

Lieferschwierigkeiten beim Online-Shopping

Descartes Systems veröffentlicht Studie zur Verbraucherstimmung bei der Zustellung im E-Commerce: Unzufriedenheit ist weiterhin hoch

Leipzig, 10. Juli 2024 – Die Descartes Systems Group, der weltweit führende Software-as-a-Service-Anbieter für Logistikunternehmen, veröffentlicht ihre dritte jährliche Studie zur Stimmung der Verbraucherinnen und Verbraucher im E-Commerce mit dem Titel „[Online-Handel wächst, aber zu viele Verbraucher sind weiter unzufrieden mit der Zustellung](#)“. Diese zeigt, dass 39 Prozent der 8.000 Konsumentinnen und Konsumenten aus Europa und Nordamerika im Befragungszeitraum mehr Online-Einkäufe getätigt haben als im Vergleich zum Vorjahr. 57 Prozent von ihnen haben in diesem Jahr mindestens eine neue Produktkategorie online gekauft. Obwohl die Descartes-Studie zeigt, dass Verbraucherinnen und Verbraucher über alle demographischen Gruppen hinweg die Anzahl und Häufigkeit ihrer Online-Einkäufe erhöhten, beklagten 67 Prozent der Befragten Probleme bei der Zustellung.

„Trotz jährlicher Verbesserungen in verschiedenen Bereichen der Branche zeigt sich im dritten Erhebungsjahr unserer Studie weiterhin eine hohe Unzufriedenheit der Verbraucherinnen und Verbraucher mit den Zustellungen im E-Commerce“, sagt Johannes Panzer, Head of Industry Solutions, E-Commerce bei der Descartes Systems Group. Dies führe sogar so weit, dass Lieferprobleme ein potenzielles Hindernis für künftige Online-Einkäufe darstellen. Auf die Frage, was sie davon abhalten würde, in Zukunft mehr online einzukaufen, gab ein Fünftel der Verbraucherinnen und Verbraucher an, negative Erfahrungen mit der Zustellung von Bestellungen gemacht zu haben (21 Prozent). Weitere Begründungen waren die Unzuverlässigkeit der Lieferung (20 Prozent) und die Unzufriedenheit mit dem Lieferprozess (17 Prozent).

Bei 23 Prozent der Studien-Befragten, die in der Vergangenheit Lieferprobleme beklagten, wurde ein Vertrauensverlust in den Zustelldienst hervorgerufen; 19 Prozent verloren das Vertrauen in den Einzelhändler. In dem Zusammenhang ergriffen 63 Prozent Maßnahmen, die zur Rufschädigung der entsprechenden Lieferdienste oder Händler führen könnten. Dazu gehören Reaktionen wie das Meiden des Einzelhändlers (19 Prozent) oder anderer Einzelhändler, die mit demselben Zustelldienst zusammenarbeiten (16 Prozent), die Aussprache einer Empfehlung an Verwandte und Bekannte, den Zustelldienst (15 Prozent) oder den Einzelhändler (14 Prozent) zu meiden, sowie seltenere Online-Einkäufe (14 Prozent) und die Kommunikation der Unzufriedenheit in sozialen Medien (11 Prozent).

„Unternehmen sollten diese Reaktionen ernstnehmen. Für eine Optimierung des E-Commerce und um dessen Zukunftsfähigkeit sicherzustellen, ist die Kundenzufriedenheit nach wie vor eine wichtige Kenngröße“, sagt Panzer. Descartes zeigt sich optimistisch, denn mittelmäßige Lieferleistungen und inkonsistente Zustellerfahrungen seien lösbare Probleme. „Es gibt marktbewährte Strategien, Best Practices und Technologielösungen, die Einzelhändler und Lieferdienste in Betracht ziehen können, um kosteneffizient eine optimierte Liefererfahrung zu bieten, die auf die Präferenzen der Verbraucherinnen und Verbraucher zugeschnitten ist“, erklärt er weiter.

Alle Ergebnisse der in Europa und Nordamerika durchgeführten Umfrage in Zusammenarbeit mit SAPIO Research befinden sich hier zum Nachlesen: [Studie: „Online-Handel wächst, aber zu viele Verbraucher sind weiter unzufrieden mit der Zustellung“](#)

Die Studie „Online-Handel wächst, aber zu viele Verbraucher sind weiter unzufrieden mit der Zustellung“ wurde unter 8.000 Verbraucherinnen und Verbrauchern in Europa und Nordamerika durchgeführt, die zu ihrem Kaufverhalten im E-Commerce über einen Zeitraum von drei Monaten von Ende Oktober 2023 bis Mitte Januar 2024 befragt wurden. Ziel war es, einen umfassenden Überblick über die aktuelle Leistung in den Bereichen E-Commerce und Zustellung zu erhalten. Dafür wurden beispielsweise die Gründe für die Zu- oder Abnahme von Online-Einkäufen, die Art der gekauften Waren, die Häufigkeit der Einkäufe, die Lieferpräferenzen, die Lieferererfahrungen und die Auswirkungen von Lieferausfällen auf Einzelhändler und ihre Zustelldienstleister untersucht. Die Studie betrachtet außerdem, wie sich das Kaufverhalten und die Wahrnehmung der Verbraucherinnen und Verbraucher nach demographischen Gruppen unterscheiden.

Über Descartes

Descartes (Nasdaq: DSGX) (TSX: DSG) ist der weltweit führende Anbieter von On-Demand-Software-as-a-Service-Lösungen, die die Produktivität, Sicherheit und Nachhaltigkeit von logistisch anspruchsvollen Unternehmen verbessern. Kunden nutzen die modularen Software-as-a-Service-Lösungen von Descartes, um Transportmittel effizient einzusetzen, sowie deren Sicherheit, Leistung und Compliance zu verbessern. Die individuellen Lösungen des Anbieters helfen zudem bei der Planung und Durchführung von Sendungen, sowie bei der Erstellung, Überprüfung und Zahlung von Transportrechnungen. Descartes ermöglicht es Kunden mit seiner Software auf globale Handelsdaten zuzugreifen, Zoll- und Sicherheitsdokumente für Importe und Exporte einzureichen sowie zahlreiche weitere Logistikprozesse als Teil des weltweit umfangreichsten Logistiknetzwerks durchzuführen. Neben dem Hauptsitz in Waterloo (Ontario, Kanada) unterhält Descartes Niederlassungen und Partnerbeziehungen weltweit. Mehr Informationen auf www.descartes.com und LinkedIn.

Pressekontakt

Andra Schaz
Senior Marketing Manager

Descartes Systems (Germany) GmbH
Martin-Luther-Ring 13
D-04109 Leipzig

Mobil: +49 (0)170 631 15 52

E-Mail: aschaz@descartes.com

Website: www.descartes.com | www.pixi.eu