternehmen Nielsen

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) ist ein globales Mess- und Datenanalyseunternehmen, das den umfassendsten und zuverlässigsten Überblick über Verbraucher und Märkte weltweit bietet. Der Ansatz des Unternehmens kombiniert proprietäre Nielsen-Daten mit anderen Datenquellen, um Kunden auf der ganzen Welt dabei zu helfen, zu verstehen, was aktuell und in Zukunft passiert und wie man am besten auf dieses Wissen reagiert. Als S&P 500-Unternehmen ist Nielsen in über 100 Ländern tätig und deckt mehr als 90% der Weltbevölkerung ab.

Weitere Informationen findest Du auf www.nielsen.com

Setze die wichtigsten Erkenntnisse aus dieser Studie selbst um.

Möchtest Du beim Versand an der Spitze stehen und deinen Kunden das beste Versanderlebnis bieten? Starte kostenlos und sieh, wie Du Zeit und Kosten für die Logistik sparst und deinen Kunden die besten Versand- und Retourenlösungen bieten kannst.

Entdecke deine Möglichkeiten [↗](#)

Noch Fragen?

Für weitere Informationen zu dieser Studie wende dich bitte an marketing@sendcloud.com

