

Nachhaltige Zustellungen auf dem Prüfstand: Umweltbewusste Verbraucher unter Druck

Descartes Systems veröffentlicht Studie über nachhaltige Zustelloptionen im E-Commerce: Wirtschaftliche Lage beeinträchtigt Wahl der Verbraucher

Leipzig, 10. Oktober 2024 – Die Descartes Systems Group, der weltweit führende Software-as-a-Service-Anbieter für Logistikunternehmen, veröffentlicht ihre dritte Studie über die Einstellung von Online-Verbraucherinnen und -Verbrauchern zu nachhaltigen Lieferoptionen mit dem Titel „[Nachhaltige Zustellungen auf dem Prüfstand: Umweltbewusste Verbraucher unter Druck](#)“. Die jährliche Studie zeigt, dass 57 Prozent der 8.000 befragten Konsumentinnen und Konsumenten aus Europa und Nordamerika im Befragungszeitraum großes bis sehr großes Interesse an umweltfreundlichen Lieferoptionen hatten. Allerdings sind 89 Prozent der Ansicht, dass ihre Bereitschaft, für nachhaltige Zustellungen mehr zu bezahlen, durch die aktuelle wirtschaftliche Lage beeinflusst wird. Zudem gaben 34 Prozent an, dass der wirtschaftliche Druck diese Bereitschaft bereits erheblich bis drastisch gemindert hat.

„Viele Verbraucherinnen und Verbraucher stehen aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Situation unter starkem finanziellem Druck. Trotzdem zeigt unsere Studie, dass das grundsätzliche Interesse an umweltfreundlichen Unternehmen und Lieferoptionen nach wie vor sehr groß ist“, sagt Johannes Panzer, Head of Industry Solutions, E-Commerce bei der Descartes Systems Group. Fast alle Befragten (99 Prozent) gaben an, dass sie gerne mehr dafür tun würden, ihren ökologischen Fußabdruck zu verringern. Bereits jetzt treffen 38 Prozent der befragten Verbraucherinnen und Verbraucher ihre Kaufentscheidungen basierend auf den potenziellen Umweltauswirkungen des Produkts oder Herstellers.

Mehr als die Hälfte der Verbraucherinnen und Verbraucher, die an nachhaltigen Liefermöglichkeiten interessiert sind, bevorzugt es, wenn Lieferdienste mehrere ihrer Bestellungen bündeln und zu einem späteren Zeitpunkt zustellen – entweder am Ende der Woche (57 Prozent) oder bis in ihrer näheren Umgebung mehrere Lieferungen anstehen (53 Prozent). Ebenso beliebt ist die Nutzung eines vollständig CO₂-neutralen Lieferdienstes (56 Prozent). Statt sich die Produkte nach Hause liefern zu lassen, ziehen 51 Prozent der Befragten es vor, ihre Bestellung in Geschäften abzuholen, während 47 Prozent eine zentrale Abgabestelle nutzen. Auch den Einzelhändlern schreiben die Befragten einen Einfluss bei der Wahl der Liefermethode zu – entweder, indem die Verkäufer die Umweltbelastung aller zur Auswahl stehenden Lieferoptionen bewerten und die Entscheidung so erleichtern (46 Prozent), oder indem sie die umweltfreundlichste Option empfehlen (53 Prozent). 45 Prozent nehmen längere Lieferzeiten in Kauf, um die Zustellung umweltfreundlicher zu halten. Nur knapp ein Viertel der Befragten ist jedoch bereit, einen höheren Preis für das Produkt oder für eine nachhaltigere Lieferung zu zahlen (26 Prozent).

„Die Verbraucherinnen und Verbraucher stehen vor einem Dilemma: Sie möchten sich stärker für den Umweltschutz einsetzen, doch die aktuelle wirtschaftliche Lage verringert ihre Möglichkeit und Bereitschaft, nachhaltigere Optionen zu wählen“, fasst Panzer zusammen. Er empfiehlt Einzelhändlern daher, Verbraucherinnen und Verbraucher über die Kosteneffizienz ihrer umweltschonenden Liefermöglichkeiten aufzuklären: „Unternehmen können das wachsende Interesse an nachhaltigen Zustellungsmethoden nutzen, um sich als umweltfreundlich zu positionieren und die Loyalität ihrer Kunden zu gewinnen.“ Die meisten klimafreundlichen Lieferoptionen seien für Einzelhändler ohnehin wirtschaftlich vorteilhaft: Sie erhöhen die

Lieferdichte, da mehr Lieferungen gesammelt zugestellt werden, und senken so letztendlich die Transportkosten.

Alle Ergebnisse der in Europa und Nordamerika durchgeführten Umfrage in Zusammenarbeit mit SAPIO Research befinden sich hier zum Nachlesen: [„Nachhaltige Zustellungen auf dem Prüfstand: Umweltbewusste Verbraucher unter Druck“](#)

Die Studie „Nachhaltige Zustellungen auf dem Prüfstand: Umweltbewusste Verbraucher unter Druck“ wurde unter 8.000 Verbraucherinnen und Verbrauchern in Europa und Nordamerika durchgeführt, um Einblicke darüber zu gewinnen, welche Rolle die Umwelt bei ihren Kauf- und Lieferentscheidungen spielt. Zudem sollte ermittelt werden, wie sich die Ansichten je nach Altersgruppe und geografischer Region unterscheiden. Ziel war es, ein umfassendes Verständnis über die Zusammenhänge zwischen Nachhaltigkeit, Last-Mile-Lieferungen und dem Kaufverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher über alle Bevölkerungsgruppen hinweg zu erlangen. Dazu wurde auch die Bereitschaft erhoben, den eigenen CO2-Fußabdruck durch umweltfreundliche Lieferoptionen zu verringern. Die Studie umfasst auch die Analyse der Auswirkungen von Inflation und anderen wirtschaftlichen Faktoren auf die Lieferpräferenzen.

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